



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Forschungsbericht

Nr. 583



Forschungsberichte

Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus in Deutschland

Langfassung

www.bmwi.de

Text und Redaktion

Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV)
Bertha-von-Suttner-Platz 13, 53111 Bonn
Dirk Dunkelberg, Iris Hegemann
www.deutschertourismusverband.de

dwif-Consulting GmbH, München
Regina Püschel, Dr. Manfred Zeiner,
Dr. Bernhard Harrer
www.dwif.de

BTE Tourismusmanagement, Regionalentwicklung,
Hannover & Berlin
Mathias Behrens-Egge, Michael Neugaertner
www.bte-tourismus.de

Europäische Reiseversicherung AG
Johann Stadler
www.erv.de

Grafische Konzeption und Gestaltung

BTE Tourismusmanagement, Regionalentwicklung

Druck

Silber Druck oHG, Niestetal

Herausgeber

Bundesministerium für
Wirtschaft und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
10115 Berlin
www.bmwi.de

Stand

September 2009



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Forschungsberichte

Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus in Deutschland

Langfassung

Inhalt

Vorwort.....	9
I Ausgangssituation.....	12
1 Anlass und Inhalte der Studie	12
2 Methodik.....	13
3 Definition.....	14
II Rahmenbedingungen	16
1 Radtourismus in Studien und touristischen Entwicklungskonzepten	16
2 Nationaler Radverkehrsplan und Fahrradberichte der Bundesregierung	18
3 Staatliche Förderung der Radverkehrsinfrastruktur.....	19
III Wirtschaftsfaktor Fahrradtourismus in Deutschland.....	22
1 Mengengerüst der Fahrradtouristen	22
1.1 Fahrradtourismus <u>ohne</u> Übernachtung	22
1.2 Fahrradtourismus <u>mit</u> Übernachtung	24
1.3 Gesamtnachfrage.....	25
2 Ermittlung der auf den Fahrradtourismus zurückzuführenden ökonomischen Effekte.....	26
2.1 Umsätze am Aufenthaltsort durch Ausgaben der Fahrradtouristen.....	26
2.1.1 Grundsätzliche Erläuterungen	26
2.1.2 „Fahrradausflügler“	27
2.1.3 Übernachtende Fahrradtouristen	28
2.1.4 Gesamtumsätze.....	29
2.1.5 Einkommenswirkungen	30
2.2 Umsätze durch die An- und Rückreise von Fahrradtouristen (Modellrechnung).....	32
2.3 Einschätzung der Kosten für fahrradspezifische Infrastruktur (Modellrechnung).....	33
2.4 Umsätze durch Kauf von Fahrrädern und Zubehör (Modellrechnung)	34
3 Gesamt Betrachtung der vom Fahrradtourismus ausgehenden ökonomischen Effekte.....	34
3.1 Gesamtumsätze	34
3.2 Beschäftigungseffekte.....	35
4 Vergleich des ökonomischen Effektes des Fahrradtourismus mit anderen touristischen	
Nachfragesegmenten	36

IV	Die fahrradtouristische Nachfrage –	38
	Marktforschungserkenntnisse	38
1	Radfahrertypologien	38
2	Ergebnisse zu Radausflügen ohne Übernachtung	38
2.1	Darstellung soziodemografischer Besonderheiten	38
2.2	Die räumliche Verteilung fahrradtouristischer Tagesreisen	40
2.3	Die zeitliche Verteilung der Tagesreisen mit Fahrradnutzung	45
2.4	Ausgabeverhalten von „Fahrradausflüglern“	46
2.4.1	Gesamtbetrachtung	47
2.4.2	Detailbetrachtung	47
3	Ergebnisse zu Radurlaubern mit Übernachtungen	49
3.1	Herkunft und Besuchserfahrung	49
3.2	Einkommens- und Berufsgruppe	50
3.3	Alter und Mitreisende der Radreisenden	51
3.4	Informations- und Buchungsverhalten	52
3.6	Hauptverkehrsmittel zur Anreise	55
3.7	Motive der Radurlauber	56
3.8	Motive bei der Wahl der Destination	58
3.9	Aktivitäten der Radurlauber	60
3.10	Zufriedenheit von Fahrrad-urlaubern	61
V	Das fahrradtouristische Angebot	66
1	Die fahrradtouristische Infrastruktur	66
1.1	Das befahrbare Wege- und Radroutennetz	66
1.2	Das touristische Radroutennetz	68
1.3	Das D-Netz	71
1.4	Beschilderung	72
1.4.1	Wegweisung nach FGSV-Standard	72
1.4.2	Integrierte Beschilderungssysteme	74
1.5	Bike-Parks	75
1.6	Radroutenzertifizierung	76
1.7	Radfahrerfreundliche Unterkünfte	78
1.7.1	Verteilung und Struktur als fahrradfreundlich zertifizierter Betriebe in Deutschland	81
1.7.2	Zufriedenheit mit radfahrerfreundlichen Unterkünften	83
1.7.3	Verteilung der Betriebsarten im Rahmen der ADFC-Zertifizierung	83
1.7.4	Ferienwohnungen als Unterkunftsform für Fahrradurlauber	83

1.7.5	ADFC-Zertifizierung im Kontext mit allgemeinen Sterneklassifizierungen gemäß DTV und DEHOGA.....	84
1.8	Radfahrerfreundliche Gastronomie	85
1.9	Radtouristische Veranstaltungen.....	88
2	Die fahrradtouristische Ausrüstung.....	90
3	Sonstige fahrradtouristische Angebote/Dienstleistungen	92
3.1	Kartenmaterial	92
3.2	Fahrradmagazine und -zeitschriften	95
3.3	Internetplattformen	97
3.4	GPS und mobile Dienste im Fahrradtourismus.....	98
3.5	Radreisen.....	100
3.5.1	Destinationen der Radreisen.....	100
3.5.2	Zielgruppen.....	101
3.5.3	Reisepakete.....	103
3.6	Radverleihe	110
3.7	Städtetouren per Rad.....	112
3.8	Transportmöglichkeiten für Radfahrer und/oder Gepäck	114
3.8.1	Rad-/Gepäcktransporte	114
3.8.2	Fahrrad und Bahn	114
3.8.3	Fahrrad als Kuriergepäck für Bahnreisende	117
3.8.4	Fahrrad und Bus.....	117
3.9	Radaufbewahrung	118
3.10	Rad-relevante Versicherungen	119
VI	Die Vermarktung des Radtourismus in Deutschland.....	124
1	Marketing auf Bundesebene – Incoming	124
2	Marketingschwerpunkte bei regionalen und Landestourismusorganisationen.....	124
2.1	Zielgruppen	124
2.2	Vermarktungswege	126
2.3	Vermarktete Produkte.....	129
2.3.1	Das radtouristische Wegenetz.....	129
2.3.2	Radpauschalen/Reisepakete	131
2.3.3	GPS-Angebote.....	132
2.3.4	Radsport-/Radtouristische Veranstaltungen	134
2.3.5	Besondere Serviceleistungen/Angebote	135
2.4	Präsentation der radtouristischen Angebote im Internet.....	136

3	Radroutenplaner	140
4	Vermarktung durch Radreiseveranstalter	142
5	Radmessen	144
VII	Trends, Ziele und Handlungsempfehlungen	146
1	Trends, Chancen und Risiken	146
2	Ziele	148
3	Handlungsempfehlungen.....	149
3.1	Datenbestand zur Radrouteninfrastruktur	149
3.2	Länderübergreifende Radwegekoordinierungsstellen	150
3.3	Informationsbereitstellung und Vermarktung durch Tourismusorganisationen	151
3.4	Beschilderung.....	153
3.5	GPS, mobile und digitale Dienste.....	156
3.6	Die ideale Radroute	158
3.7	Ideale Oberfläche von Fahrradwegen.....	160
3.8	Gastronomie und Radfahren	161
3.9	Qualitätsinitiativen für Unterkünfte und sonstige Dienstleister	163
3.10	Radfahrer-Zählungen als Erfolgsindikator – Monitoring	164
3.11	Radverleih	167
3.12	Radreisen.....	168
3.13	Radversicherungen.....	172
VIII	Literatur, Anhang, Quellen.....	174
1	Literaturverzeichnis	174
2	Online-Quellen.....	176
3	Bildnachweis	178
4	Anhang.....	180
4.1	Das touristische Radroutennetz.....	180
4.2	Die 188 wichtigsten Radfernwege in Deutschland nach Bielefelder Verlag	181
4.3	Nennenswerte Radsportveranstaltungen.....	184



Vorwort



Schön, dass die mit großer Spannung erwartete Langfassung der Studie „Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus in Deutschland“ nun vorliegt. Schon die bei der Internationalen Tourismusbörse (ITB) 2009 in Berlin präsentierte hervorragende Kurzfassung erfreute sich großer Nachfrage. Zu Recht, denn der Fahrradtourismus stellt einen sehr beachtlichen Wirtschaftsfaktor für den Tourismusstandort Deutschland dar. Aufgrund des demografischen Wandels und der prognostizierten klimatischen Veränderungen ist zukünftig eine weiter steigende Nachfrage zu erwarten. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie hat sich deshalb entschlossen, diese Grundlagenuntersuchung zum Fahrradtourismus durchführen zu lassen, um auch für zukünftige Investitionen mit schlagkräftigen Argumenten werben zu können.

Und die Ergebnisse sind beeindruckend: beispielsweise können pro Jahr dem Fahrradtourismus in Deutschland Bruttoumsätze von rund 9,2 Mrd. Euro zugeordnet werden. Aus der daraus resultierenden Wertschöpfung ergibt sich, gemessen am durchschnittlichen Volkseinkommen, ein Äquivalent von 186.000 Beschäftigten, deren Einkommen direkt oder indirekt dem Fahrradtourismus entspringt. Die deutschen Fahrradtouristen verzeichnen jährlich rund 22 Mio. Übernachtungen und geben hierfür rund 65 Euro pro Kopf und Tag aus. Die Studie enthält aber auch weitere zuverlässige Angaben und gesicherte Erkenntnisse zum Alter, Einkommen und zu den Reisegewohnheiten der Fahrradtouristen.

Zudem liefern sie, was ganz besonders wichtig ist, einen umfangreichen Maßnahmenkatalog und Handlungsempfehlungen für Politik und Wirtschaft, für Regionen und Städte, für alle Akteure rund um den Fahrradtourismus, um für eine verstärkte Förderung des Fahrradtourismus zu werben.

Die gesicherten und breit angelegten Ergebnisse dieser Langfassung sind daher eine gute Grundlage für die Akteure aus Politik und Wirtschaft in dem so bedeutsamen Segment „Fahrradtourismus“.

Den Fahrradtourismus weiter voranzubringen ist ein gemeinsames Anliegen des Bundes, der Länder, der Gemeinden. Umso mehr freut es mich, dass sich so viele Experten aus Politik und Wirtschaft, aus überregionalen Verbänden und Vereinen gemeinsam mit dem Bund für dieses Projekt mit Leidenschaft und Begeisterung engagiert haben. Hierfür möchte ich mich bei Ihnen an dieser Stelle ganz herzlich danken. Besonderer Dank gilt dem außerordentlichen Engagement des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) als Projektträger sowie der dwif-Consulting GmbH und der BTE-Tourismusmanagement und Regionalentwicklung.

Diese Studie ist einfach gut, gut für den Fahrradtourismus, gut für die Wirtschaft, gut für das wunderschöne Reiseland Deutschland.

Ich bin fest davon überzeugt, dass durch dieses wichtige Projekt Investitionen gefördert, Einkommen gestärkt, Beschäftigungseffekte geschaffen, Wachstum belebt und die „Räder in Schwung“ gehalten werden.

Ich wünsche Ihnen allen, dass Sie die Ergebnisse nutzen und die vielen kreativen Empfehlungen umsetzen können. Viel Spaß und vor allem Erfolg!

Ihr

Ernst Hinsken, MdB
Beauftragter der Bundesregierung für den Tourismus



Vorwort



Fahrradurlaub in Deutschland - beliebter denn je! Im touristischen Geschehen gehört das Thema „Radfahren“ zu den Dauerbrennern und zeichnet große Wachstumspotenziale auf. Auch hier zeigt sich der Deutschlandtourismus mal wieder von seiner vielseitigen Seite!

Die vorliegende Studie, die der Tourismusbeauftragte der Bundesregierung, Ernst Hinsken, im März 2007 auf der Konferenz „Fahrradtourismus: Neue Wege in Deutschland“ angekündigt hat, liefert erstmals zuverlässige detaillierte Marktdaten zum Fahrradtourismus in Deutschland! Beleuchtet wird nicht nur das breite fahrradtouristische Angebot, sondern auch dessen Nachfrageseite sowie die dazugehörigen Marketingaktivitäten. Einen herausragenden Stellenwert erhält der Wirtschaftsfaktor Fahrradtourismus. Konkrete Berechnungen der Wertschöpfung liefern eine solide Datenbasis für künftiges Handeln. Neben den ökonomischen Kennziffern, liefert die Studie aber auch einen umfangreichen Maßnahmenkatalog und gibt Handlungsvorschläge für eine dauerhafte Positionierung im Markt. Anhand der vorliegenden gesicherten Erkenntnisse über den touristischen Fahrradmarkt können Regionen und Städte dauerhaft am Ausbau des Marktsegmentes arbeiten, neue Angebote entwickeln und zusätzliche Gästezahlen generieren.

Unser besonderer Dank gilt dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), mit dessen finanzieller Förderung die Studie realisiert werden konnte. Ebenso möchten wir dem Projektbeirat, bestehend aus Vertretern des BMWi, des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung, des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs (ADFC), der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) sowie ausgewählten Vertretern der Landesministerien, der Landestourismusorganisationen, von Radreiseveranstaltern und Radfernwegen für die inhaltliche und fachliche Begleitung unseren besonderen Dank aussprechen.

Für die wissenschaftliche Ausarbeitung und Erhebung der Daten danken wir der dwif-Consulting GmbH (München), der BTE Tourismusmanagement, Regionalentwicklung (Hannover) sowie der Europäischen Reiseversicherung AG für ihre Unterstützung.

Ihr

Reinhard Meyer
Präsident des DTV

I Ausgangssituation

1 Anlass und Inhalte der Studie

Der Fahrradtourismus ist in Deutschland eines der am weitesten verbreiteten Nachfragesegmente und erfreut sich einer zunehmenden Beliebtheit. Nicht nur die nahezu überall vorhandenen Ausübungsmöglichkeiten, sondern auch eine hohe Umweltverträglichkeit tragen maßgeblich hierzu bei. Verschiedene unabhängige Studien sowie Schätzungen des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs (ADFC) weisen bislang Eckdaten zum Volumen und zur Wirtschaftskraft des Fahrradtourismus aus. Die hohe Nachfrage, das stärkere ökologische Bewusstsein sowie weitere Einflüsse, wie der demografische Wandel oder hohe Benzinpreise, lassen auf ein gutes Wachstumspotenzial im Fahrradtourismus hoffen. Seine herausragende Rolle ist in vielen deutschen Tourismusregionen festzustellen, allerdings fehlen bislang verlässliche und insbesondere vergleichbare Angaben zum Gesamtvolumen dieses Nachfragesegments. Hinzu kommt, dass der Begriff Fahrradtourismus bislang nicht eindeutig definiert ist, sodass schon allein deswegen unterschiedliche Ergebnisse bisweilen vorliegen. Hier Abhilfe zu schaffen, ist einer der Schwerpunkte dieser Untersuchung.

Die Grundlagenuntersuchung soll der Entwicklung einer langfristigen Handlungsstrategie zum Ausbau des Fahrradtourismus in Deutschland dienen und zur Stärkung der Wettbewerbsposition beitragen.

Projekträger der Studie ist der Deutsche Tourismusverband e. V. mit finanzieller Unterstützung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Fachlich unterstützt wurde die Studie durch einen Fachbeirat, der dem Gutachterteam nicht nur in drei Sitzungen, sondern auch in vielen Gesprächen mit Rat und Tat zur Seite stand und somit maßgeblich zum Gelingen der Arbeit beigetragen hat.

Die inhaltliche Bearbeitung erfolgte durch die dwif-Consulting GmbH in Kooperation mit der Firma BTE Tourismusmanagement, Regionalentwicklung sowie der Europäischen Reiseversicherung AG, die insbesondere durch die Beisteuerung von Sonderauswertungen des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus wertvolle Zusatzkenntnisse ermöglichte.

Projektbegleitender Fachbeirat

Bundesministerien

- ▶ Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
- ▶ Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung
- ▶ Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit

Vertreter der Ministerien der Länder

- ▶ Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern
- ▶ Wirtschaftsministerium des Landes Baden-Württemberg
- ▶ Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau, Rheinland-Pfalz

Vertreter der Bundesorganisationen

- ▶ Deutscher Tourismusverband e.V.
- ▶ Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
- ▶ Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V.

Vertreter der Landestourismusorganisationen

- ▶ TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
- ▶ Tourismus Zentrale Saarland GmbH
- ▶ Thüringer Tourismus GmbH

Vertreter der Tourismusregionen

- ▶ Tourismusverband Naturpark Altmühltal
- ▶ Projektbüro Emsradweg

Vertreter der Radreiseveranstalter

- ▶ Rückenwind Reisen GmbH
- ▶ Die Mecklenburger Radtour

Die vorliegende Studie gliedert sich in sieben verschiedene Themenblöcke. Nach den einleitenden Kapiteln zur Ausgangssituation und **Rahmenbedingungen** werden im dritten Kapitel das Mengengerüst der Radurlauber in Deutschland quantifiziert und ökonomische Effekte sowie die aus dem Fahrradtourismus resultierende **Wirtschaftskraft** aufgezeigt. Darauf folgend werden im Kapitel zur **fahrradtouristischen Nachfrage** Marktforschungsergebnisse getrennt nach Radreisenden mit und ohne Übernachtung präsentiert. Das sich anschließende Kapitel geht auf verschiedenste **Angebote im Fahrradtourismus** ein: auf die Weeginfrastruktur sowie radfreundliche Betriebe, die fahrradtouristische Ausrüstung und auf sonstige radtouristische Angebote und Dienstleistungen. Mit der **Vermarktung radtouristischer Produkte** bei Tourismusmarketingorganisationen und

bei Reiseveranstaltern befasst sich das Kapitel VI. Zuletzt werden, abgeleitet aus den vorherigen Themenblöcken, **Handlungsempfehlungen** zum Ausbau des Radtourismus in Deutschland gegeben. Abgerundet wird die Untersuchung durch einen Anhang und die Literaturliste.

Die Studie wurde für den Leser besonders anschaulich gestaltet. Wo immer es möglich und sinnvoll war, wurden Praxisbeispiele eingefügt.

2 Methodik

Die Ergebnisse der Grundlagenuntersuchung basieren auf folgenden Erhebungen und methodischen Bausteinen:

- ▶ Abfrage der zuständigen Landesministerien zur Länge der Radrouten und zur Förderung des Fahrradtourismus
- ▶ Ergänzende (telefonische) Gespräche mit den Landesvermessungsämtern
- ▶ Analyse der Radreisen-Pauschalangebote einschlägiger Radreiseveranstalter in Deutschland
- ▶ Website-Checks der Tourismusmarketingorganisationen der Bundesländer und Regionen
- ▶ Abfrage (Onlinefragebogen und Telefoninterviews) der Tourismusmarketingorganisationen der Bundesländer und Regionen
- ▶ Sonderauswertung des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus (Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008):
Beim Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus handelt es sich um eine vom dwif in Kooperation mit der Manova GmbH kontinuierlich durchgeführte Befragung von Übernachtungsgästen, bei der durch vor Ort während des Aufenthaltes durchgeführte „face to face“-Interviews in vergleichbarer Weise das Reise- und Informationsverhalten sowie die Zufriedenheit und Wiederbesuchsabsicht von in- und ausländischen Urlaubs- und Geschäftsreisenden in ganz Deutschland erfasst werden. Insgesamt wurden im ersten Befragungsjahr (Mai 2007 bis April 2008) **mehr als 15.000 Gäste** befragt, die als Grundgesamtheit für die hier durchzuführenden Sonderauswertungen zur Verfügung standen. Aufgrund der sehr aufwendigen Untersuchungsanlage sowie der Gewichtung der Ergebnisse anhand von unterschiedlichen Merk-

malen erreichen die hier dargestellten Resultate ein hohes Maß an Repräsentativität und Aussagekraft. Die Auswertung dieser in der Regel nur den Teilnehmern (DZT, Bundesländer, Regionen und Städte) zugänglichen Ergebnisse wurde durch die Europäische Reiseversicherung, den Auftraggeber des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus, ermöglicht. Während die Teilnehmer in der Regel all ihre Auswertungen durch ein Online-Tool durchführen können und sich damit individuelle, vergleichende Analysen erstellen (Benchmarking), wurden für die Zwecke dieser Untersuchung zusätzlich die „Rohdaten“ spezifischen Auswertungen unterzogen.

- ▶ Sonderauswertung der Grundlagenuntersuchung „Tagesreisen der Deutschen“ (dwif 2005–2007):

Die vom dwif herausgegebene Grundlagenuntersuchung „Tagesreisen der Deutschen“ wurde für diese Untersuchung einer Sonderauswertung unterzogen. Bei der Tagesreisenuntersuchung handelt es sich um eine von den Wirtschaftsministerien des Bundes und der Bundesländer finanzierte, repräsentative telefonische Befragung der Wohnbevölkerung zum Tagesreiseverhalten. Befragt wurden über drei Jahre hinweg insgesamt **mehr als 100.000 Personen**, die über ihr generelles Ausflugsverhalten und im Detail über ihre zuletzt durchgeführte Tagesreise, sofern diese nicht mehr als vier Wochen zurücklag, Auskunft gaben.

- ▶ Zwei Zusatzfragen in der Trendscope-Studie „Radreisen der Deutschen 2008“ (Trendscape 2008):

Für die Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus in Deutschland wurden in der Trendscape-Marktstudie „Radreisen der Deutschen 2008“ zwei Sonderfragen gestellt. Die Studie liefert allgemeine Kennzahlen zum deutschen Radreisemarkt (u. a. Soziodemografie, Radreiseverhalten, Motive, Zufriedenheit, Radreiseziele) wie auch Angaben zum Marktpotenzial und eine anhand psychografischer Merkmale erstellte Radurlauber-Typologie. In der Erhebungsphase (April bis September 2008) wurden insgesamt rund 4.000 Radtouristen an Radfernwegen, regionalen Radwegen und auf Radveranstaltungen, verteilt über das gesamte Bundesgebiet, befragt.

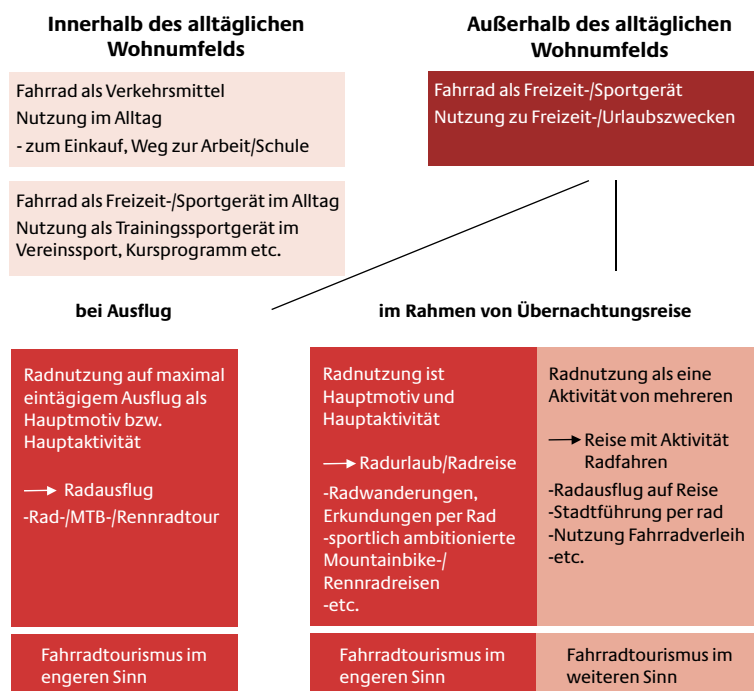
- ▶ Allgemeine Internet- und Literaturrecherchen

3 Definition

Unter Fahrradtourismus werden bestehenden allgemeinen Definitionen zufolge diejenigen Beziehungen und Erscheinungen verstanden, die sich aus der Nutzung von Fahrrädern jeglicher Art zum Zweck der Freizeit- und Urlaubsgestaltung außerhalb des Wohnumfelds ergeben (vgl. Liebsch 2003). Inbegriffen sind hierbei sowohl Kurz- und Tagesausflüge als auch Übernachtungsreisen.

Unberücksichtigt bleibt hierbei die Nutzung des Fahrrads als Verkehrsmittel im Alltag (z. B. zu Einkaufsfahrten, auf dem Weg in die Arbeit/Schule etc.) sowie zur Freizeitgestaltung im alltäglichen Wohnumfeld. Das Wohnumfeld wird hierbei üblicherweise mit dem Wohnort gleichzusetzen sein, lediglich in Großstädten spielt das innerstädtische Verlassen des Wohnumfeldes eine größere Rolle. So ist es beispielsweise innerhalb Berlins ohne Probleme möglich, Ausflüge mit einer einfachen Distanz von mehr als 40 km durchzuführen.

Abb. 1: Definition Fahrradtourismus



Quelle: dwif 2009, eigene Darstellung

Zum Fahrradtourismus tragen jedoch nicht nur diejenigen Radfahrer bei, für die Radfahren das Hauptreisemotiv darstellt, sondern auch diejenigen, die dieser Aktivität nur gelegentlich im Laufe ihrer Reise nachgehen. Demnach soll vom Fahrradtourismus im engeren und weiteren Sinn gesprochen werden. Die Autoren legen der Arbeit, in Abstimmung mit dem projektbegleitenden Fachbeirat, die nachfolgenden Definitionen zugrunde:

Zum **Fahrradtourismus im engeren Sinne** zählen alle Reisen, bei denen Radfahren als Hauptmotiv für den Ausflug bzw. die Reise gelten kann. Festzumachen ist dies unter anderem an der Bezeichnung der Urlaubsart als „Fahrradurlaub“ und der gleichzeitigen Angabe einer „häufigen“ Fahrradnutzung während des Urlaubs.

Fahrradtourismus im weiteren Sinne bezeichnet demnach das Beziehungsgeflecht, das sich durch die ein- oder mehrmalige Fahrradnutzung auf einem Ausflug bzw. einer Reise ergibt, ohne jedoch Hauptanlass dafür zu sein. Hierbei stehen andere Reisemotive (Erholungsurlaub, Badeurlaub, Kultururlaub etc.) im Vordergrund und das Fahrradfahren wird lediglich als eine von mehreren Aktivitäten während des Urlaubs gesehen.

Zudem soll im Rahmen dieser Grundlagenuntersuchung zwischen Radausflüglern (= ohne Übernachtung) und Radurlaubern (= mit Übernachtung) unterschieden werden. Somit können auch Radausflügler aufgrund ihrer Hauptmotivation dem Fahrradtourismus im engeren Sinn zugerechnet werden.

Fahrradtouristen lassen sich nach ihren soziodemografischen oder verhaltensorientierten Merkmalen in verschiedene Gruppen einteilen, z. B. in Radsportler, Familienradler, Genussradler etc. In der Marktforschung wurde deutlich, dass der genutzte **Fahrradtyp** als **wesentliches Unterscheidungs-**

merkmal besonders geeignet ist. Hierbei hat sich die Dreiteilung nach Trekking- bzw. Reiserad, Mountainbike und Rennrad als günstig erwiesen. In Abhängigkeit davon variieren die Präferenzen der Radfahrer, aber auch das radtouristische Angebot. Auf diese Typologien wird an anderer Stelle (Kapitel IV.1) genauer eingegangen.

Bei der Organisation der Radreisen kann zwischen **Pauschal-Radurlaubern** und **Individual-Radurlaubern** unterschieden werden. Wie sich an anderer Stelle genauer zeigen wird, dominieren eindeutig die Individualreisenden. Dennoch bieten viele (teils sogar spezialisierte) Reiseveranstalter Radreisen zur Buchung an. Während der individuell reisende Radtourist sehr flexibel und nach seinem eigenen Willen die Reise gestalten kann, hierbei jedoch sehr viel Eigeninitiative, insbesondere bei der Suche einer geeigneten Unterkunft, zeigen muss, legt der pauschal reisende Radurlauber Wert auf einen geregelten Reiseablauf mit vorgebuchten Unterkünften und verringert somit den Organisationsaufwand während der Reise. Pauschal-Radreisen können unterschieden werden in eine individuelle Variante ohne Reiseleitung und in eine geführte Variante mit Reisebegleitung und zumeist auch Begleitbus. Näheres hierzu findet sich in Kapitel V.3.5.

Die Reise verläuft dabei in Form entweder einer **Etappenradreise** oder einer **Standortradreise** oder einer **Rundreise**. Auch eine Kombination aus beiden ist möglich.

- ▶ Etappenradreise: Der Ort der Unterkunft wechselt täglich. Start- und Zielpunkt sind nicht identisch; auch „Streckenradreise“ oder „Radwanderreise“ (ETI 2007) genannt;
- ▶ Standortradreise: mehrere Übernachtungen in ein und derselben Unterkunft mit Sternfahrten in die umliegende Region; auch „Stern-Radtouren“ (ETI 2007) oder „Regio-Radreisen“ (Trendscope 2008) genannt;
- ▶ Rundreise: ähnlich der Etappenreise mit täglich wechselnden Unterkünften. Start- und Zielpunkt sind jedoch identisch.

Neben diesen Reisen, in denen das Radfahren eine selbst durchgeführte Aktivität darstellt, gibt es auch passive radtouristisch motivierte Reisen, nämlich in Form von Besuchen bei Radsportveranstaltungen oder Messen. Diese Art des Fahrradtourismus soll in dieser Grundlagenuntersuchung jedoch nicht weiter betrachtet werden.

II Rahmenbedingungen

1 Radtourismus in Studien und touristischen Entwicklungskonzepten

Die meisten der in Deutschland zum Thema Fahrradtourismus erstellten Studien zeichnen sich durch **starke Regionalität** aus. Zwar wurde dieses Themengebiet schon häufiger durch hier nicht näher zu erläuternde Diplomarbeiten bearbeitet, eine umfassende Betrachtung auf Länder-, geschweige denn auf Bundesebene, liegt nicht vor.

Folgende Tabelle zeigt eine Auswahl bestehender radtouristischer Studien in den einzelnen Bundesländern. Die Informationen basieren auf Nennungen im Rahmen der Abfrage der zuständigen Landesministerien und erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit:

Die in Deutschland bekannteste Untersuchung zum Fahrradtourismus ist die ADFC-Radreiseanalyse (ADFC 2008a, 2009). Seit 1999 wird sie jährlich im Rahmen der ADFC-Presskonferenz auf der ITB präsentiert. Die Radreiseanalyse versucht, folgende fünf Themenfelder näher zu analysieren:

- ▶ **Radrouten/Regionen:**
Welches sind die beliebtesten Radrouten in Deutschland und im Ausland? Welches sind die beliebtesten Radregionen in Deutschland und im Ausland? Welche Radroute wurde im Vorjahr am meisten befahren? Zu diesen Fragen geben Rankinglisten Aufschluss.
- ▶ **Radfahren im Urlaub:**
Durch Exklusivfragen des ADFCs bei der F. U. R. Reiseanalyse wird die Bedeutung der Radreise als Urlaubsform für die deutsche Bevölkerung näher beleuchtet. Daneben steht auch die Entwicklung der Urlaubsaktivität Radfahren gegen-

Tab. 1: Auswahl von Studien zum Fahrradtourismus in Deutschland

Bremen	<ul style="list-style-type: none"> ▶ PROJECT M 2004: Profilierung des Radtourismus im Nordwesten. Lüneburg. ▶ Planungsbüro Richter-Richard 2003: Konzeptstudie Fahrradtourismus in der Geestenniederung.
Mecklenburg-Vorpommern	<ul style="list-style-type: none"> ▶ IBS Ingenieurbüro Schwerin 2004: Radwanderrouutenkonzept Mecklenburg-Vorpommern. ▶ Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern (Hrsg.) 2004: Volkswirtschaftliche und arbeitsmarkt-politische Bedeutung des Radtourismus in Mecklenburg-Vorpommern sowie Marketinganalyse. Schwerin. ▶ Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern (Hrsg.) 2007: Radtourismus und Radwanderwegeoffensive Mecklenburg-Vorpommern. Schwerin.
Nordrhein-Westfalen	<ul style="list-style-type: none"> ▶ dwif 2007: Wirtschaftliche Effekte durch die Bike Arena Sauerland. München. ▶ Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes NRW (Auftraggeber): Befragung von Nutzern des Radroutenplaners NRW zum landesweiten Radverkehrsnetz.
Rheinland-Pfalz	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ETI 2007: Regionalwirtschaftliche Effekte des Radtourismus in Rheinland-Pfalz. Trier.
Saarland	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Sparkassenverband Saar 2005: Tourismusbarometer Saarland Jahresbericht 2005. Saarbrücken.
Sachsen	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Futour 2003/2005: Evaluierung Elberadweg 2003/2005. Dresden.
Sachsen-Anhalt	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Trägersgesellschaft Land Sachsen-Anhalt GmbH 2007: Erarbeitung einer Konzeption zur Erschließung von Entwicklungspotenzialen zum Schwerpunktthema Radtourismus in Sachsen-Anhalt (EFRE-Projekt). ▶ Ministerium für Wirtschaft und Arbeit Sachsen-Anhalt 2008: Radtourismus in Sachsen-Anhalt. Magdeburg (= Tourismusstudien Sachsen-Anhalt 28).
Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen (länderübergreifend)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ DTV 2007: Evaluierung Oder-Neiße-Radweg. Bewertung der Entwicklung des Oder-Neiße-Radweges von 2000 bis 2006.

Quelle: dwif 2009, eigene Darstellung (Abfrage der Landesministerien, Stand 2008)

über anderen Aktivitäten im Mittelpunkt des Interesses.

- ▶ Neue Produkte und Innovationen im Radtourismus:
Innovative Themen und Trends im Radtourismus werden vorgestellt und näher betrachtet.
- ▶ Fahrradmitnahme bei der Deutschen Bahn AG:
Für die Darstellung der Entwicklung der Fahrradmitnahme bei der Deutschen Bahn wird – so weit sie zur Verfügung gestellt werden – auf deren Daten zurückgegriffen. Die Darstellung erfolgt, wenn möglich, als nach Nah-, Fern- und Nachtverkehr differenzierte Zeitreihe.
- ▶ Aktuelle Daten zu Einzeluntersuchungen im In- und Ausland:
Hierbei werden interessante Daten von Fahrradportalen im Internet, Diplom- und Doktorarbeiten, Universitäten, Tourismusverbände etc. vorgestellt.

Eine umfangreiche Literaturliste zum Thema Fahrradtourismus findet sich im Internet auf den Seiten des Fachausschusses Tourismus des ADFC (www.fatourismus.adfc.de).

Fahrradtouristische Aspekte bzw. konkrete Handlungsempfehlungen finden aber auch in touristischen Entwicklungskonzepten in fast allen Bundesländern Berücksichtigung. Spezielle **radtouristische Entwicklungskonzepte** oder tief reichende Handlungsempfehlungen für den Radtourismus sind bisher nur in wenigen Bundesländern verbreitet. Folgende Übersicht gibt einen Überblick über die in den Bundesländern existierenden Entwicklungskonzepte mit expliziten radtouristischen Ausführungen.

In Berlin existiert das allgemeine Konzept des Senats „Radverkehrsstrategie für Berlin“ aus dem Jahr 2004. Radtouristische Aspekte werden hierbei jedoch nicht behandelt. Im touristischen Entwicklungskonzept von Schleswig-Holstein sowie in Hessen wird der Radtourismus beispielhaft erwähnt, jedoch wird nicht näher darauf eingegangen. Ebenso wenig wird in Bayern das Thema Fahrradtourismus auf Landesebene als separates Themenfeld bearbeitet, da die Nachfrage-segmentierungen nach anderen Kriterien erfolgen. In Baden-Württemberg, Bremen, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen konnten keine Konzepte mit radtouristischer Berücksichtigung ausfindig gemacht werden.

Tab. 2: Entwicklungskonzepte mit Ausführungen zum Radtourismus der Bundesländer

Bundesland	Bezeichnung	Kurze Erläuterung	Jahr
Thüringen	Radverkehrskonzept Thüringen	zum allgemeinen Radverkehr inklusive radtouristischer Aspekte	Juni 2008
Rheinland-Pfalz	Touristisches Entwicklungskonzept Rheinland-Pfalz	Allgemeines Konzept mit radtouristischen Aspekten	2004
Brandenburg	(Evaluierung der) Handlungsempfehlung für die Weiterentwicklung des Radtourismus im Land Brandenburg	Speziell radtouristisches Entwicklungskonzept	2001 und Neuauflage 2008
Sachsen-Anhalt	Radwanderwegekonzept für das Land Sachsen-Anhalt	Speziell radtouristisches Entwicklungskonzept	1999
Saarland	Touristischer Masterplan für das Saarland	Bildung des Projektkreises Radtourismus	2000
Mecklenburg-Vorpommern	Radwanderwegenkonzept Mecklenburg-Vorpommern	Konzept zur Entwicklung von Radwanderwegen	2004
Sachsen	Radverkehrskonzeption für den Freistaat Sachsen	zum allgemeinen Radverkehr inklusive radtouristischer Aspekte	2005
Hamburg	Radverkehrsstrategie für Hamburg	zum allgemeinen Radverkehr inklusive radtouristischer Aspekten	2008–2015

i

Praxisbeispiel: Landesweite Koordinierungsstelle für radtouristische Infrastruktur Schleswig-Holstein

Schleswig-Holstein ist das einzige Bundesland, das eine landesweite Koordinierungsstelle für die radtouristische Infrastruktur hat. Diese wurde 2006 vom Wirtschaftsministerium bei der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein eingerichtet. Die Arbeit der Radkoordinierungsstelle wird aus dem Schleswig-Holstein Fonds gefördert (1 Vollzeit- arbeitskraft, Fördersumme für die Jahre 2006 bis 2009 insgesamt 342.000 Euro). Zu den Aufgaben zählt u.a.

- ▶ Koordination der radtouristischen Aktivitäten in Schleswig-Holstein und Information der Partner
- ▶ Bestandserfassung und -dokumentation der Radwege im Land (Datenbank)
- ▶ Pflege des Radportals www.sh-fahrradland.de
- ▶ Pflege des Radexpertenportals www.sh-rad-experten.de
- ▶ Erarbeitung und Vermittlung der Qualitätskriterien sowie Qualitätssicherung
- ▶ Innovationen im Radtourismus (z. B. GPS und Radfahren, vgl. Kap. VII 3.5)

Beim bundesweiten Wettbewerb 'best for bike' wurde die Einrichtung der Radkoordinierungsstelle in der Kategorie 'Fahrradfreundlichste Entscheidung des Jahres' 2009 mit dem 2. Platz ausgezeichnet (weitere Informationen: www.sh-business.de/de/themenmanagement-rad-fahren).

2 Nationaler Radverkehrsplan und Fahrradberichte der Bundesregierung

Die **Förderung des Radverkehrs** ist ein Anliegen der Bundesregierung, welches in dem von der Bundesregierung unter Beteiligung der Länder und Kommunen sowie von Verbänden entwickelten **Nationalen Radverkehrsplan (NRVP)** (2002–2012) formuliert wurde. Die darin erarbeiteten Umsetzungsstrategien und Handlungsempfehlungen sollen zu einem **fahrradfreundlichen Klima in Deutschland** beitragen.

Der Nationale Radverkehrsplan (NRVP) sowie die Fahrradberichte der Bundesregierung aus den Jahren 2000 und 2007 konzentrieren sich auf die Darstellung der Situation des allgemeinen Radverkehrs in Deutschland und dessen Förderung. Radtouristische Aspekte werden hier nur am Rande behandelt. Dennoch wurde bereits hier auf die Zunahme des Radtourismus und seiner Bedeutung als Wirtschaftsfaktors ausdrücklich hingewiesen. Der Fahrradtourismus soll demnach am Standort Deutschland gestärkt werden. Dem **Zweiten Fahrradbericht der Bundesregierung** konnten folgende radtouristische Handlungsempfehlungen entnommen werden (BMVBS 2007a):

- ▶ Schaffung einer federführenden Instanz zur Planung, Errichtung, Koordinierung der Umsetzung und Unterhaltung sowie zur Festlegung von Qualitätsstandards bei Realisierung eines überregionalen Radroutennetzes; bei Landesgrenzen überschreitenden Radrouten **Schaffung landesweiter Koordinierungsstellen**
- ▶ Nutzung der **Synergieeffekte** zwischen Alltags- und Freizeitradverkehr
- ▶ stärkere Rücksichtnahme auf **Qualitätsanforderungen** (Wegequalität, Wegweisung), insbesondere bei der Vergabe von Fördermitteln
- ▶ Vorrang bei der Vergabe von **Fördermitteln für grenzüberschreitende Strecken** in größeren Netzzusammenhängen
- ▶ **Vorrang von Qualitätsverbesserungen** bei der Infrastruktur vor der Schaffung neuer Angebote
- ▶ **Nutzung** von Möglichkeiten **des zweiten Arbeitsmarktes** zur Qualitätsverbesserung und beim Unterhalt radtouristischer Routen
- ▶ **grenz- und baulastübergreifende Zusammenarbeit** bei der Pflege der Infrastruktur, insbesondere als Unterstützung kleiner Kommunen ohne entsprechende personelle und technische Kapazitäten
- ▶ **Übernahme der Haftungsrisiken** der Verkehrssicherungspflicht entlang von Radrouten durch Einbeziehung in die kommunale Haftungs- pflichtversicherung der Gemeinden.

Trotz aufgekommener Kritik (ADFC 2008c) soll auch weiterhin an den dort formulierten Visionen und Zielen festgehalten werden. Als notwendige Kommunikations- und Informationsplattform zum Nationalen Radverkehrsplan wurde somit im Internet das „**Fahrradportal**“ geschaffen: www.nationaler-radverkehrs-

plan.de. Dieses Portal des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung richtet sich an die verschiedenen Anbieter der Radverkehrsinfrastruktur (Kommunen, Länder, ÖPNV etc.) sowie an sonstige Fachinteressenten. In verschiedenen Rubriken wird über aktuelle Entwicklungen, Wettbewerbe, weiterführende Literatur und Konferenzen zum Thema Radverkehr informiert. Wesentliche Bestandteile sind darüber hinaus die **Förderfibel Radverkehr**, auf die im folgenden Kapitel genauer eingegangen wird, sowie das Fortbildungsangebot „**Fahrradakademie**“. Letztere richtet sich mit einem abwechslungsreichen Schulungsangebot insbesondere an Kommunen, die z. B. eine Erhöhung des Radverkehrsanteils oder eine Verbesserung der Verkehrssicherheit anstreben. Den Nationalen Radverkehrsplan gibt es in mehreren Sprachen zum Download.

3 Staatliche Förderung der Radverkehrsinfrastruktur

Ein Ergebnis des Nationalen Radverkehrsplans (NRVP) war die **Bereitstellung größerer finanzieller Ressourcen** des Bundes für die Förderung des Radverkehrs. Sowohl für investive Maßnahmen, wie **den Bau und die Erhaltung von Radwegen** in der Baulast des Bundes, als auch für nicht investive Maßnahmen im Bereich der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit wurden im Rahmen des NRVPs die Mittel erhöht. 2002 wurde im Bundeshaushalt der Posten für den Bau und die Erhaltung von Radwegen in der Baulast des Bundes mit einer Höhe von 100 Mio. Euro festgelegt und somit im Vergleich zu den Vorjahren sogar verdoppelt. Zum Ausbau und zur Erhaltung von Freizeitradwegen entlang von Bundeswasserstraßen – hierzu zählen auch beliebte Flussradwege – wurde 2004 ein zusätzlicher Haushaltsposten von zehn Mio. Euro eingerichtet, der nicht vollständig ausgeschöpft ist. Für nicht investive Maßnahmen werden seit 2004 jährlich zwei Mio. Euro vom Bund bereitgestellt. Die Erhöhung der Mittel führte bereits zu einer deutlichen Steigerung der Initiativen zum Bau bzw. Ausbau von Radwegen (BMVBS 2007a).

Die Komplexität der Frage nach den zuständigen Verantwortlichen bzw. Baulastträger, die hinter den Investitionen in die Radverkehrsinfrastruktur stehen, zeigte sich bei der Abfrage der Landesministerien. Neben dem Bund treten auch Länder, Land-

kreise, Kommunen und sogar private Organisationen (z. B. Vereine) als Bauherren für Radwege auf. Daneben existieren in den unterschiedlichen Ressorts auch verschiedene Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten für den Radverkehr, die nicht im Detail nachvollzogen werden können. Zudem kann die Radinfrastruktur auch von eigentlich radverkehrs- und tourismusfremden Fördermaßnahmen, z. B. für den ländlichen Wegebau, profitieren.

Über das in den letzten zehn Jahren in die (touristische) Radverkehrsinfrastruktur geflossene **Gesamtvolumen** (Finanzierung und Förderung) können vonseiten der Landesministerien nur bruchstückhafte und kaum vergleichbare Ergebnisse geliefert werden und diese lassen keinesfalls eine verlässliche Nennung der Gesamtinvestition in das Radwegenetz der letzten zehn Jahre in Deutschland zu.

Dennoch konnten im Rahmen der Abfrage der für die Radverkehrsinfrastruktur verantwortlichen Landesministerien einige wichtige Ergebnisse gewonnen werden. Von den nicht aufgeführten Bundesländern lagen keine nennenswerten Ergebnisse vor:

- In **Baden-Württemberg** flossen von 2002–2007 rund 300.000 Euro in Marketingmaßnahmen sowie in die Qualitätssicherung und die Beschilderung der touristischen Radwege; rund 106 Mio. Euro kostete der Bau von rund 425 km Radwegen entlang von Bundes- und Landstraßen (2000–2007). Für den Radwegbau durch GVFG¹-Maßnahmen fielen Kosten in Höhe von rund 136 Mio. Euro an, welche durch rund 94 Mio. Euro Zuwendung bezuschusst wurden. Im Rahmen des Tourismusinfrastrukturprogramms flossen in der Zeit von 1998 bis 2007 für insgesamt acht Maßnahmen rund 410.000 Euro vom Wirtschaftsministerium in den Ausbau der Radverkehrsinfrastruktur; zusätzliche Sonderzuwendungen des Wirtschaftsministeriums hierfür belaufen sich auf rund 240.000 Euro.
- Für die Instandsetzung der Radfernwege in **Berlin** (Europaradweg R1, Radfernweg Berlin-Useedom, Radfernweg Berlin-Kopenhagen) wurden im Zeitraum 2002–2007 insgesamt rund 8,3 Mio. Euro verausgabt. Die Förderung touristischer Radwege erfolgt zurzeit ausschließlich aus Mit-

¹ GVFG: Gemeindefinanzierungsgesetz

teln der Gemeinschaftsaufgabe (GA-Mitteln) „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“. Zusätzlich wurde der Ausbau des Berliner Mauerweges von 2002 bis 2007 mit einer Summe von 4,5 Mio. Euro aus GA-Mitteln gefördert.

- ▶ Das Ministerium für Infrastruktur und Raumordnung in **Brandenburg** finanzierte mit rund 54 Mio. Euro die Radwege (Bau und Erhaltung) an Bundesstraßen (2002–2007), mit rund 29 Mio. Euro die Radwege an Landesstraßen (Bau; 2000–2007) und förderte mit 16 Mio. Euro den Radwegbau an kommunalen Straßen. Für den Ausbau der Radinfrastruktur im ländlichen Raum wurden im Zeitraum 1997–2007 Fördermittel zur ländlichen Entwicklung (integrierte ländliche Entwicklung, landwirtschaftlicher Wegebau, LEADER+) in Höhe von rund 23 Mio. Euro bereitgestellt.
- ▶ Von 1996 bis 2006 standen in **Bremen** für den Ausbau der Fahrradinfrastruktur inklusive der Wegweisung und der Öffentlichkeitsarbeit ca. 60 Mio. Euro zur Verfügung.
- ▶ Zwischen 1997 und 2005 wurden vonseiten des Stadtstaats **Hamburg** 25,5 Mio. Euro in den Ausbau der allgemeinen Fahrradinfrastruktur investiert. Der genaue Anteil der davon profitierenden touristischen Wege lässt sich nicht ermitteln und würde nach Einschätzungen des Amts für Verkehr und Straßenwesen aufgrund der wenigen touristischen Radwege gering ausfallen.
- ▶ Das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung in **Hessen** finanzierte im Zeitraum von 1998 bis 2007 mit rund 53 Mio. Euro die Radwege an Bundesstraßen, mit rund 28 Mio. Euro die Radwege an Landesstraßen und förderte über das GVFG und das FAG² mit rund 89 Mio. Euro den Radwegbau an kommunalen Straßen.
- ▶ In **Mecklenburg-Vorpommern** stehen jährlich etwa zehn Mio. Euro für den Bau straßenbegleitender Radwege an Bundes-, Landes- und Kreisstraßen zur Verfügung. Es kann im Zeitraum von 1997 bis 2007 somit etwa von einer Summe von 100 Mio. Euro ausgegangen werden, die rund 1.300 gebauten Wegekilometern entsprechen.
- ▶ In **Nordrhein-Westfalen** hat sich durch den „Büggerradweg“ eine neuartige Finanzierungsquelle aufgetan: Durch private Spenden in Höhe von 3,3 Mio. Euro konnte der Bau eines Radwegs im Stadtgebiet Wuppertals zusätzlich zu den sonstigen staatlichen Fördermaßnahmen kofinanziert werden.
- ▶ In **Rheinland-Pfalz** konnten im Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau im Rahmen des Baus unselbstständiger Radwege entlang von Bundes-, Landes- und Kreisstraßen Ausgaben von rund 59 Mio. Euro registriert werden. Darüber hinaus wurden selbstständige Radwege in kommunaler Baulast mit weiteren rund 51 Mio. Euro gefördert.
- ▶ Beim **sächsischen** Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit wurden für Radwegemaßnahmen an Bundes- und Staatsstraßen von 1997 bis 2007 Investitionen von rund 43 Mio. Euro getätigt. Darüber hinaus existiert eine detaillierte Übersicht von geförderten Vorhaben, die dem investiven Fahrradtourismus zuzurechnen sind: Ausbau von Radwanderwegen, Errichtung von Rastplätzen oder Instandhaltung der Radwege. Über Finanzierungs-/Förderungsmöglichkeiten u. a. im Rahmen des EU-Förderprogramms INTERREG oder durch die Gemeinschaftsaufgabe „Förderung der wirtschaftsnahen Infrastruktur“ wurden in den Jahren 2002 bis 2007 rund 33,8 Mio. Euro an verschiedenste Leistungsempfänger ausbezahlt.
- ▶ In **Sachsen-Anhalt** wurde vonseiten des Ministeriums für Wirtschaft und Arbeit der Infrastrukturausbau von überregionalen Radwegen von 1997 bis 2007 mit einem Investitionsvolumen von ca. 15,5 Mio. Euro gefördert. Zur Beseitigung der Flutschäden wurden nach dem Sommerhochwasser 2002 aus dem Aufbauhilfefonds rund 19,5 Mio. Euro zur Wiederherstellung der touristischen Infrastruktur an den flutgeschädigten Abschnitten der überregionalen Radwege (Elberadweg, Europaradweg R1, Muldetalradweg, Gartenreichtour Fürst-Franz und Altmärkerrundkurs) zur Verfügung gestellt. Für den Radwegbau entlang Bundes- und Landesstraßen wurden vom Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr im Zeitraum von 1993 bis 2007 rund 46,7 Mio. Euro für 476 km Radwege an Bundesstraßen und 19 Mio. Euro für 218 km Radwege an Landesstraßen geleistet.

2 FAG: Finanzausgleichsgesetz

- In **Thüringen** standen nach Aussagen des Ministeriums für Bau und Verkehr von 1997 bis 2007 rund 14 Mio. Euro Fördermittel für den Bau von touristischen Radwegen zur Verfügung. Im Rahmen der Förderung des kommunalen Straßenbaus wurden in diesem Zeitraum Radwegebauprojekte mit ca. 4,2 Mio. Euro gefördert. Für den Neu-, Um-, Ausbau und die Erhaltung von Radwegen wurden an Bundesstraßen rund 21 Mio. Euro und an Landesstraßen rund 9 Mio. Euro eingesetzt.

Eine wesentliche Maßnahme im Rahmen des NRVPs war der Aufbau einer **Förderdatenbank**, um die Vielzahl der verschiedenen Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten transparent und anwenderfreundlich zu kommunizieren. Mithilfe einer Suchmaske können in der „Förderfibel Radverkehr“ auf dem Online-Portal des Nationalen Radverkehrsplans (www.nationaler-radverkehrsplan.de) je nach Bundesland und Maßnahmen verschiedene Förderungs- und Finanzierungsmöglichkeiten zum Radverkehr angezeigt werden. Speziell radtouristische Suchmöglichkeiten und die Listung von Fördermaßnahmen für den Radtourismus ergeben sich nur über die wählbaren Maßnahmen „Radwanderwege“ und „Rastplätze“.

Spezielle radtouristische Förderungs- bzw. Finanzierungsmöglichkeiten halten sich noch in Grenzen, werden aber zunehmend forciert. Zumeist werden sie indirekt über Maßnahmen der allgemeinen Radverkehrsinfrastruktur mitgefördert.



Fazit:

Die Bemühungen und Initiativen in den vergangenen Jahren vonseiten der Politik zur Entwicklung und Förderung des Radverkehrs liefern günstige Rahmenbedingungen für eine Intensivierung des Radtourismus in Deutschland. Auch verschiedene (rad)touristische Studien und Entwicklungskonzepte bestätigen die besondere Eignung Deutschlands für den Radtourismus.

III Wirtschaftsfaktor Fahrradtourismus in Deutschland

1 Mengengerüst der Fahrradtouristen

Ziel dieser Untersuchung ist es nicht, die Zahl der Fahrradfahrer in Deutschland zu quantifizieren. Vielmehr steht hier einzig die **touristische Nutzung des Fahrrades** im Fokus. Eine wichtige definitorische Abgrenzung ist bereits zu Beginn dieser Untersuchung in Kapitel I.3 getroffen worden. Demnach ist entscheidend, dass der Reise ein eindeutig radtouristisches Motiv zugrunde liegt. Diese Einschränkung führt zwar dazu, dass die ermittelten Volumenzahlen geringer ausfallen werden, sie hat jedoch den Vorteil, den realistischen Vergleich mit anderen touristischen Segmenten zu ermöglichen. Würde man die reine Nutzung des Verkehrsmittels Fahrrad in den Mittelpunkt der Überlegungen stellen, so wären gravierende Mehrfachzählungen unvermeidbar. Auch die Betrachtung der zurückgelegten Kilometer pro Verkehrsmittel birgt Unstimmigkeiten. Beispielsweise würde die Berücksichtigung der Ausprägung „Anreise mit dem Pkw und Nutzung des mitgebrachten Fahrrades während des Urlaubs“ dazu führen, dass die sehr viel höhere Kilometerleistung per Pkw die Fahrradnutzung nahezu restlos marginalisieren würde und hier kaum mehr von Fahrradtourismus die

Rede sein könnte. Aus diesem Grunde steht das **Reisemotiv „Fahrradurlaub“** auch als **zentrales Kriterium** hinter dem nachfolgenden Mengengerüst.

Wie bei allen touristischen Nachfragesegmenten so ist auch beim Fahrradtourismus zwischen Touristen mit und solchen ohne Übernachtung zu unterscheiden.

1.1 Fahrradtourismus ohne Übernachtung

Für die Quantifizierung dieses Nachfragesegementes wurde die Grundlagenuntersuchung „Tagesreisen der Deutschen“ (dwif 2005–2007), die das dwif zwischen 2004 und 2006 mit finanzieller Unterstützung der Wirtschaftsministerien des Bundes und der Bundesländer durchgeführt hat, einer Sonderauswertung unterzogen.

Touristische Destinationen in Deutschland empfangen im Jahr 2006 insgesamt rund **3,4 Mrd. Tagesreisen**, die sich nach dem Grundmotiv wie folgt aufteilen.

Tab. 3: Verteilung der Tagesreisen mit Ziel Deutschland nach dem Hauptanlass – Jahr 2006

Hauptanlass	Zahl der Tagesreisen in Mio.	Anteile in %
Bekannten-/Verwandtenbesuch	935	27,5
Ausübung einer speziellen Aktivität	570	16,7
Veranstaltungsbesuch	315	9,3
Einkaufsfahrt	310	9,1
Besichtigung von Sehenswürdigkeiten	255	7,5
Spazierfahrt	220	6,5
Lokalbesuch	170	5,0
Organisierte Fahrt	60	1,8
Klassische Dienstreise	340	10,0
Teilnahme an Seminaren, Schulungen u. Ä.	130	3,8
Teilnahme an Kongressen, Tagungen u. Ä.	55	1,6
Besuch von Messen, Ausstellungen u. Ä.	40	1,2
Insgesamt	3.400	100,0

Die Einordnung des Segmentes „Fahrradtourismus“ in diese Motivstruktur kann aus unterschiedlichen Blickwinkeln erfolgen:

- ▶ Eine Rad- oder Mountainbiketour ist sicherlich nicht selten der **Hauptanlass** für einen Tagesausflug. In diesem Fall ist im Rahmen der obigen Unterteilung eine Zuordnung zur Motivgruppe „Ausübung einer speziellen Aktivität“ vorzunehmen, die bei knapp 17 % der unternommenen Tagesreisen als Hauptanlass gelten kann. Die Radtour steht dabei natürlich in Konkurrenz mit einer ganzen Reihe anderer Betätigungen, wie z. B. wandern, Golf spielen, baden/ schwimmen, Ski oder eislaufen, rodeln und vielen mehr. Welche quantitative Bedeutung dem Radfahren in diesem Zusammenhang beizumessen ist, lässt sich aus dem vorliegenden Datenmaterial nicht im Detail ablesen, da diese Einzelaktivität bei der Befragung nicht als spezifischer Hauptanlass definiert und entsprechend abgefragt wurde. In Anbetracht der Vielzahl möglicher spezieller Aktivitäten dürften Radtouren, bei denen Radfahren als alleinige Hauptaktivität im Mittelpunkt steht, allerdings nur maximal 10–15 Prozent dieser Motivgruppe darstellen.
- ▶ Sehr viel häufiger ist Radfahren eine von zumeist mehreren **Aktivitäten**, die im Zuge einer Tagesreise durchgeführt werden. Es gibt praktisch keinen Hauptanlass, mit dem diese Aktivität nicht kombiniert werden könnte. Im Sinne dieser Studie kommen dabei allerdings nur jene Aktivitätskombinationen hinzu, bei denen das Radfahren als „überwiegende“ Aktivität anzusehen ist. Durch sorgfältige Abwägungen der Datensätze konnten mittels zahlreicher Plausibilitätstests und unter Anwendung des Vorsichtsprinzips, jene rund 80 Mio. „Mischausflüge“ identifiziert werden, die guten Gewissens als „Fahrradausflüge“ zu bezeichnen sind.
- ▶ **Ein weiteres wichtiges Ergebnis**, welches aus der Grundlagenstudie zu den Tagesreisen abgeleitet werden konnte, ist, dass jene Tagesreisen, die u. a. aus „fahrradtouristischen Motiven“ heraus Tagesreisen unternehmen, sich durch eine besonders hohe Mobilität auszeichnen. **Während der Durchschnittsbürger rund 35 Tagesreisen pro Jahr unternimmt, sind es bei den „Fahrradausflüglern“ mehr als doppelt so viele.**

Das **fahrradtouristisch relevante Marktsegment** lässt sich in Anbetracht aller oben genannten Erkenntnisse wie folgt quantifizieren, wobei auch hier Vorsicht angebracht ist. Das heißt, die ausgewiesenen Werte stellen **lediglich Mindestgrößen dar**. Auf der Basis der Grundlagenuntersuchung des dwif aus dem Jahr 2006, „Tagesreisen der Deutschen“, ergibt sich eine **Zahl der Tagesreisen, bei denen die Aktivität Fahrradfahren eine wesentliche Bedeutung hatte, von rund 153 Mio.**

Die Benutzung eines Fahrrades war somit ein (mit)bestimmender Programmbestandteil dieser Ausflüge, weswegen diese mit gutem Grund dem Segment Fahrradtourismus im engeren Sinne zuzurechnen sind.

Bewertung: Wichtig bei obiger Berechnung ist jedoch, dass hiermit keine allumfassende Quantifizierung der Fahrradnutzung im Freizeit- und Ausflugsbereich gemacht werden kann. Würde man die Verwendung des Verkehrsmittels Fahrrad bei Tagesausflügen beziffern, was wegen fehlender Erfassung des benutzten Verkehrsmittels bei der Grundlagenuntersuchung jedoch nicht möglich ist, so ergäben sich mit großer Wahrscheinlichkeit deutlich höhere Werte. Wenn andere Untersuchungen, mit anderen methodischen Ansätzen, zu deutlich höheren Zahlen für Tagesreisen mit dem Fahrrad kommen, so hat dies mit Sicherheit in der jeweils verwendeten Methode der Quantifizierung und auch in der definitorischen Abgrenzung seine Ursache. So ist nicht auszuschließen, dass große Teile der Fahrradnutzung in der Freizeit, auch wenn dabei das Wohnumfeld nicht verlassen wird oder aber „Routinetätigkeiten“ damit verbunden sind, in diesen Zahlen mit enthalten sein können. Für die Zwecke der hier vorliegenden Grundlagenuntersuchung zum **Fahrradtourismus** in Deutschland erscheint jedoch die **vorsichtige Herangehensweise** der geeignete Weg zu sein. Aus diesem Grunde wird die Zahl von **153 Mio. fahrradtouristischen Tagesreisen** auch bei der Berechnung des Wirtschaftsfaktors Fahrradtourismus Verwendung finden. Die hier ausgewiesenen Tagesreisen stellen mit großer Wahrscheinlichkeit nur den „harten Kern“ der fahrradtouristischen Tagesreisen dar. Bei dem ausgewiesenen Marktsegment handelt es sich nicht ausschließlich um klassische Rad- oder Mountainbike-

turen, auch wenn diese den mit Abstand größten Teilbereich darstellen dürften.

Einbezogen sind auch Tagesreisen, bei denen Fahrradfahren nur Mittel zum Zweck oder eine Aktivität unter mehreren war, wie z. B.:

- ▶ die Fahrt mit dem Fahrrad in den Zoo,
- ▶ eine Führung per Rad im Rahmen einer Städterei-
- ▶ ein Radausflug im Zuge eines Bekannten-/Ver-
- ▶ wandtenbesuchs usw.

Ein wesentliches Kriterium ist auch das Verlassen des Wohnumfeldes (ohne Übernachtung). Bei den rad-touristischen Tagesausflügen **nicht** enthalten sind deshalb

- ▶ Fahrten zum Arbeitsplatz (z. B. Schule, Studium, Berufsausübung),
- ▶ Einkaufsfahrten zur Deckung des täglichen Bedarfes (z. B. Lebensmitteleinkäufe) und
- ▶ regelmäßige Routineaktivitäten (z. B. Vereinsaktivitäten, Behördengänge, Gottesdienste).

Weitere Marktforschungserkenntnisse zu den Fahrradausflüglern sind in Kapitel IV.2 ausführlich dargestellt. Es ist darauf hinzuweisen, dass in der nachfolgend ausgewiesenen Größenordnung **nur die Fahrradausflüge der Deutschen im Inland** enthalten sind. Sowohl die Outgoing-Tagesreisen (daraus resultierende Umsätze werden weitgehend im Ausland getätigt) als auch die Incoming-Tagesreisen (hierzu liegen keine verlässlichen Daten vor) sind in den nachfolgenden Ausführungen ebenso wenig berücksichtigt wie die radspezifischen Freizeitaktivitäten im Wohnumfeld.

1.2 Fahrradtourismus mit Übernachtung

Auch beim Übernachtungstourismus ist eine eindeutige Identifikation von Fahrradtouristen mit erheblichen Schwierigkeiten behaftet. Grundsätzlich soll auch hier die Verwendung des Verkehrsmittels Fahrrad zwar eine notwendige, aber nicht allein hinreichende Voraussetzung sein. Für diese Grundlagenuntersuchung soll es vielmehr von ausschlaggebender Bedeutung sein, ob die Bezeichnung Fahrradreise von den befragten Touristen selbst ins Spiel gebracht wurde. Als wichtigste Quelle für die Quantifizierung diente der Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, eine deutschlandweite vergleichende Gästebefragung, die das dwif im Auftrag der Europäischen Reiseversicherung AG und der Deutschen Zentrale für Tourismus e. V. zwischen Mai 2007 und April 2008 durchgeführt hat (Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008). Insgesamt basiert die Berechnung auf rund 15.000 persönlichen Interviews mit Touristen, wobei auch speziell radtouristische Aspekte (wie sehr etwa das Fahrrad im Urlaub genutzt wird, ob es sich um einen speziellen Radurlaub handelt etc.) berücksichtigt wurden. Die Hochrechnung der Ergebnisse berücksichtigt auch die Tatsache, dass Fahrradtouristen, die sich auf einer Rundreise befinden und nur jeweils eine Nacht an einem Ort verbringen, möglicherweise geringere Chancen hatten, bei der Befragung erfasst zu werden.

Bei den Übernachtungsgästen werden grundsätzlich alle relevanten Nachfragegruppen (z. B. Urlauber, Kurgäste) berücksichtigt. Neben den Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsstätten mit mehr als acht Betten (z. B. Hotels, Hotels garnis, Pensionen, Gasthöfe, Ferienwohnungen/-häuser/-zentren, Erholungs-/Schulungs-/Ferienheime, Jugendherbergen, Vorsorge-/Rehakliniken) wurden auch die Privatvermieter (weniger als neun Betten) sowie Campingplätze (nur Touristiking) in die Erhebungen einbezogen.

In der nachfolgenden Quantifizierung **nicht** enthalten sind die Übernachtungsgäste

- ▶ in speziellen Quartierformen (z. B. Freizeitwohnsitze, Reisemobilisten außerhalb ausgewiesener Standplätze, Dauercamper) sowie

- ▶ bei Verwandten und Bekannten, die in den Privatwohnungen der Besuchten nächtigen.

Mittels verschiedener Filterführungen und Kombinationen lassen sich grundsätzlich drei Gruppen von Fahrradtouristen identifizieren.

- ▶ Die engste Definition umfasst nur jene Reisenden, die ihre Reise der Urlaubsart Fahrradurlaub zugeordnet haben (Motiv) **und** die darüber hinaus während ihres Urlaubs das Fahrrad häufig benutzt haben (= **Radurlauber**).
- ▶ Eine mittlere Definition verzichtet auf die Einschränkung der häufigen Fahrradnutzung (= **Urlauber mit Nebenmotiv Radurlaub**).
- ▶ Die weitestgefasste Definition berücksichtigt alle Urlauber, die während ihres Aufenthaltes gelegentlich ein Fahrrad genutzt haben (= **Urlauber mit gelegentlicher Fahrradnutzung**).

Dem Vorsichtsprinzip folgend, haben wir uns für die Zwecke dieser Untersuchung für die **engste Definition** entschieden und verwenden die sich hieraus ergebenden Werte auch für die Berechnung des Wirtschaftsfaktors Fahrradtourismus.

Pro Jahr können in Deutschland danach rund **22,0 Mio. Übernachtungen** in gewerblichen und privaten Beherbergungsbetrieben als eindeutig fahrradtouristisch eingeordnet werden. Würde man die mittlere Definitionsvariante heranziehen, so belief sich das Übernachtungsvolumen auf 37,8 Mio., bei der weitestgefassten Definition sogar auf 79,9 Mio. Übernachtungen.

1.3 Gesamtnachfrage

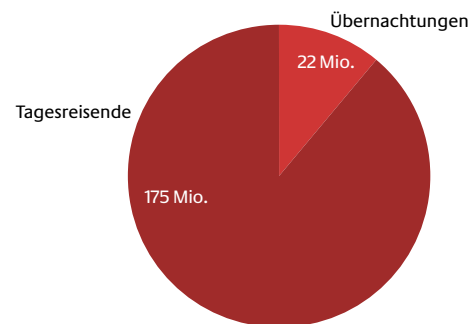
Bei der nachfolgenden Analyse der wirtschaftlichen Effekte durch den Fahrradtourismus in Deutschland werden nur die **Fahrradtouristen im engeren Sinn** (mit Hauptmotiv „Radfahren“) berücksichtigt. Die entsprechende Abgrenzung ist den beiden vorhergehenden Unterkapiteln 1.1 und 1.2. zu entnehmen.

Das Gesamtvolumen beläuft sich auf eine Größenordnung von **jährlich rund 175,0 Mio. Aufenthaltstage**, die sich in

- ▶ 153,0 Mio. „Fahrradausflügler“ und
- ▶ 22,0 Mio. Übernachtungen durch Fahrradtouristen

aufgliedern lassen. Bei der Interpretation und Diskussion dieser Daten ist zu berücksichtigen, dass hierbei eine sehr eng gefasste definitorische Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes verwendet wird.

Abb. 2: Fahrradtouristen im engeren Sinn in Deutschland



Quelle: dwif 2009

Tab. 4: Mengengerüst der Fahrradurlauber mit Übernachtung

Definition	Erklärung	Übernachtungen (gewerblich und privat)
Radurlauber (engste Definition)	Reiseart Radurlaub <u>und</u> häufige Nutzung des Fahrrads	22,0 Mio.
Urlauber mit Nebenmotiv Radurlaub (mittlere Definition)	alle Reisenden mit Urlaubsart Radurlaub, unabhängig der Nutzungshäufigkeit des Fahrrads	37,8 Mio.
Urlauber mit gelegentlicher Fahrradnutzung (weite Definition)	alle Reisenden, die in ihrem Urlaub mind. einmal ein Fahrrad nutzen	79,9 Mio.

Quelle: dwif 2009, eigene Berechnungen

2 Ermittlung der auf den Fahrradtourismus zurückzuführenden ökonomischen Effekte

Durch Fahrradtouristen mit und ohne Übernachtung werden pro Jahr in Deutschland mehrere Milliarden Euro am Zielort ausgegeben, die dort primäre und sekundäre ökonomische Effekte auslösen. Allerdings beschränken sich die Umsätze, die mit dem Fahrradtourismus in Verbindung gebracht werden können, nicht allein auf die erfassten Ausgaben der Fahrradtouristen vor Ort, sondern sie umfassen auch zusätzliche Umsatzbereiche wie z. B.:

- ▶ Ausgaben für die Reisevor- und -nachbereitung (z. B. für Radkarten zur Vorbereitung oder die Filmentwicklung nach der Rückkehr),
- ▶ Fahrtkosten für den Transfer zwischen Quell- und Zielgebiet (z. B. Bahnticket, Benzinkosten),
- ▶ Investitionen in die Fahrradausrüstung (z. B. Fahrrad, Helm, Zubehör, Radkleidung) oder
- ▶ Investitionen in die Fahrradinfrastruktur (z. B. Radwegenetz, Beschilderung).

Eine verlässliche Quantifizierung dieser dargestellten zusätzlichen Umsatzbereiche ist außerordentlich schwierig, insbesondere eine korrekte Aufteilung bzw. Zuordnung zum Fahrradtourismus. In jedem Fall hätte der hierfür erforderliche Aufwand die Möglichkeiten dieser Studie bei Weitem überschritten. Für den Bereich der Infrastruktur und für die Position Reisekosten liefert eine Modellrechnung weiter unten zumindest Ansatzwerte einer Quantifizierung.

2.1 Umsätze am Aufenthaltsort durch Ausgaben der Fahrradtouristen

2.1.1 Grundsätzliche Erläuterungen

Für die nachfolgenden Berechnungen der wirtschaftlichen Effekte durch Fahrradtouristen wurde bewusst auf eine **nachfrageseitige Erfassung ihrer Ausgaben** zurückgegriffen. Hierdurch konnte auch eine Vergleichbarkeit mit den in anderen touristischen Sektorstudien ermittelten Werten am ehesten gewährleistet werden. Darüber hinaus ist festzustellen, dass bislang alle Versuche, die ökonomischen Auswir-

kungen des Tourismus oder von Teilsegmenten auf der Basis angebotsseitiger Erhebungen vorzunehmen, daran gescheitert sind, dass sich die Anbieter nicht in der Lage sahen, eine Aufteilung oder Zuordnung ihrer Umsätze zu bestimmten Nachfragegruppen – zeitgleich oder auch retrospektiv – vorzunehmen.

Beispiel: Ein Einzelhändler kann aus seinen Betriebsunterlagen oder Kassenbüchern nicht ersehen, ob Umsätze durch Fahrradtouristen getätigt wurden oder von anders motivierten Touristen oder gar von Einheimischen. Die theoretische Möglichkeit, die „Art der Kunden“ beim Kaufvorgang abzufragen, wäre mit unverhältnismäßigem Aufwand verbunden, der von den Betroffenen nicht geleistet wird und zudem von der Freiwilligkeit der Auskunftserteilung der Kunden (die jedoch auch bei der nachfrageseitigen Erfassung der touristischen Umsätze Grundvoraussetzung ist) abhängig wäre.

Grundsätzlich wird hierbei zwischen Tages- und Übernachtungsgästen differenziert. Hintergrund für diese Unterscheidung ist das stark voneinander abweichende Ausgabenverhalten dieser beiden Zielgruppen. Analysiert werden die Ausgaben am Aufenthaltsort.

Der im Folgenden ermittelte Umsatz durch Ausgaben von Fahrradtouristen am Urlaubsort in Deutschland stellt mit Sicherheit nur eine nach dem Prinzip der kaufmännischen Vorsicht errechnete Mindestgröße dar. Folgende Aspekte wurden hierbei u. a. berücksichtigt:

- ▶ die eng gefassten Definitionen von Fahrradausflüglern und Fahrradtouristen mit Übernachtung;
- ▶ keine Erfassung der folgenden Segmente des Übernachtungstourismus: Nutzung eigener Zweitwohnungen, Übernachtungen bei Verwandten oder Bekannten in deren Privatwohnungen, Dauercamping und Camping außerhalb von Campingplätzen u.a.;
- ▶ keine Erfassung der Fahrrad-Tagesreisen aus dem Ausland nach Deutschland;
- ▶ keine Erfassung der Umsätze durch Outgoing-Radreisen, die zum Teil sicherlich

Differenzierung nach profitierenden Branchen

Bei der Darstellung der Ausgabenstruktur wird nach folgenden Ausgabenarten unterschieden:

Gastgewerbe:

- Hierzu zählt die Verpflegung in Gastronomiebetrieben (z. B. Restaurants, Cafés, Eisdielen, Biergärten, Imbissstätten). Bei Übernachtungsgästen gehören die Kosten für die Unterkunft ebenso in diese Kategorie.

Einzelhandel:

- Diesem Sektor sind die Einkäufe von Lebensmitteln und sonstigen Waren zuzurechnen.

Dienstleistungen:

- Unter die Inanspruchnahme von Dienstleistungen fallen beispielsweise Ausgaben für die Bereiche Sport/Freizeit/Unterhaltung, Kultur, Eintrittsgelder, Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs, Parkgebühren, Verleih und Reparatur von Fahrrädern, Wellness, Apotheke, Drogerie.

2.1.2 „Fahrradausflügler“

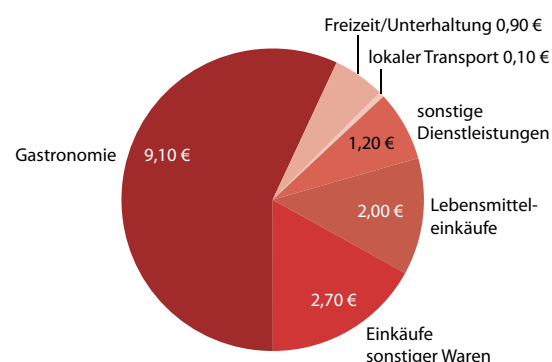
Ausgabenhöhe und -struktur

Bei den ausgewiesenen Tagesausgaben der „Fahrradausflügler“ handelt es sich um eine originäre Sonderauswertung der Grundlagenstudie „Tagesreisen der Deutschen“ (dwif 2005–2007). Die Erhebungen zum Ausgabeverhalten der Tagestouristen fanden bereits vor der Mehrwertsteuererhöhung im Jahr 2007 statt. Vor diesem Hintergrund wurden die **Ausgabenwerte** hier entsprechend ihrer Struktur **um die Mehrwertsteuererhöhung angepasst**. Die Erhebungen zu den Ausgaben der übernachtenden Radtouristen fanden in den Jahren 2007 und 2008 statt, sodass eine entsprechende Bereinigung dort nicht notwendig ist.

Insgesamt liegen – unter entsprechender Berücksichtigung der Mehrwertsteuererhöhung – die Ausgaben der „Fahrradausflügler“ bei **16,- Euro pro Kopf und Tag**. Mit Abstand stärkster Profiteur ist das Gastgewerbe (56,9 %) gefolgt vom Einzelhandel (29,4 %) und den übrigen Dienstleistungsbranchen (13,7 %).

Eine detaillierte Betrachtung des Ausgabeverhaltens von Fahrradausflüglern in Abhängigkeit von verschiedensten Aspekten (z. B. mit regionaler oder zeitlicher Untergliederung) findet sich im Kapitel zur fahrradtouristischen Nachfrage (vgl. Kapitel IV.2.4).

Abb. 3: Ausgaben der „Fahrradausflügler“ im engeren Sinn



Insgesamt 16 € pro Kopf und Tag

Quelle: dwif 2005–2007

Vergleich mit anderen Tagestouristen

Zur besseren Interpretation der Ausgaben von „Fahrradausflüglern“ erscheint ein Vergleich mit anderen tagestouristischen Zielgruppen sinnvoll. Der bundesweiten Grundlagenstudie „Tagesreisen der Deutschen“ (dwif 2005–2007) folgend, gibt ein Tagesausflügler in Deutschland im Durchschnitt rund 28,-Euro³ pro Kopf und Tag aus. Die Ausgaben der „Fahrradausflügler“ liegen mit 16,- Euro demgegenüber deutlich niedriger. Speziell beim Einkauf sonstiger Waren sind Fahrradausflügler weniger ausgabefreudig als andere Tagesreisende.

3 Da es sich hier nur um einen Vergleich der Größenordnungen handelt wurde bei den Gesamtausgaben keine Anpassung der Mehrwertsteuererhöhung vorgenommen.

Ein Blick auf die Ausgabenhöhe der Tagesausflügler in Abhängigkeit vom Hauptanlass verdeutlicht die große Bandbreite:

Tab. 5: Ausgaben der Wohnortausflügler nach dem Hauptanlass in Deutschland*

Hauptanlass	Ausgaben pro Person**
Einkaufsfahrt	59,00 Euro
Lokalbesuch	35,70 Euro
Organisierte Fahrt	30,50 Euro
Besuch von Sehenswürdigkeiten/Attraktionen	29,90 Euro
Veranstaltungsbesuch	29,10 Euro
Spazierfahrt	20,90 Euro
Ausübung einer speziellen Aktivität	19,80 Euro
Verwandten-/Bekanntenbesuch	19,40 Euro

*ohne Tagesgeschäftsreisen; ** vor der Mehrwertsteuererhöhung, Quelle: dwif 2005-2007

Die „Fahrradausflügler“ sind der Gruppe „Ausübung einer speziellen Aktivität“ zuzuordnen, welche mit knapp 20,- Euro Tagesausgaben pro Kopf am unteren Ende der Skala rangiert. Innerhalb dieser Gruppierung gibt es wiederum größere Abweichungen. So liegen Radfahrer oder auch Wanderer unter dem ausgewiesenen Durchschnittswert, während beispielsweise alpine Skiausflügler oder wellnessorientierte Erlebnisbadbesucher aufgrund höherer Liftkarten- oder Eintrittspreise den Durchschnittswert deutlich überschreiten.

2.1.3 Übernachtende Fahrradtouristen

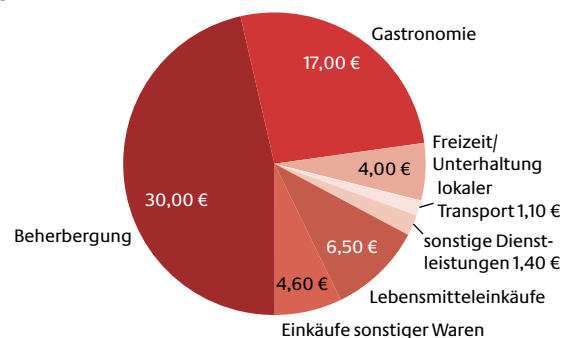
Ausgabenhöhe und -struktur

Ein wesentlicher Einfluss auf das Ausgabeverhalten geht von der gewählten Unterkunftsart der Fahrradtouristen aus. Dies lässt sich aus verschiedenen Untersuchungen (dwif 2002, Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008) zu den Ausgaben von Übernachtungsgästen ableiten. Aus diesem Grund wurde bei der Gewichtung der Durchschnittsausgaben die Verteilung der übernachtenden Fahrradtouristen

auf die jeweiligen Beherbergungsarten als zentraler Faktor berücksichtigt.

Für die Gesamtheit aller erfassten **Fahrradtouristen** in Deutschland, die während ihrer Reise **mindestens einmal übernachten**, ergeben sich Ausgaben in Höhe von **64,60 Euro pro Kopf und Tag**. Von diesen Gesamtausgaben entfällt mit 72,7 % der größte Anteil auf das Gastgewerbe, 17,2 % kommen dem Einzelhandel zugute und die sonstigen Dienstleistungsunternehmen vereinen 10,1 % der Ausgaben auf sich. Im Detail ergibt sich folgende Verteilung:

Abb. 4: Ausgaben der übernachtenden Fahrradtouristen



Insgesamt 64,60 € pro Kopf und Tag

Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

Vergleich mit anderen Übernachtungsgästen

Im **Bundesdurchschnitt** gibt ein Urlaubsgast in Deutschland **als Individualtourist rund 83 Euro** und **als Pauschaltourist rund 108 Euro pro Tag** aus (dwif 2002, Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008). Innerhalb der gewerblichen Betriebe zeigt sich eine sehr große Bandbreite der Ausgaben in Abhängigkeit von

- ▶ der gewählten Unterkunftsart (Jugendherberge, Gasthof, Pension, Erholungsheim, Top-Hotel, Kurklinik etc.) und
- ▶ dem Standort des Beherbergungsbetriebes (z. B. Stadt, Kurort, ländlicher Raum).

Bei der Analyse der übernachtenden Fahrradtouristen wurden alle relevanten Betriebstypen zusammengefasst. Der insgesamt vergleichsweise niedrige Durchschnittswert in Höhe von 64,60 Euro deutet darauf hin, dass

- ▶ die Radtouristen vielfach in **ländlich geprägten Regionen unterwegs** sind, in denen – im Vergleich zu Städten – Unterkunftsformen mit einem niedrigeren Preisniveau vorherrschen und
- ▶ **hochpreisige Hotelbetriebe** von den Radfahrern **eher selten aufgesucht** werden; diese sind vielfach in Städten vorzufinden und werden häufig von Geschäftsreisenden frequentiert.

2.1.4 Gesamtumsätze

Bruttoumsätze

Aus der Multiplikation der Tagesausgaben mit den Aufenthaltstagen bzw. Übernachtungen lässt sich der Bruttoumsatz ermitteln. Durch die **Fahrradtouristen in Deutschland** wird pro Jahr insgesamt ein **Bruttoumsatz** in Höhe von rund **3,869 Mrd. Euro** bewirkt. Davon werden etwa

- ▶ 63,3 % durch „Fahrradausflügler“ und
- ▶ 36,7 % durch übernachtende Fahrradtouristen

generiert. Differenziert nach diesen beiden Zielgruppen, ergibt sich folgende Berechnung der Bruttoumsätze:

Abb. 5: Berechnung der Bruttoumsätze durch Fahrradtouristen

Fahrradausflügler:			
153 Mio. x 16 €	=	2,448	Mrd. €
Übernachtende Fahrradtouristen:			
22 Mio. x 64,60 €	=	1,421	Mrd. €

Quelle: dwif 2009, eigene Berechnungen

Vom Fahrradtourismus profitierende Wirtschaftszweige

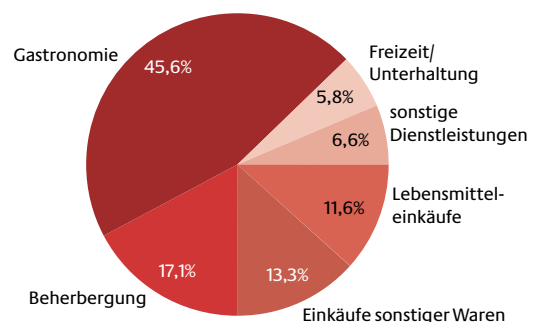
Die Differenzierung der Bruttoumsätze nach profitierenden Branchen verdeutlicht, dass **am meisten Geld bei den Leistungsträgern im Gastgewerbe ausgegeben** wird. Dies gilt sowohl für die „Fahrradausflügler“ als auch für die übernachtenden Fahrradtouristen. Fast 63 % der gesamten **Bruttoumsätze entfallen auf Gastronomie und Beherbergung**. Bei den Übernachtungsgästen fallen die Gastgewerbeausgaben

schwerpunktmäßig im Beherbergungsbereich an (63,8 % für Beherbergung und 36,2 % für Gastronomie), während **bei den Ausflüglern** keine Übernachtungskosten zu Buche schlagen und die Gastgewerbeausgaben **zu 100 % den gastronomischen Leistungen** zuzusprechen sind. Bezogen auf die Gesamtausgaben, vereint dadurch die Gastronomie (45,6 %) im Vergleich zur Beherbergung (17,1 %) deutlich höhere Anteile auf sich.

Auf die **Einzelhandelsbranche** entfällt nahezu **ein Viertel** der gesamten Bruttoumsätze durch Fahrradtouristen. Dabei wird für den Einkauf von Lebensmitteln (11,6 %) nur geringfügig weniger Geld ausgegeben als für den Einkauf von sonstigen Waren (13,3 %). Die sonstigen Dienstleistungsunternehmen dürfen mit einem Anteil von etwa einem Achtel am Bruttoumsatz ebenso wenig vernachlässigt werden.

Die beiden nachfolgenden Abbildungen verdeutlichen einerseits die Unterschiede in der Ausgabenstruktur zwischen „Fahrradausflüglern“ und übernachtenden Fahrradtouristen, während andererseits eine Gesamtschau der Profiteure über alle Fahrradtouristen insgesamt gegeben wird.

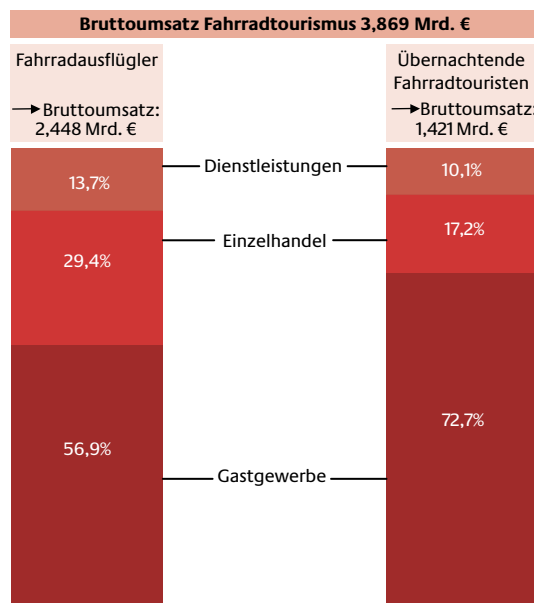
Abb. 6 : Vom Fahrradtourismus in Deutschland profitierende Branchen



Insgesamt 3,869 Mrd. €

Quelle: dwif 2005-2007, Europäische Reiseversicherung und DZT 2008

Abb. 7: Vom Fahrradtourismus in Deutschland profitierende Wirtschaftszweige



Quelle: dwif 2009, eigene Berechnungen

Nettoumsätze

Der Nettoumsatz ergibt sich nach Abzug der Mehrwertsteuer vom Bruttoumsatz. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich die **Mehrwertsteuersätze je nach Ausgabenart unterscheiden**:

- ▶ Seit 1. 1. 2007 liegt der volle Mehrwertsteuersatz bei 19 %,
- ▶ beim ermäßigten Steuersatz sind nur 7 % (z. B. Lebensmittel, Bücher, Zeitungen, ÖPNV) anzusetzen und
- ▶ nicht zuletzt gibt es auch Produkte und Leistungen, die von der Mehrwertsteuer komplett befreit sind (0 % MwSt. z. B. bei Privatvermietern, Jugendherbergen, Kurkliniken, Theatern, Konzerthäusern, Museen, Ausstellungen).

Je detaillierter nach der Art der Ausgaben befragt wird, umso genauer lässt sich der jeweils anzusetzende Mehrwertsteuersatz berücksichtigen. Bei den Übernachtungsgästen ist die gewählte Unterkunftsart für den anzusetzenden Mehrwertsteuersatz von großer Bedeutung, da hier in der Regel die höchsten Ausgaben anfallen. Je nach Quartierart sind zwischen 0 % und 19 % MwSt. anzusetzen. Bei den Tagesgästen ist insbesondere die Zusammensetzung der Ausgaben für die Ermittlung der durchschnittlichen Mehrwertsteuersätze relevant.

Die Berechnung des Nettoumsatzes wurde für die relevanten Zielgruppen (z. B. Ausflügler, Übernachtungsgäste nach unterschiedlichen Beherbergungsbetriebstypen) separat durchgeführt. Entsprechend der Ausgabenstruktur der Fahrradtouristen in Deutschland lässt sich ein **durchschnittlicher Mehrwertsteuersatz in Höhe von fast 15,7 %** ermitteln. Unter Berücksichtigung aller Fahrradtouristen fällt demnach Mehrwertsteuer in Höhe von 0,525 Mrd. Euro an. Zieht man diesen Betrag vom Bruttoumsatz (3,869 Mrd. Euro) ab, ergibt sich ein **Nettoumsatz von 3,344 Mrd. Euro**.

2.1.5 Einkommenswirkungen

Allgemeine Erläuterungen

Insgesamt gibt es eine sehr große Palette unterschiedlicher Wertschöpfungsquoten (Anteil des Nettoumsatzes, der zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen wird) für einzelne Branchen und Betriebstypen:

- ▶ Im **Gastgewerbe** reicht die Bandbreite beispielsweise von gut 20 % bei Imbissbetrieben bis über 60 % in manchen Kurkliniken oder bei der Privatvermietung.
- ▶ Im **Einzelhandel** liegen die Werte niedriger. Sie beginnen bei etwa 10 % im Lebensmitteleinzelhandel und gehen teilweise über 30 % in hochwertigeren Einzelhandelssegmenten hinaus.
- ▶ Auch bei den sonstigen **Dienstleistungsunternehmen** zeigt sich eine sehr große Spannweite. Sie reicht von rund 30 % in einzelnen Sparten im Bereich Verkehr/Transport bis auf zum Teil über 70 % bei Therapieeinrichtungen oder einzelnen Tourist-Informationen.

Die spezifische Wertschöpfungsquote für Fahrradtouristen in Deutschland wurde entsprechend der Ausgabenstruktur in den jeweiligen Teilsegmenten (z. B. Ausflügler, Übernachtungsgäste in unterschiedlichen Betriebstypen) ermittelt.

Erste Umsatzstufe

Im Rahmen der ersten Umsatzstufe werden alle aus den direkten Ausgaben der Touristen resultierenden Einkommenswirkungen erfasst. Als Einkommen oder auch Wertschöpfung werden die aus den Nettoumsätzen resultierenden Löhne, Gehälter und Gewinne

bezeichnet. Die bei den Nettoumsätzen durch Fahrradtouristen in Deutschland anzusetzende Wertschöpfungsquote liegt insgesamt bei knapp 38 %. Für die beiden Hauptzielgruppen ergeben sich nur geringe Unterschiede. Bei den „Fahrradausflüglern“ liegt die durchschnittliche Wertschöpfungsquote etwas unter dem Gesamtdurchschnitt und bei den übernachtenden Fahrradtouristen werden leicht höhere Werte erreicht.

Ein Blick auf Vergleichsstudien (vgl. dwif 2002, dwif 2005–2007) zeigt, dass die entsprechende **Wertschöpfungsquote** für die „Fahrradausflügler“ **vergleichsweise hoch** ist. Dies ist darauf zurückzuführen, dass bei den „Fahrradausflüglern“ in Deutschland relativ **viel Geld im Rahmen von Gastronomiebesuchen ausgegeben** wird, während beim „Durchschnittsausflügler“ die Anteile für Einzelhandelsausgaben deutlich höher liegen. Im Vergleich zum Einzelhandel liegen die Wertschöpfungsquoten im Gastgewerbe relativ hoch. Bei den übernachtenden Fahrradtouristen in Deutschland zeigt sich demgegenüber eine unterdurchschnittliche Wertschöpfungsquote. Als Grund hierfür ist insbesondere anzuführen, dass bei den Übernachtungsgästen insgesamt der Dienstleistungsanteil (z. B. Leistungen der Versicherungsträger bei Kurgästen) mit relativ hohen Wertschöpfungsquoten eine deutlich wichtigere Rolle spielt.

Zweite Umsatzstufe

Der verbleibende Betrag des Nettoumsatzes, der nicht direkt zu Einkommen wird, wird von den Profiteuren der ersten Umsatzstufe für **Vorleistungen** ausgegeben. Die Zulieferer bilden die Grundlage für die Aufrechterhaltung der Leistungsbereitschaft bei den direkten Profiteuren. Bei den in Anspruch genommenen Vorleistungen handelt es sich insbesondere um

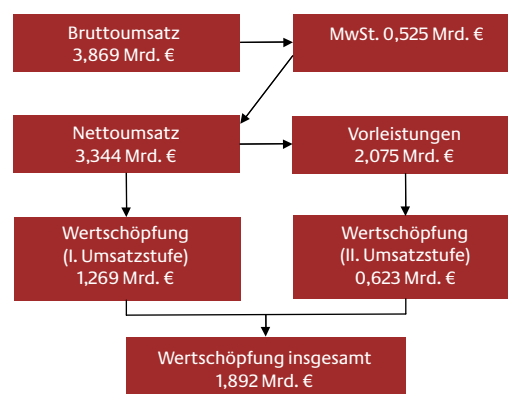
- ▶ Warenlieferungen (z. B. Brötchen vom Bäcker, Fleisch vom Metzger, Strom vom Energieerzeuger, Wasser vom Wasserversorger),
- ▶ bereitgestellte Dienstleistungen (z. B. durch Werbeagentur, Steuerberater, Versicherung, Sparkasse) und
- ▶ Reparaturen, Instandhaltung und Ersatzinvestitionen zur Substanzerhaltung (z. B. Handwerker, Bauunternehmen).

Genaue **Wertschöpfungsquoten** der im Rahmen der zweiten Umsatzstufe profitierenden Unternehmen können nur mithilfe detaillierter Analysen regional-spezifisch dargestellt werden. Da derartige Recherchen (z. B. persönliche Unternehmensbefragungen) sehr zeit- und kostenintensiv sind, wurde im Rahmen der vorliegenden Untersuchungen darauf verzichtet. Deshalb wurde mit fundierten Erfahrungswerten des dwif aus zahlreichen Erhebungen gearbeitet, wonach bei den Vorleistungsverflechtungen durchschnittlich etwa 30 % angesetzt werden können.

Einkommenswirkungen insgesamt

Aus den Bruttoumsätzen durch die Fahrradtouristen im engeren Sinn (3,869 Mrd. Euro) entstehen in Deutschland Einkommen in Höhe von insgesamt 1,892 Mrd. Euro. Etwa zwei Drittel davon entfällt auf die erste Umsatzstufe und rund ein Drittel auf die zweite Umsatzstufe. Der Weg vom Bruttoumsatz zu den Einkommenswirkungen stellt sich im Einzelnen wie folgt dar:

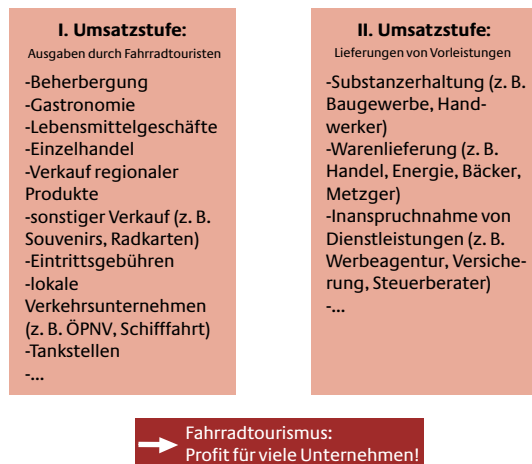
Abb. 8: Ableitung der Einkommenswirkungen durch Fahrradtouristen im engeren Sinn in Deutschland



Quelle: dwif 2009, eigene Berechnungen

Die Differenzierung zwischen den Profiteuren der ersten und zweiten Umsatzstufe soll mithilfe der nachfolgenden Abbildung noch einmal veranschaulicht werden:

Abb. 9: Umwegrentabilität durch Fahrradtouristen



Quelle: dwif 2009

2.2 Umsätze durch die An- und Rückreise von Fahrradtouristen (Modellrechnung)

Übernachtungsreisen

Für die Kosten, die den übernachtenden Fahrradtouristen für die An- und Rückreise zum Urlaubsort entstehen, kann eine Modellrechnung angestellt werden. Diese Umsätze können jedoch nicht dem Aufenthaltsort zugerechnet werden, sie lassen sich lediglich in der Gesamtheit ermitteln. Aus dem Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008) lässt sich erkennen, dass Fahrradfahrräder auf der Hinreise zum Urlaubsort sowie der Rückreise insgesamt eine Entfernung von rund 700 km zurücklegen. Dieser Wert kann, mangels originärer Daten, auch für ausländische Gäste veranschlagt werden – obwohl deren Entfernungsangaben zur Hin- und Rückreise laut Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus rund 50 % höher liegen –, da hier ja jeweils nur die innerhalb Deutschlands zurückgelegte Strecke ökonomisch relevant ist (und außerdem eventuelle Abweichungen aufgrund des relativ geringen Ausländeranteils unter den Fahrradtouristen gleichzeitig vernachlässigt werden können).

Für die Berechnungen werden die vom ADAC ausgewiesenen Vollkosten pro gefahrenen Kilometer angesetzt. Als Durchschnittswert für einen Pkw der normalen und oberen Mittelklasse ergibt sich ein Betrag von 0,60 Euro pro gefahrenen Kilometer. Bei der Eingruppierung in diese Kategorie handelt es sich um eine vorsichtige Herangehensweise. Für kleinere Reisemobile ist der genannte Betrag ebenfalls zutreffend, wie sich aus der Autovollkostenrechnung des ADAC ableiten lässt.

Da 85 % der Anreisen von Fahrradfahrrädern auf der Straße (Pkw, Wohnmobil, Mietwagen) erfolgen (vgl. Kapitel IV.3.6), kann sich die Ermittlung der fiktiven Reisekosten zunächst auf diese mit großem Abstand dominierende Gruppe beschränken, im Weiteren aber auf alle Verkehrsmittel übertragen werden, zumal die tatsächlichen Reisekosten pro Kopf bei den anderen Verkehrsmitteln zum Teil deutlich höher liegen (z. B. Flugzeug). Eventuelle Abweichungen hierbei erscheinen angesichts der geringen Spannweite hinnehmbar. Im Durchschnitt besteht eine Reisegruppe, die ein gemeinsames Anreiseverkehrsmittel benutzt, bei Fahrradfahrrädern laut Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus aus **2,9 Personen**. Mit den **22 Mio. Fahrradfahrräder-Übernachtungen** gehen somit unter Berücksichtigung der **spezifischen Aufenthaltsdauer von rund zehn Tagen**⁴ rechnerische **Anreisekosten in Höhe von insgesamt 320 Mio. Euro** einher.

Tagesreisen

Wie die weiter oben zitierte Sonderauswertung der dwif-Grundlagenuntersuchung „Tagesreisen der Deutschen“ (dwif 2005–2007) ergeben hat, wird auch bei Fahrradausflügen im Durchschnitt eine Gesamtentfernung von 140 km (hin und zurück) zurückgelegt. Hiervon entfällt ein großer Teil der Strecke auf die An- und Abreise, die mit überwältigender Mehrheit mit dem Pkw erfolgt. Legt man einen Durchschnittswert von 100 km zugrunde, sodass für die reine Fahrradstrecke noch 40 km im Durchschnitt verbleiben, so errechnet sich bei 153 Mio. Fahrradtagesreisen und einer durchschnittlichen **Reisegruppengröße von 2,5 Personen** sowie identischen Kos-

⁴ Dieser Wert korrespondiert mit den Ergebnissen der Leseranalyse 2008 des Fahrradmagazins „Trekkingbike“, Ausgabe 1/2009.

ten pro zurückgelegtem Kilometer von 0,60 Euro ein Wert von 3,67 Mrd. Euro für die Anreise zum eigentlichen Startpunkt des Fahrrad-Tagesausflugs.

Fasst man übernachtende Fahrradtouristen und Fahrradausflügler zusammen, so bewirken diese pro Jahr Reisekosten in Höhe von rund 4 Mrd. Euro.

2.3 Einschätzung der Kosten für fahrradspezifische Infrastruktur (Modellrechnung)

Allgemeine Marktdaten zur Fahrradnutzung

Aus der Untersuchung „Mobilität in Deutschland“ (DIW, infas 2004) lassen sich folgende Werte ersehen:

- ▶ Pro Tag werden in Deutschland 272 Mio. „Verkehrsbewegungen“ (in der Studie „Wege“ genannt) gemacht.
- ▶ Davon werden rund 9 % mit dem Fahrrad zurückgelegt.
- ▶ Hochgerechnet auf 365 Tage, bedeutet dies, dass pro Jahr ca. 8,935 Milliarden Bewegungen mit dem Fahrrad zurückgelegt werden. Da hierbei Hin- und Rückfahrt gesondert erfasst sind, müssen diese Werte halbiert werden (4,467 Mrd.), um zu Zahlen zu kommen, die mit Tages- und Übernachtungsreisen im weitesten Sinne vergleichbar sind.
- ▶ Von den „Fahrradbewegungen“ werden 37 % aus „Freizeitwecken“ unternommen, wovon wiederum nur jede zehnte Fahrt als **touristisch** zu bezeichnen ist, da nur hierbei das Wohnumfeld bzw. der Wohnort verlassen wird. Die so ermittelte Anzahl von Fahrten deckt sich in der Größenordnung sehr gut mit der im Rahmen dieser Studie ermittelten Anzahl von 175 Mio. fahrrad-touristischer Fahrten. Dies kann auch als Plausibilitätstest für die gewählten fahrradtouristischen Definitionen im Rahmen dieser Grundlagenstudie gesehen werden.
- ▶ Die übrigen Freizeitfahrten dienen beispielsweise Besuchen von Verwandten/Bekannten, Fahrten zur Sportstätte, zur Kirche, zum Schrebergarten usw.

Somit entsprechen die im Rahmen dieser Grundlagenstudie ermittelten **ca. 175 Mio.** touristisch bedingten Radfahrten einem Anteilswert von 10 % (touristische Nutzung an der Freizeitnutzung des Fahrrads) **oder 4 % an allen Fahrradfahrten.**

Da bei touristisch bedingten Fahrradfahrten nach Erkenntnissen des dwif aus früheren Untersuchungen zum Tagestourismus im Durchschnitt eine Wegestrecke (hin und zurück) von ca. 40 km Länge zurückgelegt wird und dies rund sechsmal so lang ist wie der Durchschnitt aller Fahrradfahrten (6,6 km), soll für die weitere Berechnung die anteilige Wegenutzung ins Spiel gebracht werden, die nicht nur das Motiv der Fahrradfahrt sondern auch die Länge des dabei zurückgelegten Weges berücksichtigt. Die 175 Mio. fahrrad-touristischen Fahrten⁵, die im Durchschnitt 40 km weit führen (hin und zurück), entsprechen rund **23,7 %** der mit Fahrrädern pro Jahr in Deutschland zurückgelegten Strecken. Dieser Wert (23,7 %) findet im Weiteren auch **für die Berechnung anteiliger, dem Fahrradtourismus zuordenbarer Umsätze und Kosten** der relevanten Infrastruktur Verwendung.

Die **Herstellungs- und Unterhaltskosten** der Fahrradinfrastruktur, insbesondere der **Fahrradwege**, lassen sich nur bedingt ermitteln. In der Fahrraduntersuchung des ETI für Rheinland-Pfalz wird von einem Wert von 150.000,- Euro Herstellungskosten pro Kilometer Fahrradweg ausgegangen (ETI 2007). Überträgt man diesen Wert auf das „touristisch relevante Fahrradwegenetz“ von 75.000 km Länge, welches im Rahmen dieser Grundlagenstudie ermittelt wurde, so würde dies zu **Gesamtherstellungskosten von rund 11,25 Mrd. Euro** führen. Da dieser Wert ein über viele Jahre hinweg entstandener Gesamtbetrag ist, muss er auf einen durchschnittlichen Jahreswert zurückgeführt werden. Hierfür wird die „durchschnittliche Lebensdauer“ eines Fahrradweges (zu vergleichen mit der Abschreibungsdauer) mit 25 Jahren angesetzt, sodass nur 4 % der Kosten oder 450 Mio. Euro in die weitere Berechnung einfließen. Wenn man ferner unterstellt, dass analog zu obiger Herleitung nur **23,7 % dieser Kosten „touristisch relevant“** sind, würde dies bedeuten, dass **rund 106,7**

⁵ Aus Praktikabilitätsgründen wurde hierbei je fahrradtouristischer Übernachtung eine Fahrradfahrt unterstellt.

Mio. Euro pro Jahr an touristisch anrechenbaren Herstellungskosten verbleiben.

Ergänzend kann man pro Kilometer und Jahr einen Betrag von rund 700 Euro für laufende **Unterhaltungskosten** hinzufügen. Multipliziert mit 75.000 km Wegenetz und dem oben genannten touristischen Anteil von 23,7 %, entspricht dies einem Betrag von 12,5 Mio. Euro pro Jahr. Zusammen mit den Herstellungskosten ergibt sich ein Gesamtbetrag von knapp **120 Mio. Euro an jährlich für die Erstellung und den Unterhalt des fahrradtouristischen Wegenetzes anzusetzenden Kosten.**

2.4 Umsätze durch Kauf von Fahrrädern und Zubehör (Modellrechnung)

Von zentraler ökonomischer Relevanz sind auch die Kosten für die Beschaffung von Fahrrädern sowie von Zubehör. Hierzu veröffentlichte der Verband der Zweiradindustrie e. V. (ZIV) für 2007 einen Gesamtumsatz des Fahrradeinzelhandels in Höhe von 3,5 Mrd. Euro, wovon jeweils rund 50 % auf Fahrräder und 50 % auf Zubehör entfallen. Da der Marktanteil des Facheinzelhandels vom Verband des Deutschen Zweiradhandels auf 70 % geschätzt wird, lassen sich diese Werte grob auf einen Gesamtumsatz mit Fahrrädern und Zubehör in Deutschland in Höhe von rund fünf Mrd. Euro hochrechnen. Analog zur anteiligen touristischen Nutzung werden hiervon wiederum 23,7 % oder **1,185 Mrd. Euro dem Fahrradtourismus** zugeordnet.

3 Gesamtbetrachtung der vom Fahrradtourismus ausgehenden ökonomischen Effekte

3.1 Gesamtumsätze

Um die ökonomischen Wirkungen des Fahrradtourismus in Gänze zu erfassen, sind die durch die Fahrradtouristen vor Ort bewirkten Umsätze um die vorgelagerten Umsätze (Investitions- und Reisekosten) zu ergänzen.

Somit können pro Jahr in Deutschland **Bruttoumsätze von mindestens 9,15 Mrd. Euro** (Bruttoumsatz vor Ort 3,869 Mrd. Euro + fahrradtouristische vorgelagerte Umsätze 5,294 Mrd. Euro) direkt oder indirekt dem Fahrradtourismus zugeordnet werden.

Die Ermittlung der aus den Umsätzen durch **Investitionen und Reisekosten resultierenden Gesamtwertschöpfung** wird – analog zur ökonomischen Sektorbetrachtung der Vor-Ort-Umsätze durch Fahrradtouristen in Kapitel III.2.1.4 – abgeleitet. Hierbei wird auf plausible Annahmen zum durchschnittlich anzusetzenden MwSt.-Satz zurückgegriffen. Die Wertschöpfungsquoten für die tangierten Branchen wurden in Anlehnung an die Rahmendaten aus dem Statistischen Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland ermittelt.

Demnach resultiert aus den

- ▶ **zusätzlichen Nettoumsätzen** zum Fahrradtourismus (durch Investitionen und Reisekosten) in Höhe von **4,45 Mrd. Euro**
- ▶ eine **Gesamtwertschöpfung** (I. und II. Umsatzstufe) in Höhe von **2,07 Mrd. Euro.**

Tab. 6: Umsätze im Fahrradtourismus

	Insgesamt	dem Fahrradtourismus zuzurechnen
Umsätze durch Fahrradtouristen vor Ort		
Umsätze durch Fahrradausflügler	2,448 Mrd. Euro	2,448 Mrd. Euro
Umsätze durch übernachtende Fahrradtouristen	1,421 Mrd. Euro	1,421 Mrd. Euro
Insgesamt pro Jahr	3,869 Mrd. Euro	3,869 Mrd. Euro
Umsätze durch vorgelagerte Umsatzbereiche (Investitionen/Reisekosten)		
Herstellungskosten von Fahrradwegen pro Jahr (75.000 km à 150.000,- Euro bei 25 Jahren Nutzungsdauer) 4 % von 11,25 Mrd. Euro	450 Mio. Euro	106,7 Mio. Euro (23,7 %)
Kosten für Unterhalt von Fahrradwegen (700,- Euro pro km und Jahr) 700 Euro x 75.000 km	52,5 Mio. Euro	12,5 Mio. Euro (23,7 %)
Kosten für An- und Rückreise zum Fahrradurlaubsort pro Jahr	320 Mio. Euro	320 Mio. Euro
Kosten für An- und Abreise zum/vom Start des Fahrradausflugs pro Jahr	3,67 Mrd. Euro	3,67 Mrd. Euro
Kosten für Fahrräder und Zubehör pro Jahr	5 Mrd. Euro	1,185 Mrd. Euro (23,7 %)
Insgesamt pro Jahr	9,4925 Mrd. Euro	5,294 Mrd. Euro
Gesamtumsätze		
Umsätze durch Fahrradtouristen vor Ort		3,869 Mrd. Euro
Umsätze durch vorgelagerte Umsatzbereiche		5,294 Mrd. Euro
Insgesamt		9,163 Mrd. Euro

Quelle: dwif 2009, eigene Berechnungen

3.2 Beschäftigungseffekte

Rahmendaten für die Berechnung

Ohne detaillierte Erhebungen zur Beschäftigungssituation in den für Fahrradtourismus relevanten Betrieben können die Beschäftigungseffekte nur näherungsweise bestimmt werden. Zur Ermittlung von Beschäftigungsäquivalenten werden mehrere Kenngrößen zur Berechnung herangezogen (vgl. Statistische Landesämter des Bundes und der Länder 2008 und dwif 2009):

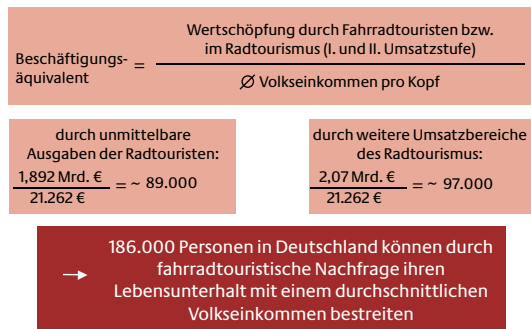
- ▶ Einwohnerzahl in Deutschland: 82,4 Mio. Einwohner
- ▶ Volkseinkommen in Deutschland insgesamt: 1.751,2 Mrd. Euro
- ▶ Gesamtwertschöpfung in Deutschland durch den Fahrradtourismus: 3,962 Mrd. Euro (1,892 Mrd. Euro Wertschöpfung durch Ausgaben der

Fahrradtouristen + 2,07 Mrd. Euro Wertschöpfung durch weitere Umsatzbereiche im Fahrradtourismus)

Ermittlung von Beschäftigungsäquivalenten

Aus den beiden ersten Kenngrößen wird das durchschnittliche Volkseinkommen pro Kopf und Jahr ermittelt (21.262 Euro). Die Beschäftigungsäquivalente ergeben sich nun aus der Division der jeweiligen Gesamtwertschöpfung – resultierend aus den Ausgaben der Fahrradtouristen bzw. aus den Investitions- und Reisekosten – durch das durchschnittliche Volkseinkommen pro Kopf. Differenziert nach den direkten radtouristischen Umsätzen durch die Ausgaben der Fahrradtouristen vor Ort und nach den zusätzlichen Umsatzbereichen (Investitionen und Reisekosten), ergeben sich folgende Werte:

Abb. 10: Berechnung des Beschäftigungsäquivalents durch fahrradtouristische Umsätze in Deutschland



Quelle: dwif 2009, eigene Berechnungen

Durch den Fahrradtourismus in Deutschland ergibt sich dementsprechend ein Beschäftigtenäquivalent von insgesamt rund 186.000 Personen, die ihren Lebensunterhalt mit einem durchschnittlichen Volkseinkommen bestreiten können.

Abschließende Erläuterungen

Bei der genannten Größenordnung handelt es sich allerdings nur um eine rein rechnerische Größe, da Aussagen über tatsächliche Arbeitsplätze oder über tatsächliche Beschäftigungsverhältnisse aus den vorliegenden Unterlagen und Berechnungen nicht zu entnehmen sind. In der Realität leben sicherlich mehr Personen zumindest anteilig von den Fahrradtouristen. Dies ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass die relevanten Arbeitskräfte teilweise

- ▶ nur anteilig vom Tourismus, und davon nochmals anteilig vom Fahrradtourismus, leben (z. B. Ferienwohnungsvermietung als Nebenerwerbsquelle, Beschäftigung im Einzelhandel) und
- ▶ nur selten einer Vollzeitbeschäftigung nachgehen, sondern häufig nur in Teilzeit arbeiten oder Saisonbeschäftigte bzw. Aushilfen sind.

Festzuhalten ist, dass der Fahrradtourismus mit Sicherheit als Beschäftigungsfaktor einen höheren Stellenwert hat, als dies aus den rechnerisch ermittelten Äquivalenten abzuleiten ist.

4 Vergleich des ökonomischen Effektes des Fahrradtourismus mit anderen touristischen Nachfragesegmenten

Wie ist ein vor Ort entstehender Gesamtumsatz in Höhe von 3,9 Mrd. Euro pro Jahr, der dem Fahrradtourismus zuzurechnen ist, zu bewerten? In nachstehender Übersicht sind vorliegende Werte aus touristischen Sektorstudien zusammengestellt. Daraus zeigt sich, dass

- ▶ der Fahrradtourismus als Umsatzbringer vor Ort eine größere Bedeutung als das gesamte Campingwesen hat; unter Berücksichtigung der Fahrtkosten der Touristen und der Ausrüstungsinvestitionen liegen beide Tourismussegmente in etwa auf gleicher Höhe;
- ▶ auf den Fahrradtourismus, gemessen an den Primärumsätzen vor Ort, ein Marktanteil von rund 3 % entfällt; unter Berücksichtigung der Kosten der An- und Abreise erhöht sich dieser „Marktanteil“ sogar auf 4,3 %;
- ▶ durch den Fahrradtourismus knapp zehnmal so hohe Umsätze vor Ort entstehen wie durch den Kanutourismus.

Tab. 7: Ökonomische Bedeutung touristischer Marktsegmente

Marktsegment	Bruttoumsätze primär vor Ort	Bruttoumsätze inkl. Reisekosten und Investitionen
Fahrradtourismus (2008/2009)	3,869 Mrd. €	9,163 Mrd. €
Campingtourismus (DTV 2004)	3,468 Mrd. €	9,522 Mrd. €
Kanutourismus (BKT 2005)	0,409 Mrd. €	0,845 Mrd. €*
Städte- und Kulturtourismus (DTV 2006)	82,37 Mrd. €	keine Angabe möglich
Nationalparktourismus (BMU 2008)	ca. 0,5 Mrd. €	
Tagestourismus der Deutschen (dwif 2005-2007)	93,7 Mrd. €	163 Mrd. €**
Übernachtungstourismus in Deutschland (dwif 2002)	36,5 Mrd. €	49,7 Mrd. €**
Summe Tages- und Übernachtungstourismus	130,2 Mrd. €	212,7 Mrd. €**

* Inkl. Anschaffungskosten für das Kanu, aber ohne Reisekosten

** Nur inkl. Kosten der An- und Abreise, ohne Investitionskosten

Quelle: dwif 2009, eigene Darstellung

**Fazit:**

Fahrradtourismus ist unzweifelhaft ein wichtiges und auch ökonomisch interessantes touristisches Marktsegment. Da im Rahmen dieser Untersuchung eine eher eng gefasste Definition des Fahrradtourismus verwendet und somit nur „der harte Kern“ dieser Nachfragesparte erfasst wurde, ist die ökonomische Gesamtwirkung durch die Benutzung des Fahrrades während des Urlaubs oder des Tagesausflugs mit Sicherheit noch deutlich höher einzuschätzen. Insbesondere indirekte Wirkungen über Imagetransfers lassen sich derzeit nicht nachweisen, da hierzu gesonderte Forschungsarbeit notwendig wäre. Fest steht jedoch, dass Regionen ohne ein entsprechend breites und qualitativ ansprechendes Fahrradangebot im harten Wettbewerb der Destinationen eine schlechtere Ausgangsposition haben.

Die Gesamtschau der ökonomischen Effekte durch Fahrradtouristen in Deutschland ergibt folgende Bilanz:

- ▶ 175 Mio. Aufenthaltstage durch Fahrradtouristen im engeren Sinn, davon 153 Mio. Tagesreisen und 22 Mio. Übernachtungen

- ▶ Tagesausgaben in Höhe von 22,10 Euro pro Kopf und Tag
 - ▶ „Fahrradausflügler“ 16,- Euro
 - ▶ übernachtende Fahrradtouristen 64,60 Euro
- ▶ Gesamtbruttoumsätze durch den Fahrradtourismus in Höhe von 9,16 Mrd. Euro im Jahr
 - ▶ Bruttoumsatz vor Ort 3,869 Mrd. Euro, davon 63,3 % durch „Fahrradausflügler“
 - ▶ Bruttoumsatz durch weitere Investitions- und Reisekosten 5,294 Mrd. Euro
- ▶ Von den direkten Ausgaben der Fahrradtouristen profitierende Branchen:
 - ▶ Gastgewerbe 62,7 %
 - ▶ Einzelhandel 24,9 %
 - ▶ sonstige Dienstleistungen 12,4 %
- ▶ Gesamtwertschöpfung (erste und zweite Umsatzstufe) durch den Fahrradtourismus in Höhe von 3,962 Mrd. Euro
- ▶ Beschäftigungsäquivalent von rund 186.000 Personen, die ihren Lebensunterhalt mit einem durchschnittlichen Volkseinkommen (21.262,- Euro) durch fahrradtouristische Nachfrage bestreiten können.

IV Die fahrradtouristische Nachfrage – Marktforschungserkenntnisse

1 Radfahrertypologien

Fahrradtourist ist nicht gleich Fahrradtourist. Die aus der Definition in Kapitel I.3 hervorgegangene Gruppe der Fahrradtouristen im engeren Sinn erfordert für die korrekte Zielgruppenansprache eine tiefere Untergliederung.

In der Marktforschung wurde deutlich, dass der genutzte Fahrradtyp – Trekkingrad, Mountainbike und Rennrad – als wesentliches Unterscheidungsmerkmal besonders geeignet ist. In Abhängigkeit des Fahrradtyps variieren die Angebote, aber auch die Präferenzen der Radurlauber bei einer Radreise in Bezug auf die Streckenbeschaffenheit, die Infrastruktur und die räumliche Begebenheit. Grundlegend unterscheidet sich hierbei auch die Reisemotivation.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die unterschiedlichen Ansprüche an Radreisen entsprechend den drei Radurlaubstypen.

Tab. 8: Radfahrertypologien

	Trekkingrad-Reise/Ausflug	Mountainbike-Reise/Ausflug	Rennrad-Reise/Ausflug
Reisemotivation	Aktives Erleben und Kennenlernen von Land und Leuten	Sportliche Aktivität (Geschicklichkeit)	Sportliche Aktivität (Geschwindigkeit)
Streckenbeschaffenheit	Überwiegend befestigte, verkehrsarme Radwege mit touristischer Beschilderung und Infrastruktur	Unbefestigte Wege, zum Teil auch Off-road	Asphaltierte Radwege und verkehrsarme Straßen für Hochgeschwindigkeitsfahrten
Topografie der Destination	Reliefarme, kulturell interessante Landschaft; geringe Steigungen; beliebt: z. B. Flusstäler	Zumeist bergige Landschaft; hügeliges bis sogar steiles Gebiet	Abwechslungsreiche Landschaft (flach bis bergig)
Zielgruppe	Genussradler jeden Alters von Familie mit Kind bis Senior; Interesse an Kultur, Kulinarik, Landschaft	Sportlich ambitionierte und trainierte Radfahrer	Sportlich ambitionierte und trainierte Radfahrer; Interesse an Natur und Aussicht
Tagesetappen	ca. 40–60 km	je nach Terrain unterschiedlich, bis zu 50 km, 500–1500 Höhenmeter	Tagesetappen von bis zu über 100 km

Quelle: dwif 2009, eigene Darstellung nach DSV 2008

Anbietern radtouristischer Produkte wird hinsichtlich der Produktgestaltung dringend geraten, sich an dieser Dreiteilung zu orientieren. Innerhalb dieser Gruppen besteht weiterer Spielraum für eine engere Zielgruppengliederung. Angesichts der Tatsache, dass Radfahren insgesamt ein altersunabhängiger Sport

ist, bietet sich beispielsweise eine differenzierte Ansprache nach Altersgruppen an.

Die Differenzierung der Radreisen und Radreisenden in die drei genannten Gruppen wird in den folgenden Kapiteln der Studie beibehalten.

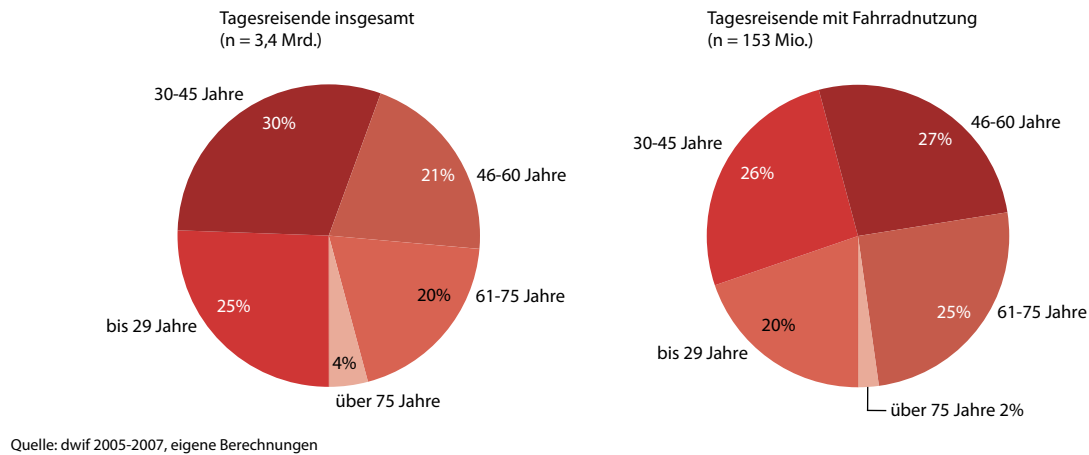
2 Ergebnisse zu Radausflügen ohne Übernachtung

2.1 Darstellung soziodemografischer Besonderheiten

Tagesreisen mit dem Fahrrad stellen ein sehr spezifisches Marktsegment dar, das sich, wie die bisherigen Analysen gezeigt haben, teilweise sehr deutlich von anderen Gruppierungen unterscheidet. Es war zu erwarten, dass auch bei der soziodemografischen Struktur signifikante Abweichungen zutage treten würden.

Die durchgeführten Auswertungen haben gezeigt, dass dies insbesondere beim Alter und bei der Haushaltsstruktur, aber auch beim Einkommen der Fall war.

Abb. 11: Verteilung der Tagesreisen nach dem Alter



Mit Ausnahme der über 75-Jährigen sind für den Fahrradtourismus alle Altersgruppen von Bedeutung. Es zeigt sich aber auch, dass tendenziell die **mittleren Jahrgänge** (46 bis 60 Jahre) und die **jüngeren Senioren** (61 bis 75 Jahre) in diesem Marktsegment weit überproportional vertreten sind. Sie stellen eine ganz wichtige Zielgruppe dar, deren Erwartungen und Bedürfnisse bei der Angebotsgestaltung Beachtung finden müssen.

Dagegen sind die jüngeren Altersgruppen zwar eindeutig unterrepräsentiert; speziell die 30- bis 45-Jährigen stellen aber ebenfalls eine sehr starke Gruppe dar, für deren langfristige Einbindung in das Marktsegment gesorgt werden muss.

(Ehe-)Paare, in deren Haushalt kein Kind (mehr) lebt, sind nicht nur rein mengenmäßig die mit Abstand wichtigste Zielgruppe; bei ihnen ist auch die relative Bedeutung des Fahrradtourismus weit überproportional. Familien mit Kind(ern) bilden dazu praktisch den Gegenpol.

Abb. 12: Verteilung der Tagesreisen nach der Haushaltsstruktur

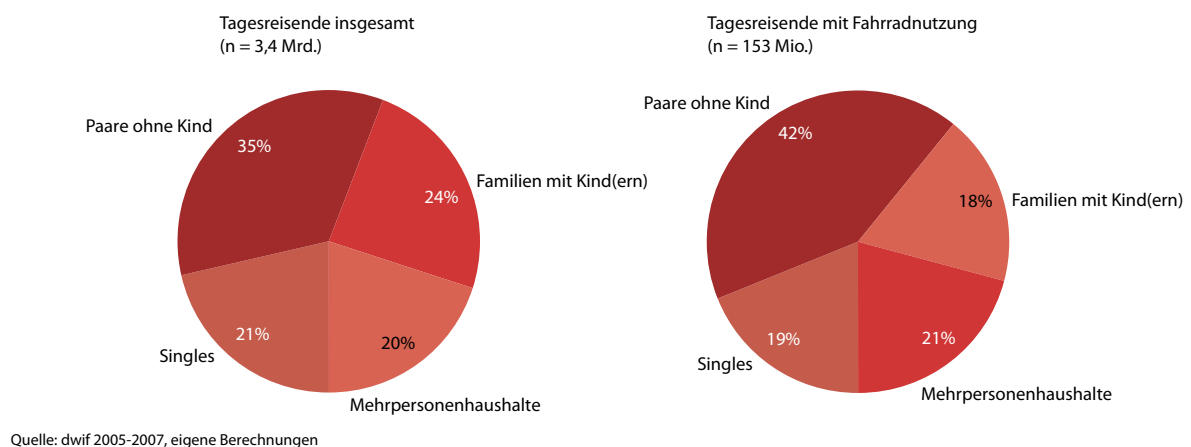
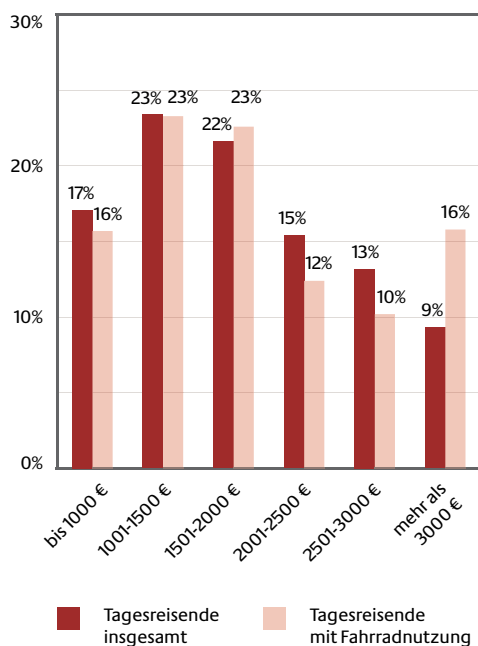


Abb. 13: Verteilung der Tagesreisen nach dem Einkommen (brutto)



Quelle: dwif 2005-2007, eigene Berechnungen

Bei den unteren drei Einkommensgruppen (bis 2.000 Euro) sind bei den Anteilswerten von Tagesreisenden insgesamt und solchen mit Fahrradnutzung keine gravierenden Abweichungen feststellbar.

Anders stellt sich die Situation in der oberen Einkommenshälfte dar:

- ▶ In der höchsten Einkommensgruppe (> 3.000 Euro) ist die relative Bedeutung der Fahrradtouristen signifikant höher als bei der Gesamtheit der Tagesreisenden. Das bedeutet, dass Fahrradtouristen über ein deutlich über dem Durchschnitt liegendes Einkommen verfügen.
- ▶ Die negativen Abweichungen bei den Einkommensgruppen zwischen 2.000 und 3.000 Euro erklären sich daraus, dass hier zu einem großen Teil Familien mit Kind(ern) ihren Platz finden. Deren unterdurchschnittliche Fahrradnutzung wirkt sich dann entsprechend aus.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass der typische Fahrradtourist unter den Tagesreisenden – bewusst grob gezeichnet – wie folgt charakterisiert werden kann:

- ▶ fortgeschrittenes Alter;
- ▶ lebt in einer Partnerschaft ohne Kind;

- ▶ verfügt im Vergleich zur Gesamtheit der Tagesreisenden über ein überdurchschnittliches Einkommen.

2.2 Die räumliche Verteilung fahrradtouristischer Tagesreisen

Es wird sowohl die absolute Zahl der Fahrradtouristen in der jeweiligen Region dargestellt als auch deren relative Bedeutung, gemessen an ihrem Anteil an den Tagesreisen insgesamt.

Verteilung nach Bundesländern

Die Bedeutung des Radtourismus für eine Region wird durch den Anteil dieses Segments an allen Tagesausflügen repräsentiert. Der rein quantitative Umfang des Marktsegmentes hängt natürlich in erster Linie von der Größe der Region und vom Gesamtaufkommen an Tagestouristen ab. Daneben schaffen die sehr spezifischen Strukturen, wie sie z. B. für Stadtstaaten oder Flächenländer kennzeichnend sind, völlig unterschiedliche Voraussetzungen für fahrradtouristische Betätigungen.

Zur Rangordnung in Bezug auf die absolute Zahl unternommener Radtouren ist wenig zu sagen. In dieser Hinsicht dominieren die großen Flächenländer wie Nordrhein-Westfalen, Bayern, Baden-Württemberg und Niedersachsen, die auch aus dem größten Potenzial schöpfen können.

Interessanter ist zweifellos, welche Anteile auf den Fahrradtourismus in der jeweiligen Region entfallen, weil daraus die relative Bedeutung dieses Marktsegmentes deutlich wird. Es sind zwei Faktoren, die dieses Ergebnis wesentlich zu beeinflussen scheinen:

- ▶ Die Attraktivität bzw. die besondere Eignung des jeweiligen Bundeslandes für Spazierfahrten und Touren mit dem Fahrrad wirken sich förderlich aus;
- ▶ auf der anderen Seite führen ein sehr breites Freizeitangebot bzw. die daraus resultierenden großen Wahlmöglichkeiten dazu, dass sich die Tagesreisen auf viele Aktivitäten verteilen und die relative Bedeutung einzelner Segmente tendenziell abnimmt.

Tab. 9: Bedeutung der Fahrradausflüge in den Bundesländern – gerundete Werte

Bundesland	Tagesreisen insgesamt in Mio.	Fahrrad-touristische Tagesreisen in Mio.	Anteil fahrradtouristischer Tagesreisen an Tagesreisen insgesamt in %
Baden-Württemberg	441	14,3	3,2
Bayern	530	27,5	5,2
Berlin	132	4,2	3,2
Brandenburg	108	11,6	10,7
Bremen	45	2,4	5,3
Hamburg	111	2,9	2,6
Hessen	281	8,2	2,9
Mecklenburg-Vorpommern	70	4,1	5,9
Niedersachsen	310	14,6	4,7
Nordrhein-Westfalen	700	27,7	4,0
Rheinland-Pfalz	204	10,2	5,0
Saarland	32	1,4	4,4
Sachsen	157	8,7	5,5
Sachsen-Anhalt	78	5,4	6,9
Schleswig-Holstein	131	6,1	4,7
Thüringen	74	3,7	5,0
Insgesamt	3.404	153,0	4,5

Quelle: dwif 2009, eigene Darstellung nach DSV 2008

Die Auswirkungen beider Faktoren überlagern sich. Im Endergebnis hat es jedoch den Anschein, als hätten in der Kombination tendenziell die östlichen Bundesländer, wie vor allem Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt, eine sehr gute Ausgangsposition. Bei den großen Stadtstaaten Berlin und Hamburg scheint dagegen der Einfluss des breiten Angebotes zu überwiegen, denn es ist kaum anzunehmen, dass die relativ niedrigen Anteilswerte ausschließlich Folge einer geringen Attraktivität für Radtouren sind. Unter den westlichen Flächenländern hebt sich Bayern am deutlichsten vom Durchschnitt ab, hat somit ebenfalls eine relativ günstige Faktorkombination.

Verteilung nach dem Typus des Zielortes

Die nach dem Typus des Zielortes gebildeten Gruppierungen sind in sich natürlich wesentlich homogener, als dies bei der Unterteilung nach Bundesländern der Fall war, weil der generelle Charakter der Zielorte ent-

scheidend ist und – um ein Beispiel herauszugreifen – Seebäder etwa weitgehend vergleichbare Strukturen aufweisen. Dennoch gibt es auch innerhalb dieser Gruppen deutliche Unterschiede, die die Interpretation der Ergebnisse erschweren:

- Unter den Heilbädern gibt es sowohl Bäder, die in hohem Maße von der Kur und den dazugehörigen Einrichtungen geprägt sind (z. B. die sogenannten „Bauernbäder“ in Nordrhein-Westfalen), als auch eher städtisch geprägte Orte mit einem sehr breiten Freizeit- und Unterhaltungsangebot (so z. B. Wiesbaden oder Baden-Baden);
- die Zusammensetzung der Gruppe „sonstige Orte“ ist extrem heterogen, weil dort von Mittelstädten ohne große touristische Prägung bis zur Kleingemeinde ohne Prädikat alle Erscheinungsformen anzutreffen sind.

Das ist bei der Einschätzung der folgenden Ergebnistabelle zu beachten.

Tab. 10: Tagesreisen mit fahrradtouristischer Relevanz nach dem Prädikat des Zielortes – gerundete Werte

Prädikat	Zahl der empfangenen Tagesreisen insgesamt in Mio.	Fahrradtouristische Tagesreisen in Mio.	Anteil insgesamt in %
Top-12-Großstädte	922	24,3	2,4
Sonstige Großstädte	844	26,9	3,2
Touristisch geprägte Mittel- und Kleinstädte	354	15,6	4,4
Luftkur- und Erholungsorte	255	18,0	4,2
Heilbäder	133	8,5	7,0
Seebäder	41	3,4	8,3
Sonstige Orte	855	56,3	6,6
Insgesamt	3.404	153,0	4,5

Quelle: dwif 2005–2007, eigene Berechnungen

Die beim Bundesländervergleich hervorgetretenen Grundmuster kommen hier noch deutlicher zum Ausdruck:

- ▶ In den **Großstädten** ganz allgemein, und bei den Top 12 in besonderem Maße, ist die relative Bedeutung der Aktivität Radfahren deutlich unterdurchschnittlich. Die Vielzahl anderer Betätigungen, die sich hier anbieten, stellt offensichtlich eine zu starke Konkurrenz dar. Dies verhindert aber nicht, dass Großstädte bezüglich der absoluten Zahl von Fahrradtouristen im weiteren Sinne ganz weit vorne rangieren: **Jede dritte von Tagesreisenden unternommene Radtour findet in Großstädten statt (51,2 Mio.).**
- ▶ Bei den **Seebädern** stellt sich die Situation genau umgekehrt dar. Der geringsten absoluten steht die höchste relative Bedeutung gegenüber, denn bei fast jeder zwölften Tagesreise wird eine Tour oder zumindest eine Fahrt mit dem Rad unternommen.
- ▶ Der mit Abstand größte Anteil an den fahrradtouristisch relevanten Tagesreisen entfällt jedoch auf die **sonstigen Orte**. Hier ist wohl zu konstatieren, dass das Ziel von Fahrradfahrten oder auch -touren nicht immer eine touristisch hoch attraktive Destination sein muss, sondern gerade wenig erschlossene ländliche Gegenden und Gemeinden, mit entsprechend geringem Verkehrsaufkommen, beliebte Ziele darstellen. Den höchsten Zuspruch haben Regionen, die

von Ballungsräumen aus schnell und bequem erreichbar sind.

Verteilung nach der Landschaftsform

Es gibt bereits Regionen in Deutschland, deren touristisches Image in hohem Maße mit dem Fahrrad verknüpft ist. Dazu zählen Flusslandschaften (z. B. Donau) ebenso wie Meeresküsten (z. B. Insel Rügen), Seengebiete (z. B. Mecklenburgische Seenplatte) oder auch Städte (z. B. Münster). Da derartige Zielregionen im bundesweiten Maßstab zumeist so klein sind, dass eine gesonderte Ergebnisdarstellung wegen zu geringer Fallzahlen nicht möglich ist, können hier nur spezifische Landschaftsformen definiert werden. Auch bei dieser generalisierenden Darstellung lassen sich Auffälligkeiten feststellen.

Tab. 11: Tagesreisen mit fahrradtouristischer Relevanz nach der Landschaftsform des Zielortes – gerundete Werte

Landschaftsform	Zahl der empfangenen Tagesreisen insgesamt in Mio.	Fahrradtouristische Tagesreisen in Mio.	Anteil insgesamt in %
Ballungsräume	1.586	53,2	3,4
Mittelgebirge über 1.000 m	266	10,2	3,8
Mittelgebirge unter 1.000 m	575	27,0	4,7
Küstenregion	136	7,3	5,4
Alpenregion	82	7,3	8,9
Seengebiete	112	9,7	8,7
Flusslandschaften	303	15,7	5,2
Sonstige Landschaftsformen	344	22,6	6,6
Insgesamt	3.404	153,0	4,5

Quelle: dwif 2005–2007, eigene Berechnungen

Bei der rein mengenmäßigen Betrachtung dominieren die Landschaftsformen mit dem größten Verbreitungsgrad und dem höchsten Gesamtaufkommen an Tagesreisen. Auf die Ballungsräume, die gemäßigten Mittelgebirge sowie auf die nicht näher definierten sonstigen Regionen entfallen zusammen fast genau zwei Drittel aller Tagesreisen mit Fahrradbenutzung.

Interessanter ist deshalb auch bei dieser Sonderauswertung die relative Bedeutung des Marktsegmentes Fahrradtourismus für das Gesamtaufkommen an Tagesreisen:

- Die **Alpenregion** und die **Seengebiete** nehmen bei dieser Art der Betrachtung ganz eindeutig eine Sonderstellung ein. Während dies bei den Seenlandschaften, deren Attraktivität und Eignung für Radtouren aller Art unbestritten ist, keine Überraschung darstellt, sind hinsichtlich des Spitzenplatzes, den die Alpenregion einnimmt, doch weiter gehende Erklärungen notwendig. Nahe liegend ist, dass die Unterart „Mountainbiking“ hier naturgemäß die besten Bedingungen vorfindet und wohl auch den höchsten Grad der Identifikation. Fast noch wichtiger erscheint jedoch die Tatsache, dass zu dieser Region auch die sogenannten Voralpen zu zählen sind, die – mit Seen, Moränenlandschaften und Flusstälern – auch für normale Radtouren bestens geeignet sind.
- Für die **Ballungsgebiete** gilt dasselbe, was zu den Großstädten bereits ausgeführt wurde. Auch

hinsichtlich der Positionierung der Gruppierung **Sonstige Landschaftsformen** kann auf Aussagen zu den sonstigen Orten (siehe „Verteilung nach dem Typus des Zielorts“) verwiesen werden.

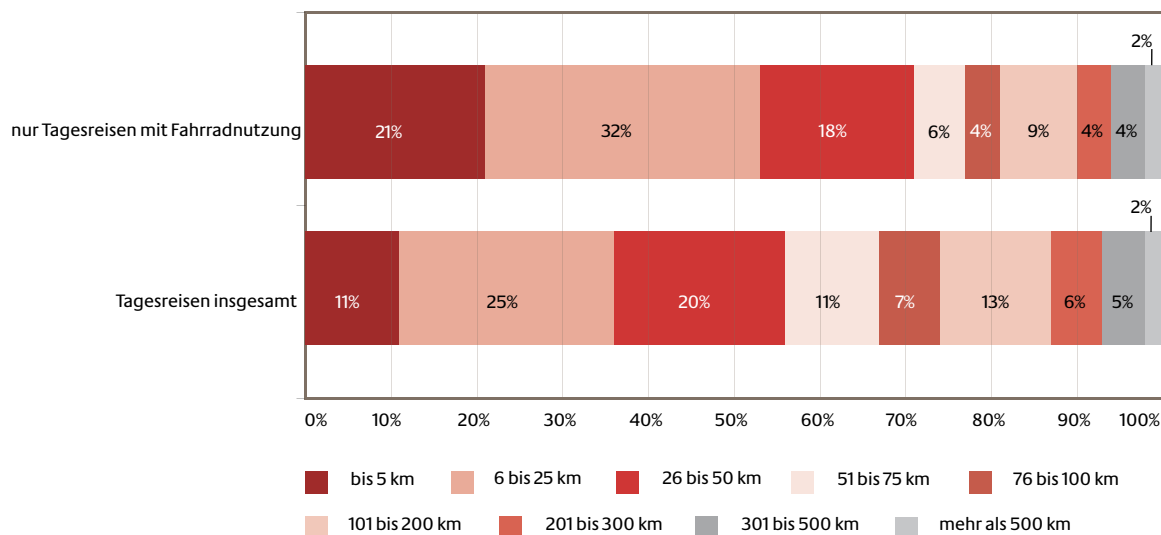
- Die übrigen Landschaftsformen heben sich nur relativ wenig vom Durchschnittswert ab. Insbesondere bei „Flusslandschaften“ und „Mittelgebirgen der zweiten Kategorie“ ist jedoch zu vermuten, dass bei differenzierterer Betrachtung, bei der ganz bestimmte Regionen (wie z. B. die Donau oder die Altmühl) unter die Lupe genommen werden, deutlich höhere Anteilswerte ermittelt würden.

Die, aus Gründen der geringer Fallzahlen, notwendige Generalisierung führt in allen Fällen zu einer starken Nivellierung der Ergebnisausprägungen; bei den Flusslandschaften und den niedrigeren Mittelgebirgen dürfte diese aber besonders stark zum Tragen kommen.

Distanzempfindlichkeit

Zu prüfen ist, ob die Fahrradtouristen in Bezug auf die Entfernung zwischen Ausgangs- und Zielort der Tagesreise ein spezifisches Verhalten an den Tag legen. Die betrachteten Entfernungen müssen dabei nicht nur mit dem Fahrrad überwunden worden sein, sondern auch „Mischverkehre“ (z. B. Pkw oder Bahn in Kombination mit dem Fahrrad) finden Eingang in diese Analyse.

Abb. 14: Verteilung nach der überbrückten Distanz – einfache Entfernung – Anteile in % von insgesamt – gerundete Werte



Quelle: dwif 2005-2007, eigene Berechnungen

Wie zu erwarten spielen bei radtouristischer Betrachtung Tagesreisen, die sich im **Nahbereich** abspielen, eine deutlich größere Rolle als bei der Gesamtheit. Bei **mehr als der Hälfte (53%)** beträgt die Distanz zwischen Ausgangs- und Zielort **maximal 25 km (einfach)**. Das sind Entfernungen, die mit dem Fahrrad ohne Probleme bewältigt werden können, sodass diese Gruppierung wohl ein Kernelement des Fahrradtourismus ohne Übernachtung darstellen dürfte. Es sind dabei aber zwei sehr unterschiedliche Ausprägungen zu beobachten:

- ▶ Jeder fünfte Fahrradausflug spielt sich im direkten Umfeld des Wohnortes ab. Hierbei dürfte es sich in erster Linie um Misch- oder Spazierausflüge handeln, bei denen Fahrradfahren im Vordergrund steht, diese häufig aber auch mit anderen Aktivitäten gekoppelt werden.
- ▶ Der mit Abstand größte Teil (fast ein Drittel) der hier erfassten Tagesreisen bewegt sich in einer Entfernungszone zwischen 6 und 25 km. Solche Distanzen sind typisch für die ganz normale Radtour, bei der die Aktivität Radfahren eindeutig im Vordergrund steht und das Fahrrad zumeist auch einziges benutztes Fortbewegungsmittel ist.

Bei einfachen Entfernungen zwischen **26 und 50 km** entfällt schon ein leicht unterdurchschnittlicher Anteil auf dieses spezifische Marktsegment. Es ist davon

auszugehen, dass der Bezug zum Rad hier bereits weniger eindeutig ist:

- ▶ Zwar reichen eintägige Radtouren auch in diese Entfernungszone hinein, denn ambitionierte Radsportler bewältigen ohne größere Probleme auch Gesamtstrecken von 100 km und darüber.
- ▶ Für den Freizeitradler stellen solche Distanzen jedoch eher die Ausnahme dar, sodass davon auszugehen ist, dass hier auch Fahrten inbegriffen sind, bei denen das Fahrrad in Ergänzung zu einem anderen Verkehrsmittel (Pkw oder Bahn) benutzt wird.

Die Aktivität Fahrradfahren ist in allen Entfernungszonen anzutreffen, auch wenn die Anteile mit zunehmender Distanz klar erkennbar kleiner werden. Ab einer einfachen Strecke von über 50 km dürften aber insbesondere zwei spezielle Ausprägungen das Bild bestimmen:

- ▶ Der Ausgangspunkt der eigentlichen Radtour wird mit einem anderen Verkehrsmittel erreicht. In der Hauptsache handelt es sich dabei um den eigenen Pkw; aber auch Busse und Bahnen bieten hier gute Möglichkeiten.
- ▶ Am Zielort der Tagesreise wird dann das mitgebrachte Fahrrad benutzt oder ein Fahrrad angemietet, um damit ganz bestimmte Programmbestandteile zu bestreiten. Stadtführungen oder Exkursionen mit dem Leihfahrrad oder auch

Fahrten zu nahe gelegenen Sehenswürdigkeiten sind dabei die häufigsten Erscheinungsformen.

Abschließend ist festzustellen, dass bei Tagesreisen mit Fahrradnutzung tendenziell kürzere Distanzen überbrückt werden. So beträgt die **einfache Durchschnittsentfernung** bei

- ▶ allen **Tagesreisen** zusammen rund **90 km**;
- ▶ bei **Nutzung des Fahrrades** lediglich rund **69 km**; dabei wird jedoch nicht die gesamte Strecke mit dem Fahrrad zurückgelegt (Anreise per Pkw oder ÖPNV). Bei etwa der Hälfte der Fahrradausflüge wird eine Entfernung von 25 km (einfacher Weg) nicht überschritten.

Aus früheren Untersuchungen des dwif zum Tages-tourismus konnte eine rein mit dem Fahrrad zurückgelegte einfache durchschnittliche Wegstrecke von rund 20 km ermittelt werden, welche auch in Ergänzung zu den aktuellen Zahlen als sehr plausibel anzusehen ist.

Andererseits gibt es praktisch keine Entfernungszone, bei der die Nutzung eines Fahrrades im Zuge einer Tagesreise grundsätzlich ausgeschlossen werden kann. Unterschiede gibt es lediglich in Bezug auf die Intensität der Nutzung bzw. auf die Rolle, die die Fahrradnutzung im Rahmen der Tagesreise spielt.

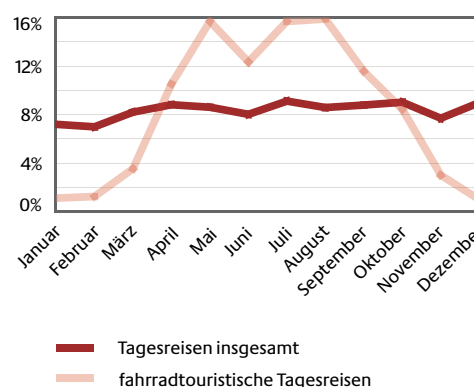
2.3 Die zeitliche Verteilung der Tagesreisen mit Fahrradnutzung

Radfahren ist eine Freizeitaktivität, die vorwiegend in der warmen Jahreszeit praktiziert wird. Diese Saisonabhängigkeit soll nachfolgend zahlenmäßig belegt werden. Zu untersuchen ist aber auch, ob ein ausgeprägter Wochenrhythmus beobachtet werden kann. Neben der rein quantitativen Verteilung ist deshalb vor allem von Interesse, welche Abweichungen von den Durchschnittswerten vorliegen.

Saisonverlauf

Nachfolgende Grafik bestätigt, dass sich der Fahrrad-tourismus, auch im Rahmen der Tagesreisen, in hohem Maße auf das Sommerhalbjahr konzentriert. Auf diesen Zeitraum (Mai bis Oktober) entfallen rund 80 % der Fahrradausflüge.

Abb. 15: Saisonverlauf radtouristischer Tagesausflüge



Quelle: dwif 2005-2007, eigene Berechnungen

Im Gegensatz zu den Tagesreisen insgesamt, bei denen eine stark ausgeprägte Gleichverteilung zu beobachten ist und die im Dezember sogar noch einmal einen Saisonhöhepunkt erreichen, zeigt der Fahrradtourismus eine **ausgeprägte Saisonalität**. So fallen im Dezember nur rund 1,5 Mio. Tagesreisen mit Fahrradnutzung an, während in den Spitzenmonaten Mai, Juli und August mit mehr als 24 Mio. sechzehnmal so viele unternommen werden.

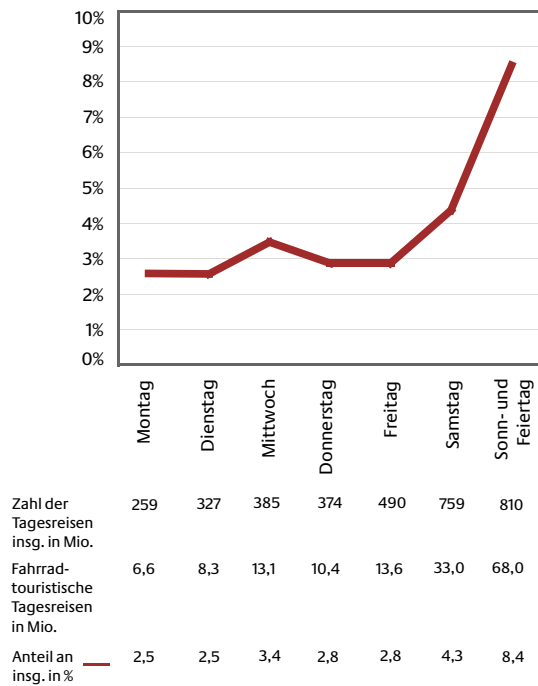
Entsprechend unterschiedlich ist auch die relative Bedeutung des Fahrradtourismus innerhalb des Tagesreisemarktes insgesamt:

- ▶ In den bereits genannten **Spitzenmonaten** ist bei fast **jeder zwölften Tagesreise ein Fahrrad** mit im Spiel.
- ▶ Von **Dezember bis Februar** sinkt die **relative Bedeutung** auf deutlich **unter 1 %** im Durchschnitt.

Wochenrhythmus

Fast jede zweite Tagesreise (Anteil 46 %) wird an Wochenenden bzw. an Feiertagen unternommen. Wenn dabei das Fahrrad genutzt wird, steigt dieser Konzentrationsgrad, wie die folgende Übersicht verdeutlicht, sogar auf 66 % an.

Abb. 16: Verteilung der Tagesreisen mit fahrradtouristischer Relevanz nach Wochentagen – gerundete Werte



Quelle: dwif 2005-2007, eigene Berechnungen

An den **Sonn- und Feiertagen** ist fast bei jeder zwölften Tagesreise Fahrradnutzung eingeschlossen. An diesen Tagen ist die Konkurrenz durch andere Anlässe und Aktivitäten, wie insbesondere Shopping oder Veranstaltungsbesuche, mit großer Sicherheit geringer. Die besondere Rolle der Sonn- und Feiertage in dieser Hinsicht ist aber wohl auch in den traditionellen Verhaltensweisen der Ausflügler begründet.

An den **Werktagen** liegen die Anteilswerte sehr einheitlich zwischen 2,5 und 3,4 %. Nur der Mittwoch fällt hier ein wenig aus dem Rahmen, was sich – allerdings nur zum Teil – auch daraus erklärt, dass auf diesen Tag keiner der „festen“ Feiertage entfällt, die dann der Rubrik „Sonn- und Feiertage“ zugeordnet wurden.

An den **Samstagen** ist die oben angesprochene Konkurrenz des Fahrradtourismus zu anderen Formen des Tagesreiseverkehrs besonders klar erkennbar. Die Läden und Einkaufszentren in den Städten erleben hier den stärksten Andrang und auch überdurchschnittlich viele Veranstaltungen werden ganz bewusst auf den Samstag gelegt.

2.4 Ausgabeverhalten von „Fahrradausflüglern“

Die folgende Analyse stützt sich bei der monetären Komponente der Berechnungen auf Befragungsergebnisse des Jahres 2004 (dwif 2005–2007) und ergänzt die bereits im Kapitel zum Wirtschaftsfaktor Fahrradtourismus (Kapitel III) gelieferten Ausgabenwerte der Fahrradausflügler um verhaltensorientierte Informationen.

Fragen zum Ausgabeverhalten der Tagesreisenden wurden in den Erhebungsjahren 2005 und 2006 nicht mehr gestellt. Eine fundierte Aktualisierung der Daten ist nicht möglich, da Veränderungen beim Ausgabeverhalten nicht analysiert wurden. Eine reine Inflationierung wurde gerade vor diesem Hintergrund nicht durchgeführt. Da es in diesem Kapitel hauptsächlich darum geht, die einzelnen Sparten beim Ausgabeverhalten der Fahrradausflügler im Vergleich darzustellen, wurde bewusst darauf verzichtet, die Ausgabenwerte um die Mehrwertsteuererhöhung im Jahr 2007 anzupassen. **Abweichungen in der absoluten Ausgabehöhe pro Kopf und Tag sind demnach ausschließlich auf den veränderten Mehrwertsteuersatz (statt 16 % nunmehr 19 %) zurückzuführen.** Im Kapitel III zum Wirtschaftsfaktor Fahrradtourismus wurde dieser Schritt der Anpassung an die Mehrwertsteuererhöhung vorgenommen, um bei der Zusammenführung mit den Bruttoumsätzen durch übernachtende Fahrradtouristen in Bezug auf die Mehrwertsteuer die gleiche Datenbasis zu gewährleisten. Ausgewiesen werden nur die am Zielort bzw. an den Zielorten getätigten Ausgaben. Nicht berücksichtigt sind deshalb vor allem Ausgaben, die vor Antritt sowie nach Beendigung der Tagesreise getätigt wurden, sowie alle Kosten für die An- und Abreise⁶.

⁶ Eine Ausnahme bilden hierbei lediglich Fahrtkosten, die – z. B. bei Busreisen oder Veranstaltungsbesuchen – in einer Pauschale enthalten sind und nicht herausgerechnet werden können.

2.4.1 Gesamtbetrachtung

Zur besseren Einschätzung werden zwei Vergleichsgruppen gebildet:

- ▶ die Gesamtheit aller Tagesreisen
- ▶ Tagesreisen, die der Ausübung einer ganz speziellen Aktivität gedient haben. Dazu zählen – neben Fahrradfahrten im weitesten Sinne – Wanderungen, Schwimmbadbesuche, sportliche Betätigungen usw.

Mit Blick auf die im Mittelpunkt des Interesses stehende Zielgruppe sind vor allem zwei Beobachtungen von Bedeutung:

- ▶ Die **Gesamtausgaben** der „Fahrradtouristen“ liegen um **45 % unter dem Gesamtdurchschnitt**. Sie zählen damit nicht zu den ausgabe-freudigen Tagesreisenden, sondern geben sogar noch deutlich weniger aus als andere Gruppierungen, die ebenfalls zu jenen Tagesreisenden zu zählen sind, die am Zielort einer ganz bestimmten Aktivität nachgehen.
- ▶ In erster Linie sind es die Ausgaben für **sonstige Einkäufe**, wie z. B. Reiseandenken, Bekleidung, Schmuck usw., die für die negative Abweichung vom Durchschnittswert verantwortlich sind. Aber auch bei den **Eintritts- bzw. Nutzungsgebühren** für Sport-, Spiel- und Unterhaltungseinrichtungen zeigen sich deutliche Unterschiede.

Es ist davon auszugehen, dass die spezifischen Verhaltensmuster von Fahrradtouristen Auswirkungen auf die Höhe und Struktur der getätigten Ausgaben nachvollzogen werden sollen. Es sind aber auch noch andere Zusammenhänge vorstellbar, deren Auswirkungen im Folgenden nachvollzogen werden sollen.

2.4.2 Detailbetrachtung

Für nachstehende Analyse werden erneut die Einflussfaktoren ausgewählt, die bereits bei den vorhergehenden Analysen im Mittelpunkt standen.

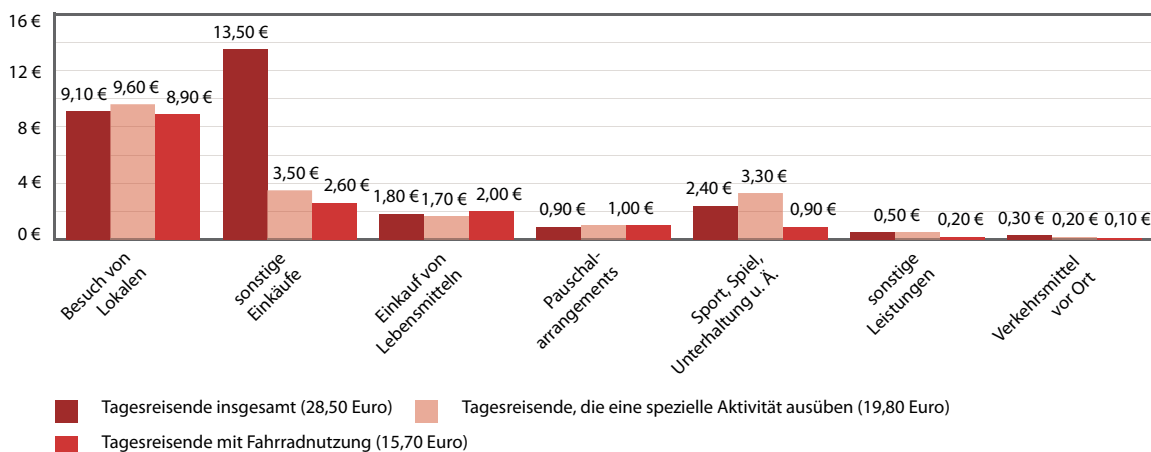
Regionale Untergliederungen:

Differenziert wird nach der Art des touristischen Prädikates des Reisezieles.

Es sind keine gravierenden Unterschiede zu beobachten. Lediglich tendenziell lässt sich feststellen, dass

- ▶ das Niveau der Ausgaben in den mehr städtisch geprägten Zielorten, zu denen ja auch die „sonstigen Orte“ zum größten Teil zu zählen sind, unter dem der Kur- und Erholungsorte liegt;
- ▶ sich nur die Heilbäder⁷ stärker vom Durchschnittswert abheben.

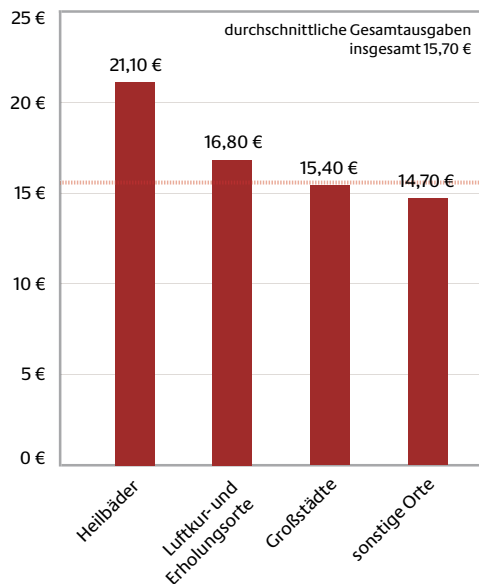
Abb. 17: Ausgabeverhalten der Tagesreisenden mit fahrradtouristischer Relevanz im Vergleich – Ausgaben pro Person in Euro – gerundete Werte



Quelle: dwif 2005-2007, eigene Berechnungen

7 Mineral- und Moorbäder, heilklimatische Kurorte, Kneippheilbäder und Seeheilbäder

Abb. 18: Gesamtausgaben der Fahrradtouristen nach dem Prädikat des Zielortes – gerundete Werte

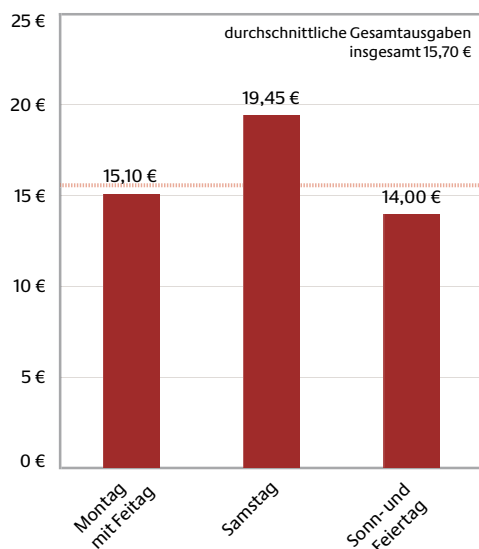


Quelle: dwif 2005-2007, eigene Berechnungen

Zeitliche Untergliederungen:

Von Interesse ist insbesondere, ob der Wochentag Einfluss auf die Höhe der Ausgaben nimmt:

Abb. 19: Gesamtausgaben der Fahrradtouristen nach dem Wochentag der Tagesreise – gerundete Werte



Quelle: dwif 2005-2007, eigene Berechnungen

Die **Samstage heben sich deutlich ab**. Die Detailanalyse verdeutlicht, dass es erneut die Ausgaben für sonstige Einkäufe sind, die den Unterschied ausmachen; sie betragen im Durchschnitt:

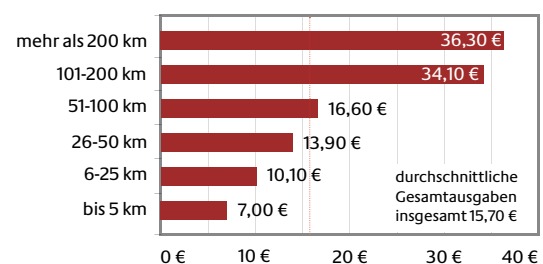
- ▶ 2,10 Euro an den Werktagen (Montag bis Freitag) und sogar nur 1,80 Euro an Sonn- und Feiertagen;
- ▶ immerhin 5,60 Euro an Samstagen, was doch eine signifikante Abweichung vom gesamten Durchschnittswert (2,60 Euro) für sonstige Einkäufe darstellt.

Bei allen übrigen Ausgabearten sind dagegen überhaupt keine grundlegenden Unterschiede festzustellen. Auch die Jahreszeit hat im Übrigen keinen entscheidenden Einfluss auf das Ausgabeverhalten, sodass auf einen gesonderten Ausweis verzichtet werden kann.

Distanzempfindlichkeit:

Im Unterschied dazu zeigt es sich, dass sich die **Entfernung zwischen Ausgangs- und Zielort der Tagesreise sehr stark** auf das Ausgabeverhalten auswirkt.

Abb. 20: Gesamtausgaben der Fahrradtouristen nach der Entfernung zwischen Ausgangs- und Zielort der Tagesreise – gerundete Werte



Quelle: dwif 2005-2007, eigene Berechnungen

Die Abhängigkeit ist unübersehbar, denn die Höhe der getätigten Ausgaben nimmt mit steigender Distanz kontinuierlich zu. In den Ergebnissen treten die Unterschiede zwischen den beiden Untergruppen der Radausflügler im Nahbereich und derer mit weiter entfernten Zielen klar zutage:

- ▶ Die typische „Radtour“, die sich im Nahbereich abspielt und bei der die Aktivität „Radfahren“ eindeutig im Vordergrund steht, ist mit relativ geringen Ausgaben verbunden.

- Werden Distanzen von mehr als 100 km (einfache Fahrt) überbrückt, stellt Radfahren nur noch eine Aktivität unter mehreren dar. Bestimmend für die Höhe der getätigten Ausgaben ist dann das Gesamtprogramm, das im Zuge der Tagesreise abgewickelt wird. Dementsprechend liegen dann auch die Ausgaben deutlich höher.

3 Ergebnisse zu Radurlaubern mit Übernachtungen

Eines der Ziele der Grundlagenuntersuchung ist es, Fahrradurlauber bzw. Fahrradtouristen mit ihren Spezifika näher zu beschreiben. Wie an anderer Stelle bereits dargelegt, ist die Definition der Fahrradtouristen äußerst problematisch. Im Zuge dieser Untersuchung soll jedoch, sofern nicht explizit auf anderes hingewiesen wird, eine sehr eng gefasste Definition verwendet werden. Nachstehend werden Fahrradurlauber näher beschrieben, die

- als Motiv für ihre Reise Radurlaub genannt haben **und**
- die Aktivität Radfahren während ihres Urlaubsaufenthaltes **häufig** unternommen haben.

Durch diese enge Definition wird eine Gruppe von Personen erfasst, für die das Radfahren im Urlaub zumindest ein ganz wichtiges, wenn nicht sogar das wichtigste Motiv ist. Neben diesen Fahrradurlaubern im engeren Sinn gibt es selbstverständlich noch eine große Gruppe von Urlaubern, die während ihres Aufenthaltes unter anderem auch das Fahrrad benutzt haben. Mit Blick auf diese Gäste scheint es jedoch nicht opportun, von Fahrradurlaubern zu sprechen, da für sie das Radfahren keineswegs entscheidenden Charakter hat, sondern nur eine ergänzende Aktivität darstellt.

Als Datenquelle für nachstehende Ergebnisse dient der Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus (Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008).

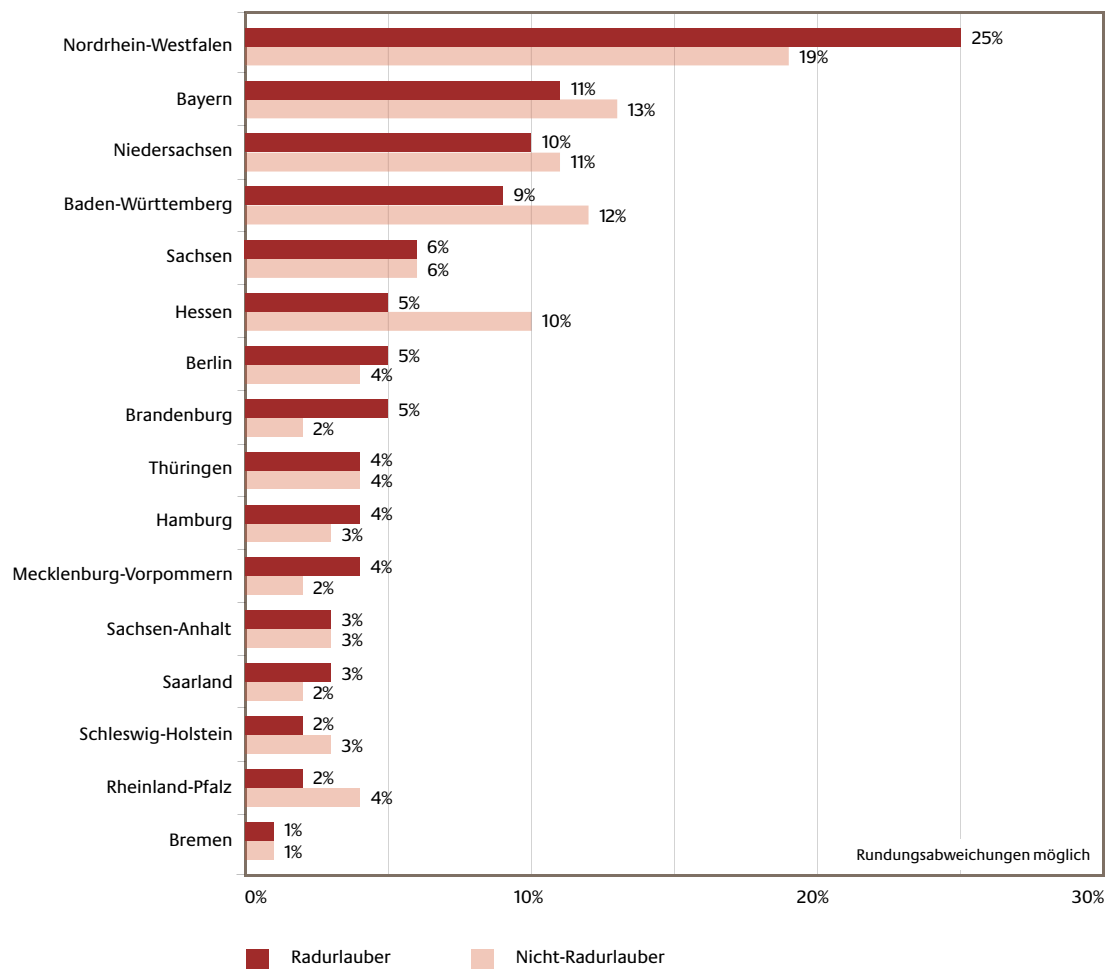
3.1 Herkunft und Besuchserfahrung

Fahrradurlauber in Deutschland stammen zu **95 % aus Deutschland**. Lediglich **5 %** kommen aus dem **Ausland**, überwiegend aus den Niederlanden und, in deutlich geringerem Umfang, aus der Schweiz. Als inländischer Quellmarkt nimmt Nordrhein-Westfalen eine herausgehobene Position ein. Nicht nur die große Bevölkerungszahl, sondern vor allem die weit überproportionale Neigung, Fahrradurlaub im Inland zu verbringen, sind hierfür als Ursache zu nennen.

Umgekehrte Relationen lassen sich in Bayern, Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Hessen feststellen, unter deren Einwohnern Fahrradurlauber derzeit nur unterproportional für Reiseziele im Inland begeistert werden können. Da keine Hinweise darauf vorliegen, dass Fahrradurlaub in diesen Bundesländern signifikant weniger beliebt wäre, lässt sich dies nur mit einer höheren Affinität zu ausländischen Reisezielen erklären (vermutlich in den jeweils angrenzenden Nachbarländern).

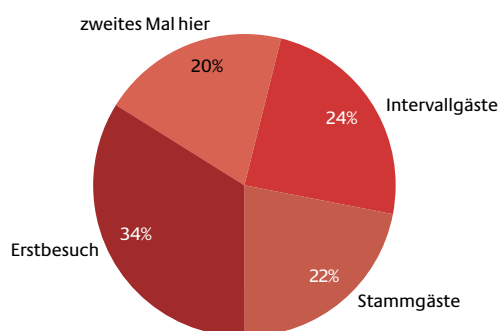
Ein erster Hinweis auf die Qualität der fahrradtouristischen Angebote zeigt sich in der Tatsache, dass 46 % der Gäste bereits häufiger eine bestimmte Region besucht haben. 34 % waren zum ersten Mal dort. Das Vorurteil, dass Radurlauber stets neue Destinationen suchen, lässt sich, jedenfalls auf Deutschland bezogen, kaum aufrechterhalten. Deutsche Reiseregionen scheinen in puncto Servicequalität und Gästebetreuung schon erfolgreich zu arbeiten, denn gerade die Stammgäste zeigen eine, im Vergleich zu anderen Urlauberguppen, außergewöhnlich hohe Wiederbesuchsabsicht (Note 1,3 auf einer 6 Noten umfassenden Skala, statt 1,5 bei Nichtfahrradurlaubern). Fahrradurlauber zeigten sich auch als Erstbesucher stärker angetan von ihrem Aufenthalt, sodass sie auch in höherem Maße wieder kommen wollen (Note 2,9 gegenüber Note 3,1 bei Nichtfahrradurlaubern). Ein möglicher Erklärungsgrund hierfür könnte in der intensiveren Urlaubsvorbereitung (Information) der Fahrrad fahrenden Erstbesucher liegen, die „Produktenttäuschungen“ weniger wahrscheinlich werden lässt.

Abb. 21: Herkunftsbundesländer der deutschen Radurlauber



Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

Abb. 22: Bisherige Besuchserfahrung der Radurlauber in der Region

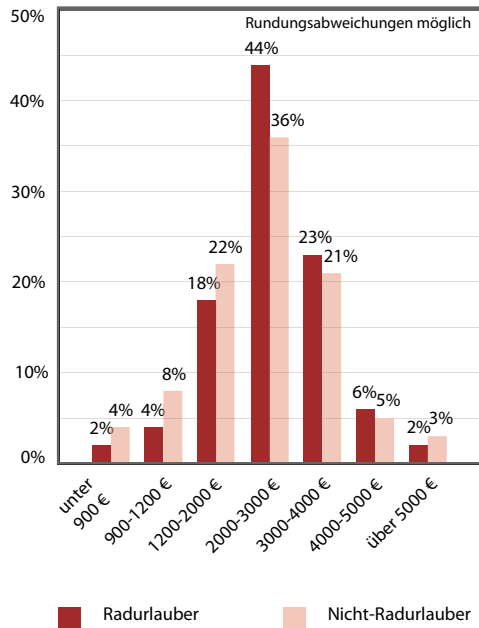


Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

3.2 Einkommens- und Berufsgruppe

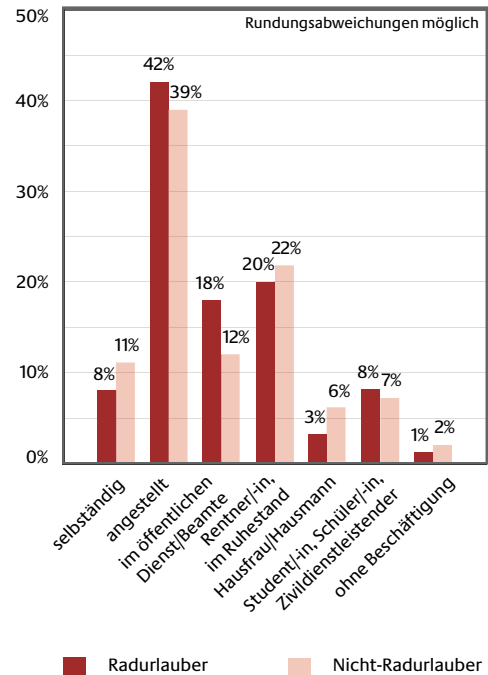
Fahrradurlauber sind mehrheitlich den hier dargestellten mittleren Einkommensschichten zuzuordnen. Ähnlich wie bei der Verteilung der Tagesradausflügler nach Einkommensgruppen überwiegen in den höheren Einkommensgruppen (> 3.000 Euro) insgesamt die Radurlauber. Nur in der hier dargestellten höchsten Einkommensgruppe sind – wie in den untersten Einkommensklassen – weniger Radurlaubsbegeisterte vorhanden.

Abb. 23: Einkommensgruppen der Radurlauber



Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

Abb. 24: Berufsgruppen der Radurlauber



Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

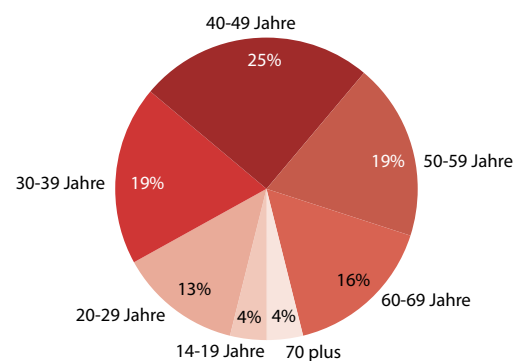
Hinsichtlich der Zugehörigkeit der Radurlauber zu gewissen Berufsgruppen zeigen sich einige interessante Aspekte:

- ▶ Bei Beschäftigten im öffentlichen Dienst (z. B. Lehrer, sonst. Beamte) ist Fahrradrurlaub außerordentlich beliebt.
- ▶ Selbstständige, aber auch Hausfrauen bevorzugen offensichtlich andere Urlaubsformen stärker.
- ▶ Rentner sind durchaus an Fahrradrurlaub interessiert, sie stellen immerhin 20 % der Nachfrage. Damit liegt ihr Anteil nur geringfügig unter dem Anteilswert aller an anderen Arten von Inlandsurlaub (22 %).
- ▶ Auch Studenten und Schüler sind unter den Radurlaubern überproportional stark vertreten.

Insgesamt stellt Fahrradrurlaub für (nahezu) alle Berufsgruppen eine interessante Urlaubsform dar, die sich aufgrund ihrer Beliebtheit bei Jung und Alt zudem mit Blick auf den demografischen Wandel als relativ krisensicher erweisen dürfte.

3.3 Alter und Mitreisende der Radreisenden

Abb. 25: Alter der Radurlauber



Durchschnittsalter der Radurlauber: 45,7 Jahre
Durchschnittsalter sonst. Inlandsreisender: 47,2 Jahre

Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

Der vergleichsweise etwas niedrigere Anteil von Rentnern und der etwas höhere Anteil von Schülern und Studenten unter den Fahrradfahrläusern bewirkt, dass das Durchschnittsalter der Fahrradfahrläuser mit **45,7 Jahren** leicht unter dem der übrigen Inlandsreisenden liegt (47,2 Jahre). Die mit Abstand größte Altersgruppe stellen aber auch beim Fahrradfahrlaub die 40- bis 49-Jährigen, gefolgt von den 30- bis 39-Jährigen und den 50- bis 59-Jährigen, die sich den zweiten Platz teilen. Da auch die jüngeren Altersgruppen beachtliche Marktanteile beisteuern, ist eine altersmäßige Zielgruppensegmentierung der Nachfrage im Fahrradtourismus nicht als Erfolgskonzept anzusehen.

Mit wem reisen die Radurlauber?

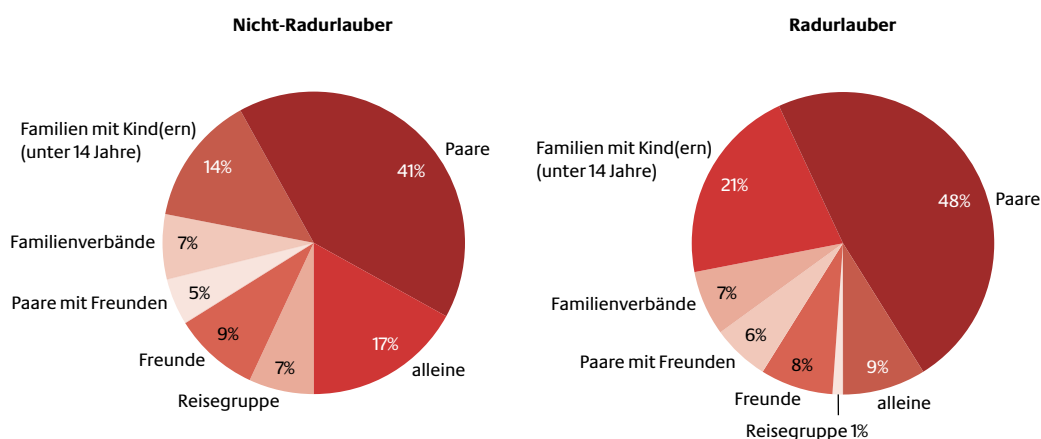
Fahrradfahrlaub in Deutschland ist stark geprägt von individuellen, kleinen Reisegruppen wie Familien, Familienverbänden oder Paaren. Fahrradtouristische Reisegruppen spielen mit einem Marktanteil von 1% zumindest im Inland derzeit noch eine bescheidene Nebenrolle, vor allem wenn man berücksichtigt, dass Reisegruppen im Inlandsurlaub ansonsten bereits einen Marktanteil von 7% einnehmen (Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008). Erfreulich ist, dass Familien mit Kindern (unter 14 Jahre) bereits jeden fünften Fahrradfahrläuser stellen. Dies allein zeigt, dass Fahrradeignung und Familieneignung in hohem Maße Hand in Hand gehen müssen, wenn eine Destination dauerhaft Erfolg im Fahrradtourismus haben will.

3.4 Informations- und Buchungsverhalten

Rund 30 % der Fahrradfahrläuser benötigen, wie dies bei allen anderen Inlandsurlaubern auch der Fall ist, offensichtlich kaum Informationen im Vorfeld ihrer Reise; sie kennen sich aus oder sind sogar Stammgäste. Mehr als zwei Drittel der Gäste holen jedoch Informationen ein. Hier dominiert das Internet als Informationsquelle ganz eindeutig, und zwar bei Fahrradfahrläusern noch stärker als beim Rest der Inlandsurlaubern. Fahrradfahrer finden ihre Informationen deutlich häufiger über Suchmaschinen oder direkt auf den Websites von Regionen, weniger auf den Websites der Orte oder gar der Beherbergungsbetriebe.

Eine überdurchschnittliche Rolle nimmt die Website der DZT (www.deutschland-tourismus.de) ein, die (in erster Linie) von ausländischen Fahrradfahrläusern besonders stark frequentiert wird. Überraschend ist, dass Empfehlungen von Verwandten, Bekannten oder Freunden gerade bei Fahrradfahrläusern nicht den gleichen hohen Stellenwert haben wie bei anderen Urlaubern. Besondere Reputation genießen Tourist-Informationen bei Fahrradfahrläusern. Während üblicherweise „nur“ 10 % diese Informationsquelle nutzen, sind es unter den Fahrradfahrläusern fast doppelt so viele (18 %). Dies kommt auch in den von Tourist-Informationen herausgegebenen Informationsmedien zum Ausdruck. Prospekte und Kataloge erfreuen sich bei Fahrradtouristen deutlich größerer

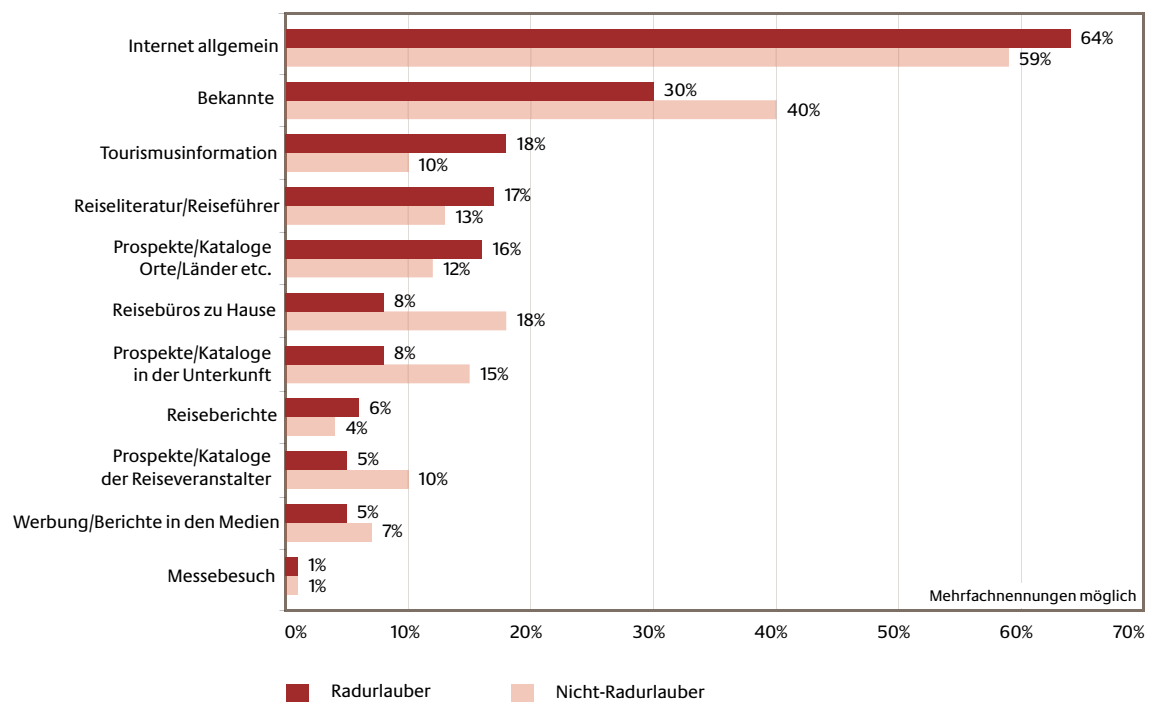
Abb. 26: Mitreisende der Radurlauber



Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

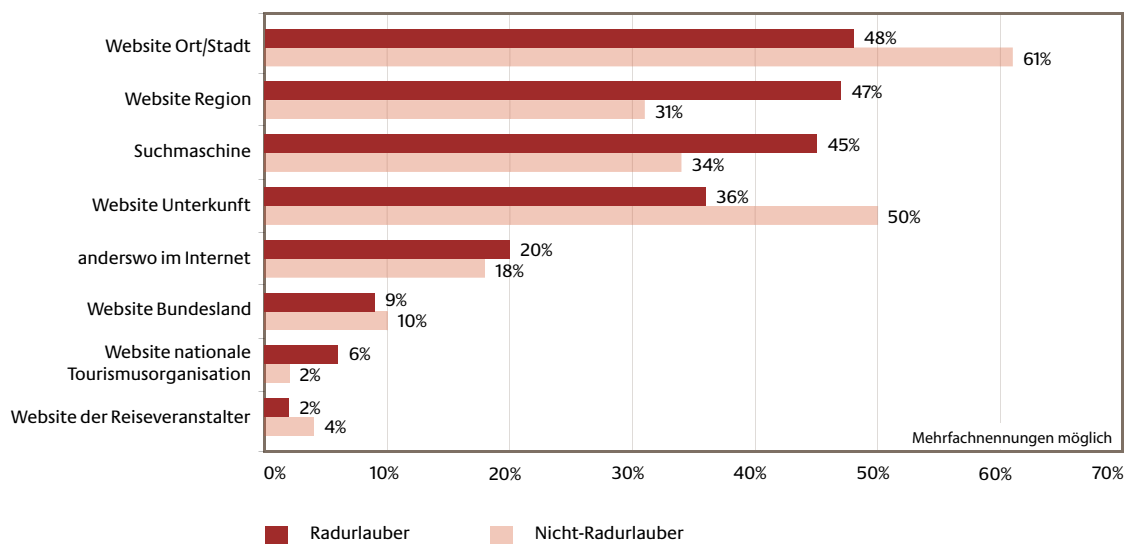
Beliebtheit als beim Rest der Urlauber. Gleiches gilt für Reiseliteratur, nicht hingegen für Kataloge von Veranstaltern, die im Inland offensichtlich nur eine nachgelagerte Rolle spielen.

Abb. 27: Informationsquellen der Radurlauber



Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

Abb. 28: Online-Quellen der Informierenden im Internet

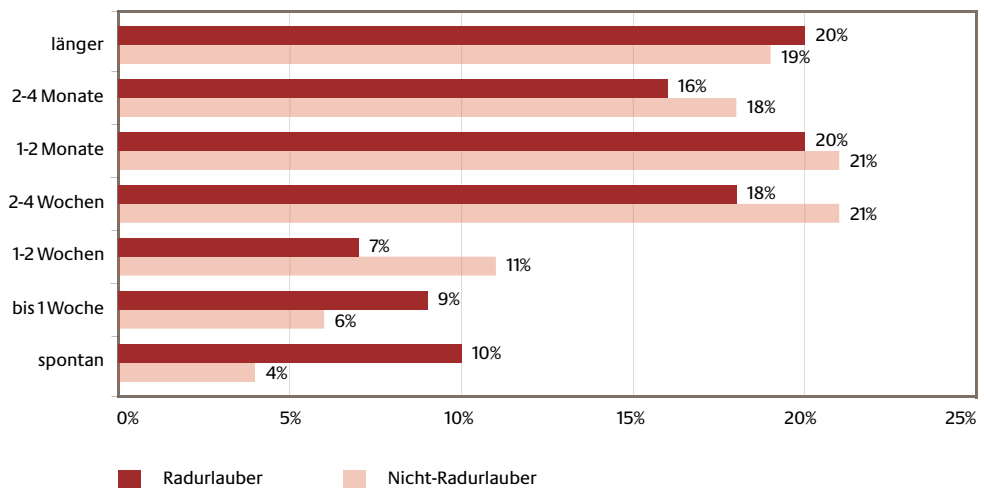


Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

Wann haben Radurlauber die Reise/Unterkunft gebucht?

Fahrradurlauber unterscheiden sich nicht gravierend in ihrem zeitlichen Buchungsverhalten von anderen Inlandsurlaubern. Lediglich Spontanbuchungen mit einer Vorausbuchungsfrist von weniger als zwei Wochen spielen im Fahrradtourismus eine größere Rolle als sonst. Immerhin 10 % der Fahrradtouristen buchen „last minute“. Inwieweit kurzfristige Wettervorhersa-

Abb. 29: Zeitliches Buchungsverhalten der Radreisenden

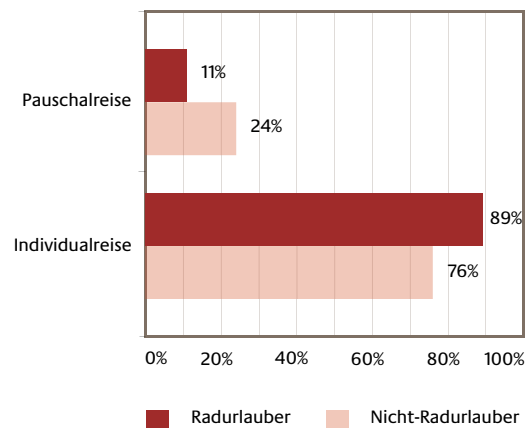


Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

gen hierbei eine Rolle spielen, lässt sich aus vorliegenden Ergebnissen zwar nicht explizit erkennen, eine gewisse Wahrscheinlichkeit hierfür besteht jedoch. Fest steht allerdings, dass Spontanbucher sich in besonderem Maße auf den Websites der Destinationen und auch der Betriebe, weniger auf den Sites der Orte informieren.

Die hohe Individualität der Fahrradurlauber bestätigt sich auch in der stark unterproportionalen Buchung von Pauschalreiseangeboten. Während üblicherweise fast jeder vierte Deutschlandurlauber eine Pauschalreise (das heißt eine Reise, bei der er zumindest zwei Komponenten im Voraus bucht) unternimmt, trifft dies gerade einmal auf jeden zehnten Fahrradurlauber zu.

Abb. 30: Anteil der Pauschal- bzw. Individualreisenden



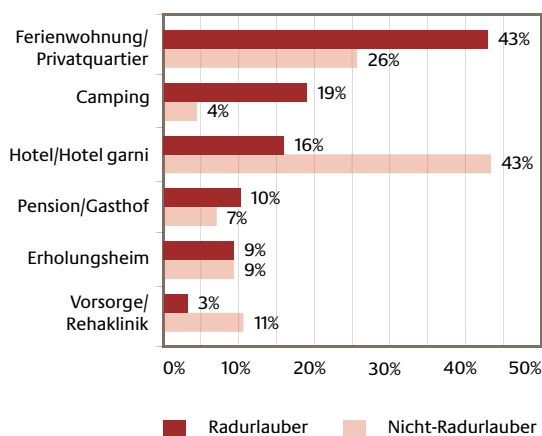
Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

3.5 Wahl der Unterkunft

Fahrradurlauber zeigen eine besondere Affinität für Ferienwohnungen. Diese Aussage mag auf den ersten

Blick überraschen, erklärt sich aber aus der Tatsache, dass stationäre Urlaube zum Erkunden einer Region per Rad sich zumindest in Deutschland großer Beliebtheit erfreuen und zudem im Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus in stärkerem Maße vertreten sind als Radtouren mit häufigem bzw. täglichem Wechsel der Übernachtungsorte und -betriebe.

Abb. 31: Wahl der Unterkunft



Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

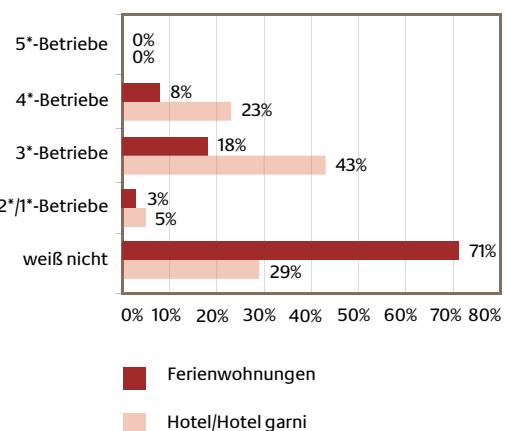
Klassifizierung der Unterkünfte der Radurlauber

Bei der Wahl des Qualitätsstandards der Unterkunft liegt das mittlere Segment (3 Sterne) vorn in der Gunst der Fahrradurlauber. Bei gewerblichen Beherbergungsbetrieben (Hotels, Hotels garnis etc.) rangiert das First-Class-Niveau (4 Sterne) an zweiter Stelle. Bislang spielt das Premium- oder Luxussegment (5 Sterne) weder im klassischen Beherbergungsbereich noch bei den Ferienwohnungen eine nennenswerte Rolle. Allerdings liegt es nahe, dass dies nicht zwingend auf fehlendem Interesse der fahrradtouristischen Nachfrage sondern auf dem fehlendem Angebot des Premium- oder Luxussegments basiert. Auffallend ist, dass ein sehr großer Teil der befragten Gäste gar nicht wusste, welcher Qualitätsstufe die gewählte Unterkunft zuzuordnen war. Hieraus ist klar abzuleiten, dass

- ▶ die Klassifizierung weiter voranzutreiben ist, um die objektive Qualitätsorientierung zu erleichtern,
- ▶ dies vor allem bei Ferienwohnungen notwendig ist und
- ▶ die Information über die Qualitätsstandards (DE-HOGA und DTV-Klassifizierung) weiter voranzutreiben ist.

Die deutschlandweiten Klassifizierungsoffensiven des Deutschen Tourismusverbandes und des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes setzen hier folglich an den richtigen Stellen an. Eine konsequente Unterstützung dieser Initiativen fördert somit auch die Wettbewerbschancen deutscher Fahrradreiseziele.

Abb. 32: Von Fahrradurlaubern bevorzugte Qualitätsstandards



Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

3.6 Hauptverkehrsmittel zur Anreise

Fahrradurlaub in Deutschland beginnt in fünf von sechs Fällen mit einer Anreise mit dem Pkw oder dem Wohnmobil. Angesichts der höchsten Flexibilität, die der Pkw dem Reisenden nicht nur hinsichtlich der zeitlichen Gestaltung, der zeitlichen Verfügbarkeit (keine Festlegung auf bestimmte Abfahrtszeiten) oder der fehlenden Gefahr einer Überbuchung bietet, verwundert dieser hohe Anteilswert nicht. Hinzu kommt die (zumindest von vielen subjektiv empfundene) preisliche Attraktivität dieses Anreiseverkehrsmittels, die mit zunehmender Reisegruppengröße sogar weiter steigt. Nicht zuletzt ist auch die Bequemlichkeit des Fahrradtransports als Argument anzuführen, da moderne Gepäckträgersysteme eine einfache und

kostenneutrale Mitnahme von bis zu vier Fahrrädern ermöglichen. Immerhin 6 % der Fahrradurlauber unternehmen ihre Reise von Beginn an mit dem Fahrrad. Durchaus beachtlich ist auch, dass 7 % der Fahrradurlauber für die Anreise die Bahn benutzen, dabei aber nicht notwendigerweise das eigene Fahrrad mitbefördern, sondern vermutlich in stärkerem Umfang auf Leihfahrräder am Urlaubsort zurückgreifen. Zwar liegt der Bahnanreise-Anteil damit deutlich unter dem Wert der übrigen Deutschlandurlauber (12 %), dennoch verbergen sich hinter dem Marktanteil von 7 % durchaus respektable Volumenzahlen. Hier kommt der große Vorteil zum Tragen, dass bei Benutzung der Bahn auch Einwegstrecken mit dem Fahrrad bequem zu bewältigen sind, da eine Rückkehr zum Abstellort des Pkw nicht notwendig ist. Ein noch höherer Marktanteil der Bahn scheitert vermutlich bei gewünschter Fahrradmitnahme in erster Linie an Bequemlichkeitsfragen, da Umsteigevorgänge oder der Transport zum endgültigen Zielort, sofern dieser nur mit Schienenersatzverkehr oder gar nicht per Bahn zu erreichen ist, in vielen Fällen Probleme aufwerfen. Auch die aktuell noch eingeschränkten Mitnahmemöglichkeiten für

Fahrräder im ICE können in gewissem Umfang zu den unterproportionalen Zahlen der Bahn beitragen, wenngleich eine genaue Ursachenzuordnung aus den vorliegenden Angaben nicht zu treffen ist. Hierfür wären separate Recherchen erforderlich, die nicht Bestandteil dieser Grundlagenuntersuchung waren.

3.7 Motive der Radurlauber

Die weiter oben angedeutete Schwierigkeit, Fahrradurlauber eindeutig zu identifizieren, kommt auch darin zum Ausdruck, dass gerade die Angehörigen dieser Gruppe sehr häufig für ihre Reise mehrere Motive nennen. Insbesondere die Kombination von Fahrradurlaub und Aktivurlaub oder Fahrradurlaub und Wanderurlaub sticht hierbei heraus. Bemerkenswert ist auch, dass

- ▶ Fahrradurlauber nur unterdurchschnittlich oft ihre Reise mit Erholung in Verbindung bringen;
- ▶ **sich die Kombination Fahrrad- und Badeurlaub großer Beliebtheit erfreut;**
- ▶ **Fahrradurlauber sich durch überdurchschnittliches kulinarisches Interesse auszeichnen und**
- ▶ Wellness- und Schönheitsangebote sich bei Fahrradtouristen weit höherer Beliebtheit erfreuen, als dies beim Durchschnitt der Urlauber der Fall ist.

Als Konsequenz lässt sich festhalten, dass Regionen sehr gut beraten sind, wenn sie Angebote für Fahrradtouristen mit den oben genannten zusätzlichen Aspekten anreichern, denn nur dann werden sie entsprechende Akzeptanz finden. Urlaubsarten, die voluminösere Sportausrüstungen erfordern (Golf, Wassersport, Winterurlaub), werden eher seltener mit Fahrradreisen kombiniert.

Abb. 33: Von Fahrradurlaubern benutztes Anreiseverkehrsmittel

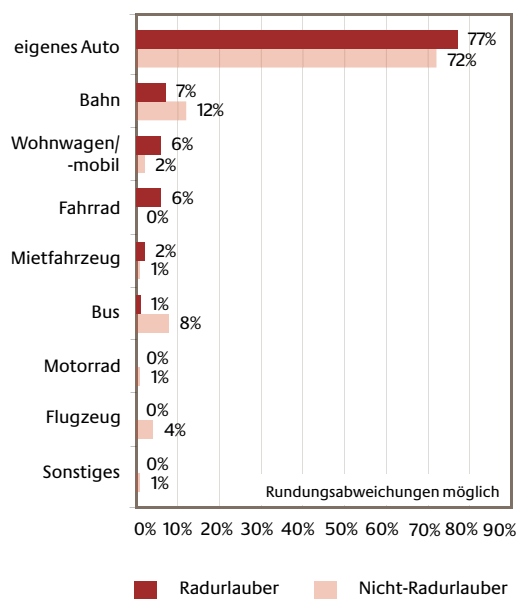
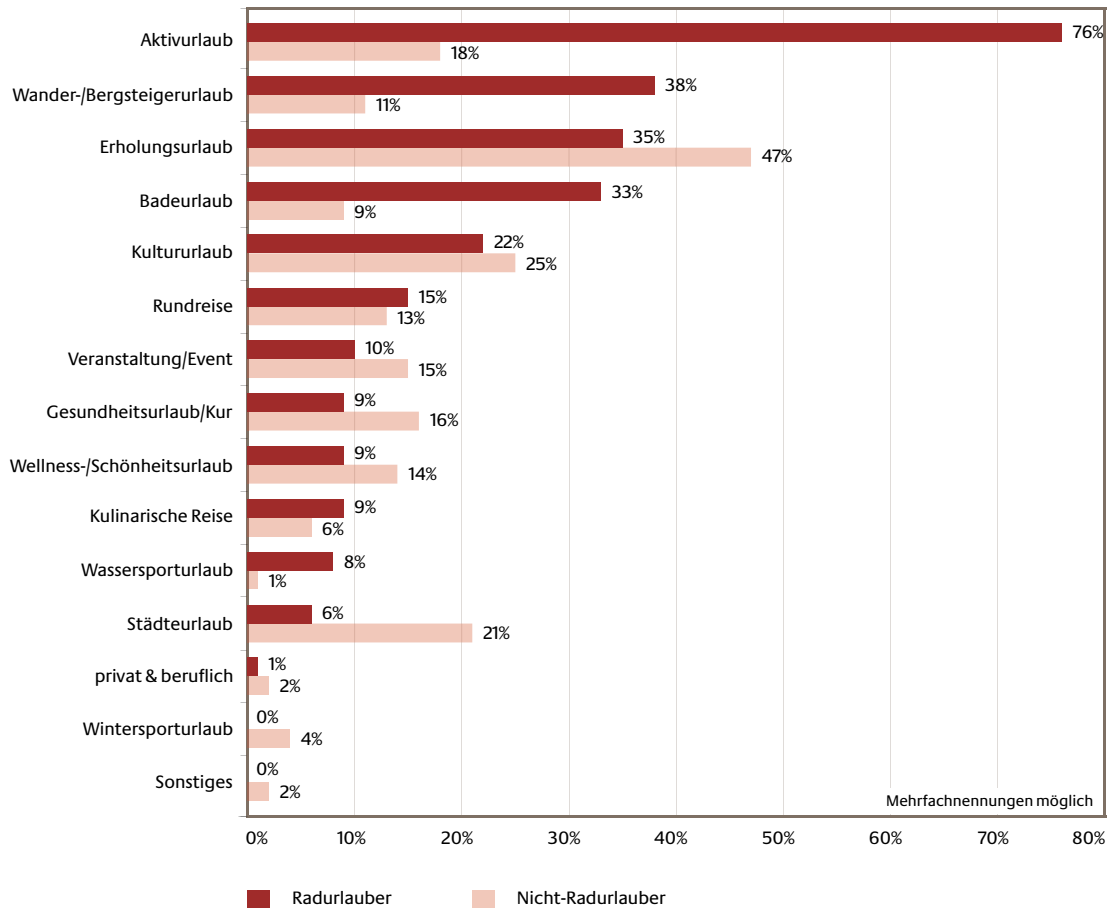


Abb. 34: Urlaubsarten der Deutschlandurlauber

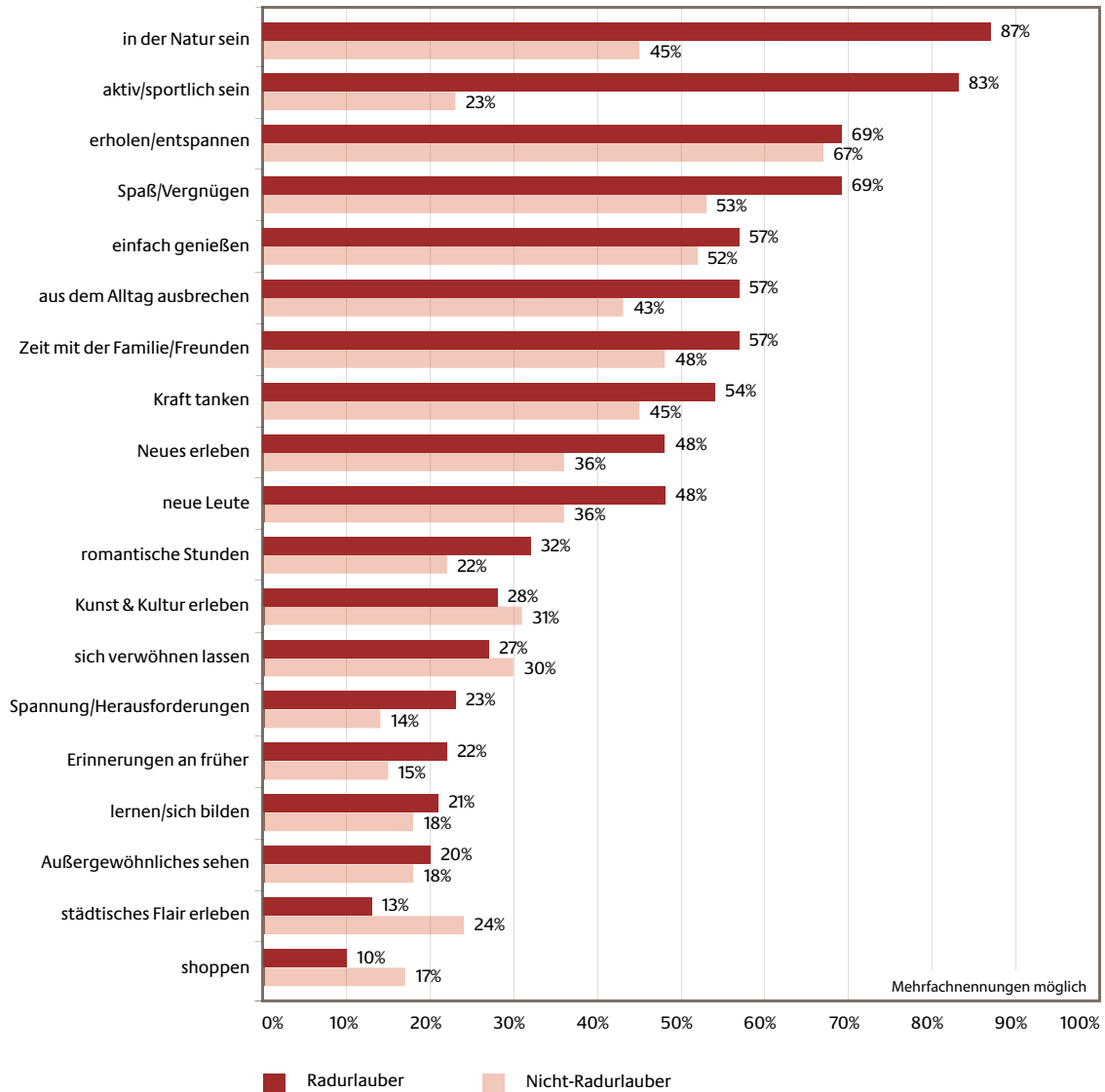


Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

Gründe für einen Radurlaub

Fahrradurlauber können durchaus mit Argumenten erfolgreich angesprochen werden, die auf den ersten Blick nur wenig mit dem Kernthema Radfahren zu tun haben. Unstrittig ist, dass sie vorrangig in der Natur sein und Outdoor-Aktivitäten in vielerlei Ausprägungen betreiben wollen. Geselligkeit darf nicht zu kurz kommen, denn das Zusammensein mit der Familie bzw. mit Freunden ist Fahrradurlaubern ebenso wichtig wie die Möglichkeit, neue Leute kennenzulernen. Spaß und Vergnügen haben zu können, zählt für Fahrradurlauber zu den Grundvoraussetzungen eines Aufenthaltes. 70 % nennen dies als wichtiges Motiv für ihre Reise. Städtisches Flair und Shopping sind zwar auch bei Fahrradtouristen gefragt, aber in deutlich geringerem Umfang als bei anderen Motivgruppen.

Abb. 35: Gründe für einen Radurlaub



Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

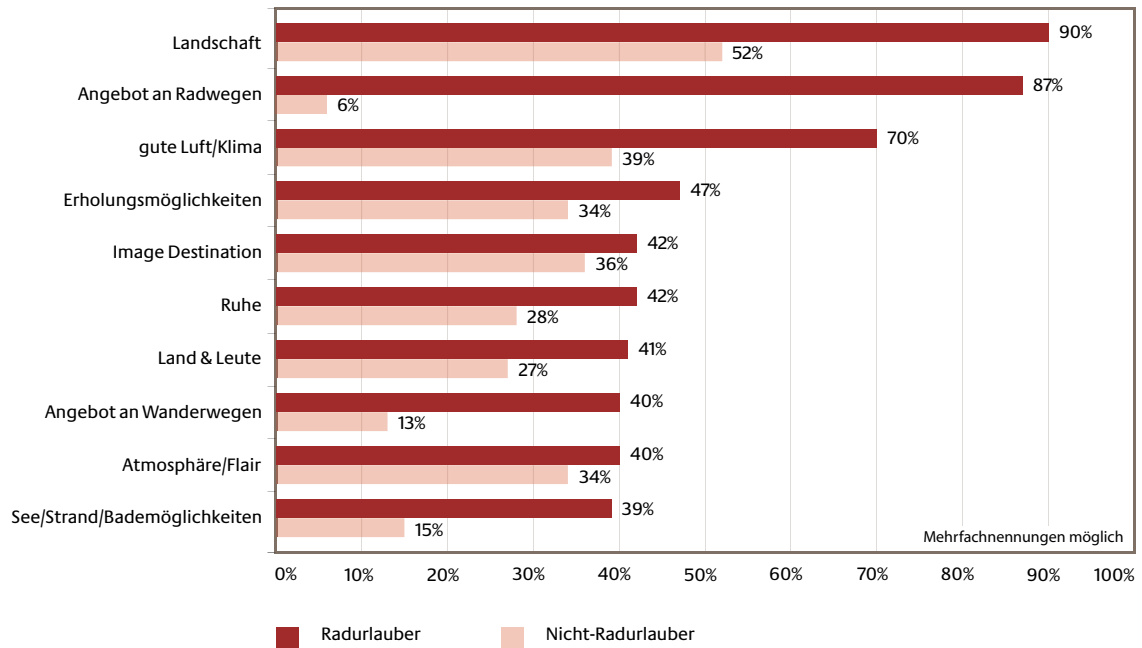
3.8 Motive bei der Wahl der Destination

Die **Qualität der Radwege** ist das entscheidende Argument, mit dem Fahrradurlauber für eine Destination gewonnen werden können. Selbstverständlich muss eine hohe landschaftliche Attraktivität gegeben sein, wobei die Frage „Welche Art von Landschaft ist besonders attraktiv?“ zum Glück nicht eindeutig zu beantworten ist, sondern in hohem Maße eine „Geschmacksfrage“ bleibt. Festzuhalten ist allerdings, dass das Vorhandensein **attraktiver Bademöglichkeiten** quasi ein „Muss“ ist, um erfolgreich im harten Wettbewerb bestehen zu können.

Interessant ist auch, dass bei Radfahrern und Wanderern offensichtlich große Zielgruppenüberschneidungen vorliegen. Beide Themen lassen sich also von Destinationen durchaus parallel vermarkten, sofern die angebotsseitigen Voraussetzungen gegeben sind.

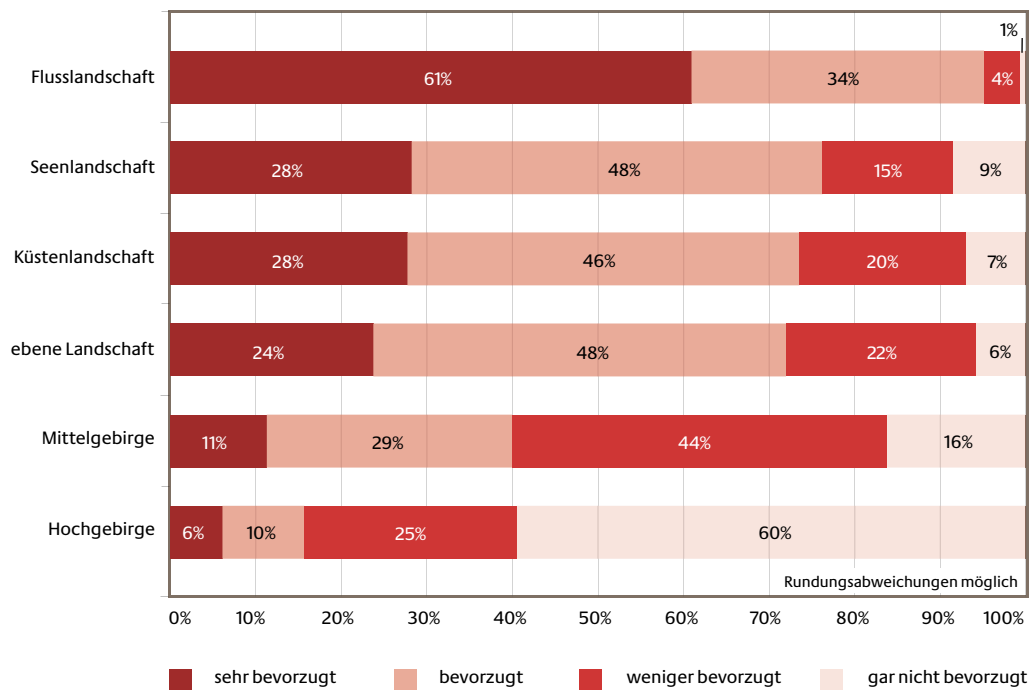
Nicht unerwähnt bleiben soll auch, dass Fahrradtouristen sich durch eine höhere Preissensibilität auszeichnen und auf „**Last-Minute-Angebote**“ in stärkerem Maße reagieren als der Durchschnittsurlauber. Aufgrund ihrer hohen regionalen Mobilität stellen sie außerdem eine gute Zielgruppe für „**Inklusive-Card-Angebote**“ dar.

Abb. 36: Motive bei der Wahl der Destination



Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

Abb. 37: Bevorzugte Landschaftsformen während einer Fahrradtour



Quelle: ETI 2007

Die hier dargestellten Ergebnisse decken sich auch weitestgehend mit Erkenntnissen anderer Studien. In einer für Rheinland-Pfalz vorliegenden Fahrradstudie (ETI 2007) wurde klar herausgearbeitet, dass Flusslandschaften, mit großem Abstand gefolgt von Seenregionen und Küstenlandschaften, die beliebtesten Landschaftsformen für Fahrradturlaube im Inland darstellen. Die Bequemlichkeit des Radfahrens, ohne größere Höhenunterschiede überwinden zu müssen, schlägt, vom reinen Volumen der Nachfrage her, die Attraktivität alpiner Landschaften oder aber auch von Mittelgebirgsdestinationen.

3.9 Aktivitäten der Radurlauber

Die Top-10-Aktivitäten der Radurlauber

Fahrradturlauber sitzen nicht den ganzen Tag auf dem Fahrrad, sondern sie zeichnen sich durch ein breites Aktivitätsspektrum aus. Bis auf das Thema „Flanieren, Bummeln“ zeigen Fahrradtouristen durchwegs größeres Interesse an allen Arten von Aktivitäten. Lohende Ausflugsziele in der Natur, die durchaus mit kulturellen Attraktionen „bestückt“ sein dürfen, sind eine der Grundvoraussetzungen, um bei Fahrradtouristen Anklang zu finden. Dies birgt Chancen für viele

Destinationen, sofern entsprechende Kombinationen bereitgestellt werden können. Abermals kommt zum Ausdruck, dass Fahrradturlauber besonders starkes Interesse an einer intakten und vielfältigen Gastronomieszene zeigen, wobei sich (regions-)typische Speisen und Getränke besonderer Beliebtheit erfreuen.

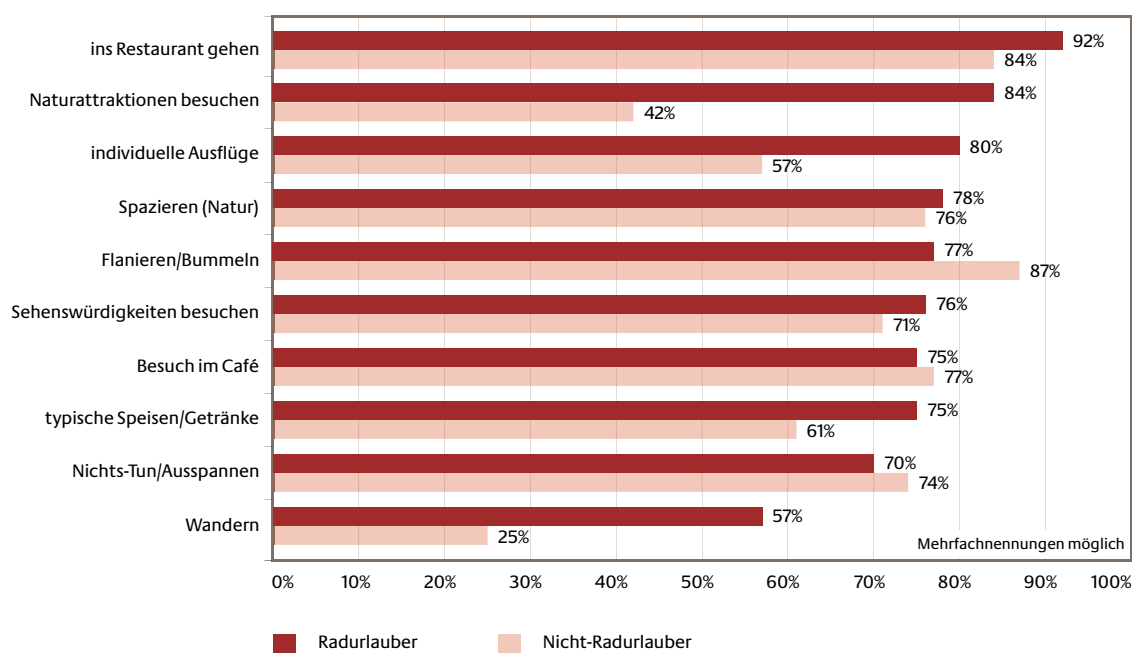
Bemerkenswerte Unterschiede zwischen Radurlaubern und Nicht-Radurlaubern sind bei weiteren sportlichen Aktivitäten zu erkennen.

Tab. 12: Sportliche Aktivitäten der Radurlauber

	Radurlauber	Nicht-Radurlauber
Wandern	57 %	25 %
Baden im See/Meer	42 %	14 %
Joggen	24 %	11 %
Nordic Walking	18 %	9 %
Teilnahme an oder Besuch von Sportveranstaltungen	15 %	8 %

Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

Abb. 38: Die Top-10-Aktivitäten der Radurlauber (Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

- ▶ Radurlauber sind insgesamt aktivere Menschen und gehen mehreren Aktivitäten nach.
- ▶ Radurlauber interessieren sich fast ebenso für Museen wie Nicht-Radurlauber (Radurlauber 53 %; Nicht-Radurlauber: 54 %), auch bei sonstigen kulturellen Aktivitäten zeigen sich keine gravierenden Unterschiede.
- ▶ Wellnessangebote werden etwas häufiger von Radurlaubern in Anspruch genommen.
- ▶ Sportveranstaltungen am Urlaubsort finden unter den Radsportbegeisterten erheblich mehr Zuspruch als bei Nicht-Radurlaubern. Dies zeigt, dass bei Radtouristen beliebte Regionen gut beraten sind, ein breit gefächertes Angebot an Sportveranstaltungen vorzuhalten.

Kein besonderes Interesse finden hingegen klassische Kulturveranstaltungen, da diese oftmals zeitlich nur schlecht in den Tagesablauf der Fahrradurlauber integriert werden können. Außerdem sind die für diese Veranstaltungen angemessenen Kleidungsstücke auch nur selten Gepäckbestandteile des Radfahrers auf Reisen.

3.10 Zufriedenheit von Fahrradurlaubern

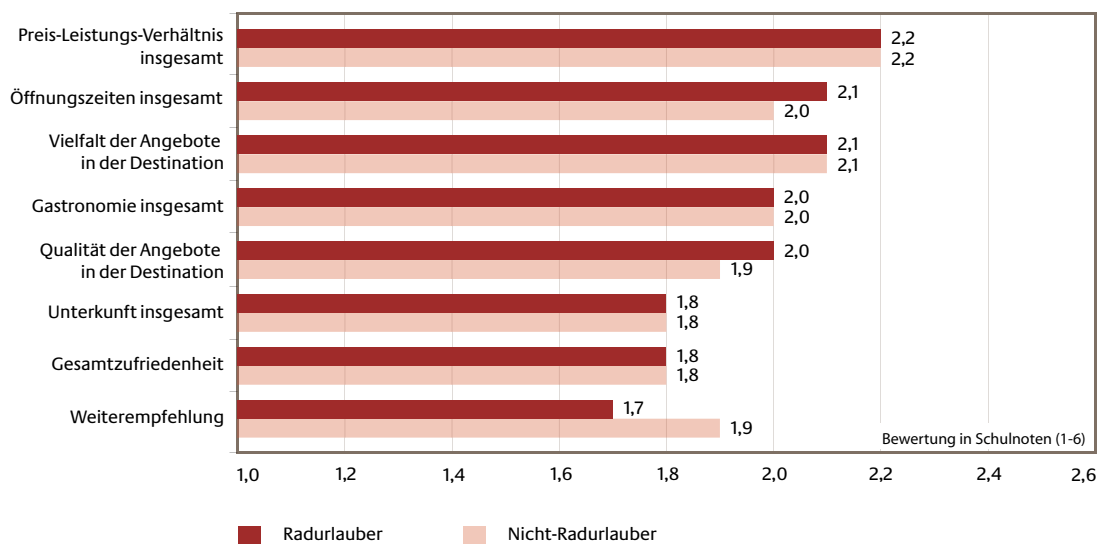
Neben der tief gegliederten Beschreibung des Reiseverhaltens und der Motive zeichnet sich der Qualitäts-

monitor Deutschland-Tourismus vor allem dadurch aus, dass er die Zufriedenheit der Gäste in vergleichender Form detailliert erfasst. Die Bewertung der Zufriedenheit mit den einzelnen Angebotsbausteinen erfolgt auf einer Schulnotenskala von 1 bis 6. Kurze Balken bedeuten im Diagramm hohe Zufriedenheit (je kürzer, umso näher an der Idealnote 1,0). Noten schlechter als 2,0 sind hierbei bereits als kritisch anzusehen, da die Bewertungen sich überwiegend zwischen 1,5 und 2,5 bewegen. Selbst kleine negative Abweichungen sollten als ernst zu nehmende Schwäche bewertet werden.

Insgesamt bewerten Radurlauber das touristische Angebot etwas kritischer als andere Urlauber.

Der erste Blick auf die generelle Zufriedenheit der Radurlauber mit dem Aufenthalt zeigt, dass sich diese nicht sonderlich stark von anderen Urlaubergruppen unterscheiden. Lediglich die Öffnungszeiten in den Destinationen werden schlechter bewertet. Dies ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass Fahrradurlauber tagsüber unterwegs sind und lediglich am Spätnachmittag bzw. Abend den gewünschten Ort erreichen. Daher können frühe Schließzeiten von Museen z. B. oder auch Tourist-Informationen durchaus zum Ärgernis werden. Fahrradtouristen bewerten die Qualität der von ihnen genutzten Angebote in den Destinationen etwas schlechter als andere Urlauber. Dennoch ist ihre Weiterempfehlungsbereitschaft si-

Abb. 39: Zufriedenheit mit dem Aufenthalt generell



gnifikant höher als bei anderen Urlaubergruppen. Dies lässt vermuten, dass Kernkompetenzen aus fahrradtouristischer Sicht von den Destinationen offenbar gut erfüllt werden, dass jedoch Detailschwächen noch vorhanden sind, die es auszubessern gilt.

Zufriedenheit der Radurlauber mit den Angeboten der Destination

Auch hier zeigen sich nur wenige, allerdings bedeutende Unterschiede. Besonders hervorzuheben ist, dass die **Fahrradwege** von den Fahrradurlaubern selbst **sehr viel besser bewertet** werden als von den übrigen Urlaubern. Mit anderen Worten: Insider sprechen dem touristisch relevanten Fahrradwegeangebot ein hohes Lob aus (Note 1,6). Auch die **Landschaft** erhält von den Fahrradtouristen bessere Noten, dies verwundert nicht, da Radfahrer die Landschaft viel intensiver erleben und auch „Kleinode abseits der ausgetretener Pfade“ von ihnen viel häufiger entdeckt werden.

Die Bewertung des **Sportangebotes** (2,1) fällt bei den Fahrradurlaubern fast durchwegs etwas überdurchschnittlich aus. Bei den Schlechtwetter- und Kulturangeboten (vor allem bei den Museen), welche sie allerdings auch nur in geringerem Umfang nutzen als andere Urlauber, üben Fahrradtouristen hingegen etwas stärker Kritik. Dies bezieht sich allerdings nicht in erster Linie auf das Preis-Leistungs-Verhältnis, sondern hat, wie bereits erwähnt, offenbar mehr mit den Öffnungszeiten zu tun. Kritik wird auch am Shoppingangebot (2,3) geübt, welches für Fahrradurlauber jedoch ohnehin nicht zu den wichtigsten Angebotsbausteinen zählt. Auch beim Wellness- und Schönheitsangebot zeigt sich die Fahrrad fahrende Klientel etwas unzufriedener.

Das Veranstaltungsangebot in den Destinationen ist in allen Teilbereichen noch nicht voll auf die Bedürfnisse der Fahrradtouristen eingestellt – wie sich in deren durchweg schlechteren Bewertung dieses Angebotsbereiches zeigt. Hier stehen die Regionen vor der

Abb. 40: Zufriedenheit mit der Destination

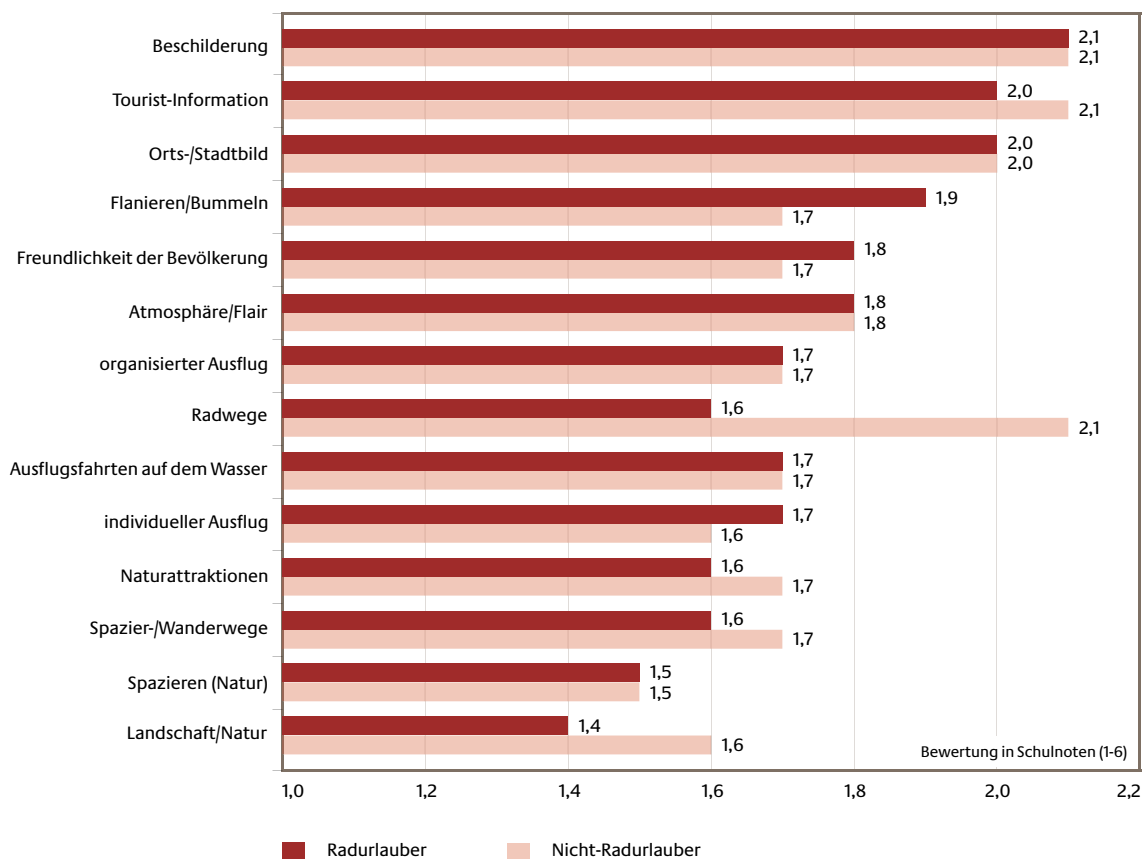
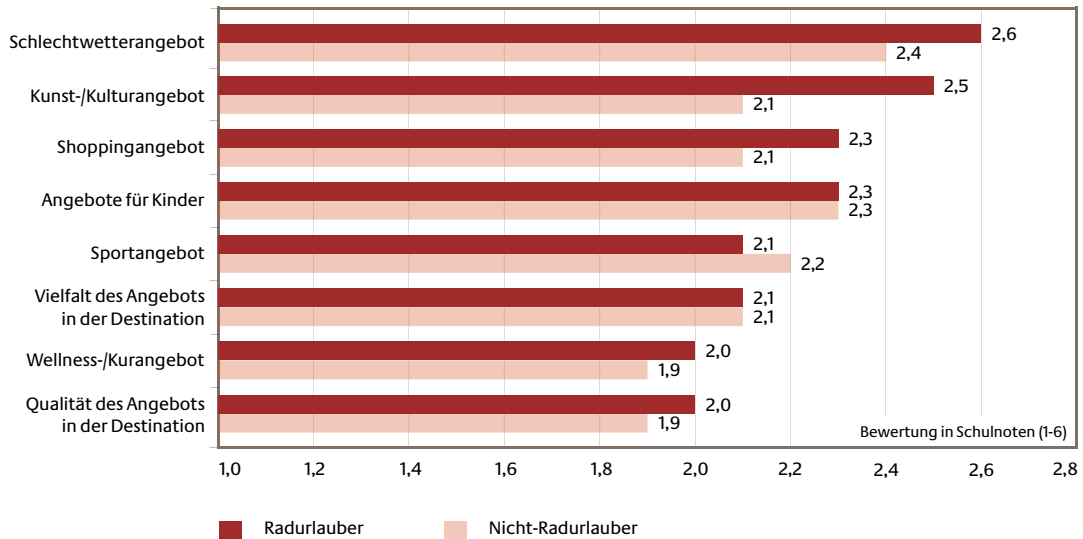


Abb. 41: Zufriedenheit mit den allgemeinen Angeboten der Destination



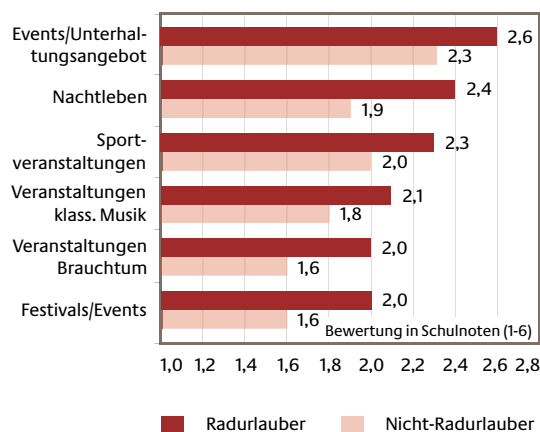
Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

Aufgabe, ihr Angebot den Bedürfnissen der Fahrrad fahrenden Klientel noch besser anzupassen. Entsprechende Hintergrundinformationen müssen durch Vorortbefragungen von Fahrradtouristen in Erfahrung gebracht und aus den Ergebnissen entsprechende regionsspezifische Angebote gestrickt werden. Zu berücksichtigen ist jedoch, dass Destinationen mit einem vielfältigen Veranstaltungsangebot – so vor allem die Städte – nicht zu den bevorzugten Zielorten von Fahrradtouristen zählen. In Erholungsgebieten und ländlichen Räumen, die für Fahrradfahrer besonders geeignet sind, ist der Ausstattungsgrad dagegen eher niedrig.

Zufriedenheit der Radurlauber mit den gastgewerblichen Angeboten

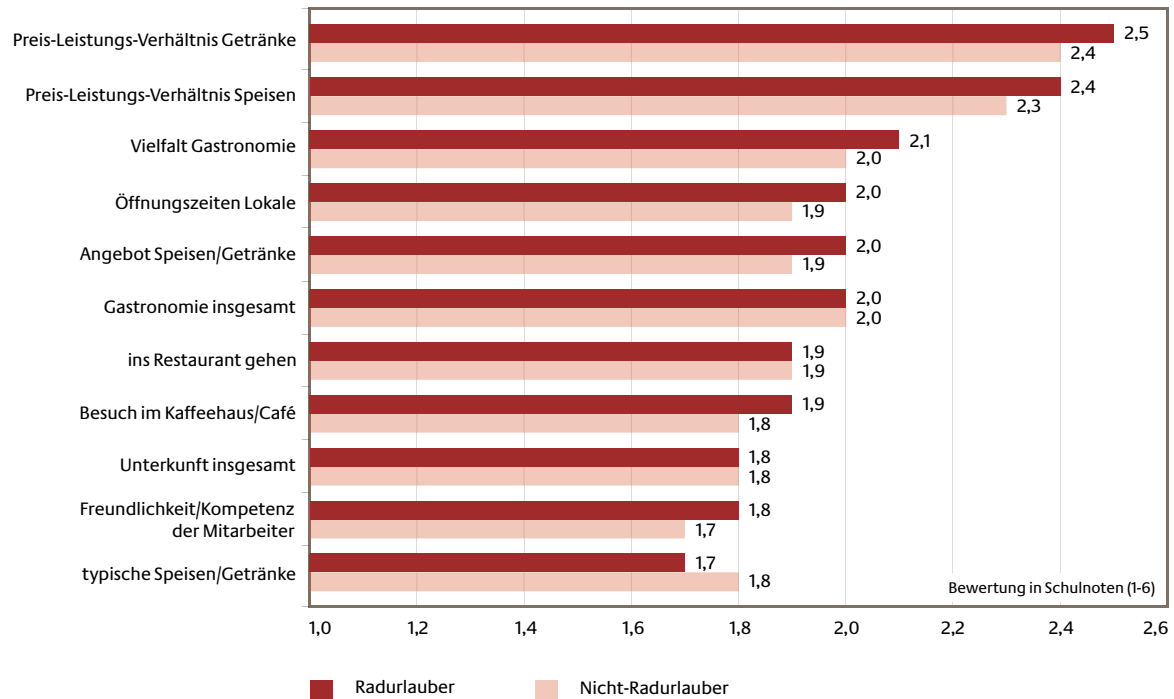
Hinsichtlich der Zufriedenheit mit der Unterkunft zeigen sich keinerlei Besonderheiten. An der Gastronomie üben Fahrradfahrer hingegen schon eher Kritik. Sowohl mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis (PLV) als auch mit der Vielfalt der Gastronomie und den Öffnungszeiten sind Fahrradfahrer unzufriedener als andere Urlaubergruppen.

Abb. 42: Zufriedenheit mit dem Veranstaltungsangebot



Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

Abb. 43: Zufriedenheit mit gastgewerblichen Angeboten



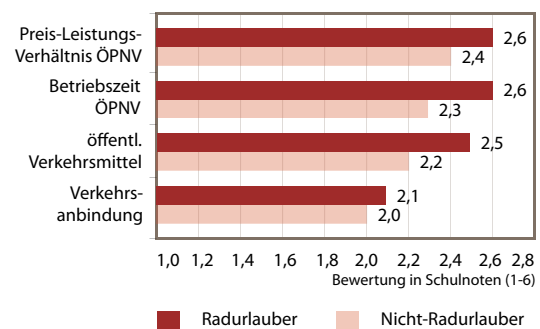
Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008

Zufriedenheit der Radurlauber mit dem ÖPNV

Eindeutig schlechter fällt das Urteil der Fahrradfahrer für den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) aus. Dies zeigt sich in allen Teilbereichen, vor allem aber bei den Betriebszeiten und auch bezüglich der Streckenführung (Verkehrsanbindung).

Ein Stück weit tragen sicherlich auch die vielerorts sehr eingeschränkten Fahrradmitnahmemöglichkeiten im ÖPNV zur geringeren Kundenzufriedenheit der Radfahrer bei. Dass es auch hervorragende Lösungsmöglichkeiten gibt, zeigen Praxisbeispiele wie der „Fietsenbus“ (siehe Kapitel V 3.8.4) in der Grafschaft Bentheim.

Abb. 44: Zufriedenheit mit dem ÖPNV



Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008



Fazit:

Der genutzte Fahrradtyp – Trekkingrad, Mountainbike oder Rennrad – eignet sich als wesentliches Unterscheidungsmerkmal der radtouristischen Zielgruppen. In Abhängigkeit davon variieren sowohl die Angebote, als auch die Präferenzen und die Reisemotivation der Radurlauber. Der in Deutschland vorherrschende Radtourist benutzt das Trekkingrad und wird somit auch als Genussradler bezeichnet.

Der typische Fahrradausflug erstreckt sich über 40 km, wobei die ca. 50 km lange Anreise (einfacher Weg) zum Ausgangspunkt des Ausflugs mit einem weiteren Verkehrsmittel (Pkw etc.) zurückgelegt wird. Der Fahrrad-Tagesausflügler ist vorwiegend in den Sommermonaten von Mai bis Oktober unterwegs. Er lebt in einer Partnerschaft ohne Kind, verfügt über ein überdurchschnittliches Einkommen und gehört der etwas fortgeschrittenen Altersgruppe (junge Senioren) an.

Die Fahrradurlauber stammen zu 95 % aus Deutschland, sind durchschnittlich 45,7 Jahre, damit etwas jünger als der übrige Deutschlandurlauber, und reisen auf dem Rad überwiegend in individuellen, kleinen Reisegruppen (Familien, Paare etc.).

Ausschlaggebende Motive für die Wahl der Destination sind die Landschaft und die Natur, insbesondere aber auch das Angebot an Radwegen. Radurlauber sind während ihrer Radreise sehr aktiv und zeigen Interesse an (fast) allen Arten von Aktivitäten, im Besonderen an der regionstypischen Küche.

Eine besondere Affinität zeigt sich bei Radurlaubern für Ferienwohnungen.

Die Anreise erfolgt in fünf von sechs Fällen mit dem Pkw bzw. Wohnmobil.

Das Internet ist das Informationsmedium Nummer eins.

Das touristische Angebot wird insgesamt von Radurlaubern kritischer bewertet als von anderen Urlaubern.

V Das fahrradtouristische Angebot

1 Die fahrradtouristische Infrastruktur

Grundlegender Bestandteil für die Entstehung und Weiterentwicklung des Fahrradtourismus ist die geeignete Infrastruktur in Form von Wegen und Strecken, der passenden Beschilderung sowie geeigneten Unterkünften.

1.1 Das befahrbare Wege- und Radroutennetz

Im Gegensatz zum motorisierten Verkehr ist der Radverkehr bei Weitem weniger reglementiert, wodurch sich der Radfahrer in der Fläche und insbesondere auch in der „freien“ Natur ungebundener bewegen kann. Radverkehr findet nicht nur auf asphaltierten und dafür von der Straßenverkehrsordnung (StVO) vorgesehenen Straßen und Wegen statt, sondern auch auf attraktiven Strecken abseits befahrener Straßen.

Gerade wegen dieser „Freiheit“ der Radfahrer ist die Quantifizierung des befahrbaren Wegenetzes nicht unproblematisch, was sich auch schon im unterschiedlichen Verständnis vom Begriff „Radweg“ äußert.

Demnach gibt es „Radwege“ im Sinne von:

<p>► baulichen Radwegen nach der Straßenverkehrsordnung (StVO): gekennzeichnet durch entsprechende Schilder (weißes Rad auf blauem Grund); diese Schilder markieren Benutzungspflichtige Radwege und können sowohl straßenbegleitend als auch unabhängig sein.</p>	
<p>► Wegen und Routen, gekennzeichnet durch wegweisende Beschilderung (Nah-/Fernziel); häufig erfolgt die Wegweisung nach den Vorgaben der Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen (FGSV-Standard).</p>	
<p>► touristischen Radwegen/-routen mit spezieller, routen-, häufig auch themenbezogener Ausschilderung; darunter u. a. Radfernwege, Premiumrouten, überregionale, regionale oder lokale Routen.</p>	
<p>► sonstigen mit dem Fahrrad befahrbaren Wegen wie: Waldwege, Forstwege, Hauptstraßen, sonstige Straßen für Alltagsverkehr etc.</p>	

Bei dem Vorhaben der Quantifizierung des (touristischen) Radwegenetzes muss auf bestehende Daten zurückgegriffen werden, da eigene Erhebungen die Möglichkeiten dieser Grundlagenuntersuchung bei Weitem sprengen würden. Bei den Bundesministerien liegen Daten zum allgemeinen bzw. touristischen Radverkehrsnetz nur in sehr begrenztem Umfang vor, weswegen auf die Ebene der Landesministerien bzw. Landestourismusverbände oder der Landesvermessungsämter zurückgegriffen werden musste.

Der einzige bundesweit verfügbare Datensatz zum Radverkehrsnetz ist die Längensstatistik der Straßen des überörtlichen Verkehrs des BMVBS (2007c). Hier werden Kilometerangaben zu baulichen Radwegen entlang klassifizierter Straßen bzw. Straßen des überörtlichen Verkehrs (Bundes-, Landes-, Kreisstraßen) gegeben. Insgesamt werden hierdurch rund 45.000 km Radwege erfasst. Aufgrund vereinzelt erstaunlich niedriger Kilometerangaben liegt die Ver-

Tab. 13: Radwege an klassifizierten Straßen

	Radwege an Bundesstraßen in km	Radwege an Landesstraßen in km	Radwege an Kreisstraßen in km	insgesamt
Radwege	2.574	3.114	2.943	8.631
Radwege, die auch von Fußgängern mitbenutzt werden	9.718	14.226	7.531	31.475
Mehrzweckstreifen, die auch vom Radfahrer mitbenutzt werden	2.960	2.178	570	5.708
Insgesamt	15.252	19.518	11.044	45.814

Auszug aus der Längenstatistik der Straßen des überörtlichen Verkehrs
Quelle: BMVBS 2007c, eigene Darstellung

mutung nahe, dass diese Quelle keinen vollständigen Überblick zum existenten Radverkehrsnetz geben kann, zumal weder Gemeindestraßen begleitende Wege hierdurch erfasst werden noch Radwege, die vollkommen unabhängig von Straßen verlaufen.

Im Vergleich zu den für den Autoverkehr bestimmten Verkehrswegen (Bundesstraßen, Autobahnen etc.) ist über die Quantität, neben der amtlichen Längenstatistik, an Radverkehrswegen in Deutschland nahezu nichts bekannt. Es fehlen nicht nur bundesweite, sondern in den meisten Fällen auch vergleichbare bundeslandbezogene Informationen hierzu.

In allen 13 Flächenländern können auf Landesebene keine Aussagen zu kommunalen Radnetzen getroffen werden. Je nach Datenlage können maximal Angaben zu Wegen im Baulastbereich der Länder bzw. Kreise getroffen werden. Während in einigen Bundesländern in digitalen Datenbanken zumindest das überregionale Radwegenetz dokumentiert wird, können in anderen Bundesländern nicht einmal Grobschätzungen dazu abgegeben werden. Eine Aufsummierung einzelner Aussagen zu einer gesamtdeutschen Aussage ist somit nur mit Einschränkungen möglich.

Insgesamt wurden hierfür einerseits die Landesministerien, andererseits die Landesvermessungsämter (LVERM) kontaktiert.

Praxisbeispiel: Förderung des Radwegebaus durch Konzept der Mehrfachnutzung

Seit 2002 fördert Sachsen-Anhalt mit einem speziellen Wegekonzept den Bau von Wegen im ländlichen Raum. Der Schwerpunkt liegt dabei auf einer durchdachten Mehrfachnutzung der Wege. Die Wege dienen zum einen der Erschließung der land- und forstwirtschaftlichen Grundstücke, zum anderen stehen sie der Naherholung, also dem Radfahren, Wandern, Skaten etc. zur Verfügung. Damit neue Wege gefördert werden, müssen sie den Vorgaben des integralen ländlichen Wegekonzepts entsprechen. Zusätzlich sieht das Konzept eine Reihe begleitender Maßnahmen für Planung und Bau der Wege vor (regionale Koordinatoren), z. B. Beratung, Qualitätsstandards, Kommunikation, Mitwirkungspflicht etc. sowie eine Präsentation der Wege im Internetportal www.radtouren-sachsen-anhalt.de.

Weitere Informationen: www.sachsen-anhalt-tourismus.de, Stichwort "Radwandern" und Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt Sachsen-Anhalt www.sachsen-anhalt.de, Stichwort "Landentwicklung".

1.2 Das touristische Radroutennetz

Das radtouristische Wegenetz besteht genau genommen

- ▶ aus hierfür speziell ausgeschilderten touristischen Routen, aber auch
- ▶ aus sonstigen Wegen, die von Radfahrern zu touristischen Zwecken befahren werden.

Letztere sind nur schwer zu quantifizieren, da über die Wegenutzungsmotive der Radfahrer, ob im Alltag oder touristisch motiviert, nichts bekannt ist. Es lässt sich folglich keinesfalls festlegen, dass touristische Themenwege ausschließlich von Radurlaubern befahren werden. Besonders bei Radwegen/-routen im wohnungsnahen Umfeld ist diese Nutzungsdifferenzierung nicht möglich und eine Mischnutzung definitiv zu konstatieren.

Wegen dieser fehlenden Trennungsmöglichkeiten des touristischen Radroutennetzes in Deutschland wurde stattdessen eine Quantifizierung des touristisch **beschilderten** Wegenetzes angestrebt. Aufgrund der zumeist mangelhaften Datenlage bei den Ministerien wurden hierfür ergänzend die einzelnen Landesvermessungsämter kontaktiert. Auch die hier vorliegenden Datenbestände sind teils stark divergent: Während in einigen Bundesländern eine umfangreiche Datenbank Aufschluss über fast jeden mit dem Rad befahrbaren Kilometer gibt, können manche Landesvermessungsämter hierzu keinerlei Aussagen treffen. Detaillierte Auskünfte könnten den einzelnen Kommunen vorliegen. Eine Einzelabfrage dort würde jedoch den Rahmen dieser Studie sprengen.



Praxisbeispiel: Landesvermessung unterstützt den Fahrradtourismus durch Grundlagenarbeit

Das **Landesvermessungsamt Baden-Württemberg** führt seit ca. zehn Jahren eine **Touristische Karten-Fachdatenbank (TKFD)**. Diese Datenbank entstand auf Grundlage der landesweit herausgegebenen topografischen Umgebungskarten, d. h. Wander-, Landkreis- und Freizeitkarten mit dem Schwerpunkt im Maßstabsbereich 1: 50.000. Diese TKFD wird als Geoinformationssystem (GIS) geführt. Die Daten liegen daher attribuiert und georeferenziert vor. Die Daten können in verschiedenen Formaten zur Verfügung gestellt bzw. genutzt werden.

Die Datenbank umfasst eine Vielzahl touristischer Objekte als Linienobjekte, wie Wanderwege, Radwanderwege, Mountainbikestrecken, Museumseisenbahnlinien, touristische Eisenbahnstrecken, Sport-, Lehr- und Erlebnispfade und Schiffslinien. Darüber hinaus beinhaltet sie Punktobjekte aus den Bereichen Infrastruktur, Sehenswürdigkeiten und Sport- und Freizeit. Zu den Punktobjekten wird teilweise ein Sachdatensatz geführt, d. h. Adressen, Namen, Kontakte u. a.

Darunter sind z. B.:

- ▶ ca. 35.000 km Wanderwege (u.a. Schwäbischer Albverein, Schwarzwaldverein und Odenwaldklub u. a.)
- ▶ ca. 40.000 km Radwanderwege (Radfernwege, touristische Radwege, Verbindungsradwege u. a.)
- ▶ ca. 15.000 touristische Punktobjekte mit Sachdatensatz
- ▶ ca. 25.000 touristische Punktobjekte ohne Sachdatensatz

Schwerpunkt der Anwendung ist die Herausgabe der o. g. Kartenwerke. Weiterhin sind diese Daten in dem digitalen Produkt (CD ROM „Unser Land erleben“) zum Teil auch als Vektordaten enthalten oder als Download für PDA-Anwendungen (Rasterbilder) über das Internet erhältlich. Für die Herstellung von Folgeprodukten können die Daten auch an Dritte gegen Entgelt abgegeben werden.

Aktuell wird (in Abstimmung mit weiteren interessierten Bundesländern) an einer möglichst einheitlichen, bundesländerübergreifenden Datenstruktur und Präsentation der Freizeitinformationen in den Kartenwerken (Wander-, Radwander- und Freizeitkarten) gearbeitet. Die neue Datenbank wird TFIS (Touristik- und Freizeit-Informationssystem) heißen und auf der exakten Geometrie des digitalen Landschaftsmodells aufbauen.

Da auch seitens der Landesvermessungsämter keine genauen Kilometerangaben zum touristisch beschilderten Radverkehrsnetz gemacht werden konnten, wurde das auf den Homepages der Landestourismusmarketingorganisationen präsentierte Radroutennetz analysiert und aufsummiert. Da nicht selten mehrere Radrouten auf ein und denselben Weg verlaufen, war es wichtig, hier eine Aussage des überschneidungsfreien Radroutennetzes zu erlangen.

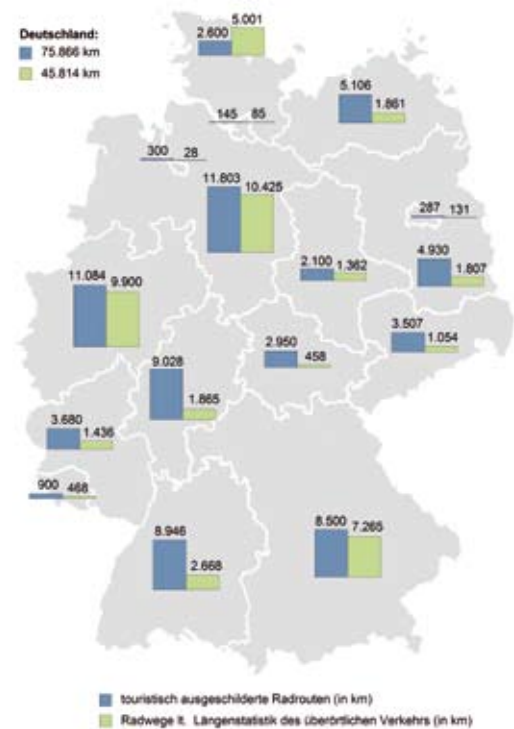
Abbildung 45 zeigt die Länge der touristisch ausgeschilderten Radrouten sowie die Länge der Radwege an klassifizierten Straßen. Eine detaillierte Auflistung der touristischen Radroutenkilometer befindet sich im Anhang VIII.2.1.

Insgesamt würde sich bei Aufsummierung der einzelnen Kilometerangaben der touristisch ausgeschilderten Radrouten in Deutschland ein gesamtes **touristisches Wegenetz von rund 75.900 km** ergeben.

Aufgrund der zum Teil mangelhaften Datenlage bei einigen Ministerien und Vermessungsämtern der Länder zum Radroutennetz konnte hier nur das auf den Internetseiten der Landesmarketingorganisationen vermarktete Angebot analysiert werden. Dieses spiegelt in den meisten Fällen jedoch nur die wichtigsten Radrouten bzw. Radfernwege wider, ohne die weiteren regionalen und örtlichen touristisch beschilderten Routen zu berücksichtigen. Es ist von daher von einer noch höheren Gesamtzahl an radtouristisch beschilderten Wegekilometern in Deutschland auszugehen. Problematisch ist bei einer Aufsummierung der Länderergebnisse auch das bereits erwähnte, hinter diesen Daten stehende unterschiedliche Verständnis vom Begriff Radweg/Radroute.

Nach einer groben Schätzung des Bielefelder Verlags auf Basis seiner herausgegebenen Radwanderkarten für Deutschland belaufen sich die dort verzeichneten Radrouten aller Art auf eine Summe von rund 150.000 km. Radfernwege in Deutschland machen daran etwa 50.000 km aus. Eine Liste dieser Radfernwege (nach ADFC-Kriterien) liegt im Anhang (Kapitel VIII.2.2) bei.

Abb. 45: Touristisches Radroutennetz



Quelle: dwif 2009, eigene Darstellung

Definition „Radfernwege“ nach ADFC:

- Überregionale, kreisübergreifende beschilderte Verbindungen für den touristischen Radverkehr mit grundlegender Infrastruktur und Serviceeinrichtungen
- Mindestbedingungen für „Überregionalität“: Überschreitung der Landkreisgrenzen, Mindestlänge von 150 km oder Empfehlung von zwei Übernachtungen

Definition „Radwanderweg“ nach ADFC:

- Ausgeschilderte Verbindungen innerhalb eines Landkreises oder einer Region

Quelle: BVA 2008

Der Bielefelder Verlag weist in dem in Kooperation mit dem ADFC herausgegebenen Ratgeber „Radfernwege in Deutschland“ aktuell 209 Radfernwege entsprechend den ADFC-Kriterien aus.

Eine Auswertung dieser Radfernwege nach ihrer regionalen Zugehörigkeit ergab, dass – ungeachtet der Kilometerlänge – die meisten Radfernwege sich im Nordwesten und Südosten Deutschlands befinden.

Tab. 14: Räumliche Verteilung der Radfernwege in Deutschland

Räumliche Verteilung der Radfernwege in Deutschland	
Nordwestdeutschland	31 %
Südostdeutschland	30 %
Südwestdeutschland	25 %
Nordostdeutschland	14 %

Quelle: BVA 2008, eigene Berechnung

Der Europaradweg R1 verläuft quer durch Deutschland und wurde somit keiner Region zugeordnet: Er quert Deutschland von West nach Ost, aus den Niederlanden kommend und bis zur polnischen Grenze reichend.



Praxisbeispiel: Länderübergreifender Radfernweg Bodensee-Radweg

Der Bodensee-Radweg umläuft den gesamten Bodensee. Er ist international angelegt und führt durch die drei Bodensee-Anrainerstaaten Deutschland, Schweiz und Österreich. Die Tourlänge variiert zwischen 261 und 298 Kilometern, je nachdem, ob Unter- und Überlinger See einbezogen werden. Der Radweg wird durch ein offizielles Logo gekennzeichnet, doch die einheitliche Beschilderung ist noch nicht überall realisiert. Vorbildlich ist sie in der Schweiz. Der Bodensee-Radweg wird jährlich von rund 380.000 Radfahrern genutzt, davon umrunden ca. 100.000 Radfahrer auf einer mehrtägigen Radtour den ganzen See (IBK 2005). Der Bodensee-Radweg ist mit vielen weiteren Fernradwegen vernetzt: In Deutschland beispielsweise mit dem Bodensee-Königssee-Radweg (ab Lindau), dem Hohenzollern-Radweg (ab Ludwigshafen), dem Radwanderweg Donau-Bodensee

(ab Kressborn) sowie dem Heidelberg-Schwarzwald-Bodensee-Radweg (ab Radolfzell). Neben der Landschaft und den vielen Sehenswürdigkeiten wird der Reiz einer Radtour um den See noch durch die Möglichkeit der Fahrradmitnahme in den Bahnen der jeweiligen Region bzw. auf den Fahrgastschiffen und Fähren erhöht. Weitere Informationen: www.bodensee.eu, www.bodensee-konferenz.org

Die namentlichen Bezeichnungen der Radfernwege lassen auf ihre Umgebung schließen. Rund 40 % der insgesamt 209 Radfernwege benennen sich nach Gewässern und verlaufen überwiegend entlang der Flüsse, Seen oder Meeresküsten. Die Themen-Radfernwege (z. B. Wellness-Radroute, Route der Industriekultur) machen rund 30 % des gesamten Radfernwegennetzes aus. Hierbei wird Bezug zu regionaltypischen Themen wie Bergbau, Salz, Schlössern und königlichen Standorten, Christentum, historischen Verkehrswegen und ehemaligen Bahntrassen, römischen Reich oder regionalen Lebensmitteln hergestellt. Daneben können einige Radfernwege ihrer Bezeichnung nach weder einer bestimmten Thematik noch einem Verlauf an Gewässern zugeordnet werden. Vielmehr verlaufen diese in sonstigen landschaftlich interessanten Gebieten und verbinden bedeutende Ortschaften (z. B. Radfernweg Berlin–Usedom) oder physisch geografische Elemente (Flüsse, Seen, Berge) (z. B. Bodensee-Königssee-Radweg) miteinander oder sie verlaufen themen- und ortsungebunden innerhalb einer Region (z. B. Schwarzwald-Radweg).

Tab. 15: Namentliche Einordnung der Radfernwege

Radrouten entlang Gewässer	40 %
Themen-Radwege	31 %
Radrouten in Regionen	29 %

Quelle: BVA 2008, eigene Berechnung

Zu den beliebtesten Radfernwegen in Deutschland zählen eindeutig die Routen entlang von Gewässern. Bei der jährlich im Rahmen der Radreiseanalyse des ADFC durchgeführten Befragung von Radurläubern in Deutschland wurde der flach verlaufende Elbe-

Radweg als beliebtester Radfernweg gekürt. Auch auf den folgenden Rängen dominieren die Radfernwege entlang Flüssen, Seen oder Meeresküsten (ADFC 2008a).

Rund ein Drittel der ursprünglich für den Autoverkehr konzipierten Ferienstraßen in Deutschland wird – zumindest abschnittsweise – von parallel verlaufenden Radrouten begleitet. Dies ergab eine Auswertung der Listung der touristischen Autostraßen Deutschlands (DZT 2006). Prinzipiell können diese Routen auch von Radfahrern befahren werden, sie sind aber eher auf die Bedürfnisse von Autofahrern ausgelegt. Vor allem für die viel beachteten und insbesondere im Ausland bekannten und beliebten Ferienstraßen (z. B. Märchenstraße usw.) ist es durchaus überlegenswert, separate Fahrradrouten (die Autostraßen selbst eignen sich für Fahrradrouten nur in Ausnahmefällen) zur Verbindung der touristischen Highlights zu entwickeln und diese zusammen mit den Autorouten durch gemeinsame Image- und Bekanntheitskampagnen zu vermarkten. Die Deutsche Weinstraße – seit 1935 die älteste weintouristische Route – und die Romantische Straße – die älteste deutsche Touristik-Autostraße – können bereits heute komplett auf autofreien Rad- und Wirtschaftswegen mit dem Fahrrad erkundet werden.

Das von den touristischen Marketingorganisationen der Länder vermarktete Radroutenangebot stellt häufig nur einen Ausschnitt des gesamten touristischen Radroutennetzes dar und gibt nur einen Grobüberblick. Sehr häufig werden nur die Radfernwege kommuniziert.

Durch die Bereitstellung von Radroutenplanern, die neben Radfernwegen auch zumeist eine Vielzahl kleinerer, regionaler Routen beinhalten, kann in Form eines anwenderfreundlichen Online-Tools das gesamte radtouristische Wegeangebot dargestellt werden. Sechs Bundesländer nutzen ein derartiges Tool auf den Seiten der Landestourismusmarketingorganisationen: Brandenburg, Bremen, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz.

1.3 Das D-Netz

Das D-Netz steht – analog zu den Vorbildern in der Schweiz, den Niederlanden oder in Dänemark – für das nationale Radroutennetz in Deutschland. Im Jahr 2000 wurde die Umsetzung des D-Netzes mit einer Länge von rund 12.000 km durch Vertreter des Bundes und der Länder sowie von touristischen Dachorganisationen beschlossen. Die bedeutendsten deutschen Radfernwege werden hierfür verknüpft und sämtliche Bundesländer an das D-Netz angeschlossen. Auf diesen Hauptachsen des deutschen Radroutennetzes soll eine durchgängige Querung Deutschlands möglich sein. Die D-Routen sind mit einer Nummerierung und einem einheitlichen Logo ausgestattet und folgen einheitlichen Qualitätsstandards. Die Wege des D-Netzes existieren bereits zu etwa 90 % als Radfernwege unter einem anderen Namen und mit eigener Beschilderung.

Aktuell sind bereits einige D-Routen mit der D-Netz-Beschilderung ausgestattet (insbesondere in Hessen und Nordrhein-Westfalen) bzw. befinden sich in der Umset-



zung. In bisher jedoch nur sechs Bundesländern⁸ wird die nationale Bezeichnung des D-Netzes bei den jeweiligen Fernwegen aktiv verwendet sowie vermarktet und stellt einen festen Bestandteil des radtouristi-

schen Angebots dar. In den restlichen Bundesländern wird auf explizite Hinweise zum D-Netz in der Vermarktung der Fernwege verzichtet.

Das D-Netz überschneidet sich in einigen Routen mit dem europäischen Radfernwegenetz „Eurovelo“. Diese von der EU geförderte Initiative des Europäischen Radfahrerverbands (ECF) verfolgt ähnliche Ziele wie das D-Netz, nur auf kontinentaleuropäischer Ebene: Bis 2016 sollen zwölf Routen mit insgesamt 65.000 km Länge realisiert werden, um durchgängige, grenzüberschreitende Radreisen in Europa zu ermöglichen. Rund 30.000 km dieses Wegenetzes existieren bereits. Eröffnet und mit der entsprechenden Beschilderung ausgestattet sind die Nordseeküstenroute (North Sea Cycle Route – Eurovelo-Route 12; ca. 6.000 km) und ein Teil der Eurovelo-Route 6 (Atlantik bis zum Schwarzen Meer; ca. 4.000 km) von Nantes bis nach Budapest.

⁸ Baden-Württemberg, Berlin, Brandenburg, Hessen, Sachsen-Anhalt, Thüringen

Abb. 46: D-Netz – Das Radfernwegenetz Deutschland



Quelle: ADFC 2008

Die Umsetzung des D-Routen-Netzes wird vom Bundesverkehrs- und Bundeswirtschaftsministerium und fünf beteiligten Bundesländern derzeit durch ein Pilotprojekt, angesiedelt beim Deutschen Tourismusverband, gefördert. Am Beispiel der D-Route 3 sollen Musterlösungen für die Umsetzung und Koordinierung des D-Routen-Netzes entwickelt werden. Eine länderübergreifende Koordinierung durch fest installierte Koordinierungsstellen wird von mehreren Seiten gefordert.

1.4 Beschilderung

Um eine eindeutige, selbsterklärende Wegweisung für Radwege in Deutschland zu etablieren, empfiehlt die Bundesregierung die Kriterien des „Merkblatts zur wegweisenden Beschilderung für den Radverkehr“ der FGSV⁹ auf allen Ebenen umzusetzen (BMVBW 2002, S. 42 ff.).

Mittelfristig soll mit der Installation dieser „Qualitätswegweisung“ eine integrierte und einheitliche Wegweisung von Radfernwegen, Radrouten und Mountainbikerouten etabliert werden. Zugleich beabsichtigt die Bundesregierung, mit der Vereinheitlichung die Radwegweisung in Deutschland den Systemen in den Nachbarländern Dänemark, Niederlande, Schweiz und Tschechien anzugleichen (vgl. BMVBW 2002).

1.4.1 Wegweisung nach FGSV-Standard

Der FGSV-Standard trennt zwischen zielorientierter und der routenorientierter Wegweisung. Das Vollschild nennt Zielorte (erst Fern-, dann Nahziele), Entfernungen und liefert (möglichst) auch Informationen zum Zielort (Touristinfo, Gastgewerbe, Bahnhof etc.). „Die Kilometerangabe erfolgt unterhalb 10 km auf 100 m genau, ab 10 km werden nur volle Kilometer angegeben. Die Kilometerangabe wird ohne die Abkürzung „km“ dargestellt“ (FGSV 1998, S. 14). Um Missverständnissen vorzubeugen (bspw. Zeitangabe für Wanderer, Kilometerangabe für Radfahrer), erscheint es jedoch empfehlenswert - entgegen dem FGSV-Standard - die Maßeinheit auf dem Wegweiser anzugeben. Für Zielangaben sollen die gemäß RWB 2000¹⁰ (BMVBW, 1999) in der allgemeinen Wegweisung üblichen Piktogramme verwendet werden. Piktogramme zur Darstellung touristischer Ziele in der Wegweisung können der DIN 66079-5 „Graphische Symbole zur Information der Öffentlichkeit, Teil 5: Verkehrstechnische Orientierungshinweise“ entnommen werden (DIN Deutsches Institut für Normung e. V. 1998).

⁹ Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen e. V.

¹⁰ Richtlinien für die wegweisende Beschilderung außerhalb von Autobahnen

Von der Zielwegweisung getrennt, zeigen Routenhinweise den Verlauf touristischer Routen an (vgl. Abbildung 47).

Der FGSV-Standard erlaubt die Ausführung in Grün oder in Rot auf weißem Grund. Der FGSV-Standard hat nicht den Status einer rechtlichen Vorgabe, wird aber häufig von Fördermittelgebern vorausgesetzt. Damit ist der Standard faktisch vorgegeben.

Abb. 47: Vollschild nach FGSV-Standard

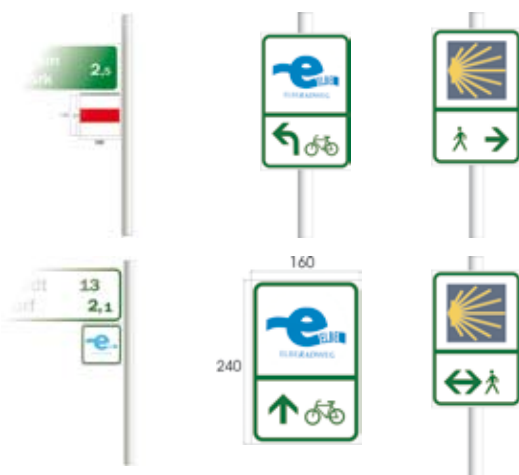


© BTE 2009

Die Längen- und Höhenmaße für die Vollwegweiser liegen zwischen 130 x 32 cm und 80 x 20 cm.

Kurzschilder markieren den Verlauf des Radweges bzw. der Routen. Sie geben den Radfahrern Sicherheit (auf dem richtigen Weg) und können an einfachen Weggabelungen und Abzweigungen Vollschilder überflüssig machen. Im Verlauf der Route wird der Weg markiert, indem das Symbol „hier Radweg“ bzw. Routensymbole gesetzt werden (Aufkleber, Plaketten). Abbildung 48 zeigt Beispiele für solche Kurzschilder.

Abb. 48: Kurzschild (Wegemarkierung bzw. Routeninfo)



© BTE 2009

Praxisbeispiel: Informationstafeln für Radregionen



Informationstafeln, die eine Übersicht über das Wegenetz einer Region bieten, sind als Service für Wanderer weit verbreitet, für Radfahrer aber noch selten. Daher wird hier das Beispiel des Saarlandes vorgestellt:

- ▶ Die Informationstafel ist klar gegliedert in: kleine Übersichtskarte mit Routennetz, große Detailkarte mit gekennzeichneten Radwegen, Legende und mehrsprachigem Informationsteil (Detailinformationen zu Routen, allgemeine Informationen, Fotos). Bei Bedarf kann Werbung (von Sponsoren) mit Einschubtafeln ermöglicht werden.
- ▶ Die Informationstafeln stehen entlang der Hauptrouten an zentralen Punkten im Radwegenetz, z. B. an Netzknoten, Rastplätzen, Bahnhöfen etc.

Abb. 49: Infotafel „SaarRadland“



Quelle: TZS Tourismus Zentrale Saarland GmbH, 2009

Die Marktforschung zu den Präferenzen der Radfahrer (vgl. Kap. IV.3.9) belegt deutlich deren sehr breite Interessen und Aktivitäten. Insofern sind Querbezüge in der Beschilderung (und nicht etwa ausschließlich auf das Radfahren begrenzte Beschilderungen) markt- und kundengerecht, wie die sukzessive Ergänzung bei der Anlage neuer Wege und Routen ebenfalls verständlich.

Dennoch kann ein solcher „Schilderwald“ insgesamt weder als kundenorientiert noch als sachdienlich angesehen werden. Die Übersicht wird erschwert, unterschiedliche Angaben verwirren und eine Pflege der unter-

schiedlichen Systeme (in unterschiedlichen Herstellungsverfahren) ist unverhältnismäßig teuer. Auch kann es nicht sinnvoll sein, auf ein und dasselbe Fernziel mehrfach hinzuweisen, indem für Wandern, Radfahren und Reiten isolierte Vollschilder aufgestellt werden. Einen Lösungsansatz bietet die **integrierte Beschilderung**, in der alle Informationen zu Routen, Touren und spezifischen Aktivitäten von der Zielwegweisung zu Orten und Sehenswürdigkeiten getrennt werden.

1.4.2 Integrierte Beschilderungssysteme

Vielerorts, v. a. in den bevorzugten Erholungs- und Feriengengebieten, bestehen komplexe Routen- und Beschilderungssysteme für unterschiedliche Nutzergruppen (Wanderer, Radfahrer, Reiter, Nordic Walker). Hinzu kommen teilweise spezifische Angebote, z. B. für Mountainbikefahrer.

So entstehen vielerorts Schilderwälder, wenn die unterschiedlichen Systeme an wichtigen Kreuzungen aufeinandertreffen (vgl. nachfolgende Abbildung).

Für die Beschilderung nach FGSV-Standard bedeutet dies eine Verlagerung des Radfahrer-Symbols aus der Zielwegweisung in das Kurzschild (s. o.).

Abb. 50: Schilderwälder



Quelle: BTE 2008, eigene Fotos

Ein integriertes System wird in der Bundesrichtlinie für die Radwegweisung im Übergang zu den Ortslagen ausdrücklich empfohlen: „Eine Beschränkung der Schilderzahl auf das notwendige Maß soll zur größtmöglichen **Integration der verschiedenen Wegweisungssysteme** führen. (...) Für die Vielfalt der Ziele in größeren Innenstadtbereichen und Orten mit touristisch bedeutsamen Zielen sollte eine schwerpunktmäßig auf Fußgänger orientierte innerörtliche Wegweisung erarbeitet werden. Das innerörtliche touristische Leitsystem setzt an den Schnittpunkten mit der Fahrradwegweisung an. Dies können sinnvollerweise Standorte für Informationstafeln sein. Gemäß dem Leitbild, so viele Schilder aufzustellen wie nötig und so wenig Schilder wie möglich, soll eine **Doppelwegweisung für unterschiedliche Verkehrsarten vermieden werden.**“ (FGSV 1998).



Praxisbeispiel: Integrierte Beschilderung in der Uckermark, Brandenburg

In der Uckermark wurde eine einheitliche Beschilderung realisiert, die Rad- und Wanderrouen beinhaltet. Das Foto zeigt die entsprechende Beschilderung am Beispiel der Radroute Berlin-Usedom und einer Wanderroute (roter Punkt) in Kombination mit gemeinsamer Zielwegweisung und Hinweis auf touristische Infrastruktur.



1.5 Bike-Parks

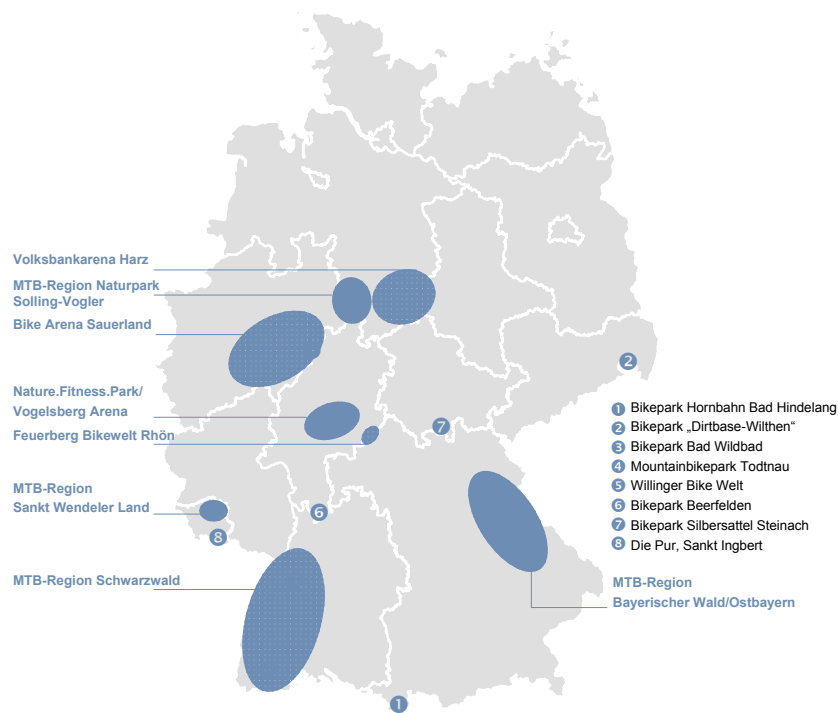
Deutschland ist vorrangig ein **Radwanderer- und Genussradfahrer-Land**. Das Angebot an speziellen Strecken, Routen und Parks für Mountainbiker und Rennradfahrer hält sich demgegenüber bislang in Grenzen.

Ein speziell auf die Wünsche der Mountainbiker zugeschnittenes Angebot sind „Bike Parks“. Diese, zu meist in Mittelgebirgen befindlichen Parks umfassen Strecken in verschiedenen Schwierigkeitsgraden inmitten der Natur, abseits befestigter Wege (z. B. Free-ride-, Down-Hill-Strecken, Singletrails). Lifte oder Shuttle-Services bringen die Mountainbiker zum Startpunkt der Strecken. Allerdings ist festzustellen, dass die alpinen Regionen Bayerns zunehmend das Interesse von Mountainbikern finden, selbst wenn sie (noch) nicht über explizite Bike-Arenen verfügen.

Neben diesen organisierten und häufig mit Kosten für Liftnutzung verbundenen Bike-Parks existieren in Deutschland auch noch zahlreiche Mountainbike-Strecken und Regionen wie z. B. die MTB-Region Bayerischer Wald/Ostbayern mit rund 450 km oder die MTB-Region Sankt Wendeler Land im Saarland (rund 270 km).

Das Wegeangebot für Rennradfahrer stellt sich bei Weitem nicht so vielfältig dar. Spezielle Rennrad-Strecken, die einerseits den sportlichen Ansprüchen von Rennradfahrern entsprechen, andererseits aber auch eine durchgängig gute Asphaltierung zum Befahren mit Slicks gewährleisten, sind in Deutschland selten. Hier zu nennen sind lediglich einzelne Angebote im Frankenwald (Tourismusverband Franken/Frankenwald) und auch im Sauerland (Willinger Bike Welt), in der Vogelsbergarena/Hessen (acht verschiedene Strecken zwischen 50 und 200 km). Grundsätzlich ist hierzu anzumerken, dass sich durchgängige Typisierung und Beschilderung als „Rennradweg“ weder notwendig noch sinnvoll ist, hingegen die Information über die spezifische Nutzungseignung aufgrund von entsprechend feinkörniger Asphaltierung und von Schwellenfreiheit für Rennradfahrer von großem Interesse ist.

Abb. 51: Bike-Parks in Deutschland



Quelle: dwif 2009, eigene Darstellung

i

Praxisbeispiel: Bike-Park „Vogelsberg-Arena“

Mit Bike-Parks werden spezielle Zielgruppen der Radfahrer unter Berücksichtigung ihrer besonderen Bedürfnisse angesprochen. Damit heben sich Bike-Parks ab von Angeboten für die breite Masse der Radfahrer und können gezielt beworben werden (Radsportzeitschriften, Dachverbände des Sports, Sportvereine, Fachmessen etc.), oft auch im Szenejargon und Stil der Radsporttrichtung. Bike-Parks für Mountainbiker sind stärker verbreitet als solche für Rennradler. Mit der „Vogelsbergarena“ werden beide Zielgruppen angesprochen. Kennzeichen der Arena sind:

- ▶ eigene Internetseite, eingängiger Name (www.vogelsbergarena.de)
- ▶ zentraler Ort, um den das Routennetz angeordnet ist
- ▶ Routenangebot mit verschiedenen Profilen und für jeden Trainingsstand
- ▶ alle Touren als GPS-Tracks und Verleih von GPS-Geräten

- ▶ ergänzender Service wie Radverleih und -reparatur, Technik-Seminare, geführte Touren, Wettkämpfe, Pauschalangebote etc.

1.6 Radroutenzertifizierung

Die Bewertung der Güte von Fahrradwegen durch die touristischen Nutzer im Rahmen des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus ist sehr gut ausgefallen. Die in vielen Bereichen sehr kritischen Radurlauber sind mit der Qualität der Radwege wesentlich zufriedener (Note 1,6) als die sonstigen Reisenden (Note 2,1) (Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008). Vor allem die Insider wissen somit die Qualität der Radwege zu schätzen. Nicht-Radurlauber bewerten diese sehr viel schlechter. Vorurteile oder aber Informationsdefizite könnten hierfür die Ursache sein. Die Qualität der Radwege muss transparenter und besser vermarktet werden, da dadurch vermutlich viele weitere Urlauber für das Radfahren begeistert werden können.

Zur Gewährleistung von Qualitätsstandards, aber auch zur Nutzung des Qualitätssiegels zu Marketingzwecken wurden Zertifizierungssysteme zur qualitativen Beurteilung von Radrouten entwickelt. Diese Initiativen stehen insbesondere im Einklang mit der im Nationalen Radverkehrsplan geforderten „Klasse statt Masse“.

Nach Aussagen der regionalen Tourismusmarketingorganisationen bei deren Abfrage im Rahmen dieser Studie befinden sich in nur knapp über einem Drittel dieser Regionen zertifizierte Radfernwege/ Radrouten. Von einem flächendeckend gleichen Qualitätsstandard bei Radrouten kann demzufolge nicht gesprochen werden.

Konkrete Gründe, die gegen eine Teilnahme an einer Zertifizierung von Radrouten sprechen, konnten die wenigsten Tourismusregionen nennen. Kein Interesse an einer Zertifizierung und Unwissen über die Existenz derartiger Initiativen gaben ein Drittel dieser Regionen als Begründung an.

Nutzen von Qualitätssiegeln:

- ▶ Vergleichbarkeit von Routen
- ▶ zeigt Bedarf für Nachbesserungen auf
- ▶ Nutzung des Siegels zu Marketingzwecken

Die in Deutschland bekannteste Zertifizierungssystematik mit einer intensiven Qualitätskontrolle ist die 2006 initiierte bundesweite „**ADFC-Zertifizierung für Radfernwege**“ (ADFC 2008b). Die Zertifizierung des Radfernwegs erfolgt nach Auftragsvergabe durch den Routenbetreiber an den ADFC. Bei einer Befahrung des Radfernwegs durch den ADFC-Routeninspektor wird der Zustand der Route genauestens untersucht und dokumentiert. Die Beurteilung erfolgt durch Punktevergabe nach folgenden Kriterien:

- ▶ eindeutiger Name
- ▶ „nationaler Rang“: Bekanntheit, Pauschalangebote, Länge
- ▶ Befahrbarkeit: Breite, Umlaufschranken, Poller, Stufen, Treppen, Gefahrenstellen
- ▶ Oberfläche: Material, Schiebestrecke, Querrillen, große Löcher
- ▶ Wegweisung: Art der Wegweisung, falsche Richtung, fehlende Schilder, schlecht lesbare Schrift, Widerspruch zur StVO

- ▶ Routenführung: Lärmbelastung, Geruchs-, Staubbelästigung, Umwege, Thema verfehlt, Höhenmeter, monotone Führung
- ▶ Kfz-Verkehrsbelastung: autofrei, Klassen nach Kfz-Belastungen, ungesicherte Querungen
- ▶ touristische Infrastruktur: Unterakunftsstruktur, Campingplätze, Gastronomie, Bett & Bike-Betriebe, Tourist-Info, Infotafeln, Abstellanlage, Fahrradbox/Radstation, Spielplatz, Schutzhütte, Rastplatz
- ▶ Anbindung der Route an öffentliche Verkehrsmittel: Häufigkeit des Bahnfernverkehrs/ÖVs mit Fahrradmitnahme, Fahrradbus
- ▶ Marketing: vorhandenes Karten- und Informationsmaterial, in Abhängigkeit von Maßstab und Aktualität, Internetpräsenz.

Nach bestandenem Qualitätscheck erfolgt – auf Wunsch – die Auszeichnung des Radfernwegs mit dem ADFC-Qualitätsradrouten-Gütesiegel (1 bis 5 Sterne) oder es bleibt Zeit für erforderliche Nachbesserungen am Radfernweg. Das Qualitätssiegel „ADFC-Qualitätsradroute“ darf drei Jahre lang vom Routenbetreiber zur Beschilderung und zu Marketingzwecken verwendet werden. Folgende Radfernwege sind aktuell (Stand 2009) in Deutschland zertifiziert und tragen das Siegel:

- ▶ Mainradweg (5 Sterne)
- ▶ vom Main zur Rhön (4 Sterne)
- ▶ Emsradweg (4 Sterne)
- ▶ 100-Schlösser-Route (4 Sterne)
- ▶ Lahntalradweg (4 Sterne).



Praxisbeispiele: Radroutenzertifizierung (Hessen und Nordrhein-Westfalen)

Der Wettbewerb „**Radroute des Jahres in NRW**“ (ADFC NRW 2008) ist ein jährlicher Wettbewerb, der durch die Arbeitsgemeinschaft Qualitätsoffensive Fahrradtourismus initiiert und durch Nordrhein-Westfalen Tourismus e. V. ausgelobt wird.



Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft sind das NRW-Ministerium für Wirtschaft und Verkehr, der Verein Nordrhein-Westfalen Tourismus e. V., der ADFC-Landesverband Nordrhein-Westfalen sowie

verschiedene regionale Tourismusverbände. Die Auszeichnung wird einmal pro Jahr an nach Ansicht dieser Jury qualitativ besonders hochwertige und kundenfreundliche Radrouten in Nordrhein-Westfalen vergeben. Neben einer Reihe von Muss-Kriterien müssen zwei weitere Soll-Kriterien erfüllt und die Bewerbungsunterlagen eingereicht werden. Der Kriterienkatalog orientiert sich an dem der ADFC-Radfernwege-Zertifizierung.

Bislang wurden folgende Radrouten ausgezeichnet:

- ▶ Fietsallee am Nordkanal (Radroute des Jahres 2009)
- ▶ Friedensroute (Radroute des Jahres 2008)
- ▶ RuhrtalRadweg (Radroute des Jahres 2007)
- ▶ Route der Industriekultur per Rad (Radroute des Jahres 2006)
- ▶ EmsAuenWeg (Radroute des Jahres 2005).

Bei der **Qualitätssicherung der hessischen Radfernwege** (ADFC Hessen 2008) werden seit 2005 zweimal jährlich die Radfernwege bei Kontrollbefahrungen durch ADFC-Mitarbeiter überprüft und protokolliert.

Im Mittelpunkt stehen hierbei die Radfernwege-Beschilderung sowie der Wegezustand. Die Informationen werden an die entsprechenden Stellen weitergeleitet, um gegebenenfalls Mängel der Wegeinfrastruktur zu beheben oder Routenänderungen oder Umleitungsstrecken einzurichten.

Als Grundlage der Überprüfung und der Protokollführung dienen hier lückenlose Datenbanken mit den digitalisierten Wege- und Beschilderungskastern, welche fortdauernd gepflegt und aktualisiert werden.

Zusätzlich wurde vom ADFC Hessen eine Servicestelle eingerichtet, bei der von Radwanderern entdeckte Mängel, Kritik und Anregungen zu den Radfernwegen gemeldet werden können.

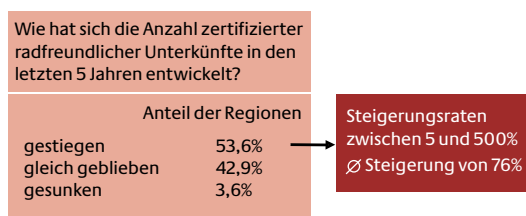
Neben diesen konkreten Initiativen und Wettbewerben zur Qualitätssicherung der Radinfrastruktur werden auch in radtouristischen Tourismuskonzepten oder vonseiten der Tourismusmarketingorganisationen qualitative Mindestkriterien für Radrouten formuliert, die erfüllt sein müssen, um in die landesweite Vermarktung aufgenommen zu werden. Von einer regelmäßigen Qualitätskontrolle der Radinfrastruktur kann hier nicht die Rede sein. Es ist jedoch davon auszugehen, dass Radrouten, die Bestandteil einer landesweiten Radrouteninitiative sind, z. B. SaarRadLand, Radwanderland Bayern etc., einen gewissen qualitativen Mindeststandard erfüllen. Diese Mindeststandards sind häufig jedoch sehr allgemein formuliert und können auch von Bundesland zu Bundesland abweichen, weswegen von einer deutschlandweit einheitlichen Beurteilung der Radroutenqualität nicht gesprochen werden kann. Die wichtigsten Wertungsbausteine befassen sich mit einer Mindestlänge und Mindestbreite der Wege, der sicheren Befahrbarkeit, Allwettertauglichkeit, Familiengerechtigkeit und der durchgängig einheitlichen wegweisenden Beschilderung.

1.7 Radfahrerfreundliche Unterkünfte

Radurlauber haben im Hinblick auf ihre Unterkunft besondere Bedürfnisse. Immer mehr Gastgeber reagieren daher mit einer radfahrerfreundlichen Ausstattung und spezifischen Serviceleistungen, um mit einem passgenauen Angebot für diese Klientel attraktiv zu sein. Vor diesem Hintergrund wurden in den vergangenen Jahren entsprechende Initiativen ins Leben gerufen. Ziel ist es, dem Radurlauber die Wahl einer geeigneten Unterkunft zu erleichtern sowie die Qualität in den Betrieben zu erhöhen.

Ergebnisse einer Abfrage der regionalen Tourismusmarketingorganisationen belegen, dass immer mehr Beherbergungsbetriebe an radfahrspezifischen Zertifizierungsverfahren teilnehmen. Die Anbieter reagieren damit auf die wachsende Nachfrage nach dieser Urlaubsform. Die steigenden Teilnehmerzahlen unterstreichen die ungebremsst hohe Bedeutung des Fahrradtourismus.

Tab. 16: Entwicklung radfahrerfreundlicher Unterkünfte



Quelle: dwif 2009, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

Mit Abstand am weitesten verbreitet und in allen Bundesländern vertreten ist die Bett & Bike-Zertifizierung des ADFC. Die Abfrage der regionalen Tourismusmarketingorganisationen ergab darüber hinaus, dass in jeder fünften Region neben der ADFC-Bett & Bike-Zertifizierung zusätzlich eine weitere regionaltypische Zertifizierung (wie z. B. „Oberlausitz per Rad“) praktiziert wird (insbesondere in Bayern, Sachsen und Sachsen-Anhalt). Die verschiedenen Zertifizierungssysteme sind insgesamt in ihrem Aufbau ähnlich. Sie bilden häufig eine Kombination aus für jeden teilnehmenden Betrieb zwingenden Mindestanforderungen und optionalen Zusatzleistungen, aus denen der Betrieb darüber hinaus eine festgelegte Anzahl an Kriterien erfüllen muss. Es wird dabei deutlich, dass vielfach vergleichbare Kriterienkataloge aufgestellt und durch Zusatzkriterien, die auf die jeweilige Region abgestimmt sind, ergänzt werden.

Der DTV weist auf seinem Internetportal www.qualitaet-im-deutschlandtourismus.de auf verschiedenste Qualitätsinitiativen hin, darunter auch Initiativen für radfahrerfreundliche Betriebe. Neben den klassischen Beherbergungsbetrieben beziehen sich einige Initiativen auch auf Gastronomiebetriebe und Campingplätze. Teilweise werden damit auch explizit Ferienwohnungen/-häuser und sonstige Fahrrad-Dienstleister angesprochen.

Die im Rahmen der verschiedenen Initiativen zertifizierten Beherbergungsbetriebe sind voll und ganz auf das Wohl von Fahrradtouristen ausgerichtet. Mit der Zertifizierung signalisieren die Gastgeber auf den ersten Blick die besondere Eignung ihrer Unterkunft für Fahrradfahrer. Die Kriterien sind ein Spiegelbild der Anforderungen, die ein Radfahrer an seine Unterkunft stellt. Folgende Ausstattungsmerkmale und Serviceleistungen werden dabei als besonders wichtig erachtet und finden sich deshalb in den Kriterienkatalogen der verschiedenen Zertifizierungssysteme wieder:

- ▶ Aufnahme Rad fahrender Gäste auch für nur eine Nacht;
- ▶ abschließbarer Raum zur Aufbewahrung der Fahrräder; bei Gastronomiebetrieben auch überdachte Abstellanlage im Sichtbereich mit Gepäckaufbewahrung; bei Campingplätzen auch überdachte Abstellanlage mit Anlehnbügel auf Zeltplatz;
- ▶ Trockenmöglichkeit für Kleidung und Ausrüstung (Heizungskeller, Trockenraum, Trockner etc.);
- ▶ Waschmöglichkeit der Fahrradkleidung gegen Entgelt;
- ▶ Angebot eines reichhaltigen (vitamin- oder kohlenhydratreichen) Frühstücks oder einer Kochgelegenheit;
- ▶ bei Gastronomiebetrieben: Angebot von mindestens einer warmen Mahlzeit;
- ▶ radfahrgerechte Verpflegung zum Mitnehmen/Lunchpakete;
- ▶ Hol- und Bringdienste für Rad fahrende Gäste;
- ▶ Gepäcktransfer von und zur nächsten Unterkunft;
- ▶ hauseigene Fahrradvermietung;
- ▶ Bereitstellung einer Reparaturmöglichkeit mit verschiedenen Werkzeugen zur eigenen Reparatur kleiner Pannen;
- ▶ Bereitstellung kleinerer Ersatzteile;
- ▶ Informationen zu nahe gelegenen Fahrradwerkstätten für größere Probleme;
- ▶ Bereitstellung/Verkauf von Radwanderkarten, Informationsmaterial zu Ausflugszielen und zum ÖPNV;
- ▶ geführte Touren bzw. ausführliche Informationen zu speziellen „hauseigenen“ Touren;
- ▶ Informationen zu weiteren radfreundlichen Beherbergungsbetrieben/Reservierungsservice;

- ▶ spätes Auschecken möglich – Dusch- und Umkleidemöglichkeit auch am Nachmittag noch gegeben;
- ▶ Wetterinformationen;
- ▶ bei Campingplätzen: keine zusätzliche Gebühr für Aufnahme von Fahrrädern auf dem Zeltplatzgelände;
- ▶ Beratung zu radtouristischen Fragen.

Tab. 17: Qualitätsinitiativen für radfahrerfreundliche Betriebe in Deutschland

Name	Wirkungsbereich	Zielgruppe	Träger	Teilnehmende Betriebe	Logo
ADFC Bett & Bike	bundesweit	Beherbergungsbetriebe, Gastronomie, Campingplätze	ADFC	ca. 4.800	
Fahrradfreundlicher Hotel- und Gaststättenbetrieb	Bayern	Hotel- und Gastronomiebetriebe	Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband e. V.; TV Allgäu/ Bayrisch Schwaben e. V., TV Franken e. V., TV München-Oberbayern e. V., TV Ostbayern e. V.	ca. 184	
Radfreundliche Unterkunft am Elbe-Radweg	Sachsen	Beherbergungsbetriebe aller Art (auch FeWo)	TV Sächsische Schweiz e. V., TV Sächsisches Elbland e. V., Sachsen-Anhalt.	189	
Radfreundliche Unterkunft am Elbe-Radweg	Sachsen-Anhalt	Beherbergungsbetriebe aller Art (auch FeWo)	Magdeburger TV Elbe-Börde-Heide e. V., TV Sächsische Schweiz e. V.	174	
Oberlausitz per Rad	Regional, Oberlausitz	Beherbergungsbetriebe, Gastronomieeinrichtungen, Campingplätze, Dienstleister im Fahrradbereich (Verkauf-, Service-, Mietstationen)	Biria Sachsen Zweirad AG, Little John Bikes, Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH	25	
Qualitätsbetrieb Bike Arena Sauerland	Regional, Gebiet der Bike Arena in Nordrhein-Westfalen und Hessen	Hotellerie und Gastronomie im Gebiet der Bike Arena (19 Gemeinden)	Bike Arena Sauerland e. V.	65	

Quelle: DTV 2009, eigene Darstellung



Praxisbeispiel: Radunterkunft mit Alleinstellungsmerkmal

Das Merkmal „radfahrerfreundlicher Betrieb“ ist inzwischen keine Besonderheit mehr. Um das Unterkunftsangebot von der breiten Masse abzuheben, bedarf es weiterer Ideen. Auf der Schwäbischen Alb haben sich fünf Bauernhöfe mit Ferienwohnungsangebot zusammengetan, um ihr Angebot gemeinsam zu vermarkten:

- ▶ Auf jedem Hof steht ein (neues) „Radwanderhäusle“ in Holzbauweise.
- ▶ Auf der Internetseite www.radwanderhaeusle-alb.de wird das Angebot gemeinsam präsentiert.
- ▶ Die Übernachtungshütten sind an die Bedürfnisse von Radlern angepasst (geschützte Abstellmöglichkeit, überdachter Freisitz etc.).
- ▶ Auf den teilweise abgelegenen Höfen wird die Versorgung mit eigenen bzw. regionalen Produkten angeboten.
- ▶ Die Radwanderziele der Umgebung werden beschrieben.



Praxisbeispiel: Mehrwert für den Gast durch Steigerung der Qualitätsanforderungen

Um das radtouristische Angebot für die Gäste zu verbessern, hat die Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH (www.radwandern-oberlausitz.de) auf Basis der Qualitätsanforderungen des ADFC den Anforderungskatalog um folgende Punkte erweitert:

- ▶ Bei jedem teilnehmenden Betrieb können Fahrräder ausgeliehen und abgegeben werden. Effekt: Es entsteht ein regionsweites Netz von Verleihstationen.
- ▶ Jeder teilnehmende Betrieb muss mindestens vier sogenannte „Hausrouten“ anbieten und mit mindestens einer an einen Fernradwanderweg anbinden. Effekt: Das Radroutennetz wird engmaschiger (allerdings ohne Beschilderung) und auch die Gäste von Quartieren, die nicht an einer Radroute liegen, bekommen Tourenvorschläge.

1.7.1 Verteilung und Struktur als fahrradfreundlich zertifizierter Betriebe in Deutschland

Die folgenden Auswertungen basieren auf Zahlenmaterial der bundesweiten Zertifizierung des ADFC (ADFC-Bett & Bike 2008). Auch wenn nicht alle auf Fahrradfahrer spezialisierten Betriebe daran beteiligt sind, so können aufgrund der verhältnismäßig hohen Teilnehmerzahlen dennoch allgemeingültige Aussagen zur Verteilung und Struktur fahrradfreundlicher Betriebe in Deutschland abgeleitet werden.

Die Teilnehmerzahlen der ADFC-Zertifizierung sind seit Beginn der Initiative im Jahr 1995 kontinuierlich gestiegen. In den letzten zehn Jahren sind die Teilnehmerzahlen insgesamt um über 200 % gewachsen. Im November 2008 waren 4.741 (inklusive Betriebe < 9 Betten) Betriebe in Deutschland gemäß ADFC zertifiziert. Prozentual zur Gesamtzahl aller Bett & Bike-Unterkünfte sind die meisten Betriebe in Bayern (16,3 %), gefolgt von Baden-Württemberg (15 %) und Niedersachsen (14,7 %) vorzufinden. Das Schlusslicht bilden die Stadtstaaten. Hier spielt der Fahrradtourismus naturgemäß eine untergeordnete Rolle.

Gerade an Radfernwegen haben sich die Gastgeber auf Radfahrer eingestellt. 64 % der fahrradfreundlichen Betriebe befinden sich unmittelbar an oder bis zu einem Kilometer entfernt von Radwanderwegen. Mit zunehmender Entfernung von Radfernwegen nimmt die Zahl Bett & Bike-Betriebe stark ab.

Als fahrradfreundlich zertifizierte Betriebe sind überwiegend im gewerblichen Bereich mit mehr als acht Betten zu finden. In fast allen Bundesländern werden die ADFC-Betriebe in mehr als 90 % der Fälle gewerblich betrieben. Nur in Nordrhein-Westfalen macht der Privatvermieterbereich mit knapp einem Viertel einen höheren Anteil aus.

Bezogen auf alle gewerblichen Unterkünfte in Deutschland, erreichen die fahrradfreundlichen Be-

triebe mit insgesamt 8,3 % einen nicht zu unterschätzenden Anteil. In den einzelnen Bundesländern stellt sich die Situation allerdings recht unterschiedlich dar. Besonders in Brandenburg und im Saarland wird die enorme Bedeutung der Zielgruppe der Fahrradtouristen für das Beherbergungsgewerbe deutlich. Über ein Fünftel der gewerblichen Betriebe ist in den beiden Bundesländern bereits als fahrradfreundlich eingestuft. Aber auch in Rheinland-Pfalz, Sachsen-Anhalt und Niedersachsen bildet der Fahrradtourismus ein wichtiges Standbein für die gewerblichen Betriebe. Auch wenn Bayern absolut gesehen die meisten ADFC-Betriebe aufweist, gemessen am Gesamtvolumen haben die fahrradfreundlichen Unterkünfte mit einem Anteil von 5,4 % einen deutlich geringeren Stellenwert.

Tab. 18: Bedeutung fahrradtouristischer Betriebe für das Beherbergungsgewerbe in Deutschland

Bundesland	Anzahl gewerbliche Betriebe (Stand: September 2008)	Anzahl gewerbliche Bett & Bike-Betriebe (Stand: November 2008)	Anteil gewerblicher Bett & Bike-Betriebe an allen gewerblichen Betrieben in %
Baden-Württemberg	6.992	683	9,8
Bayern	13.474	729	5,4
Berlin	653	22	3,4
Brandenburg	1.429	294	20,6
Bremen	99	9	9,1
Hamburg	298	10	3,4
Hessen	3.424	338	9,9
Mecklenburg-Vorpommern	2.761	179	6,5
Niedersachsen	5.925	662	11,2
Nordrhein-Westfalen	5.310	327	6,2
Rheinland-Pfalz	3.578	460	12,9
Saarland	265	56	21,1
Sachsen	2.115	137	6,5
Sachsen-Anhalt	1.085	134	12,4
Schleswig-Holstein	4.361	282	6,5
Thüringen	1.388	97	7,0
Insgesamt	53.157	4.419	8,3

Quelle: ADFC Bett & Bike 2008, Statistisches Bundesamt 2008, eigene Berechnungen

1.7.2 Zufriedenheit mit radfahrerfreundlichen Unterkünften

Die Untersuchungen zur Gästezufriedenheit aus dem Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus ergaben sowohl bei den Radurlaubern als auch bei den sonstigen Urlaubern das gleiche Stimmungsbild hinsichtlich der Zufriedenheit mit der Unterkunft in puncto Preis-Leistungsverhältnis, Komfort/Ausstattung, Informationen im Betrieb zum Urlaubsort und Freundlichkeit der Mitarbeiter. Den Unternehmungen scheint es also grundsätzlich zu gelingen, die spezifischen Bedürfnisse von Rad fahrenden Gästen zu erfüllen. Möglicherweise haben aber auch bereits radfreundliche Zertifizierungsinitiativen einen wichtigen Beitrag für das zufriedenstellende Ergebnis, welches die Radurlauber ihrer Unterkunft ausgestellt haben, geleistet.

1.7.3 Verteilung der Betriebsarten im Rahmen der ADFC-Zertifizierung

Mit 47,4 % zählen Hotels und Hotels garnis zu den am stärksten vertretenen Betriebsarten innerhalb der ADFC-Zertifizierung. Dies korrespondiert mit der dominanten Rolle der Hotels und Hotels garnis, die diese (völlig unabhängig von einer Fahrradeignung) mit ihren rd. 40 % an allen gewerblichen Beherbergungsbetrieben in Deutschland einnehmen. Erst mit großem Abstand folgen die Gästehäuser und Pensionen mit einem Anteil von 11,8 %. Alle weiteren Betriebsarten verzeichnen jeweils weniger als 10 % und spielen demnach eine untergeordnete Rolle im Rahmen dieser Initiative. Dazu gehören auch Ferienwohnungen, die ebenfalls eine vergleichsweise geringe Teilnehmerzahl aufweisen.

Tab. 19: Prozentuale Verteilung ADFC-zertifizierter Betriebsarten

Betriebsart	Anteil an ADFC-zertifizierten Betrieben in %
Hotel/Hotel garni/Apartment-Hotel	47,4
Gästehaus/Pension	11,8
Gasthof	9,9
Ferienhaus/Ferienwohnung/Bungalow/Apartment	8,8
Hostel/Jugendgästehaus/Jugendherberge	6,9
Privatpension/Privatvermieter	6,7
Campingplatz/Zeltmöglichkeit	3,9
Bauernhof/Biohof/Winzerhof/Heuherberge	3,4
Sonstige	1,2
Insgesamt (absolut)	100 % (4.741)

Quelle: ADFC-Bett & Bike 2008

1.7.4 Ferienwohnungen als Unterkunftsform für Fahrradurlauber

Die verhaltene Teilnahme an der ADFC-Zertifizierung seitens der Ferienwohnungsanbieter liegt vermutlich in der mangelnden Bereitschaft begründet, ihre Gäste auch für eine Nacht aufzunehmen. Auch die Bereitstellung von Lunchpaketen oder radlergerechter Verpflegung könnte besonders dort, wo der Gastgeber nicht im unmittelbarer Nähe zum Ferienobjekt lebt und/oder die Vermietung im Nebengeschäft betrieben wird, nicht immer ohne Weiteres zu bewerkstelligen sein. Anders als bei Hotelbetrieben ist die Betriebsform der Ferienwohnungen nämlich auf Selbstversorgung und in der Regel auch auf eine längerfristige Aufenthaltsdauer der Gäste ausgerichtet.

Wie die Ergebnisse aus dem Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus gezeigt haben, gehören die Radfahrer insgesamt aber zu einer nicht zu unterschätzenden Klientel für Ferienwohnungen. Ein wichtiger Schritt u. a. wäre es daher, die Bedeutung des Fahrradtourismus auch für Ferienwohnungsanbieter noch stärker zu kommunizieren, denn auch in dieser Unterkunftsart werden zahlreiche radbegeisterte Gäste beherbergt. Zwar gilt das Radfahren für Ferien-

wohnungsgäste nicht immer unbedingt als Hauptaktivität, aber dennoch spielt es als Urlaubsunternehmung (Ausflugstouren ausgehend von der Unterkunft) während des Aufenthaltes eine große Rolle. Radfahren gehört für Ferienwohnungsnutzer zu einer der beliebtesten Freizeitaktivitäten. Fahrrad-spezifische Anforderungen werden deshalb auch an Ferienwohnungen gestellt und der Gastgeber hat zahlreiche Möglichkeiten, sich mit seinem Angebot darauf einzustellen. Allerdings sind die Anforderungen von Gästen, die sich länger in Ferienwohnungen aufhalten, in einigen Punkten anders gelagert als bei Radfahrern, die von Unterkunft zu Unterkunft fahren. Hier bleiben die Gäste oftmals länger als eine Nacht und unternehmen, ausgehend von ihrer Unterkunft, Ausflugstouren. Darüber hinaus versorgen sich die Urlauber in der Regel selbst: Vielfach wird eine Ferienwohnung gerade deshalb ausgewählt, um unabhängig und flexibel zu sein, sodass z. B. die Notwendigkeit der Bereitstellung von Lunchpaketen ebenfalls entfällt. Viele der vorhandenen ADFC-Kriterien wie z. B. geeignete Abstellmöglichkeiten, Trockenmöglichkeiten sowie radtouristische Prospektmaterialien können aber in Ferienwohnungen als Grundanforderungen betrachtet werden, um Rad fahrende Gäste begrüßen zu können.

Angesichts der Bedeutung von Rad fahrenden Gästen für Ferienwohnungsanbieter sollte ein stärkeres Augenmerk auf die spezifische Zertifizierung dieser Betriebsart gelegt werden. Bislang richtet sich die ADFC-Zertifizierung bewusst an Radurlauber, die jeden Tag in einer anderen Herberge übernachten. Jede Unterkunft wird daher unabhängig von der Betriebsart mit denselben Kriterien bewertet.

Um den Gästen in Ferienwohnungen daher eine bedürfnisangepasste Unterkunft und eine adäquate Orientierungshilfe bei der Suche nach einem Quartier zu bieten, sollte daher über die Ausarbeitung eines speziellen Kriterienkataloges für Ferienwohnungen nachgedacht werden. Ähnlich wie bei den allgemeinen Sterneklassifizierungen in Deutschland gemäß DTV und DEHOGA wird auf diese Weise mit verschiedenen Kriterienkatalogen für die jeweiligen Betriebsarten, die sich an den unterschiedlichen Anforderungen seitens der Gäste orientieren, reagiert. Eine spezielle Kennzeichnung des Bett & Bike-Logos könnte dem Gast die Unterscheidung und Einord-

nung der Leistungen der jeweiligen Betriebsform ermöglichen.

Damit könnte die Teilnahmebereitschaft von Ferienwohnungsanbietern, die sich mit ihrem Angebot speziell an Radfahrer mit längerer Aufenthaltsdauer als eine Nacht richten, an der ADFC-Zertifizierung erhöht werden. Zudem finden radbegeisterte Gäste in Ferienwohnungen eine bedürfnisangepasste Unterkunft. Das Netz mit unterschiedlichen fahrradfreundlichen Betriebsarten wird somit ausgeweitet und der Gast kann sich je nach Urlaubsform und persönlichen Anforderungen eine passende Unterkunft aussuchen.

1.7.5 ADFC-Zertifizierung im Kontext mit allgemeinen Sterneklassifizierungen gemäß DTV und DEHOGA

Die Bett & Bike-Zertifizierung wird unabhängig vom allgemeinen Qualitätsstandard eines Unterkunftsbetriebes verliehen. Der radbegeisterte Urlauber hat aber nicht nur Erwartungen hinsichtlich der radspezifischen Ausstattung, sondern stellt, wie jeder andere Gast auch, allgemeine Anforderungen an die Qualität und den Komfort einer Urlaubsunterkunft. Orientiert sich ein Radurlauber also an der Bett & Bike-Zertifizierung, kann er zwar eine besonders radfreundliche Unterkunft erwarten, weiß aber nicht unbedingt, ob die allgemeine Grundqualität des Hauses zu den eigenen Erwartungen passt. Diese Orientierungen zum grundsätzlichen Qualitätsstandard werden dem Gast mit den allgemeinen Sterneklassifizierungen des DTV und DEHOGA geboten. Ganz bewusst wird dort ausschließlich die Basisausstattung einer Unterkunft bewertet, die für möglichst viele Gästegruppen gleichermaßen relevant ist. Damit ist gewährleistet, dass ein Ergebnis nicht durch eine besonders zielgruppenspezifische Ausstattung „verfälscht“ wird und der Gast ein allgemeines Qualitätsversprechen, unabhängig von der thematischen Ausrichtung eines Betriebes, erwarten kann. Es ist deshalb auch nicht zielführend, fahrradspezifische ADFC-Kriterien in die Kriterienkataloge des DTV und des DEHOGA zu integrieren, denn auf diese Weise wäre eine spezielle Zielgruppe „bevorzugt“. Vielmehr ist die ADFC-Zertifizierung als „thematische Zusatzauszeichnung“ für Gastgeber zu verstehen. Angestrebt werden sollte eine stärkere Kopplung der verschiedenen Klassifizierungssysteme, die bislang unabhängig voneinander existieren. Als

Beispiel ist hier die Verleihung der Zusatzauszeichnung für „Urlaub auf dem Bauernhof“ bzw. „Urlaub auf dem Land“ und das DLG-Gütezeichen zu nennen. Diese Labels werden nur vergeben, wenn der Betrieb zuvor gemäß den Kriterien des DTV eingestuft wurde. Eine ähnliche Vorgehensweise ist auch bei der ADFC-Zertifizierung denkbar. Als Voraussetzung für die Auszeichnung durch den ADFC könnte demnach die gleichzeitige Teilnahme an einer Sterneklassifizierung zur Einschätzung des allgemeinen Qualitätsstandards einer Unterkunft gelten. Auf diese Weise wäre eine größere Transparenz für den Radurlauber bei der Wahl seiner Unterkunft geboten und Enttäuschungen können vermieden werden.

1.8 Radfahrerfreundliche Gastronomie

Radausflügler und Radurlauber besuchen gerne auf ihrer Tour ein Restaurant oder ein Café. Gastronomiebesuche haben für Radurlauber sogar eine noch größere Bedeutung als für den „normalen“ Urlauber. Die aktuellen Befragungsergebnisse des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus geben hierzu Auskunft (vgl. Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008):

- ▶ Der Restaurantbesuch steht auf Platz 1 der Urlaubsaktivitäten von Radurlaubern (92 % der Radurlauber).
- ▶ Besonders regionaltypische Speisen werden deutlich häufiger von Radtouristen (75 %) als von sonstigen Urlaubern (61 %) genossen.
- ▶ Der Besuch im Kaffeehaus steht, ebenfalls wie Genuss regionaltypischer Speisen, an siebter Stelle der häufigsten Urlaubsaktivitäten von Radurlaubern.

Die gute und auch richtige Verpflegung ist ein wichtiger Bestandteil eines Radurlaubs. Wer lange auf dem Fahrrad sitzt, gönnt sich gerne nach der körperlichen Anstrengung ein wohlschmeckendes Mahl, um daraus auch wieder neue Kräfte für die nächsten Touren zu gewinnen.

Allerdings sind die Radurlauber auch eine sehr kritische Nachfragegruppe und so hat der Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus schlechtere Noten bezüglich der Zufriedenheit mit Gastronomiebesuchen und den angebotenen Speisen und Getränken ans Tageslicht gebracht als bei den Nicht-Radfahrern

(vgl. Abbildung 43 in Kapitel IV.3.10). Bemängelt wird vor allem das Preis-Leistungs-Verhältnis von Speisen und Getränken, aber auch die Öffnungszeiten der Lokale und die gastronomische Vielfalt haben mit vergleichsweise schlechteren Noten abgeschnitten. Hier liegt die Chance für Gastronomiebetriebe im Umfeld von Radrouten oder als Radler-Ausflugsziel. Durch gezieltes Eingehen auf die Bedürfnisse der Radtouristen kann deren Zufriedenheit mit dem Angebot erhöht werden, aber auch zufällig vorbeikommende Radfahrer, die bisher nicht eingekehrt sind, können so zusätzlich gewonnen werden.

Wenn auch die zielgruppenorientierte Ausrichtung der Beherbergungsbetriebe auf die Bedürfnisse der Radfahrer mittlerweile selbstverständlich geworden ist (vgl. Bett & Bike sowie weitere regionale Zertifizierungen; vgl. Kapitel V.1.7), so sind Initiativen zur radfahrerfreundlichen Ausrichtung der Gastronomiebetriebe bislang noch weit weniger verbreitet. Es sind jedoch bereits ausführliche Kriterienkataloge im Zuge diverser Zertifizierungsverfahren erarbeitet worden, die sich auf eine zielgruppenspezifische Ansprache der Radtouristen im gastronomischen Betrieb spezialisiert haben. Beispielsweise hat Bett & Bike, seit Jahren mit wachsenden Mitgliedszahlen, seine Kriterien für Beherbergungsbetriebe erweitert und bietet nun auch für gastronomische Betriebe Zertifizierungsmöglichkeiten an. Erfüllt werden müssen fünf Mindestanforderungen sowie zwei Zusatzangebote.

ADFC-Mindestanforderungen an radfahrerfreundliche Gastronomiebetriebe

- ▶ qualitativ gute, möglichst überdachte Abstellanlage im Sichtbereich (Räder und Gepäck unter Kontrolle) oder ein abschließbarer Raum zur unentgeltlichen Aufbewahrung der Räder samt Gepäck
- ▶ ein auf den Bedarf von Radtouristen abgestimmtes Angebot an Getränken, wie zum Beispiel einen „Radlerdrink“ (1/2 Liter Fruchtsaft mit Mineralwasser), Früchte- oder Kräutertees. Der Preis sollte unter dem für alkoholische Getränke liegen.
- ▶ Angebot mindestens einer warmen Mahlzeit während der Öffnungszeiten, Aushang, Verleih oder Verkauf von regionalen Radwanderkarten und Radwanderführern, Bahn- und Busfahrplänen sowie Schiffs- und Fährangeboten

- ▶ Bereitstellung eines Fahrrad-Reparatursets mit den wichtigsten Werkzeugen für einfache Reparatur- und Wartungsarbeiten
- ▶ Information über Lage, Öffnungszeiten und Telefonnummern der nächsten Fahrradreparaturwerkstätten für größere Reparaturen
- ▶ zusätzliche Angebote für Gastronomiebetriebe
- ▶ Angebot eines Vollwertgerichts und eines vegetarischen Gerichts
- ▶ Angebot regionaler Küche
- ▶ ganztägige Öffnungszeiten
- ▶ Trockenmöglichkeit für Kleidung und Ausrüstung (z. B. Trockenraum, Heizungskeller, Trockner, Boden etc.)
- ▶ Bereitstellung wichtiger Ersatzteile ggf. in Absprache mit der nächsten Werkstatt
- ▶ Informationen zu fahrradfreundlichen Beherbergungsbetrieben der Region
- ▶ Lunchpaket zum Mitnehmen
- ▶ Gästebuch für Radwanderer

Quelle: www.bettundbike.de

Auch viele regionale radfreundliche Gastronomiebetriebe haben ähnliche Kriterienkataloge für Gastronomiebetriebe entwickelt. Zusätzlich ist es für alle Gastronomiebetriebe, die sich auf Radtouristen gezielt einstellen wollen, empfehlenswert, ein individuelles Angebot zu entwickeln, das sie aus der Masse der Angebote heraushebt. Dies könnten besondere Dienstleistungen, geführte Touren, persönliche Tourenberatung oder besondere „Schmankerl“ aus der Küche für Radfahrer sein (siehe auch Kapitel VII.3.8).

i

- ▶ Praxisbeispiel: Besondere gastronomische Angebote für Radfahrer
- ▶ Die **Radlermahlzeit „Großer Wadenbeißer“** wurde in Mecklenburg-Vorpommern als eine landesweite Werbemaßnahme und Servicedienstleistung entwickelt. Dieser von Ernährungswissenschaftlern gezielt auf die Bedürfnisse von Radwanderern ausgerichtete Salat stellt bisher nur einen Baustein der künftigen Serie des Wadenbeißer-Radfahrermenüs dar. Das Radlermenü kann bei Interesse von jedem Gastronomiebetrieb angeboten werden und sichert dem Radfahrer eine angemessene und ausgewogene Ernährung.

- ▶ Eine andere Variante stellt der **„Elbe-Radweg-Teller“** dar. Dieses Angebot in radfreundlichen Gaststätten entlang des Elbe-Radwegs umfasst ein Hauptgericht inklusive eines alkoholfreien Getränks. Der Preis ist mit 10 Euro stets gleich niedrig, die kulinarische Vielfalt hingegen groß. Um die regionalen Eigenheiten entlang des fast 900 km langen Radwegs zu wahren, bietet jede Gaststätte ein anderes Gericht an.

Gastronomische Versorgung durch andere Anbieter im ländlichen Raum

Radrouten durchqueren oft ländliche Räume, deren geringe gastronomische Dichte eine flächendeckende Versorgung von Radtouristen nicht garantieren kann. Gastronomische Angebote müssen aber nicht ausschließlich von Gastronomiebetrieben bereitgestellt werden, so können beispielsweise auch landwirtschaftliche Betriebe diese Lücke zumindest teilweise füllen. Die folgenden Beispiele zeigen erfolgreiche Konzepte, die die gastronomische Landschaft bereichern oder auch Angebotslücken füllen können.

In Schleswig-Holstein und Niedersachsen laden bereits mehr als 200 Hofcafés zum gemütlichen Kaffeetrinken bei hausgemachten Kuchen und Torten in ländlicher Atmosphäre ein, meist in historischem Ambiente. Hofcafés sind beliebte Ausflugsziele für Radfahrer geworden. Entlang von Radrouten, z. B. dem Elbe-Radweg, haben sich bereits die Betriebe auf Radfahrer als wichtige Zielgruppe ausgerichtet.

Typische Merkmale eines Hofcafés sind:

- ▶ familiengeführtes Café in historischem Gebäude (z. B. Fachwerkhaus)
- ▶ Kaffeegarten bei schönem Wetter
- ▶ gastronomische Gütesiegel (z. B. „Culinary Heritage Europe“ in der Lüneburger Heide)
- ▶ selbst gebackene Kuchen, häufig nach besonderen Hausrezepten (z. B. Buchweizentorte)
- ▶ zumeist eingeschränkte Öffnungszeiten und Beschränkung auf die ausflugsintensive Zeit: Sommermonate, Wochenende und an Feiertagen
- ▶ Zielgruppenorientierung, neben Radfahrern auch auf Reiter, Wanderer, Familien mit Kindern (Spielangebot, Tiere zum Anfassen)
- ▶ günstige Lage an Rad- oder Wanderwegen



Praxisbeispiel: Gastronomische Angebote für Radfahrer im ländlichen Raum

- In eigens dafür kreierten „**Melkhüs**“ bieten Bauernhöfe in Niedersachsen in Ostfriesland, der Wesermarsch und im Emsland entlang von Radrouten ihre eigenen Produkte für den kleinen Hunger und Durst zwischendurch an. In kleinen Holzhütten werden frische Milch und Milchprodukte sowie kleine Brotzeiten angeboten, ein guter Nebenverdienst für die Anbieterinnen und eine willkommene, preisgünstige Rastmöglichkeit für die Radtouristen. In ganz Niedersachsen gibt es mittlerweile mehr als 60 Melkhüs (vgl. www.urlaubwesermarsch.de, www.landerlebnis-ostfriesland.info).



Weitere Beispiele:

- Entlang der „Milchstraße Niedersachsen“ können Radfahrer auf vier Routen im Landkreis Stade Milchviehbetriebe und deren Arbeitsweise erkunden. (vgl. www.niedersaechsische-milchstrasse.de)
- Die Boxenstopp-Route führt durchs Oldenburger Münsterland und ist im Rahmen eines EU-Projektes entstanden. Zahlreiche gastronomische Betriebe, Hofläden und Anbieter ländlicher Kultur entlang der Strecke haben sich mit ihren Angeboten auf Radtouristen eingestellt (vgl. www.boxenstopp-route.de).

Radrouten mit gastronomischem Schwerpunkt

Radrouten werden mit zunehmender Zahl in ganz Deutschland angeboten. Umso wichtiger ist es für die einzelnen Radregionen, sich mit ihren radtouristischen Angeboten von der Masse abzuheben. Neben der einzelbetrieblichen Ausrichtung des gastronomischen Angebotes auf die Bedürfnisse von Radtouristen ist ein gemeinsames Vorgehen entlang von Radrouten notwendig, um das radtouristische Angebot entweder direkt unter das Thema Kulinarik zu stellen, ein konsequent qualitativ hochwertiges Angebot entlang der Radrouten zu garantieren oder auch die vorhandenen kulinarischen Schätze der Region für Radfahrer erlebbar zu machen. Die folgenden Routenbeispiele haben erfolgreich das Thema Kulinarik in den Mittelpunkt der jeweiligen Radtour gesetzt.

Praxisbeispiel: Kulinarische Radrouten

- Die **Schwäbische Kartoffel-Tour** steht für „Sport – Spaß – Kultur und Kulinarisches“. Entlang der zehn Tourenabschnitte laden die Kartoffelwirte zu besonderen Kartoffelgerichten ein. Ein gemeinsam zusammengestelltes Rezeptbuch kann als Souvenir zum Nachkochen käuflich erworben werden. Die angelaufenen Hotels und Gaststätten der schwäbischen Kartoffel-Tour sind besonders auf Radler eingestellt. Hier findet der Radler eine entsprechende Infrastruktur (Radschuppen, Trockenräume, Reparatursets), Tipps für Ausflüge und einen „Radler-Teller“ auf der Speisekarte. Neben einer individuellen Routenplanung werden jährlich dreimal geführte Touren angeboten und darüber hinaus sind auch individuelle Gruppenführungen möglich (vgl. www.radtour-schwaben.de).



- ▶ Die Radtour „**Westfälisch Genießen**“ der Münsterland Touristik ist für Gourmets auf Rädern konzipiert (180 km Rundtour). Die Radtour führt durch die Münsterländer Parklandschaft (durchschnittliche Tourenlänge 45 km), dabei findet der jeweilige Tagesausklang bei einem regionaltypischen westfälischen Dreigänge-Menü statt (vgl. www.muensterland-tourismus.de).
- ▶ Das Angebot „**Schlemmerradeln im Saarland**“ führt in sechs Etappen (320 km) um das Saarland. Tagsüber lernt der Gast Land und Kulturgüter kennen und abends wird in Schlemmermenüs die traditionelle saarländische Küche präsentiert. Zum Leistungsumfang gehören Gepäcktransport, Kartenmaterial und Übernachtung in radfahrerfreundlichen Hotels (vgl. www.tourismus.saarland.de).



1.9 Radtouristische Veranstaltungen

Neben einem abwechslungsreichen Angebot an Radrouten und -touren zählen zum ergänzenden radtouristischen Angebot auch Veranstaltungen mit radtouristischem Bezug, sowohl mit aktiver (z. B. Sternfahrten, geführte Radtouren, Amateur-Rennen) als auch passiver Teilnahmemöglichkeit (z. B. Zuschauen bei Profi-Radrennen). Radsportveranstaltungen können für die Austragungsregionen große Werbeeffekte für den Fahrradtourismus mit sich bringen und dadurch zusätzliche Gäste anziehen.

Zwar zählt der Besuch von Sportveranstaltungen nicht zu den von Radurlaubern am häufigsten betriebenen Aktivitäten, dennoch verbinden Radurlauber derartige Veranstaltungen weit häufiger als Nicht-Radurlauber mit ihrem Urlaub und stehen demnach diesen Sportveranstaltungen weit aufgeschlossener gegenüber. Der Anteil der Radurlauber (15 %), die Sportveranstaltungen besuchen, ist fast doppelt so hoch wie der von Nicht-Radurlaubern (8 %) (vgl. Tabelle 12, Kapitel IV.3.9).

Die deutschlandweit wohl größte Veranstaltung war bis zum Jahr 2008 die Deutschland-Tour, ein Profiradrennen analog zur Tour de France quer durch Deutschland. Zuletzt von Kitzbühel in Österreich über München, Region Hesselberg, Mainz, das Sauerland und das Bergische Land, vorbei an Düsseldorf bis nach Bremen. Aufgrund der sich im Profiradsport häufigenden Dopingkandale wird diese Veranstaltung jedoch bis auf weiteres nicht mehr stattfinden.

Auch das Mountainbike-Etappenrennen „CRAFT BIKE Trans Germany“ quert Mitteldeutschland in sieben Etappen von West nach Ost (von Erbach im Odenwald nach Seiffen im Erzgebirge). Bei diesem Rennen mit einer Strecke von 660 km und 15.300 Höhenmetern kämpfen 800 ambitionierte Mountainbiker gemeinsam mit Radsportprofis aus aller Welt in verschiedenen Startkategorien (Einzelstarter, Gruppen, Frauen, Männer, Master und Senior Master) um die 10.000,-Euro Preisgeld. Daneben gibt es auch Mannschafts- und Sonderwertungen.

Besonders Sachsen und Thüringen können eine Vielzahl verschiedener Rad(sport)veranstaltungen anbieten. Hierbei handelt es sich zumeist um Mountainbike-Rennen. Die Tabelle im Anhang VIII.2.3 gibt einen kurzen Überblick über weitere nennenswerte regionale Radsportveranstaltungen in Deutschland.

Außer dieser Auswahl an Profi- bzw. Leistungssportveranstaltungen gibt es eine Vielzahl an Fahrradgroßveranstaltungen für jedermann, Sternfahrten, Raderlebnistage, Rundfahrten oder sonstige Hobby-Veranstaltungen zum Radfahren. Letztere werden zumeist durch örtliche Vereine oder Radiosender (z. B. BR-Radltour des Bayerischen Rundfunks), insbesondere aber auch durch die ADFC-Landesverbände organisiert und richten sich überwiegend an Ausflugsradfahrer vor Ort.

Dass Großevents eine herausragende ökonomische Bedeutung haben, steht außer Zweifel. Diese im Einzelnen hier darzustellen, übersteigt jedoch die Möglichkeiten der Grundlagenuntersuchung. Sportgroßveranstaltungen wie internationale Meisterschaften bescheren den sie ausrichtenden Regionen nicht nur ein erhebliches Medienecho, sie können auch als unmittelbare Nutzenstifter für touristische Dienstleister (Beherbergung, Gastronomie) wirksam werden. Gesamtwirtschaftliche Nutzenberechnungen, die auch Umwegrentabilitäten und Kosten der öffentlichen Hand mit einbeziehen, kommen je nach Event und Region zu höchst unterschiedlichen Gesamtergebnissen. Eine Pauschalaussage, wonach Fahrradgroßevents sich insgesamt lohnen oder nicht, lässt sich seriös nicht treffen, da die Rahmenbedingungen zu große Unterschiede aufweisen. Der Aufbau eines kontinuierlichen, national vergleichbaren Veranstaltungsmonitorings, um diese Wissenslücke zu schließen, wäre für viele potenzielle Veranstalter, aber auch für Sponsoren von höchster Relevanz; eine lohnende Aufgabe, die auf nationaler Ebene möglichst bald in Angriff genommen werden sollte.

Neben den Radsportveranstaltungen zum Zuschauen, erfreuen sich Fahrradveranstaltungen für jedermann zunehmender Beliebtheit. Hier können Organisatoren und Motive ganz unterschiedlich sein: z. B. Tourismusorganisationen, die eine Urlaubsregion autofrei erlebbar machen wollen, Umweltverbände, die zu Klimaschutzaktionen aufrufen, Kommunen, die die Fertigstellung einer Straße bürgernah präsentieren wollen etc. Solche Veranstaltungen können dem Fahrradtourismus in einer Region neue Impulse geben und Potentiale mobilisieren. Die Veranstaltung ist auf einen festen Zeitraum begrenzt, das macht die Mitarbeit überschaubar, und bietet verschiedenen Akteuren (Vereinen, Gewerbe, Politik), die in dieser Konstellation nicht unbedingt zusammenarbeiten würden, ein gemeinsames Ziel. Außerdem sind solche radtouristischen Veranstaltungen auch für andere Zielgruppen wie Skater, Handybiker etc. interessant.

Aus der Fülle der Veranstaltungen in der Bundesrepublik seien hier exemplarisch zwei vorgestellt.

Praxisbeispiel: Radtouristische Großveranstaltungen für jedermann



Autofreier Raderlebnistag an der Mosel: **„Happy Mosel“** mit „Spaß und guter Laune“

- ▶ längste Straßensperrung Europas
- ▶ jährlich am Sonntag nach Pfingsten; 2009: zum 16. Mal
- ▶ Strecke: 140 km Moselweinstraße zwischen den Moselstädten Schweich und Cochem entlang an 50 Moselorten
- ▶ Radfahrer, Inlineskater und Fußgänger
- ▶ Veranstalter: Mosellandtouristik GmbH, Kordelweg 1, 54770 Bernkastel-Kues
- ▶ Durchschnittlich rund 100.000 Besucher je Veranstaltungsjahr
- ▶ Beteiligte: heimische Sportvereine, regionale Gastronomien, Hotellerie, Wein- und Spezialitäten-Anbieter
- ▶ Helfer: Polizei, DRK, Feuerwehren

„Felgenfest“: Erlebnistag (autofreier Sonntag) für Radler und Inliner entlang der Weser: Bodenwerder – Emmerthal – Hameln – Hessisch Oldendorf – Rinteln

- ▶ 2009: 8. Felgenfest
- ▶ Strecke: 55 km entlang der Weser von Bodenwerder über Hameln bis nach Rinteln
- ▶ Radler, Inliner und Wanderer
- ▶ gemeinsame Veranstaltung der drei Weser-Landkreise Hameln-Pyrmont, Holzminden und Schaumburg
- ▶ Durchschnittlich rund 50.000 Besucher je Veranstaltungsjahr
- ▶ Werbung: über Flyer, diverse Touristikmessen
- ▶ Helfer und Beteiligte: Polizei, DRK, Feuerwehren und viele Verbände, britische Pioniere

2 Die fahrradtouristische Ausrüstung

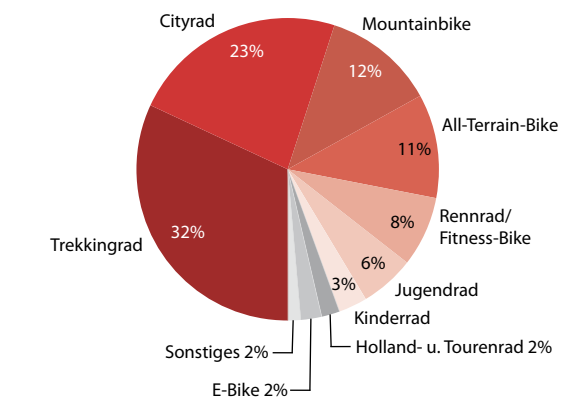
Der wichtigste Ausrüstungsgegenstand einer Radreise ist das Fahrrad selbst.

Verschiedene Quellen – z. B. Angaben des Zweirad-Industrie-Verbandes, des Statistischen Bundesamts, aus „Verkehr in Zahlen“ und der Studie „Mobilität in Deutschland“ – beziffern das Volumen des **Fahrradbestands** in Deutschland auf **zwischen 66 und 73 Mio. Fahrräder** im Jahr 2006.

- ▶ Der Bestand im Jahr 2006 lag – je nach Quelle – aus angebotsseitiger Sicht auf Basis von Produktionsziffern, Importen und Exporten zwischen 67 und 73 Mio. Fahrrädern in Deutschland (vgl. BMVBS 2007b, ZIV 2007).
- ▶ Die zuletzt 2002 durchgeführte Studie „Mobilität in Deutschland“ (vgl. DIW/infas 2004) ergibt auf Basis von Haushaltsbefragungen auf der Nachfrageseite einen Bestand von 70,1 Mio. Fahrrädern für das Jahr 2002. Unberücksichtigt sind hierbei nicht fahrtüchtige Fahrräder, Dienstfahrräder oder Fahrräder, die zum zweiten Wohnsitz gehören.
- ▶ Den ebenfalls auf Haushaltsbefragungen basierenden laufenden Wirtschaftsrechnungen (LWR) des Statistischen Bundesamts zufolge lag der Fahrradbestand in Deutschland von 2000 bis 2006 zwischen 60,8 und 66,8 Mio. Fahrrädern (vgl. Destatis 2007).
- ▶ In rund 80 % der Haushalte in Deutschland befindet sich mindestens ein fahrtüchtiges Fahrrad.
- ▶ Ergebnisse der Studie „Mobilität in Deutschland“ belegen, dass es insbesondere in Ein- und Zweipersonenhaushalten häufig mehr als nur ein Fahrrad pro Person gibt. Je nach Einsatzbereich ergibt sich ein unterschiedlicher Bedarf an Typ und Ausstattung des Rades. Gerade dieser Personenkreis scheint besonders affin für die Nutzung hochwertiger Fahrräder zu Urlaubszwecken zu sein.
- ▶ Schätzungen des Zweirad-Industrie-Verbandes e. V. (vgl. ZIV 2008) zufolge wurden 2007 in Deutschland 4,6 Millionen Fahrräder verkauft; 4 % mehr als im Fußball-WM-Jahr 2006. Der durchschnittliche Preis pro Fahrrad beläuft sich hierbei auf 368 Euro.

- ▶ Nach Einschätzung des ZIV lag der **Umsatz mit Fahrrädern** im Jahr 2006 bei rund **1,5 Mrd. Euro**, im Jahr 2005 bei rund 1,6 Mrd. Euro.
- ▶ Das Trekkingrad erfreut sich steigender Beliebtheit und war 2007, wie auch schon die Jahre zuvor, das am häufigsten in Deutschland verkaufte Fahrradmodell. Dieser Radtyp, auch Reiserad genannt, eignet sich aufgrund seiner Ausstattung und Bauart insbesondere für Radtouren oder -reisen.

Abb. 52: Fahrradmodellanteil in Deutschland 2007



Quelle: Zweirad GmbH (Hrsg.) 2008

Rundungsabweichungen möglich

Tab 20: Beschreibung der Fahrradtypen

Kinderfahrräder



- ▶ Laufradgröße 12–20 Zoll
- ▶ aufgrund fehlender Beleuchtung/Reflektoren nach StVZO nicht für Straßenverkehr zugelassen

Jugendfahrräder



- ▶ Laufradgröße 20–24 Zoll
- ▶ außer in der Größe kaum Unterschiede zu sonstigen Fahrrädern für Erwachsene

City- oder Stadträder



- ▶ Laufradgröße 26–28 Zoll
- ▶ für Nutzung in Stadt und für kleinere Ausflüge
- ▶ für Straßenverkehr zugelassen
- ▶ typisch: Nabenschaltung mit Rücktrittbremse
- ▶ ausgestattet mit vielen nützlichen Komponenten: Gepäckträger, Lichtanlage, Schutzblech; auch Nabendynamos, hydraulische Bremsen etc.

Trekkingräder



- ▶ auch „Reiserad“
- ▶ Laufradgröße 28 Zoll
- ▶ für Straßenverkehr zugelassen
- ▶ typisch: 21-, 24- oder 27-Gang-Kettenschaltung oder 14-Gang-Nabenschaltung; Vorder- und Hinterrad-Felgenbremse
- ▶ Ausstattung für Nutzung auf öffentlicher Straße und zum Transport von Gepäck

Mountainbikes (MTB)



- ▶ Laufradgröße 26 Zoll
- ▶ für Einsatz im Gelände
- ▶ nicht für Straßenverkehr zugelassen; keine Ausstattung nach StVZO
- ▶ grobstollige Bereifung
- ▶ sowohl ungefederte (hard-tail) als auch vollgefederte (full suspension) MTBs
- ▶ sportliche Sitzposition

All-Terrain-Bike (ATB)



- ▶ entspricht MTB mit zusätzlicher, serienmäßiger Ausstattung nach StVZO
- ▶ sportliche Nutzung eher im Hintergrund
- ▶ Vorteile des MTB für Nutzung auf der Straße

Trekking-Cross-Fahrräder



- ▶ Laufradgröße 28 Zoll
- ▶ sportliche Rahmen des MTBs
- ▶ Zum Einsatz auf Straße und in leichtem Gelände
- ▶ Teils mit, teils ohne Ausstattung nach StVZO

Fitness-Bikes



- ▶ Sitz- und Fahrkomfort des MTBs, verbunden mit dynamisch sportlichem Fahren eines Rennrads
- ▶ Ketten- oder Nabenschaltung
- ▶ dünnere Reifen (28 mm bis 37 mm) für geringeren Rollwiderstand als beim Mountainbike

Rennräder



- ▶ Laufradgröße 28 Zoll
- ▶ zum Erreichen hoher Geschwindigkeiten auf der Straße
- ▶ schmale, fast profillose, rollwiderstandsoptimierte Reifen
- ▶ Rennlenker
- ▶ geringes Gesamtgewicht (meist unter 10 kg)
- ▶ stark gebeugte Sitzposition
- ▶ bis zu 30 Gänge
- ▶ keine Beleuchtung
- ▶ für Nutzung im Straßenverkehr gilt bei Beleuchtung nach StVZO Ausnahmeregelung (Batteriebeleuchtung)

Pedelecs, E-Bikes



- ▶ Räder mit unterstützendem Elektroantrieb

Spezielle Fahrräder



- ▶ z. B. Tandem, Liege-/Sesselräder, Lastenräder etc.

Quelle: Inhalt und Bilder ZIV 2008, www.ziv-zweirad.de

Neben dem den Ansprüchen der Radreise genügenden Fahrrad sind für eine gelungene Radreise weitere Ausrüstungsgegenstände unbedingt nötig.

Besonders der Transport von Gepäck gestaltet sich oftmals nicht einfach, da es in den meisten Fällen vom Radurlauber selbst getragen bzw. gefahren werden muss. Je nach Dauer und Bedingungen der Radreise stehen den Radurlaubern unterschiedliche Radtaschen zur Verfügung: Gepäckträger-, Hinterrad- und Vorderradtasche eignen sich für sämtliche Utensilien, die man meistens erst bei der Ankunft am Zielort benötigt. Lenker- und Satteltaschen eignen sich für Gegenstände, auf die man während der Fahrt nicht verzichten kann: Karten, Getränke, GPS und auch das Notfallwerkzeug etc. Die Radtaschen gibt es in unterschiedlichen Farben, Stoffen und Größen, jedoch sind neben dem Preis meistens zwei Eigenschaften ausschlaggebend bei der Kaufentscheidung: geringes Gewicht und Wasserfestigkeit.

3 Sonstige fahrradtouristische Angebote/Dienstleistungen

3.1 Kartenmaterial

Printprodukte wie Karten und Führer sind auch im Zeitalter des Internets noch immer wichtige Informationsmedien für Radtouristen. Insbesondere vor Ort und während der Fahrt sind Karten unverzichtbar. Digitale Angebote und Dienste für Radtouristen, wie z. B. GPS oder Online-Routenplaner, sind jedoch klar auf dem Vormarsch (siehe auch Kapitel V.3.4). Da jedoch auch während einer Tour die gedruckte Karte ein wichtiges Informationsmedium ist und auch Ausdrucke aus dem Internet genutzt werden, sollte bei dem digitalen GPS-Radtouren-Angebot stets eine druckbare Version der Tourenbeschreibung mit Karte angeboten werden.

Anhand einer Online-Recherche konnten insgesamt 18 nennenswerte Verlage auf dem deutschen Markt für (Print-) Fahrradkarten und/oder -Führer ausgemacht werden. Darüber hinaus konnte ein kommerzieller Anbieter gefunden werden, der sich ausschließlich auf digitale Karten spezialisiert hat.

Insgesamt konnte bei diesen Verlagen ein Angebot von rund 600 Karten und Führern zu in Deutschland verlaufenden Radrouten und -wegen ermittelt werden. Übersichtskarten, Radtourenkarten und Radfernwegekarten werden zumeist im kleineren Maßstab erstellt (1 : 150.000 und kleiner), während für Regionalkarten und Radwanderkarten – die den größeren Anteil darstellen – der größere Maßstab zwischen 1 : 50.000 und 1 : 75.000 verwendet wird. Mountainbike-Karten sind meistens im Maßstab 1 : 50.000 und größer. Unter dem angebotenen radtouristischen Material finden sich auch sogenannte „Spiralos“: eine spiralgebundene Kombination aus Karten und Radwanderführern.

Die größten Verlage für radtouristische Produkte sind der Bielefelder Verlag und der Verlag Esterbauer

mit jeweils über 100 verschiedenen Produkten, gefolgt von den Verlagen Galli und Bruckmann. Der Bielefelder Verlag hat sich mehr auf Karten, der Verlag Esterbauer mehr auf Führer spezialisiert. Unter den großen Verlagen ist das Segment Mountainbike gegenüber dem Genussradeln bzw. Radwandern klar in der Unterzahl, denn nur 25 von insgesamt 227 Karten sind für das Mountainbiking konzipiert, was 11 % der Gesamtanzahl an Karten für Deutschland ausmacht. Dieser geringe Prozentanteil wird bei Führern sogar noch unterschritten (2,3 %). Es sind eher die kleineren Verlage, die sich im Bereich Mountainbiking und Rennradfahren auf bestimmte Regionen spezialisieren.

Eine Übersicht des Karten- und Führermaterials der wichtigsten Verlage gibt folgende Tabelle:

Tab. 21: Übersicht über (Radwander-)Karten der wichtigsten Verlage

	BVA	Esterbauer	Galli	Bruckmann	Pietruska	Kompass
Karten	123	49	38	-	25	37
davon in Deutschland	123	25	36	-	25	18
davon MTB	3	5	4	-	-	13
davon Fahrrad-Stadtpläne	-	1	6	-	2	-
Maßstab (überwiegend)	1:75.000 1:50.000	1:75.000 1:35.000	1:75.000 1:50.000	-	1:75.000 1:50.000	k. A.
Führer	27	178	49	42	-	-
davon in Deutschland	27	104	46	39	-	-
davon MTB		-	1	4	-	-
Spiralos	50	-	-	-	-	-
Besonderheiten	Erstellt für den ADFC Radtourenkarten Zugang zu interaktiven Online-Karten über GPS-Freizeit-routing	Erfolgreichster ausländischer Verlag in Deutschland	Spezialist in Bayern und dem Bayerischen Wald Zusätzlich 12 Eurovelo-Karten (Radfern-routen)	19 Führer für Bayern MTB Führer ausschließlich in den Alpen	Fertigt ebenso Radkarten für ADFC Die Karten konzentrieren sich auf: Pfalz Berlin Brandenburg	Österreichischer Verlag
Gesamtmaterial in Deutschland	200	129	82	39	25	18

Obwohl Esterbauer und Kompass österreichische Verlage sind, sind sie für den deutschen Markt sehr bedeutend. Während Esterbauer 49 Karten und 178 Führer bereithält und somit der zweitgrößte Anbieter in Deutschland ist, bietet Kompass ausschließlich Karten und auch nur in weit geringerer Auswahl (37 Stück) an. Ein weiterer Unterschied ist, dass sich beim Verlag Esterbauer trotz des Wiener Ursprungs über 50 % der Produkte auf deutsche Strecken beziehen. Bei Kompass hingegen liegt dieser Anteil unter 50 %. Immerhin deckt Kompass mit seinen Mountainbike-Karten ein wichtiges, von den größeren Verlagen weitgehend vernachlässigtes Segment in Deutschland ab.

Eine Vielzahl kleinerer Verlage bietet im begrenzten Umfang weitere Karten und Führer zum Radfahren in Deutschland an, so z. B. Walder Verlag, Verlag Projekt Nord Mollenhauer & Treichel GbR, Bergverlag Rother, Dr. Barthel Verlag, Brütt Verlag, Stöppel Verlag, Bachem Verlag, Kiper Verlag, Fritsch Landkartenverlag, VudMedien oder Mapsolutions. Der Delius Klasing Verlag ist mit 14 Führern (jeweils sieben für jedes Segment) unter den kleinen Verlagen der größte Spezialist für Rennrad und Mountainbike.

Obwohl das traditionelle Kartenmaterial in seiner Bedeutung immer noch dominiert, werden den Radurlaubern von einigen Verlagen wie dem Bielefelder Verlag oder Kompass zusätzlich digitale Radkarten angeboten.

Immer häufiger ergibt sich dadurch die Möglichkeit, maßgeschneiderte Karten zu bestellen. Dabei kann auch auf spezielle Anforderungen eingegangen werden, wie z. B. auf die entlang der gewünschten Route gelegenen Burgen, Schlösser, Museen oder radfreundliche Unterkünfte. Dieser Service wird insbesondere vom ADFC auf dem Internetportal www.adfc-tourenportal.de angeboten (vgl. Kapitel V 3.3). Auch der Verlag Projekt Nord Mollenhauer & Treichel GbR bietet diesen Service auf seiner Internetseite an. Solche Angebote sind optimal für die Radurlauber, die ihre Reise individuell und abseits von den am häufigsten befahrenen Routen planen möchten. Dieser internetbasierte Service kann insbesondere auch in Touristinformationen vor Ort direkt zum Einsatz kommen, um auf die individuellen Wünsche der Radtouristen einzugehen.

Der Anbieter MagicMaps gibt keine Papierkarten oder -Führer heraus, sondern hat sich auf interaktive Software und Dienstleistungen digitaler Geodaten spezialisiert und erstellt aus Karten, Satelliten- und Luftbildern fotorealistische 3D-Landschaften. GPS-gesteuerte Rad- und Mountainbiketouren nehmen ebenfalls zu und entsprechend werden immer mehr Radfahrer mit GPS-Daten angeboten.

Digitale Karten können in Rasterkarten und Vektorkarten unterschieden werden. **Rasterkarten** sind im Grunde elektronische Bilder der Papierkarten und nicht routingfähig. Die Top-50-Serien der Landesvermessungsämter, elektronische Karten aus dem Kompass-Verlag, vom ADFC und von MagicMaps sind Rasterkarten. **Vektorkarten** bestehen aus mathematisch berechneten Linien, Punkten und Flächen. Sie sind verlustfrei skalierbar (zoombar) und routingfähig. Die Karten in den Navigationsgeräten sind Vektorkarten und für Deutschland gibt es zur Zeit zwei kommerzielle Anbieter: Navteq und TeleAtlas sowie die nicht kommerzielle digitale Karte des Open-Source-Projektes „Open Street Map“. Da die Arbeit an dem Projekt freiwillig erfolgt, ist die Karte in ihrer Genauigkeit noch nicht überall gleich detailliert. Um die Vorteile beider Kartentypen zu nutzen, können sie auch kombiniert werden, indem Informationen (z. B. Wegenetz) vektorisiert über die Rasterkarten gelegt werden. Dieses ist z. B. der Fall bei den Karten Deutschland digital (Garmin), Tour Explorer (MagicMaps), Top25 Deutschland (TouratechQV).

Praxisbeispiel: Radrouten als Printmedium für die Lenkertasche



Die Tourismus Zentrale Saarland gibt den „Saarland-Radroutenplaner“ als ansprechend aufgemachten Schutzkarton mit zwölf ausgeschilderten Radtouren durch das Saarland heraus. Der interessierte Gast erhält eine Auswahl der schönsten Radtouren auf Bundeslandebene mit allen wichtigen Angaben auf einen Blick: ideal für die schnelle Information und angenehm in der Überfülle an Radtoureninformationen.

- Der Planer erscheint im Format DIN A5 (praktisch für die Lenkertasche). Die einzelnen Tourenbeschreibungen sind auf wischfestem, verstärktem Papier gedruckt (DIN A4, einmal gefaltet).

- ▶ Zu den Touren gibt es neben ansprechenden Fotos Maßstabkarten und detaillierte Routenbeschreibungen plus weitere umfassende Informationen (Beschilderung, Schwierigkeitsgrad, Länge, Sehenswürdigkeiten, Übernachtungsmöglichkeiten etc.).
- ▶ Die Tourlängen reichen von 25 km bis 75 km und für jeden Schwierigkeitsgrad ist etwas dabei.



Praxisbeispiel: Fahrradkarten

Flächendeckend für ganz Deutschland werden auf den ADFC-Radtourenkarten Fahrradrouten und Radfernwege dargestellt (27 Kartenblätter für Deutschland und angrenzende Gebiete, Herausgeber Bielefelder Verlag).

In der Datenbank für diese Karten sind insgesamt 450 Routen, sowohl Radfernwege als auch regionale Routen hinterlegt. Die Daten werden hauptsächlich vom ADFC zugeliefert. Deutschlandweit werden sog. Scouts eingesetzt, die die Wege abfahren und nach den ADFC-Kriterien der Radfernwege-zertifizierung auf ihre Qualität prüfen. Es werden ausschließlich komplett ausgeschilderte Routen aufgenommen. Dabei wird keine Unterscheidung zwischen der Art der Beschilderungen gemacht. Sowohl beschilderte Wege nach FGSV-Standard als auch Wege mit eigenen regionaltypischen Beschilderungen werden aufgenommen. Die 450 Routen entsprechen insgesamt (überschneidungsfrei) einer Länge von 200.000 km, wovon ca. 50.000 km auf reine Radfernwege in Deutschland (nach ADFC-Kriterien) und 150.000 km auf das übrige regionale Routennetz entfallen. Letzteres kann zwar teilweise ebenfalls aus Radfernwegen bestehen, welche aber, auch aufgrund unklarer oder uneinheitlicher Begriffsbestimmungen, vom übrigen Routennetz nicht eindeutig unterschieden werden können. Die Zahlen werden in den kommenden Jahren noch steigen, da die Karten gerade aktualisiert werden.

3.2 Fahrradmagazine und -zeitschriften

Neben Karten und speziellen Radreiseführern sind das Internet, Broschüren und Fahrradzeitschriften die am häufigsten genutzten Informationsmedien für Radreisende (vgl. Trendscape 2008).

Zusätzlich zu den verschiedenen Printprodukten der Tourismusmarketingorganisationen auf Bundesländer- und Regionenebene (siehe Kapitel VI.2) lädt die DZT mit der Broschüre **„Deutschland per Rad entdecken“** dazu ein, auf 150 Radfernwegen mit rund 50.000 Kilometern Deutschlands schönste Ecken auf umweltfreundliche Art kennen zu lernen. Das Magazin wird von der DZT und dem ADFC gemeinsam herausgegeben und kann in Deutschland beim ADFC gegen eine Gebühr von 5,00 Euro bestellt werden oder auf der Internetseite www.deutschland-tourismus.de kostenfrei als PDF-Datei heruntergeladen werden. Im Ausland ist das Magazin über die zuständige Auslandsvertretung der Deutschen Zentrale für Tourismus bestellbar. Das Magazin erscheint alle zwei Jahre. Die letzte Ausgabe erfolgte im Jahr 2009.

Tabelle 22 gibt einen Überblick über bundesweite Magazine in Deutschland mit radtouristischen Inhalten. Zu den radtouristischen Magazinen im engeren Sinne können die Zeitschriften „aktiv Radfahren“, „RADtouren“, „Trekkingbike“ und das ADFC-Mitgliedermagazin „RadWelt“ gezählt werden. Tipps zu Ausflügen und Reisen stehen hier im Mittelpunkt. Die sonstigen Magazine richten sich gezielt an sportliche Rennrad- oder Mountainbikefahrer mit der Fokussierung auf technische Aspekte oder Trainingstipps (radtouristische Magazine im weiteren Sinn). Das Themenfeld „Reise“ mit Tourentipps, Erfahrungsberichten etc. steht hier zwar nicht im Mittelpunkt, jedoch wird es in keiner dieser Zeitschriften ausgelassen.

Tab. 22: Fahrradmagazine

	Name des Magazins	Herausgeber	Ausgaben	Information
Radtouristische Magazine im engeren Sinn	aktiv Radfahren	Bielefelder Verlagsanstalt GmbH & Co. KG	alle 1 bis 2 Monate	Genuss-/Radfahrer und Radreise Freunde News; Leserforum; Test und Technik; Service und Kaufberatung; Reportage; Reise und Touristik
	Trekkingbike	Delius Klasing Verlag GmbH	6 Ausgaben/Jahr	das moderne Fahrradmagazin; Reise; Test; Kaufberatung; Themen: Bücher, Fitness, Magazin, Produkte, Reportage, Technik, Test
	RADtouren	RADtouren Verlag	halbjährlich	Wissenswertes rund ums Fahrradfahren und den Urlaub mit praktischen Hinweisen und Reisetipps; Ziele weltweit; Produkttest, Technikinformationen
	RadWelt	ADFC	6 Ausgaben/Jahr	Mitgliedermagazin 3 aktuelle Themen 3 Kategorien (Bewegen, Technik, Reisen)
Radtouristische Magazine im weiteren Sinn	bike	Delius Klasing Verlag GmbH	monatlich	Events, Fahrtechnik; Ernährung; Medizin; Training; Fotostory; News; Preisausschreiben und Leserumfrage, Produkte; Rennbericht; Reise; Reportage; Technik; Beratung
	bike sport news	Bielefelder Verlagsanstalt GmbH & Co. KG	10 Ausgaben/Jahr plus eine Sonderausgabe	Fokus liegt auf mehr sportlichen Aspekten; Szene; Fotoreport-Saisonrückblick; Lesertraumbike; Biketests; Ladypages; Service; Interviews; Race; Touren
	MountainBIKE	Motor Presse Stuttgart GmbH & Co.	monatlich	News; Reise; Test und Technik; Highlights; Know-how
	Mountainbike Rider	VVA Kommunikation GmbH	10 Ausgaben/Jahr plus 1 Special	Test und Technik; Story; Portrait; special Products; Soft Goods; Interviews; Workshops
	Proccycling	Bruckmann Verlag	monatlich	Aktuelles (News, TV- und Filmtipps, Alpenwetter); Radsport-Praxis; Hintergrund; Service
	tour	Delius Klasing Verlag GmbH	monatlich	Europa größtes Rennradmagazin; Training; Fitness, Technik, Tests, Reise und Tourentipps, Hobby und Profirennen, Interviews; Hintergrundinformationen der Radszene
	Radsport RennRad	BVA Bielefelder Verlag	8 Ausgaben/Jahr	Szene; Reisenews; Radclub; Kleinanzeigen; Termine; Radprodukte; Test; News; Rückblicke

Quelle: dwif 2008, eigene Darstellung

3.3 Internetplattformen

Das Internet ist das wichtigste und am häufigsten genutzte Informationsmedium der Radurlauber. Abgesehen von den Internetauftritten der einzelnen Tourismusmarketingorganisationen auf Bundesländer- und Regionsebene, die gezielt das dortige Radangebot bewerben, kann man sich auf Portalen der DZT, des ADFC und auf einer Vielzahl unabhängiger Websites weitere praktische Informationen zum Radurlaub sowie Tipps und Empfehlungen zu Touren in Deutschland einholen.

Mit dem Slogan „Deutschland per Rad entdecken“ präsentiert die DZT eine Auswahl attraktiver Radfernwege in Deutschland. Außer über das gleichnamige Printprodukt kann man sich auch über eine interaktive Deutschlandkarte im Internet unter www.deutschland-tourismus.de je nach Anspruch aus dieser Auswahl eine geeignete Route empfehlen lassen. Die Routensuchfunktion umfasst verschiedene Kriterien, z. B. zum Routentyp (Flussroute, Mountainbikroute etc.) oder zu Routeneigenschaften (steil, flach, mit Kindern befahrbar etc.). Darüber hinaus werden Tipps zum Radurlaub in Deutschland gegeben. Die hierzu gelieferten Informationen dienen jedoch nur einer groben Orientierung und ersetzen keinesfalls den Blick in eine detaillierte Karte oder in ein Gastgeberverzeichnis.

Der ADFC bietet auf seiner Internetseite zum „ADFC-Tourenportal“ (www.adfc-tourenportal.de) verschiedene Tourenvorschläge an, die nach Registrierung gegen eine geringe Gebühr (0,02 Euro) ausgedruckt bzw. als GPS-Dateien heruntergeladen werden können. Über eine Auswahlmaske können die Routen nach verschiedenen Kriterien wie Schwierigkeit, Streckenbeschaffenheit, Streckenlänge, Verkehrsbelastung, sonstige Merkmale etc. gefiltert werden. Die dahinterliegende Datenbank beinhaltet aktuell ein Streckennetz von etwa 115.000 km Länge in Deutschland und Österreich. Die Datenbank ist dynamisch, d. h., es können von Mitgliedern auch neue Routen- und Tourenvorschläge gemacht werden, wodurch das Streckennetz stets anwächst.

Über fahrradfreundliche Betriebe in Deutschland informiert www.bettundbike.de. Das stets tagesaktuelle Online-Übernachtungsverzeichnis des ADFCs beinhaltet aktuell mehr als 4.800 Einträge zu fahrrad-

freundlichen Gastbetrieben. Über eine Suchfunktion kann der Radurlauber hier eine geeignete Unterkunft entlang seiner geplanten Route finden. Leider ist jedoch eine getrennte Suche nach Gaststätten und Beherbergungsbetrieben nicht möglich. Auch interessierte Gastbetriebe können sich hier über die Aufnahmekriterien informieren.

Eine Vielzahl privater Websites, Foren und Portale befasst sich ebenfalls mit dem Thema Radreisen und gibt dem Radurlauber insbesondere hilfreiche praktische Tipps zu den Vorbereitungen im Vorfeld einer Radreise: zur geeigneten Ausrüstung, zum Fahrradkauf, Fitnessstipps, weiterführende Literatur etc. Auch Reise- und Toureninfos sowie Erfahrungsberichte stehen dort bereit. Hier zu nennen wäre beispielsweise „Das Informationsportal rund ums Rad“ (www.rad-reise-service.de) oder „Das Fahrradportal“ (www.moobix.de).

Darüber hinaus verfügen auch sämtliche Fahrradmagazine (vgl. Kapitel V.3.2) über eigene Internetauftritte.

Nicht an den Radurlauber selbst, sondern an die Verantwortlichen für die Radverkehrsinfrastruktur bzw. die Initiatoren von Radrouten richtet sich das Fahrradportal der Bundesregierung (www.nationaler-radverkehrsplan.de). Die Seite liefert Informationen über Fördermöglichkeiten bei Ausbau und Erhalt der Radinfrastruktur, über aktuelle Entwicklungen, Wettbewerbe, weiterführende Literatur und Konferenzen zum Thema Radverkehr (vgl. Kapitel II.2).

Trotz der Vielfalt verschiedener Internetangebote und der hohen Internetaffinität der Fahrradtouristen stellt jedoch das Fehlen von fahrradtauglichen Angaben in den gängigen, von Autofahrern benutzten Routenplanern (viaMichelin, Maps24 usw.) oder bei google-maps ein erhebliches Manko dar. Die Erstellung von individuellen Fahrradrouten mit der Möglichkeit, Kriterien wie Wegebeschaffenheit, minimale Höhendifferenzen, Familieneignung oder anderes vorzugeben, erscheint überfällig, zumal dieser Service sogar für Fußgänger bereits seit Langem zur Verfügung steht. Nur in wenigen Bundesländern werden spezielle Fahrradroutenplaner angeboten.

Die Inhalte und die Benutzungsoberflächen variieren jedoch stark, sodass es auch kaum möglich ist, eine grenzüberschreitende Suche vorzunehmen (siehe Kapitel VII.3.5).

3.4 GPS und mobile Dienste im Fahrradtourismus

Ein GPS (Global Positioning System: globales Positionsbestimmungssystem) dient, mittels Ortung mehrerer Satelliten, weltweit der genauen Standortbestimmung. Positionssysteme wurden zunächst zur militärischen Nutzung entwickelt. Das weltweit wichtigste ist das NAVSTAR-GPS des US-Verteidigungsministeriums und im Allgemeinen mit GPS gemeint. Ab Mai 2000 wurde die bis dato künstliche Signalverzerrung abgeschaltet. Damit ist eine Positionsbestimmung mit einer Genauigkeit von 10–15 Metern möglich und GPS auch für zivile Nutzungen interessant. Neben der bekannten Pkw-Navigation reicht die Genauigkeit aus, um auch Radfahrer und Wanderer zu leiten. Reine GPS-Daten einer Fahrradtour sind nichts anderes als eine Aneinanderreihung von Koordinaten (Zahlentabelle). Erst durch eine Aufbereitung mit Zusatzinformationen und eine gute Präsentation (Verortung in einer Karte) werden sie zu einem Produkt für Fahrradreisende. In diesem Kapitel werden dazu Grundlageninformationen und in Kapitel VII.3.5 Handlungsempfehlungen gegeben.

Nutzen von GPS für Radfahrer und Fahrradtourismus

Der Fachausschuss Fahrradtourismus des ADFC nimmt auf seiner Homepage zur GPS-Nutzung Stellung. Vor- und Nachteile werden dargestellt. Zu den Vorteilen zählt der Ausschuss:

- ▶ Es macht Spaß, zu Hause eigene Touren mit Hilfe von digitalen Karten am Computer zu planen.
- ▶ Eine fremde Gegend kann mit Hilfe von GPS und Touren, die aus dem Internet heruntergeladen werden, schneller erkundet werden.
- ▶ Eine neu entdeckte Tour kann jederzeit nachgefahren und als Track anderen zur Verfügung gestellt werden.
- ▶ Radsportler können Leistung und Strecke einfach miteinander verbinden. Sportliche Leistungen lassen sich leicht dokumentieren und vergleichen.

- ▶ Auch in unbeschildertem Gelände weist man immer genau, wo man ist.
- ▶ Ein GPS-Gerät liefert alle Daten eines Fahrradcomputers und weitere Informationen.

Ein GPS-Gerät erspart dem Radfahrer das zum Kartestudium erforderliche Anhalten bei unklarem Routenverlauf und durchweichte Karten bei Regenwetter. Insbesondere bei längeren Touren müssen keine schweren Kartensätze transportiert werden, wenn das umfangreiche Datenmaterial per GPS-Gerät von einer Speicherkarte gelesen wird.

Nachteilig beim Einsatz von GPS-Geräten ist für den ADFC die Möglichkeit des Technikausfalls und eine daraus erwachsende Hilflosigkeit bezüglich Standort und zu fahrendem Weg, ggf. Empfangsprobleme (dichter Wald, Schluchten etc.), die Anschaffungskosten sowie die je nach verwendetem Gerätetyp kurze Akkulaufzeit.

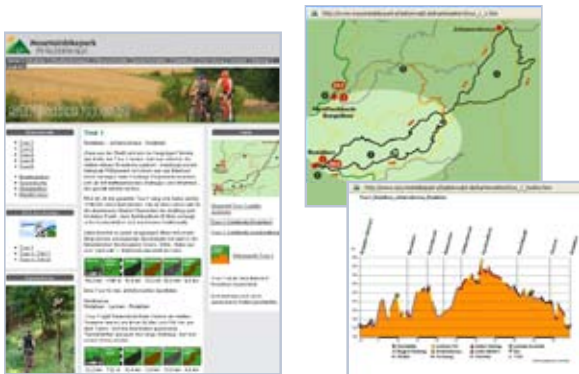
Schnittstelle zwischen Destination bzw. touristischem Anbieter und dem die GPS-Technik nutzenden Radfahrer ist die digitale Fahrradtour, die als Datei zum Download im Internet angeboten wird. Der Radfahrer informiert sich über die im Internet bereitgestellten Daten, wählt seine Route(n) und lädt die Routen-Daten aus dem Internet auf sein GPS-Gerät. Existiert für eine Region bereits ein internetbasierter digitaler Radroutenplaner, kann der Radfahrer sich die Tour auch selbst zusammenstellen.

Radroutenplaner werden in Kapitel VI.3 beschrieben. Wichtiges Merkmal der GPS-Angebote ist die Möglichkeit, den Gast direkt anzusprechen und über die Internetseite auf aktuelle Angebote aufmerksam zu machen. Routendaten können in einem Dialogsystem genutzt werden: Das System fragt die Präferenzen des Gastes ab (z. B. zu Routenlänge, Anstrengung, Start- bzw. Zielpunkt, Attraktionen am Wegesrand), das System schlägt Routen vor, der Gast trifft eine Auswahl und lädt ggf. die Routendaten herunter.

Die GPS-Daten selbst sind dabei eine unspektakuläre Aneinanderreihung von Koordinaten einzelner Punkte einer Fahrradtour, die als Datei in verschiedenen Formaten als Download zur Verfügung gestellt wird. Daher kommt der Präsentation der Daten eine besondere Bedeutung zu. Die Tour sollte einen Na-

men haben und die Tourlänge muss sofort erkennbar sein. Fotos von Natur, Landschaft und Sehenswürdigkeiten entlang der Tour, eine Übersichtskarte zur Orientierung, ein Höhenprofil, eine Kurzbeschreibung und allgemeine Hinweise (Gastronomie, Öffnungszeiten, Parkplätze, ÖV etc.) runden das Informationsangebot ab.

Abb. 53: Tourendarstellung mit Fotos und Höhenprofil Praxisbeispiel Mountainbikepark Pfälzerwald



Quelle: www.mountainbikepark-pfaelzerwald.de

Wenn hier von GPS-Datei gesprochen wird, so ist damit eine Datei gemeint, die auf ein Navigationsgerät übertragen werden und von diesem gelesen werden kann. Den verschiedenen Anwendungen und Geräten entsprechend, kann ein und dieselbe Fahrradrouten in verschiedenen Dateiformaten vorliegen: für GPS-Geräte beispielsweise im gpx- oder pcx5-Format (differenziert nach Wegpunkten, Routen, Tracks), für Karten-CD-ROMs im ovl-Format (Overlay) und zur Ansicht in Google-Maps oder -Earth¹¹ im kml-Format.

Tab. 23: Übersicht von GPS-Fachbegriffen (Auswahl)

Waypoint	Wegpunkt = Koordinaten eines Punktes auf einer Route; wird durch eine Nummer oder einen Namen gekennzeichnet.
Route	Zusammenfassung einzelner Wegpunkte zu einer Tour. Die Verbindung zwischen den einzelnen Punkten ist eine Gerade. Im Unterschied zum Track ist bei einer Route der genaue Wegeverlauf (inkl. Kurven) nicht ablesbar.

¹¹ Werden Fahrradrouten auf die Google-Server übertragen, räumt sich der Konzern sehr weit gehende Rechte zur Verwendung dieser Daten ein. Die Übertragung der Dateien ist gleichzeitig die Einverständniserklärung des Nutzers dazu.

Track	Vom GPS-Gerät aufgezeichnete Strecke, die aus der Aneinanderreihung der Koordinaten vieler einzelner Punkte besteht und den genauen Wegeverlauf (inkl. Kurven) abbildet. Der Abstand, in dem die Punkte aufgezeichnet werden, kann eingestellt werden. Je dichter die Punkte, desto genauer der Track und desto mehr Speicher ist erforderlich.
POI	point of interest = Koordinaten eines Punktes, der im Zusammenhang mit den Interessen des Reisenden steht, z. B. Sehenswürdigkeit, Hotel, Tankstelle, Reparaturwerkstatt etc.
Routing	Berechnung einer Reiseroute von einem Ort A zu einem Ort B durch ein Navigationsgerät.
Karten datum	Das Kartendatum legt fest, welches Koordinatensystem für die GPS-Daten benutzt wird. Stimmt das Kartendatum von GPS-Gerät und GPS-Files nicht überein, werden falsche Koordinaten angezeigt. In Deutschland ist bei GPS-Geräten WSG 84 (World Geodetic System 1984) üblich.

Quelle: BTE 2008, eigene Darstellung

Praxisbeispiel: Schneller Weg zum Download von GPS-Daten



Wie vorstehend erläutert, sollten GPS-Dateien für den mit der GPS-Technik wenig vertrauten Radfahrer mit weiteren Informationen verbunden werden (Fotos, Infotext etc.). Die Thüringer Tourismus GmbH geht auf ihrer Internetseite www.thueringen-tourismus.de einen anderen Weg und spricht damit insbesondere die GPS-versierten Radfahrer an. Ohne lange Suche kommt der interessierte Nutzer auf der Internetseite des Landestourismus mit zwei Klicks zum Tourendownload. Dort findet er alphabetisch sortiert und in Fernradwege und Verbindungswege differenziert eine Vielzahl an Radrouten. Die einzelnen Routen liegen in drei verschiedenen GPS-Dateiformaten (.gdb, .gpx, .kml) zum Download bereit. Dies ist für den GPS-versierten Radfahrer völlig ausreichend. Schneller kann man keinen Überblick darüber bekommen, ob GPS-Daten zu einem (landesweit bedeutsamen) Radweg vorliegen.

Fahrradnavigation – nicht vergleichbar mit PKW-Navigation

Pkw-Navigation und ihre Anwendung sind allgemein bekannt. Allerdings bestehen gravierende Unterschiede zwischen Fahrrad- und Pkw-Navigation. Pkw-Navigationsgeräte sind i. d. R. nicht zur Fahrradnavigation geeignet.

Wichtigstes Merkmal eines Pkw-Navigationsgerätes ist die schnelle Routenfindung (Routing) und das sichere Führen entlang der Route. Die Route ist definiert als die schnellste (oder kürzeste) Verbindung zwischen Start und Ziel. Dafür wurden (und werden) alle Straßen aufwendig digital erfasst und attribuiert (einspurig, zweispurig, Einbahnstraße, Hausnummern etc.). Diese Daten liegen für öffentliche Straßen flächendeckend vor, nicht jedoch für Rad- und Wanderwege. Einige Bundesländer sind mit der Entwicklung eines speziellen Radroutenplaners schon ziemlich weit, meist sind aber nicht alle tatsächlich möglichen Radwege erfasst, sondern nur die wichtigsten Strecken (Beispiele: Radroutenplaner NRW, vgl. Kapitel VI.3).

Nutzt ein Fahrradfahrer ein PKW-Navigationsgerät zur Wegfindung, muss er die Strecke wie mit dem Auto fahren. Manche Geräte bieten zwar einen Fahrrad- und Fußgängermodus an, dieser ist in der Praxis aber nur zweckmäßig, wenn eine Adresse innerorts gesucht wird. Außerorts ist er zwecklos.

Zweckfahrten mit dem Fahrrad führen i. d. R. über bekannte Strecken (Weg zur Arbeit etc.). Ein Navigationsgerät ist dafür nicht erforderlich. Nützlich wird es jedoch bei Genussfahrten in nur wenig oder unbekanntem Gelände, wie beispielsweise dem Sonntagsausflug in Wohnortnähe oder den Fahrradtouren am Urlaubsort. Um den Fahrradfahrer hier im gewünschten Umfang zu unterstützen, muss ein Fahrrad-Navigationsgerät - anders als ein PKW-Navigationsgerät - nicht die Route von A nach B kennen, sondern attraktive Fahrradtouren durch schöne Landschaft mit Sehenswürdigkeiten und Einkehrmöglichkeiten führen können, sowohl als Rundtour als auch als Streckentour (z. B. bei Mehrtagestouren).

Für Freizeit-Radfahren sind noch unterschiedliche Präferenzen zu berücksichtigen (Thementour, Sportlich oder Flachland etc.). Für ein entsprechendes

Angebot ist es erforderlich, geeignete Routen (auf schönen Radwegen) zu definieren und diese als GPS-Dateien zum Download auf der Internetseite anzubieten. In Abfragedialogen trifft der Kunde eine Auswahl, lädt sich die entsprechenden Daten auf sein GPS-Gerät (oder nutzt ein Leihgerät) und fährt die Tour.

3.5 Radreisen

Unter den Radreisenden dominiert zwar eindeutig die individuelle Reiseart, dennoch kommt Radreiseveranstaltern bei der Planung der Radreise eine zunehmende Bedeutung zu. Neben auf Radreisen spezialisierten Reiseveranstaltern nehmen zunehmend auch bislang fahrradfremde Veranstalter Radreisen in ihr Programm mit auf.

Im Rahmen eines Angebotschecks wurde das Radreiseangebot in Katalogen bzw. auf Internetauftritten von insgesamt 71 deutschen Reiseveranstaltern ausgewertet, die mindestens eine Radreise mit Reiseziel in Deutschland anbieten. Nicht berücksichtigt wurden hierbei Tourismusorganisationen, die eigene Reisen anbieten und somit theoretisch auch als Reiseveranstalter auftreten. Auf die Vermarktung und das Angebot von Radpauschalen von Tourismusorganisationen wird in Kapitel VI.2.3.2 genauer eingegangen.

Elf weitere Reiseveranstalter wurden analysiert, die ihren Sitz im Ausland (7x Österreich, 2x Schweiz, 1x Italien, 1x Niederlande) haben, aber auf dem deutschsprachigen Markt werben und Radreisen in Deutschland anbieten. Darüber hinaus konnten bei der Recherche weitere 22 deutsche Radreiseveranstalter ausfindig gemacht werden, die ausschließlich ausländische Destinationen im Angebot haben, allerdings nicht in diese Analyse mit aufgenommen wurden.

Unter Radreisen fallen hierbei neben den dominierenden Touren- bzw. Trekkingrad-Reisen auch Mountainbike- und Rennrad-Reisen.

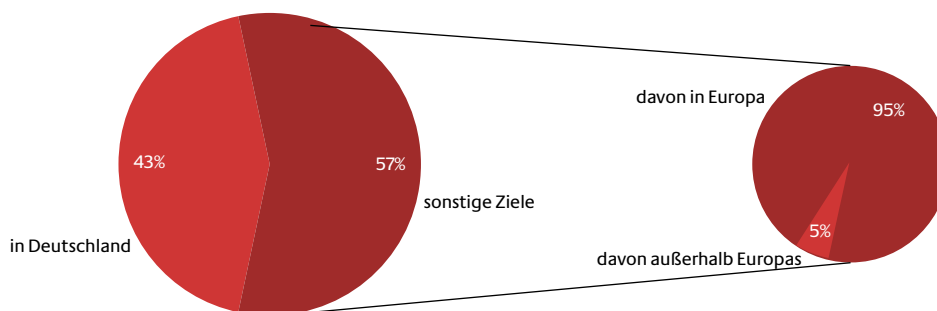
3.5.1 Destinationen der Radreisen

Insgesamt konnten bei den 71 analysierten Reiseveranstaltern 812 Radreisen mit dem Reiseziel Deutsch-

land¹² und 1.061 Reisen mit Zielen im Ausland verzeichnet werden. Davon führen nur 58 Reisen zu außereuropäischen Zielen. In die eigentliche Analyse der Leistungspakete der Radreisen fallen nur die 812 Reisen mit innerdeutschem Reiseziel bzw. -verlauf.

Bei den Reisen auf bestimmten Radwegen führt allen voran der Elbe-Radweg, zu dem rund ein Viertel aller Radreisen mit Radwege-Zielen führte.

Abb. 54: Destinationen der von Reiseveranstaltern angebotenen Radreisen



Quelle: dwif 2009, Angebotsanalyse der Radreiseveranstalter

Bei gut einem Drittel aller Angebote beziehen sich die Radreisen auf ganz konkrete Radwege, bei den restlichen zwei Dritteln sind bestimmte Regionen als Ziel genannt.

Touristische Ferienrouten, wie z. B. die Märchenstraße oder die deutsche Weinstraße, sind bei Radreiseveranstaltern selten das Ziel von Radreisen.

Betrachtet man die Verteilung der Radreisen nach Regionen auf einer vierteilten Deutschlandkarte (Nordwesten, Nordosten, Südwesten und Südosten), so vereinigt der Nordosten Deutschlands die meisten Radreisen auf sich.

3.5.2 Zielgruppen

Ein wichtiges Unterscheidungskriterium zwischen Radreisen ist der hierfür verwendete Fahrradtyp, der auch mit den verschiedenen Zielgruppen korrespondiert. Unterschieden wird hier zwischen der Radreise

Tab. 24: Regionale Verteilung der Radreisen von Radreiseveranstaltern

	Prozentuale Verteilung der Radreisen auf Regionen	Häufigste Reiseziele (absteigende Häufigkeit)
Nordosten	43,1%	Mecklenburgische Seenplatte, Ostseeküste mit Rügen/Usedom, Berlin und Umgebung, Spreewald, Harz
Südwesten	28,1%	Schwarzwald, südliches Rheingebiet, Bodensee, Main, Schwäbische Alb, Mosel/Saar, Neckar, Pfalz, Spessart
Südosten	14,5%	Altmühltal, Fränkische Schweiz/Fränkisches Weinland, Chiemgau, München und Umgebung, 5-Seen-Gebiet, Voralpenland.
Nordwesten	14,3%	Nordseeküste, Lüneburger Heide, Münsterland, Holsteinische Schweiz, Ruhrgebiet, Hamburg und Umgebung

Quelle: dwif 2009, Angebotsanalyse der Radreiseveranstalter

¹² Bei grenzüberschreitenden Reisen wurden diejenigen zu Reisen in Deutschland gezählt, bei denen mindestens über die Hälfte der Strecke in Deutschland verläuft.

mit Touren- bzw. Trekkingrad, der Mountainbike-Reise und der Rennrad-Reise. Auf die verschiedenen Typologien der Radreisenden wurde bereits in Kapitel IV.1 eingegangen.

Der geringe Anteil der Mountainbike- und Rennrad-Reisen hat auch damit zu tun, dass einerseits sich nicht alle Regionen für Mountainbiker- und Rennradfahrer eignen, andererseits die Nachfragepotenziale

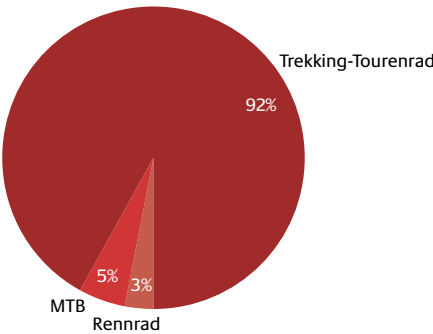
Tab. 25: Bei Radreiseveranstaltern häufig angebotene Radrouten in Deutschland

Radweg	Häufigkeit der Berücksichtigung durch Radreiseveranstalter	Regionale Zuordnung
Elbe-Radweg	25,4 %	Nordosten
Main-Radweg	12,8 %	Südwesten
Bodensee-Radweg	10,2 %	Südwesten
Mosel-Radweg	9,1 %	Südwesten
Weser-Radweg	6,4 %	Nordwesten
Neckar-Radweg	5,3 %	Südwesten
Rhein-Radweg	5,3 %	Nordwesten/Südwesten
Donau-Radweg	4,9 %	Südwesten/Südosten
Oder-Neiße-Radweg	3,4 %	Nordosten
Werratal-Radweg	3,0 %	Nordosten
Saale-Radweg, Spree-Radweg, Altmühl-Radweg, Ostsee-Radweg, Lahn-Radweg, 100-Schlösser-Route, Fulda-Radweg, Limes-Radweg, Mulde-Radweg, Nordsee-Radweg, Ruhrtal-Radweg	jeweils < 3,0 %	

Quelle: dwif 2008, Angebotsanalyse der Radreiseveranstalter

Eindeutig dominant sind Radwanderreisen. Rund 92 % der analysierten Angebote sind Trekking- bzw. Tourenrad-Reisen, rund 5 % sind Mountainbike-Reisen und knapp 3 % sind Rennrad-Reisen.

Abb. 55: Pauschal über Radreiseveranstalter buchbare Radreisen, gegliedert nach Radtypen



Quelle: dwif 2008, Angebotsanalyse der Radreiseveranstalter

viel kleiner ausfallen. Sehr beliebt bei Mountainbike-Reiseveranstaltern ist die Querung der Alpen. Ein Großteil dieser Reisen wurde jedoch in dieser Untersuchung nicht berücksichtigt, da die Reiseroute nur zu Bruchteilen auf deutschem Terrain verläuft. Dennoch gibt es in Deutschland bereits eine Vielzahl an Mountainbike-Parks (vgl. Kapitel V.1.5), die bisher kaum über Reiseveranstalter vertrieben werden.

3.5.3 Reisepakete

Die Analyse der Leistungspakete erfolgt getrennt nach den unterschiedlichen Radtypen.

Reisepakete analysiert nach Tourenverlauf

Neben den verschiedenen Fahrradtypen können die Reisen nach drei verschiedenen Tourenverlaufsarten differenziert werden: Tagestouren, Standortreisen und Etappenreisen.

Bei Tagestouren entfällt der Baustein „Übernachtung“. Bei Standortreisen bezieht man für die Dauer der Reise eine Unterkunft, von der aus die umliegende Region per Rad erkundet wird. Start und Ziel der Radtouren ist also stets die gleiche Unterkunft. Etappenreisen oder auch Radwanderreisen zeichnen sich durch täglich wechselnde Unterkünfte aus.

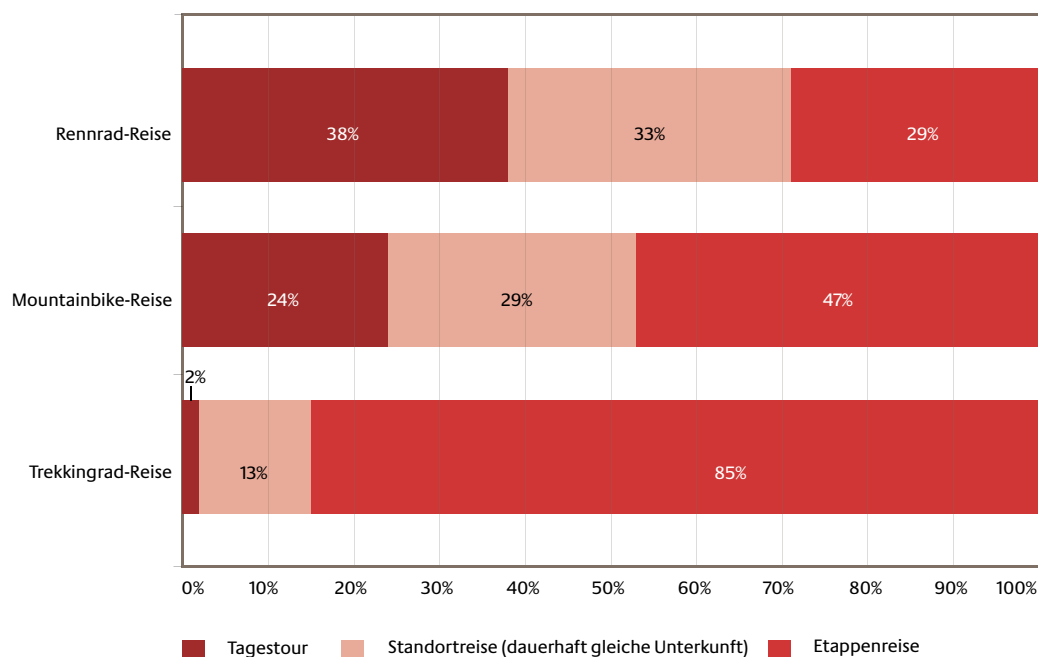
Die eindeutig dominierende Tourenverlaufsart bei Trekkingrad-Reisen in Deutschland ist die Etappenreise (85 %). Das touristische Radroutennetz in Deutschland mit einer Vielzahl miteinander vernetzter Radfernwege eignet sich hervorragend für ausgedehnte Touren über mehrere Tage.

Bei den Rennrad- und Mountainbike-Reisen sind die Standortreisen mit 29 % und 33 % stärker vertreten als bei den Trekkingrad-Reisen. Während beim Trekkingrad-Urlaub die Fortbewegung und das Erleben einer bestimmten Region im Vordergrund stehen, was durch den ständigen Ortswechsel noch verstärkt wird, sind bei den überwiegend sportlich motivierten Mountainbike- und Rennrad-Reisen auch Standortreisen in Form von Trainingslagern oder Fahrtechnik-Workshops beliebte Varianten. Eintägige Fahrtechnik-Workshops und „Schnupper-Kurse“ für die sportlich ambitionierten Mountainbiker und Rennradler erklären außerdem den hohen Anteil an Tagestouren bei den Mountainbike- (24 %) und Rennrad-Reisen (38 %).

Reisepakete analysiert nach Tourenleitung

Hinsichtlich der Reisebegleitung können bei den Radpauschalreisen sowohl geführte als auch individuelle Reisen unterschieden werden. Bei einer geführten Radpauschalreise ist der Radreisende zumeist Teil einer Reisegruppe mit feststehendem Ausflugsprogramm, die von einem erfahrenen und ebenfalls Rad fahrenden Reiseleiter geführt wird. Bei der individuellen Radpauschalreise werden dem Radreisenden in

Abb. 56: Tourenarten der pauschal buchbaren Trekkingrad-, Mountainbike- und Rennrad-Reisen von Radreiseveranstaltern



der Regel Unterkünfte, Gepäcktransport sowie weitere Leistungsbausteine als Paket organisiert. Der Radreisende und seine privaten Mitreisenden sind nicht Teil einer Reisegruppe, sie sind bei den Radtouren auf sich gestellt und können das Tagesprogramm und die Reisegeschwindigkeit individuell für sich bestimmen. Auch hier können zwischen den verschiedenen Radtypen große Unterschiede ausgemacht werden. Fast drei Viertel aller Trekkingrad-Reisen sind rein individuelle Radreisen. Die auf den Trekkingrad-Reisen befahrenen Wege sind zumeist gut ausgeschildert, sodass eine Reiseleitung zur Orientierung nicht zwingend erforderlich ist.

Gerade bei Mountainbike-Touren abseits beschilderter Wege mitten in der Natur kann auf geschulte Reiseleiter, die auch bei Pannen zur Seite stehen, kaum verzichtet werden. Ein sehr ähnliches Bild ergibt sich bei den Rennrad-Reisen.

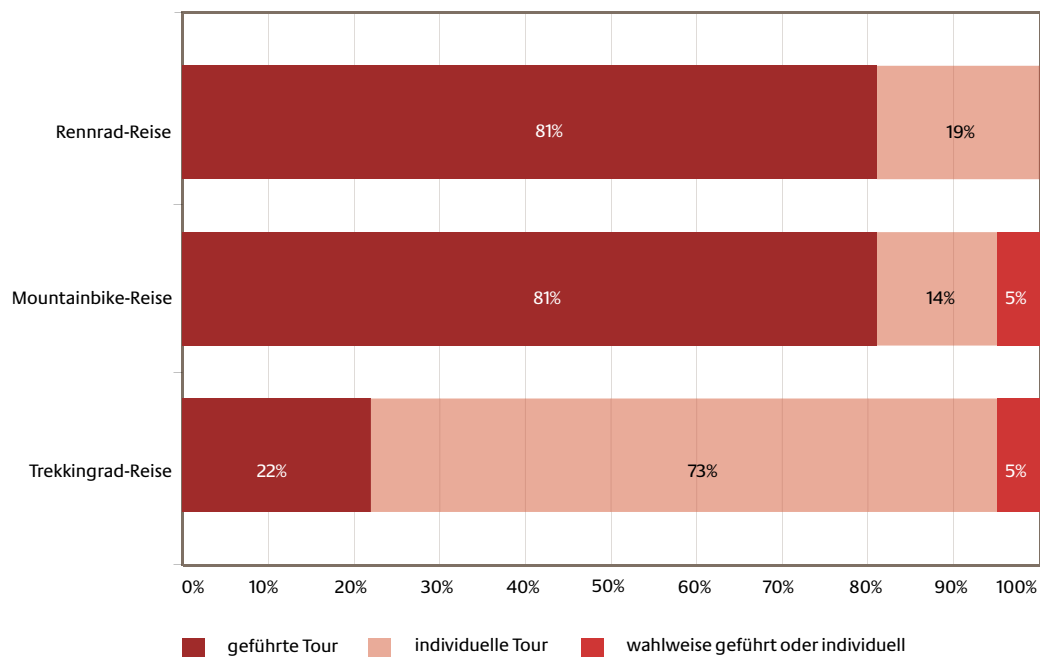
Praxisbeispiel: Radreiseveranstalter



Die Zahl der Radreiseveranstalter und das Angebot an Radreisen ist vielfältig und ebenso die möglichen Beispiele. Exemplarisch sollen an vier Beispielen Merkmale von Radreiseangeboten aufgezeigt werden, die nicht überall zu finden sind:

- ▶ Die Mecklenburger Radtour (www.mecklenburger-radtour.de) kombiniert Rad- mit Wandertouren und differenziert bei den Reiseangeboten sehr genau die vier Zielgruppen Familien, Genuss-, Kultur- und sportive Radler sowie nach leichten, normalen, anspruchsvollen und schweren Touren. So kann Enttäuschungen der Reiset Teilnehmer vorgebeugt werden, wenn die Selbsteinschätzung stimmt.

Abb. 57: Reiseleitung bei pauschal buchbaren Trekkingrad-, Mountainbike- und Rennrad-Reisen über Reiseveranstalter



Quelle: dwif 2008, Angebotsanalyse der Radreiseveranstalter

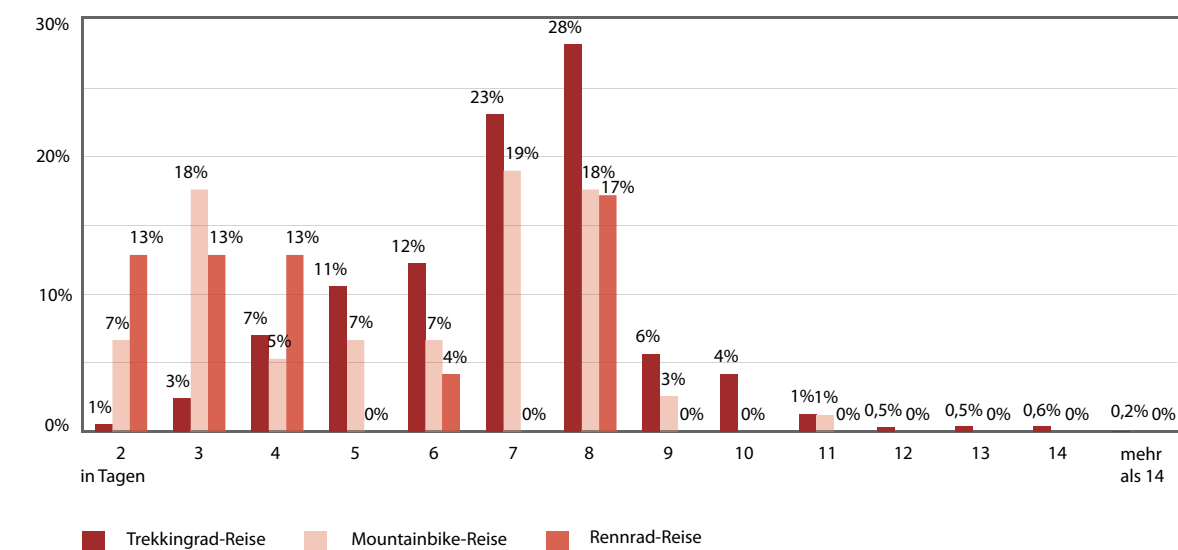
- Die Metropolregion Bremen-Oldenburg im Nordwesten e. V. bietet unter der Internetadresse www.nordwesten.net eine Kombination aus Informationen zum Gebiet als Fahrraddestination (inkl. Tourenbeschreibungen) und buchbaren Pauschal-Radreiseangeboten. Dabei bildet die Metropolregion die Plattform für verschiedene Radreiseanbieter, die für sich alleine zu klein wären, um auf dem Radreisemarkt bestehen zu können.
- Der Anbieter Rückenwind Reisen GmbH aus Oldenburg (www.rueckenwind.de) bietet Radreisen in Kombination mit einer Schifftour an (Mecklenburgische Seenplatte, Spree-wald, Mosel-Saar, Rhein-Neckar und Ziele in Europa). Dadurch wird die Bequemlichkeit der mitreisenden Unterkunft (Kajüte) um die Flexibilität des Fahrrades erweitert und das Reiseerlebnis bleibt nicht auf das Gewässer beschränkt.

- Potsdam per Pedales (www.potsdam-per-pedales.de): Kerngeschäft der Potsdamer Radreiseveranstalter sind Stadtführungen per Rad. Die geschickte Kombination von Angeboten ermöglicht es jedoch, das Geschäft auf mehrere Standbeine zu stellen. So werden zusätzlich Mehrtagestouren in das Umland angeboten und Fahrräder verliehen. Weil Potsdam ein attraktives Wasserstraßennetz hat, ist ebenfalls ein Kajakverleih angeschlossen und den Gästen wird die Kombination von Fahrrad- und Bootstouren leicht gemacht.

Reisepakete analysiert nach Dauer der Reisen

Bei der Analyse der Dauer der Radreisen fiel eine flexible Handhabung vieler Veranstalter auf. Insbesondere bei individuellen Touren können die einzelnen Reisen häufiger mit unterschiedlicher Dauer gebucht werden. Während etwa bei einigen Reisen die Gesamtlänge verkürzt wird, können bei anderen die einzelnen Tagesetappen für schnellere und sportlichere Radfahrer ausgedehnt werden, sodass die gleiche Strecke in kürzerer Zeit zurückgelegt wird.

Abb. 58: Dauer der über Radreiseveranstalter buchbaren Pauschalradreisen in Tagen



Quelle: dwif 2008, Angebotsanalyse der Radreiseveranstalter

Eine besonders beliebte Reisedauer ist für Radtouristen der Zeitraum von einer Woche oder knapp darüber. Gerade bei den in Deutschland dominierenden Trekkingrad-Reisen scheinen, der Analyse nach, sieben- und achttägige Reisen sehr beliebt zu sein, während Reisen mit mehr als zehn Tagen kaum angeboten werden. Längere Reisezeiträume konnten zumeist bei Radreisen zu außereuropäischen Fernzielen verzeichnet werden, bei denen allein die An- und Abreise mehrere Tage beansprucht.

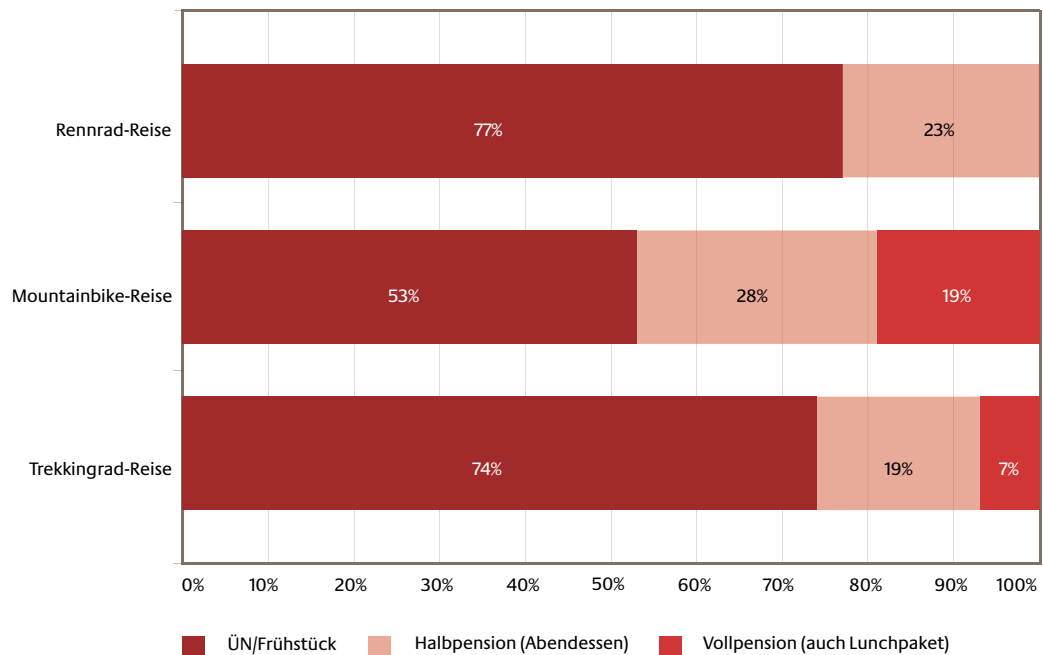
Auch die analysierten Mountainbike- und Rennradreisen dauern selten bzw. nie länger als acht Tage. Hier werden jedoch häufiger Kurzreisen, z. B. über das Wochenende (zwei bis drei Tage) und sogar auch geführte Tagestouren angeboten. Diese umfassen zumeist auch Technikkurse bzw. sonstige Trainingsinhalte und werden aus rein sportlichen Gründen gebucht.

Reisepakete analysiert nach Unterkunft und Verpflegung

Das gängigste Verpflegungspaket bei den meisten Radreisen beinhaltet Übernachtung mit Frühstück. Diese Kombination eignet sich insbesondere bei Etappenreisen mit wechselnden Unterkünften und ist auch das klar dominierende Verpflegungspaket bei Trekkingrad-Reisen. Der vergleichsweise höhere Anteil von Halb- und Vollpension bei den Mountainbike-Reisen ist möglicherweise auf den höheren Anteil an Standortreisen zurückzuführen. Dieser Erklärungsansatz kann jedoch bei den Rennrad-Reisen nicht geltend gemacht werden, die trotz überwiegender Standortreisen – bei Betrachtung von Touren mit Übernachtungen – zumeist als Reisen mit Übernachtung und Frühstück angeboten werden.

Das zusätzliche Mittagessen bei der Vollpension wird bei den meisten Veranstaltern in Form eines Lunchpaketes gereicht.

Abb. 59: Unterkunft und Verpflegung (nur Reisen inkl. Übernachtung) bei über Reiseveranstalter buchbaren Trekkingrad-, Mountainbike- und Rennrad-Reisen



Quelle: dwif 2008, Angebotsanalyse der Radreiseveranstalter

Reisepakete analysiert nach Enthaltene Leistungen

Bei den Trekkingrad-Reisen treten – mit einem Anteil von jeweils rund 80 % – der „Gepäcktransport“ und das „bereitgestellte Infomaterial“ als offenbar grundlegende Bestandteile einer Radpauschalreise hervor. Berücksichtigt man die Tatsache, dass insgesamt etwa 85 % aller Trekkingrad-Reisen Etappenreisen sind, bei denen – im Gegensatz zu Standort- oder Tagesreisen – der **Gepäcktransport** fast zwingend vonnöten ist, kann dessen große Bedeutung nicht überraschend.

Bei den MTB- und Rennradreisen ist zu berücksichtigen, dass nur 29 % der Rennradreisen und 47 % der MTB-Reisen Etappenreisen sind, bei welchen ein Gepäcktransport überhaupt infrage kommen würde. Während bei mehr als zwei Dritteln der Etappen-Rennrad-Reisen der Gepäcktransport noch im Preis inbegriffen ist, ist dies bei nur knapp der Hälfte der MTB-Etappen-Reisen der Fall. Bedenkt man, dass gerade bei Rennrädern und Mountainbikes üblicherweise keine Gepäckträger vorhanden sind und somit die Vorrichtung zur Befestigung von Rad-Gepäcktaschen fehlt, so erstaunt der doch sehr hohe Anteil an Reisen ohne Gepäcktransport.

Wie bereits aufgezeigt, werden fast 80 % der Trekkingrad-Reisen als individuelle Radreisen ohne Reiseleitung angeboten. Für diese benötigen die Reisenden unbedingt **Karten- und Informationsmaterialien** zu ihrer Tour, welche deshalb auch bei fast 80 % aller Trekkingrad-Reisen im Reisepaket inkludiert sind.

Eine weitere inzwischen häufig inbegriffene Serviceleistung bei Trekkingrad-Reisen ist die **Telefon-Service-Hotline** bzw. der **Pannenservice** (38 % aller Trekkingrad-Reisen). In Notfällen, bei Pannen oder sonstigen Problemen kann der Reisende hier rund um die Uhr anrufen und um Hilfe bitten bzw. sich Rat einholen. Dieser Servicebaustein wird wiederum ausschließlich bei individuellen Radreisen ohne Reiseleitung angeboten. Bei den erfassten Mountainbike- und Rennradreisen konnte dieser Service nicht gefunden werden.

Bei 26,4 % der Trekkingrad-Reisen sind **Stadtführungen, Besichtigungen oder Eintrittsgelder** für Museen inklusive. Dieser Anteil entspricht in etwa wieder dem der geführten Trekkingrad-Reise (22 %). Bei geführten Touren ist das Besichtigungsprogramm meist durch den Reiseveranstalter vorab festgelegt und die Kosten dafür im Preis inbegriffen. Bei individuellen Trekkingrad-Reisen bestimmt der Reisende die Ausgestaltung seines Programms rund um das Radfahren selbst. Derartige Inklusivleistungen sind hier also nur selten. Äußerst selten bzw. gar nicht werden Besichtigungsprogramme etc. bei Mountainbike- und Rennradreisen angeboten, was in der unterschiedlichen Motivation dieser Reisen begründet liegt: Bei Trekkingrad-Reisen Besichtigungen und das Erleben der Landschaft, bei Mountainbike- und Rennrad-Reisen aber der sportliche Aspekt.

Ein weiterer Inklusivbaustein ist bei einem Viertel aller Trekkingrad-Reisen der **Teilstreckentransfer**. Nicht gemeint ist hier die An- und Abreise zum Start-/Zielort, sondern die Überbrückung von Teilabschnitten der Tour mit der Bahn oder dem Schiff (Mountainbike-Reisen: 7,1 %; Rennrad-Reisen: 9,5 %). Diese Serviceleistung kommt natürlich nur bei Reisen zum Einsatz, bei denen der Umstieg auf ein anderes Verkehrsmittel erforderlich ist (z. B. bei Flussüberquerungen) oder die Einhaltung des Zeitplans dies notwendig macht.

Auffallend ist der vergleichsweise hohe Anteil an Rennrad-Reisen mit **Begleitbus** (23,8 %). Der Begleitbus kommt ausschließlich bei geführten Touren zum Einsatz und ist auch bei 12,4 % der Trekkingrad-Reisen und 7,1 % der Mountainbike-Reisen Bestandteil des Buchungspakets. Während der Radtour befindet sich stets ein Begleitfahrzeug in nächster Nähe zur Radgruppe und kann im Notfall verletzte oder erschöpfte Reisende mit ihrem Fahrrad aufnehmen, ohne dass das Vorankommen der gesamten Gruppe beeinträchtigt wird. Bei Trekkingrad-Reisen richten sich diese Reiseangebote häufig an Senioren und Konditionsschwächere bzw. Genussradfahrer. Die bei Rennrad-Reisen aufgrund der sportlichen Höchstleistungen zu erwartenden höheren Ausfälle durch Erschöpfung etc. erklären auch diesen erhöhten Anteil. Bei den ebenso sportlichen Mountainbike-Reisen würde ein

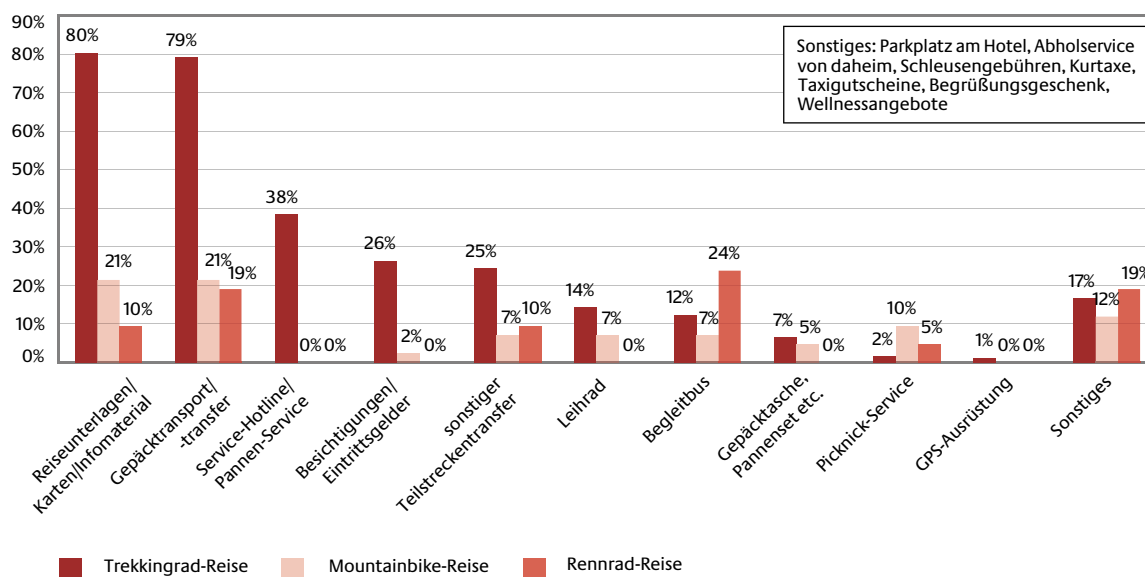
Begleitfahrzeug hinsichtlich der letztgenannten Aspekte zwar Sinn machen, jedoch kann dies bei Touren in bergigem Gelände abseits befestigter Straßen oder Wege nicht realisiert werden.

Bei nur 14,3 % aller Trekkingrad-Reisen ist ein Leihrad im Reisepreis inklusive. Bei Mountainbikereisen ist der Anteil noch geringer (7,1 %) und bei Rennrad-Reisen gleich Null. Gerade bei Mountainbike- und Rennrad-Reisen ist die Nachfrage nach Leihrädern erwartungsgemäß gering, da die Reisenden ihre eigenen, zumeist auf ihren Körper individuell angepassten Fahrräder benutzen wollen.

Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus unterstreichen dies: Wellnessangebote gehören zu den zehn seltensten Gründen der Radtouristen für die Wahl einer Reiseregion. **Ausrüstungen** scheinen kaum eine Rolle bei Radreisen zu spielen und werden nur bei gerade mal 1,2 % der Trekkingrad-Reisen angeboten (MTB: 0 %, Rennrad: 0 %).

Bei lediglich 6,5 % der Trekkingrad-Reisen und 4,8 % der Mountainbike-Reisen sind Fahrradausrüstungsgegenstände wie Gepäcktaschen, Pannensets, Schlösser etc. als Leistungsbausteine inbegriffen. Offensichtlich wird von den Veranstaltern unterstellt, dass der

Abb. 60: Inkludierte Leistungspakete bei über Reiseveranstalter buchbaren Radreisen



Quelle: dwif 2008, Angebotsanalyse der Radreiseveranstalter

Bezogen auf die Anzahl der Radreiseveranstalter verfügen jedoch knapp zwei Drittel (41 von 71) über ein Kontingent an Fahrrädern, die auch bei mindestens einer Reise im Leistungspaket inbegriffen sind. Wie sich aus der Übersicht über die hinzubuchbaren Leistungen entnehmen lässt, ist das Leihrad eine gängige Zusatzleistung bei Radreisen. Auch hier erstaunt der vergleichsweise geringere Anteil bei den Rennrad-Reisen nicht.

Erstaunlich selten bzw. gar nicht im Preis inbegriffen sind – trotz der Anstrengungen auf dem Fahrrad – spezielle **Wellnessangebote**. Ergebnisse des

spezifische Ausstattungsgrad der Radreisenden schon so hoch ist, dass hiermit kaum mehr Zusatznutzen generiert werden kann.

Zu den weiteren sonstigen Serviceleistungen, die sowohl bei Trekkingrad-Reisen als auch bei Mountainbike- und Rennrad-Reisen vereinzelt inbegriffen sind, zählen beispielsweise der Parkplatz am Hotel für die Dauer der Reise, der Abholservice von daheim inklusive Fahrrad, die Kurtaxe, Taxigutscheine oder auch in vielen Fällen Begrüßungsgeschenke wie T-Shirts oder Trinkflaschen.

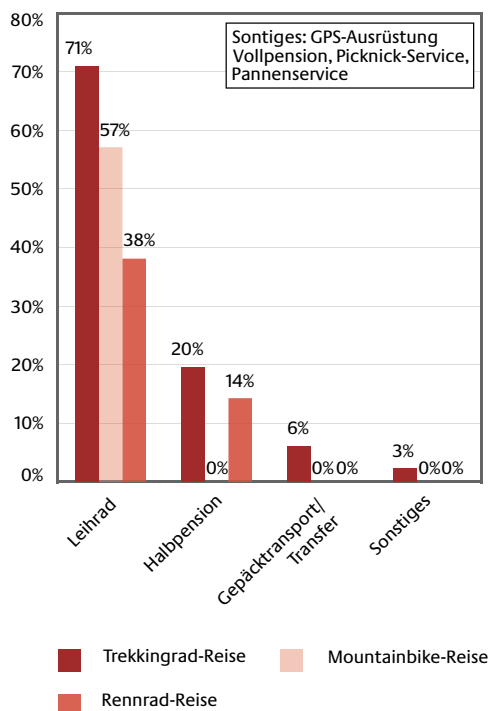
MTB- und Rennrad-Reisen sind insgesamt serviceärmer als Trekkingrad-Reisen und beinhalten meist nur die Übernachtungen und teilweise die Verpflegung. Im Vordergrund steht hierbei die eigene sportliche Ertüchtigung und nicht die Inanspruchnahme von Dienstleistungen.

Reisepakete analysiert nach Optionalen Servicebausteinen

Bei den hinzubuchbaren Serviceleistungen wurden folgende Pakete abgefragt: GPS-Ausrüstung, Leihrad, Halbpension, Vollpension, Gepäcktransport, Picknick-Service, Pannenservice und Sonstiges.

Abgesehen von den Leihrädern, der Halbpension und dem Gepäcktransport, konnten die anderen Serviceleistungen nur in den allerwenigsten Fällen (< 2 %) zusätzlich zu der Reise gebucht werden. Erstaunlich ist der sehr geringe Anteil an Reisen, bei denen eine GPS-Ausrüstung geliehen werden kann: Dies ist nicht einmal bei 1 % der Trekkingrad-Reisen der Fall (Mountainbike- und Rennradreisen je 0 %). Dies ist bei

Abb. 61: Hinzubuchbare Leistungspakete bei pauschalen Radreisen



Quelle: dwif 2008, Angebotsanalyse der Radreiseveranstalter

geführten Radreisen verständlich, bei Individualreisen jedoch keinesfalls „state-of-the-art“.

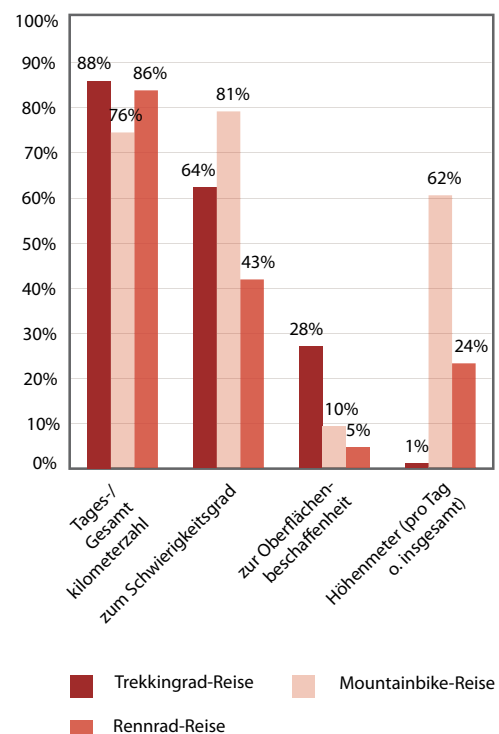
Wie bereits erwähnt, ist das Leihrad eine typische Serviceleistung für Radreisen, die bei Bedarf zum Reisepaket gegen Aufpreis gebucht werden kann. In 71 % der Trekkingrad-Reisen, 57 % der Mountainbike-Reisen und 38 % der Rennrad-Reisen ist dies möglich.

Sonstige Angaben zur Radreise

Neben den Bestandbausteinen der Reisepakete wurden auch noch die zusätzlichen Informationsgehalte zu den Radreisen abgefragt.

Weitere Informationen, die für die Auswahl einer Reise von Bedeutung sind, umfassen Angaben zur Beschaffenheit der Strecken bzw. zu den körperlichen Anforderungen an die Reisen wie Schwierigkeitsgrad, Oberflächenbeschaffenheit, Tages- bzw. Gesamtkilometerzahl oder Höhenmeter.

Abb. 62: Weitere Informationen zu buchbaren Radpauschalreisen über Radreiseveranstalter



Quelle: dwif 2008, Angebotsanalyse der Radreiseveranstalter

Die Kilometerzahl der einzelnen Etappen oder der Gesamtreise sollte bei jedem Reiseangebot aufgeführt sein. Dies ist bei 87,9 % der Trekkingrad-, 76,2 % der Mountainbike- und bei 85,7 % der Rennrad-Reisen der Fall. Der vergleichsweise niedrige Wert bei den Mountainbike-Reisen könnte sich dadurch erklären, dass einige davon sogenannte Technikseminare sind. Hier steht nicht die zu fahrende Kilometerzahl, sondern das Erlernen von Fahrtechniken in unbefestigtem Gelände im Vordergrund.

Eine weitere – insbesondere für Mountainbike- und Rennrad-Reisen – nützliche Information sind die Höhenmeter. Bei 61,9 % der Mountainbike-Reisen und bei 23,8 % der Rennrad-Reisen werden diese Angaben gemacht, wobei gerade bei diesen Reisen diesen Informationen eine stärkere Bedeutung zukommt als bei den Trekkingrad-Reisen, zu denen sie meistens unterbleiben, obwohl sie auch hier die erforderliche Anstrengung in der Regel eindeutiger repräsentieren als eine relativ subjektive Angabe zum Schwierigkeitsgrad.

Angaben zum Schwierigkeitsgrad – häufig kenntlich gemacht durch Symbole – werden bei 63,7 % der Trekkingrad-, 81 % der Mountainbike- und 42,9 % der Rennrad-Reisen gemacht. Gerade bei den Rennrad-Reisen wäre hier aufgrund der sportlichen Motivation ein höherer Wert zu erwarten gewesen. Derartige Angaben sind meist sehr subjektiv, helfen aber dennoch bei der Auswahl der Reise.

Am seltensten werden – insgesamt gesehen – Angaben zur Oberflächenbeschaffenheit der Strecke gemacht. Bei Trekkingrad-Reisen können diese jedoch sehr nützlich sein, insbesondere wenn z. B. Senioren oder Familien mit Kindern, die das Radfahren nicht sicher beherrschen, eine derartige Reise in Erwägung ziehen. Dass diese Angaben zu Rennrad- und Mountainbike-Reisen nur selten gemacht werden, ist insofern nicht verwunderlich, als hier schon mit dem Fahrradtyp gewisse Erwartungen an die Oberfläche der Wege verbunden sind: unbefestigte Wege, die den breiten Mountainbike-Reifen mit kräftigem Profil, und glatt asphaltierte bzw. geteerte Straßen und Wege, die den dünnen Rennrad-Slicks entsprechen.

3.6 Radverleihe

Neben speziellen Radverleihen bzw. Fahrradhändlern bieten diesen Service inzwischen auch zahlreiche Beherbergungsbetriebe an. Mieträder sind bei einigen Radreisen ein fester Inklusivbaustein oder sie können (bei den meisten Veranstaltern) gegen Gebühr zusätzlich gebucht werden. Das Angebot von Radverleihen richtet sich also primär an die Fahrradtouristen im weiteren Sinn, bei denen Radtouren bzw. Radausflüge nur eine von mehreren Aktivitäten während des Urlaubs darstellen. Die Entscheidung für ein Mietrad sowie für einen bestimmten Fahrradtyp oder Radverleih wird also zumeist erst vor Ort im Urlaub gefällt.

Radverleihe sollten vor Ort ihre Angebote klar in entsprechenden Medien kommunizieren und dazu verschiedene Informationskanäle wie Touristinformationen oder Beherbergungsbetriebe nutzen. Aufgrund der hohen Internetaffinität der Reisenden ist ein seriöser und vor allem aktueller Internetauftritt der Radverleihe nicht nur empfehlenswert, sondern notwendig. Die Angebote müssen klar kommuniziert und auf die Zielgruppen der Region ausgerichtet werden.

Bei der Abfrage regionaler Tourismusorganisationen konnte etwa die Hälfte über Besonderheiten beim Fahrradverleih in ihrer Region berichten, die über gewöhnliche Mietangebote hinausgehen. Unter „gewöhnlichem Mietangebot“ wird hier eine Vermietung verstanden, bei der das (handelsübliche) Fahrrad, ausschließlich zu Ladenöffnungszeiten, stunden- oder auch tageweise angemietet werden kann und dann auch an derselben Mietstation wieder abgegeben werden muss. Zwar kann diese Abfrage kein abschließendes Bild über die Zahl und die Strukturen der Radverleihe in Deutschland geben, dennoch spiegelt sie wider, inwieweit bestimmte Servicebausteine verbreitet sind.

Am häufigsten berichteten die Tourismusorganisationen über Fahrradverleihe mit ausgefallenen Fahrradtypen, wie z. B. Rädern mit Motorunterstützung oder Liegerädern etc.

Über Radverleihe, die die Möglichkeit der One-Way-Miete anbieten, konnte knapp die Hälfte der Regionen berichten. Bei der One-Way-Miete kann das Fahrrad an einer Mietstation entliehen und an einer

anderen abgegeben werden. Für die Radverleihe bedeutet dies einen erhöhten Aufwand, entweder in der Form, dass sie mehrere Filialen mit Rückgabe- und Entleihmöglichkeiten haben müssen oder dass mehrere Radverleihe in einem Verbund zusammenarbeiten. Für den Radtourist bedeutet dies jedoch eine flexiblere und ungebundene Reiseart. Das Fahrrad kann demnach als echtes Fortbewegungsmittel benutzt werden und der Radurlauber muss nicht mehr zur Rückgabe an den Startpunkt des Ausflugs oder der Reise zurück.

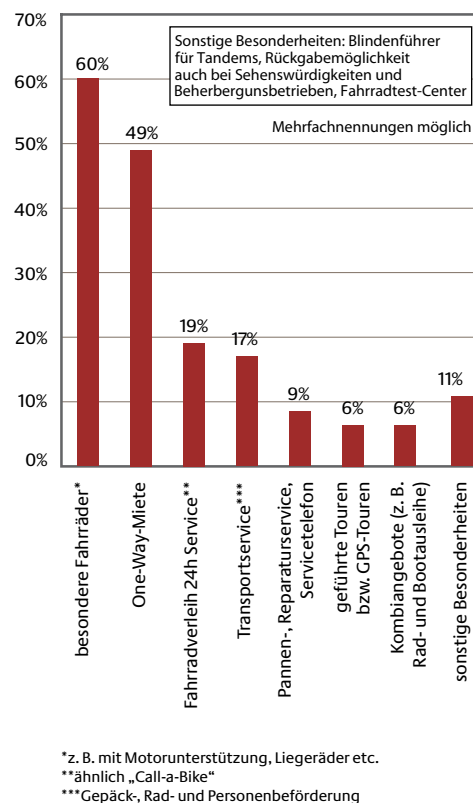
Die Möglichkeit, rund um die Uhr Fahrräder zu entleihen und zurückzugeben, ist bisher sehr wenig verbreitet und beschränkt sich zumeist auf das Angebot von „Call a Bike“.

„Call a bike“ ist zurzeit der wohl bekannteste Fahrradmietservice in Deutschland. Eine Vielzahl der von der Deutschen Bahn betriebenen Mietfahrräder stehen, über die Kerngebiete einiger Großstädte oder an ICE-Stationen verteilt, zur Verfügung und können zu jeder Tages- und Nachtzeit entliehen werden. Über ein Touchpad am Fahrradschloss kann man das Rad nach der telefonischen Kontaktaufnahme mit dem Callcenter und der Übermittlung des Öffnungscodes entleihen und wieder zurückgeben. In Berlin, Frankfurt/M., Köln, München und Karlsruhe können die Fahrräder im so genannten „Flex-System“ an unabhängiger Stelle im Kerngebiet der Stadt wieder zurückgegeben werden. In Stuttgart sowie an den aktuell 41 ICE-Stationen können die Fahrräder im Fix-System ausgeliehen werden, müssen jedoch wieder an der selben „Call a Bike“-Station am Bahnhof zurückgegeben werden.

Dieser Service kann sowohl von Einheimischen zur Zurücklegung kürzerer Strecken als auch von Touristen zur längeren Erkundung der Stadt genutzt werden. Voraussetzung ist die vorherige Anmeldung bei der DB per Telefon oder Internet. Die Abrechnung erfolgt minutengenau entweder per Kreditkarte oder Bankeinzug. Für längere Erkundungstouren kann auch ein Tages- oder Wochentarif gewählt werden. Nicht registrierte Fahrinteressenten können diesen Service nicht nutzen.

Eine ähnliche Initiative gibt es in Paris: „Vélib“ – ein Kunstwort aus *Velo* (Fahrrad) und *Liberté* (Freiheit) (www.velib.paris.fr). In regelmäßigen Abständen sind

Abb. 63: Besonderheiten beim Fahrradverleih



Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

über die Stadt elektronische Verleihterminals verteilt. An diesen Stationen können rund um die Uhr freie Fahrräder ausgeliehen und an einer anderen Station wieder abgegeben werden. Die ersten 30 Minuten Fahrzeit sind umsonst. Auch hier ist eine Registrierung notwendig, die von den Nutzern vor Ort durchgeführt werden kann.

Vor kurzem startete das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung einen neuen Modellversuch „Innovative öffentliche Fahrradverleihsysteme – Neue Mobilität in Städten“, für den Städte, Gemeinden, Landkreise und regionale Kooperationen aufgefordert sind Projekte einzureichen. Ziel ist es, die beiden umweltfreundlichsten Verkehrsmittel – das Fahrrad und den ÖPNV – besser miteinander zu verknüpfen. Der Radverkehr soll gestärkt und der motorisierte Individualverkehr reduziert werden. Von Oktober 2009 bis Ende 2012 stellt das Bundesverkehrsministerium Fördermittel für den Modellversuch zur Verfügung. Für die Einbindung von sogenannten *Pedelecs*, d.h. von Fahrrädern mit elektrischer Treithilfe, stehen zusätzliche Mittel bereit.

i

Praxisbeispiel: Fahrradverleih

Wie beschrieben sind die Formen des Fahrradverleihs vielfältig. Hier daher vier Beispiele mit ihren unterschiedlichen Merkmalen:

- ▶ **Mietrad in Cuxhaven** (www.mietrad.de) ist ein Fahrradverleih mit einem besonders großen Serviceangebot:
 - ▶ umfangreiches Leihangebot verschiedener Radtypen, Tandems, Kinderanhänger, Babyjogger und Elektroräder,
 - ▶ verschiedene Radtouren in der Umgebung mit ausführlicher Beschreibung, Höhenprofil, teilweise inkl. GPS-Tracks,
 - ▶ verschiedene Rückgabestationen sowie Onlinebuchung und kostenlose Lieferung zum Urlaubsort (Region Cuxhaven).
- ▶ **Die Movelo GmbH** (www.movelo.com) bietet Tourismusregionen und -orten ein Franchise-konzept zur Vermietung von Fahrrädern mit Unterstützung durch einen Elektromotor an. Konzept und Fahrräder sind besonders geeignet für Regionen mit vielen Anstiegen oder älteren Gästen und bringen Menschen auf das Fahrrad, die es sonst nicht nutzen würden.
- ▶ **Die Nextbike GmbH** (www.nextbike.de): telefontgebundenes Leihsystem für Städte. Ausleihe und Abgabe der Fahrräder erfolgt per Telefon. Die Fahrräder werden auch als Werbeträger genutzt.
- ▶ **Die Müritzer Fahrrad Stationen** (www.fahrradverleih-mueritz.com) sind ein Zusammenschluss touristischer Dienstleistungs- und Beherbergungsunternehmen in der Müritzer Region mit dem Ziel, durch den Zusammenschluss die Entwicklung, Vermarktung und Vernetzung von Produkten und Dienstleistungen im regionalen Fahrradtourismus zu ermöglichen.

3.7 Städtetouren per Rad

Nicht nur Natur und Landschaft haben ihren Reiz zum Radfahren, besonders auch Städte können flott und individuell per Rad erkundet werden. Man ist schnell und flexibel unterwegs, kann anhalten wo man will, ist nicht auf Fahrpläne von Touristenbussen oder ÖPNV angewiesen und kann so hautnah das Geschehen und die Lebendigkeit der Stadt erleben. Der Aktionsradius radfahrender Städtetouristen ist weit höher als der von Fußgängern und so können auch problemlos Ecken der Stadt abseits touristischer Routen entdeckt werden. Darüber hinaus ist Radfahren eine sehr umweltfreundliche Fortbewegungsart.

Viele Städte wenden sich diesem Trend zu und bauen auf eine entsprechende Infrastruktur. Hierzu zählen das entsprechend ausgeschilderte städtische Radwegenetz, spezielle Fahrradstadtpläne aber auch Radvermieter und Anbieter von Stadtführungen per Rad. Das Angebot an geführten Stadtrundfahrten per Rad ist vielfältig und beinhaltet häufig aktive und erlebnisorientierte Touren zu einem ortstypischen Thema. So gibt es diverse Toureninhalte, von historisch über freizeitorientiert bis hin zu nächtlichen Sightseeing-touren.

Der ADFC publiziert auf seiner Homepage eine Liste von Anbietern von Städtetouren in 21 deutschen Städten und gibt auch klare Empfehlungen zu Ausgestaltung und Förderung des Städtetourismus per Rad.

ADFC-Kriterien zum „Städtetourismus per Rad“

- ▶ Individuelle Radroutenangebote und -pauschalen
- ▶ Eindeutiger Produkt-Name
- ▶ Konzeption als Strecke, Rundkurs oder Netz
- ▶ Durchgängige Befahrbarkeit
- ▶ Sichere Befahrbarkeit
- ▶ Selbsterklärende Wegweisung
- ▶ Abstellanlagen (z.B. Anlehnbügel, Gepäckaufbewahrung)
- ▶ Einschließboxen, Fahrradstationen
- ▶ Infotafeln am Bahnhof
- ▶ Ausgebildete Rad-Gästeführer

- ▶ Verknüpfung mit Radfernwegen und Radwanderwegen
- ▶ Bett & Bike-Gastbetriebe
- ▶ Fahrradbeförderung in öffentlichen Verkehrsmitteln
- ▶ Marketing: Zentrale Informations- und Buchungsstelle
- ▶ Präsentation im Internet
- ▶ Info- und Kartenmaterial, mehrsprachig
- ▶ Ausreichendes Mietradangebot an Qualitätsrädern
- ▶ Regelmäßige Wartung, Kontrolle der fahrrad-touristischen Infrastruktur

Quelle: nach Angaben des ADFC (2009)

Darüber hinaus gibt es noch eine Vielzahl anderer Unternehmen und Städte, die sich auf die Rad fahrenden Besucher eingestellt haben.

Bei den geführten Städtetouren per Rad kann man allgemein zwischen zwei Typen unterscheiden: entweder die Erkundung der Stadt zusammen in einer Gruppe, in der jeder selbst auf dem eigenen (Leih-)Rad in die Pedale tritt oder die entspannte Führung in einem sogenannten Velotaxi oder einer Rikscha, bei der der tretende Fahrer gleichzeitig als Fremdenführer dient (Taxitour).

Des Weiteren soll es aber auch möglich sein, die Stadt – gerne auch auf Mieträdern von Radvermietern, „Call a Bike“ oder auf GPS-Routen – auf eigene Faust zu erkunden. Interessante Radrouten durch die Stadt, z.B. als Strecken, Rundkurse oder als Netze, die die touristischen Highlights miteinander verbinden, müssen hierfür bereitgestellt werden. Wie für die Konzeption von Radrouten allgemein gilt auch hier, dass die Route eine eindeutige Bezeichnung sowie eine selbsterklärende und eindeutige Wegweisung aufweisen muss. Auch quer durch die Stadt muss die Route durchgängig und sicher befahrbar sein. Der ÖPNV sollte sich auf Radfahrer einstellen und die problemlose Mitnahme von Rädern in den Verkehrsmitteln ermöglichen.

Die Besichtigung einer Stadt kann aber auch für Radtouristen, die sich überwiegend auf einem der Radfernwege befinden eine willkommene Abwechslung sein. Eine Verknüpfung sehenswerter Städte durch Radfernwege kann die Radtouristen direkt in die Innenstädte leiten. Beispielsweise verbindet die Thüringer Städtekette auf ihren 225 km sieben Städte Thüringens. Die wegweisende Beschilderung soll jedoch keinesfalls an der Stadtgrenze Halt machen, sondern auch entlang der Sehenswürdigkeiten durch die Städte führen.

Praxisbeispiel: Fahrrad-Stadtführungen



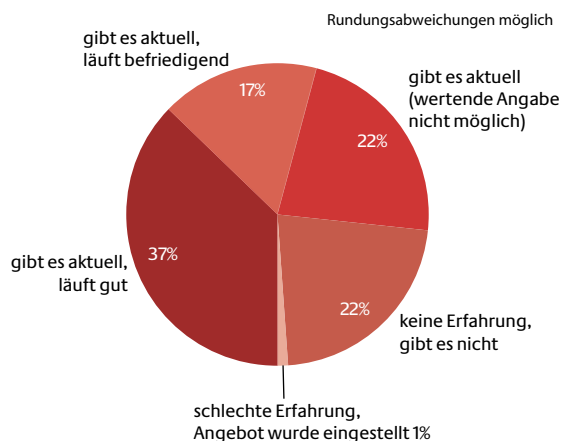
Stellvertretend für die Vielzahl der Angebote sei hier das Angebot aus Berlin vorgestellt: Die Firma „Berlin on Bike“ bietet z. B. eine Vielzahl von Fahrradtouren an, bei denen man die „Oasen der Großstadt“ erkunden kann. Dabei trifft der fahrende Tourist auf „jede Menge beschaulicher Plätze, Orte der Ruhe, skurrile Ideen und Projekte, die in keinem Reiseführer zu finden sind und die selbst Einheimische nicht kennen“. Die Tour-Guides bieten eine Vielzahl individueller Touren an, die sie sich selbst ausdenken – so bekommen die Touristen einen ganz eigenen Blick auf die fremde Stadt und besuchen Orte, die man als Ortsfremder sonst nur selten sieht. „Berlin on Bike“ bietet daneben noch diverse Standardtouren und monatliche/jahreszeitliche Highlights wie „Weihnachtsmärkte und Lichterglanz“ an. Der Anbieter organisiert auch Klassenfahrten oder Betriebsausflüge, die auf die Interessen der Gruppe abgestimmt werden können. Auf der Homepage kann man sich über Preise, Gutscheine und alle Touren informieren und sich in einer Fotogalerie, Referenzliste und einem Meinungsportal Anregungen holen (www.berlinonbike.de).

3.8 Transportmöglichkeiten für Radfahrer und/oder Gepäck

3.8.1 Rad-/Gepäcktransporte

Regionen, die sich mit fahrradtouristischen Angeboten einen Namen machen oder von Reiseveranstaltern vermarktet werden wollen, müssen Möglichkeiten für einen Gepäcktransport vorhalten. Demzufolge verwundert es auch nicht, dass über drei Viertel der befragten Regionen über derartige Angebote verfügen und mehrheitlich auch gute Erfahrungen damit gemacht haben. Der Gepäcktransportservice ist vor allem dort von hoher Relevanz, wo mehrtägige Fahrradtouren eine nennenswerte Bedeutung haben (z. B. Flussläufe wie Donau, Elbe oder Main). Aus der Sicht der Nachfrage ist es eher unbedeutend, wer diesen Service anbietet. Häufig anzutreffende Anbieter sind neben lokalen oder regionalen Touristinformationen oder -verbänden, einzelne Beherbergungsbetriebe oder Kooperationen mehrerer. Auch Taxiunternehmen sind in diesem Geschäftsfeld aktiv. Wichtig ist aus der Sicht der Nachfrage lediglich, dass der Service bekannt, seriös und zuverlässig, leicht zugänglich und idealerweise kombinierbar mit anderen Angebotsbausteinen ist.

Abb. 64: Erfahrungen der regionalen Marketingorganisationen mit Angeboten zu Koffertaxis bzw. zum Gepäcktransport



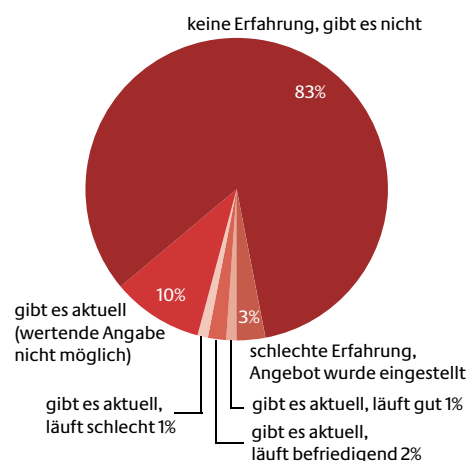
Rundungsabweichungen möglich

Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

Eher selten anzutreffen sind hingegen Unternehmen, die Transportangebote für Radfahrer und Gepäck anbieten (Radlertaxis). Obgleich diese Fahrradtaxis ein Höchstmaß an individueller Gestaltungsfreiheit ermöglichen würden, hat sich dieses Serviceangebot bislang noch nicht etabliert. Die Gründe können in den höheren Kosten liegen, die eine Individuallösung mit sich bringt oder aber in der möglicherweise Fahrzeugbedingt geringeren Beförderungskapazität, die die gleichzeitige Beförderung von (Klein-)Gruppen verhindert. Lösungen, die sich nur an Einzelreisende oder Paare wenden, werden jedoch nicht auf ausreichende Nachfrage treffen, die diesen Service rentabel anbieten ließe. Lediglich in Regionen mit hohen Frequenzen fahrradtouristischer Nachfrage gibt es bislang derartige Angebote und selbst dort wird das Angebot in nur wenigen Fällen gut angenommen.

Nur ein geringer Prozentsatz der Marketingorganisationen musste Transportangebote für Radfahrer und Gepäck aufgrund schlechter Erfahrungen einstellen. Gründe für das Scheitern waren zumeist Probleme im organisatorischen Ablauf sowie eine zu geringe Nachfrage.

Abb. 65: Erfahrungen der regionalen Marketingorganisationen mit Angeboten zu Radlertaxis



Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

3.8.2 Fahrrad und Bahn

Fast drei Viertel aller Radurlauber nutzen zur Anreise an ihren Urlaubsort bzw. den Startpunkt ihrer Radreise den eigenen Pkw. Auch mit dem Wohnmobil reisen Radurlauber im Vergleich zu den sonstigen Urlaub-

bern überdurchschnittlich häufig an (vgl. Kapitel IV.3.6). Fahrradheck-, Dach- oder Anhängerkuppelungsträger sind für nahezu alle Autotypen und Wohnwagen erhältlich und fassen teilweise bis zu vier Fahrräder. Je nach Ausstattung und Hersteller kosten diese, inzwischen leicht handhabbaren Radtransportsysteme zwischen 100 und 400 Euro und ermöglichen dadurch zeitlich und räumlich flexible Radreisen oder Ausflüge.

Tab. 26: Vor-/Nachteile der Nutzung des eigenen Pkws/Wohnmobils gegenüber öffentlichen Transportmitteln

Pro	Kontra
<ul style="list-style-type: none"> ▶ zeitlich flexible An-/Abreise, keine Bindung an Fahrpläne ▶ räumlich flexible An-/Abreise, keine Bindung an Haltepunkte des öffentlichen Verkehrsnetzes ▶ eignet sich für Radreisende mit fester Unterkunft und täglichen Radausflügen mit festem Startpunkt 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Umweltbelastung ▶ für Etappenreisen mit wechselnden Unterkünften und unterschiedlichem Start- und Endpunkt der Reise absolut ungeeignet ▶ Parkplatzproblematik: Bei Rundreisen mit gleichem Start-/Zielpunkt, aber wechselnden Unterkünften ist ein Dauerstellplatz für den Pkw nötig.

Quelle: dwif 2009

Die Alternative zur Nutzung des eigenen Pkws/Wohnmobils ist die An- und Abreise mit der Bahn.

Mit einem speziellen Unterpunkt widmet sich die Deutsche Bahn auf ihrem Internetportal dem Thema „Bahn & Fahrrad“ und informiert über die „Fahrradmitnahme im Zug“, „Bahn & Bike international“, „Call a Bike“, „Fahrrad mieten“ und „Kuriergepäck“. Zudem hat die Deutsche Bahn eine Radfahrer-Hotline eingerichtet. Unter dieser gebührenpflichtigen Nummer erhält man Auskunft zu den Fahrrad-Angeboten der Deutschen Bahn im Nah- und Fernverkehr (vgl. www.bahn.de).



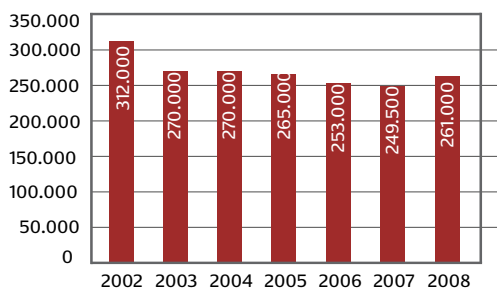
Neben diesen fahrradfreundlichen Angeboten der Deutschen Bahn gibt es aktuell noch Bedingungen, die bei der Mitnahme des Fahrrads im Zug zu beachten sind. Grundsätzlich ist nicht in allen Zügen der DB die Fahrradmitnahme erlaubt. Bis auf einige Ausnahmen im Nahverkehr, ist die Fahrradmitnahme in Zügen der DB kostenpflichtig (zwischen 3,50 Euro bis 15 Euro). Im Fernverkehr ist darüber hinaus auch eine Stellplatzreservierung erforderlich.

Fernverkehr

Die Mitnahme des Fahrrads im Fernverkehr der Deutschen Bahn ist aktuell im Nachtreiseverkehr in mehreren Zügen der CityNightLine (CNL) bei EuroNight und D-Nacht möglich. Tagsüber erlauben dies vereinzelte Intercity- bzw. Eurocity-Züge. Eine Mitnahme des Fahrrads im deutschen Hochgeschwindigkeitszug ICE ist derzeit noch nicht möglich.

2008 ist erstmals wieder eine Zunahme der beförderten Fahrräder im DB-Fernverkehr zu verzeichnen, nachdem insbesondere die Abschaffung des mit Fahrradabteilen ausgestatteten InterRegios im Dezember 2002 – die günstigere Alternative zum IC/ICE im Fernverkehr – zu einem Rückgang bei der Fahrradbeförderung führte.

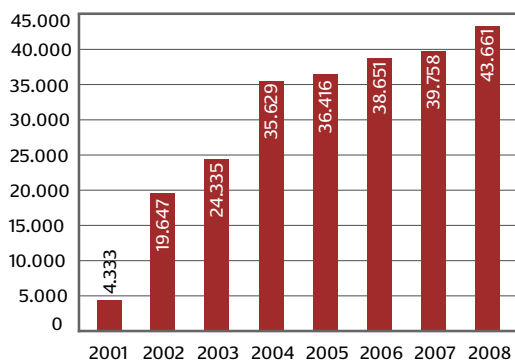
Abb. 66: Beförderte Fahrräder im DB-Fernverkehr



Quelle: ADFC 2009

Durch die Einführung des Fahrradwagens bei der CNL im Jahr 2001 steigt die Zahl der transportierten Fahrräder in den DB-Nachtzuglinien seit dem zusehend an. Alleine auf der Nachtzug-Linie Hamburg–Zürich wurden 2007 4.397 Fahrräder befördert. Dennoch stellen die im Nachtreiseverkehr beförderten Räder nur einen Bruchteil des gesamten Fahrradbeförderungsvolumens dar. Die Verluste durch den Wegfall des InterRegios können hierdurch nicht kompensiert werden könnten.

Abb. 67: Beförderte Fahrräder in den DB-Nachtzuglinien



Quelle: ADFC 2009

Auch im internationalen Verkehr konnten im Jahr 2008 Zuwächse (40.400 Fahrradkarten; plus 12,6 % im Vergleich zu 2007) bei den verkauften Fahrradkarten verzeichnet werden. Die sprunghafte Zunahme der beförderten Fahrräder bei der CNL und den verkauften internationalen Fahrradkarten belegt, dass gute Angebote auch gerne angenommen werden und Radreisende dadurch auf die Schiene geholt werden können. Sie sollten deshalb auch im Tagesreisefernverkehr der Deutschen Bahn geschaffen werden.

Nahverkehr

Fahrräder können prinzipiell in allen Zügen des Nahverkehrs (IRE, RE, RB, S-Bahn) mitgenommen werden. Viele Nahverkehrszüge sind mit Mehrzweckabteilen für Fahrräder und Radfahrer ausgerüstet. Räder können auch im Einstiegsbereich abgestellt werden.

Um die bereits durch den Berufsverkehr stark frequentierten Züge nicht zusätzlich zu belasten, wird in einigen Verkehrsverbünden die Mitnahme in Spitzenzeiten beschränkt.

Die Preise für die Fahrradmitnahme in den Verbünden weichen zumeist von den Tarifen der Deutschen Bahn ab. Zum Teil ist dieser Service auf bestimmten Strecken sogar kostenlos.

In der von der DB aufgelegten Broschüre „Bahn & Bike – Reisen mit Zug und Fahrrad“ werden verschiedene Fahrradbeförderungsangebote regionaler Verkehrsverbünde in den einzelnen Bundesländern vorgestellt. Hervorzuheben sind hier insbesondere Radlerzüge mit Abteilen für Fahrräder. Sie verkehren zumeist nur saisonal an Wochenenden und Feiertagen. Die Fahrradmitnahme ist kostenlos.

Tab. 27: Fahrrad-Züge (Auswahl)

Bezeichnung	Region/Bundesland	weitere Informationen
Schwäbische Albbahn	Schwäbische Alb, Baden-Württemberg	Ulm Hbf – Kleinengstingen Mai bis Oktober
Enztäler Freizeitexpress	Nordschwarzwald, Baden-Württemberg	Stuttgart – Bad Wildbad Bf Mai bis Oktober
Naturpark-Express „Oberes Donautal“	Schwäbische Alb, Baden-Württemberg	Sigmaringen – Immendingen Mai bis Oktober
WestFrankenBahn „Radlzug Main-Tauber“	Bayern/Baden-Württemberg	Aschaffenburg – Wertheim April bis Oktober
Fahrradzug Nürnberg – Passau	Bayern	Nürnberg – Regensburg – Passau April bis Oktober

Quelle: Deutsche Bahn 2008

3.8.3 Fahrrad als Kuriergepäck für Bahnreisende

Durch die Zusammenarbeit der Deutschen Bahn mit dem Hermes-Versandservice können Bahnreisende ihr Fahrrad – und auch andere Gepäckstücke – als Kuriergepäck vorweg an ihr Reiseziel schicken. Dieser Service ist insbesondere für Radfernreisende innerhalb Deutschlands interessant, für die der eigene Transport des Rads an ihr Reiseziel entweder körperlich oder technisch nicht möglich ist. Zielgruppen sind hier insbesondere Radreisende mit dem ICE.

Der Fahrradtransportservice kann beim Kauf der Fahrradkarte oder telefonisch bestellt werden. Bei der Abholung durch den Hermes-Versandservice muss das Fahrrad transportgerecht verpackt sein. Die Zustellung dauert innerhalb Deutschlands in der Regel zwei Werktage (Ausnahme Nordseeinseln und Hiddensee) und kostet pro Fahrrad rund 25 Euro. Der Fahrradversand ist grenzüberschreitend auch nach Luxemburg, Österreich, in die Schweiz und nach Südtirol (Italien) möglich.

Dieser Service ist aktuell jedoch nur an Bahnreisende gebunden. Eine Ausweitung dieses Services auch auf Nicht-Bahnreisende wie Autofahrer, die keine Fahrradtransportmöglichkeit haben, oder Fluggäste kann Anreiz geben, auch weiter entfernte deutsche Radreiseziele anzusteuern. Insgesamt sollte dieser Service jedoch noch besser kommuniziert werden.

3.8.4 Fahrrad und Bus

Erfolgreiche Angebote für die Radbeförderung im Busverkehr gibt es vergleichsweise wenige (siehe Abbildung 68).

Da in Linienbussen Fahrräder nur in begrenztem Umfang mitgenommen werden können, gibt es in einigen Regionen spezielle Angebote im Fahrradbus-Verkehr. Ein Beispiel für diese Angebote findet sich in der Grafschaft Bentheim.

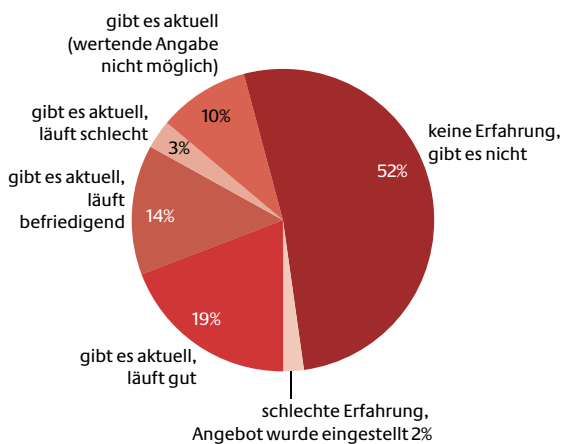
Praxisbeispiel: Der Fietsenbus in der Grafschaft Bentheim

Als Service für Radfahrer führen von März bis Oktober vier Busse der örtlichen Verkehrsgesellschaft Fahrradanhänger für bis zu 15 Räder mit. Die Fahrräder werden vom Radler selbst auf den Anhänger gestellt und befestigt. Die Mitnahme des Fahrrads kostet pauschal 1,20 Euro. Hinzu kommt noch der Personenfahrpreis je nach Strecke. Eine Reservierung ist nicht möglich bzw. nötig. Über Sehenswürdigkeiten auf diesem Ausflug mit Bus und Rad wird auf der kostenlos im Internet verfügbaren „Fietsenbus-Ausflugskarte“ informiert. Der Fahrplan des Fietsenbusses steht ebenfalls zum kostenlosen Download zur Verfügung.



Dieses Beispiel zeigt, dass es möglich ist, mit Radlerbussen Ausflüge in die Region anzubieten, die auch für nicht so sportliche Gäste Naturerlebnis und Benutzerkomfort unter einen Hut bringen. Sicherlich eine Idee, die in Kooperation von ÖPNV und Tourismusorganisation auch andernorts umgesetzt werden könnte und sollte.

Abb. 68: Erfahrungen mit dem Angebot an Fahrrad-bussen



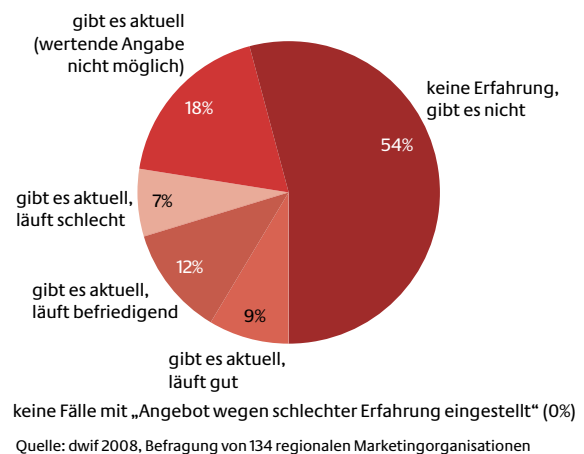
Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

3.9 Radaufbewahrung

Die sichere Fahrradaufbewahrung ist angesichts hoher Anschaffungskosten von Fahrrädern (hohe vierstellige Stückpreise sind heute keine Ausnahme mehr) und geltender Haftungsbedingungen von Hausratversicherungen (abgeschlossener Raum oder Vergleichbares) heute ernst zu nehmende Forderungen, die Fahrradtouristen an Anbieter (Beherbergungsbetriebe, kulturelle und sehenswerte Einrichtungen, öffentliche Abstellplätze) stellen.

Für Radreisende mit Gepäck eignen sich spezielle Fahrradboxen mit Pfandschlössern, in denen das gesamte Fahrrad sogar mit den Gepäcktaschen wettergeschützt eingeschlossen werden kann.

Abb. 69: Erfahrungen mit dem Angebot an Fahrradboxen



Immerhin berichtet rund die Hälfte der Tourismusregionen, dass es dort derartige Einrichtungen bereits gibt, allerdings auch, dass sie mit unterschiedlichem Erfolg betrieben werden. Bedauerlicherweise werden diese Boxen nicht nur von Radurlaubern genutzt, sondern oftmals auch zweckentfremdet und zerstört. Eine andere Variante, die sich insbesondere für Radausflügler ohne größeres Gepäck eignet, sind an den Radabstellanlagen angebrachte kleinere (Pfand-) Schließfächer, in denen z. B. der Fahrradhelm, das Werkzeug oder die Luftpumpe diebstahlsicher Platz findet.

Aus touristischer Sicht erscheint am ehesten dort Bedarf, wo Fahrradtouristen mit Gepäck entlang attraktiver Routen zum Anhalten oder zu Besichtigungen angereizt werden sollen (Museen, Attraktionen). Wenn diese Einrichtungen die „sichere Aufbewahrung“ der Fahrräder und des Gepäcks aktiv anbieten und dies auch entsprechend kommunizieren, könnte die Besuchsbereitschaft von Radtouristen möglicherweise gesteigert werden und damit die Zusatzinvestition kostenneutral ausfallen. Noch zu ermitteln wäre die Zahlungsbereitschaft, die Fahrradtouristen für diesen Zusatzservice mitbringen.

Ein weiteres Einsatzfeld für sichere Fahrradverwahrungen ist überall dort zu sehen, wo hohe Konzentrationen von Fahrrädern anzutreffen sind. Vor allem in (Groß-)Städten an Park-and-Ride-Bahnhöfen bzw. deren Fahrradäquivalent „Bike & Ride“ (Umstiegsstellen vom Fahrrad auf den ÖPNV) oder in Innenstädten sollten diese Angebote existieren, die dann allerdings weniger von Touristen als vielmehr von Einheimischen in Anspruch genommen werden.



Praxisbeispiel: Fahrradboxen des Verkehrsverbundes Rhein-Ruhr

Unter dem Signet „B+R“ (bike and ride) bietet der Verkehrsverbund Rhein-Ruhr seinen Kunden an rd. 70 Stationen Fahrradboxen in zwei Varianten an: als leere Box zum Abstellen des eigenen Fahrrades (blaue Farbe) oder als Box mit einem Mietrad (rote Farbe). Das Öffnen und Schließen der Boxen erfolgt mit einer Chipkarte. Die Nutzungszeit wird elektronisch erfasst und wahlweise stunden-, tages-, monats- oder jahresbezogen abgerechnet. Die Jahresmiete einer leeren Box beträgt beispielsweise 80,- Euro. Die B+R Stationen werden unter www.vrr.de im Internet aufgelistet (Rubrik Auto und Co.).



3.10 Rad-relevante Versicherungen

In Deutschland besteht zurzeit keine Versicherungspflicht für Fahrräder. Es bleibt jedem Fahrradfahrer selbst überlassen, sich gegen die Risiken des Fahrradfahrens – sei es die Fahrt zum Einkaufen, eine Tages tour ins Grüne oder eine mehrtägige Fahrradreise – individuell zu versichern. Sofern eine private Haftpflicht- und/oder Unfallversicherung abgeschlossen wurde, ist das Fahrradfahren in der Regel zumindest für diese Risiken weltweit abgesichert. Aber auch hier gilt es, die Versicherungsbedingungen daraufhin genau zu lesen, ob auch das Fahrradfahren uneingeschränkt abgedeckt ist.

Da Fahrräder grundsätzlich zum Hausrat gehören, ist der Einbruchdiebstahl über eine Hausratversicherung abgedeckt, sofern sie sich in einem geschlossenen Gebäude oder einer verschlossenen Garage befinden.

In Deutschland werden jährlich rund 400.000 Fahrräder gestohlen bzw. als gestohlen gemeldet. Der hieraus resultierende jährliche Schaden wird von der Bundesregierung (Fahrradverkehrsbericht) mit ca. 150 Mio. Euro beziffert. Die Aufklärungsquote von Fahrraddiebstahlsdelikten bewegt sich zwischen 9 und 10 %.

Zur Absicherung darüber hinausgehender Risiken werden derzeit in Deutschland folgende Versicherungsmöglichkeiten angeboten:

- ▶ Zusatzklausel/-versicherung zur Hausratversicherung
- ▶ spezielle Fahrradversicherungen
- ▶ Reiseversicherungen (spez. Reisegepäck)
- ▶ Reiseversicherung für Reisen in Deutschland (z. B. TID, Europäische Reiseversicherung).

Aufgrund hoher Schadensquoten gibt es nur wenige Spezialversicherer, die sich dem Metier Fahrrad verschrieben haben.

Als Mitglied in einem Fahrradverein besteht evtl. bereits Versicherungsschutz für Haftpflichtrisiken, Unfallrisiken und/oder Rechtsschutz.

Setzt man die (allerdings nur unvollständigen und dem Datenschutz unterliegenden) Angaben zum Bestand an individuellen Fahrradversicherungen in

Bezug zur Zahl der laut ADFC 21 Mio. Fahrradreisenden, so ist davon auszugehen, dass von diesen über 90 % einen nur unvollständigen bzw. lückenhaften Versicherungsschutz haben.

Im Gegensatz zu Deutschland besteht in der **Schweiz eine Versicherungspflicht** für Fahrradfahrer (Kinder sind frei, solange sie nicht die Straße benutzen, d. h. bis zu einem Alter von sechs bis acht Jahren). Dokumentiert wird diese Pflichtversicherung durch die „**Velovignette**“ (= Haftpflichtversicherung für Personen- und Sachschäden) für jeweils 1 Jahr. Die Versicherungssumme beträgt mindestens 2 Mio. sFr und der Preis pro Person und Jahr 5–7 sFr. Ausgabestellen sind Kantone, Verbände oder Großverteiler, die einen Kollektivvertrag mit einer Privat-Haftpflichtversicherung abgeschlossen haben. Bei Fahrradfahren ohne Velovignette droht ein Bußgeld in Höhe von 40 sFr. Fahrradturlauber in der Schweiz benötigen keine Velovignette, es wird aber eine Privat-Haftpflichtversicherung, die auch Fahrradunfälle im Ausland abdeckt, empfohlen. Die Velovignetten decken ausschließlich die Haftpflichtrisiken ab, Diebstahl u. a. kann/soll zusätzlich versichert werden.

Ein Beispiel hierfür ist die sog. „Vignette velo-assistance“, die für ca. 20 sFr zusätzlich zur Haftpflichtversicherung noch folgende Leistungen enthält:

- ▶ Unfallkasko bis 1.000 sFr (100 sFr Selbstbeteiligung)
- ▶ Rechtsschutz bis 50.000 sFr
- ▶ Todesfallkapital 3.000 sFr
- ▶ unbeschränkter Transport ins Krankenhaus
- ▶ Erstattung der Rückfahrkosten zum Wohnort 200 sFr (Schweiz) bzw. 500 sFr (Ausland)
- ▶ Kostenvorschuss für Krankenhausaufenthalt im Ausland 5.000 sFr



Praxisbeispiel: Pannenhilfe in den Niederlanden

Ein gutes Beispiel für praktische Pannenhilfe gibt es in den **Niederlanden**, einem Land, das mit einem Bestand von 18 Mio. Fahrrädern bei 16,2 Mio. Einwohnern sicherlich eine Spitzenstellung beim Fahrradbesatz einnimmt.

Der ANWB, die niederländische Schwestergesellschaft des ADAC, hat überall in den Niederlanden sogenannte Pannenkoffer abgestellt. In Gaststätten, auf Campingplätzen und bei Fahrradunterständen können so problemlos Reifen geflickt werden. Der Koffer enthält neben Flickzeug und Luftpumpe auch Schraubenschlüssel, Spezialwerkzeug und eine Verbandskiste. Die Nutzung ist gratis, den Kofferschlüssel erhält man beim entsprechenden Anbieter.

Allerdings ergeben sich nicht nur für Fahrradfahrer Risiken, die es ggf. zu versichern gilt, sondern auch Anbieter von fahrradtouristischen Angeboten und Dienstleistungen sollten genau prüfen, inwieweit ihr Versicherungsschutz ausreichend ist. Hierbei sind sowohl die Eigentümer bzw. die für die Sicherungspflicht der Wege zuständigen Institutionen (i. d. R. die Kommunen) zu nennen als auch die Anbieter von fahrradtouristischen Pauschalen wie z. B. Veranstalter und touristische Marketingorganisationen. Bei den Handlungsempfehlungen in Kapitel VII.3.13 befinden sich Checklisten, die für verschiedene radtouristische Einrichtungen bzw. Personen entsprechende Versicherungslösungen aufzeigen.

Grundsätzlich ergeben sich zum Thema „Fahrradtourismus in Deutschland“ verschiedene Ansätze für Versicherungen:

Für die **Anbieter von fahrradtouristischen Reisen** steht die gesamte Palette der für Reisevermittler und/oder Reiseveranstalter üblichen Versicherungslösungen zur Verfügung (Personen- und Sachschaden- sowie Vermögensschaden-Haftpflicht usw.). Diese werden den Kunden in der Regel optional angeboten oder in ein „Versicherungspaket“ integriert, welches dann als Mehrwert für den Kunden im Marketing kommuniziert wird. Sofern Tourismusregionen und -verbände als Veranstalter fungieren, sollten sie über entsprechende Rahmenvereinbarungen mit leistungsfähigen Versicherungen diese Optionen ebenfalls in ihre Angebote einbauen.

Zusätzlich ist für den **Eigentümer/Vermieter der Fahrräder** noch eine Fahrrad-Kasko-Versicherung empfehlenswert, die für bestimmte definierte Gefahren, die zu einem Schaden am Fahrrad selbst führen, Versicherungsschutz bietet. Vor allem bei der Fahrradvermietung sollte diese Zusatzmöglichkeit

dem Mieter aktiv angeboten werden, da hierdurch Provisionserlöse erzielt werden können und die Kunden vor hohen Ersatzleistungen geschützt werden.

Darüber hinaus könnten für die Reisetilnehmer, die die Fahrräder leihen oder nutzen, noch folgende Zusatzdeckungen geboten werden, deren Kosten jedoch von den **Anbietern/Veranstaltern des Fahrradtourismus** getragen werden müssten:

- ▶ **Privathaftpflicht**
Wie erwähnt, gibt es in Deutschland keine Versicherungspflicht für Fahrradfahrer für von ihnen schuldhaft verursachte Drittschäden. Da hier ohne Änderung der Rechtslage (wie beispielsweise in der Schweiz) auch kein „Zwang“ auf den Reisenden ausgeübt werden kann, eine derartige Versicherung abzuschließen oder deren Bestehen nachzuweisen, könnte eine subsidiäre Zusatz-Privathaftpflicht für die Reisenden, die Fahrräder mieten, angeboten werden. Vergleichbare Zusatz-Privathaftpflicht-Deckungen gibt es schon für Mieter von Ferienhäusern im Hinblick auf von diesen während der Mietdauer verursachte Schäden am Mobiliar der Ferienwohnungen/-häuser.
- ▶ **Unfallzusatzversicherung**
Eine solche Deckung wäre z. B. als Gruppenvertrag ohne Namensnennung für alle Teilnehmer von Fahrradtourismusreisen denkbar. Auch hier würde der Veranstalter bzw. Verleiher diese Deckung vorhalten (vergleichbar mit den bei einigen Kreditkarten inkludierten Unfallschutz-Versicherungsleistungen bei Zahlung einer Reise mit dieser Kreditkarte).
- ▶ **Haftpflichtzusatzdeckung für den Fahrradverleih-Betrieb**
Wenn durch einen Mangel am Fahrrad, den der Verleiher zu vertreten hat, ein Reisetilnehmer zu Schaden kommt und der Verleiher über keine oder keine ausreichende Betriebshaftpflicht-Deckung verfügt, könnte diese Versicherung – zumindest für den Tatbestand der Personenschäden – zusätzlich vom Veranstalter vorgehalten werden. Im Sinne einer möglichst durchgängigen Servicegarantie für Gäste sicherlich ein äußerst sinnvolles Unterfangen.



Fazit:

Das radtouristische Angebot in Deutschland ist bereits vielfältig, dennoch kann keinesfalls von einem flächendeckenden einheitlichen Standard gesprochen werden.

Das vermarktete touristische Radroutennetz in Deutschland beläuft sich auf rund 75.000 km. Bei der Ermittlung dieser Kilometerangabe musste jedoch für einige Länder ein großes Informationsdefizit zur Radinfrastruktur festgestellt werden.

Besonders Genuss- bzw. Trekkingradfahrer können aus einem breiten radtouristischen Angebot in Deutschland wählen, während die Angebote für Mountainbiker und Rennradfahrer nur sehr beschränkt sind.

Die bedeutendsten deutschen Radfernwege werden im D-Netz, dem nationalen Radroutennetz, miteinander verknüpft. Auf diesen mit einheitlichen Logo und durchgängigen Qualitätsstandards ausgestatteten Hauptachsen des deutschen Radroutennetzes soll eine durchgängige Querung Deutschlands möglich sein. Sämtliche Bundesländer sollen an dieses Netz angeschlossen werden.

Zur Gewährleistung von Qualitätsstandards, aber auch zur Nutzung des Qualitätssiegels zu Marketingzwecken, wurden bereits – teils regional unterschiedliche – Zertifizierungssysteme für Radrouten und für das radfreundliche Gastgewerbe auf den Weg gebracht (z. B. ADFC-Radroutenzertifizierung, Bett & Bike, Qualitätsbetrieb Bike Arena Sauerland etc.).

Die Zertifizierungsinitiativen des ADFC zur Radroutenzertifizierung und zu Bett & Bike sind bereits ein guter Anfang bei der Schaffung einer deutschlandweiten Qualitätssicherungsinitiative. Bundesweit gültige Standards bei der Routenqualität sollen formuliert und deutlich kommuniziert werden.

Eine Kopplung der allgemeinen Sterneklassifizierungen für Beherbergungsbetriebe von DTV und DEHOGA mit der Bett & Bike-Zertifizierung sowie eine Ausweitung dieser auf Ferienwohnungen wäre wünschenswert.

Das Angebot an Informationsmöglichkeiten für Radreisende ist vielfältig. Neben den klassischen Printprodukten wie Fahrradkarten, -magazinen und -zeitschriften existieren auch zahlreiche Internetplattformen, Radrouenplaner und mobile Informationsdienste wie GPS. Die digitalen Medien sind klar im Trend. Das Internet ist für die Gesamtplanung von Radreisen das Informationsmedium Nummer eins, jedoch behalten herkömmliche Fahrradkarten, Kartenausdrucke oder Infoflyer gerade auf der Radtour eine außerordentliche Bedeutung.

Das Gros der Radreisen wird individuell durchgeführt. Radreiseveranstalter bekommen bei der Reiseplanung eine zunehmende Bedeutung. Auch bei den Pauschalradreisen überwiegt das Angebot für den Radwanderer. Der Nordosten Deutschlands ist ein beliebtes Reiseziel der Pauschalradreisen.

Die Angebotspalette an Transportmöglichkeiten für Radfahrer und ihr Gepäck variiert regional sehr stark. Fahrradbusse, Radlertaxen oder Gepäcktransportservices gibt es nur in vereinzelten Gebieten und sie sind bei Weitem noch kein Standard-Service einer Radregion. Nicht nur im Nahverkehr kann die Mitnahme des Fahrrads Probleme bereiten. Im Fernverkehr der Deutschen Bahn ist sie bisher nur in wenigen Zügen möglich.

VI Die Vermarktung des Radtourismus in Deutschland

1 Marketing auf Bundesebene – Incoming

Radurlaub hat Potenzial für das Incoming: Bisher kommen nur 5 % der Radurlauber aus dem Ausland (v. a. aus den Niederlanden). Den Radwegen, welche die Natur- und Kulturlandschaften Deutschlands erschließen, wird eine zunehmende Bedeutung in der Werbung für das Reisland Deutschland gegeben.

Die Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. hat für 2009 das Themenjahr „Aktivurlaubsziel Deutschland“ ausgerufen und wirbt – in Kooperation mit dem ADFC – in den ausländischen Quellmärkten für „Deutschland per Rad entdecken“. Die Broschüre „Deutschland per Rad entdecken“ des ADFC und der Deutschen Zentrale für Tourismus e. V. portraitiert die herausragenden deutschen Radfernwege mit dem Focus auf ausländische Märkte und wird in insgesamt fünf Sprachen vertrieben. Akzente im Marketing werden in Österreich und in der Schweiz gesetzt.

2 Marketingschwerpunkte bei regionalen und Landestourismusorganisationen

Mithilfe von Website-Checks und daran anschließenden Befragungen der Tourismusorganisationen auf regionaler und Bundesländerebene konnte ein umfassendes Bild von der Art der Vermarktung radtouristischer Angebote in allen relevanten Tourismusregionen gewonnen werden.

Mit einem Online-Fragenbogen wurden 134 regionale Tourismusorganisationen befragt, der von 94 beantwortet wurde (was einer Rücklaufquote von rund 70 % entspricht). Die 16 Landestourismusmarketingorganisationen konnten dabei sowohl durch die Online-Befragung als auch durch Telefoninterviews vollständig erreicht werden.



2.1 Zielgruppen

Wie sich schon an der vergleichsweise geringen Anzahl von Angeboten für Mountainbiker und Rennradfahrer, die die Radreiseveranstalter vorhalten (vgl. Kapitel V.3.5), erkennen lässt, dominieren in Deutschland insgesamt eindeutig die Radwanderer bzw. Trekkingradler. Im Durchschnitt setzen sich – nach Einschätzungen der Tourismusregionen – die Radreisenden in den Regionen

- ▶ zu 77 % aus Radwanderern/Trekkingradlern,
- ▶ zu 13 % aus Mountainbikern und
- ▶ zu 10 % aus Rennradfahrern zusammen.

Überdurchschnittlich präsent sind Mountainbiker in den bergigen Regionen wie der Fränkische Schweiz, dem Frankenwald, Schwarzwald, Hunsrück, Tegernseer Tal, Tölzer Land und Sauerland. Im Harz und im Taunus stellen sie sogar mit jeweils über 70 % den klar dominierenden Radfahrertypus dar.

Rennradfahrer finden sich überdurchschnittlich häufig an der Ostsee in Schleswig-Holstein, in Ostbayern, Siegerland-Wittgenstein, in der Frankenalb, im Odenwald, Pfaffenwinkel, Tegernseer Tal und auch im Harz und im Sauerland. In der Naturarena Bergisches Land machen Rennradfahrer sogar einen Anteil von bis zu 60 % aus.

Vermarktungsschwerpunkte

Die unterschiedliche Zusammensetzung der Radtouristen aus Radwanderern, Mountainbikern und Rennradfahrern spiegelt sich in der aktuellen Vermarktung der Tourismusmarketingorganisationen wider.

Das Thema **Radwandern** hat bei über drei Vierteln der Regionen – nach eigenen Aussagen – eine **große bis sehr große Bedeutung** bei der Vermarktung. Für ein Fünftel ist das Radfahren nur eines von vielen anderen Themen, genießt also keinen besonderen Status und nur eine kleine Minderheit der Regionen gab an, dass das Radfahren für sie gar keine Bedeutung hat. In aller Regel werden von den Tourismusmarketingorganisationen das Radwegenetz bzw. Radtouren für den Trekking-Genussradfahrer beworben.

Bei dem Website-Check der Internetauftritte der Tourismusmarketingorganisationen auf regionaler Ebene konnten insgesamt fast 1.700 Beiträge zu Radwanderwegen und sonstigen Tourenvorschlägen registriert werden. Auf Ebene der Landesmarketingorganisationen waren dieses 812 Beiträge. Dies spiegelt jedoch nicht die Gesamtzahl der Radwandererinnen wieder, da natürlich mehrere Regionen für ein und dieselbe werben können.

Mountainbiking und Rennradfahren genießen eine weit **weniger ausgeprägte Vermarktungsintensität** in Deutschland. Für nur je etwa 6 % der Regionen hat das Thema Mountainbiking und Rennradfahren bei der Vermarktung große bis sehr große

Bedeutung. Insgesamt wird in nur rund einem Drittel aller Regionen das Thema Mountainbiking mehr oder weniger intensiv beworben. In den restlichen zwei Dritteln wird es kaum bzw. gar nicht herausgestellt. Zum Thema Rennrad haben sogar fast 90 % keine spezifischen Angebote im Programm. Konkrete Informationen für Mountainbiker konnten beim Website-Check auch nur bei 11 der 134 regionalen sowie immerhin bei 5 der 16 Websites der Landestourismusmarketingorganisationen gefunden werden.

Die für das Mountainbiking geeigneten Gebiete sind in Deutschland natürlich in weit geringerem Ausmaß vorhanden als die für Radwanderungen, weswegen der geringere Verbreitungsgrad nicht überrascht. Dennoch können gerade Regionen, die sich hierfür besonders eignen, für den Mountainbiker stärkere Akzente in der Angebotsgestaltung setzen.

Die Abfrage bei den Landesmarketingorganisationen ergibt tendenziell das gleiche Bild.

Eindeutig sind auch die Zeichen bei der zukünftigen Vermarktung der Angebote für Radwanderer: In fast allen Regionen sind weitere Aktivitäten in dieser Richtung geplant. Die restlichen 13 % wollen bei der Vermarktung im gleichen Maß weitermachen wie bisher.

Auch die Themen Rennradfahren und Mountainbiking sollen bei 20 % (Rennrad) bzw. 32 % (Mountainbike) der Regionen eine stärkere Berücksichtigung bei der zukünftigen Vermarktung finden.

Tab. 28: Bedeutung des Themas Radfahren/Rennradfahren/Mountainbiken in der aktuellen Vermarktung der regionalen Tourismusmarketingorganisationen (n = 94)

	(Genuss-)Radfahren	Mountainbiken	Rennradfahren
Sehr große Bedeutung	35 %	3 %	1 %
Große Bedeutung	42 %	3 %	5 %
Gleichrangig mit vielen anderen Themengebieten	20 %	28 %	5 %
Kaum eine Bedeutung	3 %	34 %	55 %
Keine Bedeutung	0 %	31 %	32 %
Weiß nicht/k. A.	0 %	1 %	2 %

Tab. 29: Bedeutung des Themas Radfahren/Rennradfahren/Mountainbiken in der zukünftigen Vermarktung der regionalen Tourismusmarketingorganisationen (n = 94)

	(Genuss-)Radfahren	Mountainbiken	Rennradfahren
Vermarktung wird ausgebaut und intensiviert	87 %	32 %	20 %
Vermarktung bleibt gleich	13 %	14 %	6 %
Vermarktung wird zurückgefahren	–		1 %
Auch weiterhin keine Vermarktung	–	54 %	73 %

Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

Dennoch bleibt Mountainbiking für knapp über die Hälfte und Rennradfahren für drei Viertel der Regionen weiterhin ein uninteressantes bzw. aufgrund räumlicher Begebenheiten nicht infrage kommendes Thema und findet keinen Eingang in die Öffentlichkeitsarbeit.

Der Schwerpunkt liegt in Deutschland klar auf Trekking- bzw. Genussradeln. Im Hinblick auf die deutschen Alpen und die Vielzahl der Mittelgebirge könnte die Angebotspalette für Mountainbiker breiter sein.

- ▶ Für Genussradler gibt es ausgewählte Routen und das Angebot eines Velobusses, welcher die Radfahrer mit ihrem Fahrrad auf die Höhen transportiert.
- ▶ Sprachauswahl: Englisch, Französisch und Niederländisch

2.2 Vermarktungswege

Sowohl bei den touristischen Regionen als auch bei den Bundesländern ist eindeutig das **Internet** das Vermarktungsmedium Nummer eins.

Die Auswertung der Inhalte der Internetauftritte mittels Website-Check ergab folgende Ergebnisse:

- ▶ Das Thema Radfahren ist auf Ebene der **Landes-tourismusmarketingorganisationen** in allen Bundesländern angekommen. Jedes Bundesland präsentiert in seinem Internetauftritt mindestens einen konkreten Radwanderweg. Zumeist handelt es sich – insbesondere bei den Flächenländern – um Radfernwege.
- ▶ Für den Website-Besucher gut auffindbar, wird von fast allen **Landestourismusmarketingorganisationen** – außer Berlin – „Radfahren“ als **eigener Themenblock** behandelt. Im Unterschied zu den Marketingorganisationen der Stadtstaaten präsentieren die der Flächenländer diesen ausnahmslos und jeweils sehr ansprechend in Wort und Bild bereits auf ihren Startseiten.
- ▶ Im Gegensatz zu den Landesmarketingorganisationen wird Radfahren noch nicht bei allen **regionalen Tourismusmarketingorganisationen** als eine mögliche Urlaubsaktivität auf ihren

i

Praxisbeispiel: Zielgruppenansprache

Gut gelungen ist die Zielgruppenansprache auf der Internetseite der Schwarzwald Tourismus GmbH (www.schwarzwald-tourismus.info):

- ▶ Bereits auf der Startseite werden Mountainbiker und Rennradfahrer mit einem eigenen Button angesprochen und erhalten, dem Link folgend, umfangreiche Informationen.
- ▶ Neben zahlreichen Tourenvorschlägen, jeweils mit Links zu radfahrerfreundlichen Unterkünften und weiteren Serviceangeboten entlang der Strecke, erlaubt ein individueller Radroutenplaner den Abruf aller relevanten Daten (GPS-Tracks, Höhenprofil, nützliche Adressen etc.).
- ▶ Es wird auf aktuelle (Sport-)Veranstaltungen für die Zielgruppen hingewiesen und zu den örtlichen Mountainbikeparks verlinkt.

Websites beworben. Konkrete Vorschläge zu befahrbaren Wegen und Routen geben insgesamt rund 84 % von ihnen, während auf den Seiten der Landesmarketingorganisationen in allen Fällen konkrete Routen vorgestellt werden. Auf 11 % der regionalen Websites wurde zwar die allgemeine Auskunft gegeben, dass Radfahren möglich sei, jedoch ohne konkrete Tourenvorschläge. 5 % sprechen das Thema überhaupt nicht an.

- So wird auch nur bei rund drei Vierteln der regionalen Tourismusmarketingorganisationen Radfahren als **eigenständiger Themenpunkt** präsentiert. Häufig wird Radfahren zusammen mit Wandern vermarktet. Bei etwa zwei Dritteln der Regionen wird versucht, dem Internet-Besucher das Radfahren gleich auf der Startseite schmackhaft zu machen.

Spezielle radtouristische **Printprodukte** zur direkten Bestellung oder zum Download, wie Prospekte oder Flyer über die jeweilige Region/das Land bzw. zu konkreten Routen, sind die jeweils am zweit- und dritthäufigsten verwendeten Vermarktungsvarianten:

- **Printprodukte** – Prospekte und Übersichtskarten – über die Radfahrmöglichkeiten in der Region bzw. im Bundesland stellen rund drei Viertel der Tourismusmarketingorganisationen zur Bestellung oder zum direkten Download zur Verfügung. Keine radtouristischen Printprodukte konnten in den drei Stadtstaaten registriert werden.
- **Konkrete Radwanderkarten** verschiedenster Verlage für die jeweiligen Regionen bzw. das Bundesland empfehlen nur knapp 30 % der regionalen Marketingorganisationen und auch nur vier der Landestourismusmarketingorganisationen auf ihren Homepages.

Folgende Printprodukte der Landestourismusmarketingorganisationen stehen zur Bestellung oder zum Download als Werbe- und Informationsmedium zur Verfügung:

- **„Bayernnetz für Radler“** präsentiert 111 Fernradrouten mit 8.700 km in Bayern. Zudem informiert die Broschüre darüber, auf welchen Strecken eine kostenfreie Fahrradmitnahme in Zügen des Nahverkehrs möglich ist, und enthält hilfreiche Internetadressen zur Planung der Fahrradtour.
- **„Radlerparadiese bequem erfahren“** ermöglicht in einem Maßstab von 1 : 375.000 einen Überblick über den Streckenverlauf der einzelnen Radfernwege in **Baden-Württemberg**. Dazu enthält der Prospekt interessante Tipps zu Sehenswürdigkeiten entlang der Routen in den Ferienlandschaften Schwarzwald, Schwäbische Alb und Bodensee sowie Informationen zur Beschaffenheit der Wege und zu ihrer Eignung für Kinder. Auch Anknüpfungen an die wichtigsten Radwege der angrenzenden Bundesländer, in die Schweiz und nach Frankreich sind auf der Karte eingezeichnet.
- Nach dem im Jahr 2005 herausgegebenen Katalog „Radfahren und Wandern 2005“ hat nun das **Saarland** mit **„Radfahren 2008“** diesem Thema ein eigenes Printprodukt gewidmet und bewirbt damit das SaarRadLand. Für 2009 ist zusätzlich der „Saarland-Radroutenplaner“, eine Sammlung verschiedener Tourenbeschreibungen geplant.
- Mit dem Prospekt **„Rad Paradiese Hessen“** kann der Leser sich von den Verhältnissen auf Hessens Radfernwegen ein Bild machen und wertvolle Tipps für den Ausflug per Rad erhalten. Neben den hessischen Radfernwegen werden besonders attraktive regionale Radrouten und Radregionen im Heft vorgestellt.
- Die **„Radwanderkarten Thüringen“** geben eine Übersicht zu allen Thüringer Fernradwegen und deren Querverbindungen.

- ▶ Mit **„SAX TRACKS Mountainbiken in Sachsen“** bietet Sachsen als einziges Bundesland eine spezifisch für Mountainbiker konzipierte Broschüre mit den wichtigsten sächsischen Angeboten.
- ▶ **„aktiv & draußen – Wandern, radeln und mehr in Niedersachsen“** ist das Magazin, mit dem Niedersachsen auf Bewegung und Erholung in der Natur – ob im Urlaub oder „nur“ auf einem Tagesausflug – Lust machen möchte. Das Magazin gibt einen Überblick mit einer Landkarte und bietet neue Urlaubsideen auf über 30 Seiten.
- ▶ Der Nordrhein-Westfalen Tourismus e. V. hat gemeinsam mit dem NRW-Landesverband des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs (ADFC) und der BARMER Ersatzkasse die 4. Ausgabe des beliebten radtouristischen Magazins **„NRWelo“** herausgegeben. Insgesamt werden 21 verschiedene Tages- und Mehrtagestouren sowie 16 Übernachtungspauschalen für jede Interessens- und Leistungsgruppe in NRW präsentiert.
- ▶ Das **„Radmagazin Rheinland-Pfalz 2008“** erfasst die schönsten Radfernwege und Themenradrouten in Rheinland-Pfalz. Zusätzlich bietet das Bundesland die **„Radwanderkarte“** in einem Maßstab von 1 : 266.000 an, die mit sieben Radfernwegen entlang der großen Flusstäler in Rheinland-Pfalz sowie weiteren attraktiven Routen zu erlebnisreichen Touren einlädt.
- ▶ Die **„Radland Brandenburg“-Karte** ermöglicht einen Überblick über das Streckennetz von rund 4.000 Kilometern sehr gut ausgebauter und beschilter Radwege in Brandenburg. Sie zeigt die Streckenverläufe aller 13 Radfernwege und der insgesamt 16 regionalen Radrouten mit Sehenswürdigkeiten am Wegesrand auf und gibt Informationen u. a. zu Bahneinstiegspunkten, Kontaktadressen sowie Kartenempfehlungen.

- ▶ Schleswig-Holstein hat in einem **„Radfernwege Flyer“** Informationen zu den zwölf Radfernwegen in einer Infomappe gebündelt. Außerdem bietet das Bundesland die Magazine **„Radfahren Nordsee“**, **„Radfahren Ostsee“** und **„Radfahren Herzogtum Lauenburg“** an, die mehr über Radfernwege und Themenrouten in den entsprechenden Regionen innerhalb des Landes informieren. Für das Binnenland in Schleswig-Holstein ist die praktische Radkarte **„Urlaub auf zwei Rädern“** konzipiert.
- ▶ **„Mit dem Rad durch den Norden“** ist der Prospekt, mit dem Mecklenburg-Vorpommern seine sieben Radfernwege und 21 Radrundwege mit Übersichtskarten sowie Beherbergungs- und Ausflugstipps vorstellt.
- ▶ Will man mit dem Fahrrad in **Sachsen-Anhalt** fahren, so findet man hierzu, sowie zum Wandern, Reiten und Wassersport, in der Broschüre **„Aktiv im Naturreich“** Informationen. 18 Radrouten mit Tipps für Familien sowie zu Kultur, Veranstaltungen, Kulinarik und Literatur werden präsentiert.

Darüber hinaus sei nochmals auf den von der DZT und dem ADFC herausgegebenen Katalog „Deutschland per Rad entdecken“ hingewiesen, das einen Überblick über die schönsten Radfernwege und Radregionen in Deutschland gibt.

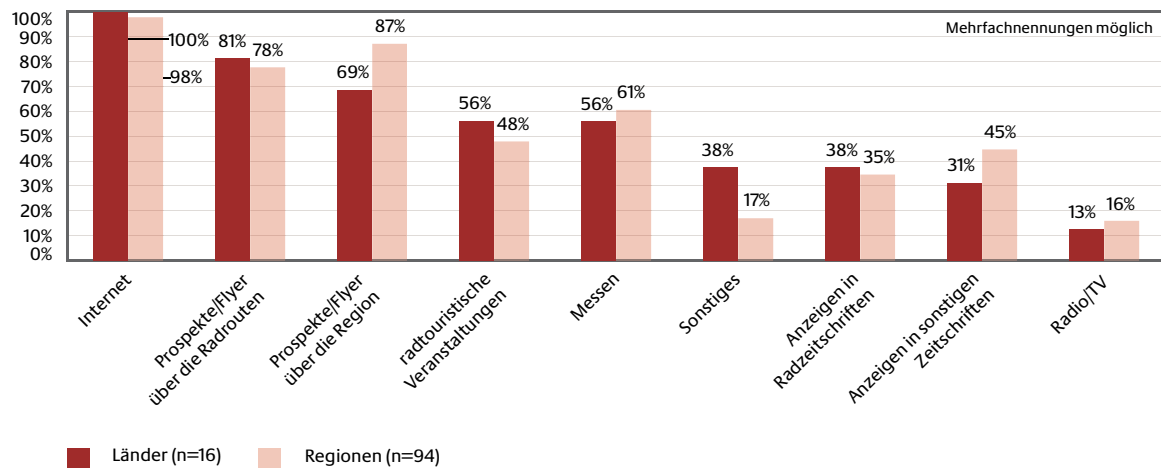
Nach Aussagen der Marketingorganisationen werden **Messen und sonstige radtouristische Veranstaltungen** im Durchschnitt jeweils von der Hälfte der Regionen bzw. Länder genutzt, um auf das jeweilige Radangebot aufmerksam zu machen. Der Interessent sucht hier Anreize sowie allgemeine Informationen über ein Reiseziel. Bei der konkreten Reisevorbereitung spielen Messen jedoch nur eine sehr untergeordnete Rolle (vgl. Kapitel IV.3.4 und siehe Kapitel VI.5).

Spezielle Radzeitschriften bzw. sonstige Zeitschriften/Zeitungen werden prozentual gesehen etwas häufiger von regionalen Tourismusmarketingorganisationen als Werbeplattform genutzt als von den Landesmarketingorganisationen. Radio und Fernsehen werden nur von einem geringen Prozentsatz der

Marketingorganisationen als Werbemedium eingesetzt. Hier handelt es sich auch zumeist um lokale oder regionale Sender.

Mountainbikefahrer. Auch hier wird die ausgeprägte Zielgruppenausrichtung auf Radwanderer in Deutschland ersichtlich. Aber auch die großen Aus-

Abb. 70: Informationsmedien der Tourismusmarketingorganisationen (Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: dwif 2008, Befragung von 16 Landesmarketingorganisationen und 134 regionalen Marketingorganisationen

2.3 Vermarktete Produkte

Radtouristische Produkte der Tourismusmarketingorganisationen können sein:

- ▶ Wegenetz
- ▶ Radpauschalen/Reisepakete
- ▶ GPS-Angebote
- ▶ Veranstaltungen rund um das Thema Radfahren bzw. Radsportveranstaltungen
- ▶ Besondere sonstige Serviceleistungen rund um das Thema Radfahren.

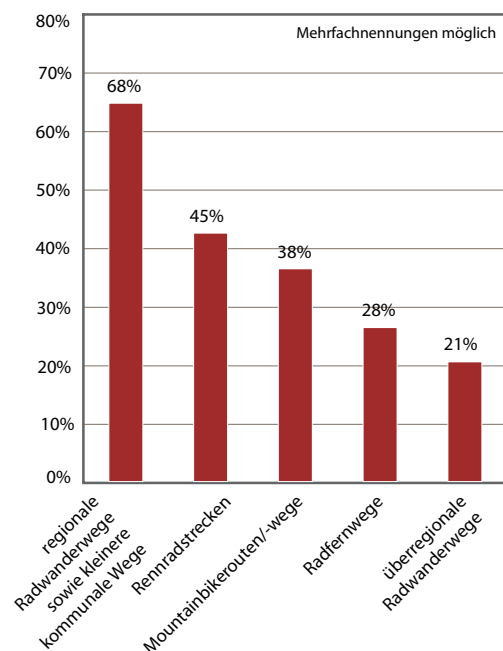
2.3.1 Das radtouristische Wegenetz

Das gesamte, mit dem Rad befahrbare Wegenetz in Deutschland ist groß und – wie bereits aufgezeigt – nicht eindeutig quantifizierbar. Auch die speziellen radtouristischen Wege sind schwer zu erfassen.

Bei der Hälfte der regionalen Tourismusmarketingverbände entspricht das von ihnen vermarktete touristische Radroutenangebot dem kompletten Bestand an touristisch beschilderten Radwander- und Radfernwegen in der jeweiligen Region. Lücken bestehen eindeutig am häufigsten bei kleineren regionalen bzw. kommunalen touristischen Radrouten, gefolgt von den Angeboten für Rennrad- und

hängeschilder im deutschen Radtourismus, die Radfernwege, werden nicht von allen zugehörigen Regionen vermarktet.

Abb. 71: Welche Radwege werden nicht vermarktet? (n = 94)



Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

Für die Vernachlässigung bestimmter Wege bei der Vermarktung auf Ebene der regionalen Tourismusmarketingorganisationen wurden folgende Gründe genannt:

Tab. 30: Gründe für die Nicht-Vermarktung existierender Radrouten durch regionale Marketingorganisationen (n = 94)

Mehrfachnennungen möglich	
Weg entspricht nicht unseren Qualitätsanforderungen	38 %
Weg entspricht nicht unserer Zielgruppenausrichtung	32 %
Konzentration auf „Leuchttürme“	30 %
Kostenaufwand für zusätzliche Vermarktung ist zu hoch	30 %
Das bereits vermarktete Angebot ist ausreichend	15 %
Arbeitsaufwand für zusätzliche Vermarktung ist zu hoch	13 %
Wege werden von einer anderen Organisation bereits vermarktet	6 %
Fehlende Abstimmung mit anderen vermarkteten Organisationen (Nachbarregionen)	6 %
Marketingorganisation steht noch am Beginn der Vermarktung	4 %

Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

Der am häufigsten genannte Grund – „Weg entspricht nicht unseren Qualitätsanforderungen“ – hängt eng mit den in einigen Bundesländern existierenden Konzepten zur Ausweisung eines landestouristischen Radroutennetzes zusammen. Eine Auswahl an befahrenswerten touristischen Radrouten und –wegen, welche die in den Konzepten dargestellten qualitativen Mindeststandards erfüllen, wird in einigen Bundesländern unter einer eigenen Produktbezeichnung als ein eindeutig touristisches Produkt des Landes dargestellt und beworben. Erfüllt werden müssen Qualitätskriterien wie die durchgängige und einheitliche wegweisende Beschilderung, eine Mindestlänge und Mindestbreite der Wege, die sichere Befahrbarkeit, Allwettertauglichkeit, Familiengerechtigkeit u. v. m. Der Radtourist, der diese Routen befahren will, kann also sicher sein, dort einen hohen Qualitätsstandard der Wege vorzufinden.

- In Bayern werden unter dem Namen **Bayernetz für Radler** (www.bayerninfo.de) 111 Routen mit einer Gesamtlänge von etwa 8.700 km ver-

marktet. Wichtigstes Informationsmedium hierfür ist die Bayernkarte (Printprodukt) mit allen Radrouten, die über das Internet kostenlos bezogen werden kann. Zudem existiert diese Karte seit Kurzem in digitaler Form mit Routing-Funktion zur kostenlosen Verwendung im Internet. Herausgeber sind das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie und die Oberste Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Innern.

- Sieben Radfernwege und weitere (über-)regionale thematische Routen bilden das **Radwanderland Rheinland-Pfalz**. Das Internetportal www.radwanderland.de informiert mithilfe von Routenplaner, Listung der Wege etc. sehr ausführlich über das in Rheinland-Pfalz befindliche Wegenetz. Initiator hierfür ist das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau des Landes Rheinland-Pfalz.

- **SaarRadLand** umfasst die Radfernwege, mehrere weitere regionale Routen sowie verschiedene Mountainbiketouren. Vor Ort informieren große Informationstafeln unter diesem Titel über die dortigen radtouristischen Angebote. Die schönsten Routen sind in einer über die Tourismuszentrale Saarland beziehbaren SaarRadland-Karte sowie in der Informationsbroschüre des Saarlands zum Radfahren beschrieben.

- Das **Radtouristische Landesnetz Thüringen** wurde im Radverkehrskonzept für den Freistaat Thüringen formuliert und soll neben dem Radfernnetz (konzipierte Länge 1.500 km) auch ein Radhauptnetz (konzipierte Länge 1.700 km) sowie Erlebnisrouten umfassen. Gegenwärtig besteht es aus 13 Radfernwegen sowie weiteren touristischen Routen, die bereits zentral vermarktet werden und zu einem zusammengehörenden Netz ausgebaut werden sollen (vgl. TM-BLM 2008).

- Die Vorzeige-Radrouten in Hessen werden unter der Bezeichnung **Hessische Radfernwege** vermarktet. Hierzu gehören die neun Radfernwege R1 bis R9 sowie der Lahntalweg. Eine Besonderheit hierbei entsteht in der intensiven Bemühung zur aktiven Qualitätssicherung der Wege (vgl. auch Kapitel V.1.6).

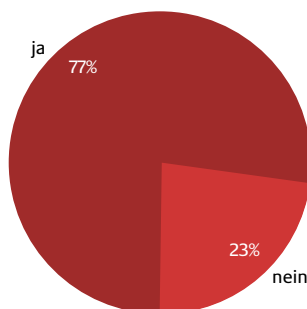
- Unter der Bezeichnung **RadLand Brandenburg** werden die 13 Radfernwege und weitere regionale Routen in einer Karte der Organisation Tourismus-Marketing Brandenburg vermarktet. Die

Ausstattung der Wege orientiert sich am radtouristischen Entwicklungskonzept von Brandenburg.

- **SachsenNetz Rad** umfasst zehn Radfernwege und weitere regionale Haupttradrouten. Die Ausstattung der Wege orientiert sich am radtouristischen Entwicklungskonzept des Freistaats Sachsen. Die Bezeichnung „SachsenNetz Rad“ wird jedoch in der aktuellen Vermarktung nicht verwendet.

Über drei Viertel der Regionen werben nach eigenen Aussagen gezielt mit radtouristischen „Leuchtturm“-Projekten, die für ihre Region ein Alleinstellungsmerkmal darstellen. Dabei verbinden fast alle Regionen hiermit einen oder mehrere Radwege, die für ihre Region besonders typisch erscheinen. Sonstige innovative Initiativen rund um das Thema Radtourismus wurden nur ausnahmsweise genannt, so z. B. Hinweise auf den Fietzenbus in der Grafschaft Bentheim oder den „Bike-Lift“ im Naturpark Frankenwald.

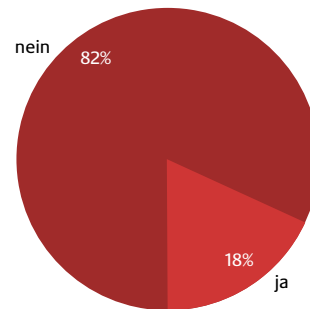
Abb. 72: Werbung mit radtouristischen „Leuchtturm“-Projekten (n = 94)



Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

Besondere radtouristische Produktlinien, die sich aus verschiedenen Angeboten zu bestimmten Themenbereichen zusammensetzen und unter einem Markennamen beworben werden, finden sich bei weniger als einem Fünftel der regionalen Tourismusmarketingorganisationen. Radtouristen sind sehr aktive Urlauber, die für vielerlei Aktivitäten aufgeschlossen sind. Produktkombinationen wie „Weingenuß & Radelspaß“, „Kanu & Bike“, „Ship & Bike“, „Paddel und Pedal“, „Krimi & Radfahren“, „Römer & Radfahren“, „Bilden & Radfahren“ etc. sind attraktive Verknüpfungen von Radfahren mit sonstigen für die jeweilige Region typischen Aktivitäten oder Themen. Die Benennung dieser Produkte über einen Markennamen bringt

Abb. 73: Werbung mit radtouristischen Produktlinien (n = 94)



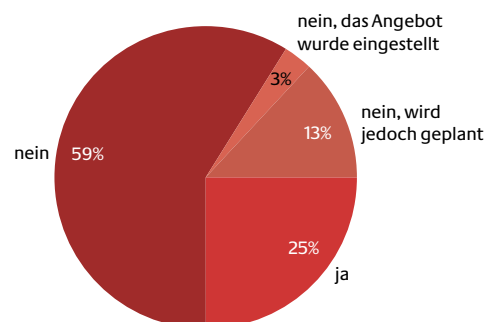
Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

Transparenz in die Angebotspalette und weckt Interesse.

2.3.2 Radpauschalen/Reisepakete

Neben unabhängigen Radreiseveranstaltern bietet ein Viertel der Tourismusmarketingorganisationen auf regionaler Ebene auch eigens organisierte Radreisen und Ausflüge an. Sie treten als Veranstalter (Vertragspartner) für Reisen und Ausflüge in der eigenen Region auf. Weitere 13 % planen gerade die Aufnahme von Radreiseangeboten in das Sortiment. In drei Fällen, die aktuell keine Radreisen anbieten, wurde dieser Service aufgrund schlechter Erfahrungen in der Vergangenheit wieder eingestellt. Bei den restlichen Organisationen gab es noch keine Angebote und auch in absehbarer Zukunft sind keine geplant.

Abb. 74: Tourismusmarketingorganisationen als Radreiseveranstalter (n = 94)



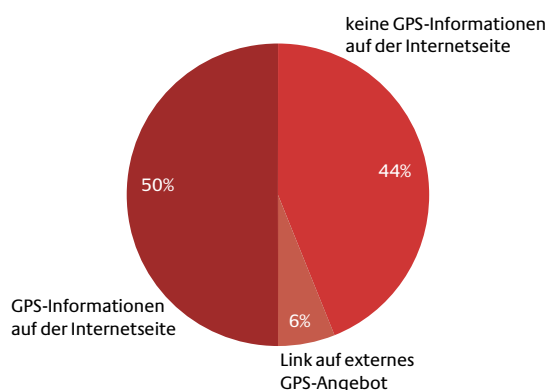
Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

2.3.3 GPS-Angebote

Die Ergebnisse zur Situation der touristischen GPS-Angebote für Radfahrer basieren auf den durchgeführten Website-Checks bei den Landestourismusmarketingorganisationen sowie auf der Befragung der regionalen Tourismusmarketingorganisationen.

Das entscheidende Kriterium bei der Analyse der Internetseiten der Landestourismusorganisationen war die Frage, ob der interessierte Radfahrer bereits auf Landesebene mindestens eine Fahrradtour als GPS-Datei zum Download angeboten bekommt oder ein deutlicher Link zu einer solchen Downloadmöglichkeit vorhanden ist. Bloße Informationen über die GPS-Technik ohne Downloadmöglichkeit einer Radtour und damit ohne konkreten Nutzen für den Touren suchenden Radfahrer wurden nicht als GPS-Angebot gewertet. Abbildung 75 zeigt, dass die Bedeutung des Themas GPS für Radfahrer auf Landesebene erkannt wurde und gut die Hälfte der Internetseiten bereits GPS-Daten zum Download anbietet bzw. auf eine Downloadmöglichkeit verlinkt.

Abb. 75: GPS-Angebote auf den Internetseiten der 16 Landestourismusorganisationen (n = 16)

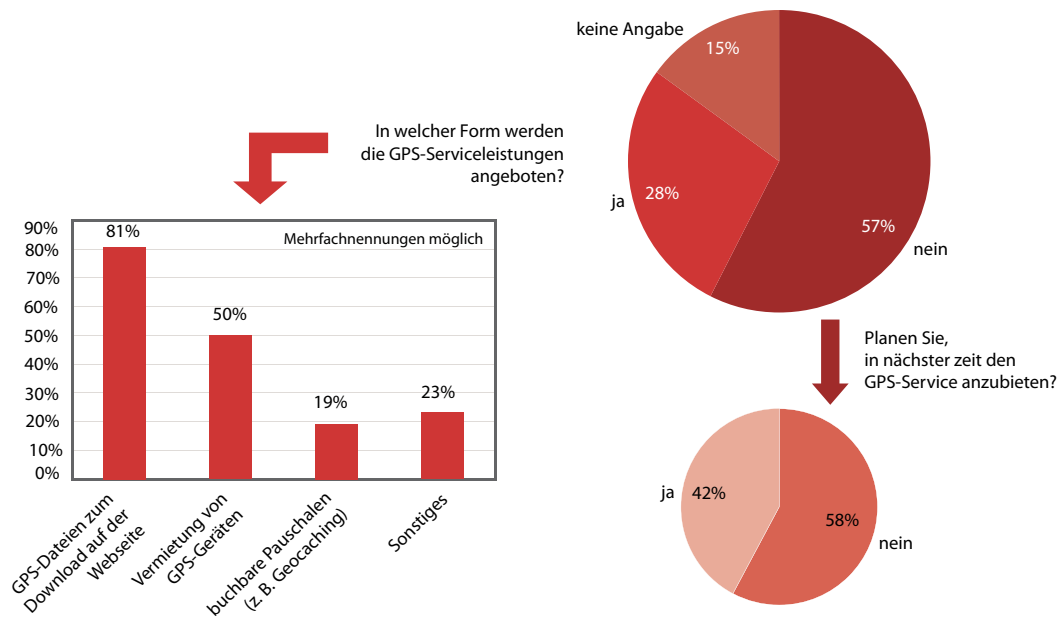


Quelle: BTE 2008, eigene Internetrecherche

Die regionalen Tourismusmarketingorganisationen ziehen nach, bereits ein Viertel derer, die befragt wurden, macht den Radfahrern konkrete Angebote mit GPS-Technik (vgl. Abbildung 76) und immerhin fast die Hälfte derjenigen, die diesen Service noch nicht anbieten, planen, ein solches Angebot in Zukunft in ihr Portfolio aufzunehmen (42,3%).

In der Mehrzahl der Fälle (80 %) ist die Möglichkeit des Tourendownloads über die eigene Internetseite gegeben und lässt sich vergleichsweise leicht realisieren. Bereits die Hälfte der regionalen Tourismusorganisationen bietet ihren Gästen auch die Möglichkeit, ein GPS-Gerät mit aufgespielten Touren auszuleihen. Dieses Angebot ist für die Tourismusorganisationen zwar mit mehr Aufwand verbunden (Investitionskosten in Geräte und Technik, Ausgabe, Rücknahme und Wartung der Geräte), bringt sie gleichzeitig aber näher an den Gast (Gespräche bei der Einweisung in die Handhabung der Geräte, persönliche Tipps für die Gäste, Nachfragen bei der Rücknahme, wie es gefallen hat) und bietet die Möglichkeit, Attraktionen der Region gezielt zu bewerben (Blütentour im Frühling, Badetour im Sommer etc.).

Abb. 76: Bieten Sie Radtouristen GPS-Serviceleistungen oder GPS-Mietgeräte für das Fahrrad an?

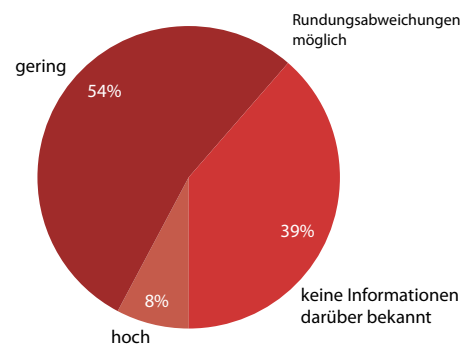


Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

Erfragt man bei den regionalen Tourismusorganisationen die Resonanz der Gäste auf das GPS-Angebot, ist das Ergebnis allerdings ernüchternd: Bei über der Hälfte ist die Nachfrage der Fahrradfahrer nach GPS-Angeboten gering und nur knapp 8 % sprechen von einer hohen Nachfrage (vgl. Abbildung 77). Dies kann verschiedene Ursachen haben. Zum einen belegt die Grundlagenuntersuchung die hohe Individualität der Fahrradtouristen, d. h., Radfahrer, die sich mit der GPS-Nutzung gut auskennen, werden sich ihre Wunschtouren selbst im Internet zusammenstellen und nicht die Hilfe von Tourismusorganisationen in Anspruch nehmen. Zum anderen sind die Internetangebote der Tourismusorganisationen relativ anonym nutzbar und meist ist gar nicht bekannt, wie oft die Downloadangebote genutzt werden. Dies spiegelt auch das Befragungsergebnis wider, nach dem 38,5 % der Tourismusorganisationen keine Informationen darüber haben, wie hoch die Nachfrage nach ihren GPS-Angeboten ist, und noch weniger wissen, wie das GPS-Angebot von den Radfahrern bewertet wird (73 %; vgl. Abbildung 78). Zumindest bei der Informationslücke bezüglich der Nutzung des GPS-Angebotes lässt sich Abhilfe schaffen.

Meist gibt es zu jeder Internetseite ein Analysetool, das i. d. R. kostenfrei vom Provider zur Verfügung gestellt wird und Auskunft darüber gibt, wie oft eine Internetseite aufgesucht oder eine Datei heruntergeladen wird. Diese Möglichkeit der Informationsbeschaffung sollte genutzt werden, zumal die Tourismusorganisationen bei der Pflege ihrer GPS-Angebote ein hohes Maß an Eigenständigkeit besitzen (s. u.).

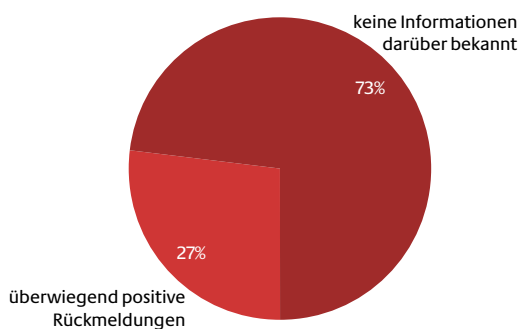
Abb. 77: Wie hoch ist die Nachfrage nach Ihren GPS-Angeboten? (n = 26)



Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

Erfreulich ist, dass, sofern Rückmeldungen seitens der Radfahrer zu den GPS-Angeboten bei den Tourismusorganisationen bekannt sind, diese überwiegend positiv ausfallen. Negative Rückmeldungen sind selten. Trotz der (scheinbar) geringen Nachfrage wollen über 90 % der regionalen Tourismusorganisationen ihr GPS-Angebot verbessern und noch weiter ausbauen, keine der Organisationen will auf dem heutigen Stand stehen bleiben oder das Angebot gar einstellen. Auch Aufwand und Technik schrecken die Tourismusorganisationen nicht. Fast die Hälfte von ihnen hat die GPS-Angebote selbst entwickelt (46 %; vgl. Abbildung 80) und über die Hälfte (58 %; vgl. Abbildung 81) betreut und pflegt diese selbst (vgl. auch Kapitel VII.3.5).

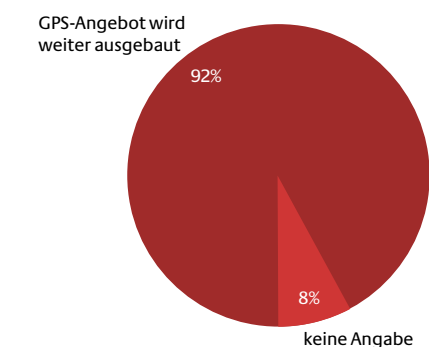
Abb. 78: Wie werden die GPS-Angebote von den Radfahrern bewertet? (n = 26)



keine einzige TMO gab an, dass die negativen Rückmeldungen überwiegen (0%)

Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

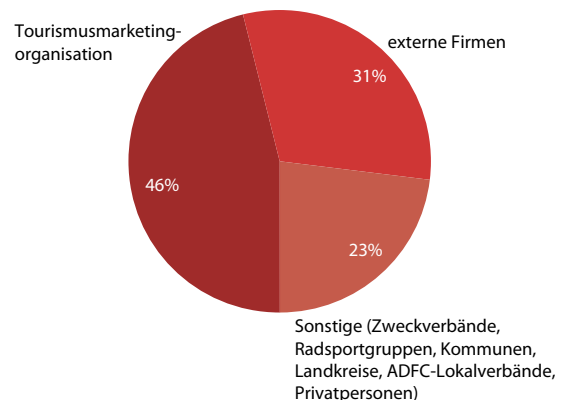
Abb. 79: Welche Bedeutung hat das GPS-Angebot in Zukunft? (n = 26)



GPS-Angebot wird eingestellt (0%)
GPS-Angebot bleibt unverändert bestehen (0%)

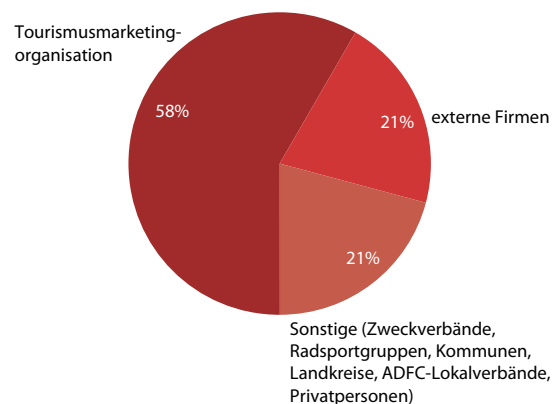
Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

Abb. 80: Wer ist für die Entwicklung der GPS-Angebote zuständig? (n = 26)



Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

Abb. 81: Von wem werden die GPS-Angebote gepflegt? (n = 26)



Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

2.3.4 Radsport-/Radtouristische Veranstaltungen

Radsportveranstaltungen oder auch sonstige radtouristische Großveranstaltungen, wie Sternfahrten oder Raderlebnistage (nicht gemeint sind Messen), können, wie bereits in Kapitel V.1.9 dargestellt, große Werbeträger für den Radtourismus in den Regionen sein. Zwar zählt der Besuch von Sportveranstaltungen zu den zehn am seltensten getätigten Aktivitäten von Radurlaubern, jedoch sind Radtouristen diesen Veranstaltungen stärker aufgeschlossen als Nicht-Radtouristen. Obwohl das radtouristische Angebot in Form von Wegen und Routen bereits deutschlandweit in allen Bundesländern präsentiert wird, werden große Radsportveranstaltungen bei Weitem nicht überall als ein Produkt für (Rad-)Touristen beworben.

- Zum Zeitpunkt der Website-Checks, Ende April/Anfang Mai 2008, wurden bei rund der Hälfte der regionalen Tourismusmarketingorganisationen und bei drei Viertel der Landestourismusmarketingorganisationen radtouristische oder radsportliche Großveranstaltungen beworben. Es ist nicht ausgeschlossen, dass während der Hauptsaison im Sommer oder zu Ferienzeiten insgesamt häufiger radtouristische Veranstaltungen stattfinden und auch stärker beworben werden.
- Auch die Abfrage der Tourismusorganisationen auf Länderebene ergab, dass drei Viertel von ihnen radtouristische Veranstaltungen und insbesondere Radsportveranstaltungen bewerben. Nur für jede dritte Landesmarketingorganisation haben diese Veranstaltungen eine größere Bedeutung und stellen einen festen Bestandteil des gesamten radtouristischen Angebots dar.
- In Zukunft sollen Radsportveranstaltungen bei den meisten Landestourismusmarketingorganisationen genau in dem Maß weiter vermarktet werden wie bisher. Bei denjenigen Ländern, in denen Radsportveranstaltungen bisher keinerlei Berücksichtigung bei der Vermarktung gefunden haben, sind auch in Zukunft keine derartigen Bemühungen geplant. In Hessen, Sachsen, Saarland und Thüringen, wo Radsportveranstaltungen schon fest zum radtouristischen Angebot gehören, sollen nach eigenen Aussagen die Vermarktungsbemühungen hierfür noch weiter ausgebaut und intensiviert werden.

2.3.5 Besondere Serviceleistungen/Angebote

Über die bisher in vielen Regionen verbreiteten Angebote für den Fahrradtouristen hinaus lassen sich z. B. Pannen- oder Servicetelefone sowie besondere Angebote, etwa zu „spirituellem“ Radtourismus, in nur wenigen Regionen Deutschlands finden.

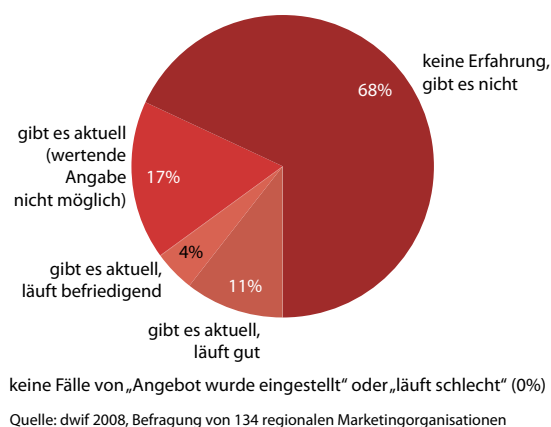
Pannen-/Servicetelefon

Ähnlich dem Pannenservice im Straßenverkehr können Radurlauber in einigen Regionen Deutschlands im Falle eines unvorhergesehenen Zwischenfalls ein Pannen-/Servicetelefon kontaktieren. Bei über einen Veranstalter gebuchten Fahrradreisen übernimmt diesen Service zumeist der Reiseveranstalter. Bei

selbst organisierten Reisen ist man auf das Engagement der Tourismusorganisationen oder sonstiger Verantwortlicher angewiesen.

In bisher nur knapp einem Drittel der touristischen Regionen wird dieser Service angeboten.

Abb. 82: Erfahrungen der touristischen Regionen mit Pannen-/Servicetelefonen für Radwanderer (n = 94)



Bei der Bereitstellung dieses Service muss klar kommuniziert werden, ob es sich um ein reines Servicetelefon oder auch um einen Pannenservice handelt.

- Servicetelefon: Radurlauber kann sich rein telefonisch Informationen zur Wegführung, zu touristischen Einrichtungen, Servicebetrieben etc. einholen.
- Pannenservice: Im Falle einer Panne kann vor Ort Hilfe angefordert werden.

Als weitere, besondere Serviceangebote konnten in einzelnen Regionen beispielsweise ein Lunchpaket-service oder monatliche Rad-Newsletter ausgemacht werden.

Spirituellem Radtourismus

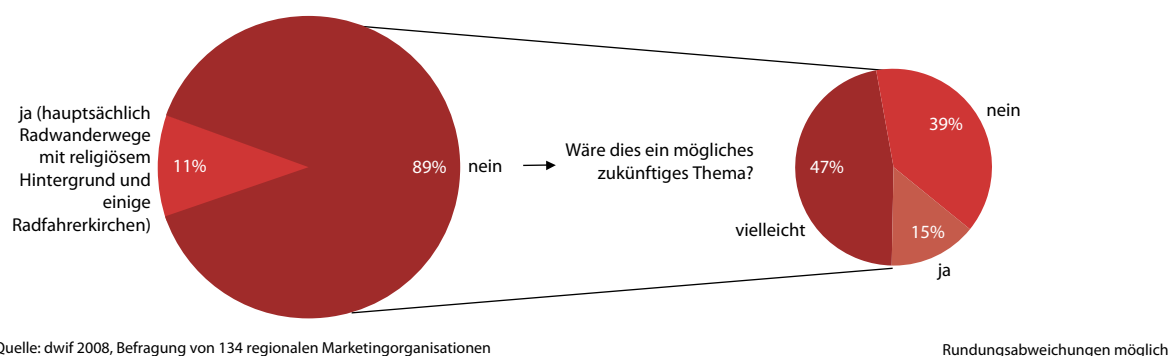
Unter spirituellem Tourismus versteht man allgemein Reisen mit religiösem oder geistlichem Hintergrund. Spezielle Angebote zu „spirituellem“ Radtourismus können in knapp 11% der befragten Tourismusregionen in Anspruch genommen werden. Das Angebot beschränkt sich hier jedoch fast ausschließlich auf Radrouten mit religiösem Hintergrund, wie z. B. den Benediktradbeweg, wo man auf den Spuren des Papstes Benedikt XVI. Rad fahren kann. In nur wenigen Fällen

bezieht sich das Angebot auch auf Radfahrerkirchen, die sich analog zu Autobahnkirchen entlang touristischer Radrouten befinden. Gerade durch die Verbindung von Kirchen oder kirchlichen Objekten mittels eines Radwegs können diese Bauten in ihrer Aneinanderreihung und ihrem Ensemble zu einer Topattraktion für eine Region werden. Um Radfahrerfreundlichkeit jedoch zu gewähren, gilt für diese sakralen Einrichtungen gleichermaßen wie für sonstige Freizeiteinrichtungen, dass ein Mindestmaß an Fahrradinfrastruktur, wie z. B. geeignete Abstellmöglichkeiten etc., bereitgestellt werden muss.

diesem Thema nur mit sehr geringfügigen Informationen und zum Teil sogar gar nicht.

In besonderem Interesse stand bei dem Website-Check neben der Betrachtung allgemeiner Informationen zum Radfahren auch die prägnante Präsentation von Radwanderwegen bzw. Tourenvorschlägen und Strecken für Mountainbiker und Rennradler. Die Existenz und die Vermarktung von Radwegen bzw. ausgearbeiteter Touren bilden die Grundlage für möglichen Radtourismus. Zur Planung von Radreisen bzw. Radtouren sind verschiedene Informationsbau-

Abb. 83: Angebote zu spirituellem Radtourismus (n = 94)



Zurzeit sehr beliebt sind Pilgerreisen, so z. B. entlang des Jakobswegs. Die Kombination von Spiritualität und Radfahren könnte für knapp über 60 % der Regionen auch in Zukunft ein Thema sein. Knapp 40 % der Regionen sehen hierfür kein Potenzial in ihrer Region.

steine zum befahrbaren Wegenetz insgesamt nötig. Die präsentierten Wege und Strecken werden jedoch nicht alle gleichermaßen ausführlich beschrieben.

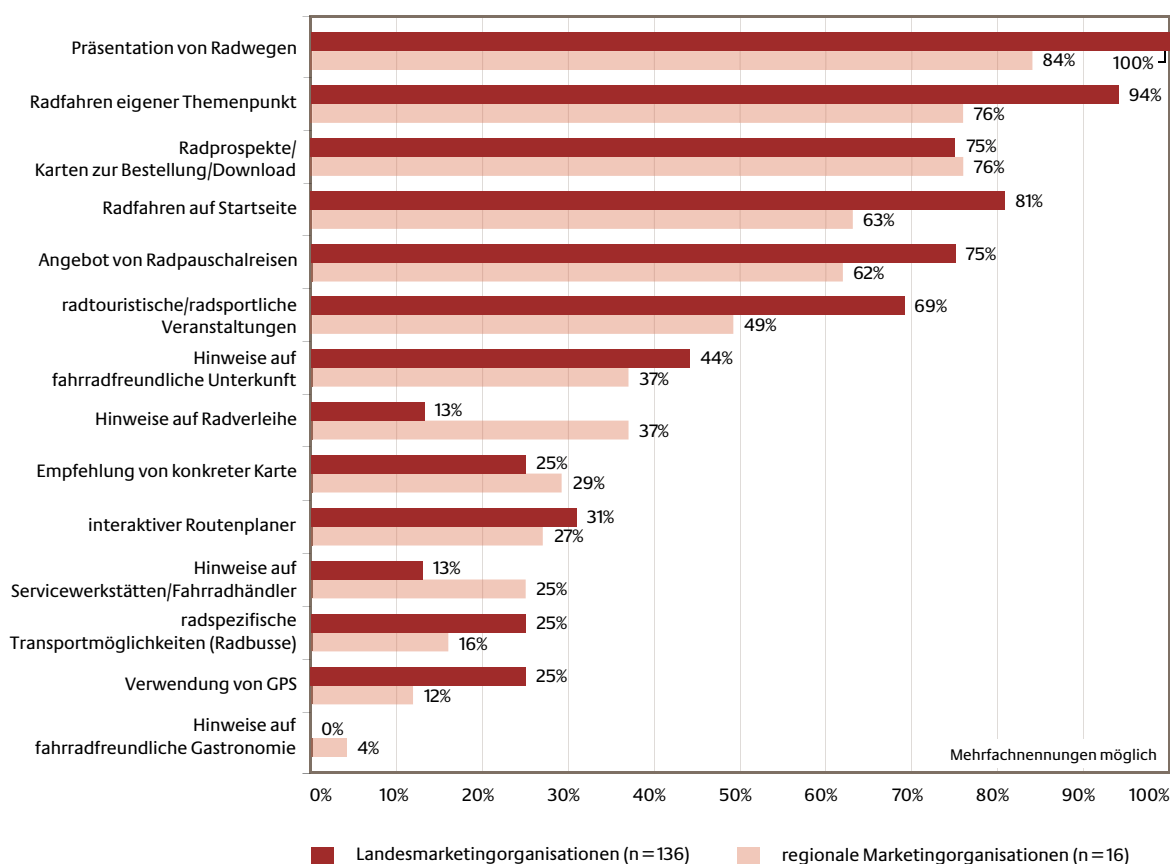
2.4 Präsentation der radtouristischen Angebote im Internet

Die Analyse der Internetauftritte der regionalen (134 an der Zahl) sowie der 16 Landestourismusorganisationen hinsichtlich des Informationsgehalts zu fahrradtouristischen Angeboten und zu sonstigen Informationen offenbart teilweise starke Vermarktungsunterschiede. Obwohl Radfahren – im Gegensatz zu anderen Sportarten wie beispielsweise Skifahren oder Surfen – nur geringe Ansprüche an den Raum stellt und dieser Aktivität unabhängig von Witterung, Topografie und Infrastruktur im Prinzip überall in Deutschland nachgegangen werden kann, widmen sich einige regionale Tourismusverbände

Allgemeine Informationen zu radtouristischen Angeboten in den Ländern und Regionen

Allgemein kann gesagt werden, dass die Landestourismusorganisationen zwar im Gegensatz zu den regionalen Tourismusmarketingorganisationen allesamt radtouristische Informationen auf ihrem Internetportal präsentieren, diese jedoch dort zumeist oberflächlicher behandelt werden als bei den Regionen. Ausnahmen bilden hier die Bundesländer, die ihr Radroutenangebot mittels eines Radroutenplaners im Internet präsentieren (siehe Kapitel VI.3). Für detaillierte Informationen rund um das radtouristische Angebot (z. B. zu Fahrradverleihen, Werkstätten, Gastronomie) empfiehlt es sich prinzipiell, Informationen über die regionalen Tourismusorganisationen einzuholen.

Abb. 84: Tourismusmarketingorganisationen mit Online-Präsentation allgemeiner Informationen zum fahrrad-touristischen Angebot



Quelle: dwif 2008, Website-Checks der Tourismusmarketingorganisationen

- Bemerkenswert selten werden auf den Websites der regionalen und der Landesmarketingorganisationen Informationen zu **fahrradfreundlichen Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben** sowie zu **Radverleihen** und Servicewerkstätten gegeben. Am ehesten sind hier bei rund 37% der regionalen und 44% der Landesmarketingorganisationen Hinweise zu fahrradfreundlichen Beherbergungsbetrieben vermerkt. Auffallend ist insbesondere die Diskrepanz der beiden Organisationsebenen bei den Hinweisen zu Radverleihen. Hinweise auf fahrradfreundliche gastronomische Betriebe oder empfehlenswerte Ekehrmöglichkeiten spielen scheinbar kaum eine bzw. gar keine Rolle.
- **Interaktive Radroutenplaner** haben sich sowohl bei den regionalen als auch bei den Landestourismusmarketingorganisationen noch nicht überall durchgesetzt. Obwohl dieses Informati-

onsinstrument gerade bei der Planung von Radtouren sehr hilfreich sein kann und viele benötigte Informationen in sich vereint, bietet dies nur knapp über ein Viertel der regionalen Organisationen an. Etwas häufiger (31%) werden Radroutenplaner auf Bundesländerebene als Informationsbaustein dargeboten. Dies ist umso erstaunlicher, als der Informationsgehalt hier in Hinblick auf das Bezugsgebiet umfangreicher und die Erstellung somit aufwendiger ist.

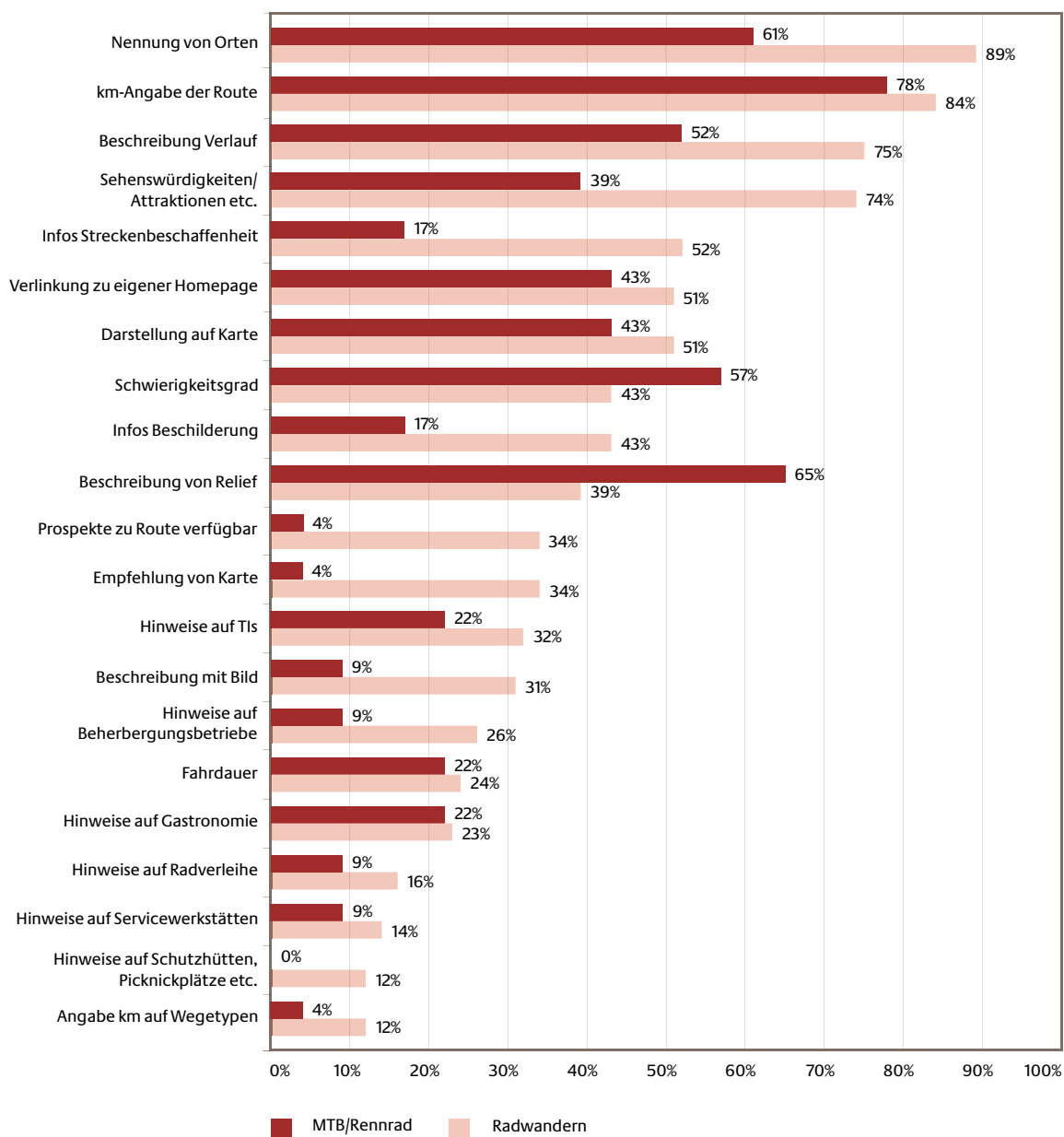
- Informationen zu Radbussen, Radlertaxis oder sonstigen speziellen Angeboten des ÖPNV für Radtouristen liefern gerade einmal 16% der regionalen und 25% der Landestourismusmarketingorganisationen.

Praktische Informationen zur Beschaffenheit und zum Angebot entlang präsentierter Radrouten in den Regionen

Die folgenden Ergebnisse beziehen sich ausschließlich auf die Websites derjenigen Regionen, die Radwanderwege bzw. Mountainbikestrecken en détail

präsentieren (112 der regionalen TMO). Da Mountainbiker und Genussradwanderer unterschiedliche Ansprüche an den Informationsgehalt zu den Radstrecken haben, wurde bei der Auswertung nach diesen beiden Gruppen von Radfahrertypen – Radwanderer einerseits und Mountainbiker/Rennradfahrer andererseits – differenziert.

Abb. 85: Präsentation detaillierter Informationen zu Radwandererrouten und Mountainbike-Strecken bei regionalen Tourismusorganisationen (n = 112)



Quelle: dwif 2008, Website-Checks der Tourismusmarketingorganisationen

- ▶ Die Nennung der **Orte** an den Wegen, die **Angabe der Streckenlänge** sowie die **Beschreibung des Verlaufs** der Wege sind die drei Grundinformationen, die zur Präsentation einer touristischen Rad- bzw. Mountainbikeroute gehören. Zu ihnen machen auch die meisten Marketingorganisationen Aussagen. Auch Angaben zu **Sehenswürdigkeiten** gehören zumindest bei Radwanderwegen als wichtige Information dazu, stehen aber bei den sportlich motivierten Mountainbikestrecken im Hintergrund.
 - ▶ Detaillierte Auskünfte zu **radfreundlichen Beherbergungsbetrieben, Radverleihen und Servicewerkstätten** entlang von Radstrecken werden selten geliefert. Zumeist wird nur über deren Existenz informiert, jedoch ohne die erforderlichen Details wie Öffnungszeiten, Telefonnummern etc. (vgl. Abbildung 85): ein klarer Mangel bei den meisten Websites. Nur auf gastronomische Betriebe und Einkehrmöglichkeiten wurde bei den Radroutenbeschreibungen deutlich häufiger verwiesen als bei den allgemeinen Informationen zur Radinfrastruktur.
 - ▶ Mountainbikestrecken werden weit undetaillierter auf den Websites beschrieben und vermarktet als Radwanderwege. Auf Ebene der Landestourismusmarketingorganisationen fehlen hierzu sehr häufig gänzlich Informationen. Der Informationsbedarf von Radwanderern und Mountainbikern unterscheidet sich teils erheblich voneinander. So rücken für Mountainbiker Informationen zu Sehenswürdigkeiten, Wegequalität oder zu Schutzhütten und Picknickplätzen in den Hintergrund, während die Beschreibung von **Relief** und **Schwierigkeitsgrad** von besonderer Bedeutung ist.
 - ▶ Im Vergleich zu den Radwanderwegen werden diese Informationen bei Mountainbikestrecken auch überdurchschnittlich häufig gegeben. Eine Besonderheit bei der Darstellung des Reliefs bei sind detaillierte Höhenprofile. Vereinzelt wird diese Darstellungsform bereits verwendet, dennoch sollte sie hier ein „Muss“ darstellen.
 - ▶ Bei der Bereitstellung von **Printprodukten** zu den Radwanderwegen und Strecken sowie bei der **Empfehlung von konkretem Kartenmaterial** können alle Tourismusmarketingorganisationen ihr Angebot ausbauen. Insbesondere Mountainbiker müssen auf diesen Service häufig verzichten.
 - ▶ Bei rund der Hälfte der regionalen Marketingorganisationen sind Hinweise auf einzelne Strecken mit externen **offiziellen Websites der Radrouten** verlinkt. Ein sehr ähnliches Bild ergibt sich bei den Mountainbikestrecken. Dieses Vorgehen ist nicht übermäßig zu kritisieren, da dem Interessenten durch diese Verlinkung noch mehr Informationen geboten werden. Dennoch scheint dieses Vorgehen bei einigen Marketingorganisationen eine willkommene Möglichkeit zu sein, um den Arbeitsaufwand, der mit einer Präsentation auf der eigenen Seite verbunden wäre, zu umgehen. So wurden in zehn Fällen bei regionalen Marketingorganisationen außer Namen, Kilometerangabe und Link, überhaupt keine detaillierten Informationen bereitgestellt.
 - ▶ Obwohl die **Beschilderung** der Wege und Routen essenziell für den Radverkehr ist, wird diese nicht einmal bei der Hälfte der Tourismusmarketingorganisationen explizit beschrieben. Zwar wird häufig zu dem Radweg ein Logo auf der Website abgebildet, jedoch ist in einigen Fällen nicht klar, ob es sich dabei um das zu verfolgende Beschilderungs-Logo oder um eine sonstige Grafik oder Zeichnung handelt. Eine eindeutige Benennung des Logos als Beschilderungssymbol reicht aus. Bezogen auf die Mountainbikestrecken, geben noch weniger Marketingorganisationen Informationen hierzu an.
 - ▶ Erstaunlich selten wurden die Radwanderwege und Mountainbikestrecken auf den Homepages mit aussagekräftigen **Bildern** beworben. Gerade bei idyllischen Radwanderwegen wäre die Darstellung des Erlebbareren durch Bilder eine gute Vermarktungsmöglichkeit. Eine weitere sehr gute Visualisierung der Routen sind Kartenausschnitte auf der Website, die aber ebenfalls nur bei maximal der Hälfte der Radwanderwege und noch seltener bei Mountainbikestrecken verwendet werden.
- Leider reichen in den wenigsten Fällen die Informationen zu einzelnen Radrouten oder -strecken tatsächlich aus, um wirklich gut informiert einen Radurlaub dort antreten zu können.

i

Praxisbeispiel: Kooperation bei der Präsentation radtouristischer Angebote im Internet

Die Internetseite www.radwanderland.de ist eine Initiative des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau des Landes Rheinland-Pfalz. An ihr sind ebenfalls der Landesbetrieb Mobilität Rheinland-Pfalz, die Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH sowie regionale Touristiker (Pfalz Touristik, Eifel-Touristik bzw. Moselland Touristik) beteiligt. Damit haben sich auf Landesebene diejenigen Akteure zusammengeschlossen, die über die Kompetenz und das Wissen verfügen, um das radtouristische Angebot landesweit qualifiziert zu präsentieren und zu vermarkten. Für die Präsentation der regionalen Angebote sind als Ableger der Hauptseite in gleicher Gestaltung die Internetseiten www.moselland-radtouren.de, www.pfalz-radtouren.de sowie www.eifel-radtouren.de entstanden. Folgerichtig können die Internetseiten der Pfalz Touristik e. V., der Mosellandtouristik GmbH und der Eifel Tourismus GmbH als gute Praxisbeispiele für die detaillierte Darstellung von Radwanderwegen genannt werden. Der interessierte Radwanderer bekommt auf diesen Seiten alle denkbar wichtigen Informationen zu den präsentierten Radwanderwegen. Durch die einheitliche Gestaltung der Internetseiten können Kosten gespart werden und der Gast findet sich auf der Internetseite jeder Region sofort zurecht.

Zu Mountainbikestrecken liefert die Internetseite www.frankenwald-aktiv.de beispielhaft umfangreiche Informationen. Sie ist in einer Kooperation des Frankenwald Tourismus Service Centers und des Naturparks Frankenwald entstanden.

3 Radroutenplaner

In sechs Bundesländern werden im Internet spezielle Radroutenplaner bereitgestellt, bei denen mithilfe digitaler Karten einerseits explizit touristische Routen dargestellt werden, andererseits aber auch eine Start-Ziel-Routen-Suche möglich ist. Zusätzlich zum reinen Wegeverlauf sind die zumeist interaktiven Karten mit verschiedensten nützlichen Informationen und Kontaktdaten für Radurlauber (Sehenswürdigkeiten, Werkstätten etc.) versehen und liefern somit genaueste Informationen.

Die Portale können für den Touristen über Links auf den Homepages der jeweiligen Landestourismusmarketingorganisationen erreicht werden. Die Routenplaner wurden – bis auf den Freizeitnavigator in Mecklenburg-Vorpommern und den RadNavigator in Brandenburg – von einem für Radverkehr bzw. Radtourismus zuständigen Ministerium initiiert.

- Der **RadNavigator Brandenburg** dient primär der touristischen Radroutensuche. Die kostenlose abgespeckte Onlineversion basiert ausschließlich auf den touristischen Radfernwegen und regionalen Routen in Brandenburg. Eine individuelle Start-Ziel-Routen-Suche ist in dieser Version nicht möglich. Informationen zu touristischen Highlights, Touristinformationen, Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben sowie zu Fahrraddienstleistern können jedoch zugeschaltet werden. Diese sind vorbildlich mit konkreten Angaben zu der Einrichtung (der genauen Adresse, der Telefonnummer und einer Kurzbeschreibung) hinterlegt. Eine ausführlichere Basis- oder auch Premium-Edition des RadNavigators mit erweiterten Suchmöglichkeiten und Informationen kann gegen eine Gebühr bei der Tourismus Marketing Brandenburg GmbH erworben werden, welche auch Initiator bzw. Herausgeber des Navigators ist. Der RadNavigator ist direkt auf deren Homepage oder unter www.radeln-in-brandenburg.de zu finden.
- Beim **Radroutenplaner Bremen** ist sowohl eine unabhängige Start-Ziel-Routen-Suche für Radfahrer auf dem Radverkehrswegenetz Bremens als auch die Darstellung der touristisch beschriebenen Themenrouten möglich. Bei dem primär für die Nutzung im Alltagsradverkehr ausgelegten Routenplaner kann mithilfe einer Legende die Art der Radverkehrsführung (Radweg einseitig/beidseitig etc.) abgelesen werden. Ergänzend hierzu sind neben Museen auch verschiedene Alltagseinrichtungen (Krankenhäuser, Einkaufsmöglichkeiten) sowie Fahrradstationen eingezeichnet. Zu finden ist der Radroutenplaner unter www.radroutenplaner-bremen.de sowie über einen eher versteckten Link auf der Tourismus-Bremen-Homepage. Initiator ist der Senator für Bau, Umwelt und Verkehr, Herausgeber die GeoInformation Bremen.
- Der **Radroutenplaner Nordrhein-Westfalen** bietet sowohl eine Start-Ziel-Routen-Suche für

Radfahrer als auch die Darstellung der touristisch beschilderten Themenrouten. Darüber hinaus können verschiedene Tourentipps sowie ADFC-Touren abgerufen werden. Mithilfe verschiedenster Suchkriterien, z. B. nach bestimmten Sehenswürdigkeiten, Bahnhöfen oder nach der Steigung der Strecke, kann die ideale Route ausgewählt werden, zu der weitere Informationen wie Länge, Fahrzeit, Höhenprofil, Fahrtrichtung, GPS-Tracks geliefert werden. Zum Routenplaner gelangt man über eine direkte Verlinkung über die Homepage des Tourismus NRW e. V. oder direkt über www.radroutenplaner.nrw.de. Der Auftraggeber/Initiator ist das Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen.

- Der **Radroutenplaner Hessen** entspricht von seiner Handhabung und Aufmachung her dem von Nordrhein-Westfalen. Durch die gegenseitige Kooperation mit dem Radroutenplaner NRW beschränken sich die Inhalte nicht nur auf das Bundesland Hessen, sondern decken auch einen Bereich von 20 bis 30 km des angrenzenden Nachbarlands ab. Eine grenzüberschreitende Planung der Radtour wird hierdurch möglich. Den Routenplaner erreicht man über eine direkte Verlinkung mit der Tourismus-Hessen-Homepage oder über www.radroutenplaner.hessen.de. Auftraggeber/Initiator ist das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung.
- Unter www.routenplaner.rlp.de findet sich der **Radroutenplaner Rheinland-Pfalz**. Eine individuelle Routenplanung sowie die Abfrage von Radfernwegen und Themenrouten sind möglich. Die Karte ist hinterlegt mit zahlreichen praktischen Informationen zu Sehenswürdigkeiten und Beherbergungs-/Gastronomiebetrieben, zum ÖPNV sowie zu den verschiedenen Radwegearten. Ein sehr detailliertes Höhenprofil zu jeder gewählten Route zeigt schnell, ob die Radtour anstrengend wird. Der Radroutenplaner Rheinland-Pfalz wird auch von den einzelnen touristischen Regionen aktiv genutzt, um das dortige Radangebot zu präsentieren. Auftraggeber/Initiator ist das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau des Landes Rheinland-Pfalz in Zusammenarbeit mit dem Landesbetrieb Mobilität Rheinland-Pfalz.

- Der **Freizeitnavigator Mecklenburg-Vorpommern** (www.auf-nach-mv.de/karte/) ist ein allgemein touristisches Informationstool. Neben Themenrouten per Auto, Pferd oder zu Fuß können auch Radrouten ausgewählt und auf einer interaktiven Karte angezeigt werden. Über den Freizeitnavigator können zahlreiche weitere touristische Anlaufstellen von Sehenswürdigkeiten über Beherbergungsbetriebe bis zu Radgeschäften verortet werden. Eine Vollversion mit Zusatzfunktionen wie z. B. der Start-Ziel-Routen-Suche kann käuflich erworben werden. Auftraggeber/Initiator des Freizeitnavigators Mecklenburg-Vorpommern ist der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern.

Weitere umfangreiche Datenbanken liegen in Baden-Württemberg und in Niedersachsen vor. Die baden-württembergische Datenbank (des Landesvermessungsamtes) tritt im Internet nicht in Erscheinung und ist nicht öffentlich zugänglich. In Niedersachsen beinhaltet das Portal GeoLife.de (Herausgeber: Landesvermessung und Geobasisinformation Niedersachsen) umfangreiche Informationen zu den touristischen Radrouten in Niedersachsen. Eine Darstellung derer auf einer Karte ist über das Tool NiedersachsenNAVIGATOR möglich, jedoch können hier nur der räumliche Verlauf, nicht aber einzelne touristische Einrichtungen nachvollzogen werden. Während die im Internet zugänglichen Routenplaner in Kooperation mit den Landestourismusorganisationen auf die Bedürfnisse der Radfahrer abgestimmt sind (Informationen zu Gastronomie, Sehenswürdigkeiten etc.), beinhaltet beispielsweise die Datenbank in Baden-Württemberg primär Informationen zur baulichen Struktur und zum Verlauf des gesamten Radverkehrsnetzes (Freizeitwege und sonstige Wege). Letztere könnte sicherlich als fundierte Basis für einen Radroutenplaner dienen.

Trotz dieser speziellen Radroutenplaner einzelner Bundesländer fehlt in Deutschland ein derartiges bundesweites Tool, um überall eine grenzüberschreitende Routensuche zu ermöglichen. Die im Internet verfügbaren Routenplaner für den Autoverkehr (via-Michelin, Maps24 usw.) lassen keine individuelle Routensuche mit dem Fahrrad zu, obwohl dieser Service für Motorradfahrer, den ÖPNV und sogar für Fußgänger möglich ist. Einzig das ADFC-Tourenportal (vgl. Kapitel V.3.3) bietet eine deutschlandweite Routensuchfunktion innerhalb der darin hinterlegten Touren an.

4 Vermarktung durch Radreiseveranstalter

Bei der Analyse des Angebots der 71 in Deutschland agierenden Radreiseveranstalter mit innerdeutschen Reisezielen (siehe auch Kapitel V.3.5) bestätigte sich die Bedeutung des Internets als des wichtigsten Vertriebsmediums.

Ausnahmslos alle Reiseveranstalter nutzen diesen Vertriebsweg. Während 38 % der analysierten Veranstalter ihre Angebote ausschließlich über das Internet vertreiben, nutzen die restlichen 62 % hierfür

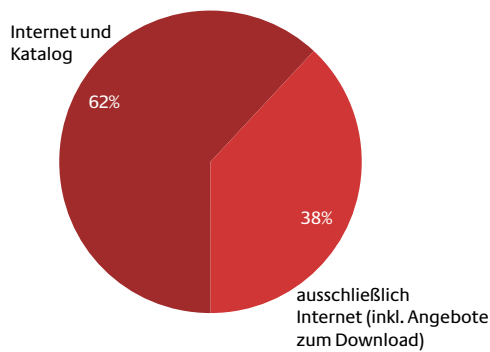
noch zusätzlich einen Reisekatalog. Jahres- oder Saisonkataloge als Vertriebsmedium scheinen jedoch rückläufig zu sein. Nach Aussagen einiger Veranstalter wendet man sich zunehmend vom umfangreichen Reisekatalog ab, da im Internet und durch Herausgabe von kleinen Prospekten flexibler auf die Nachfrage reagiert werden kann.

Abb. 86: Radroutenplaner Nordrhein-Westfalen



Quelle: www.radroutenplaner.NRW.de

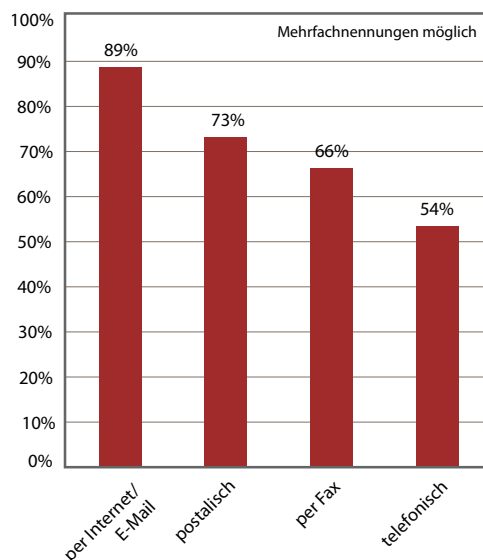
Abb. 87: Vertriebswege der Radreisen durch Radreiseveranstalter (n = 71)



Quelle: dwif 2008, Angebotsanalyse von 71 Radreiseveranstaltern

Auch bei der Buchung der Reisen ist das Internet das dominierende Medium. Reisen können hierbei entweder über ein vorgefertigtes Formular auf der Homepage oder per E-Mail gebucht werden. Der klassische Buchungsweg per Post rangiert noch an zweiter Stelle.

Abb 88: Angebotene Buchungswege der Radreiseveranstalter (n = 71)



Quelle: dwif 2008, Angebotsanalyse von 71 Radreiseveranstaltern

Die Angebotsvielfalt bei den analysierten Reiseveranstaltern variiert sehr stark. Während der kleinste insgesamt nur drei Reisen im Angebot hat, bietet der größte analysierte Veranstalter über 1.500 verschiedene (sowohl Radreisen als auch sonstige) Reisen an (über 500 der nächst kleinere). Mit zunehmender Anzahl angebotener Reisen nimmt jedoch der Anteil der Radreisen daran ab.

Die Hälfte der Reiseveranstalter (35 an der Zahl) bietet jeweils nur bis zu 30 verschiedene Reisepakete an. Unter ihnen ist der Spezialisierungsgrad recht hoch. 18 von ihnen haben sich zu 100 % auf Radreisen spezialisiert, bei weiteren 8 sind mehr als 80 % der Reisen Radreisen.

Insgesamt gesehen haben sich 30 Reiseveranstalter zu 100 % auf Radreisen spezialisiert und bieten ausschließlich diese Reisevariante an.

Die größten reinen Radreiseveranstalter sind Sackmann Fahrradreisen, die Mecklenburger Radtour, Rückenwind Reisen, Radissimo und Velotours Touristik.

Weitere 20 Reiseveranstalter bieten neben den Radreisen auch sonstige Aktivreisen wie Wander-, Kajak-, Skireisen etc. an.

Daneben treten auch insgesamt 12 Busreiseveranstalter auf, für die die Radreisen nur eine Nebenrolle spielen und nur einen Bruchteil an der Zahl der Gesamtreisen ausmachen (8 Veranstalter mit jeweils weniger als 10 % Radreisen).

Tab. 31: Angebotsquantität der Radreiseveranstalter und ihr Spezialisierungsgrad

Anzahl der Gesamtreisen		Anzahl der Veranstalter nach dem Anteil der Radreisen an den Gesamtreisen							
Anzahl der gesamten Reisen	Anzahl der Reiseveranstalter	100 %	80–100 %	60–80 %	40–60 %	20–40 %	10–20 %	5–10 %	unter 5 %
bis 10	10	7			1	2			
bis 20	18	8	5	4		1			
bis 30	7	3	3			1			
bis 40	4	2	1			1			
bis 50	3		1	1	1				
bis 60	4	2		1			1		
bis 70	1								1
bis 80	1				1				
bis 90	3	2							1
bis 100	4	4							
bis 150	6	1			1		1	2	1
bis 200	4	1				1			2
bis 300	2								2
bis 400	2							1	1
über 400	2								2
	71	30	10	6	4	6	2	3	10

Quelle: dwif 2008, Angebotsanalyse von 71 Radreiseveranstaltern

5 Radmessen

Messen spielen bei der konkreten Reisevorbereitung für Radurlauber nur eine untergeordnete Rolle. Nur 1 % der Radurlauber bereitet sich auf diesem Weg (vgl. Kapitel IV.3.4) auf den Radurlaub vor. Zur Einholung allgemeiner Infos, zum Ideenreize oder zur Herstellung des ersten unverbindlichen Kontakts zwischen dem Urlauber und der Region sind Messen jedoch beliebte Informationsveranstaltungen. Bei den Marketingorganisationen wird Messen, nach dem Internet und Prospekten/Printprodukten, ein hoher Stellenwert bei der Vermarktung (rad-)touristischer Produkte beigemessen: Rund 60 % der Marketingorganisationen der Länder und Regionen nutzen den Messeauftritt, um ihre Radangebote zu bewerben.

Neben den allgemeinen Urlaubs- und Reisemesen stellen spezifische Fahrradmessen unter touristi-

schen Vermarktungsgesichtspunkten nur eine nahezu vernachlässigbare Randerscheinung dar. Ihr Schwerpunkt liegt eindeutig auf dem Sektor „Neuigkeiten“. Neueste Modelle und technische Innovationen sind die Hauptaspekte, die Besucher auf diesen Messen sehen wollen. Die Präsentation von Destinationen stellt demgegenüber nur einen Nebenaspekt dar, wenngleich dies für ganz spezifische Angebote (im Unterschied zum Volumengeschäft) ein interessanter Platz sein kann, Kernzielgruppen anzusprechen. So macht es beispielsweise durchaus Sinn, dass Trainingscamps für Rennradvereine, spezifische Mountainbikecamps, ausgewiesene Spezialparcours (Bike-Arenen etc.) und Ähnliches dort ihre Angebote präsentieren, da zu erwarten ist, dass deren Nachfrager sich aufgrund ihrer hohen Affinität für technische Neuerungen durch eine hohe Fachmessen-Besuchsbereitschaft auszeichnen.

Nennenswerte Fahrradmessen in Deutschland sind die IFMA Köln (ab 2010 INTERMOT Köln) oder die internationale Trend-Fahrradmesse EUROBIKE in Friedrichshafen. Der im Rahmen der EUROBIKE stattfindende Fahrradtourismus-Kongress „Eurobike Traveltalk“ richtet sich gezielt an die verschiedenen Akteure im Fahrradtourismus. Darüber hinaus richtet der ADFC zahlreiche kleinere Regionalmessen aus.



Fazit:

Nach Einschätzungen der Tourismusregionen setzen sich die Radreisenden zu 77 % aus Radwanderern, 13 % Mountainbikern und 10 % Rennradfahrern zusammen. Der Schwerpunkt des radtouristischen Angebots in Deutschland liegt demnach eindeutig auf dem für Radwanderer. Angebote für Mountainbiker oder Rennradfahrer spielen nur eine untergeordnete Rolle.

Radwandern ist – abgesehen von einer kleinen Minderheit – in fast allen Regionen Deutschlands ein touristisch vermarktetes Thema. Bei sogar über 75 % der Regionen spielt das Radwandern eine große bis sehr große Rolle bei der Vermarktung. In aller Regel werden Radtouren oder das Radwegenetz für den Genuss-/Trekkingradfahrer beworben. Gerade jedoch im Hinblick auf die deutschen Alpen und die Vielzahl der Mittelgebirge könnte die Angebotspalette für Mountainbiker breiter sein. Auch in Zukunft wollen fast alle Regionen die Vermarktung von Angeboten für Radwanderer noch verstärken. Für die zukünftige Intensivierung von Angeboten für Mountainbiker- und Rennradfahrer sprachen sich jedoch weit weniger Regionen aus. In der Mehrzahl der Regionen kommt diesen Themen auch in Zukunft keine Beachtung in der Vermarktung zu.

Der Vermarktungsweg Nummer eins für radtouristische Angebote durch Tourismusmarketingorganisationen ist das Internet. Dennoch behalten auch klassische Printprodukte wie Prospekte und Broschüren eine hohe Bedeutung, da sie – anders als das Internet – auch mobil genutzt werden können. Abgesehen von den Stadtstaaten bewerben alle Landestourismusmarketingorganisationen ihre Radangebote in einer hierfür eigenen Broschüre.

Der Informationsgehalt auf den Internetseiten der Tourismusmarketingorganisationen variiert stark, bewegt sich aber, was die radtouristische Infrastruktur angeht, meist nur an der Oberfläche. In den wenigsten Fällen reichen die Informationen darauf aus, um gut informiert einen Radausflug anzutreten. Anwenderfreundliche digitale (Online-) Radroutenplaner mit Start-Ziel-Routensuche und nützlichen Informationen zu entlang der Route befindlichen radtouristischen Einrichtungen und Sehenswürdigkeiten, stellen hier noch die Ausnahme dar.

Zwar hat erst ein Viertel aller Tourismusmarketingorganisationen GPS-Angebote für Radfahrer im Programm (z.B. Download von Dateien oder Verleih von GPS-Geräten), doch soll dieses Angebot in der Mehrzahl der Tourismusregionen verbessert und noch weiter ausgebaut werden. Die Resonanz seitens der Radfahrer auf derartige Angebote fällt überwiegend positiv aus.

Auch bei Radreiseveranstaltern ist das Internet das Vermarktungsmedium Nummer eins. Sie sind häufig auf diese Reisen spezialisiert und bieten dementsprechend eine sehr überschaubare Zahl an Radreisen an (selten mehr als 30). Vermehrt nehmen aber auch große, breit aufgestellte Reiseveranstalter (z. B. Busreiseveranstalter) Radreisen in ihr Angebot auf.

VII Trends, Ziele und Handlungsempfehlungen

1 Trends, Chancen und Risiken

Dass der Fahrradtourismus in den letzten Jahren stetig an Beliebtheit zugenommen hat, steht außer Zweifel, wenngleich harte Zahlen, die diese Aussage untermauern könnten, kaum vorliegen. So fehlen kontinuierliche Daten zum Volumen der tatsächlichen fahrradtouristischen Nachfrage, und zwar unabhängig von einer engeren oder weiteren Definition. Zwar untersucht die ADFC-Radreiseanalyse in regelmäßigen Abständen das Verhalten der Fahrradtouristen, allerdings liegt hierbei der Fokus weniger auf einer Marktsicht oder der Herleitung des Mengengerüsts für Deutschland. Zeitreihen zur Quantität des Tagestourismus, dem für Fahrradreisen wichtigsten Segment, fehlen auch hier. Insbesondere Veränderungen in der Häufigkeit der Tagesreisen, wie sie in den letzten vorliegenden Grundlagenuntersuchungen des dwif zum Tagestourismus in Deutschland (dwif 2005–2007) zum Vorschein gekommen sind, ziehen gravierende Veränderungen in den Volumendaten zum Fahrradtourismus nach sich. Führt 1993 noch jeder Deutsche im Durchschnitt 26 Tagesreisen pro Jahr durch, so waren dies 2006 bereits 36. Diese gravierenden Veränderungen im Mobilitätsverhalten müssen sich auch auf die Zahl der Fahrradreisen ausgewirkt haben. Bedauerlicherweise kann ein paarweiser Vergleich der Zahlen nicht durchgeführt werden, da das „benutzte Verkehrsmittel“ nicht durchgängig abgefragt wurde. Die im Rahmen der hier vorliegenden Untersuchung gewählte Herangehensweise zur Bestimmung des tagestouristischen Nachfragevolumens kann den Zeitreihenvergleich jedenfalls nicht ersetzen.

Ähnlich verhält es sich mit einer Zeitreihenanalyse im Fahrradtourismus mit Übernachtungen. Auch hier liegen bedauerlicherweise keine verlässlichen, auf identischen Definitionen und Abgrenzungen basierenden Übernachtungszahlen für Deutschland vor. Das Motiv der Reisenden spielt bei der Erfassung der deutschen Beherbergungsstatistik keine Rolle und demzufolge gibt es auch keine diesbezüglichen Zählungen. Der für die hier vorliegende Grundlagenuntersuchung verwendete Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus wird erst seit Mai 2007 permanent durchgeführt. Bei kontinuierlicher Weiterführung dieses innovativen, vergleichenden Marktforschungsinstrumentes erschließt sich erstmals die Möglichkeit, Veränderungen im Mengengerüst beim Fahrradtou-

rismus mit Übernachtungen zu beobachten, sodass innerhalb der nächsten Jahre Trendaussagen auf verlässlicher Datenbasis möglich sein werden.

Fahrradfahren dient schon lange nicht mehr nur der Raumüberwindung, sondern wird gerade in seiner Form als Freizeitaktivität zunehmend zum Ausdruck spezifischen Lifestyles. Nicht zuletzt die Bereitstellung immer speziellerer Fahrräder, die sich für vielerlei unterschiedliche Freizeitgestaltungen mit individuellem Equipment präsentieren, dokumentiert dies. Fahrradfahren ist heute zum Ganzjahressport geworden, sogar als Indoor-Aktivität (z. B. in Form von sportlich ausgelegten Fahrradergometern – sog. Spinning-Rädern – oder von spezifischen Fahrradhallen, in denen BMX-Sport und/oder Fahrradakrobatik witterungsunabhängig betrieben werden kann) gewinnt es an Bedeutung, wenn auch nicht alle Neuentwicklungen zwingend den Marktdurchbruch auf breiter Front schaffen werden.



Darüber hinaus werden Fahrradnischenmärkte (BMX etc.) sicherlich nicht riesige Volumenzahlen generieren, die touristische Marketingbemühungen auf breiter Front rechtfertigen könnten, allerdings bergen sie das Potenzial für einige wenige Spezialisten. Vorbild hierfür können die Mountainbikearenen sein, mit denen einzelne Anbieter sich bereits einen guten Namen in der Szene verschafft haben. Insbesondere als Differenzierungsmerkmal und als Beleg für eine hohe fahrradtouristische Spezialkompetenz sind derartige Angebote von nicht zu unterschätzender Bedeutung.

Festzuhalten ist, dass die Zahl der Fahrradausflüge, egal ob diese ausschließlich dem Fahrradfahren dienen oder in Kombination mit anderen Aktivitäten er-

folgen, mit großer Wahrscheinlichkeit weiter zunehmen wird. Folgende Argumente sprechen dafür:

- ▶ Ungebrochene bzw. sogar noch zunehmende Beliebtheit des Fahrrads als Freizeitgeräts.
- ▶ Eine (zumindest während der nächsten zehn Jahre) nahezu gleich bleibende Bevölkerungszahl.
- ▶ Eine höhere Affinität älterer Bevölkerungsschichten zum Fahrrad, die dieses Verkehrsmittel zeit Lebens genutzt haben und dies auch im Alter weiter nutzen. Eine tendenziell älter werdende Bevölkerung wird somit die Zahl der Fahrradfahrer und damit der Fahrradausflügler trotzdem erhöhen.
- ▶ Nachweislich positive gesundheitliche Auswirkungen der Nutzung des Fahrrads werden bei steigendem Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung zu verstärkter Nachfrage führen.
- ▶ Zunehmende fahrradtouristische Angebote (z. B. neue Wege, bessere Wege, neue Fahrradmodelle mit „Hilfsantrieb“) schaffen neue Möglichkeiten und Anreize für fahrradtouristische Nachfrage.
- ▶ (Stark) steigende Marketingbemühungen von Orten und Regionen im Fahrradtourismus werden ihre Wirkung nicht verfehlen.
- ▶ Objektive Faktoren, wie steigende Benzinpreise und härtere Umweltrestriktionen (Umweltzonen etc.), werden dazu beitragen, dass das Fahrrad „Wettbewerbsvorteile“ gegenüber dem Pkw erfährt, und dies wird sich auch in steigender touristischer Nutzung des Fahrrads niederschlagen.
- ▶ Durch aktive Hinwendung zur fahrradtouristischen Nachfrage mittels gezielter zielgruppen-gerechter Optimierung des Angebots werden neue Geschäftsfelder erschlossen.

Diese grundsätzlich positive Perspektive für den tagestouristischen Teil der fahrradtouristischen Nachfrage lässt sich tendenziell auch auf die Übernachtungen übertragen, allerdings mit moderaterer Ausprägung; so kann, anders als beim Tagestourismus, bei Urlaubsreisen nicht zwingend von einer nennenswerten Steigerung der Zahl der Reisen pro Kopf und Jahr ausgegangen werden, da hier ökonomische Sachzwänge entsprechend stärker zu Buche schlagen. Tagesausflüge können im Extremfall auch ohne Ausgaben unternommen werden, Urlaubsreisen jedoch nicht. Darüber hinaus ist bei Urlaubsreisen die Verteilung der Reisen auf In- und Auslandsziele zu berücksichtigen, die nicht nur von Vorlieben der Nachfrage, sondern auch von „externen Faktoren“ wie Preisen, Klima,

Wechselkurs, Transportkosten, Verbrauchssteuern etc. mit beeinflusst werden.

Die weit verbreitete Ansicht, wonach man Fahrradtourismus auch in bislang touristisch nicht so erfolgreichen Destinationen ohne Probleme entwickeln könne, muss allerdings mit gewissen Einschränkungen versehen werden. Zunächst ist festzustellen, dass bei der Destinationswahl Rad fahrender Touristen die gleichen Bewertungsmuster gelten wie auch bei sonstigen Reisenden. Allein wegen der Möglichkeit des Fahrradfahrens wird, abgesehen von wenigen Ausnahmen, kaum ein Tourist eine Destination wählen. Landschaftlicher Reiz und ein ansprechendes Kultur- und Veranstaltungsangebot sind ebenso von Bedeutung, wie gut ausgestattete Fahrradwege und deren Beschilderung. Ohne ein ganzheitliches Bekenntnis einer Destination und ihrer touristischen Leistungsträger zum Fahrradtourismus, welches sich dann auch in umfassenden Anpassungen des vorhandenen Angebotes und Investitionen in Angebotslücken äußert, wird es keine erfolgreiche Neupositionierung geben können.

In der sich abzeichnenden Entwicklung des Fahrradtourismus lassen sich aus heutiger Sicht kaum größere Risiken erkennen. Weder zählt der Fahrradtourismus zu jenen Bereichen, die sich durch besonders hohe oder riskante Investitionen auszeichnen, noch ist die Mehrzahl der Investitionen in diesem Zusammenhang schnell wechselnden Modetrends unterworfen. Hinzu kommt, dass Investitionen in Fahrradwege vielfach auch andere wichtige Funktionen der Infrastruktur gewährleisten (z. B. sichere Schulwege) und einen weiteren Nutzen finden, falls sich die touristischen Erwartungen nicht erfüllen sollten.

Unverkennbar ist allerdings, dass bei einer steigenden Zahl von Destinationen, die sich (auch) in diesem Segment zu profilieren versuchen, das Ziel, Branchenführer im Fahrradtourismus (Benchmark-Region) zu werden, zunehmend schwieriger zu erreichen ist. Eine größere Vielfalt an wettbewerbsfähigen Destinationen grenzt zudem den Spielraum bei der Preisfestlegung ein und erhöht somit das betriebswirtschaftliche Risiko spezifischer Investitionen. Wertvolle Signale, die die Nachfrage durch die Abgabe von Qualitätsbewertungen aussendet (z. B. überprüft der Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus die eigenen Angaben einer Destination anhand ihrer tatsächlichen

Leistungen im Vergleich mit denen ihrer Wettbewerber), sollten von den Destinationen ernst genommen werden, um zu erkennen, ob sich die Innensicht bezüglich der Fahrradeignung und -qualifikation tatsächlich mit der Gästesicht deckt oder ob eine mehr oder weniger große Nachjustierung des Angebotes erforderlich ist, um auch in Zukunft erfolgreich in diesem Markt operieren zu können. Eine Ignorierung der Gästemeinung kann zu fatalen Fehlinvestitionen führen und die Reputation einer Tourismusregion binnen kurzer Zeit nachhaltig ruinieren. Vermeintliche Einsparungen durch Unterlassung notwendiger Marktforschung können somit gerade hier sehr teuer zu stehen kommen.

Auch eine flächendeckende Bereitstellung von Fördergeldern in den allgemeinen Radwegebau hat nicht immer die gewünschten touristischen Effekte, wenn etwa bei ihrem Einsatz die touristischen Möglichkeiten einer Region nur ungenügend berücksichtigt werden und die prognostizierten Renditen dann trotz aller Investitionen dauerhaft nicht erreicht werden können. Hier kann unter Umständen ein Weniger an Förderung ein Mehr an ökonomischem Nutzen nach sich ziehen. Selbstverständlich müssen bei derartigen monokausalen Betrachtungsweisen volkswirtschaftliche Umwegrenditen oder parallel verfolgte (nicht touristische) Förderziele außer Betracht bleiben.

Etwas differenzierter sieht die Risikobewertung bei Investitionen in begleitende oder ergänzende Angebote aus. So sind adäquate Fahrradabstellmöglichkeiten sicherlich vielerorts erforderlich. Die Produktpalette hierfür ist jedoch breit gefächert (von einfach bis luxuriös), sodass die Verhältnisse vor Ort jeweils erst sorgfältig überprüft werden müssen. Beispielsweise sind abschließbare Fahrradboxen sicherlich nicht überall zwingend erforderlich. Durch entsprechende Vorabevaluierung des tatsächlichen Bedarfs über primäre Marktforschung können hier nicht nur Einsparungen, sondern gleichzeitig sogar noch ein höherer Gesamtnutzen erzielt werden.

Auch die Ausstattung von Beherbergungs- oder Gastronomiebetrieben mit fahrradaffinen Zusatzelementen birgt dann Risiken in sich, wenn sie als isolierte Einzelmaßnahme ohne Einbindung in ein fahrradfreundliches Umfeld erfolgt. Grundsätzlich ist anzuraten, dass Regionen und auch (größere) Orte, in

denen Fahrradtourismus eine wichtige Rolle spielt oder in Zukunft spielen soll, eine Gesamtkonzeption für die fahrradtouristische Angebotsgestaltung erstellen oder erstellen lassen. Hierdurch lässt sich das Risiko von Fehlinvestitionen erheblich verringern. Ähnlich wie schon heute in touristisch bedeutenden Orten und Regionen Hotelbedarfspläne lenkend auf die entsprechende Investitionstätigkeit wirken, könnten in Zukunft themenspezifische Potenzialanalysen für mehr Sicherheit bei Investoren sorgen. Klare Antworten auf die Frage „Wie viele spezifisch fahrradfreundliche Beherbergungsbetriebe verträgt der Markt im Ort bzw. in der Region?“ könnten helfen, Anreizsteuerungen durch Förderprogramme auf verlässlichere Fundamente zu stellen.

2 Ziele

Angesichts der oben aufgezeigten Situation muss es das Ziel von Tourismuspolitik und -verwaltung sein, den Fahrradtourismus weiter zu fördern. Sowohl die objektiven Angebotsvoraussetzungen als auch die nachfrageseitigen Prognosen lassen erwarten, dass in diesem Teilbereich des Deutschland-Tourismus nicht nur eine hervorragende Marktposition innehat, sondern dass dieses Segment auch geeignet ist, beim Incoming erfolgreich zu wirken. Die durchwegs höheren Zufriedenheitswerte der heutigen ausländischen Fahrradtouristen (z. B. bezüglich der Fahrradwege, der Gastronomie, der Beherbergung) (vgl. Europäische Reiseversicherung AG und DZT 2008) unterstreichen die grundsätzlich verbesserten Voraussetzungen, über die Deutschland in diesem Bereich verfügt. Marketingaktionen wie „Deutschland per Rad entdecken“ gehen somit genau in die richtige Richtung und sollten unbedingt prolongiert werden. Durch konzertierte Aktionen deutschlandweit auch den Deutschen nahezubringen, dass Fahrradrurlaub in Deutschland eine hervorragende Option darstellt, sollte als gemeinsames Ziel aller touristischen Akteure weiterverfolgt werden. Diese Initiativen müssen dann allerdings durch entsprechende nachhaltige „Folgeangebote“ der Destinationen, Orte und ggf. Radwegeorganisationen unterfüttert werden, um die Imagekampagne in konkrete Nachfrage überführen zu können. Als Plattform für bundesweite Imagekampagnen bietet sich das gemeinsame Inlandsmarketing von DZT und Landestourismusorganisationen an.

Ein wichtiges Unterfangen muss es auch sein, für die (sehr) große Zahl an Urlaubern, die während ihres Aufenthaltes unter anderem auch das Fahrrad benutzen, die Bedingungen vor Ort zu optimieren, denn nur wenn die Zufriedenheit der Gäste nachhaltig gestärkt wird, kann es gelingen, die Mundpropaganda, die nach wie vor als entscheidendes Gästebeschaffungs- und Gästebindungsinstrument anzusehen ist, zu nutzen. Die Gewissheit, dass Investitionen in fahrradtouristische Infrastruktur und Dienstleistungen weit größere Zielgruppen als nur die der Fahrradtouristen im engeren Sinn ansprechen, lässt das Ziel, Nachfragepotenziale mittels Angebotsoptimierung auszuschöpfen, ein Stück weit realistischer erscheinen.

3 Handlungsempfehlungen

Die bereits an verschiedenen Stellen in der Studie angesprochenen Handlungsempfehlungen werden folgend im Wesentlichen zusammengefasst.

Adressatengruppen für diese Handlungsempfehlungen können sein:

- ▶ Politik, Verwaltung, Vermessungsämter
- ▶ Tourismusorganisationen (Regionen und Länder)
- ▶ Beherbergungsbetriebe, Gastronomie
- ▶ Betreiber, Initiatoren, Verantwortliche für Radrouten
- ▶ Radtouristische Dienstleister

3.1 Datenbestand zur Radrouteninfrastruktur

Handlungsempfehlung für	Ministerien (Verkehr); Vermessungsämter
-------------------------	---

Um eine Grundlage für die Zusammenstellung eines deutschlandweiten Radwegebestandes zu ermöglichen, ist eine Erfassung der Radwege sowohl im Hinblick auf die Nutzung als radtouristisches Informationssystem als auch als Bestandsdatenbank für die grundlegende Infrastruktur „Radverkehrsnetz“ inklusive Angaben zum baulichen Zustand notwendig. Der Nutzen dieser Datenbank lässt sich wie folgt beschreiben:

- ▶ **Für Koordinatoren der touristischen Radinfrastruktur:** Mithilfe einer genauen Dokumentation der Radwege können insbesondere Routenzusammenschlüsse und die Vernetzung der Routen optimiert und dadurch gezielt für den Tourismus aufbereitet werden (Qualität statt Quantität). Anhand klarer Daten z. B. zur Oberflächenbeschaffenheit und zum Verlauf können bewusst Zielgruppen angesprochen werden, woran sich auch die umliegenden Infrastruktureinrichtungen (Gastronomie, Unterkünfte, Rastplätze etc.) orientieren können (z. B. „steigungsarme, asphaltierte Familien-/Kinderoute mit kinderfreundlichen Hotels, Spielplätzen etc.“).
- ▶ **Für Touristen:** Darstellung der Informationen in Form von Routenplanern für jeden Radtouristen. Auf der Basis verlässlicher Datensätze sollte baldmöglichst ein Äquivalent zu den heute im Straßenverkehr kaum mehr wegzudenkenden Internetroutenplanern mit diversen Wahlmöglichkeiten auch für Fahrradnutzung verfügbar sein.

Die fehlende Transparenz der verfügbaren Informationen führt teilweise dazu, dass das zuständige Landesministerium keine Auskunft über Längen des Fahrradwegenetzes geben kann, parallel dazu aber eine detaillierte Datenbank bei Landesvermessungsämtern oder sonstigen Landesbetrieben existiert. Auch zwischen einzelnen Landesministerien ist vielfach ein schlechter Informationsaustausch festzustellen. Eine fahrradtouristische Koordinationsstelle auf Landesebene würde hier mit Sicherheit eine deutliche Situationsverbesserung mit sich bringen.

Für eine vollständige Erfassung des gesamten Radwegenetzes müssten unbedingt auch die Kommunen mit eingebunden werden. Allerdings ist auch bei diesen derzeit keine einheitliche Dokumentationssystematik zum Radwegenetz zu erkennen. Hier wären sinnvolle Vorgaben (am besten bundesweit) eine deutliche Verbesserung.

Aus fahrradtouristischer Sicht wäre es wünschenswert, dass bei der Erfassung des Radnetzes auch registriert wird, ob es sich dabei um einen „ausgeschilderten Weg“ (idealerweise nach FSGV-Standard) handelt, da nur diese Wege für touristische Informationssysteme (Web und Print) relevant sind. Dafür müsste der vor wenigen Jahren beschlossene

FGSV-Standard bei der Radwegenetausschilderung aber überall flächendeckend umgesetzt werden (in NRW ist die FGSV-Ausschilderung bereits Standard). Bei touristischen Routen wird dann das individuelle Routenlogo mit am Schild angebracht. Sinnvoll wäre auch hier eine übergeordnete Zuständigkeitsstelle für die gesamte Beschilderung (auf Landes- und evtl. auch Bundesebene), die die entsprechenden Vorgaben erarbeiten kann. Dies wäre eine der möglichen Aufgaben für eine länderübergreifende Fahrradkoordinierungsstelle.

Ein bereits vorbildliches Beispiel für eine detaillierte und zentrale Erfassung der Radwege und -routen findet sich in Baden-Württemberg (vgl. Kapitel V.1.1).

schen Marketingorganisationen ergab, dass dies von der großen Mehrheit der Landesmarketingorganisationen unterstützt wird (zehn Nennungen dafür, zwei dagegen, vier unentschieden). Seitens der Regionen besteht ebenfalls der Wunsch nach Schaffung einer länderübergreifenden Koordinierungsstelle. Knapp 59% der befragten regionalen Tourismusorganisationen schlossen sich diesem Votum an, der Rest lehnt es ab bzw. hatte hierzu keine Meinung. Für die Einrichtungen von Koordinationsstellen auf Ebene der Bundesländer ergibt sich ein sehr ähnliches Bild: Zehn Bundesländer (sechs ohne Angabe) und knapp 62% der touristischen Regionen sprechen sich hierfür aus. Nachstehende Aufgaben wurden einer länderübergreifenden Koordinationsstelle zugedacht:

Tab. 32: Mögliche Aufgaben einer länderübergreifenden Radwegekoordinierungsstelle

Mögliche Aufgaben	Antworten der Landesmarketingorganisationen in %	Antworten der Regionen in %
Moderation zwischen den verschiedenen Zuständigkeiten	90	87
Vernetzung von Radrouten über die Zuständigkeitsgrenzen hinaus	80	95
Kontrolle der Radfernwege (bezüglich der Beschilderung und der baulichen Qualität)	70	67
Einheitliche Beschilderung	60	84
Festlegung von Mindeststandards bei der baulichen Ausstattung der Wege	60	71
Vermarktung von Radrouten	50	60
Imagepflege und -bildung: „pro Fahrradtourismus“	40	55
Sonstige Aufgaben, z. B. Qualitätsmanagement, Beratung der Regionen, Marktanalyse	30	5

Quelle: dwif 2008 Befragung von 16 Landesmarketingorganisationen und 134 regionalen Marketingorganisationen

3.2 Länderübergreifende Radwegekoordinierungsstellen

Handlungsempfehlung für	Politik, Verwaltung, Interessensverbände
-------------------------	--

Seit Langem wird von unterschiedlichen Seiten die Forderung nach der Errichtung einer länderübergreifenden Radwegekoordinierungsstelle erhoben. Eine eigens hierzu durchgeführte Befragung der touristi-

Insbesondere das klare Votum für eine Moderationsstelle sowie für die Vernetzung der Radrouten ist dabei hervorzuheben. Offenbar zeigt die Erfahrung der Befragten, dass ohne eine hierfür zuständige Stelle, vieles „liegen“ bleibt oder allenfalls suboptimal umgesetzt wird. Die Schaffung einer einheitlichen Beschilderung wird insbesondere von den Regionen gefordert.

Unbeantwortet bleibt jedoch die Frage nach der konkreten Organisationsform sowie nach dem Finanzierungsmodell. Möglich wäre hier eine einzige über-

geordnete Koordinierungsstelle aller 16 Bundesländer oder aber mehrere Koordinierungsstellen für zusammengefasste Ländergruppen, z. B. Koordinierungsstelle für Nord- bzw. Süddeutschland.

Angesichts der hohen touristischen Relevanz erscheint es sinnvoll eine Kombinationslösung zwischen Fahrradwegekoordination und Tourismusmarketing zu suchen. Von daher wäre eine Ansiedelung bei Tourismusmarketingorganisationen nicht auszuschließen. Die Feinausgestaltung dieser Stelle(n) sowie die endgültige Festlegung von Kompetenzen und Zuständigkeiten sind in den verschiedenen zuständigen Gemeinschaftsgremien des Bundes und der Länder vorzunehmen. Hierbei sollten sowohl touristische und marketingtechnische Aspekte als auch Aspekte der Träger und Verantwortlichen für die Verkehrsinfrastruktur ausreichend Beachtung finden.

3.3 Informationsbereitstellung und Vermarktung durch Tourismusorganisationen

Handlungsempfehlung für	Tourismusorganisationen auf Regions- und Länderebene
-------------------------	--

Fahrradtouristische Angebote gehören schon heute für alle Landestourismusorganisationen und für mehr als drei Viertel der regionalen Tourismusorganisationen zum Grundangebot. Da auch mehr als drei Viertel aller befragten Organisationen davon ausgehen, dass die Bedeutung des Fahrradtourismus und die Notwendigkeit einer professionellen Vermarktung tendenziell zunehmen werden, muss diesem Sachverhalt hohe Aufmerksamkeit beigemessen werden. Fest steht, dass das Gros der Fahrradtouristen auch in Zukunft individuell verreisen und dementsprechend die Informationskanäle der Tourismusverbände und kommunalen Touristinformationen nutzen wird, bevor es sich endgültig für ein Reiseziel entscheidet bzw. um sich Detailinformationen über ein gewähltes Reiseziel zu besorgen. Das Ziel muss es daher sein, die (potenziellen) Kunden mit dem gebotenen Service zufriedenzustellen werden und Entscheidungen im positiven Sinne zu beeinflussen bzw. latente Wünsche in reale Handlungen zu überführen.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass auch in Zukunft nur ein kleiner Teil der Fahrradreisenden über Pauschalreisen erfolgreich angesprochen werden wird. Dies gilt in erster Linie für deutsche Inlandsurlauber und für die große Zahl an Touristen, die während ihres Aufenthalts Fahrradausflüge unternehmen. Die Tourismusmarketingorganisationen werden primär zur reinen Informationsbeschaffung in Anspruch genommen. Das bedeutet jedoch nicht, dass überhaupt keine Fahrradpauschalangebote mehr vorzuhalten sind. Für Reiseveranstalter bieten sich hauptsächlich Produkte an, die (mit oder ohne Führung) eine Region oder einen Flusslauf fahrradtouristisch erschließen und dies mit Zusatzkomponenten kombinieren (siehe Kapitel VII.3.12).

Fahrradpauschalangebote von Bundesländerorganisationen oder Tourismusregionen sind als Bausteine zu sehen, die insbesondere im **Internet** angesprochen werden und eine spontane Buchung von Informationssuchenden ermöglichen. Oftmals werden hierfür auch Kooperationen von Veranstaltern und Tourismusverbänden gebildet, sodass Regionen dem Endverbraucher Veranstalterprodukte lediglich als Vermittler anbieten. Es bedarf jeweils einer individuellen Kalkulation, ob sich lohnt, sämtliche Risiken und Funktionen eines Reiseveranstalters auszufüllen, oder ob es sinnvoller ist zu versuchen, Provisionserlöse durch verkaufte Pauschalen zu erzielen.

Eine Marktlücke stellen **kurzfristige Angebote für Radtouristen** dar, die z. B. bei sich abzeichnendem Schönwetter an Brückenwochenenden im Mai in den Medien kommuniziert werden. Wie schon heute von Skigebieten praktiziert, könnten Fahrraddestinationen hier besucherlenkend wirken. Um dies erfolgreich in die Praxis umsetzen zu können, ist es erforderlich, dass tagesaktuelle Überblicke über verfügbare Beherbergungsangebote vorhanden sind und gleichzeitig ergänzende Angebote (spezifische Besuchsanreize, Events) in den Vordergrund gerückt werden. Genaue Kenntnisse von Zielgruppenmärkten (Woher kommen meine Kunden? Wen kann ich für Kurzfristaufenthalte mit meinem Angebot am ehesten begeistern? Über welche Kommunikationskanäle komme ich an diese Zielgruppen heran?) sind die Voraussetzung, um hier erfolgreich agieren zu können. Medienpartnerschaften mit Verlagen und Rundfunkanstalten erweisen sich hierbei als besonders hilf-

reich. Aber auch attraktive Last-Minute-Angebote können durchaus Erfolge bringen.

Stark gefordert sind Tourismusorganisationen mit Blick auf die Bereitstellung ausführlicher Informationen im Internet. Hierfür eignen sich **Radroutenplaner**, die es den Touristen ermöglichen, individuelle Routen zusammenzustellen und diese mit allen dafür notwendigen Informationen zu ergänzen. Die Praxisbeispiele (z. B. aus Rheinland-Pfalz, NRW oder Hessen, vgl. Kapitel VI.3) zeigen hier eindrucksvoll, wie diese Dienstleistung idealerweise aussehen könnte. Aus der Sicht der Gäste ist es sehr hilfreich, wenn benachbarte Regionen bzw. ganze Bundesländer nach „gleichem Strickmuster“ und mit dem gleichen Layout bei der Gestaltung dieser Onlineportale arbeiten, da dies ein Höchstmaß an Vergleichbarkeit bietet. Vorteilhaft erweist sich hier die Verlinkung der einzelnen Regionen auf die Routenplaner der Länder, da dadurch einerseits Arbeitsaufwand bei den Regionen eingespart, andererseits aber die Vergleichbarkeit gewährleistet wird. Idealerweise sollten auch die Routenplaner der einzelnen Länder einer bundesweit einheitlichen Vorlage entsprechen und den höchst möglichen Informationsgehalt liefern. Die Bereitstellung von Fahrradroutenplanern ist zumindest so lange ein echter Wettbewerbsvorteil für die Tourismusorganisationen, wie sich „big player“ wie Google oder Kartenverlage wie Falk, Michelin etc. dazu noch nicht entschlossen haben. Der individuelle Einfluss der Regionen auf landes- oder bundesweit einheitliche Routenplaner kann darin bestehen, dass zusätzlich zur bloßen Routenführung noch spezifische Touristinformationen, evtl. ergänzt um tagesaktuelle Veranstaltungshinweise, in die Routenpläne integrieren und dadurch echten Mehrwert für die Gäste bieten. Gleichzeitig eröffnet diese Kombination auch den Weg zur Besucherlenkung, indem den Kunden aktiv Hinweise auf lohnende Besuchsmöglichkeiten unterbreitet werden, und dies ggf. sogar unter Berücksichtigung von individuellen Kundenwünschen (Benutzerprofilen) oder Verfügbarkeiten (Öffnungszeiten, Restplatzkapazitäten etc.). Dem Gast auf angenehme Weise Vorschläge zu unterbreiten, die seine Wünsche mit den vorhandenen Möglichkeiten in der Region in Übereinstimmung bringt, ist die hohe Kunst des kundengerechten Marketings. Hierzu bedarf es nicht nur einer möglichst vollständigen Information über das Angebot in der Region, sondern auch über die sich ständig ändernden Wünsche und Verhaltensweisen

der Gäste. Angebots- und Besuchermonitoring sind gleichermaßen Voraussetzung für ein erfolgreiches Marketing.

Unabhängig von der wünschenswerten Bereitstellung von GPS-gestützten Radroutenplanern wird es auch weiterhin erforderlich sein, dass zu allen Radwegen ausführliches Informationsmaterial in Form von Karten, Flyern und/oder Prospekten bereitgehalten wird. Allerdings spricht vieles dafür, diese **Printprodukte** mit den Internetinformationen zu harmonisieren. Ausdrucke von individuellen Routenführungen (z. B. auf Basis von Routenplanern) auf Bedarf vor Ort, auf einem eigens hierfür installierten Drucker, könnten ein Weg sein, den Service für die Kunden zu erhöhen und gleichzeitig die Produktionskosten der Printmedien zu senken. Als wichtig erscheint es in jedem Fall, dass zumindest entlang von etablierten Radwegen die ausgefertigten Printprodukte auch ein möglichst einheitliches Erscheinungsbild und ein praktisches Format aufweisen. Hierzu können die Vorschläge normalerweise nur von den regionalen Tourismusverbänden bzw. den für die Fahrradrouten zuständigen Einrichtungen kommen. Die Abstimmung hierzu wäre auch als eine potenzielle Aufgabe für die möglicherweise neu einzurichtenden Koordinationsstellen auf Landesebene anzusehen.

Diese **Informationsangebote** müssen sich an eindeutige **Fahrrad-Zielgruppen** richten, da die Erwartungen und die Anforderungen einzelner Zielgruppen zu stark voneinander abweichen, als dass einheitliche Materialien Sinn machen würden. Vorgesprochen wird

- ▶ eine klare Trennung von Angeboten für Genussradfahrer auf Radwanderwegen einerseits und Mountainbiker bzw. Rennradfahrer andererseits,
- ▶ eine Differenzierung nach Altersgruppen, sofern eine solche Unterscheidung sinnvoll ist (z. B. Eignung für Kinder/Best Ager/Fahrradanhängern/o. Ä.).

Notwendige Informationsbausteine für Radtouristen sind:

- ▶ Bei **Radwanderwegen**:
 - ▶ Eindeutiger Routenname
 - ▶ Beschreibung der Beschilderung (Farbe und Form bzw. Logo auf den Schildern)
 - ▶ Angaben zu Fahrbahnbelägen (nur Asphalt oder auch Feldweg)
 - ▶ Angaben zur Streckenlänge und zu Höhenunterschieden
 - ▶ Angaben zum Schwierigkeitsgrad
 - ▶ Benennung der Start-Ziel-Orte sowie weiterer Orte auf der Strecke
 - ▶ Benennung von Sehenswürdigkeiten und Ausflugszielen in erreichbarer Umgebung rund um die Radroute
 - ▶ Benennung von (radfreundlichen) Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben mit Öffnungszeiten und Ruhetagen
 - ▶ Hinweise auf wichtige weitere Serviceangebote (Reparaturservice, Radeltaxi etc.)
- ▶ Bei **Mountainbikerouten (zusätzlich)**:
 - ▶ Höhenprofil
 - ▶ Reliefbeschreibung

Diese Informationen sollten sich auf den Websites der Touristinformationen zum Download finden lassen, wo sie um etwaige Links auf weiterführende Informationen ergänzt werden können. Darüber hinaus müssen sie inhaltsgleich mit den hinterlegten Daten etwaiger GPS-gestützter Navigationssysteme sein. Der Interessent soll auf den Seiten der Tourismusorganisationen ausreichend Informationen zur Wahl der Destination erhalten, sei es durch eigene Inhalte oder durch fundierte Verlinkungen.

Idealerweise werden die Informationen zum Fahrradtourismus innerhalb einer Region oder sogar eines Bundeslandes nach einheitlichen Vorgaben erstellt, sodass ein gleich bleibendes Layout den Gästen die Orientierung erleichtert. Darüber hinaus bietet ein standardisiertes Erfassungssystem auch die Möglichkeit, individuelle Zusammenstellungen und Ausdrucke zu erstellen.

Ein wichtiges Informationsmedium für Fahrradtouristen vor Ort stellen auch **Informationstafeln an Fahrradwegen** dar, die Auskunft geben über wichtige und sehenswerte Einrichtungen, Öffnungszeiten, wichtige Kontaktadressen und auch Übersichtspläne

enthalten. Insbesondere bei Radwegen, die an Orten vorbeiführen, bieten sie eine gute Gelegenheit, um Radfahrer in die Orte zu leiten und dort zu (ökonomisch wirksamen) Aktivitäten anzuregen. Nur so kann es gelingen, Nutzen für die ortsansässige Wirtschaft aus dem Fahrradtourismus zu generieren. Vollerorts „verkommen“ diese Informationstafeln jedoch zu reinen Werbewänden deren tatsächliche Wirkung auf Fahrradtouristen nicht bekannt ist. Problematisch wird es zudem, wenn die Aktualität der Informationstafeln nicht gewährleistet werden kann (Hinweise auf vergangene Veranstaltungen, geschlossenen Einrichtungen u. Ä.). Die Aufstellung jeweils einheitlicher Informationstafeln entlang eines Fahrradweges würde dem Touristen die schnelle und sichere Orientierung ermöglichen. Ihre Gestaltung sollte unter der Regie regionaler Tourismusorganisationen erfolgen, da hierbei auch der Zugang zu gemeinsamen Sponsoren gefunden werden könnte, die eine überregionale Präsentation suchen. Idealerweise können so die verbleibenden Kosten drastisch reduziert werden. Die Pflege der Tafeln sollte jedoch aus Praktikabilitätsgründen in der Obhut der kommunalen Tourismusstellen verbleiben.

3.4 Beschilderung

Die Wegweisung für Radwege sollte als kundenorientierte Besucherinformation und als Teil der touristischen Servicekette in der Besucherinformation aufgefasst werden. Diese umfasst ein stimmiges Miteinander von Reiseberichten, Informations- und Kartenmaterial, Internetpräsentation, etc. Ziel einer an den Bedürfnissen der Touristen orientierten Wegweisung muss es sein, über Zuständigkeitsgrenzen hinweg, **durchgehende Informationsketten** anzubieten – beginnend an der Autobahnabfahrt, dem Bahnhof oder dem Schiffsanleger bis zur gesuchten Ortschaft oder dem gesuchten Zielobjekt.

Entscheidendes Glied in der Kette der Besucherinformation ist die Beschilderung der Radwege mit Hinweisen auf Orte, touristisches Angebot und Infrastruktur sowie touristische Routen. Diese **Beschilderung**

ung soll bundesweit einheitlich eine schnelle Orientierung erlauben. In Zusammenarbeit mit den Nachbarländern Dänemark, Niederlande, Schweiz, Polen und Tschechien soll das System zukünftig auch international durchgesetzt werden.

Zugunsten einer einheitlichen Orientierung ist für individuelle Gestaltungen der Reisegebiete oder Fernwege auf dieser Beschilderung kein Platz. Individuelle Merkmale finden sich in Prospekten, im Internet, auf den Routensymbolen und ggf. auf Informationstafeln.

Beschilderungsregeln liegen mit dem „Merkblatt zur wegweisenden Beschilderung für den Radverkehr“ der FGSV (Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen) vor (Nationaler Radverkehrsplan 2002-2012, FahrRad!). Eine Reihe von Bundesländern hat differenzierte Handlungsanleitungen zur Anwendung des FGSV-Standards verfasst.

Beschilderung nach FGSV-Standard

Der FGSV-Standard weist Radwege getrennt von den übrigen Freizeitwegen aus. Das Vollschild nennt Zielorte, Entfernungen und – über Piktogramme – touristische Informationen zum Zielort (Museum, Gastgewerbe, Bahnhof, etc.). Empfehlenswert erscheint für die Entfernungsangabe der Zusatz „km“. Von der Zielwegweisung getrennt zeigen Kurzschilder den Verlauf touristischer Routen an.

Der FGSV-Standard erlaubt die Ausführung in grün oder in rot auf weißem Grund. Der Standard hat nicht den Status einer rechtlichen Vorgabe, wird aber häufig von Fördermittelgebern vorausgesetzt. Damit ist der Standard faktisch vorgegeben.

Abb. 89: Vollschild nach FGSV-Standard mit eingehängtem Routenhinweis



Quelle: BTE 2008, eigene Darstellung

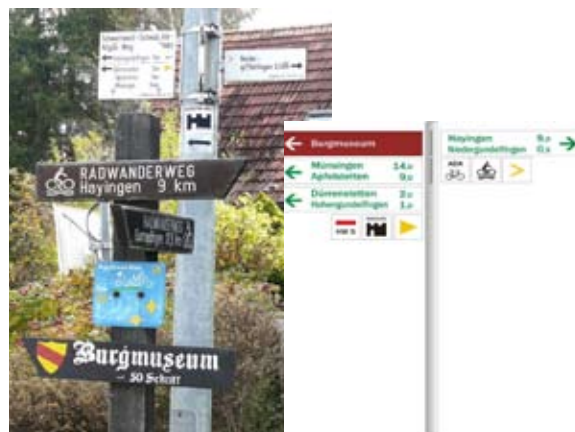
Integrierte Beschilderung

Vielerorts v.a. in den bevorzugten Erholungs- und Feriengebieten bestehen komplexe Routen- und Beschilderungssysteme für unterschiedliche Nutzergruppen (Wanderer, Touren-Radfahrer, Mountainbiker, Reiter, Nordic-Walker). Sukzessive sind so häufig Schilderwälder gewachsen, die die Orientierung der Gäste erschweren und hohe Betriebskosten verursachen.

In diesen Fällen kann eine integrierte Beschilderung sinnvoll sein, in der alle Informationen zu Routen, Touren und spezifischen Aktivitäten mit der Zielwegweisung zu Orten und Sehenswürdigkeiten in einem System zusammengeführt werden. Die Marktforschung zu den Präferenzen der Radfahrer (vgl. Kap. 5) belegt deutlich die sehr breiten Interessen und Aktivitäten der Radfahrer. Insofern sind **Querbezüge in der Beschilderung** (und nicht etwa ausschließlich auf das Radfahren begrenzte Beschilderungen) **markt- und kundengerecht**.

Für die Beschilderung nach FGSV-Standard bedeutet dies eine Verlagerung des Radfahrer-Symbols aus der Zielwegweisung in das Kurzschild (s.o.). Empfohlen wird auch die Angabe der Maßeinheit „km“. Alle anderen Vorgaben der FGSV bleiben unberührt und sollten in der integrierten Beschilderung zur Anwendung kommen.

Abb. 90: Schilderwald und Lösungsansatz der „Integrierten Beschilderung“



Quelle: BTE 2008, eigene Darstellung

Tab. 33: Empfehlung zur Beschilderung von Radwegen

	eigenständige Markierung für Radfahrer (FGSV-Standard)	integrierte, benutzerübergreifende Beschilderung (Anwendung des FGSV-Standards für alle Freizeitroutes, aber: Radwegweisung über eingehängte Kurzschilder)
Vorteile	maximale Klarheit für Radfahrer vergleichsweise leicht umsetzbar (Fahrradspezifisch, nicht vernetzt)	einheitliche Beschilderung für alle wichtigen Freizeitnutzungen kundenorientierte Sichtweise (wird den vielschichtigen Interessen der Besucher – auch der Radfahrer – gerecht) reduziert den Schilderwald (alle Ziele, alle Routen, alle Aktivitäten an einem Pfosten) und spart damit Bau- und Erhaltungskosten
Nachteile	parallele Systeme für Wandern, Nordic Walking, Reiten etc. notwendig (nebeneinander stehende Beschilderungssysteme mit jeweils eigener Logik)	abstimmungsintensiv, komplex
besonders geeignet für	Radfernwege Regionen, in denen Radrouten ein überwiegend eigenständiges System bilden Regionen, in denen das Radfahren gegenüber anderen Nutzungen klar im Vordergrund steht isolierte (lokale) Projekte, die schnell und mit überschaubarem Aufwand realisiert werden sollen	Tourismusräume mit eng verwobenen Angeboten für Radfahrer, Wanderer, etc. (auf gemeinsamen Wegen bzw. zahlreichen gemeinsamen Kreuzungspunkten) Tourismusräume mit unzeitgemäßem Schilderwald, die ihre Besucherlenkung insgesamt überarbeiten und neu ordnen tourismusaktive Region/ Destination (lokale Lösung nicht sinnvoll)

Quelle: BTE 2008, eigene Darstellung

Touristische Serviceketten in der Besucherinformation und Wegweisung

Die Schilder und Infotafeln sollen so installiert werden, dass sie vom Gast als eine in sich schlüssige, auf-

Abb. 91: Durchgehende Besucherlenkung und -information



Quelle: BTE 2008, eigene Darstellung

einander abgestimmte Infrastruktur wahrgenommen werden können. Ziel einer an den Bedürfnissen der Touristen orientierten Wegweisung muss es sein, über Zuständigkeitsgrenzen hinweg **durchgehende Informationsketten** anzubieten – beginnend an der

Autobahnabfahrt, dem Bahnhof oder dem Rastplatz bis zur gesuchten Ortschaft oder zum gesuchten Zielobjekt.

Ein integriertes System besteht aus Infotafeln und Wegweisern, die sich in ihrer Funktion und in ihrem Informationsgehalt ergänzen.

Infotafeln enthalten eine oder mehrere Karten, in denen das touristische Angebot im räumlichen Zusammenhang sowie die Netzstruktur der verschiedenen Freizeitroutes deutlich wird. Hier ist auch der Platz für erläuternde Texte z. B. zu Regionen oder Bauwerken und es besteht die Möglichkeit, über bestimmte Wegeigen-

schaften zu informieren, wie beispielsweise über die Eignung für in ihrer Mobilität eingeschränkte Personen.

- ▶ **Wegweiser** dienen der Orientierung im Vorbeigehen oder Vorbeifahren. Ein Verweilen vor dem Wegweiser soll nicht erforderlich sein. Die hierzu notwendige Übersichtlichkeit wird durch eine standardisierte Form und inhaltliche Gestaltung erreicht. Auch ist es wichtig, die Informationsfülle auf den Schildern sowie die Anzahl von Schildern an einem Wegweiser begrenzt zu halten.

3.5 GPS, mobile und digitale Dienste

Handlungsempfehlung
für

Tourismusorganisationen,
radtouristische
Dienstleister

In Regionen, die auf den Fahrradtourismus setzen, dürfen gute GPS-Angebote im Angebotsportfolio nicht mehr fehlen. Ein gutes Routing, Tourenangebote im Dialog-Verfahren, GPS-Files zum Download, GPS-Leihgeräte etc. gehören heute zu einer „Fahrradregion“.

GPS-Angebote in Form von Downloaddateien schaffen: Mehr als die Hälfte der befragten regionalen Tourismusanbieter stellen noch keine GPS-Angebote für ihre Fahrrad fahrenden Gäste bereit. Hier wird empfohlen, dies nachzuholen. Als einfaches Angebot bieten sich zwei bis vier Touren an, die als 25 bis 50 km lange Rundtouren ausgelegt sind und ggf. auch miteinander verbunden werden können. Neben der GPS-Downloaddatei sollte eine Übersichtskarte alle Touren zeigen. Für jede Tour sollte es eine kurze Beschreibung (Wegebeschaffenheit, für wen geeignet, Sehenswürdigkeiten sowie grundsätzlich wichtige Informationen zu Gastronomie, öffentlichem Nahverkehr, Öffnungszeiten, Telefonnummern etc.) sowie einen prägnanten Namen geben. Insbesondere in bewegtem Gelände ist ein Höhenprofil zu jeder Tour wichtig.

So wird eine Fahrradtour zu einer GPS-Datei:

Für eine Tourismusorganisation gibt es drei Wege, eine GPS-Datei (die verschiedene Formate haben kann) zu erstellen:

- ▶ Steht ein GPS-Gerät zur Verfügung, kann die Fahrradtour abgefahren und die aufgezeichnete Strecke anschließend vom Gerät auf einen PC und dann ins Internet übertragen werden. Eine Nachbearbeitung der Daten am PC ist zweckmäßig (Namen für Waypoints statt Nummern, Ergänzung von fehlenden Waypoints etc.), denn die Bearbeitung am Handgerät während der Aufzeichnung ist mühselig.
- ▶ Die Fahrradtour wird digital am PC geplant. Dazu ist eine digitale Karte erforderlich und ein Programm, mit dem die Tour auf der Karte per Mausklick „abgefahren“ wird. Meistens werden Karte und Programm gleich als Paket angeboten. Der Vorteil dieser Methode liegt darin, dass die Tourdaten gleich mit ergänzenden Informationen wie z. B. Höhenprofil, Ortsbezeichnungen etc. vervollständigt werden können.
- ▶ Wenn es für die Region bereits einen internetbasierten Radroutenplaner gibt, kann auch dieser genutzt werden, um Radtouren für den eigenen Ferienort zu erstellen. Die Qualität der Daten hängt dabei vom Entwicklungsstand des Planers ab (ggf. können nur vorgegebene Strecken gewählt werden, die Routen können auch gleich auf der Internetseite des Planers veröffentlicht werden etc. vgl. Kapitel VI.3).

Leihgeräte anbieten: Für Unerfahrene ist das Thema GPS mit seiner Geräte-, Begriffs- und Dateivielfalt komplex. Hier kann eine Destination ihren Gästen helfen, indem sie fertig konfigurierte Geräte zum Ausleihen anbietet. Inzwischen sind die Geräte so leistungsfähig, dass schon einfache Modelle für diesen Zweck ausreichen (Anschaffungspreis unter 100,- Euro). In einer 10 bis 15-minütigen Einführung können die Grundfunktionen erklärt werden. Anschließend sollte eine kurze Testfahrt folgen und auftretende Fragen sollten sofort geklärt werden. Die GPS-Anfänger unter den Gästen, dürfen sich später in der freien Landschaft nicht alleingelassen fühlen. Zweckmäßig ist auch eine Notfalltelefonnummer.



Praxisbeispiel: GPS-Leihgeräte-Service mit landesweiter Koordination und Information

Schleswig-Holstein bietet seinen Gästen den Service von GPS-Leihgeräten in einem landesweiten Netz von Ausleihstationen in den Touristinformationen an. Interessierte Radfahrer werden auf der Internetseite der Landestouristik (www.sh-tourismus.de) über das Angebot und die Leihstationen informiert. Außerdem sind die bereits in Betrieb befindlichen sowie die geplanten Leihstationen in einer von der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH herausgegebenen Fahrradkarte für Schleswig-Holstein verzeichnet. Diese Karte kann entweder als Printversion bestellt oder als pdf-Datei im Internet heruntergeladen werden (www.sh-fahrradland.de). Die fahrradtauglichen GPS-Geräte können ab 5,- Euro Leihgebühr pro Tag ausgeliehen werden. Das Netz der Verleihstationen wird weiter ausgebaut.

Tourenangebot mit Parameterabfrage: Gute GPS-Radtourenangebote berücksichtigen unterschiedliche Zielgruppen und Ansprüche der Radfahrer und unterstützen sie dabei, die „richtige“ Tour für sich zu finden. Die Tour soll der Kondition, der Erlebniserwartung, dem Zeitbedarf, dem gefahrenen Fahrradtyp des Suchenden entsprechen, um Überforderungen zu vermeiden und positive Urlaubserlebnisse zu ermöglichen. Dazu muss das Tourenangebot mit einer entsprechenden Suchfunktion ausgestattet werden, die dem Nutzer verschiedene Parameter zur Auswahl anbietet, z. B.:

- ▶ Art der Tour (Genuss-, Familien-, Mountainbike-, Rennradtour)
- ▶ Länge/Dauer der Tour
- ▶ Rundtour/Streckentour
- ▶ zu überwindende Höhenmeter
- ▶ Wegebelag (überwiegend, in Prozent der Tourlänge insgesamt)
- ▶ Sehenswürdigkeiten/Einkehrmöglichkeiten

Idealerweise sollte im Tourenangebot für jeden Nutzertyp mindestens eine, besser mehrere Touren dabei sein, damit entsprechende Abfragen auch Ergebnisse bringen. Gegebenenfalls muss die Anzahl der Suchparameter reduziert werden.

Internetbasierte Routenplaner auf Landesebene anbieten: Das Routing, das mit einem Outdoor-Navigationsgerät wegen fehlender Kartenbasis noch nicht möglich ist, funktioniert mit internetbasierten Routenplanern. Die Verbreitung solcher Routenplaner nimmt zu. Diese bieten u. a. folgende Features (vgl. Kapitel VI.3):

- ▶ Navigation von Adresse zu Adresse
- ▶ lokale, regionale oder überregionale Themenrouten
- ▶ alle oder nur ausgewählte Sehenswürdigkeiten
- ▶ Übernachtungsmöglichkeiten und Gaststätten
- ▶ Tourentipps
- ▶ Navigation zu einem Bahnhof

Ihre Realisierung ist jedoch kosten- und arbeitsaufwendig und nur sinnvoll, wenn sie auf (Bundes-)Länderebene erfolgt. Die Konkurrenz mehrerer Routenplaner in einem Bundesland um die Vorherrschaft erscheint kontraproduktiv. Ein landesweit etabliertes System hat den Vorteil, dass es als Grundlage für die landesweite Radwegebeschilderung genutzt werden kann (z. B. „Pfostensuche“ im Radroutenplaner NRW).

GPS-Angebote zur Besucherlenkung nutzen:

Mit den GPS-Angeboten kann eine aktive Besucherlenkung betrieben werden. Die Gäste können mit entsprechenden Angeboten

- ▶ gezielt auf nur saisonal erlebbare Naturattraktionen (Blütenteppiche, Vogelzug, Brutkolonien etc.) aufmerksam gemacht werden,
- ▶ zum Besuch von Sehenswürdigkeiten – insbesondere in besucherschwachen Zeiten – verlockt werden,
- ▶ von Themenrouten zum Besuch von besonderen Orten bewogen werden („Bauernhofroute“ zur Vermarktung regionaler Produkte, „Baukunstroute“ zum Bekanntmachen regionstypischer Bauformen etc.).

Davon profitieren beide Seiten: Die Gäste finden die besonderen Highlights und lernen unbekannte Seiten ihrer Urlaubsregion kennen. Die Urlaubsregion kann den Effekt (und damit vielleicht auch die Einnahmen) ihrer Aktionen steigern.

Projekt „Open Street Map“ einbinden: Wie in Kapitel V. 3.1 beschrieben, lebt dieses Projekt von der freiwilligen Mitarbeit. Besonders für Regionen, die keine anderen fahrradtouristischen Highlights auf-

weisen, kann es sich lohnen, das Projekt mit Aktionen in eigene, ausgefallene GPS-Angebote einzubinden. Gäste bekommen die Chance „ihren“ Urlaubsort mit der Lieblingstour/dem Lieblingsausflugsziel oder einfach ihr Urlaubsquartier in der großen Weltkarte zu verewigen. Noch bilden entsprechende Aktionen ein echtes Alleinstellungsmerkmal, denn welche Tourismusgemeinde in Deutschland bietet ihren Gästen ein „Mapping Weekend“ oder als Abschluss einer GPS-Radtour eine „Mapping Party“? Gut vorstellbar ist auch, Aufkleber und T-Shirts von dem Event zu verteilen, gleichzeitig kann im Newsbereich (auf der Startseite) des Projektes darüber berichtet werden.

3.6 Die ideale Radroute

Handlungsempfehlung für

Betreiber, Erbauer, Betreuer von touristischen Routen

Die Aktivität Radfahren ist grundsätzlich unabhängig von Witterung, Topografie und Infrastruktur überall in Deutschland durchführbar. Radfahren stellt – im Gegensatz zu anderen Sportarten wie Skifahren oder Surfen – nur geringe Ansprüche an den Raum. Gerade deshalb ist die Qualität der Radroute, die dortige Infrastruktur und auch die Vermarktung von besonderer Bedeutung, um im Benchmarking bestehen zu können. Wie die Marktforschungsergebnisse gezeigt haben, sind die Landschaft und das Angebot an Radwegen die Top-Gründe für die Wahl der Destination von Radurlaubern: Für 90 % der Radurlauber war die Landschaft und für 87 % das Angebot an Radwegen der wichtigste Auswahlfaktor.

Abgeleitet von den Kriterien der ADFC-Radfernwege-Zertifizierung und den Ergebnissen verschiedener Marktforschungstätigkeiten zum Radtourismus, gibt der folgende Katalog einen Überblick über die Idealvoraussetzungen einer touristischen Radroute. Obwohl die ADFC-Zertifizierung auf Radfernwege abzielt, können die daraus gewonnenen Erkenntnisse selbstverständlich auch auf kleinere Radrouten übertragen werden, um zu einem deutschlandweiten Qualitätsstandard beizutragen. Wünschenswert wäre hier die Herausgabe eines umfassenden Katalogs mit konkreten Hinweisen und Erläuterungen zur Ausstattung der bereits zertifizierten Radrouten, die dadurch

als gute Praxisbeispiele eine Vorbildfunktion einnehmen.

Bauliche Aspekte:

- ▶ Glatte, gut zu befahrende asphaltierte Oberfläche ohne Hindernisse/Gefahrenstellen (Treppen, Poller, Umlaufsperrern);
- ▶ Ideale Breite von 2,5 m
 - ▶ damit auch nebeneinandergefahren werden kann und eine Begegnung von Rädern mit Anhängern möglich ist und
 - ▶ kommunale Wartungsfahrzeuge/Rettungsfahrzeuge die Route befahren können;

Beschilderung:

- ▶ Durchgängige Serviceketten in der Besucherinformation: aufeinander abgestimmte Informationen in Reiseberichten, Karten, Internet, Beschilderung etc.;
- ▶ Besucherlenkung ab Bahnhof bzw. Haltestelle, Besucherparkplatz, Fährhafen, Autobahn, etc.;
- ▶ Internetbasierte mobile Dienste: Routen im Dialog nach Auswahlkriterien, differenzierte Routeninformationen, GPS-Tracks im Download;
- ▶ Durchgängige, einheitliche Wegweisung, gemäß den Vorgaben des Merkblattes zur wegweisenden Beschilderung der FGSV;
- ▶ Angabe der Maßeinheit (z. B. km, Min. etc.) bei Entfernungs- oder (wie bei Wanderwegen üblich) Zeitangaben;
- ▶ Eindeutige, klar verständliche Logos und Bezeichnungen der Radrouten;
- ▶ Örtliche Informationstafeln mit Hinweisen zu Sehenswürdigkeiten, Gastronomie, Unterkünften.

Routenführung:

- ▶ Attraktive, abwechslungsreiche Routenführung, entsprechend dem Thema/Namen der Route:
 - ▶ landschaftliche Attraktivität, Einbindung von Naturschauspielen, Flüssen, Ebenen etc.;
 - ▶ thematische Attraktivität: Radweg als „roter Faden“ bzw. Verbindung verschiedener thematischer Einrichtungen und touristischer Highlights;
- ▶ Entwicklung separater Fahrradrouten zu bestehenden Ferienstraßen für den Autoverkehr (z. B. zur Romantischen Straße); gemeinsame Ver-

- markung der Auto- und Fahrradrouten und Nutzung der bereits vorhandenen Bekanntheit;
- ▶ Möglichst von Kfz-Verkehr freie Strecke (familienfreundlich);
- ▶ Meidung von Straßen bzw. Gebieten mit hoher Luftverschmutzung und Geruchsbelästigung.

Infrastruktur:

- ▶ Radfreundliche Beherbergungsbetriebe (verschiedener Kategorien) sowie Angebote sonstiger (touristischer) Infrastruktur in direkter Nähe der Radroute und in angemessenen Abständen (siehe Abbildung 90);
- ▶ Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel mit Fahrradmitnahme zu Start- und Endpunkt der Route, aber auch routenparallel, um bei Pannen oder schlechtem Wetter einzelne Abschnitte überbrücken zu können;
- ▶ Vermarktung bzw. Darstellung der Route in aktuellem Kartenmaterial, mit Übernachtungsverzeichnissen, Internetauftritt, GPS-Track der Route;

- ▶ Service unterwegs:
 - ▶ Schlauchautomaten
 - ▶ Reparaturstationen (Schraubenschlüssel, Luftpumpe etc. diebstahlsicher an Reparaturstationen/Infotafeln)
 - ▶ Lufttankstellen
 - ▶ Müllfangkörbe (Entsorgen ohne Absteigen)
 - ▶ Schutzhütten/Unterstände bei schlechtem Wetter
 - ▶ Rastplätze mit entsprechenden Abstell- und Sitzmöglichkeiten
- ▶ Angemessene Abstellmöglichkeiten: z. B. abschließbare Fahrradboxen für Fahrrad und Gepäck, Pfand-Schließfächer für Helm, Werkzeug, Luftpumpe etc..

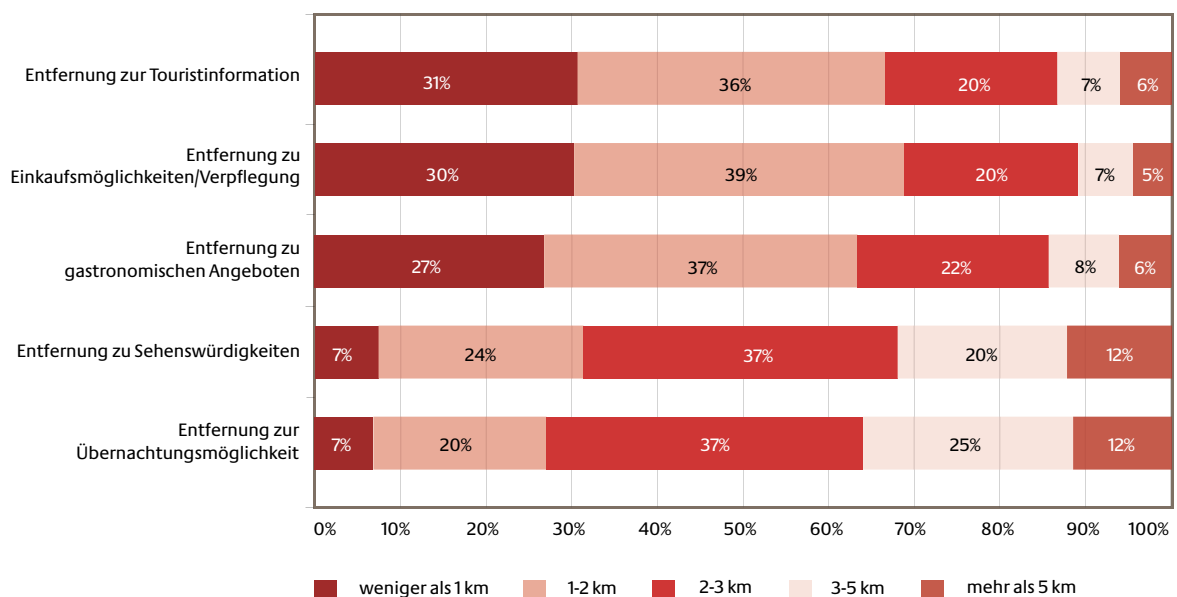
Kontrolle der Wege:

- ▶ Errichtung einer zentralen Servicestelle/eines Servicetelefons zur Meldung von Schäden, Mängeln, Kritik etc. durch die Radwanderer an die zuständigen Stellen.

Dienstleistungsbereitschaft:

- ▶ Touristinformationen müssen in den Radregionen auf die Radurlauber durch entsprechende fahrradfreundliche Ausstattung (z. B. Fahrradständer/-boxen, Schließfächer) und Öffnungszeiten (Spätnachmittag bzw. früher Abend) so-

Abb. 92: Entfernungstoleranz



Quelle: ETI 2007

wie Bereithaltung wichtiger Basisinformationen vorbereitet sein.

- ▶ Gastbetriebe ohne radfreundliche Zertifizierung, aber auch sonstige touristische Dienstleister und Einrichtungen (Museen, Attraktionen etc.) in beliebten Radregionen sollten Basisinformationen zum Radfahren bereitstellen oder zumindest in der Lage sein, die Radurlauber an fachkundige Stellen weiterzuvermitteln.

Zielgruppengerechte Radrouten (Auszug):

- ▶ Komfortrouuten für Best Ager: geringe bis mäßige Steigungen, kulturelle oder kulinarische Themen;
- ▶ Familienrouuten: geringe bis mäßige Steigungen, familiengerechte Infrastruktur entlang der Route (Spielplätze, kinderfreundliche Gastronomie/ Beherbergung);
- ▶ Mountainbikerouuten: in bergigen Regionen auf unbefestigten Wegen, evtl. mit Liftbetrieb.

3.7 Ideale Oberfläche von Fahrradwegen

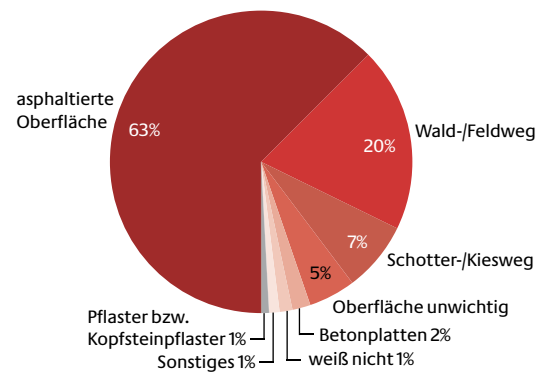
Handlungsempfehlung
für

Betreiber, Erbauer,
Betreuer von touristi-
schen Routen

Viel diskutiert wurde in der Vergangenheit die Frage nach der idealen Oberfläche von Fahrradwegen. Aus der Sicht der Fahrradtouristen gibt es hierzu nunmehr eine eindeutige Antwort (vgl. Trendscape 2008, Zusatzfragen des dwif). Rund zwei Drittel der Befragten gaben dabei klar zu erkennen, dass asphaltierte Fahrradwege ihren Wünschen am meisten entsprechen. Auch jene, die auf eine verkehrsarme Streckenführung besonders hohen Wert legen (z. B. Familien mit Kindern) und bei denen man vielleicht ein Faible für Feld- und Waldwege vermutet hätte, wichen in ihrem Votum nicht vom Durchschnitt ab. Jeder fünfte Befragte konnte sich auch noch mit Feld- oder Waldwegen anfreunden. Alle anderen Oberflächenbeläge fanden demgegenüber kaum Akzeptanz. Dieses eindeutige Votum muss jede Region ernst nehmen, die als Fahrradtourismus-Destination nicht von vornherein schlechte Wettbewerbschancen in Kauf nehmen will. Allenfalls jene Regionen, die ganz gezielt auf die Gruppe der Mountainbiker setzen wollen,

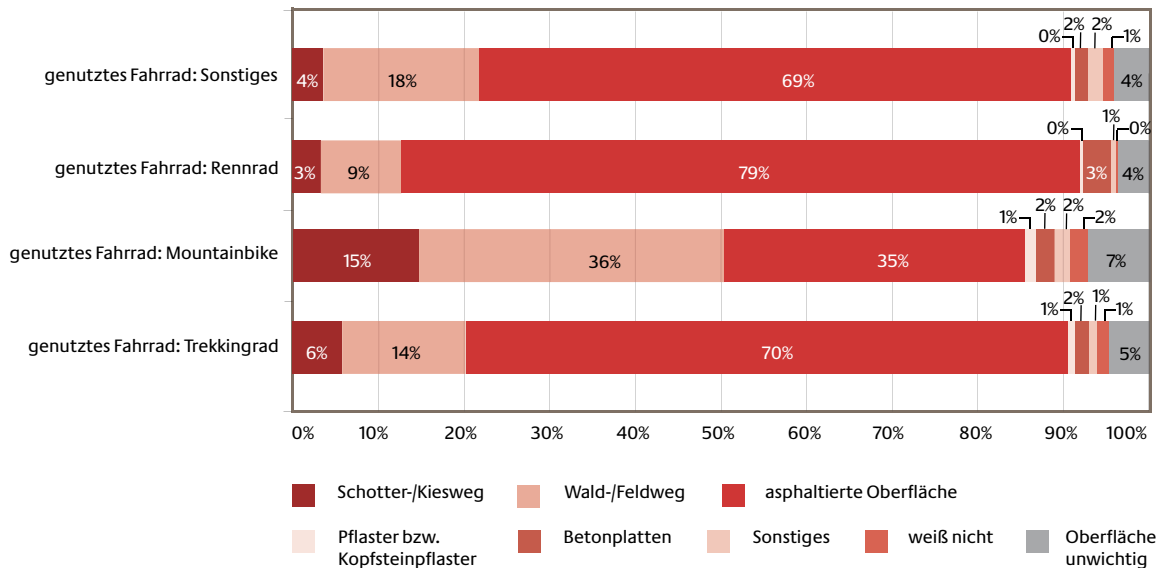
können teilweise mit unbefestigten Wegen punkten. Allerdings gilt dies nur für die spezifischen Mountainbikerouuten und nicht für das gesamte Routennetz, denn auch Mountainbikerfahrer bevorzugen zu mehr als einem Drittel asphaltierte Wege. Besonders ausgeprägt ist die „Asphaltvorliebe“ bei Rennradfahrern, die mit ihren hochempfindlichen Reifen den geringen Rollwiderstand besonders hoch schätzen.

Abb. 93: Wunschoberfläche der Radurlauber insgesamt (n=2550)



Quelle: dwif 2008, trendscape 2008

Abb. 94: Wunschoberfläche der Radurlauber nach Radtyp (n = 2.550)



Quelle: dwif 2008, trendscope 2008

3.8 Gastronomie und Radfahren

Handlungsempfehlung für	Gastronomische Betriebe
-------------------------	-------------------------

Die Forderung an die Gastronomie, Radtouristen gezielt anzusprechen und den Betrieb auf ihre Bedürfnisse auszurichten, bedeutet nicht, sich ausschließlich auf diese Zielgruppe zu spezialisieren. Gerade die Landgastronomie lebt von den Ortsansässigen und den Ausflüglern als tragenden Umsatzsäulen, kann aber durch eine gezielte Ansprache der Radtouristen zusätzliche Nachfrage generieren.

Die touristische Attraktivität von Rad(fern)wegen wird auch durch das Zusammenspiel entsprechend attraktiver gastronomischer Angebote entlang der Route geprägt. So sind zwei Handlungsfelder von Bedeutung:

- einzelbetriebliche Ausrichtung von Gastronomiebetrieben auf die Bedürfnisse von Radtouristen sowie die
- strukturelle Entwicklung und Ausgestaltung der Gastronomie entlang von Radrouten.

Für den einzelnen **Gastronomiebetrieb** bedeutet dies, mithilfe eines Maßnahmenbündels den eigenen Betrieb mit seinen Angeboten und Serviceleistungen zu optimieren und entsprechend zielgerichtet zu

vermarkten. Folgende Beispiele für eine zielgruppenorientierte Angebotsentwicklung illustrieren die Bandbreite an Handlungsmöglichkeiten für den Gastronomen.

- **Zugang/Information:** Durch geeignete Ausschilderung und einschlägige Informationen (Entfernung, Öffnungszeiten, Mittagstisch etc.) können Radfahrer entlang der Radstrecken auf Betriebe aufmerksam gemacht werden, die nicht unmittelbar an der Strecke liegen. Auch auf der Homepage des gastronomischen Betriebes können spezifische Informationen für Radfahrer und Hinweise auf attraktive Radtouren Interesse wecken.
- **Abstellmöglichkeit für Fahrräder:** Eine sichere, wenn möglich überdachte Abstellmöglichkeit für Fahrräder im Sichtbereich des Gastes ist die Voraussetzung dafür, dass der Radfahrer eine entspannende Pause einlegen kann. Insbesondere für Streckenradler, die mit Gepäck unterwegs sind, ist die Verfügbarkeit abschließbarer Fahrradboxen sicherlich ein willkommener Zusatznutzen.
- **Ausstattung:** Von hoher Attraktivität ist eine großzügige Außengastronomie, die bei schönem Wetter eine ungezwungene Einkehr ermöglicht. Den Bedürfnissen vieler Radfahrer nach einer nur kurzen Pause kommen Angebote wie Biergarten mit Selbstbedienung oder ein Kiosk mit

Sitzmöglichkeiten entgegen. Für wichtige Ausstattungsmerkmale der Räumlichkeiten können die bereits existierenden einschlägigen Kriterienkataloge herangezogen werden.

- ▶ **Speisen & Getränke:** Das Essen ist bei einer Radtour, spezielle Schlemmertouren ausgenommen, meist nicht das Hauptmotiv, doch eine Pause mit gastronomischer Versorgung ist fast immer vorgesehen. Ausgewogene, kohlenhydratreiche, protein-, vitamin- und mineralhaltige Mahlzeiten (z. B. Getreideprodukte, Nudeln, Müsli und Obst) leichte, fettarme Gerichte und durstlöschende Getränke (z. B. Säfte, Saftschorlen und Tees) sind gefragt. Ein spezieller „Radlerteller“ signalisiert die direkte Ansprache des Radfahrers. Radfahrerfreundliche Öffnungszeiten und durchgehend warme Küche sind wichtige Voraussetzungen. Am Ende der Radtour oder am Abend nach vollbrachter Tagesetappe gönnen sich Radtouristen gerne etwas Besonderes. Entsprechende Menüvorschläge können diesem Wunsch entgegenkommen. Besonderer Beliebtheit erfreuen sich mit Produkten aus der Region zubereitete, regionaltypische Speisen und Getränke.
- ▶ **Qualität:** Die Beteiligung an evtl. vorhandenen regionalen Qualitätslabeln für radfreundliche Gastronomiebetriebe oder an der bundesweiten Bett & Bike-Zertifizierung für Gastronomiebetriebe signalisiert eine aktive Zielgruppenansprache und ein aktives Qualitätsmanagement. Entsprechende aktuelle Gütesiegel dienen, gut sichtbar angebracht, vielen Radfahrern als wesentliches Kriterium bei der Auswahl ihrer Einkäufe.
- ▶ **Service:** Durch besonderen Zusatzservice für Radfahrer können sich gastronomische Betriebe von der Masse abheben, beispielsweise indem Kartenmaterial und Routenvorschläge der Region, aktuelle Fahrpläne des ÖPNV, Fahrradreparaturwerkzeuge und allgemeine Auskünfte zu möglichen Radtouren bereitgehalten werden.
- ▶ **Spezialisierung auf Radtouristen:** Gastronomische Betriebe können beispielsweise durch die Erstellung eigener Pauschalen mit gastronomischer Versorgung („Radlerteller“, Picknickservice), durch geführte Radtouren etc. selbst oder zusammen mit Partnern eigene radtouristische Angebote entwickeln. Auch Kooperationen mit weiteren Gastronomiebetrieben, Radveranstal-

tern, Tourismusorganisationen oder Radverleihen können, unter Ausnutzung von Synergieeffekten, die einzelbetriebliche Zielgruppenausrichtung verbessern.

Um eine radtouristische Region oder spezielle Radrouten gastronomisch interessant auszugestalten, bedarf es der Koordination verschiedenster Aktivitäten, die die einzelbetrieblichen Möglichkeiten übersteigt. Die folgenden Anregungen sollen der Verbesserung der gastronomischen Versorgung sowie dem Aufbau eines entsprechenden Marketings dienen:

- ▶ **gastronomische Grundversorgung:** Für Radstrecken mit gastronomischer Unterversorgung sind kreative Lösungen gefragt. Ansatzpunkte können beispielsweise mobile Versorgungsstationen entlang der Radrouten sein. Eine weitere Möglichkeit besteht im aktiven Einbinden von weiteren Partnern außerhalb der Gastronomie, die die gastronomische Versorgung übernehmen können, z. B. Landwirte, Einzelhandel, Metzgereien, Initiativen vor Ort etc. Die Absprache der Öffnungszeiten und Schließtage sowie der Angebote der vorhandenen Betriebe sollte generell gewährleistet sein.
- ▶ **gemeinsam Besonderes bieten:** Zum einen helfen (regionale) Qualitätslabels, die Ausrichtung auf Radtouristen entsprechend formulierten Kriterien zu verstärken. Besondere gastronomische Aktionen, wie beispielsweise der „Elberadweg-Teller“ als spezielles Radlergericht entlang des Elberadweges (vgl. www.elberadweg.de), können einer Radregion eine individuelle gastronomische Note geben.
- ▶ **Gastronomiemarketing:** Wichtige Partner des Radtourismus sollten bei ihrem Marketing die Gastronomie mit ihren radfreundlichen Angeboten mit einbeziehen. Einschlägige Radreiseführer können radfreundliche Gastronomiebetriebe in ihre Publikation aufnehmen bzw. besondere gastronomische Highlights entlang der Radstrecken herausstellen.
- ▶ **Gastronomiemarketing im Tourismus:** Gerade die Tourismusorganisationen können hier unterstützend wirken. Umfangreiche Präsentation des Themas Radfahren und Gastronomie in der Außendarstellung, aber auch die aktive Angebotsgestaltung, wie die Entwicklung von Radrouten mit Partnern aus der Gastronomie oder die Entwicklung von Radpauschalen mit kulina-

rischem Schwerpunkt, können Ansatzpunkte sein. Die Basis hierfür ist der Aufbau von Partnerschaften und Kooperationen mit gastronomischen Betrieben. Die Einbindung weiterer Partner, wie von Hofcafés, Direktvermarktern, Bäckern, Metzgern, Brauereien und anderen Initiativen vor Ort, ist ebenso zielführend.

3.9 Qualitätsinitiativen für Unterkünfte und sonstige Dienstleister

Handlungsempfehlung für	Tourismusmarketingorganisationen Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe
-------------------------	---

Die Dokumentation der spezifischen Eignung von fahrradtouristischen Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben mittels Qualitätsgütesiegeln ist in Deutschland schon mit sehr guten Ansätzen vorhanden. Unter anderem hat hier der ADFC mit seinen Bett & Bike-Betrieben eine Vorreiterrolle eingenommen, aber auch regionale Initiativen haben sich durchaus einen guten Namen erworben. Allerdings gibt es vereinzelte Vorschläge, wie diese Qualitätsbewertungen (Gütesiegel etc.) noch zu optimieren wären. Nachfolgende Anregungen sind daher nicht als Kritik, sondern als Anregung zu verstehen. Darüber hinaus werden Aspekte beleuchtet, wie es gelingen könnte, fahrradtouristische Aspekte in etablierte allgemeine Klassifizierungssysteme einzubringen und diesen damit noch mehr Aussagekraft zu verleihen.

- ▶ Stärkere Kommunikation der Bedeutung des Fahrradtourismus bei den Unterkunftsanbietern, um die Attraktivität dieser Zielgruppe zu verdeutlichen.
- ▶ Entwicklung eines spezifischen ADFC-Kriterienkataloges für fahrradfreundliche Ferienwohnungen. Ziel ist es, Fahrradurlauber, die länger als eine Nacht in einer Ferienwohnung verbleiben, eine adäquate Orientierungshilfe und ein auf deren spezifische Bedürfnisse angepasstes Angebot machen zu können.
- ▶ Harmonisierung bzw. Abstimmung der verschiedenen Zertifizierungssysteme auf regionaler Ebene mit dem ADFC-Kriterienkatalog, um den

Gast nicht mit verschiedenen Gütesiegeln ähnlicher thematischer Ausrichtung zu verunsichern.

- ▶ Stärkere Kooperation der verschiedenen Zertifizierungsinstitutionen und zwingende Kopplung von allgemeinen Sterneklassifizierungen von DTV und DEHOGA mit der ADFC-Zertifizierung als Zusatzauszeichnung. Auf diese Weise wird dem radbegeisterten Gast ein größtmögliches Qualitätsversprechen bei der Wahl einer geeigneten Unterkunft geboten.
- ▶ Unabhängig von einer Zertifizierung sollte, gerade in Regionen mit einer starken Fokussierung auf Radfahrer, in allen Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben ein Grundangebot für Radfahrende Gäste (z. B. Prospekte für Radfahrer, Unterstellmöglichkeit etc.) vorgehalten werden. Die örtliche Touristinformation sollte dabei als Ansprechpartner und wichtiger Ideengeber fungieren. Damit wird der ungebremsen Beliebtheit des Fahrradtourismus Rechnung getragen und eine flächendeckende Mindestversorgung für Radfahrer gewährleistet (Qualitätsoffensive Fahrradtourismus).
- ▶ Kooperation von Unterkunftsbetrieben und Fahrrad-Dienstleistern (z. B. in Bezug auf Gepäck- und/oder Transferservice) mit dem Ziel, dem Gast ein umfassendes radgerechtes Angebot machen zu können. Dies kann auch einen Zusammenschluss von verschiedenen Unterkunftsbetrieben bedeuten, die gemeinsam eine bestimmte Dienstleistung für den Gast an Drittanbieter auslagern.
- ▶ Ausweitung von Qualitätsinitiativen der ADFC-Zertifizierung auf weitere Betriebsarten im Bereich der Fahrrad-Dienstleister, z. B. im Rahmen von „ServiceQualität Deutschland“.



Infobox: Initiative „ServiceQualität Deutschland“

Ziel der Initiative „ServiceQualität Deutschland“, die vom DTV koordiniert wird, ist die flächendeckende Verbesserung und stetige Weiterentwicklung der touristischen Dienstleistungsqualität. Das Qualitätsbewusstsein von Dienstleistungsunternehmen soll intensiviert, die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Branchen gefördert und die Integration, Motivation sowie Förderung der Mitarbeiter sollen gesteigert werden, um durch eine verbesserte Servicementalität die Attraktivität der Destinationen in Deutschland zu steigern. ServiceQualität Deutschland ist ein branchenübergreifendes System für alle Unternehmen, die unmittelbar oder mittelbar eine touristische Dienstleistung erbringen (z. B. Hotellerie/Parahotellerie, Gastronomiebetriebe, Campingplätze, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verbände/Institutionen/Organisationen, Verkehrsunternehmen). Auch radtouristische Servicedienstleister können sich an „ServiceQualität Deutschland“ beteiligen und profitieren dabei in vielerlei Hinsicht:

- ▶ Die Initiative bietet vor allem kleinen und mittelständischen Unternehmen eine Chance zur Serviceoptimierung und Steigerung der Kundenzufriedenheit und ermöglicht einen einfachen Einstieg in ein komplexes Qualitätsmanagement-System.
- ▶ Die Mitarbeiter werden aktiv in das Qualitätsmanagement eingebunden, was sowohl die Motivation und Mitarbeiterbindung steigert als auch Eigeninitiative und Verantwortungsbewusstsein fördert.
- ▶ Durch die sich weiterentwickelnde Servicekompetenz und den Marketingnutzen durch Einbindung des Qualitätssiegels im Internet und in anderen Printmedien verbessern die radtouristischen Servicedienstleister ihr Image und erlangen klare Wettbewerbsvorteile.
- ▶ Bessere Qualität dient der langfristigen Gewinnerhöhung und Kostenminderung.

3.10 Radfahrer-Zählungen als Erfolgsindikator – Monitoring

Handlungsempfehlung für

Tourismusorganisationen, Betreiber von/ Verantwortliche für Radrouten

Für viele touristische Angebote und Einrichtungen (z. B. Museen) ist die Erfassung der Besuchs- oder Nutzerzahlen einer der wesentlichsten Gradmesser für den Erfolg der Arbeit. Wie im Rahmen der Studie aufgezeigt wurde, liegen den Marketingorganisationen dagegen kaum Daten vor, die Auskunft über die tatsächliche Nutzung einzelner Radfern-, Radwanderwege oder anderer touristisch relevanter Radwege geben. Dabei zählt Radfahren zu den wichtigsten Aktivitäten der Urlaubsgäste im Deutschlandtourismus, in Bezug sowohl auf den Übernachtungs- als auch den Ausflugstourismus. Viele Planungen für neue oder die Weiterentwicklung vorhandener fahrradtouristischer Angebote sowie deren Instandhaltung oder das Marketing erfolgen eher „aus dem Bauch heraus“ und selten auf der Basis belastbarer Nutzungsdaten. Eine Erfolgskontrolle der durchgeführten Maßnahmen findet in der Regel kaum statt. Nur sporadisch und sehr vage wird in aufwendigen manuellen Handzählungen das Verkehrsaufkommen erfasst, hochgerechnet oder geschätzt. Elektronisch gestützte Verfahren kommen nicht zum Einsatz.

Was im motorisierten Straßenverkehr heute vielerorts selbstverständlich und unerlässlich ist, steckt beim Radfahren noch in den Anfängen: das regelmäßige und genaue **Nutzermonitoring** als notwendige Voraussetzung, um Maßnahmen im Bereich Ressourcenmanagement, Produktentwicklung, Qualitätsmanagement sowie Marketing & Vertrieb planen, steuern, kontrollieren und begründen zu können. Nur ein zuverlässiges Monitoringinstrumentarium, das auf der Basis automatisierter Zählungen, Auskunft über das Radverkehrsaufkommen liefert, gibt Managern von Rad- und Wanderwegen verlässliche Daten für ihre Entscheidungen an die Hand. Manuelle Zählungen sind oft mit einem hohen Aufwand verbunden und bieten nicht die Möglichkeit, über langfristige Zeiträume die Nutzungen zuverlässig zu erfassen.

Gründe für die Zählung von Radfahrern

Die Notwendigkeit für die Ermittlung quantitativer Zahlen nimmt ständig zu. Bei steigenden Aufwendungen für die Entwicklung und Erhaltung fahrrad-touristischer Angebote wächst der Druck auf die Verantwortlichen, diese Maßnahmen auch in geeigneter Form zu rechtfertigen. Die ermittelten Daten und Fakten unterstützen aber auch das operative und strategische Management auf einer sicheren Basis. Somit sprechen vielfältige Gründe für die Durchführung von kontinuierlichen Zählungen.

Tab. 34: Gründe für die Zählung von Radfahrern

- ▶ Identifizierung der meistgenutzten Wege und Einrichtungen
- ▶ Erstellung einer Beliebtheitsskala verschiedener Plätze
- ▶ Planung, Rechtfertigung und Evaluation von Investitionen
- ▶ Vergleich mit den Wettbewerbern
- ▶ Erkennung von saisonalen Schwankungen und Trends
- ▶ Vermeidung von Erosionen und Übernutzungen
- ▶ Verständnis von Nutzerströmen
- ▶ Anpassung der Wegführung an die Nutzerbedürfnisse
- ▶ Ermittlung von Toleranz- und Kapazitätsgrenzen
- ▶ Festlegung von Prioritäten für notwendige Eingriffe
- ▶ Bedarfsgerechte Personaleinsatzplanung
- ▶ Überzeugung der Partner mit harten Fakten
- ▶ Erfolgskontrolle von Werbemaßnahmen
- ▶ Planung von infrastrukturellen Folgemaßnahmen
- ▶ Evaluation von neuen Ausstattungsmerkmalen
- ▶ Erkenntnisse zur Quantifizierung des Wirtschaftsfaktors Tourismus

Quelle: dwif 2008

Möglichkeiten der Zählung

Für die automatisierte Zählung von Radfahrern gibt es unterschiedliche Geräte. Welches zum Einsatz kommt, hängt von den Zielsetzungen der Zählung so-

wie den örtlichen Gegebenheiten und Möglichkeiten zur Installation des Gerätes ab. Bei der Auswahl gilt es hierbei folgende Aspekte zu berücksichtigen:

- ▶ Feste oder wechselnde Messstandorte (mobiler oder fester Einsatz)
- ▶ Unterscheidung der Bewegungsrichtung
- ▶ Wegbeschaffenheit: feste oder unbefestigte Wege
- ▶ Zusammensetzung der Verkehrsteilnehmer: gemischte oder ungemischte Nutzung (Radfahrer, Pkw, Fußgänger)
- ▶ Zu messende Wegbreite

Am bekanntesten aus dem Straßenverkehr sind **Induktionsschleifen**, die in die Fahrbahnen eingelassen werden. Hier gibt es spezielle Ausführungen, die sich besonders für den Fahrradverkehr eignen, weil die Geräte gleichermaßen für asphaltierte, aber auch für nicht asphaltierte, unbefestigte Wege verfügbar sind und ausschließlich Radfahrer erfassen.

Daneben kommen insbesondere Messgeräte zum Einsatz, die mit Infrarot arbeiten. Unterschieden wird zwischen aktivem und passivem **Infrarot**. Hierbei zeichnen sich Geräte mit passivem Infrarot dadurch aus, dass sie weniger stark auf Umwelteinflüsse reagieren und Passagen genau zählen. Allerdings sind sie teurer. Einschränkend ist bei beiden Verfahren anzumerken, dass eine Unterscheidung nach den Verkehrsteilnehmern nicht möglich ist; es werden Radfahrer, Fußgänger etc. gleichermaßen erfasst und nicht unterschieden.

Vor allem für den mobilen Einsatz geeignet sind **pneumatische Schläuche**, die an der Bodenoberfläche angebracht werden und ohne großen Aufwand an andere Standorte verlegt werden können. Bei diesen Geräten ist ein vergleichsweise höherer Verschleiß durch Abnutzung zu berücksichtigen, der nach gewisser Zeit, je nach Nutzung, Ersatzmaterial erforderlich macht. Auch dieses Gerät erfasst ausschließlich Radfahrer.

Auf was bei der Auswahl der Hersteller und Geräte zu achten ist:

Der Markt für Zählgeräte ist gekennzeichnet in sehr unterschiedlicher Qualität und Leistungsfähigkeit zu sehr unterschiedlichen Preisen. Bei der Auswahl der

Geräte gilt es daher, sehr genau die Leistungen miteinander zu vergleichen. Ausschlaggebendes Kriterium für die Kaufentscheidung sollten dabei nicht allein die Anschaffungskosten sein, sondern es ist insbesondere darauf zu achten, welche Kosten im laufenden Betrieb für Wartung, Betreuung und ggf. Ersatzbeschaffung anfallen. Die Geräte unterscheiden sich vielfach auch gerade in Bezug auf den Personalaufwand, der für die Betreuung, Pflege und Auswertung der Daten erforderlich wird. Folgende Merkmale gilt es bei der Auswahl zu berücksichtigen:

► **Qualität und Technik der Geräte**

- Gute Materialqualität für lange, mehrjährige Nutzungsdauern.
- Spezifische Messgeräte für unterschiedliche Verwendungszwecke (Zielgruppen: Radfahrer, Fußgänger etc.; Standortbedingungen: befestigte, unbefestigte Wege; Mischverkehre etc.).
- Beständigkeit gegen Witterungseinflüsse (wasserfest, unempfindlich gegen extreme Temperaturen).
- Lange Lebensdauer der Batterie (ideal: mehrjährige Batterielaufzeit).
- Große Datenspeicherkapazitäten (Daten früherer Auslesungen bleiben langfristig erhalten, Datenspeicherkapazität mindestens ein Jahr).
- Hohe Messpräzision ab Lieferung (geringer Bedarf an nachträglicher Kalibrierung, Ausschluss von Fehlzählungen durch Umwelteinflüsse).
- Geringer Wartungs- und Pflegeaufwand.
- Geringer Installationsaufwand (Eigeninstallation sollte möglich sein).
- Austauschbarkeit und Kombinierbarkeit der Komponenten.
- Möglichkeiten zur Erfassung der Bewegungsrichtung.
- Automatisierte Erfassungs- und Datenübertragungstechnik (Auslesen der Daten aus dem Zähler, Übertragung der Daten auf PC).
- Einsatzmöglichkeiten an wechselnden Standorten.

► **Datenqualität und Software**

- Softwarepaket zur Datenauslesung und Datenauswertung, keine manuellen Dateneingaben, Differenzierungsmöglichkeiten

der Datendarstellung (15 Minuten, 60 Minuten, Tage etc.).

- Funktionalität der Software einfache Anwendernutzung, tabellarische und grafische Auswertungsmöglichkeiten, Anwendung von Filtern zur Konkretisierung der Ergebnisse, Ausschluss nicht relevanter Messbereiche (z. B. keine Darstellung nächtlicher Zählungen) etc.
- Aktualisierungen der Software.
- Möglichkeiten der Datenfernübertragung.

► **Service**

- Beratungsservice vor der Installation (bei der Geräte- bzw. Standortauswahl).
- (Technische) Betreuung während der Betriebsphase.
- Bereitstellung von Zubehör (geeignetes Zubehör für die Geräte zum Verbergen, Schutz und zur Pflege der Messgeräte).

Leitfaden für Messprojekte

1. Formulierung der Ziele

- Was soll gezählt werden und weshalb? (Frequenz in einer Zeitspanne, z. B. in der Hauptsaison; Veränderung der Nutzerzahlen nach einer Werbemaßnahme)

2. Identifizierung der Verhaltensweisen und Reisemuster der Gäste (sofern möglich)

- Dieser Schritt dient der ersten Ermittlung geeigneter Messstandorte für die Zählgeräte auf der Basis des aktuellen Kenntnisstandes.

3. Sorgfältige Ausarbeitung eines Monitoringplans entsprechend den Zielsetzungen

- Feste oder wechselnde Standorte der Zählungen
- Erfassung der Bewegungsrichtung erforderlich
- Festlegung der Messzeiträume

4. Bestimmung der Messgeräte, die genutzt werden sollen (in Kooperation mit dem Anbieter)

5. Bestimmung der Anzahl und Auswahl der Standorte der Messpunkte (z. B. Beginn eines Radfernweges)

6. Ermittlung der Projektkosten unter Berücksichtigung

- ▶ des Aufwands für die technische Ausstattung
- ▶ des personellen Aufwands (erforderlicher Betreuungsaufwand)
- 7. **Festlegung des konkreten Installationsortes am ausgewählten Messpunkt**
 - ▶ Unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten, wo lässt sich das Messgerät am besten platzieren?
- 8. **Identifizierung und Benennung des Messbereichs der Zähler**
- 9. **Erforderliche Einstellungen und Anpassungen für die Installation vornehmen**
- 10. **Standortanpassungen vornehmen, falls erforderlich**
 - ▶ Anpassung des Messbereichs (Vermeidung von Beeinträchtigungen)
 - ▶ Tarnen der Geräte
- 11. **Testmessungen durchführen, um den reibungslosen Betrieb der Messgeräte sicherzustellen**
- 12. **Nach Messbeginn, regelmäßige Datenauslese und -analysen nach bestimmten Zeiträumen. Wiederholung der Messungen für Zeitvergleiche**
- 13. **Nutzung der Daten**
 - ▶ zur Rechtfertigung von Investitionen
 - ▶ gegenüber der Politik
 - ▶ zur Erstellung von Einsatzplänen
 - ▶ für die Erhaltung und Pflege der Wege

3.11 Radverleih

Handlungsempfehlung für	Radverleihe, sonstige Anbieter von Leihrädern
-------------------------	---

Radfahren muss im Urlaub nicht zwingend die Hauptaktivität sein, ist aber eine gern ausgeübte Aktivität. Gerade diese Gelegenheitsradfahrer benötigen unkomplizierte, aber professionelle Angebote an Leihfahrrädern, sofern sie nicht ihr eigenes Fahrrad mit in den Urlaub genommen haben.

Das **Angebot** an Leihrädern muss sich klar an den **Radfahrer-Zielgruppen** der Region ausrichten (Trekkingradfahrer, Mountainbiker, Rennradfahrer, Familien mit Kindern, Senioren etc.). Ein Anbieter in der Stadt (City-, Trekkingbikes) muss ein anderes Equipment bereithalten als ein Anbieter in den Bergen (Mountainbikes). Letzterer kann insbesondere auch durch Fahrräder mit Motorunterstützung unsportlicheren Urlaubern einen Radausflug in bergigere Regionen schmackhaft machen. Eine Mindestauswahl verschiedener Fahrräder für unterschiedliche Körpergrößen und Staturen sollte jedoch stets bereitgestellt sein. In jedem Fall müssen die Fahrräder in einwandfreiem und verkehrssicherem Zustand sein, eine Absperrvorrichtung aufweisen und – je nach Ausleihdauer – über das nötige Ersatzwerkzeug, sowie über eine Luftpumpe verfügen.

Vor Ort müssen die Angebote von Radverleihen klar kommuniziert werden, so z. B. durch Ausschilderung, Informationen, in Touristinfos und im Gastgewerbe etc. Nicht selten werden Radausflüge im Urlaub spontan getätigt und hängen stark von der **Kommunikation des Angebots vor Ort** ab. Angesichts der hohen Internetaffinität der Urlauber heutzutage sollte auch zur Planung bzw. zur Information im Voraus ein entsprechendes **Internetportal** des Verleihs existieren und das Angebot darstellen. Idealerweise wird hierbei – vergleichbar mit einer Autovermietung – eine **Reservierungsmöglichkeit** bereitgehalten, über die entsprechend der Körpergröße und den Ansprüchen an das Fahrrad, Buchungen vorgenommen werden können.

Da Etappenradtouren sehr beliebt sind, sollte es bei den Radverleihen auch die Möglichkeit der **One-Way-Miete** geben. Das Rad muss dabei nicht am selben Radverleih abgegeben werden, an dem es ausgeliehen wurde, sondern kann auch bei einem anderen Verleih zurückgegeben werden. Kooperationen zwischen den Verleihen untereinander aber auch mit den Beherbergungsbetrieben und touristischen Einrichtungen in einer Region werden hierfür empfohlen.

Für Entdeckungstouren in einigen Großstädten hält die Deutsche Bahn das Angebot „Call a Bike“ bereit, bei dem man sogar rund um die Uhr Fahrräder über das gesamte Stadtgebiet ausleihen und wieder abstellen kann (vgl. Kapitel V.3.6). Derartige Selbstbe-

dienungsstationen müssen jedoch nicht nur auf Angebote in Stadtgebieten beschränkt sein, sondern könnten bspw. auch entlang von Radrouten auf ganze Regionen ausgeweitet werden.

Zusätzlich zur reinen Fahrradvermietung sollen sich Radverleihe auch mit verschiedenen Serviceleistungen und -angeboten auf sonstige Radtouristen einstellen. In einer integrierten Werkstatt sollen kleine und größere Pannen behoben werden können. Durch bereitgestelltes Werkzeug können auch selbst schnell kleine Reparaturen durchgeführt werden können. In jedem Fall muss geschultes Personal zur Verfügung stehen. Auch die Bereitstellung von Luftpumpen oder der Verkauf von Fahrradschläuchen sollte selbstverständlich sein (Lufttankstellen). An Fahrrad-Waschanlagen können die Räder umweltgerecht gereinigt werden. Vielerorts existierende Radstationen oder – analog zum „Park and Ride“ – „Bike and Ride“-Stationen, die sich bisher eher auf Berufspendler und einheimische Nutzer eingestellt haben sollen sich zunehmend auch für Touristen öffnen. Durch eine Erweiterung des Angebots oder durch Integration eines Radverleihs können auch hier gegenseitige Angebote genutzt und Synergieeffekte erzielt werden.

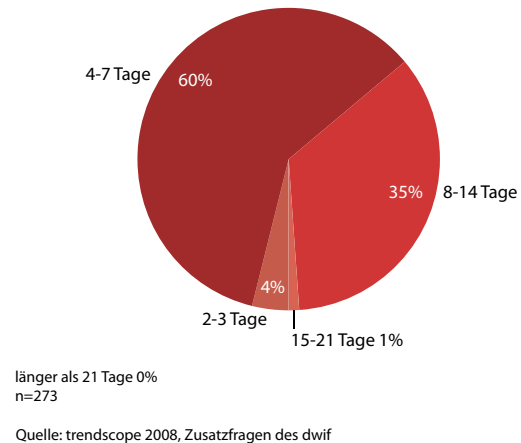
3.12 Radreisen

Handlungsempfehlung
für

Radreiseveranstalter

Das Angebot an Fahrradreisen in Veranstalterkatalogen ist sehr vielfältig und lässt zumindest hinsichtlich der regionalen Differenzierung kaum Wünsche offen. Unklarheit besteht jedoch häufig im Bezug auf die Frage, ob die Veranstalter in den Reisepaketen wirklich die von den Fahrradtouristen tatsächlich gewünschten Bausteine kombinieren. Zur Klärung dieser Frage wurde eine Sonderfrage in der zeitgleich mit dieser Grundlagenuntersuchung laufenden Fahrradreisestudie des Marktforschungsinstitutes Trendscape geschaltet. Um die Belastbarkeit der Befragungsergebnisse sicherzustellen, wurden gezielt Antworten von Probanden berücksichtigt, die grundsätzlich ein Interesse an Pauschalreisen zeigten oder sogar ihre letzte Reise mit einem Reiseveranstalter durchgeführt hatten.

Abb. 95: Reisedauer der Radreisen



Entsprechend den Auswertungen der Reiseangebote verschiedener Radreiseveranstalter (siehe Kapitel V.3.5) dauert die Mehrzahl der Radreisen maximal eine Woche bzw. nur unwesentlich länger. Längere Radreisen, bis zu zwei Wochen Dauer, werden von Reiseveranstaltern so gut wie gar nicht angeboten, obwohl eine Dauer von 8 bis 14 Tagen bei Pauschalradreisen häufig gewünscht wird. Kurzreisen mit ein bis drei Übernachtungen, ein beispielsweise für Städtereisen gerne gewählter Zeitrahmen, spielen derzeit im Angebot von Veranstaltern nahezu keine Rolle. Da andererseits feststeht, dass sich Kurzreisen und Wochenendtrips mit dem Fahrrad hoher Beliebtheit erfreuen, stellt sich die Frage, ob hierfür von den Reisenden einfach keine Unterstützung durch Veranstalter gesucht wird oder ob es an entsprechenden Angeboten fehlt. Vor allem für Internetangebote lässt sich hieraus durchaus ein Marktpotenzial ableiten. Kurzfristig verfügbare Radpauschalen (z. B. bei sich abzeichnenden Schönwetterwochenenden und ganz nach dem Vorbild von Last-Minute-Angeboten) könnten durchaus nachgefragt werden. Der Erfolg von Pauschalangeboten wird jedoch letztlich, abgesehen natürlich von der Destination selbst wie vom Preis, von der Attraktivität des Programmpaketes abhängen. Abbildung 96 zeigt, dass, je nach bevorzugtem Fahrradtyp, unterschiedliche Vorlieben bei der Nachfrage festzustellen sind.

Reisenden, die Veranstalter bevorzugen, ist der Wunsch nach „**fahrradfreundlichen Unterkünften**“ gemeinsam. Rund zwei Drittel der Befragten legen Wert darauf. Allein hieraus sollten die Veranstalter die Konsequenz ziehen und bei ihrem

Quartiereinkauf auf entsprechende Eignungsnachweise in Form von streng kontrollierten Gütesiegeln Wert legen. Dies sollte aber nicht dazu führen, dass Veranstalter eigene Gütesiegel einführen, sondern sie sollten sich markteingeführter Klassifizierungssysteme bedienen (ADFC- oder DEHOGA/DTV-Gütesiegel, sofern diese entsprechende Fahrradeignungsschwerpunkte in Zukunft in ihre Kriterienkataloge mit aufnehmen).

Auch **Gepäcktransfer** gehört, quasi als Pflichtbaustein, zu jeder Fahrradreisepauschale, da 54 bis 59 %, je nach Fahrradtyp, dies explizit wünschen. Ein **Transportservice** für das Fahrrad, beispielsweise zur Überbrückung größerer Distanzen oder an einzelnen Tagen, ist hingegen eher für „Normalradler“ und weniger für sportlich ambitionierte Rennrad- oder Mountainbike-Touristen ein Thema.

Auch ein Tourguide gehört für viele mit zum gewünschten Programm. Während dies bei der mit Abstand größten Gruppe, den Trekkingradreisenden, von jedem Zweiten gewünscht wurde, stimmte „nur“ ein Drittel der Mountainbikenutzer diesem Wunsch zu. Wenn 40 % der Rennradnutzer eine **geführte Radreise** wünschen, so ist dies vermutlich als Wunsch nach professioneller (oder sogar prominenter) Begleitung zu interpretieren.

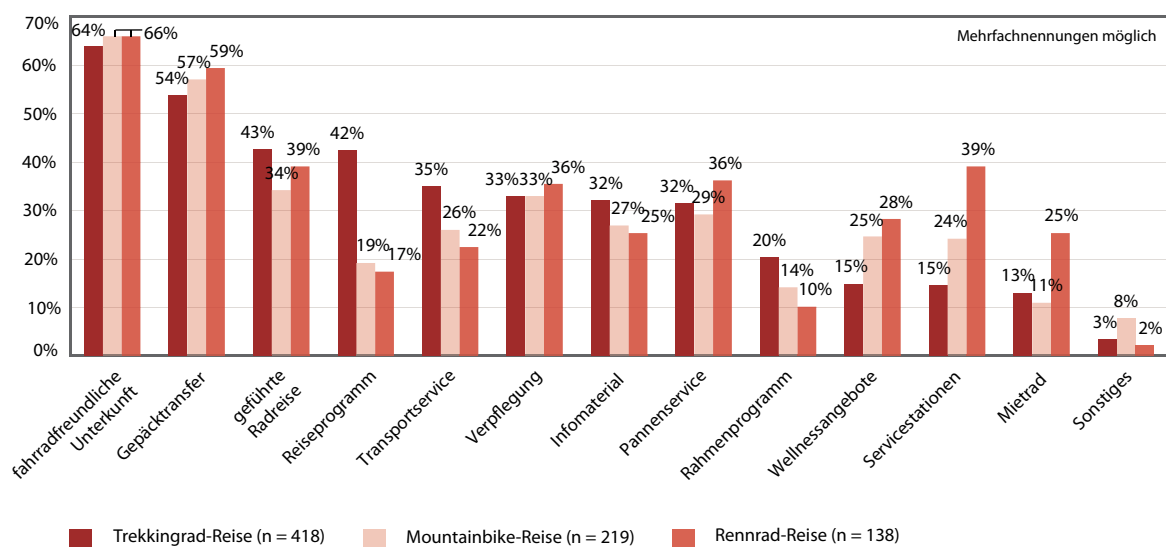
Signifikante Unterschiede zeigen sich bei der Nachfrage nach **Wellnessbestandteilen** einer Fahrradreise. Während dies für sportliche Radler (Rennrad) und in leicht abgeschwächter Form für Mountainbikenutzer durchaus ein Thema ist, legt nur jeder siebte „normale“ Fahrradtourist hierauf explizit Wert. Insbesondere die Kombination mit Massagen und Entspannungsbädern ist bei eher sportlichem Radfahren, zumal wenn längere Tagesetappen zurückgelegt werden, ein gefragtes Zusatzelement.

Entsprechend dem breiter angelegten Interessensspektrum, legen Trekkingradler besonders viel Wert auf ein attraktives **Reise- und auch Rahmenprogramm**. Sie unternehmen Radreisen eben nicht nur wegen des Radfahrens, sondern sie wollen auch die Region intensiver kennenlernen, Sehenswürdigkeiten besuchen und die eine oder andere Freizeitmöglichkeit wahrnehmen.

Allen Fahrradtouristen gleich wichtig ist die **Verpflegung**, die durchaus gerne Lokalkolorit aufweisen darf und zu der es umfangreiches und gutes **Informationsmaterial** geben sollte.

Betrachtet man die Antworten der Befragten, die bei ihrer letzten Reise tatsächlich mit einem Reiseveranstalter unterwegs waren (vgl. Abbildung 97), so fällt auf, dass die Reisebegleitung und auch der Pannen-

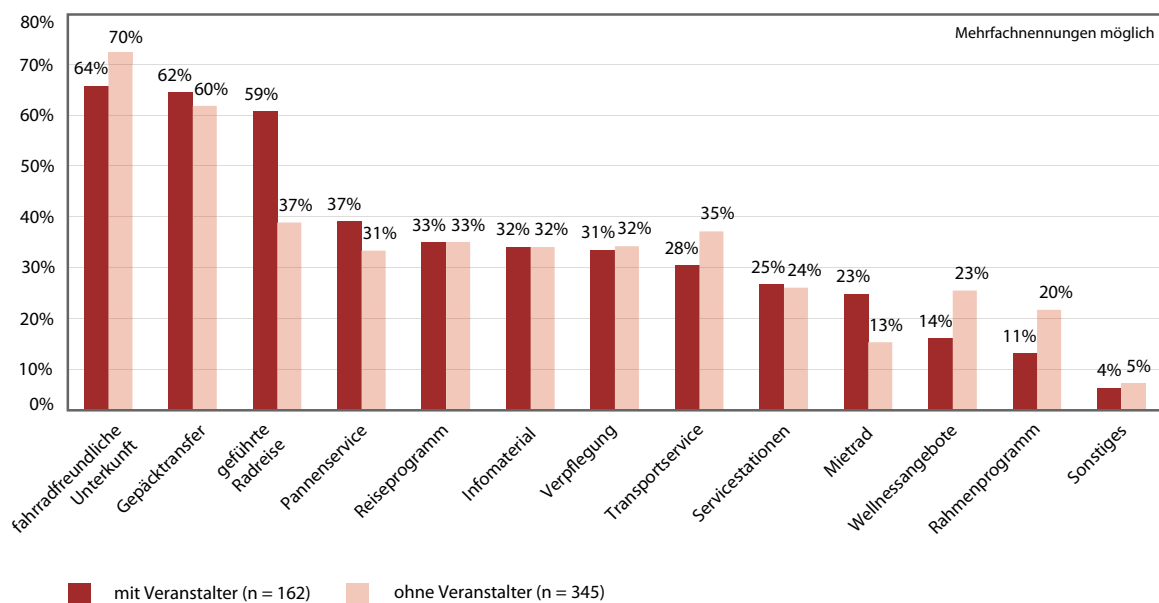
Abb. 96: Wunschbausteine einer Pauschalreise nach Radtypen



service sowie die Möglichkeit, ein Fahrrad zu mieten, signifikant häufiger als Beweggründe genannt wurden als bei Individualreisenden. Letztere legten hingegen deutlich größeren Wert auf Transportservice, Wellnessbausteine und andere Rahmenprogrammlemente.

chung durchaus zu einer Vermischung der Altersgruppen kommen kann, die in voller Kenntnis des Angebotskonzeptes erfolgt. Wenn ein rüstiger „Mittfünfziger“ gerne in einer Gruppe mit sportlich aktiven 20- bis 30-Jährigen mitradeln will, so sollte das kein Problem darstellen.

Abb. 97: Wunschbausteine einer mit/ohne Veranstalter gebuchten Radreise



Quelle: trendscope 2008, dwif 2008

Neben den dargestellten Bausteinempfehlungen der Radurlauber können folgende weitere Aspekte bei der Optimierung von Radreisen über Veranstalter dienlich sein.

Zielgruppengerechte Angebote

Der Versuch, mit einem Angebot möglichst alle denkbaren Interessenten zu überzeugen, ist zum Scheitern verurteilt. Aus diesem Grunde sollten Veranstalter den Mut haben, klar und eindeutig die jeweilige avisierte Zielgruppe, die am besten zu dem Angebot passt, auch zu benennen. Eine Möglichkeit zur Differenzierung ist dabei der Fahrradtyp. Spezifische Angebote für Mountainbike- und für Rennradfahrer sollten dies unbedingt bereits in der Überschrift zu erkennen geben.

Auch sollte von Anfang Klarheit darüber bestehen, für welche Altersgruppe das jeweilige Angebot konzipiert wurde, wenngleich es hier bei der Bu-

Von einer Reisemüdigkeit im höheren Alter kann nicht gesprochen werden. Die aktive Generation Fünfzig plus stellt einen Wachstumsmotor im Tourismus dar, von dem auch der Radtourismus profitieren kann. Entsprechend den Ergebnissen des Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus zählt bei den über 60-Jährigen das Radfahren zu den drei beliebtesten Aktivitäten im Urlaub. Zielgruppengerechte Angebote, z. B. kürzere Tagesetappen, Verbindung zu Kultur, Kulinarik und Wellness, sind für die aktiven Älteren nötig, um diesem Zukunftsmarkt gerecht werden zu können.

Aus der Überschrift der Fahrradpauschale sollte auch leicht zu erkennen sein, wo die Besuchungsschwerpunkte der Fahrradreise liegen. Sind es vornehmlich Bauwerke einer bestimmten Epoche (z. B. Radeln auf den Spuren der Romanik) oder stehen Schlösser und Gärten einer Region mit Mittelpunkt. Durch diese Vorabinformationen werden auch Pro-

duktenttäuschungen minimiert und letztlich wird so ein höherer Zufriedenheitsgrad erreicht.

Schwierigkeitsgrad

Wichtig ist in jedem Fall die korrekte Information über den Schwierigkeitsgrad der Fahrradreise. Nicht nur die Angabe der exakten Länge der Tagesetappen, sondern auch der zu überwindende Höhenunterschied (nicht nur Angabe der Höhenmeter, sondern auch des Höhenprofils) und der Fahrbahnbelag sollten standardmäßig bei allen Fahrradpauschalen angegeben sein.

Angaben zur Unterkunft

Die Unterkunft ist einer der entscheidenden Punkte im Verlauf einer Reise. Dementsprechend viel Wert legen Touristen im Vorfeld darauf, möglichst genau zu erfahren, wo sie während der Reise untergebracht sind. Hier sollten Veranstalter am besten mit konkreten Namen von Beherbergungsbetrieben aufwarten, sodass der Gast im Vorfeld auch die Möglichkeit hat, sich über die Unterkunft näher zu informieren. Ersatzweise sollte zumindest die garantierte Qualität der Betriebe angegeben werden (Zahl der DEHOGA- oder DTV-Sterne). Für Fahrradreisen erscheint es darüber hinaus nahezu zwingend, dass die angebotenen Unternehmensebetriebe über eine entsprechend nachgewiesene Eignung (z. B. Bett & Bike) verfügen.

Kombinationsangebote

Eine Erkenntnis dieser Studie ist, dass Fahrradurlauber nur in den seltensten Fällen in ihrem Urlaub ausschließlich Fahrrad fahren wollen. Gerade die Kombination von Radfahren und Wandern erfreut sich großer Beliebtheit. Warum also nicht Angebote unterbreiten, die beide Aktivitäten gezielt miteinander kombinieren? Die meisten Fahrradregionen verfügen ebenfalls über eine hervorragende Wanderwegeinfrastruktur und daher könnte hier das eine mit dem anderen verbunden werden. Ein weiterer Ausgleich zum Radfahren stellt die Besichtigung kultureller Einrichtungen und Sehenswürdigkeiten dar. Kombinationsangebote mit kulturellen Führungen oder Besichtigungstouren können hier also auf positive Resonanz stoßen.

Pauschalreiseangebote sind oft zeitlich limitiert. Warum also nicht die Saisonspezifika in die Programmpakete aktiv einbauen? „Spargeltouren mit dem Rad“ oder „Weinlese per Fahrrad“ – so oder ähnlich ließen sich sicherlich viele individuelle Pakete schnüren, die auf spezifische Interessenlagen bei potenziellen Gästen abzielen würden.

Eine besondere Erfolgswahrscheinlichkeit versprechen Kombinationen von Radtouren mit kulinarischen Erlebnissen. Radurlauber haben sich als besonders interessiert an kulinarischen Köstlichkeiten erwiesen. Schlemmerradreisen, bei denen nicht nur eine spezifische regionale Küche, sondern vielleicht sogar einzelne (Star-)Köche im Mittelpunkt stehen, können hier für zusätzliche Angebote sorgen.

Last-Minute-Radreisen

Gerade für Kurzentschlossene würden diese Angebote eine willkommene Erweiterung der Angebotspalette darstellen. Vorzugsweise richtet sich der Appell an Regionen bzw. an Unterkünfte, die eine Erkundung der Region per Rad von einem Standort aus anbieten wollen. Um diese Pauschalen schnell und effizient an den Gast bringen zu können, sind gut gepflegte Adressdateien mit den relevanten Kundeninformationen ein wichtiges Hilfsmittel.

Newsletter

Manche Veranstalter und Regionen mit Veranstalterfunktion verbreiten schon seit einiger Zeit mit Erfolg Newsletter an ihre Gäste. Im Sinne einer perfekten Kundenpflege sollten auch Fahrradreiseveranstalter dazu übergehen, ihren Kunden oder Interessenten Wissenswertes zum Fahrradreisemarkt zukommen zu lassen. In diesen Newslettern könnten dann auch gezielt die oben angesprochenen Last-Minute-Angebote unterbreitet werden. Unter Berücksichtigung spezifischer Informationen zu den einzelnen Beziehern der Newsletter könnten sogar individuelle „Maßangebote“ erstellt werden. Voraussetzung hierfür ist allerdings der Aufbau und die sorgfältige Pflege von aussagekräftigen Kundendatenbanken.

3.13 Radversicherungen

Handlungsempfehlung für	Kommunen, Radreiseveranstalter, Radreisevermittler, Radreisende
-------------------------	--

Nicht nur für Fahrradfahrer ergeben sich Risiken (Diebstahl, Unfall etc.), die es ggf. zu versichern gilt, sondern auch Anbieter von fahrradtouristischen Angeboten und Dienstleistungen sollten genau prüfen, ob ihr Versiche-

rungsschutz ausreichend ist. Hierzu zählen auch die Eigentümer bzw. die für die Sicherungspflicht der Wege zuständigen Institutionen (i. d. R. die Kommunen) sowie Anbieter von fahrradtouristischen Pauschalen wie z. B. Veranstalter und touristische Marketingorganisationen.

Nachfolgende Checklisten zeigen verschiedene Versicherungslösungen für die wesentlichen Risiken der genannten Einrichtungen/Personen und dienen als Orientierungsleitfaden. Letztlich jedoch ist für einen adäquaten Versicherungsschutz stets eine individuelle Risikoprüfung unabdingbar, damit tatsächlich eine risikogerechte Absicherung gewährleistet ist.

Tab. 35: Checkliste für Kommunen

Situation	relevante Versicherung(en)
Die neue Eigenschaft bzw. das neue Rechtsverhältnis, das durch zur Verfügung stellen von Radwegen und öffentlichen Einrichtungen für Radtouristen entsteht, ist im Rahmen der bestehenden Haftpflichtdeckungen der Kommune (Betriebs-, Haus- und Grundbesitzer-, Verkehrswege-Haftpflichtversicherung ...) bereits mitversichert. Ggf. muss für das neue Verkehrswege-Risiko im Zusammenhang mit dem Radtourismus eine Zusatzdeckung installiert werden.	Abschluss/Ergänzung von Haftpflichtversicherungen für die neue Eigenschaft/ das neue Rechtsverhältnis
Die Kommune tritt selbst als Reiseveranstalter auf (Definition Reiseveranstalter: s. §§ 651a ff. BGB).	Personen- und Sachschaden-Haftpflichtversicherung für Reiseveranstalter Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung für Reiseveranstalter Abschluss/Ergänzung von Haftpflichtversicherungen für die neue Eigenschaft/ das neue Rechtsverhältnis
Die Kommune vermietet eigene Fahrräder.	Abschluss/Ergänzung einer Betriebs-haftpflichtversicherung Fahrrad-Kasko-Versicherung

Tab. 36: Checkliste für Anbieter/Veranstalter fahrradtouristischer Reisen

Situation	relevante Versicherung(en)
Reiseveranstalter (Definition Reiseveranstalter: s. §§ 651a ff. BGB).	Personen- und Sachschaden-Haftpflichtversicherung für Reiseveranstalter Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung für Reiseveranstalter Insolvenzversicherung
Der Reiseveranstalter hat eine eigene Betriebsstätte bzw. einen eigenständigen Bürobetrieb.	TAS-Komplettschutz für Bürobetriebe (Sach-Inhaltsversicherung inklusive erweiterter Gefahrendeckung und Ertragsausfallversicherung, Glasbruch, Schäden an technischer Betriebseinrichtung, Betriebshaftpflichtversicherung Optional: Rechtsschutzversicherung

Tab. 37: Checkliste für Vermittler fahrradtouristischer Reisen (Reisebüro)

Situation	relevante Versicherung(en)
Reisevermittler/-büro	Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung für Reisebüros Optional: Mitversicherung des Postversandrisikos und Nichtverwendung hinterlegter Kreditkarten
Das Reisebüro hat eine eigene Betriebsstätte bzw. einen eigenständigen Bürobetrieb.	TAS-Komplettschutz für Bürobetriebe (Sach-Inhaltsversicherung inklusive erweiterter Gefahrendeckung und Ertragsausfallversicherung, Glasbruch, Schäden an technischer Betriebseinrichtung, Betriebshaftpflichtversicherung Optional: Rechtsschutzversicherung

Tab. 38: Checkliste für Reisende/Teilnehmer an fahrradtouristischen Reisen

Situation	relevante Versicherung(en)
Schäden, die mit dem Fahrrad bei Dritten verursacht werden	Privathaftpflichtversicherung (schließt der Veranstalter als Subsidiärdeckung für den Reisetilnehmer ab)
Schäden, die der Reisetilnehmer durch ein Unfallschadenereignis mit dem Fahrrad erleidet	Unfallversicherung (schließt der Veranstalter zugunsten der Reisetilnehmer ab)
Personen- und/oder Sachschäden, die der Reisetilnehmer durch einen Mangel am Fahrrad erleidet	Betriebshaftpflichtversicherung (für den Eigentümer der Fahrräder)
Schäden, die durch den Reisetilnehmer am Fahrrad selbst entstehen	Fahrrad-Kasko-Versicherung (für den Eigentümer der Fahrräder)

**Fazit:**

Die Bandbreite an konkreten Handlungsempfehlungen für die verschiedensten Akteure ist immens und beinhaltet sicher noch mehr Aspekte als nur die hier aufgeführten.

Die Aussichten für einen erfolgreichen Fahrrad-tourismus in Deutschland sind keinesfalls schlecht, sofern die Potenziale sinnvoll und effektiv genutzt werden. Ein Mindestmaß an Fahrradfreundlichkeit lässt sich bereits mit nur geringem Aufwand, z. B. durch die Bereitstellung von Abstell- oder Helmaufbewahrungsmöglichkeiten, realisieren. Für sämtliche Einrichtungen, die für Radtouristen von Interesse sein können – so auch z. B. Kirchen –, sollte dies selbstverständlich sein.

VIII Literatur, Anhang, Quellen

1 Literaturverzeichnis

ADFC 2008a: Die ADFC Radreiseanalyse 2008.

ADFC 2008b: ADFC-Qualitätsradroute – Gütesiegel für Radfernwege (Flyer). Bremen.

ADFC 2008c: RadWelt. Das ADFC-Magazin. Heft 6/07.

ADFC 2009: Die ADFC-Radreiseanalyse 2009.

ADFC-Hessen 2008: Hessische Radfernwege. Online im Internet unter: <http://www.hessen.adfc.de/radfernwege/index.html>.

ADFC-NRW 2008: Radroute des Jahres. Online im Internet unter: <http://www.adfc-nrw.de/dienstleistungen-und-produkte/radroute-des-jahres.html>.

ADFC Bett & Bike 2008: Auszug aus der internen Statistik (unveröffentlicht).

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) (Hrsg.) 2008: Gabriel: Nationalparke sind bedeutende Faktoren für regionale Wertschöpfung. BMU-Pressedienst Nr. 173/08. Berlin.

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) (Hrsg.) 2007a: Zweiter Fahrradbericht der Bundesregierung. Hannover.

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) (Hrsg.) 2007b: Verkehr in Zahlen 2007/2008. Hamburg.

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) (Hrsg.) 2007c: Längenstatistik der Straßen des überörtlichen Verkehrs, Stand 1.1.2007.

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Wohnungswesen (BMVBW), 2002: Nationaler Radverkehrsplan 2002 - 2012. Berlin

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Wohnungswesen (BMVBW), 1999: Richtlinien für die wegweisende Beschilderung außerhalb von Autobahnen (RWB 2000). in: Allgemeines Rundschreiben Straßenbau (ARS) Nr. 27/1999. Berlin

Bundesvereinigung Kanutouristik (BKT) (2005): Grundlagenuntersuchung zur Bedeutung und Entwicklung des Kanutourismus in Deutschland. – Marburg.

BVA 2008: Radfernwege in Deutschland. ADFC-Ratgeber. Bielefeld.

Destatis 2007: Wirtschaftsrechnungen. Ausstattung privater Haushalte mit langlebigen Gebrauchsgütern. 2000 – 2006. Fachserie 15 Reihe 2. Wiesbaden.

Deutscher Skiverband e. V. (DSV) (Hrsg.) 2008: Was bin ich. In: DSV aktiv. Ski & Sportmagazin. Heft 7-8/2008.

Deutscher Tourismusverband (DTV) (Hrsg.) 2004: Wirtschaftsfaktor Campingtourismus in Deutschland. Bonn.

Deutscher Tourismusverband (DTV) (Hrsg.) 2006: Städte- und Kulturtourismus in Deutschland. Bonn.

Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. 2006: Liste der touristischen Autostraßen in Deutschland. Frankfurt/Main (unveröffentlichtes Dokument).

DIN Deutsches Institut für Normung e. V. 1998: DIN 66079-5. Graphische Symbole zur Information der Öffentlichkeit - Teil 5: Verkehrstechnische Orientierungshinweise. Ausgabe: 1998-02. Berlin.

DIW, infas 2004: Mobilität in Deutschland. Endbericht. Berlin/Bonn.

Dwif 1995: Tagesreisen der Deutschen, Schriftenreihe des dwif, Heft 46, München.

Dwif 2002: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland. München.

Dwif 2005 – 2007: Tagesreisen der Deutschen, Schriftenreihe des dwif, Hefte 50 -52, München.

ETI 2007: Regionalwirtschaftliche Effekte des Radtourismus in Rheinland-Pfalz. Trier.

Europäische Reiseversicherung AG und Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) 2008: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus. Sonderauswertung Fahrradtourismus.

Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen e. V. (FGSV), 1998: Merkblatt zur wegweisenden Beschilderung für den Radverkehr. Köln

Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen e. V. (FGSV), 2008: Richtlinien für die touristische Beschilderung (RtB). Köln

Herb, Armin 2009: „Mehr Geld für Radreisen“. Leseranlyse 2008 in „Trekkingbike“. Heft 1/2009, Seite 12f.

Internationale Bodenseekonferenz (IBK) 2005 (Hrsg.): Grenzüberschreitende Mobilitätsmanagementkonzepte in der Regio Bodensee. Schlussbericht. Konstanz

Liebsch, Frank 2003: Praxis kompakt: Städtetourismus, Wellness tourismus, Fahrradtourismus. Meßkirch.

Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismus (Hrsg.): Touristisches Leitsystem in Sachsen-Anhalt - Handlungsempfehlung und Praxisleitfaden, 2. vollständig überarbeitete Auflage, Magdeburg/Berlin, 2005

Statistische Landesämter des Bundes und der Länder 2008 (Hrsg.): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder, Entstehung, Verteilung und Verwendung des Bruttoinlandsprodukts in den Ländern und Ost-West-Großraumregionen Deutschlands 1991 bis 2007. Reihe 1. Länderergebnisse Band 5. Stuttgart.

Statistisches Bundesamt 2008: Binnenhandel, Gastgewerbe, Tourismus. Wiesbaden.

Thüringer Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Medien (TMBLM) 2008: Radverkehrskonzept für den Freistaat Thüringen. Erfurt.

Trendscope 2008: Radreisen der Deutschen 2008. Trendscope Marktstudie. Köln.

Tourismus Zentrale Saarland GmbH (TZS) 2009: Einheitliches Beschilderungssystem im SaarRadland. Unveröffentlichtes Exposee. Saarbrücken.

Verband des Deutschen Zweiradhandels e. V. (VDZ) 2008: Presseerklärung. Wirtschaftspressegespräch zur IFMA Köln am 10.09.2008.

Zweirad-Industrie-Verband (ZIV) 2007: Statistik-Informationen zur Wirtschaftspressekonferenz am 15. März 2007 in Köln.

Zweirad-Industrie-Verband (ZIV) 2008: Beschreibung der Fahrradtypen. Online im Internet. URL: <http://www.ziv-zweirad.de/typologie-fahrraeder.html>.

Zweirad GmbH (Hrsg.) 2007: Zweirad-Report 2007. Bad Soden a. Ts.

Zweirad GmbH (Hrsg.) 2008: Zweirad-Report 2008. Bad Soden a. Ts.

2 Online-Quellen

www.0700velotaxi.de

www.adfc.de

www.adfc-nrw.de

www.adfc-tourenportal.de

www.auf-nach-mv.de

www.auf-nach-mv.de/karte/

www.bahn.de

www.bahn.de/p/view/mobilitaet/fahrrad/bahn_und_bike.shtml

www.bayerninfo.de

www.berlinonbike.de

www.bike-magazin.de

www.bike-sport-news.de

www.bike-willingen.de/

www.biketaxi.de

www.bikey.com

www.boxenstopp-route.de

www.burgenfahrt.de/

www.deutschland-tourismus.de

www.drei-talsperren-marathon.de/index.html

www.eco-compteur.com

www.eifel-radtouren.de

www.elberadweg.de

www.eurovelo6.org

www.fa-tourismus.adfc.de

www.fahrradstation.com

www.fahrradverleih-mueritz.com

www.fiefbergen-rund.de/

www.fockebergzeitfahren.de/

www.frankenwald-aktiv.de

www.garmin.com

www.grafschaft-bentheim-tourismus.de

www.hamburgweb.de/guide/detail/Rikschatouren-Sightseeing-Hamburg

www.koeln-erlebnistouren.de

www.koeln-rikscha.de/index.php

www.koelnerfahrradverleih.de

www.landerlebnis-ostfriesland.info

www.mecklenburger-radtour.de

www.mietrad.de

www.mobilitaet-in-deutschland.de

www.moewe-10.de

www.moobix.de

www.moselland-radtouren.de

www.mountainbike-magazin.de

www.mountainbikepark-pfaelzerwald.de

www.movelo.com

www.mtb-chemnitz.de/

www.muenchen-rikscha.de	www.radwanderland.de
www.muensterland-tourismus.de	www.radwanderland.info
www.nationaler-radverkehrsplan.de	www.radwandern-oberlausitz.de
www.nationaler-radverkehrsplan.de/foerderfibel/	www.reiseland-brandenburg.de
www.new-media-service.com/Kartoffeltour-Touren.html	www.reiseland-niedersachsen.de
www.nextbike.de	www.rikscha-mobil.de
www.niedersaechsische-milchstrasse.de	www.routenplaner.rlp.de
www.nordwesten.net	www.sachsen-tour.de
www.nrw-tourismus.de	www.schwarzwald-tourismus.info
www.perpedalo.de	www.servicequalitaet-deutschland.de
www.pfalz-radtouren.de	www.sh-tourismus.de
www.potsdam-per-pedales.de	www.skoda-velothon-berlin.de/index.2.html
www.qualitaet-im-deutschlandtourismus.de	www.stattreisen-hamburg.de/
www.rad-reise-service.de	www.spurwechsel-muenchen.de
www.rad-reise-service.de/tour177.html	www.teleatlas.com
www.rad-thueringen.de/bikefliegen-von-der-wade-berg-skischanze-in-oberhof.htm	www.thueringen-tourismus.de
www.radeln-in-brandenburg.de	www.tour-magazin.de
www.radfahren.de	www.tourguideahoi.de
www.radroutenplaner-bremen.de	www.tourismus-bw.de
www.radroutenplaner.hessen.de	www.tourismus.saarland.de
www.radroutenplaner.nrw.de	www.trekkingbike.com
www.radtour-schwaben.de	www.urlaubwesermarsch.de
www.radtouren-magazin.com	www.vattenfall-cyclassics.de
www.radwanderhaeusle-alb.de	www.velocab.com
	www.velib.paris.fr

www.verwaltung.bayern.de

www.vogelsbergarena.de

www.vogtland-bike-marathon.com/

www.vrr.de

www.ziv-zweirad.de

www.zweitradtouren.de

3 Bildnachweis

Bild S. 1 und 8: Lenker

© Oligo - Fotolia.com

Bild S. 8: Radausflug

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Frankfurt a. M.

Bild S. 10: Fahrräder

© Franz Pfluegel - Fotolia.com

Bild S. 10: Mountainbiker

© blende64 - Fotolia.com

Bild S. 66: Schild StVO

Wolk Gruppe AG, Active Workplace Solutions, www.schilder.com/schilder/Verkehrsschilder.htm

Bild S. 66: Vollschild nach FGSV-Standard

BTE 2009

Bilde S. 66: Schild Weser-Radweg

WeserKontor PublicRelation Promotion Projektmediation GmbH, www.weser-radweg.de

Bild S. 71: Logo D-Route

www.nationaler-radverkehrsplan.de

Bild S. 75: Integrierte Beschilderung Uckermark

BTE 2009, M. Schmidt

Bild S. 78: Radroutenzertifizierung Nordrhein-Westfalen

ADFC, Landesverband Nordrhein-Westfalen e. V., www.adfc-nrw.de

Bilder S. 80: Logo Bett & Bike

ADFC Bayern, Qualitätsauszeichnung Bett & Bike Bayern, www.bettundbike.de

Bilder S. 80.: Zertifizierung fahrradfreundliches Hotel
Deutscher Tourismusverband e. V., www.qualität-im-deutschlandtourismus.de

Bilder S. 80: Radfreundliche Unterkunft am Elberadweg

Deutscher Tourismusverband e. V., www.qualität-im-deutschlandtourismus.de

Bilder S. 80: Logo Oberlausitz per Rad

Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH, www.oberlausitz.com

Bilder S. 80: Logo Bike-Arena

Bike Arena Sauerland e. V., www.bike-arena.de

Bild S. 81: Radwanderhäusle

www.radwanderhaeusle-alb.de

Bild S. 87: Melkhus

Ferienhaus Moewe 10, Familie Grosch, www.moewe-10.de

Bilder S. 87: Schwäbische Kartoffeltour

New Media Service, <http://www.radtour-schwaben.de>

Bilder S. 88: Schlemmerradeln im Saarland

Tourismus Zentrale Saarland GmbH, www.tourismus.saarland.de

Bild S. 115: Reisen mit Bahn und Fahrrad

DB AG 2009, www.deutsche-bahn.de

Bild S. 118: Fietsenbus Grafschaft Bentheim

Grafschaft Bentheim Tourismus e. V.

Bild S.119: Fahrradboxen

LION-Hard-Systems GmbH, www.bikey.com

Bilder S. 124: Deutschland per Rad entdecken

Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. 2009

Bild S. 146: Fahrrad im Schnee

Ktrak Cycle Corp., http://img.dailymail.co.uk/i/pix/2008/01_01/KtraK020108_600x444.jpg

Bild S. 164: Servicequalität Deutschland

Kooperationsgemeinschaft ServiceQualität Deutschland, www.servicequalitaet-deutschland.de

4 Anhang

4.1 Das touristische Radroutennetz

Tab. 39: Touristisch ausgeschilderte Radrouten in Deutschland

Bundesland	km-Angabe touristisch ausge- schilderter Radrouten	Zusammensetzung der Kilometerangabe	Quelle
Baden-Württemberg	8.946 km	17 Radfernwege und weitere (über-) regio- nale Routen	Nennung Landesvermessungs- amt
Bayern	~ 8.700 km	111 Routen (= Bayernnetz für Radler)	Berechnung auf Basis Karte Bayernnetz für Radler
Berlin	287 km	8 Radfernwege	Nennung Senat Berlin
Brandenburg	~ 4.930 km	13 Radfernwege und 20 (über-) regionale Routen (= Radland Brandenburg)	Berechnung auf Basis des Rad- Navigators Brandenburg
Bremen	300 km	Touristische Radrouten, teils Radfernwege	Nennung Radroutenplaner Bremen
Hamburg	145 km	5 Rad(fern)wege	Nennung Behörde für Bau- und Stadtentwicklung
Hessen	9.028 km	25 Radfernwege und überregionale Routen, 94 regionale/lokale Routen (davon 9 Rad- fernwege = Hessische Radfernwege)	Nennung Radroutenplaner Hessen
Mecklenburg-Vor- pommern	5.106 km	7 Radfernwege und 21 Rundrouten (= Rad- wanderrouutenkonzept)	Nennung Freizeitnavigator Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen	11.803 km	15 Radfernwege und weitere (über-) regio- nale Routen	Nennung Landesvermessungs- amt
Nordrhein-Westfalen	11.084 km	42 Radfern und überregionale Routen, wei- tere regionale/lokale Routen	Nennung Radroutenplaner Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz	3.680 km	7 Radfernwege und weitere (über-) regionale Routen (= Radwanderland Rheinland-Pfalz)	Nennung Landesamt für Mobi- lität
Saarland	~ 900 km	5 Radfernwege und 8 weitere regionale Routen (= SaarRadLand)	Berechnung auf Basis des An- gebots von Tourismus Zentrale Saarland
Sachsen	3.507 km	10 Radfernwege und regionale Routen (= SachsenNetz Rad)	Nennung Ministerium für Wirt- schaft, Technologie und Ver- kehr Sachsen
Sachsen-Anhalt	~ 2.100 km	10 Radfernwege und 8 (über-)regionale Rou- ten	Berechnung auf Basis des Ange- bots von Tourismusmarketing Sachsen-Anhalt GmbH
Schleswig-Holstein	~ 2.600 km	12 Radfernwege	Berechnung auf Basis des An- gebots von SH-Tourismus
Thüringen	2.950 km	13 Radfernwege und weitere (über-) regio- nale Routen (= Radtouristisches Landesnetz Thüringen)	Nennung Thüringer Ministeri- um für Bau und Verkehr

Quelle: dwif 2009, eigene Darstellung

4.2 Die 188 wichtigsten Radfernwege in Deutschland nach Bielefelder Verlag

100-Schlösser-Route	Deutsche Sielroute
2-Länder-Route	Deutsche Weinstraße
3-Länder-Radweg	Deutscher Limes-Radweg
3-Länder-Route	Diemelradweg
7-Schwaben-Tour	Dollardroute
Aa-Vechte-Tour	Donau-Bodensee-Radweg
Abensradweg	Donau-Radweg
Agri-cultura-Route	Dortmund-Ems-Kanal-Route
Ahrtal-Radweg	Dreiland-Radweg
Aischtal-Radweg	Durch Bayerns steinreiche Ecke
Alb-Neckar-Weg	Durchs Erdinger Land
Aller-Radweg	Ederradweg
Allgäu-Radweg	Eider-Treene-Sorge-Weg
Alte Salzstraße	Eifel-Höhenroute
Altmarkrundkurs	Eiszeitroute
Altmühltal-Radweg und Altmühlweg	Elberadweg
Ammer-Amper-Radweg	Elster-Radweg
Ammerlandroute	Emsland-Route
BahnRadRoute Hellweg-Weser	Emsradweg
BahnRadRoute Teuto-Senne	Enztal-Radweg
BahnRadRoute Weser-Lippe	Erftradweg
Benediktweg	Erlebnisweg Rheinschiene
Berlin – Kopenhagen	Euregio-Egrensia
Berlin – Usedom	EUROGA-Radwanderoute
Bodensee-Königssee-Radweg	Europa-Radweg R1
Bodensee-Radweg	Fehnroute, Deutsche
Bodensee-Weg	Fichtelgebirgsradweg
Boxenstopp-Route	Friedensroute
Brückenradweg	Friesischer Heerweg
Burgenstraße	Froschradweg
Chiemsee-Uferweg	Fünf-Flüsse-Radweg
Cloppenburg Radtour	Fürst-Pückler-Weg
Dampflokrunde	Fürstbischöfliche Tour
Deutsch-Französischer	GartenTraum-Tour

Geestweg
Gera-Radwanderweg
Glan-Blies-Radweg
Glems-Mühlen-Weg
Grafschafter Fietsentour
Grenzroute
Grüne Straße/Route Verte
Grünes Dach
Gurken-Radweg
Hamburg – Bremen
Hamburg – Rügen
Harzrundweg
Hase-Ems-Tour
Havelland-Radweg
Heidelberg-Schwarzwald-Herkules-Wartburg-Radweg
Hessischer Radfernweg 1
Hessischer Radfernweg 2
Hessischer Radfernweg 3
Hessischer Radfernweg 4
Hessischer Radfernweg 5
Hessischer Radfernweg 6
Hessischer Radfernweg 7
Hessischer Radfernweg 8
Hessischer Radfernweg 9
Hohenlohe-Ostalb-Weg
Hohenzollern-Weg
Holsteinische-Schweiz-Tour
Hopfentour
Iller-Radweg
Ilmtal-Radwanderweg
Innradweg
Internationale Salz- und Seentour
Isarradweg
Kaiserroute
Kocher-Jagst-Weg

Kraischgau-Burgen-Weg
Kraut & Rüben-Radweg
Kunstwegen
Kylltal-Radweg
Lahntalradweg
Leinetalradweg
Leuchtenberg-Tour
Lüneburger Heide-Radweg
Main-Radweg
Main-Tauber-Fränkischer
Main-Werra-Radwanderweg
Mecklenburgischer Seenradweg
Meerweg
Mindeltal-Radweg
Mönchsweg
Moselradweg
Mozart-Radweg
Muldentalradwanderweg
Naabtal-Radweg
Nahe-Hunsrück-Mosel-Radweg
Nahe-Radweg
Nationalparkradweg
Neckartal-Radweg
Niederrhein-Route
Nord-Ostsee-Kanal-Tour
Nordseeküstenradweg
Nürnberg-Rothsee-Altmühltal
Ochsenweg
Odenwald-Madonnen-Weg
Oder-Neiße-Radweg
Ostseeküstenradweg
Prümtal-Radweg
Radachter
Radfernweg Bayern – Böhmen
Rad up Pad
Radwanderweg Lautertal

Radweg Liebliches Taubertal
Regental-Radweg
Rennsteig-Radweg
Rhein-Routen (Rhein-Radweg/Rhein-Route)
Rhön-Sinn-Radwanderweg
Rhönradweg
Romantische Straße
Römer-Route
Rottalradweg
Ruhrtal-Radweg
Rund um die Hallertau
Ruruferradweg
Saale-Radwanderweg
Saaletal-Radwanderweg
Saarland-Radweg
Sagenroute
Salinen-Radweg
Salzhandelsweg
Schwarzsachtal-Radweg
Schwarzwald-Radweg
Schwäbische-Alb-Altmühltal-Radweg
Schwäbische-Alb-Radweg
Siegtal-Radweg
Spree-Radwanderweg
Stromberg-Enztal-Weg
Tauernradweg
Thüringer Städtekette
Tour Brandenburg
Tour de Baroque
Traun-Alz-Weg
United Countries Tour
VeloRoute SaarLorLux
Via Bavaria Tyrolensis
Via Claudia Augusta
Via Danubia
Via Julia

Via Raetica
Vilstalradweg
Vom Teufelsmoor zum Wattenmeer
Vulkanradweg
Wasserburgenroute
Wellnessroute
Werntal-Radwanderweg
Werratal-Radweg
Weser-Harz-Heide-Radweg
Weserradweg
Wikinger-Friesen-Weg
Wümme Radweg
Zenntalradweg
Zschopau-Radwanderweg
Zusam-Radweg
Quelle: BVA 2008

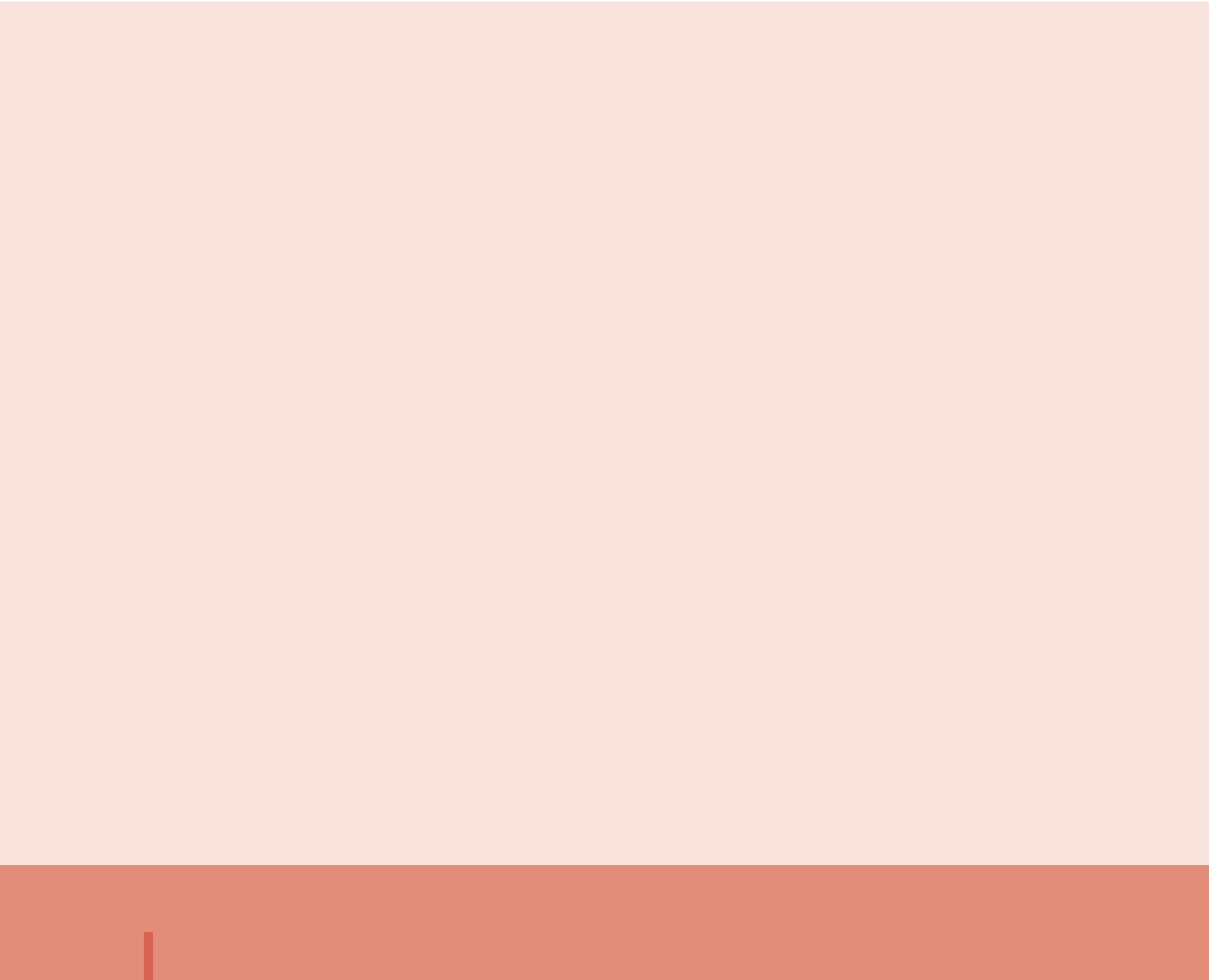
4.3 Nennenswerte Radsportveranstaltungen

Tab. 40: Radsportveranstaltungen in Deutschland (Auswahl)

Bundesland	Name der Veranstaltung	Kurzbeschreibung
Hamburg	Vattenfall Cycclassics	Radsportwochenende mit Rennradveranstaltungen in verschiedenen Disziplinen; Diverse Sprints in den Kategorien Jugend, Elite und jedermann sowie einige Specials für geistig behinderte Menschen; 2008 nahmen 120 Behinderte und über 20.000 Hobby-Teilnehmer teil. Profis treten an dem weltweit bekannten UCI-ProTour-Eintagesrennen an.
Sachsen	„HEAVY 24“	MTB-Radrennen bei Chemnitz/Stausee Oberrabenstein; größtes Mountainbike-Event im Osten Deutschlands; Strecke mit Rundkurs, 7,4 km Länge und 117 Hm; Es gibt Einzel-, Zweier-, Vierer- und Achterteams (Limit bei 190 Teams);
	Drei Talsperren Marathon	Lauf- und Radmarathon in Eibenstock mit einer Strecke von 30, 50 oder 100 km und ca. 1.000 Teilnehmern;
	Vogtland Bike Marathon	Mountainbike-Marathon im Ausdauerbereich (freies Gelände mit befestigten & unbefestigten Wegen); bundesoffener Wettbewerb nach BDR-Reglement; Rundstrecke über 40 oder 80 km sowie KidsRace über 5 km (verschiedene Altersklassen); Kategorien Kinder, Elite, Master;
	Fockeberg Zeitfahren	Zeitrennen bei Leipzig auf den Fockeberg mit Prolog-Festival als Trainingslager; Peloton-Rennen – Zeitfahren; Fahrradmesse Dynamo (zeitgleich zu den Rennen); normale Rennkategorien für Männer, Frauen und Teams; Preise für Schnelligkeit und Kreativität; 163 Höhenmeter und 850 m Länge;
	Kohlau-Mountain-Cup	Duathlon mit 100 Teilnehmern; 30 % Asphalt, 70 % Gelände; 600 m Schwimmen und 30 km MTB; 560 Höhenmeter; Männer 1–2 km Laufen und 8–10 km MTB;
	MAD East Challenge	Vier unterschiedliche Etappen; drei MTB-Tage; 180 km und 5 800 Hm; 400 Teilnehmer;
	Mountainbike Vier-Hübel-Tour	In Oberwiesenthal und Fichtelberg; Vier-Hübel-Tour; 86,75 km/2300 Hm von der höchstgelegenen Stadt Deutschlands auf ihren Hausberg; über 500 Biker;
	MTB 2er Teammarathon Holzhau	Teammarathon über zwei, vier oder sechs Stunden (synchrones Fahren); 6,5 oder 4 km langer Rundkurs mit 110 Hm pro Runde;
	Neuseen mountainbike cup	Rundfahrt durch das Neuseenland im Süden Leipzigs, Rennen ist in acht verschiedene Wettkämpfe aufgeteilt;
	O-SEE-Challenge	500 MTB Fahrer; Strecke 30 km und 891 Hm; als Adventure-Tour zusammen mit 1.100 m Schwimmen und 9 km Cross-Trail rund um den Olbersdorfer See
	Erzgebirge Bike Marathon	Ältester und größter Mountainbike-Marathon Deutschlands mit 1.000 Teilnehmern; Strecke von 40, 70 oder 100 km und 800 Hm.
	Fahrrad-Spartakiade Sachsen	Rennserie nur für Kinder und Jugendliche (von fünf bis vierzehn Jahren), Spaß am Sport steht im Vordergrund; auch sportliche Wettstreite;
	Bikefliegen von der Wadeberg-Skischanze in Oberhof	2-Schanzen-Tournee; Mountainbike-Wettkampf, auf einer 60-Meter-Ski-Schanze; für Bikeflieger und Speed-Contestler; 2008 mit 3.000 Besuchern.

Thüringen	Thüringer Burgenfahrt	Größte Radsternfahrt der Welt; Familien-Raderwandertour (kein Radrennen); prämiert werden der Kilometerkönig des Tages, das originellste Fahrrad, sowie der Radel-Opi und die Radel-Omi als älteste Teilnehmer;
	Fiefbergen Rund	Radrennen zwischen Kiel und Fehmann mit 200 Teilnehmern pro Runde; Rundenlänge von 18 km; Kategorien: u. a. Hobby, Männer, Frauen, Senioren und Elite.
Sachsen-Anhalt	MTB Trophy Goseck	Mitteldeutschlands Mountainbike-Szene trifft sich zur Mountainbike Trophy im sachsen-anhaltinischen Goseck;
	Bike-Festival Willingen	Mountainbikewochenende, Treffen der Mountainbikeszene wie auch Weltelite der Downhill-Rider; 2008 das elfte Mal mit 20.000 Besucher und 200 Aussteller. Es geht um die sogenannte Wheels of Speed, der World Downhill Challenge, einer bekannten Worldcupstrecke am Ettelsberg; Über 1.600 Marathon-Fahrer fuhren auf vier unterschiedlich langen Strecken mit;
Hessen	Škoda VELOTHON BERLIN	Städtemarathon für Radfahrer durch Berlin, zwei Strecken mit 60 km und 105 km Länge; flache Streckenführung ist für Einsteiger geeignet; vor dem Marathon gibt es bereits einen Mini Velothon für Kinder;

Quelle: dwif 2008, Befragung von 16 Landesmarketingorganisationen und 134 regionalen Marketingorganisationen



Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie herausgegeben. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern während des Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift zum Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.



Fahrradtourismus in Deutschland

Kurzfassung



Inhalt

Vorwort	3
1. Anlass der Studie	4
2. Methodik	4
3. Wirtschaftsfaktor Fahrradtourismus	5
4. Marktforschungserkenntnisse zum Fahrradausflugstourismus	11
5. Marktforschungserkenntnisse zum Fahrradurlaub	12
6. Fahrradtouristisches Angebot	15
7. Vermarktung des Radtourismus in Deutschland	19
8. Trends, Chancen, Risiken	21
9. Handlungsempfehlungen	23
Quellen	27
Projektbeirat	28

Herausgeber:

Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV)
Bertha-von-Suttner-Platz 13, 53111 Bonn
Projektkoordination: Dirk Dunkelberg, Iris Hegemann
www.deutschtourismusverband.de

Förderung:

Die Veröffentlichung dieser Broschüre wurde finanziert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

Bearbeitung:

dwif-Consulting GmbH, München
Regina Püschel, Dr. Manfred Zeiner,
Dr. Bernhard Harrer
www.dwif.de

BTE Tourismusmanagement, Regionalentwicklung,
Hannover & Berlin
Mathias Behrens-Egge, Michael Neugaertner
www.bte-tourismus.de

Europäische Reiseversicherung AG
Johann Stadler
www.erv.de

Gestaltung und Satz:

BTE Hannover & Berlin

Druck:

Druckhaus PinkVoss, Hannover

Bildnachweis:

Fotos Titel: Mountainbiker: © blende64 - Fotolia.com,
Rad: © Uwe Wittbrock - Fotolia.com, Lenker: © Oligo
- Fotolia.com, Familie: © Kzenon - Fotolia.com; S. 2: ©
Franz Pfluegl - Fotolia.com; Fotos S. 3, 5, 10, 19, 22, 27,
28: Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Frankfurt a. M.;
Logo S. 16: Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V.; Foto
S. 21: Ktrak Cycle Corp.; Foto S. 18: Grafschaft Bentheim
Tourismus e.V. Nordhorn; Screenshots S. 20: Zentrum
Pfälzer Wald, Kaiserslautern; Skizze S. 24: HRB Branden-
burg; Foto & Skizze S. 24: BTE, Hannover & Berlin

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die Vervielfältigung, Verbreitung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechts bedürfen der schriftlichen Zustimmung des Herausgebers.
Alle Angaben ohne Gewähr.

Bonn, März 2009

Copyright:

© 2009 Deutscher Tourismusverband e.V.

Die Langfassung der Studie ist im Internet abrufbar unter
www.deutschtourismusverband.de

Vorwort

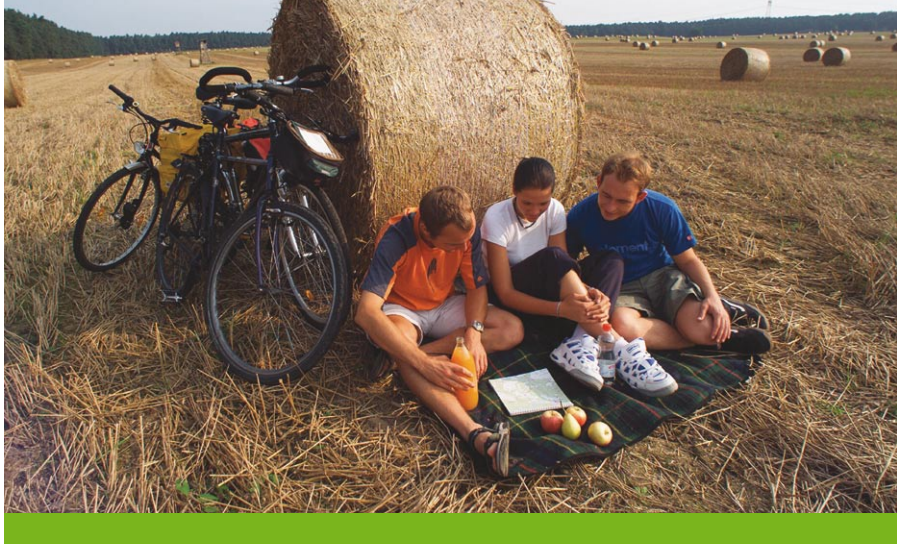
Fahrradurlaub in Deutschland – beliebter denn je! Im touristischen Geschehen gehört das Thema „Radfahren“ zu den Dauerbrennern und zeichnet große Wachstumspotenziale auf. Auch hier zeigt sich der Deutschlandtourismus einmal wieder von seiner vielfältigen Seite!

Die vorliegende Studie, die der Tourismusbeauftragte der Bundesregierung, Ernst Hinsken, im März 2007 in Berlin auf der Konferenz „Fahrradtourismus: Neue Wege in Deutschland“ angekündigt hat, liefert erstmals zuverlässige, detaillierte Marktdaten zum Fahrradtourismus in Deutschland! Beleuchtet wird nicht nur das breite fahrradtouristische Angebot, sondern auch dessen Nachfrageseite sowie die dazugehörigen Marketingaktivitäten. Einen herausragenden Stellenwert erhält der Wirtschaftsfaktor Fahrradtourismus. Konkrete Berechnungen der Wertschöpfung liefern eine solide Datenbasis für künftiges Handeln. Neben den ökonomischen Kennziffern, liefert die Studie aber auch einen umfangreichen Maßnahmenkatalog und gibt Handlungsvorschläge für eine dauerhafte Positionierung im Markt. Anhand der vorliegenden gesicherten Erkenntnisse über den touristischen Fahrradmarkt können Regionen und Städte dauerhaft am Ausbau des Marktsegmentes arbeiten, neue Angebote entwickeln und zusätzliche Gästezahlen generieren.

Unser besonderer Dank gilt dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), mit dessen finanzieller Förderung die Studie realisiert werden konnte. Ebenso möchten wir dem Projektbeirat, bestehend aus Vertretern des BMWi, des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung, des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs, der Deutschen Zentrale für Tourismus sowie ausgewählten Vertretern der Landesministerien, der Landestourismusorganisationen, von Radreiseveranstaltern und Radfernwegen für die inhaltliche und fachliche Begleitung unseren besonderen Dank aussprechen.

Für die wissenschaftliche Ausarbeitung und Erhebung der Daten danken wir der dwif-Consulting GmbH (München) und der BTE Tourismusmanagement, Regionalentwicklung (Hannover) sowie der Europäischen Reiseversicherung AG für ihre Unterstützung.

Deutscher Tourismusverband e.V.



Beauftragter der Bundesregierung für den Tourismus, MdB Ernst Hinsken

"Millionen haben es bereits erfahren: Auf dem Rad Deutschland zu entdecken ist eine ebenso spannende wie erholsame Angelegenheit. Der Fahrradtourismus stellt einen beachtlichen Wirtschaftsfaktor für den Tourismusstandort Deutschland dar. Aufgrund des demographischen Wandels und der prognostizierten klimatischen Veränderungen ist zukünftig eine weiter steigende Nachfrage zu erwarten.

Für die tatsächliche Erfassung der wirtschaftlichen Bedeutung des Fahrradtourismus fehlte es allerdings bisher an einer fundierten Datenlage. Deshalb hat sich das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie entschlossen, eine Grundlagenuntersuchung zum Fahrradtourismus durchführen zu lassen, um auch für zukünftige Investitionen mit schlagkräftigen Argumenten werben zu können.

Mit den überraschenden und interessanten Ergebnissen dieser Studie werden den Beteiligten schnell und einfach handfeste Fakten, Argumente und Handlungsempfehlungen angeboten, um in ihren Unternehmen und Institutionen für ein besseres Verständnis des Fahrradtourismus zu werben.

Ich bin fest davon überzeugt, dass durch den Fahrradtourismus Investitionen gefördert, Einkommen gestärkt und Beschäftigungseffekte geschaffen und damit Wachstumspotenziale erschlossen werden. Hierzu liefert die Studie einen wertvollen Beitrag."

Ernst Hinsken

1. Anlass der Studie

Der Fahrradtourismus ist in Deutschland eines der wichtigsten touristischen Nachfragesegmente. Radfahren ist nahezu überall in Deutschland möglich. Per Fahrrad lassen sich nicht nur die Naturlandschaften erleben, zunehmend werden auch kulturelle Angebote für die Zielgruppe erschlossen. Darüber hinaus ist Radfahren gesunder Ausgleichs- und Ausdauersport, die Ausübung ist emissionsfrei und umweltfreundlich.

Die hohe Nachfrage, das stärkere ökologische Bewusstsein sowie weitere Einflüsse, wie der demographische Wandel oder hohe Benzinpreise, bilden Wachstumspotenziale für den Fahrradtourismus. Die herausragende Rolle des Fahrradtourismus ist in vielen deutschen Tourismusregionen nachweisbar, allerdings fehlen bislang verlässliche und insbesondere vergleichbare Angaben zum Gesamtvolumen dieses Nachfragesegments. Hinzu kommt, dass der Begriff Fahrradtourismus bislang nicht eindeutig definiert ist, sodass schon allein aus diesem Grund unterschiedliche Ergebnisse zu erwarten sind. Hier Abhilfe zu schaffen, ist einer der Schwerpunkte der hier vorgelegten Untersuchung, die auch zur Entwicklung einer langfristigen Handlungsstrategie zum Ausbau des Fahrradtourismus in Deutschland dienen und zur Stärkung der Wettbewerbsposition beitragen soll.

Die Förderung des Radverkehrs ist ein Anliegen der Bundesregierung. Sie hat daher folgerichtig unter Beteiligung der Länder und Kommunen sowie von Verbänden den Nationalen Radverkehrswegeplan (NRVP) (2002-2012) entwickelt. Die darin erarbeiteten Umsetzungsstrategien und Handlungsempfehlungen sollen zu einem fahrradfreundlichen Klima in Deutschland beitragen. Eine wesentliche Maßnahme im Rahmen des NRVPs ist der Aufbau einer Förderdatenbank, um die Vielzahl verschiedener Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten transparent und anwenderfreundlich zu kommunizieren. Spezielle radtouristische Förderungs- bzw. Finanzierungsmöglichkeiten halten sich noch in Grenzen, werden aber zunehmend forciert. Zumeist werden sie indirekt über Maßnahmen der allgemeinen Radverkehrsinfrastruktur mitgefördert.

Fahrradtouristische Aspekte bzw. konkrete Handlungsempfehlungen finden in touristischen Entwicklungskonzepten fast aller Bundesländer Berücksichtigung. **Speziell radtouristische Entwicklungskonzepte** oder tiefer gehende Handlungsempfehlungen für den Radtourismus liegen jedoch bisher nur in wenigen Bundesländern vor.

2. Methodik

Die Ergebnisse der Grundlagenuntersuchung basieren auf folgenden Erhebungen und methodischen Bausteinen:

- Abfrage der Landesministerien zur Länge der Radrouten und zur Förderung des Fahrradtourismus,
- ergänzende Gespräche mit den Landesvermessungsämtern,
- Analyse der Radreisen-Pauschalangebote einschlägiger Radreiseveranstalter in Deutschland,
- Website-Checks der Tourismusmarketingorganisationen der Bundesländer und Regionen,
- Abfrage (Onlinefragebogen und Telefoninterviews) der Tourismusmarketingorganisationen der Bundesländer und Regionen,
- Sonderauswertung des „Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus“,
- Sonderauswertung der Grundlagenuntersuchung „Tagesreisen der Deutschen“,
- zwei Zusatzfragen in der Trendscape-Studie „Radreisen der Deutschen 2008“,
- Internet- und Literaturrecherchen.

Definition von Fahrradtourismus

Unter Fahrradtourismus werden umgangssprachlich diejenigen Beziehungen und Erscheinungen verstanden, die sich aus der Nutzung von Fahrrädern jeglicher Art zum Zweck der Freizeit- und Urlaubsgestaltung außerhalb des Wohnumfelds ergeben (vgl. Liebsch 2003). Inbegriffen sind hierbei sowohl Kurz- und Tagesausflüge als auch Übernachtungsreisen.

Die Autoren, in Abstimmung mit dem projektbegleitenden Fachbeirat der hier vorgelegten Studie, legen der Arbeit die nachfolgenden Definitionen zu Grunde:

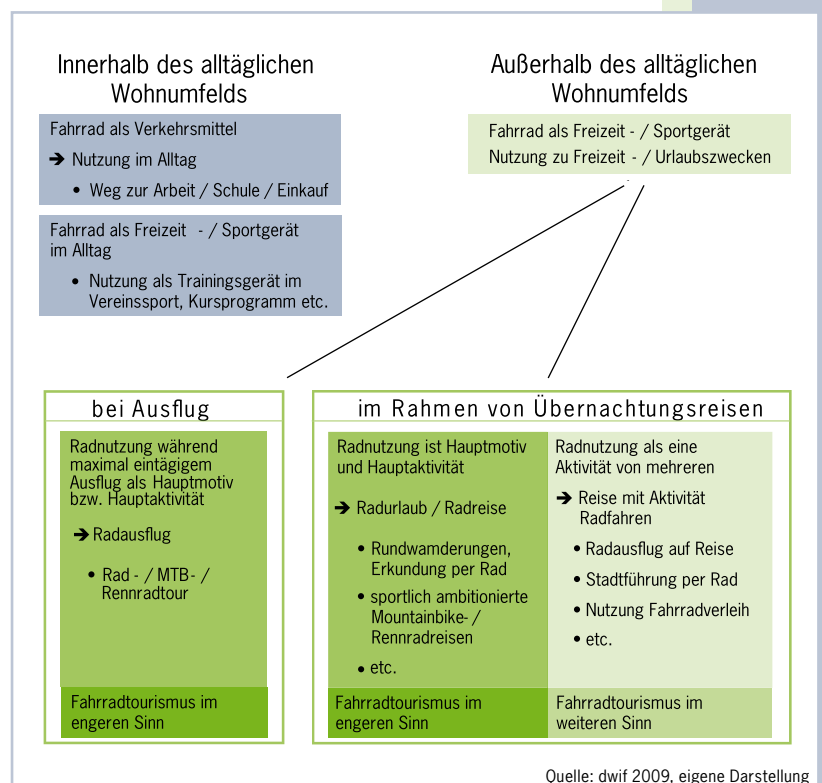
Zum **Fahrradtourismus im engeren Sinne** zählen alle Reisen, bei denen Radfahren als Hauptmotiv für den Ausflug bzw. für die Reise gelten kann. Festzumachen ist dies (in der Marktforschung) an der Nennung der Urlaubsart „Fahrradurlaub“ und gleichzeitiger Angabe einer „häufigen“ Fahrradnutzung während des Urlaubs.

Fahrradtourismus im weiteren Sinne bezeichnet das Beziehungsgeflecht, das sich durch die ein- oder mehrmalige Fahrradnutzung während eines Ausflugs bzw. einer Reise ergibt, ohne jedoch Hauptanlass dafür zu sein. Hierbei stehen andere Reisemotive (Erholungsurlaub, Badeurlaub, Kultururlaub, etc.) im Vordergrund und das Fahrradfahren wird lediglich als eine von mehreren Aktivitäten während des Urlaubs gesehen.



Fahrradtouristen lassen sich nach ihren soziodemographischen oder verhaltensorientierten Merkmalen in verschiedene Gruppen einteilen, z.B. Radsportler, Familienradler, Genussradler etc. In der Marktforschung wurde deutlich, dass der genutzte Fahrradtyp (Tourenrad, Mountainbike, Rennrad) als wesentliches Unterscheidungsmerkmal besonders geeignet ist. In Abhängigkeit des Fahrradtyps variieren die Präferenzen der Radfahrer, aber auch das radtouristische Angebot.

Definition Fahrradtourismus



3. Wirtschaftsfaktor Fahrradtourismus

Mengengerüst Fahrradtourismus ohne Übernachtung

Die Quantifizierung des Nachfragesegementes „Fahrradtourismus als Tagesausflug“ basiert auf einer Sonderauswertung der **Grundlagenuntersuchung „Tagesreisen der Deutschen“** (dwif 2005-2007), basierend auf rund 108.000 repräsentativen Interviews, die das dwif zwischen 2004 und 2006 mit finanzieller Unterstützung der Wirtschaftsministerien des Bundes und der Bundesländer durchgeführt hat.

Touristische Destinationen in Deutschland empfangen im Jahr 2006 insgesamt rund **3,4 Mrd. Tagesreisen**. Das Segment „Fahrradtourismus“ wurde über zwei Parameter selektiert: 1. „Fahrradfahren“ als Motiv des Ausflugs genannt und 2. Fahrradfahren / Mountainbiken tatsächlich ausgeübt. Die bloße Nutzung des Fahrrads als Verkehrsmittel bei Tagesreisen würde zu deutlich höheren Zahlen führen, die dann allerdings nicht notwendigerweise als fahrradtouristisch motiviert einzuordnen wären (Vorsichtsprinzip).

Das **fahrradtouristisch relevante Marktsegment** lässt sich in Anbetracht aller vorliegenden

Erkenntnisse wie folgt quantifizieren: Auf der Basis der Grundlagenuntersuchung des dwif aus dem Jahr 2006 „Tagesreisen der Deutschen“ ergibt sich die **Zahl von 153 Mio. Tagesreisen, bei denen die Aktivität „Fahrradfahren“ eine wesentliche Bedeutung hatte.**

Mengengerüst Fahrradtourismus mit Übernachtung

Als wichtigste Quelle für die Quantifizierung diente der **Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus**, eine deutschlandweite vergleichende Gästebefragung, die das dwif im Auftrag der Europäischen Reiseversicherung und der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. zwischen Mai 2007 und April 2008 durchgeführt hat. Insgesamt basiert die Berechnung **auf rund 15.000 persönlichen Interviews mit Touristen.**

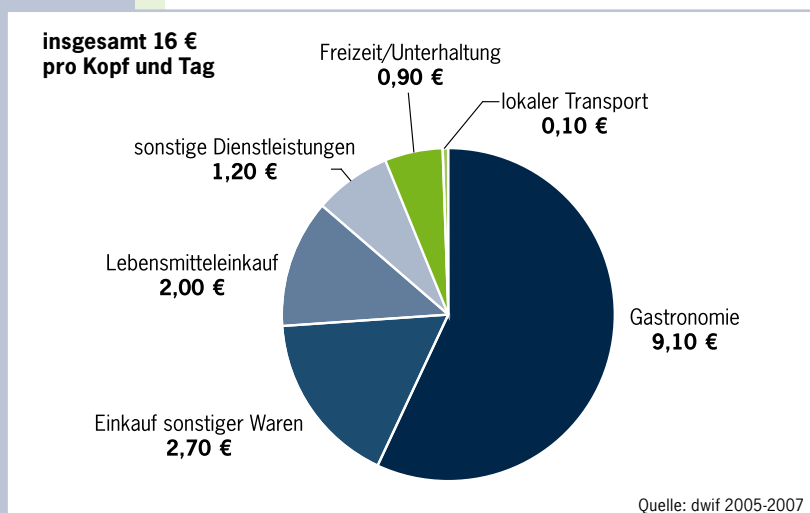
Für die Selektion des Fahrradtourismus gilt auch hier: 1. genanntes Motiv der Reise ist Fahrradreise und 2. die Aktivität „Fahrradfahren“ wurde tatsächlich häufig ausgeübt. Die Hochrechnung der Ergebnisse berücksichtigt die Tatsache, dass Fahrradtouristen, die sich auf einer Rundreise befinden

Mengengerüst der Fahrradurlauber mit Übernachtung

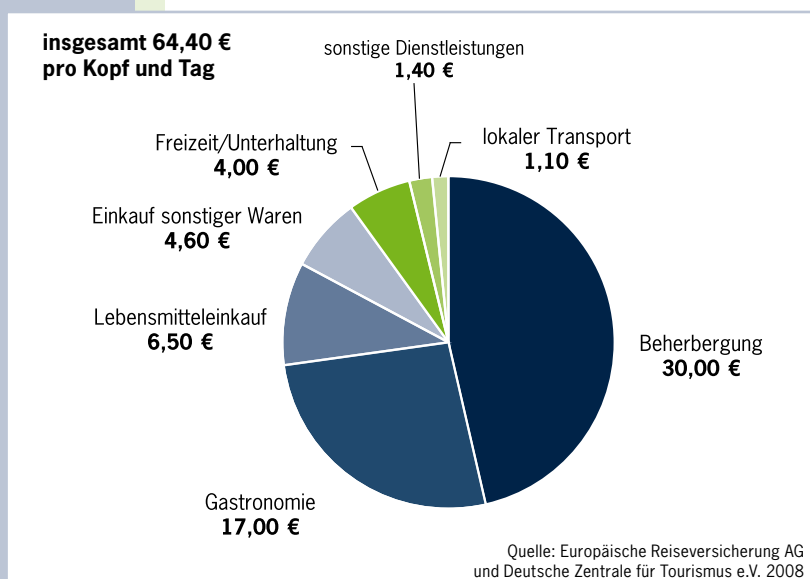
Definition	Erklärung	Übernachtungen (gewerblich und privat)
Radurlauber (engste Definition)	Reiseart Radurlaub <u>und</u> häufige Nutzung des Fahrrads	22,0 Mio.
Urlauber mit Nebenmotiv Radurlaub (mittlere Definition)	alle Reisenden mit Urlaubsart Radurlaub, unabhängig der Nutzungshäufigkeit des Fahrrads	37,8 Mio.
Urlauber mit gelegentlicher Fahrradnutzung (weite Definition)	alle Reisenden, die in ihrem Urlaub mind. einmal ein Fahrrad nutzen	79,9 Mio.

Quelle: dwif 2009, eigene Berechnungen

Ausgaben der Fahrradtouristen ohne Übernachtung



Ausgaben der Fahrradtouristen mit Übernachtung



und nur jeweils eine Nacht an einem Ort verbringen, möglicherweise geringere Chancen hatten, bei der Befragung erfasst zu werden.

Grundsätzlich lassen sich drei Gruppen von Fahrradtouristen identifizieren:

- Die engste Definition umfasst nur jene Reisenden, die ihre Reise der Urlaubsart (Motiv) Fahrradurlaub zugeordnet haben **und** die darüber hinaus während ihres Urlaubs das Fahrrad häufig benutzt haben.
- Eine mittlere Definition verzichtet auf die Einschränkung der häufigen Fahrradnutzung.
- Die weitest gefasste Definition umfasst alle Urlauber, die während ihres Aufenthaltes ein Fahrrad zumindest einmal genutzt haben.

Dem Vorsichtsprinzip folgend haben sich die Autoren, im Einvernehmen mit dem Fachbeirat, für die Zwecke dieser Untersuchung für die engste Definition entschieden und verwenden die sich hieraus ergebenden Werte auch für die Berechnung des Wirtschaftsfaktors Fahrradtourismus.

Pro Jahr können in Deutschland danach **rund 22 Mio. Übernachtungen** in gewerblichen und privaten Beherbergungsbetrieben als eindeutig fahrradtouristisch identifiziert werden. Unentgeltliche Übernachtungen (Wohnmobil, Bekannte / Verwandte etc.) sind hierbei nicht erfasst.

Ausgabeverhalten der Fahrradtouristen

Das Gesamtvolumen des Fahrradtourismus beläuft sich auf **jährlich rund 175 Mio. Aufenthaltstage**, die sich unterteilen in

- 153 Mio. Fahrradausflüge und
- 22 Mio. Übernachtungen durch Fahrradtouristen.

Insgesamt liegen – unter Berücksichtigung der Mehrwertsteuererhöhung auf 19 % – die Ausgaben der **Fahrradausflügler bei 16 € pro Kopf und Tag**. Wegen deutlich niedrigerer Ausgaben beim „Einkauf sonstiger Waren“ (2,70 € statt 14,20 €) liegen Fahrradausflügler 12 € unter den Durchschnittsausgaben aller Tagesausflügler (28 €) (Durchschnittswerte aus dwif 2005-2007).

Für die Gesamtheit aller erfassten **Fahrradtouristen** in Deutschland, die während ihrer Reise **mindestens einmal übernachten**, ergeben sich Ausgaben in Höhe von **64,60 € pro Kopf und Tag**. Ein Urlaubsgast gibt in Deutschland als Individualtourist rund 83 € pro Kopf und Tag aus (Durchschnittswerte aus Europäische Reiseversicherung AG und Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. 2008). Die Unterschiede resultieren hauptsächlich aus der disproportionalen regionalen Verteilung und der differierenden Unterkunftswahl.

Bruttoumsätze

Aus der Multiplikation der Tagesausgaben mit den Aufenthaltstagen bzw. Übernachtungen lässt sich der Bruttoumsatz ermitteln. Durch die Fahrradtouristen in Deutschland wird pro Jahr ein Bruttoumsatz in Höhe von insgesamt rund 3,869 Mrd. € bewirkt. Davon werden etwa

- 63,3 % durch Fahrradausflügler und
- 36,7 % durch übernachtende Fahrradtouristen

generiert. Differenziert nach diesen beiden Zielgruppen ergibt sich nebenstehende Berechnung der Bruttoumsätze.

Vom Fahrradtourismus profitierende Wirtschaftszweige

Die Differenzierung der Bruttoumsätze nach profitierenden Branchen verdeutlicht, dass am meisten Geld bei den Leistungsträgern im Gastgewerbe ausgegeben wird. Dies gilt sowohl für die Fahrradausflügler als auch für die übernachtenden Fahrradtouristen. Fast **63 % der gesamten Bruttoumsätze entfallen auf Gastronomie und Beherbergung**. Bei den Übernachtungsgästen fallen die Gastgewerbeansgaben schwerpunktmäßig im Beherbergungsbereich an (63,8 % für Beherbergung und 36,2 % für Gastronomie), während bei den Ausflüglern keine Übernachtungsausgaben zu Buche schlagen und die Gastgewerbeansgaben zu 100 % den gastronomischen Leistungen zuzusprechen sind. Bezogen auf die Gesamtausgaben vereint dadurch die Gastronomie mit 45,6 % im Vergleich zur Beherbergung mit 17,1 % deutlich höhere Anteile auf sich.

Auf die **Einzelhandelsbranche** entfällt nahezu **ein Viertel der gesamten fahrradtouristischen Bruttoumsätze**. Dabei wird für den Einkauf von Lebensmitteln (11,6 %) nur geringfügig weniger Geld ausgegeben als für den Einkauf von sonstigen Waren (13,3 %). Die sonstigen Dienstleistungsunternehmen dürfen mit einem Anteil von etwa einem Achtel am Bruttoumsatz ebenso wenig vernachlässigt werden.

Einkommenswirkungen

1. Umsatzstufe

Im Rahmen der 1. Umsatzstufe werden alle aus den direkten Ausgaben der Touristen resultierenden Einkommenswirkungen erfasst. Als Einkommen oder auch Wertschöpfung werden die aus den Nettoumsätzen resultierenden Löhne, Gehälter und Gewinne bezeichnet. Die bei den Nettoumsätzen durch Fahrradtouristen in Deutschland – aufgrund der Verteilung auf einzelne Branchen und deren spezifische Kostenstrukturen – anzusetzende Wertschöpfungsquote liegt insgesamt bei knapp 38 %. Für die beiden Hauptzielgruppen ergeben sich nur

Berechnung der Bruttoumsätze durch Fahrradtouristen

Fahrradausflügler:

$$153 \text{ Mio.} \times 16 \text{ €} = 2,448 \text{ Mrd. €}$$

Übernachtende Fahrradtouristen:

$$22 \text{ Mio.} \times 64,60 \text{ €} = 1,421 \text{ Mrd. €}$$

Quelle: dwif 2009, eigene Berechnungen

geringe Unterschiede. Bei den Fahrradausflüglern liegt die durchschnittliche Wertschöpfungsquote etwas unter dem Gesamtdurchschnitt und bei den übernachtenden Fahrradtouristen werden leicht höhere Werte erreicht.

2. Umsatzstufe

Der verbleibende Betrag des Nettoumsatzes, der nicht direkt zu Einkommen wird, wird von den Profiteuren der 1. Umsatzstufe für Vorleistungen ausgegeben. Die Zulieferer bilden die Grundlage für die Aufrechterhaltung der Leistungsbereitschaft bei den direkten Profiteuren. Bei den in Anspruch genommenen Vorleistungen handelt es sich insbesondere um:

- Warenlieferungen (z.B. Brötchen vom Bäcker, Strom vom Energieerzeuger, Wasser vom Wasserversorger),
- bereit gestellte Dienstleistungen (z.B. durch Werbeagentur, Steuerberater, Versicherung, Sparkasse) und
- Reparaturen, Instandhaltung und Ersatzinvestitionen zur Substanzerhaltung (z.B. Handwerker, Bauunternehmen).

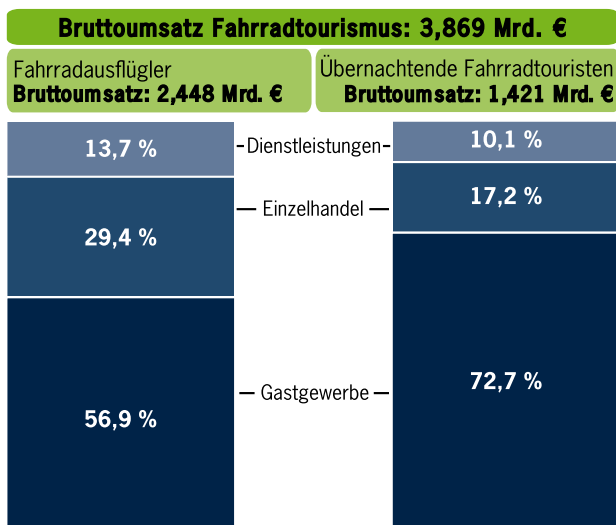
Einkommenswirkungen insgesamt

Aus den Bruttoumsätzen durch die Fahrradtouristen im engeren Sinn (3,869 Mrd. €) entstehen in Deutschland **Einkommen in Höhe von insgesamt 1,892 Mrd. €**. Etwa zwei Drittel davon entfallen auf die 1. Umsatzstufe und rund ein Drittel auf die 2. Umsatzstufe.

Weitere Umsätze durch Fahrradtourismus

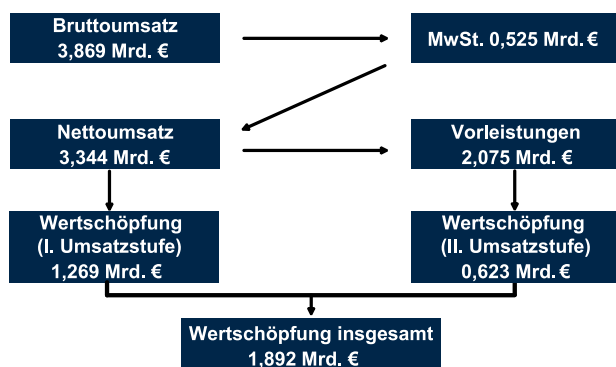
Durch Fahrradtouristen mit und ohne Übernachtung werden pro Jahr in Deutschland 3,869 Mrd. € am Zielort ausgegeben, die dort primäre und sekundäre ökonomische Effekte auslösen. Allerdings werden durch die hierbei zu Grunde liegende Berechnungsmethode nicht alle Umsätze erfasst, die mit dem Fahrradtourismus in Verbindung gebracht werden können. Um zumindest eine grobe Vorstel-

Vom Fahrradtourismus in Deutschland profitierende Wirtschaftszweige



Quelle: dwif 2009, eigene Berechnungen

Ableitung der Einkommenswirkungen durch Fahrradtouristen im engeren Sinn in Deutschland



Quelle: dwif 2009, eigene Berechnungen

lung von der ökonomischen Gesamtwirkung des Fahrradtourismus zu bekommen, werden daher die bislang nicht erfassten Effekte quantifiziert.

Allgemeine Marktdaten zur Fahrradnutzung

Aus der Untersuchung „Mobilität in Deutschland“ (DIW, infas 2004) werden folgende Werte abgeleitet:

- Pro Tag werden in Deutschland 0,272 Mrd. „Verkehrsbewegungen“ (in der Studie „Wege“ genannt) gemacht.
- Davon werden rund 9 % mit dem Fahrrad zurückgelegt.
- Hochgerechnet auf 365 Tage bedeutet dies, dass pro Jahr ca. 8,935 Mrd. Bewegungen mit dem Fahrrad erfolgen. Da hierbei Hin- und Rück-

fahrt gesondert erfasst sind, müssen diese Werte halbiert werden (4,467 Mrd.), um zu Zahlen zu kommen, die mit Tages- und Übernachtungsreisen im weitesten Sinne vergleichbar sind.

- Von den „Fahrradbewegungen“ werden 37 % aus „Freizeitwecken“ unternommen,
- wovon wiederum nur jede 10. Fahrt als touristisch zu bezeichnen ist, da dabei das Wohnumfeld bzw. der Wohnort verlassen wird. Die so ermittelte Anzahl von Fahrten deckt sich in der Größenordnung sehr gut mit der im Rahmen dieser Studie ermittelten Anzahl von 175 Mio. fahrradtouristischen Fahrten. Dies kann auch als Plausibilitätstest für die gewählten fahrradtouristischen Definitionen im Rahmen dieser Grundlagenstudie gesehen werden.
- Die übrigen Freizeitfahrten dienen beispielsweise Besuchen von Verwandten / Bekannten, Fahrten zur Sportstätte, zur Kirche oder zum Schrebergarten, usw.

Somit entsprechen die im Rahmen dieser Grundlagenstudie ermittelten **ca. 175 Mio.** touristisch bedingten Radfahrten einem Anteilswert von 10 % (touristische Nutzung an der Freizeitnutzung des Fahrrads) **oder 4 % an allen Fahrradfahrten**. Da bei touristisch bedingten Fahrradfahrten nach Erkenntnissen des dwif aus früheren Untersuchungen zum Tagestourismus im Durchschnitt eine Wegstrecke (hin und zurück) von ca. 40 km Länge zurückgelegt wird und dies rund 6 mal so lang ist wie im Durchschnitt aller Fahrradfahrten (6,6 km), soll für die weitere Berechnung die anteilige Wegenutzung ins Spiel gebracht werden, die nicht nur das Motiv der Fahrradfahrt sondern auch die Länge des dabei zurückgelegten Weges berücksichtigt. Die 175 Mio. fahrradtouristischen Fahrten*, die im Durchschnitt 40 km weit führen (hin und zurück), entsprechen rund 23,7 % der mit Fahrrädern pro Jahr in Deutschland zurückgelegten Streckenkilometern. Dieser Wert (23,7 %) findet im Weiteren auch für die Berechnung anteiliger, dem Fahrradtourismus zuzuordnender Umsätze und Kosten der relevanten Infrastruktur Verwendung.

Die **Herstellungs- und Unterhaltskosten** der Fahrradinfrastruktur, insbesondere der Fahrradwege, lassen sich nur bedingt ermitteln. In der für Rheinland-Pfalz vorgelegten Fahrraduntersuchung (ETI 2007) wird von einem Wert von 150.000 € Herstellungskosten pro km Fahrradweg ausgegangen. Bei Übertragung dieses Wertes auf das „touristisch relevante Fahrradwegenetz“ von 75.000 km Länge, welches im Rahmen dieser Grundlagenstudie ermittelt wurde, betragen die anteiligen Gesamtherstel-

* Aus Praktikabilitätsgründen wurde hierbei je fahrradtouristische Übernachtung eine Fahrradfahrt unterstellt. Dies scheint gerechtfertigt, da selten Fahrrad fahrende Urlauber, deren Fahrradausflüge wegen der eng gefassten Definition unberücksichtigt bleiben, dies mit Sicherheit kompensieren.

lungskosten rd. 11,25 Mrd. €. Da dieser Wert ein über viele Jahre hinweg entstandener Gesamtbetrag ist, muss er auf einen durchschnittlichen Jahreswert zurückgeführt werden. Hierfür wird die „durchschnittliche Lebensdauer“ eines Fahrradweges (zu vergleichen mit der Abschreibungsdauer) mit 25 Jahren angesetzt, so dass nur 4 % der Kosten oder 0,45 Mrd. € in die weitere Berechnung einfließen. Wenn 23,7 % dieser Kosten „touristisch relevant“ sind, bedeutet dies, dass rund 0,106 Mrd. € pro Jahr an touristisch anrechenbaren Herstellungskosten verbleiben.

Die Unterhaltskosten werden mit rund 700 € pro km und Jahr veranschlagt. Multipliziert mit 75.000 km Wegenetz und dem oben genannten touristischen Anteil von 23,7 % entspricht dies einem Betrag von 0,012 Mrd. € pro Jahr. **Zusammengerechnet** ergibt dies einen Betrag von knapp **0,118 Mrd. € an jährlich** für die **Erstellung und den Unterhalt des fahrradtouristischen Wegenetzes** anzusetzenden Kosten.

Übernachtungsreisen

Für die Kosten, die den übernachtenden Fahrradtouristen für die An- und Rückreise zum Urlaubsort entstehen, kann ebenfalls eine Modellrechnung erstellt werden.

Für die Berechnungen werden die vom ADAC ausgewiesenen Vollkosten pro gefahrenen Kilometer angesetzt. Als Durchschnittswert für einen PKW der normalen und oberen Mittelklasse ergibt sich ein Betrag von 0,60 € pro gefahrenen Kilometer. Bei der Eingruppierung in diese Kategorie handelt es sich um eine vorsichtige Herangehensweise.

Da 86 % der Anreisen von Fahrradfahrern auf der Straße (PKW, Wohnmobil) erfolgen, kann sich die Ermittlung der fiktiven Reisekosten zunächst auf diese mit großem Abstand dominierende Gruppe

beschränken. Im Weiteren müsste eine Übertragung auf alle Verkehrsmittel erfolgen, zumal die tatsächlichen Reisekosten pro Kopf bei den anderen Verkehrsmitteln zum Teil deutlich höher liegen (z.B. Flugzeug). Der hieraus möglicherweise entstehende Fehler erscheint angesichts der geringen Spannweite hinnehmbar. Mit den 22 Mio. Fahrradfahrern übernachtungen gehen somit unter Berücksichtigung der spezifischen Aufenthaltsdauer von rd. 10 Tagen und der Reisegruppengröße von durchschnittlich 2,9 Personen rechnerische Anreisekosten in Höhe von insgesamt **0,320 Mrd. €** einher.

Tagesreisen

Wie die Sonderauswertung der dwif Grundlagenuntersuchung „Tagesreisen der Deutschen“ ergeben hat, wird auch bei Fahrradausflügen im Durchschnitt eine Gesamtentfernung von (hin und zurück) 140 km zurückgelegt. Hiervon entfällt ein großer Teil der Strecke auf die Anreise, die mit überwältigender Mehrheit mit dem PKW erfolgt.

Wird für die Anreise ein Durchschnittswert von 100 km zu je 0,60 € zugrunde gelegt, ergibt sich bei 153 Mio. Fahrradtagesreisen und einem Fahrzeugbesatz von 2,5 Personen ein Wert von ca. 3,67 Mrd. € für die Anreise zum eigentlichen Startpunkt des Fahrradausflugs.

Fasst man übernachtende Fahrradtouristen und Fahrradausflügler zusammen, so bewirken diese pro Jahr Reisekosten in Höhe von rund **4 Mrd. €**.

Kosten für Fahrräder und Zubehör

Von zentraler ökonomischer Relevanz sind auch die Kosten für die Beschaffung von Fahrrädern sowie von Zubehör. Hierzu veröffentlichte der Verband der Zweiradindustrie e.V. für 2007 (Zweirad GmbH 2008) einen Gesamtumsatz des Fahrradeinzelhandels in

Investitions- und Reisekosten im Fahrradverkehr

	Fahrradverkehr insgesamt	Fahrradtouristisch
Herstellungskosten von Fahrradwegen pro Jahr (75.000 km à 150.000 € bei 25 Jahren Nutzungsdauer) 4 % von 11,25 Mrd. €	0,45 Mrd. €	0,1067 Mrd. € (23,7 %)
Kosten für Unterhalt von Fahrradwegen 700 € (Kosten pro km und Jahr) x 75.000 km	0,052 Mrd. €	0,0125 Mrd. € (23,7 %)
Kosten für An- und Rückreise zum Fahrradurlaubsort pro Jahr	0,32 Mrd. €	0,32 Mrd. €
Kosten für An- und Abreise zum / vom Start des Fahrradausflugs pro Jahr	3,67 Mrd. €	3,67 Mrd. €
Kosten für Fahrräder und Zubehör pro Jahr	5 Mrd. €	1,185 Mrd. € (23,7 %)
Insgesamt pro Jahr	9,4925 Mrd. €	5,2942 Mrd. €

Quelle: dwif 2009, eigene Berechnungen



Höhe von 3,5 Mrd. €, wovon jeweils rund 50 % auf Fahrräder und 50 % auf Zubehör entfallen. Da der Marktanteil des Facheinzelhandels vom Verband des Deutschen Zweiradhandels auf 70 % geschätzt wird, lassen sich diese Werte grob auf einen **Gesamtumsatz mit Fahrrädern und Zubehör** in Deutschland in Höhe von **rund 5 Mrd. €** hochrechnen. Analog zur anteiligen touristischen Nutzung werden hiervon wiederum 23,7 % oder **1,185 Mrd. €** dem Fahrrad-tourismus zugerechnet.

Gesamtbetrachtung der vom Fahrrad-tourismus ausgehenden ökonomischen Effekte

Um die ökonomischen Wirkungen des Fahrrad-tourismus in Gänze zu erfassen, sind die durch die Fahrrad-touristen vor Ort bewirkten Umsätze um die vorgelagerten Umsätze (Investitions- und Reisekosten) zu ergänzen. Somit können pro Jahr in Deutschland **Bruttoumsätze** von mindestens **9,16 Mrd. €** (Bruttoumsatz vor Ort 3,869 Mrd. € + fahrradtouristische Investitionskosten 5,2942 Mrd. €) direkt oder indirekt dem Fahrrad-tourismus zugeordnet werden.

Um auch Vergleichswerte zu anderen ökonomisch interessanten Werten darstellen zu können,

Ökonomische Bedeutung touristischer Marktsegmente

Marktsegment	Bruttoumsätze primär vor Ort	Bruttoumsätze inkl. Reisekosten und Investitionen
Fahrradtourismus (2008/2009)	3,869 Mrd. €	9,163 Mrd. €
Campingtourismus (DTV 2004)	3,468 Mrd. €	9,522 Mrd. €
Kanutourismus (BKT 2005)	0,409 Mrd. €	0,845 Mrd. €*
Städte- und Kulturtourismus (DTV 2006)	82,37 Mrd. €	keine Angabe möglich
Nationalparktourismus (BMU 2008)	ca. 0,5 Mrd. €	
Tagestourismus der Deutschen (dwif 2005-2007)	93,7 Mrd. €	163 Mrd. €**
Übernachtungstourismus in Deutschland (dwif 2002)	36,5 Mrd. €	49,7 Mrd. €**
Summe Tages- und Übernachtungstourismus	130,2 Mrd. €	212,7 Mrd. €**

Quelle: dwif 2009, eigene Darstellung

* Inkl. Anschaffungskosten für das Kanu, aber ohne Reisekosten
 ** Nur inkl. Kosten der An- und Abreise, ohne Investitionskosten

werden – analog zur oben dargestellten und bei ökonomischen Sektorbetrachtungen üblichen Vorgehensweise – folgende Ableitungen durchgeführt. Hierbei wird auf plausible Annahmen zum durchschnittlich anzusetzenden MwSt.-Satz zurückgegriffen. Die Wertschöpfungsquoten für die tangierten Branchen wurden in Anlehnung an die Rahmendaten aus dem Statistischen Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland ermittelt.

- Insgesamt resultiert aus den zusätzlichen **Nettoumsätzen** zum Fahrrad-tourismus (durch Investitionen und Reisekosten) in Höhe von 4,45 Mrd. € eine **Gesamtwertschöpfung** (1. und 2. Umsatzstufe) in Höhe von **2,07 Mrd. €**.
- Bei Bezug dieser Gesamtwertschöpfung auf das durchschnittliche Volkseinkommen pro Kopf (21.262 €), ergibt sich ein Beschäftigungsäquivalent von rund 97.000 Personen, die ihren Lebensunterhalt mit einem durchschnittlichen Volkseinkommen durch fahrradtouristische Nachfrage bestreiten können.
- Zusammen mit dem weiter oben errechneten, unmittelbar dem Fahrrad-tourismus zuzurechnenden Beschäftigungsäquivalent von rund 89.000 Personen (Wertschöpfung 1,892 Mrd. € dividiert durch das durchschnittliche Volkseinkommen pro Kopf 21.262 €) ergibt sich hieraus eine **Gesamtzahl von rund 186.000 Personen**, deren Einkommen (rein rechnerisch) direkt oder indirekt dem Fahrrad-tourismus entspringt.
- Die Zahl der tatsächlich Beschäftigten, deren Einkommen ganz oder zumindest anteilig auf den Fahrrad-tourismus zurück zu führen ist, liegt deutlich höher. Es ist nämlich eher die Regel, dass aus dem Fahrrad-tourismus nur ein geringer Teil der Einkommen der jeweiligen Beschäftigten stammt, das Gros jedoch von anderen touristischen Nachfragesegmenten oder von Einheimischen kommt. Eine genaue Quantifizierung der Arbeitsplätze ist daher nicht möglich.

Vergleich des ökonomischen Effektes des Fahrrad-tourismus mit anderen touristischen Nachfragesegmenten

Wie ist ein vor Ort entstehender Gesamtumsatz in Höhe von 3,9 Mrd. € pro Jahr, der dem Fahrrad-tourismus zuzurechnen ist, zu bewerten? In nebenstehender Übersicht sind vorliegende Werte aus touristischen Sektorstudien zusammengestellt.

4. Marktforschungserkenntnisse zum Fahrradausflugtourismus

Der typische Fahrradtourist unter den Tagesreisenden – bewusst grob gezeichnet – kann entsprechend der Auswertung der Grundlagenuntersuchung „Tagesreisen der Deutschen“ wie folgt charakterisiert werden:

- Fortgeschrittenes Alter
- Lebt in einer Partnerschaft ohne Kind
- Verfügt über ein überdurchschnittliches Einkommen.

Verteilung nach Bundesländern

Die Bedeutung des Radtourismus für eine Region wird durch den Anteil dieses Segment an allen Tagesausflügen deutlich. Der rein quantitative Umfang der radtouristischen Tagesausflüge hängt von der Größe der Region und dem Gesamtaufkommen an Tagestouristen ab. Daneben schaffen die sehr spezifischen Strukturen der Länder, die besondere Eignung für Fahrradtouren sowie ein breites konkurrierendes Freizeitangebot völlig unterschiedliche Voraussetzungen für fahrradtouristische Betätigungen.

Verteilung nach dem Typus des Zielortes und der Landschaft

In den **Großstädten** ist die relative Bedeutung der touristischen Aktivität Radfahren deutlich unterdurchschnittlich. Die Vielzahl anderer Betätigungen, die sich hier anbieten, stellt offensichtlich eine zu starke Konkurrenz dar. Dies verhindert aber nicht, dass Großstädte bezüglich der absoluten Zahl von Fahrradtouristen im weiteren Sinne ganz weit vorne rangieren: **Jede dritte von Tagesreisenden unternommene Radtour findet in Großstädten statt!** Dies gilt analog auch für die **Ballungsgebiete**.

Bei den **Seebädern** stellt sich die Situation genau umgekehrt dar. Hier ist Fahrradfahren von hoher relativer Bedeutung: Bei fast jeder zwölften Tagesreise in diesen Orten wird eine Tour oder zumindest eine Fahrt mit dem Rad unternommen.

Der mit Abstand größte Anteil an den fahrradtouristisch relevanten Tagesreisen entfällt auf die **sonstigen Orte**. Das Ziel von Fahrradfahrten oder auch -touren muss nicht immer eine touristisch hoch attraktive Destination sein. Gerade wenig erschlossene ländliche Gegenden und Gemeinden, mit entsprechend geringem Verkehrsaufkommen, stellen beliebte Ziele dar. Höchsten Zuspruchs können sich jene Regionen erfreuen, die von Ballungsräumen aus schnell und bequem erreichbar sind.

Die **Alpenregion und die Seengebiete** nehmen ganz eindeutig eine Sonderstellung ein. Während bei den Seenlandschaften die Attraktivität und Eignung

Bedeutung der Fahrradausflüge in den Bundesländern

Bundesland	Tagesreisen insgesamt in Mio.	Fahrradtouristische Tagesreisen in Mio.	Anteil fahrradtouristischer Tagesreisen an Tagesreisen insgesamt in %
Baden-Württemberg	441	14,3	3,2
Bayern	530	27,5	5,2
Berlin	132	4,2	3,2
Brandenburg	108	11,6	10,7
Bremen	45	2,4	5,3
Hamburg	111	2,9	2,6
Hessen	281	8,2	2,9
Mecklenburg-Vorpommern	70	4,1	5,9
Niedersachsen	310	14,6	4,7
Nordrhein-Westfalen	700	27,7	4,0
Rheinland-Pfalz	204	10,2	5,0
Saarland	32	1,4	4,4
Sachsen	157	8,7	5,5
Sachsen-Anhalt	78	5,4	6,9
Schleswig-Holstein	131	6,1	4,7
Thüringen	74	3,7	5,0
Insgesamt	3.404	153,0	4,5

Quelle: dwif 2005-2007, eigene Berechnungen

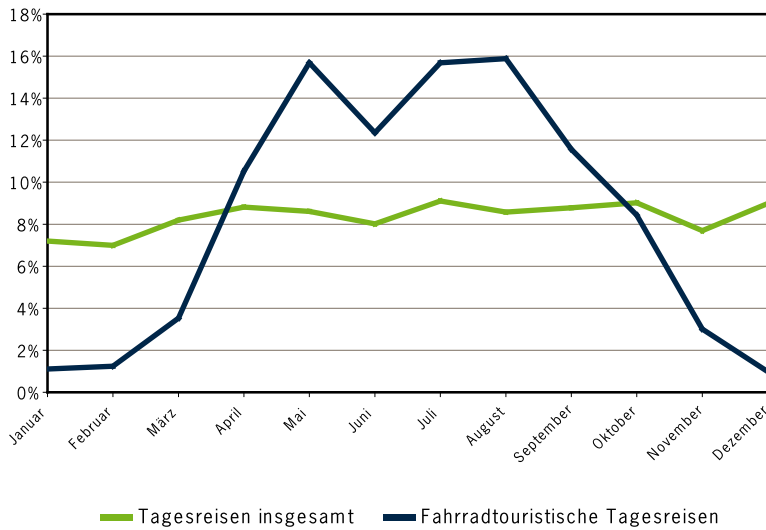
für Radtouren unbestritten ist, sind bei der Alpenregion, die den Spitzenplatz einnimmt, doch weiter gehende Erklärungen notwendig. Nahe liegend ist, dass „Mountainbiking“ hier beste Bedingungen vorfindet. Wichtiger erscheint jedoch die Tatsache, dass zu dieser Region auch die Voralpen zu zählen sind, die – mit Seen, Moränenlandschaften und Flusstälern – auch für das weit verbreitete Tourenradfahren bestens geeignet sind.

Distanzempfindlichkeit

Bei **Tagesreisen mit Fahrradnutzung** werden **kürzere Distanzen** überbrückt als im Durchschnitt der Tagesausflüge. So beträgt die Durchschnittsentfernung (einfacher Weg):

- Bei Nutzung des Fahrrads rund 69 km.
Dabei wird nicht die gesamte Strecke mit dem Fahrrad zurückgelegt (Anreise per PKW oder ÖPNV). Bei etwa der Hälfte der Fahrradausflüge wird eine Entfernung von 25 km (einfacher Weg) nicht überschritten.
- Im Durchschnitt aller Tagesreisen rund 90 km.

Saisonverlauf radtouristischer Tagesausflüge



Quelle: dwif 2005-2007, eigene Berechnungen

Saisonverlauf

Im Gegensatz zu den Tagesreisen insgesamt, die sich recht gleichmäßig über das Jahr verteilen (und im Dezember einen Saisonhöhepunkt erreichen), zeigt der Fahrradtourismus eine **ausgeprägte Saisonalität**. Auf das Sommerhalbjahr (Mai bis Oktober) entfallen rund 80 % der Fahrradausflüge.

5. Marktforschungserkenntnisse zum Fahrradurlaub

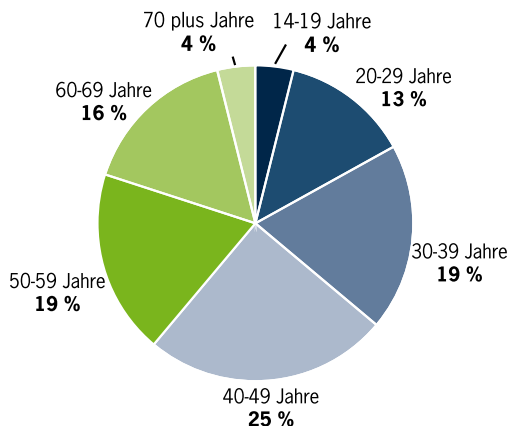
Die Ergebnisse basieren auf Auswertungen des „Qualitätsmonitors Deutschland-Tourismus“ der Europäischen Reiseversicherung AG und der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. 2008.

Herkunft und Besuchserfahrung

Fahrradurlauber in Deutschland stammen zu **95 % aus Deutschland, 5 % kommen aus dem**

Alter der Radurlauber

σ - Alter Radurlauber
45,7 Jahre



Quelle:
Europäische Reiseversicherung AG und
Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. 2008

Ausland (vorwiegend Niederlande und Schweiz). Als inländischer Quellmarkt nimmt Nordrhein-Westfalen eine herausgehobene Position ein. Ursachen sind die große Bevölkerungszahl und die weit überproportionale Neigung, Fahrradurlaub im Inland zu verbringen. Umgekehrte Relationen bestehen in Bayern, Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Hessen, deren Einwohner derzeit nur unterproportional für Fahrradurlaub im Inland begeistert werden können. Da keine Hinweise darauf vorliegen, dass Fahrradurlaub in diesen Bundesländern signifikant weniger beliebt wäre, lässt sich dies nur mit einer höheren Affinität zu ausländischen Reisezielen erklären (sicher haben dabei auch die jeweils angrenzenden Nachbarländer eine Bedeutung).

Ein erster Hinweis auf die Qualität der fahrradtouristischen Angebote zeigt sich in der Tatsache, dass 46 % der Gäste bereits häufiger eine bestimmte Region besucht haben, etwa 34 % waren zum ersten Mal dort. Deutsche Reiseregionen scheinen in puncto Servicequalität und Gästebetreuung schon erfolgreich zu arbeiten. Gerade die Stammgäste zeigen eine, im Vergleich zu anderen Urlauberguppen, außergewöhnlich hohe Wiederbesuchsabsicht (Note 1,3 statt 1,5 auf einer 6 Noten umfassenden Skala). Fahrradurlauber zeigten sich auch als Erstbesucher stärker angetan von ihrem Aufenthalt, sodass auch sie in höherem Maße wiederkommen wollen (Note 2,9 gegenüber Note 3,1 bei Nichtfahrradurlaubern).

Alter und Mitreisende der Radreisenden

Der vergleichsweise etwas niedrigere Anteil von Rentnern und der etwas höhere Anteil von Schülern und Studenten unter den Fahrradrurlaubern erklärt, dass das **Durchschnittsalter** der Fahrradrurlauber mit **45,7 Jahren** leicht unter dem Durchschnitt der übrigen Inlandsreisenden liegt (47,2 Jahre).

Fahrradurlaub in Deutschland ist stark geprägt von **individuellen, kleinen Reisegruppen** wie Familien, Familienverbänden oder Paaren. Fahrradtouristische Reisegruppen spielen mit einem Marktanteil von 1 % zumindest im Inland derzeit noch eine bescheidene Nebenrolle, vor allem angesichts der Tatsache, dass Reisegruppen im Inlandsurlaub einen Marktanteil von 7 % halten. Familien mit Kindern (unter 14 Jahren) stellen jeden fünften Fahrradrurlaub.

Informations- und Buchungsverhalten

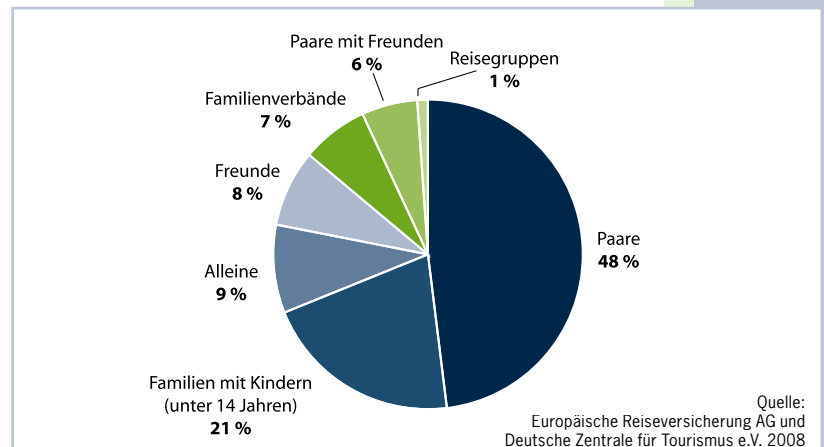
Rund zwei Drittel der Gäste informieren sich vor Beginn der Reise über das Zielgebiet. Hier dominiert das **Internet (bei Fahrradrurlaubern noch stärker als beim Rest der Inlandsurlauber)**. Fahrradfahrer finden ihre Informationen im Internet meist über Suchmaschinen oder direkt auf den Websites von Regionen, weniger auf den Websites der Orte oder gar der Beherbergungsbetriebe. Eine überdurchschnittliche Rolle nimmt die Website der Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. ein, die (in erster Linie) von ausländischen Fahrradrurlaubern besonders stark frequentiert wird. Rund 30 % der Fahrradrurlauber informieren sich nicht im Vorfeld ihrer Reise; sie kennen sich aus oder sind sogar Stammgäste. Dieser Wert entspricht den Verhältnissen anderer Gästegruppen.

Wahl der Unterkunft

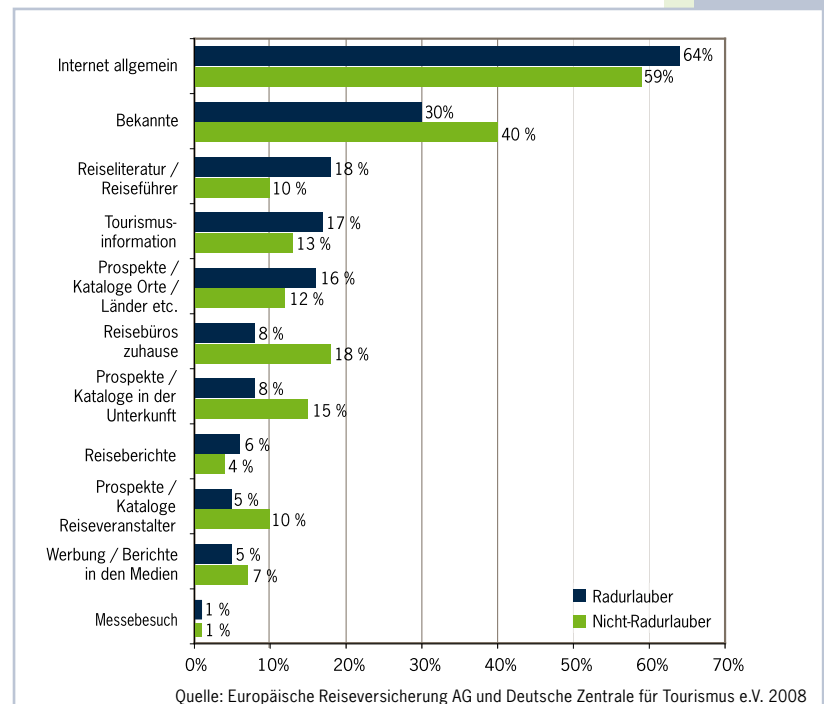
Fahrradrurlauber zeigen eine besondere **Affinität für Ferienwohnungen**. Diese Aussage mag auf den ersten Blick überraschen, erklärt sich aber aus der Tatsache, dass sich in Deutschland stationäre Urlaube zum Erkunden einer Region per Rad großer Beliebtheit erfreuen. Ferienwohnungen sind hierfür besonders gut geeignet und bei Familien auch besonders beliebt.

Bei der Wahl des Qualitätsstandards der Unterkunft liegt das **mittlere Segment** (3 Sterne) in der Gunst der Fahrradrurlauber vorn. Bei gewerblichen Beherbergungsbetrieben (Hotels, Hotels garnis, etc.) rangiert das First-Class-Niveau (4 Sterne) an zweiter Stelle. Bislang spielt das Premium- oder Luxussegment (5 Sterne) weder im klassischen Beherbergungsbereich noch bei den Ferienwohnungen eine nennenswerte Rolle.

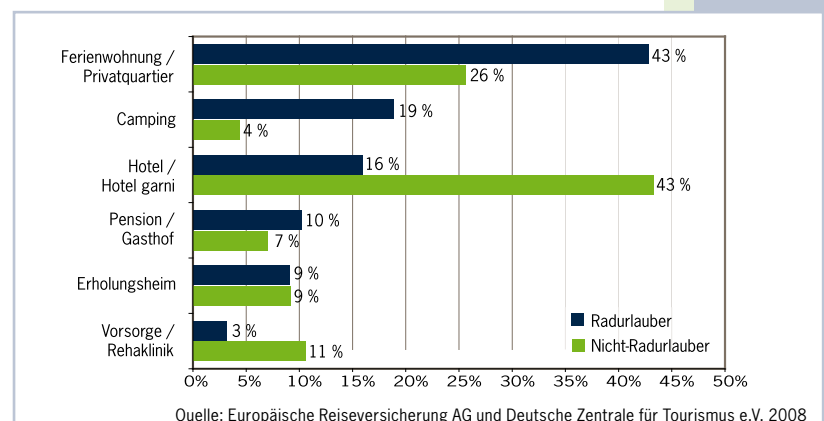
Mitreisende der Radurlauber



Informationsquellen der Radurlauber Mehrfachnennungen möglich



Wahl der Unterkunft



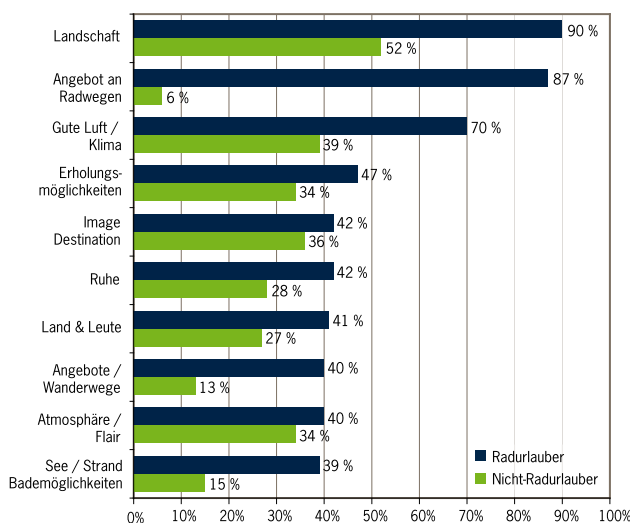
Hauptverkehrsmittel zur Anreise

Fahrradurlaub in Deutschland beginnt in 5 von 6 Fällen **mit einer Anreise mit dem PKW oder dem Wohnmobil**. Immerhin 6 % der Fahrradfurlauber unternehmen ihre Reise von Beginn an mit dem Fahrrad. 7 % der Fahrradfurlauber nutzen für die Anreise die Bahn. Zwar liegt der Bahnreiseanteil damit deutlich unter dem Wert der übrigen Deutschlandurlauber (12 %), dennoch verbergen sich hinter dem Marktanteil von 7 % durchaus respektable Volumenzahlen. Hier kommt der große Vorteil zum Tragen, dass bei Benutzung der Bahn auch Einwegstrecken mit dem Fahrrad

bequem zu bewältigen sind, da eine Rückkehr zum Abstellort des PKW nicht notwendig ist. Ein noch höherer Marktanteil der Bahn als Anreisemittel für Radurlauber scheitert vermutlich in erster Linie an Bequemlichkeitsfragen, z.B. bei häufigen Umsteigevorgängen. Auch die zurzeit noch fehlenden Mitnahmemöglichkeiten für Fahrräder im ICE könnten in gewissem Umfang zu den unterproportionalen Zahlen der Bahn beitragen, wenngleich eine genaue Ursachenzuordnung aus den vorliegenden Angaben nicht möglich ist. Hierfür wären separate Recherchen erforderlich, die nicht Bestandteil dieser Grundlagenuntersuchung waren.

Motive für die Wahl der Destination

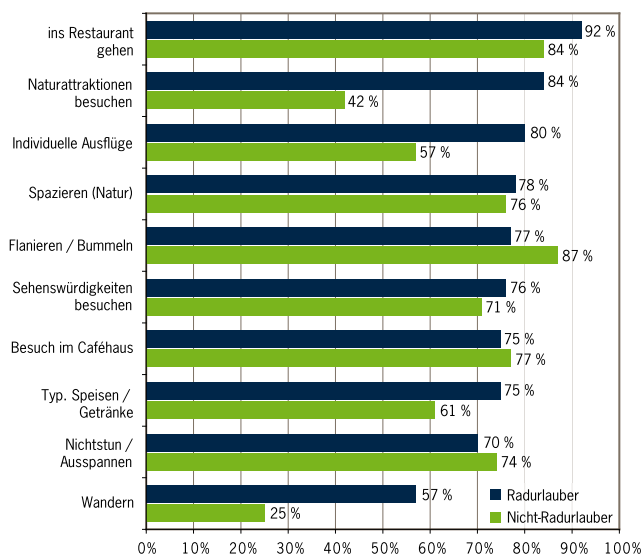
Mehrfachnennungen möglich



Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. 2008

Die Top 10 Aktivitäten der Radurlauber

Mehrfachnennungen möglich



Quelle: Europäische Reiseversicherung AG und Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. 2008

Motive für die Wahl der Destination

Die Güte der Radwege ist das entscheidende Argument, mit dem Fahrradfurlauber für eine Destination gewonnen werden können. Selbstverständlich muss eine **hohe landschaftliche Attraktivität** gegeben sein.

In einer für Rheinland-Pfalz vorliegenden Fahrradstudie (ETI 2007) wurde klar herausgearbeitet, dass Flusslandschaften (mit großem Abstand gefolgt von Seenregionen und Küstenlandschaften) die beliebtesten Landschaftsformen für Fahrradurlaub im Inland darstellen. Das **Flachland** schlägt, was das Volumen der Nachfrage angeht, die Attraktivität alpiner Landschaften bzw. von Mittelgebirgsdestinationen.

Das Vorhandensein attraktiver **Bademöglichkeiten** ist quasi ein „Muss“, um erfolgreich im harten Wettbewerb bestehen zu können. Die Kombinationen „Fahrrad- und Badeurlaub“, „Paddel und Pedal“ erfreuen sich großer Beliebtheit. Nicht unerwähnt bleiben soll auch, dass Fahrradtouristen sich durch eine höhere Preissensibilität auszeichnen und auf „Last Minute-Angebote“ in stärkerem Maße reagieren als der Durchschnittsurlauber. Aufgrund ihrer hohen regionalen Mobilität stellen Fahrradtouristen auch eine gute Zielgruppe für „Inklusiv-Card-Angebote“ dar.

Die Top 10 Aktivitäten der Radurlauber

Fahrradfurlauber sitzen nicht den ganzen Tag auf dem Fahrrad, sondern sie zeichnen sich durch ein **breites Aktivitätsspektrum** aus. Bis auf das Thema „Flanieren, Bummeln“ zeigen Fahrradtouristen durchweg großes Interesse an allen Arten von Aktivitäten. Lohnende Ausflugsziele in der Natur, die durchaus mit kulturellen Attraktionen „bestückt“ sein dürfen, sind eine der Grundvoraussetzungen, um bei Fahrradtouristen Anklang zu finden. Radurlauber interessieren sich fast ebenso für **Museen** wie Nicht-Radurlauber (Radurlauber: 53 %; Nicht-Radurlauber: 54 %), auch bei sonstigen **kulturellen Aktivitäten** zeigen sich keine gravierenden Unterschiede. Insbesondere **Sportveranstaltungen** am Urlaubsort finden unter den Radsportbegeisterten erheblich mehr Zuspruch als bei Nicht-Radurlaubern. Dies birgt Chancen für viele Destinationen, sofern ent-

sprechende Kombinationen bereitgestellt werden können. Abermals kommt zum Ausdruck, dass Fahrradurlauber besonders starkes Interesse an einer intakten und vielfältigen Gastronomieszene zeigen. **(Regions-)typische Speisen und Getränke** sind bei Radfahrern besonders beliebt.

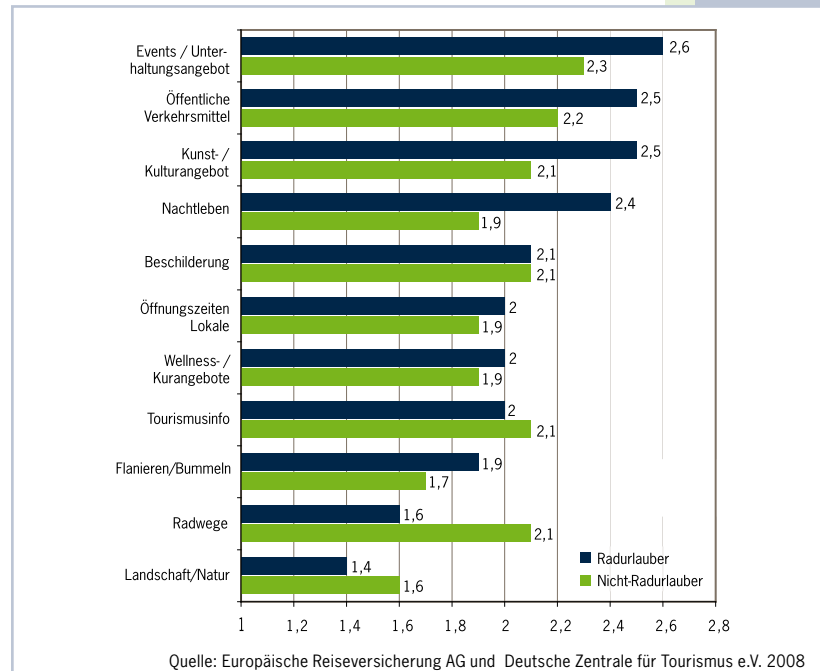
Zufriedenheit von Radurlaubern

Die Bewertung der Zufriedenheit mit den einzelnen Angebotsbausteinen erfolgt auf einer Schulnotenskala von 1 bis 6. Noten schlechter als 2,0 sind hierbei bereits als kritisch anzusehen, da die Bewertungen sich überwiegend zwischen 1,5 und 2,5 bewegen. Selbst kleine negative Abweichungen sollten als ernst zu nehmende Schwäche bewertet werden.

Insgesamt bewerten **Radurlauber** das touristische Angebot etwas **kritischer als andere Urlauber**. Gerade deshalb ist besonders hervorzuheben, dass die Fahrradwege von den Fahrradurlaubern sehr viel besser bewertet werden, als von den übrigen Urlaubern. Mit anderen Worten, Insider sprechen dem touristisch relevanten Fahrradwegeangebot ein hohes Lob aus (Note 1,6).

Zufriedenheit von Radurlaubern

Bewertung in Schulnoten (1-6)



6. Fahrradtouristisches Angebot

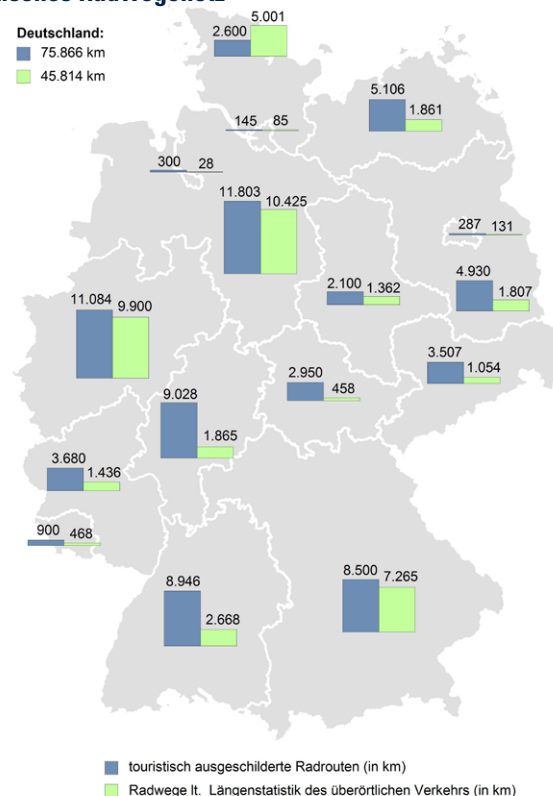
Das touristische Radroutennetz

Eine Analyse der Homepages der Landestourismusmarketingorganisationen ergab bei Aufsummierung der einzelnen Kilometerangaben der touristisch ausgeschilderten Radrouten in Deutschland ein **touristisches Wegenetz von insgesamt rund 75.900 km Länge**.

Nach einer Schätzung des Bielefelder Verlags auf Basis der dort herausgegebenen Radwanderkarten addieren sich die Radrouten aller Art in Deutschland auf rund 150.000 km. Radfernwege sind mit etwa 50.000 km enthalten.

Die Bezeichnungen der Radfernwege erlauben Rückschlüsse auf das Angebot: Rund 40 % der insgesamt 209 Radfernwege verlaufen überwiegend entlang der Flüsse, Seen oder Meeresküsten. Die Themenradfernwege (z.B. Wellness-Radroute, Route der Industriekultur) machen rund 30 % des gesamten Radfernwegenetzes aus. Hierbei wird Bezug zu regionaltypischen Themen aus den Bereichen Geschichte, Kultur, Religion, Kulinarik etc. hergestellt. Die restlichen 30 % der Radfernwege beziehen sich auf bedeutende Ortschaften (z.B. Radfernweg Berlin-Usedom) oder physisch-geographische Elemente (Flüsse, Seen, Berge) (z.B. Bodensee-Königssee-Radweg) oder verlaufen the-

Touristisches Radwegenetz



men- und ortsungebunden in einer Region (z.B. Schwarzwald-Radweg).

Zu den beliebtesten Radfernwegen in Deutschland zählen eindeutig die Routen entlang von Gewässern. Aktueller Favorit der Radurlauber ist der Elberadweg (ADFC 2008).

Das D-Routen-Netz

Das D-Routen-Netz steht – analog zu den Vorbildern in der Schweiz, den Niederlanden oder in Dänemark – für das nationale Radroutennetz in Deutschland. Im Jahr 2000 wurde die Umsetzung auf einer Länge von rund **12.000 km** durch Vertreter des Bundes und der Länder sowie von touristischen Dachorganisationen beschlossen. Die bedeutendsten deutschen Radfernwege werden verknüpft. Sämtliche Bundesländer sind an das D-Routen-Netz angeschlossen. Diese Hauptachsen ermöglichen eine durchgängige Fernverbindung quer durch Deutschland. Die Routen sind mit einer Nummerierung und einem einheitlichen Logo versehen und folgen einheitlichen Qualitätsstandards. Die Wege existieren bereits zu etwa 90 % als Radfernwege unter einem anderen Namen und einer eigenen Beschilderung.

Aktuell sind bereits einige D-Netz-Routen ausgeschildert (vor allem in Hessen und Nordrhein-Westfalen) bzw. befinden sich in der Umsetzung. Bisher verwenden jedoch nur sechs Bundesländer die nationale Bezeichnung bei der Vermarktung der jeweiligen Fernwege. Die übrigen Bundesländer verzichten in der Vermarktung der Fernwege auf Hinweise auf das D-Routen-Netz.

Die Umsetzung des D-Routen-Netzes wird vom Bundesverkehrs- und Bundeswirtschaftsministerium und fünf beteiligten Bundesländern derzeit durch ein Pilotprojekt, angesiedelt beim Deutschen Tourismusverband, gefördert. Am Beispiel der D-Route 3 sollen Musterlösungen für die Umsetzung und Koordinierung des D-Routen-Netzes entwickelt werden. Eine länderübergreifende Koordinierung durch fest installierte Koordinierungsstellen wird von mehreren Seiten gefordert.

Radfreundliche Gastgewerbebetriebe

Radurlauber haben im Hinblick auf ihre Unterkunft besondere Bedürfnisse. Immer mehr Gastgeber entwickeln für diese Zielgruppe eine radlerfreundliche Ausstattung und spezifische Serviceleistungen.

Ergebnisse einer Abfrage der regionalen Tourismusmarketingorganisationen belegen, dass immer

mehr Beherbergungsbetriebe an **radlerspezifischen Zertifizierungsverfahren** teilnehmen. Die Anbieter reagieren damit auf die wachsende Nachfrage nach dieser Urlaubsform. Die steigenden Teilnehmerzahlen unterstreichen die ungebremsst hohe Bedeutung des Fahrradtourismus.

Mit Abstand am weitesten verbreitet und in allen Bundesländern vertreten ist die Bett & Bike Zertifizierung des ADFC. Die Abfrage der regionalen Tourismusmarketingorganisationen ergab darüber hinaus, dass in jeder fünften Region neben der ADFC Bett & Bike Zertifizierung zusätzlich eine weitere regionale Zertifizierung (z.B. Oberlausitz per Rad) geführt wird (insbesondere in Bayern, Sachsen und Sachsen-Anhalt). Die verschiedenen Zertifizierungssysteme sind in ihrem Aufbau ähnlich. Sie bilden häufig eine Kombination aus für jeden teilnehmenden Betrieb zwingenden Mindestanforderungen und optionalen Zusatzleistungen, von denen der Betrieb ein festgelegtes Minimum erfüllen muss. Es wird dabei deutlich, dass vielfach vergleichbare Kriterienkataloge aufgestellt und durch Zusatzkriterien, die auf die jeweilige Region abgestimmt sind, ergänzt werden.

Bett & Bike

Die Teilnehmerzahlen der ADFC-Zertifizierung sind seit Beginn der Initiative im Jahr 1995 kontinuierlich gestiegen. Als fahrradfreundlich zertifizierte Betriebe sind überwiegend im gewerblichen Bereich mit mehr als 8 Betten zu finden. Bezogen auf alle gewerblichen Unterkünfte in Deutschland erreichen die **fahrradfreundlichen Betriebe mit insgesamt 8,3 % einen bedeutenden Marktanteil** (ADFC Bett & Bike 2008).

Ferienwohnungsanbieter zeigen sich gegenüber der ADFC-Zertifizierung zurückhaltender. Ein Grund ist die mangelnde Bereitschaft, Gäste für eine Nacht aufzunehmen. Die Bereitstellung von Lunchpaketen oder radlergerechter Verpflegung könnte besonders dort, wo der Gastgeber nicht im unmittelbaren Nähe zum Ferienobjekt lebt und/oder die Vermietung im Nebengeschäft betrieben wird, nicht immer ohne Weiteres zu bewerkstelligen sein. Anders als Hotelbetriebe sind Ferienwohnungen i.d.R. auf Selbstversorgung und auch auf eine längerfristige Aufenthaltsdauer der Gäste ausgerichtet.

Die Ergebnisse aus dem „Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus“ zeigen, dass die Radfahrer auch für Ferienwohnungen eine wichtige Klientel bilden: Viele Radfahrer unternehmen ihre Touren ausgehend von einem festen Quartier. Fahrradspezifische Anforderungen werden auch an Ferienwohnungen gestellt und Gastgeber haben



zahlreiche Möglichkeiten, sich mit ihrem Angebot darauf einzustellen. Wertvolle Hinweise zur Klassifizierung bietet die DTV-Internetseite: www.qualitaet-im-deutschlandtourismus.de.

Gastronomie

Initiativen zur **radfahrerfreundlichen Ausrichtung der Gastronomiebetriebe sind bislang selten**. Ausführliche Kriterienkataloge für radlerfreundliche Gastronomie liegen bereits vor (z.B. Bett & Bike). Gastronomiebetriebe, die sich auf Radtouristen einstellen wollen, wird die Entwicklung individueller Angebote empfohlen, die sie aus der Masse herausheben. Dies könnten besondere Dienstleistungen, geführte Touren, persönliche Tourenberatung oder besondere „Schmankerl“ aus der Küche für Radfahrer sein, wie z.B. der „Elberadweg-Teller“ oder die Radlermahlzeit „Großer Wadenbeißer“ in Mecklenburg-Vorpommern.

Radrouten liegen häufig in ländlichen Räumen mit geringer gastronomischer Dichte. Attraktive Verpflegungsangebote können hier auch durch landwirtschaftliche Betriebe gestellt werden. Ein schönes und erfolgreiches Beispiel sind Hofcafés und Melkhus (Vermarktung von Milchprodukten und landwirtschaftlichen Erzeugnissen).

Empfehlenswert sind Kooperationen mehrerer Gastbetriebe, die kulinarische Schätze der Region für Radfahrer erlebbar machen. Ein Beispiel ist die Schwäbische Kartoffeltour für „Sport-Spaß-Kultur und Kulinarisches“. Entlang der zehn Tourenabschnitte laden die Wirte zu Kartoffelspezialitäten ein.

Die fahrradtouristische Ausrüstung

Der **Fahrradbestand** in Deutschland wird auf **rund 67 und 73 Mio. Fahrräder** geschätzt (Stand: 2006, BMVBS 2007, Zweirad GmbH 2007). In rund 80 % der Haushalte in Deutschland befindet sich mindestens ein fahrtüchtiges Fahrrad.

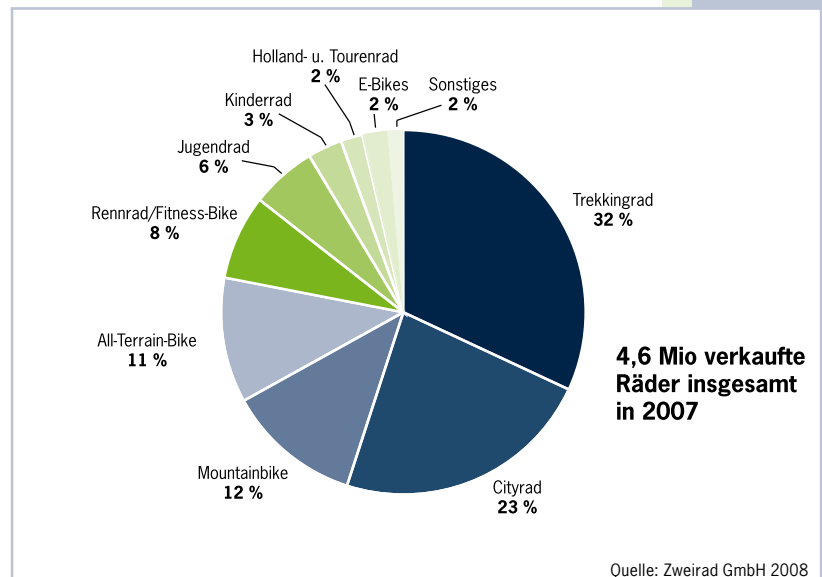
Schätzungen des Zweirad-Industrie-Verbandes e.V. (Zweirad GmbH 2008) zufolge wurden **2007 in Deutschland 4,6 Millionen Fahrräder verkauft**. Der durchschnittliche **Preis pro Fahrrad beträgt 368 €**. Der Umsatz mit Fahrrädern lag 2006 bei rund 1,5 Mrd. €, im Jahr 2005 lag er bei rund 1,6 Mrd. €.

Das Trekkingrad (auch Reiserad) erfreut sich steigender Beliebtheit und war 2007 wie auch schon die Jahre zuvor, das am häufigsten in Deutschland verkaufte Fahrradmodell. Dieser Radtyp eignet sich aufgrund seiner Ausstattung und Bauart insbesondere für längere Radtouren oder -reisen.

Radreisen

Im Rahmen eines Angebotschecks wurde das Radreiseangebot in Katalogen bzw. auf Internetauf-

Fahrradmodellanteil in Deutschland 2007 (verkaufte Räder)



treten von insgesamt 71 deutschen Reiseveranstaltern ausgewertet, die mindestens eine Radreise mit Reiseziel in Deutschland anbieten. Nicht berücksichtigt wurden Tourismusorganisationen, die eigene Reisen anbieten und damit ebenfalls als Reiseveranstalter auftreten könnten. Insgesamt wurden bei den 71 analysierten Reiseveranstaltern 812 Radreisen mit dem Reiseziel Deutschland und 1.061 Reisen mit Zielen im Ausland gezählt. **Radwanderreisen dominieren das Angebot**. Rund **92 %** der analysierten Angebote sind **Trekking- bzw. Tourenrad-Reisen**, rund 5 % sind Mountainbike-Reisen und knapp 3 % sind Rennrad-Reisen.

Tourenverlauf

Neben den verschiedenen Fahrradtypen können die Reisen nach drei verschiedenen Tourenverlaufsarten differenziert werden: Tagestouren, Standortreisen und Etappenreisen.

Bei Tagestouren entfällt der Baustein der Übernachtung. **Standortreisende** bleiben für die Dauer der Reise in einer Unterkunft, von der aus die umliegende Region per Rad erkundet wird. **Etappenreisende** oder auch Radwanderer wechseln ihre Unterkünfte häufig, meist täglich. Etappenreisen bilden die dominierende Tourenverlaufsart bei Trekkingrad-Reisen in Deutschland (85 %).

Bei den Rennrad- und Mountainbike-Reisen sind die Standortreisen mit 29 % bzw. 33 % stärker vertreten. Während beim Trekkingrad-Urlaub die Fortbewegung und das Erleben einer bestimmten Region im Vordergrund stehen, sind bei den sportlich motivierten Mountainbike- und Rennrad-Reisen auch Standortreisen in Form von Trainingslagern oder Fahrtechnik-Workshops beliebte Reisevarianten.

Enthaltene Leistungen

Bei den Trekkingrad-Reisen treten – mit einem Anteil von jeweils rund 80 % – der **„Gepäcktransport“** und das **„bereitgestellte Infomaterial“** als grundlegende Bestandteile einer Pauschalreise hervor. Dies überrascht nicht angesichts der Tatsache, dass insgesamt etwa 85 % aller Trekkingrad-Reisen Etappenreisen sind, bei denen – im Gegensatz zu Standort- oder Tagesreisen – der **Gepäcktransport** notwendig ist.

Fast 80 % der Trekkingrad-Reisen werden als individuelle Radreisen ohne Reiseleitung angeboten. Für diese Radreisen benötigen die Reisenden unbedingt Karten- und Informationsmaterialien zu ihrer Tour, welche folgerichtig bei fast 80 % aller Trekkingrad-Reisen im Reisepaket inkludiert sind.

Eine **Telefon-Service-Hotline** bzw. ein **Panenservice** sind häufig eingeschlossen (38 % aller Trekkingrad-Reisen). Dieser Servicebaustein ist ausschließlich bei individuellen Radreisen ohne Reiseleitung sinnvoll. Bei den erfassten Mountainbike- und Rennrad-Reisen konnte dieser Service gar nicht gefunden werden.

Bei 26,4 % der Trekkingrad-Reisen sind **Stadtführungen, Besichtigungen oder Eintrittsgelder** für Museen inklusive.

Ein weiterer Inklusivbaustein ist bei einem Viertel aller Trekkingrad-Reisen der **Teilstreckentransfer**. Nicht gemeint ist hier die An- und Abreise zum Start- / Zielort, sondern die Überbrückung von Teilschnitten der Tour mit der Bahn oder dem Schiff (Mountainbike-Reisen: 7 %; Rennrad-Reisen: 10 %). Diese Serviceleistung kommt natürlich nur bei Reisen zum Einsatz, bei denen der Umstieg auf ein anderes Verkehrsmittel erforderlich bzw. attraktiv ist (z.B. bei Flussüberquerungen).

Vermarktung Reiseveranstalter

Bei der Analyse des Angebots der 71 in Deutschland agierenden Radreiseveranstalter mit innerdeutschen Reisezielen bestätigte sich die Bedeutung **des Internets als wichtigstem Vertriebsmedium**. Nach Aussagen einiger Veranstalter sind umfangreiche Reisekataloge auf dem Rückzug. Im Internet und durch Herausgabe von kleinen Prospekten ist es möglich, flexibler auf die Nachfrage zu reagieren.

Transportunternehmen

Bahn

Fast drei Viertel aller Radurlauber nutzen zur Anreise zu ihren Urlaubsort bzw. zum Startpunkt ihrer Radreise den eigenen PKW. Die Alternative zur Nutzung des eigenen PKW bzw. Wohnmobils ist die An- / Abreise mit der Bahn. Mit einem speziellen Unterpunkt widmet sich die Deutsche Bahn auf ihrem Internetportal dem Thema **„Bahn & Fahrrad“** und informiert über die „Fahrradmitnahme im Zug“, „Bahn & Bike international“, „Call a Bike“, „Fahrrad

mieten“ und „Kuriergepäck“. Zudem hat die Deutsche Bahn eine **Radfahrer-Hotline** eingerichtet. Diese (gebührenpflichtige) Nummer liefert Auskunft zu den Fahrrad-Angeboten der Deutschen Bahn im Nah- und Fernverkehr.

Die Mitnahme des Fahrrads im Fernverkehr der Deutschen Bahn ist aktuell im Nachtreiseverkehr in Zügen der CityNightLine bei EuroNight und D-Nacht möglich, tagsüber in einzelnen Intercity- bzw. Eurocity-Zügen. Eine Mitnahme des Fahrrads im deutschen Hochgeschwindigkeitszug ICE ist derzeit noch nicht möglich, aber aktuell in Planung.

Fahrräder können grundsätzlich in allen Zügen des Nahverkehrs (IRE, RE, RB, S-Bahn) mitgenommen werden. Viele Nahverkehrszüge sind mit Mehrzweckabteilen für Fahrräder und Radfahrer ausgerüstet. Räder können auch im Einstiegsbereich abgestellt werden. Die Preise für die Fahrradmitnahme in den Verbünden weichen zumeist von den Tarifen der Deutschen Bahn ab. Zum Teil ist dieser Service auf bestimmten Strecken sogar kostenlos.

Bus

Da in Linienbussen Fahrräder nur in begrenztem Umfang mitgenommen werden können, gibt es in einigen Regionen **spezielle Angebote im Fahrradbus-Verkehr**. Ein Beispiel dieses Angebotes findet sich in der Grafschaft Bentheim. Hier führen vier Busse der örtlichen Verkehrsgesellschaft von März bis Oktober Fahrradanhänger für bis zu 15 Räder mit. Die Fahrräder werden vom Radler selbst auf den Anhänger gestellt und befestigt. Die Mitnahme des Fahrrads kostet pauschal 1,20 €, zusätzlich zum Personenfahrtpreis. Über Sehenswürdigkeiten auf diesem Ausflug mit Bus und Rad wird auf der im Internet verfügbaren „Fietsenbus-Ausflugskarte“ informiert. Der Fahrplan des Fietsenbusses steht ebenfalls als Download zur Verfügung (www.fietsenbus.de). Dieses Beispiel zeigt, dass es möglich ist, mit Radlerbussen Ausflüge in die Region anzubieten. Sicherlich eine Idee, die in Kooperation von ÖPNV und Tourismusorganisation auch andernorts umgesetzt werden könnte (und sollte).

Fietsenbus in der Grafschaft Bentheim



7. Vermarktung des Radtourismus in Deutschland

Incoming

Radurlaub hat Potenzial für das Incoming: Bisher kommen nur 5 % der Radurlauber aus dem Ausland (v. a. aus den Niederlanden). Den Radwegen, welche die Natur- und Kulturlandschaften Deutschlands erschließen, wird eine zunehmende Bedeutung in der Werbung für das Reiseland Deutschland gegeben.

Für die internationale Vermarktung werden u. a. die Themen „Aktiverlebnis Deutschland“ und „Naturerlebnis Deutschland“ herausgestellt. Die Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. hat für 2009 das Themenjahr „Aktivurlaubsziel Deutschland“ ausgerufen und wirbt – in Kooperation mit dem ADFC – in den ausländischen Quellmärkten für „Deutschland per Rad entdecken“. Die Broschüre „**Deutschland per Rad entdecken**“ des ADFC und der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. portraitiert die herausragenden deutschen Radfernwege mit dem Focus auf ausländische Märkte. Akzente im Marketing werden in Österreich und in der Schweiz gesetzt.

Zielgruppen

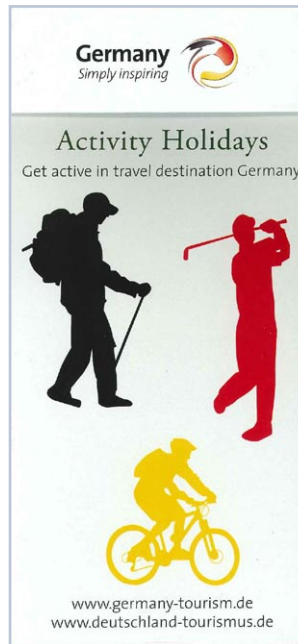
Wichtigste Zielgruppe im deutschen Radurlaub sind die **Radwanderer** bzw. Trekkingradler (rund 77 % der Radreisenden), gefolgt von den Mountainbikern (13 %) und Rennradfahrern (10 %).

Bedeutung des Radtourismus in den Reisegebieten

Die Destinationen in Deutschland haben die Bedeutung des Radtourismus im Marketing erkannt (dies gilt auch für die Stadtstaaten und für Angebote, die Kultur und Radeln kombinieren). 77 % der befragten Regionen ordnen dem Radwandern „sehr große“ oder „große“ Bedeutung in der Vermarktung zu. In einzelnen (spezialisierten) Regionen haben auch Mountainbiking und Rennradfahren einen hohen Stellenwert. **Fast 90 % der Tourismusregionen in Deutschland planen einen Ausbau des Angebotes**, 13 % wollen die Vermarktung in aktueller Intensität weiterführen, keine einzige Region will die Vermarktung des Radwanderns zurückfahren. Zukünftig ist auch eine stärkere Profilierung für die Märkte „Mountainbike“ und „Rennradfahren“ geplant.

Information der Radfahrer und Vermarktung

Sowohl bei den touristischen Regionen als auch bei den Bundesländern ist eindeutig das **Internet das Vermarktungsmedium Nummer Eins**. Dies entspricht den Informationspräferenzen der Zielgruppe.



Bedeutung des Radfahrens in der aktuellen Vermarktung der Tourismusregionen

	Radwandern, Trekking	Mountainbiken	Rennradfahren
Sehr große Bedeutung	35 %	3 %	1 %
Große Bedeutung	42 %	3 %	5 %
Gleichrangig mit vielen anderen Themengebieten	20 %	28 %	5 %
Kaum eine Bedeutung	3 %	34 %	55 %
Keine Bedeutung	0 %	31 %	32 %
Weiß nicht / k.A.	0 %	1 %	2 %

Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

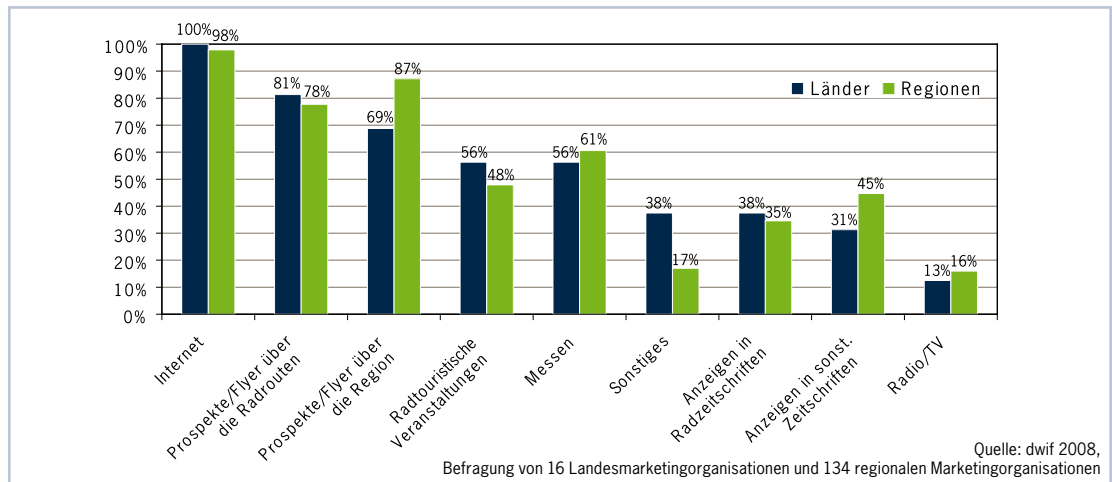
Bedeutung des Radfahrens in der zukünftigen Vermarktung der Tourismusregionen

	Radwandern, Trekking	Mountainbiken	Rennradfahren
Vermarktung wird ausgebaut und intensiviert	87 %	32 %	20 %
Vermarktung bleibt gleich	13 %	14 %	6 %
Vermarktung wird zurückgefahren			1 %
Auch weiterhin keine Vermarktung		54 %	73 %

Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

Informationsmedien der Tourismusmarketingorganisationen

Mehrfachnennungen möglich



Das Angebot im Internet ist in der Regel umfassend und häufig bereits dialogorientiert, d.h. die Nutzer haben die Möglichkeit, Informationen zu spezifischen Themen oder Angeboten auszuwählen.

Eine besondere Bedeutung im Dialog orientierten Service haben GPS-basierte Angebote (GPS: satellitengestützte Navigation, Global Positioning System). Wenn Radrouten basierend auf geographischen Informationssystemen (GIS) geplant und dokumentiert werden, ist es nur noch ein kleiner Schritt, die Informationen als Toureninformationen aufzuarbeiten und dem Gast zur Verfügung zu stellen. Ein gutes Angebot umfasst:

- Routenübersicht im Dialog (Routen werden nach wählbaren Kriterien gefiltert, z.B. nach Länge,

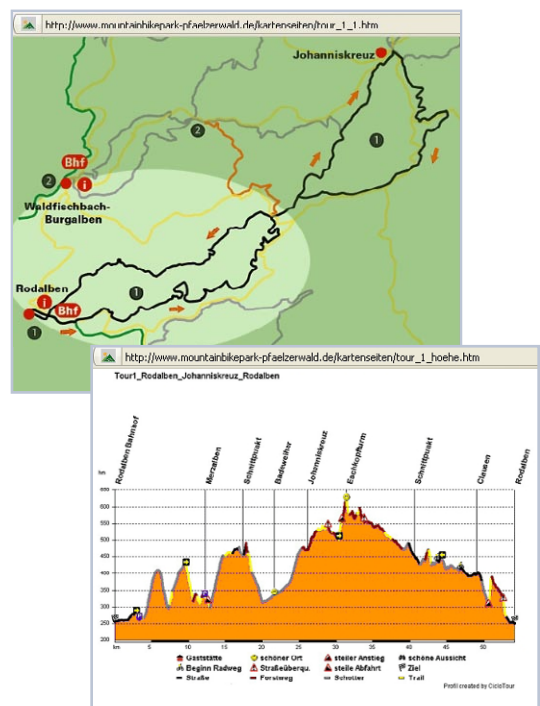
Höhenmetern, Fahrtdauer, Anspruch an Sportlichkeit, Start- oder Zielort)

- Routenverlauf in topographischer Karte (skalierbar, Satellitenbild, POIs)
- Höhenprofil
- Tourenbeschreibung
- GPS-Tracks als Download

50 % der Landestourismusverbände und 28 % der regionalen Tourismusorganisationen bieten auf ihren Internetseiten bereits GPS-Serviceleistungen an. **90 % der regionalen Tourismusorganisationen wollen ihr GPS-Angebot weiter ausbauen**, keine der Organisationen will auf dem heutigen Stand stehen bleiben oder das Angebot einstellen.

Beispiel einer gelungenen internetbasierten Routenplanung

The screenshot shows the website for Mountainbikepark Pfälzerwald. The main section is titled 'streckennetz' and features a list of tours. 'Tour 1' is highlighted, with a description: 'Radalben - Johanniskreuz - Rodalben'. The tour is 54.2 km long, 1140 m elevation gain, and 10.4 km descent. It includes a map, a list of stops, and a list of features like 'GPS Downloads' and 'Impressionen'.



8. Trends, Chancen, Risiken

Zweifellos hat der Fahrradtourismus in den letzten Jahren stetig an Beliebtheit zugenommen. Allerdings fehlen konkrete Zahlen: Daten zum Volumen der fahrradtouristischen Nachfrage im Tages- und Übernachtungstourismus werden nicht erhoben. Die Beherbergungsstatistik erfasst das Motiv der Reisenden nicht. Der für die hier vorliegende Grundlagenuntersuchung verwendete „Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus“ wird erst seit Mai 2007 durchgeführt. Erstmals wird es so möglich sein, Veränderungen im Mengengerüst beim Fahrradtourismus mit Übernachtungen zu beobachten.

Daten zum Tagestourismus liegen nur punktuell vor. Führt 1993 noch jeder Deutsche im Durchschnitt 26 Tagesreisen pro Jahr durch, so waren dies 2006 bereits 36. Diese gravierenden Veränderungen im Mobilitätsverhalten müssen sich auch auf die Zahl der Fahrradreisen ausgewirkt haben.

Fahrradfahren dient schon lange nicht mehr nur der Überwindung von Entfernungen, sondern **ist als Freizeitaktivität** zunehmend zum **Ausdruck spezifischen Lifestyles** geworden. Dies wird nicht zuletzt durch die Bereitstellung immer individuellerer Fahrräder, die sich für vielerlei unterschiedliche Freizeitgestaltungen in individuellem Equipment und dazugehöriger Ausrüstung präsentieren, dokumentiert. Fahrradfahren ist heute zum **Ganzjahressport** geworden, sogar als Indoor-Aktivität (z.B. in Form von Spinning-Rädern oder von spezifischen Hallen, in denen BMX-Sport und / oder Fahrradakrobatik witterungsunabhängig betrieben werden kann) gewinnt Fahrradfahren an Bedeutung, wenn auch nicht alle Neuentwicklungen den Marktdurchbruch auf breiter Front schaffen werden.

Nischenmärkte (BMX, etc.) generieren keine riesigen Volumenzahlen, die umfangreiche touristische Marketingbemühungen rechtfertigen könnten, allerdings **bergen sie das Potenzial für einige wenige Spezialisten**. Vorbild hierfür können die Mountainbikearenen sein, mit denen einzelne Anbieter sich bereits einen guten Namen in der Szene verschafft haben. Als Differenzierungsmerkmal und als Beleg für eine hohe fahrradtouristische Kompetenz können derartige Angebote von Bedeutung sein.

Chancen

Die Zahl der Fahrradausflüge, egal, ob diese ausschließlich dem Fahrradfahren dienen oder in Kombination mit anderen Aktivitäten erfolgen, **wird weiter zunehmen**. Folgende Argumente sprechen dafür:

- Ungebrochene bzw. sogar noch **zunehmende Beliebtheit** des Fahrrads als Freizeitgerät.
- Eine (zumindest während der nächsten 10 Jahre) nahezu gleichbleibende Bevölkerungszahl.



- Eine **höhere Affinität älterer Bevölkerungsschichten zum Fahrrad**, die dieses Verkehrsmittel Zeit Lebens genutzt haben und auch im Alter weiter nutzen. In einer älter werdenden Bevölkerung wird die Zahl der Fahrradfahrer und damit der Fahrradausflügler steigen.
- Nachweislich **positive gesundheitliche Auswirkungen** der Nutzung des Fahrrads werden bei steigendem Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung zu verstärkter Nachfrage führen.
- **Zunehmende fahrradtouristische Angebote** (z.B. neue Wege, bessere Wege, neue Fahrradmodelle mit „Hilfsantrieb“) schaffen neue Möglichkeiten und Anreize für die fahrradtouristische Nachfrage.
- Stark **steigende Marketingbemühungen** von Orten und Regionen für Fahrradtourismus werden ihre Wirkung nicht verfehlen.
- Steigende Benzinpreise und härtere Umweltrestriktionen (Umweltzonen, etc.) bringen dem Fahrrad **„Wettbewerbsvorteile“ gegenüber dem PKW**, dies wird sich auch in steigender touristischer Nutzung des Fahrrads niederschlagen.
- Durch aktive Hinwendung zur fahrradtouristischen Nachfrage mittels zielgruppengerechter Optimierung des Angebots werden neue Geschäftsfelder erschlossen.

Diese positive Perspektive für den tages touristischen Teil der fahrradtouristischen Nachfrage kann auch den mit Übernachtungen verbundenen Teil der Nachfrage beeinflussen. Allerdings muss, anders als beim Tagestourismus, bei Urlaubsreisen nicht zwingend von einer nennenswerten Steigerung der Zahl der Reisen pro Kopf und Jahr ausgegangen werden. Urlaubsreisen sind stärker konjunkturabhängig als Ausflüge. Auch ist noch nicht absehbar, ob Deutschland als Gewinner aus den sich abzeichnenden Veränderungen (Preise, Klimawandel, Transportkosten, Verbrauchssteuern, etc.) hervorgehen wird, wenngleich die Rahmenbedingungen zumindest derzeit dem Deutschlandtourismus eher förderlich erscheinen.



Manche touristisch bisher nicht so erfolgreiche Destinationen setzen auf einen „Aufschwung durch Fahrradtourismus“. Hier ist zu beachten: Allein die Möglichkeit, Fahrradfahren zu können, wird Touristen sicher kaum zu einem Aufenthalt bewegen. Landschaftliche Defizite und Ausstattungsmängel in der Tourismusinfrastruktur (Quartiere, Kultur- und Veranstaltungsangebot) können allein mit Fahrradwegen und Beschilderung nicht kompensiert werden. **Ohne das ganzheitliche Bekenntnis einer Destination und ihrer touristischen Leistungsträger zum Fahrradtourismus**, welches sich dann auch in umfassenden Anpassungen des vorhandenen Angebotes und Investitionen in Angebotslücken äußern muss, wird es **keine erfolgreiche Neupositionierung** geben können.

Risiken

In der sich abzeichnenden Entwicklung des Fahrradtourismus sind aus heutiger Sicht **kaum größere Risiken** erkennbar. Weder zählt der Fahrradtourismus zu den Bereichen, die sich durch besonders hohe oder riskante Investitionen auszeichnen, noch sind im Zusammenhang mit Fahrradtourismus stehende Investitionen größeren Modetrends unterworfen. Hinzu kommt, dass Investitionen in Fahrradwege vielfach auch der „Daseinsvorsorge“ (Schulwege, etc.) dienen und allein schon aus diesem Grunde entwickelt und gepflegt werden müssen.

Die aktuellen Analysen und Befragungen belegen: **Die Zahl der Destinationen, die sich dem Fahrradtourismus zuwenden, steigt** ebenso wie die Qualität von Angebot und Vermarktung. Die steigenden Standards sind erfreulich, zwingen aber die Marktteilnehmer zu stetiger Verbesserung. Diese sind mit entsprechenden Kostenrisiken verbunden. Der zunehmende Wettbewerb grenzt zudem den Preisfestsetzungsspielraum ein und erhöht somit das betriebswirtschaftliche Risiko spezifischer Investitionen. Ergebnisse der Marktforschung (z.B. „Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus“, ADFC Radreiseanalyse) sollten von den Destinationen ernst genommen werden.

Die fahrradfreundliche Ausstattung von Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben birgt dann Risiken in sich, wenn diese als isolierte Einzelmaßnahmen ohne Einbindung in ein fahrradfreundliches Umfeld erfolgen. **Regionen** und auch (größeren) Orten, in denen Fahrradtourismus eine wichtige Rolle spielt oder in Zukunft spielen soll, **wird empfohlen, eine Gesamtkonzeption für die fahrradtouristische Angebotsgestaltung zu erstellen**. Hierdurch lässt sich das Risiko von Fehlinvestitionen erheblich verringern.

Ziele

Angesichts der oben aufgezeigten Situation muss es das Ziel von Tourismuspolitik und -verwaltung sein, den Fahrradtourismus weiter zu fördern. Sowohl die objektiven Angebotsvoraussetzungen als auch die nachfrageseitigen Prognosen lassen erwarten, dass dieser Teilbereich des Tourismus in Deutschland eine hervorragende Marktposition hält und geeignet ist, das Incoming zu stärken. Die hohen Zufriedenheitswerte der heutigen ausländischen Fahrradtouristen (z.B. bezüglich der Fahrradwege, der Gastronomie, der Beherbergung) unterstreichen die gute Position des deutschen Fahrradtourismus. Marketingaktionen wie „Deutschland per Rad entdecken“ zielen in die richtige Richtung und sollten unbedingt fortgeführt werden.

Auch im Inlandstourismus sollte Fahrradurlaub weiter beworben werden. Entsprechende „Anschleißerangebote“ der Destinationen, Orte bzw. Radtourismusanbieter sind erforderlich, um Imagekampagnen in konkrete Nachfrage zu überführen. Als **Plattform** für bundesweite Imagekampagnen bietet sich das **gemeinsame Innenmarketing von Bund und Bundesländern** an.

Wichtiges Ziel ist darüber hinaus, die Angebote zum Radfahren für die (sehr) große Zahl an Urlaubern, die während ihres Aufenthaltes das Fahrrad „auch einmal“ nutzen, zu optimieren. Hier bestehen erhebliche Entwicklungspotenziale, die dazu beitragen, die Infrastruktur wirtschaftlich auszulasten.

9. Handlungsempfehlungen

Aufbauend auf den gewonnenen Erkenntnissen werden folgende Handlungsempfehlungen ausgesprochen:

Datenbestand zur Radrouteninfrastruktur

Eine bundesweit **einheitliche Erfassung des Radnetzes** inkl. der Angabe, ob es sich dabei um einen „ausgeschilderten Weg“ (idealer Weise nach FSGV-Standard) handelt, ist erforderlich, um die Vernetzung von Routen und die Informationsaufbereitung für Touristen in Form von Fahrrad-Routenplanern zu erleichtern. Für eine vollständige Erfassung des gesamten Radwegenetzes **müssen die Kommunen eingebunden werden**. Einheitliche Erhebungsstandards für diese Datenbank sollten von einer zu etablierenden länderübergreifenden Radwegekoordinierungsstelle entwickelt werden.

Radwegekoordinierungsstellen

Die Tourismusmarketingorganisationen der Bundesländer und der Tourismusregionen fordern mit großer Mehrheit die **Etablierung von landesweiten Radwegekoordinierungsstellen mit einer länderübergreifenden Koordinierungsstelle**. Diese sollten sich den nebenstehenden Aufgaben widmen.

Die Ausgestaltung dieser Stellen sowie die Festlegung von Kompetenzen und Zuständigkeiten sind Angelegenheit der zuständigen Gemeinschaftsgremien des Bundes und der Bundesländer. Hierbei sollten sowohl touristische Aspekte als auch Aspekte der Baulastträger ausreichend Beachtung finden.

Informationsbereitstellung und Vermarktung durch Tourismusorganisationen

Das Gros der Fahrradtouristen wird auch in Zukunft individuell verreisen und dementsprechend die Informationskanäle der Tourismusorganisationen und kommunalen Touristinformationen nutzen, bevor sie sich endgültig für ein Reiseziel entscheiden.

Informationsangebote müssen sich an eindeutige **Fahrrad-Zielgruppen** richten. Vorgeschlagen wird

- die klare Trennung von Angeboten für Genuss-Radfahrer auf Radwanderwegen und Mountainbiker bzw. Rennradfahrer;
- eine **Differenzierung nach Altersgruppen**, sofern die Wege spezifische Eignung für bestimmte Gruppen aufweisen (z.B. Eignung für Kinder / Best Ager, Mitnahme von Kinder-Fahrradanhängern);
- die Bereitstellung von **Radroutenplanern**, die es den Touristen ermöglichen, individuelle Routen zusammenzustellen und diese mit allen dafür notwendigen Informationen zu ergänzen;
- die Bereitstellung von **ausführlichem Informationsmaterial** zu touristisch relevanten

Mögliche Aufgaben einer landesweiten Radwegekoordinierungsstelle

Mehrfachnennungen möglich

gewünschte Leistungen länderübergreifender Radwegekoordinierungsstellen	Landesmarketingorganisationen	Regionen
Moderation zwischen den verschiedenen Zuständigkeiten	90 %	87 %
Vernetzung von Radrouten über die Zuständigkeitsgrenzen hinaus	80 %	95 %
Kontrolle der Radfernwege (bezüglich der Beschilderung und der baulichen Qualität)	70 %	67 %
Einheitliche Beschilderung	60 %	84 %
Festlegung von Mindeststandards bei der baulichen Ausstattung der Wege	60 %	71 %
Vermarktung von Radrouten	50 %	60 %
Imagepflege und -bildung „pro Fahrradtourismus“	40 %	55 %
Sonstige Aufgaben, z.B. Qualitätsmanagement, Beratung der Regionen, Marktanalyse	30 %	5 %

Quelle: dwif 2008, Befragung von 134 regionalen Marketingorganisationen

Radwegen; Das Material sollte mit den Internetinformationen übereinstimmen. Bedarfsgerechte **Ausdrucke von individuellen Routen** (z.B. auf Basis von Routenplanern) vor Ort auf einem hierfür installierten Drucker könnten ein Weg sein, den Service für die Kunden zu erhöhen und gleichzeitig die Produktionskosten der Printmedien zu senken.

- **kurzfristige Angebote** für Radtouristen anzubieten, die z.B. bei sich abzeichnendem Schönwetter an „Brückenwochenenden im Mai“ in den Medien kommuniziert werden; Um dies erfolgreich in die Praxis umsetzen zu können, sind tagesaktuelle Überblicke über verfügbare Beherbergungsangebote erforderlich. Gleichzeitig sollten ergänzende Angebote (spezifische Besuchsanreize, Events) in den Vordergrund gerückt werden.
- das Aufstellen von **Informationstafeln** an Fahrradwegen, die an den Orten vorbeiführen, mit Auskunft über wichtige und sehenswerte Einrichtungen, Öffnungszeiten, wichtige Kontaktadressen sowie Übersichtsplänen, um Radfahrer in die Orte zu leiten und sie dort zu (ökonomisch wirksamen) Aktivitäten anzuregen.

Information und Beschilderung für Radfahrer

Die Wegweisung für Radwege sollte als kundenorientierte Besucherinformation und als Teil der touristischen Servicekette in der Besucherinformation aufgefasst werden. Diese umfasst ein stimmiges Miteinander von Reiseberichten, Informations- und Kartenmaterial, Internetpräsentation, etc. Ziel einer an den Bedürfnissen der Touristen orientierten Wegweisung muss es sein, über Zuständigkeitsgrenzen

Vollschild nach FGSV-Standard mit eingehängtem Routenhinweis (Kurzschild)



Schilderwald und Lösungsansatz der „Integrierten Beschilderung“



Empfehlung zur Beschilderung von Radwegen

	eigenständige Markierung für Radfahrer (FGSV-Standard)	integrierte, benutzerübergreifende Beschilderung (Anwendung des FGSV-Standards für alle Freizeitroutes, aber: Radwegweisung über eingehängte Kurzschilder)
Vorteile	maximale Klarheit für Radfahrer vergleichsweise leicht umsetzbar (Fahrradspezifisch, nicht vernetzt)	einheitliche Beschilderung für alle wichtigen Freizeitnutzungen kundenorientierte Sichtweise (wird den vielschichtigen Interessen der Besucher – auch der Radfahrer – gerecht) reduziert den Schilderwald (alle Ziele, alle Routen, alle Aktivitäten an einem Pfosten) und spart damit Bau- und Erhaltungskosten
Nachteile	parallele Systeme für Wandern, Nordic Walking, Reiten etc. notwendig (nebeneinander stehende Beschilderungssysteme mit jeweils eigener Logik)	abstimmungsintensiv, komplex
besonders geeignet für	Radfernwege Regionen, in denen Radrouten ein überwiegend eigenständiges System bilden Regionen, in denen das Radfahren gegenüber anderen Nutzungen klar im Vordergrund steht isolierte (lokale) Projekte, die schnell und mit überschaubarem Aufwand realisiert werden sollen	Tourismusräume mit eng verwobenen Angeboten für Radfahrer, Wanderer, etc. (auf gemeinsamen Wegen bzw. zahlreichen gemeinsamen Kreuzungspunkten) Tourismusräume mit unzeitgemäßem Schilderwald, die ihre Besucherlenkung insgesamt überarbeiten und neu ordnen tourismusaktive Region/ Destination (lokale Lösung nicht sinnvoll)

hinweg, **durchgehende Informationsketten** anbieten – beginnend an der Autobahnabfahrt, dem Bahnhof oder dem Schiffsanleger bis zur gesuchten Ortschaft oder dem gesuchten Zielobjekt.

Entscheidendes Glied in der Kette der Besuchersinformation ist die Beschilderung der Radwege mit Hinweisen auf Orte, touristisches Angebot und Infrastruktur sowie touristische Routen. Diese **Beschilderung** soll **bundesweit einheitlich** eine schnelle Orientierung erlauben. In Zusammenarbeit mit den Nachbarländern Dänemark, Niederlande, Schweiz, Polen und Tschechien soll das System zukünftig auch international durchgesetzt werden.

Zugunsten einer einheitlichen Orientierung ist für individuelle Gestaltungen der Reisegebiete oder Fernwege auf dieser Beschilderung kein Platz. Individuelle Merkmale finden sich in Prospekten, im Internet, auf den Routensymbolen und ggf. auf Informationstafeln.

Beschilderungsregeln liegen mit dem „Merkblatt zur wegweisenden Beschilderung für den Radverkehr“ der FGSV (Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen) vor (Nationaler Radverkehrsplan 2002-2012, FahrRad!). Eine Reihe von Bundesländern hat differenzierte Handlungsanleitungen zur Anwendung des FGSV-Standards verfasst (z.B. HRB Brandenburg 2008).

Beschilderung nach FGSV-Standard

Der FGSV-Standard weist Radwege getrennt von den übrigen Freizeitwegen aus. Das Vollschild nennt Zielorte, Entfernungen und – über Piktogramme – touristische Informationen zum Zielort (Museum, Gastgewerbe, Bahnhof, etc.). Empfehlenswert erscheint für die Entfernungsangabe der Zusatz „km“. Von der Zielwegweisung getrennt zeigen Kurzschilder den Verlauf touristischer Routen an.

Der FGSV-Standard erlaubt die Ausführung in grün oder in rot auf weißem Grund. Der Standard hat nicht den Status einer rechtlichen Vorgabe, wird aber häufig von Fördermittelgebern vorausgesetzt. Damit ist der Standard faktisch vorgegeben.

Integrierte Beschilderung

Vielerorts v.a. in den bevorzugten Erholungs- und Feriengemeinden bestehen komplexe Routen- und Beschilderungssysteme für unterschiedliche Nutzergruppen (Wanderer, Touren-Radfahrer, Mountainbiker, Reiter, Nordic-Walker). Sukzessive sind so häufig Schilderwälder gewachsen, die die Orientierung der Gäste erschweren und hohe Betriebskosten verursachen.

In diesen Fällen kann eine integrierte Beschilderung sinnvoll sein, in der alle Informationen zu Routen, Touren und spezifischen Aktivitäten mit der Zielwegweisung zu Orten und Sehenswürdigkeiten in einem System zusammengeführt werden. Die Marktforschung zu den Präferenzen der Radfahrer

(vgl. Kap. 5) belegt deutlich die sehr breiten Interessen und Aktivitäten der Radfahrer. Insofern sind **Querbezüge in der Beschilderung** (und nicht etwa ausschließlich auf das Radfahren begrenzte Beschilderungen) **markt- und kundengerecht**.

Für die Beschilderung nach FGSV-Standard bedeutet dies eine Verlagerung des Radfahrer-Symbols aus der Zielwegweisung in das Kurzschild (s.o.). Alle anderen Vorgaben der FGSV bleiben unberührt und sollten in der integrierten Beschilderung zur Anwendung kommen.

Die ideale Radroute

Besucherinformation und Beschilderung

- Durchgängige Serviceketten in der Besucherinformation: aufeinander **abgestimmte Informationen** in Reiseberichten, Karten, Internet, Beschilderung etc.;
- **Besucherlenkung** ab Autobahn, Bahnhof bzw. Haltestelle, Besucherparkplatz, Fährhafen, etc.;
- Internetbasierte mobile Dienste: Routen im Dialog nach Auswahlkriterien, differenzierte Routeninformationen, **GPS-Tracks im Download**;
- Durchgängige, **einheitliche Wegweisung nach FGSV-Standard**;
- Eindeutige, **klar verständliche Logos und Zeichnungen der Radrouten**;
- Örtliche **Informationstafeln mit Hinweisen** zu Sehenswürdigkeiten, Gastronomie, Unterkünften.

Routenführung

- Attraktive, abwechslungsreiche Routenführung entsprechend dem Thema / Namen der Route;
 - Landschaftliche Attraktivität, Einbindung von Naturattraktionen, Flüssen, Ebenen etc.
 - Thematische Attraktivität: Radweg als „roter Faden“ bzw. Verbindung verschiedener thematischer Einrichtungen
- Möglichst von Kfz-Verkehr freie Strecke (familienfreundlich);
- Meidung von Straßen bzw. Gebieten mit hoher Luftverschmutzung und Geruchsbelästigung.

Infrastruktur

- Glatte, gut zu befahrende **asphaltierte Oberfläche** ohne Hindernisse / Gefahrenstellen (Treppen, Poller, Umlaufsperrn);
- Ideale **Breite von 2,5 m** (ermöglicht das Nebeneinanderfahren und Begegnen von Rädern mit Anhängern sowie das Befahren von Wartungs- und Rettungsfahrzeugen);
- Angebot touristischer Infrastruktur in nicht allzu großen Abständen (Beherbergung verschiedener Kategorien, Gastronomie, Rastplätze etc.);
- **Radfreundliche Beherbergungsbetriebe** in direkter Nähe (max. 7,5 km) der Radroute;
- Anbindung an **ÖPNV mit Fahrradmitnahme** zu Start- und Endpunkt der Route, aber auch routen-

parallel zur Überbrückung von Abschnitten bei Pannen oder schlechtem Wetter;

- Vermarktung bzw. Darstellung der Route in **aktuellem Kartenmaterial** mit Übernachtungsverzeichnissen, Internetauftritt, GPS-Track der Route;
- Service unterwegs, z.B. **Müllfangkörbe** (Entsorgen, ohne Abzusteigen) und Schlauchautomaten, **Reparaturstationen** mit Schraubenschlüssel, Luftpumpe etc., diebstahlsicher an Reparaturstationen / Infotafeln angebracht.

Monitoring im Fahrradtourismus

Regelmäßiges und genaues **Nutzermonitoring** ist eine notwendige Voraussetzung, um Maßnahmen im Bereich Ressourcenmanagement, Produktentwicklung, Qualitätsmanagement sowie Marketing & Vertrieb planen, steuern, kontrollieren und begründen zu können. Empfehlenswert sind:

- Regelmäßige **Erfassung des Mengengerüsts und der Verhaltensweisen** der Tagesreisen den unter Einschluss der Verkehrsmittelnutzung, um Entwicklungen erkennen und Maßnahmen rechtzeitig ableiten zu können; Für die automatisierte Zählung von Radfahrern gibt es unterschiedliche Geräte. Bekannt aus dem Straßenverkehr sind **Induktionsschleifen**, die in die Fahrbahnen eingelassen werden. **Infrarot-Messungen** sind ebenfalls möglich. Für den mobilen Einsatz geeignet sind **pneumatische Schläuche**, die an der Bodenoberfläche angebracht werden.
- Weiterführung der **vergleichenden deutschlandweiten Befragung von Übernachtungsgästen**.

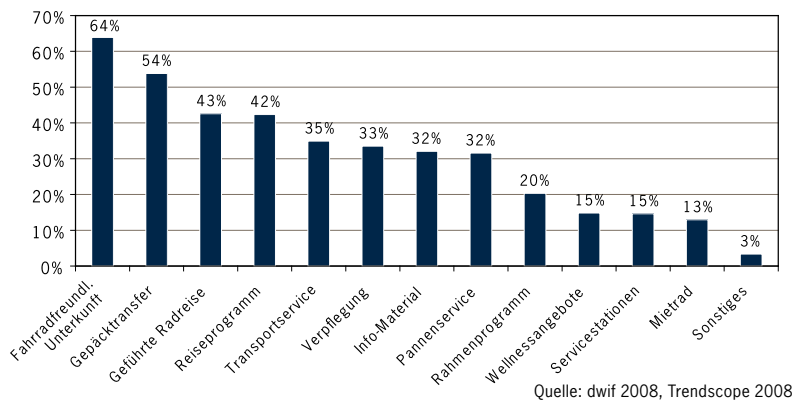
Radreisen

Unklarheit bestand bislang in der Frage, ob die Veranstalter in den Reisepaketen, die von den Fahrradtouristen tatsächlich gewünschten Bausteine kombinieren. Zur Klärung dieser offenen Frage wurde eine Sonderfrage in der zeitgleich zu dieser Grundlagenuntersuchung laufenden Trendscopec-Fahrradreisestudie geschaltet.

Die Reiseangebote verschiedener Radreiseveranstalter sind meist auf maximal eine Woche ausgelegt. Demgegenüber wünschen Pauschalradreisende häufig eine längere Reisedauer von 8 bis 14 Tagen. Kurzreisen mit ein bis drei Nächten, ein z.B. bei Städtereisen sehr beliebtes Zeitfenster, spielen derzeit bei Fahrradreisen von Veranstaltern nahezu keine Rolle.

Der Versuch, mit einem Angebot möglichst alle denkbaren Interessenten überzeugen zu können, ist nicht empfehlenswert. Veranstalter sollten den Mut haben, klar und eindeutig die anvisierte **Zielgruppe**, die am besten zu dem Angebot passt, **anzusprechen**.

Wunschbausteine bei Pauschal-Trekking-Radreisen n = 899, Mehrfachnennungen möglich



Qualitätsinitiativen für Unterkünfte und sonstige Dienstleister

Folgende Aspekte beleuchten wie es gelingen könnte, **fahrradtouristische** Aspekte in etablierte allgemeine **Klassifizierungssysteme** einzubringen, um diese mit noch mehr Aussagekraft zu versehen.

- Stärkere Kommunikation der Bedeutung des Fahrradtourismus bei den Unterkunftsanbietern, um die Attraktivität dieser Zielgruppe zu verdeutlichen;
- Entwicklung eines **ADFC-Kriterienkataloges** für fahrradfreundliche **Ferienwohnungen**;
- **Harmonisierung** bzw. Abstimmung der verschiedenen Zertifizierungssysteme auf regionaler Ebene mit dem ADFC-Kriterienkatalog, um den Gast nicht mit verschiedenen Gütesiegeln ähnlicher thematischer Ausrichtung zu verunsichern;
- Stärkere Kooperation der verschiedenen Zertifizierungsinstitutionen und zwingende **Kopplung** von allgemeinen **Sterneklassifizierungen von DTV und DEHOGA mit der ADFC-Zertifizierung** als Zusatzauszeichnung (Beispiel: Urlaub auf Bauernhof bzw. Urlaub auf dem Lande);
- Unabhängig von einer Zertifizierung sollte, gerade in Regionen mit einer starken Fokussierung auf Radfahrer, in allen **Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben ein Grundangebot für radfahrende Gäste** (z.B. Prospekte, Unterstellmöglichkeit) vorgehalten werden. Die örtliche Touristinformation sollte dabei als Ansprechpartner und wichtiger Ideengeber fungieren (Qualitätsoffensive Fahrradtourismus);
- Kooperation von Unterkunftsbetrieben und Fahrrad-Dienstleistern (z.B. in Bezug auf Gepäck- und / oder Transferservice) mit dem Ziel, dem Gast ein **umfassendes radgerechtes Angebot** machen zu können. Dies kann auch ein Zusammenschluss von verschiedenen Unterkunftsbetrieben sein, die gemeinsam eine bestimmte Dienstleistung für den Gast an Drittanbieter auslagern;

- **Ausweitung** von Qualitätsinitiativen der **ADFC-Zertifizierung auf weitere Betriebsarten** wie z.B. weitere Fahrrad-Dienstleister, z.B. nach dem Vorbild „ServiceQualität Deutschland“.

Gastronomie und Radfahren

Die touristische Attraktivität von Rad(fern)wegen wird auch durch das Zusammenspiel entsprechend attraktiver gastronomischer Angebote entlang der Route geprägt. Zwei Handlungsfelder sind von Bedeutung:

- Einzelbetriebliche Ausrichtung von Gastronomiebetrieben auf die Bedürfnisse von Radtouristen sowie
- die strukturelle Entwicklung und Ausgestaltung der Gastronomie entlang von Radrouten.

Für den einzelnen Gastronomiebetrieb bedeutet dies, mit Hilfe eines Maßnahmenbündels den eigenen Betrieb und dessen Angebote und Serviceleistungen zu optimieren und entsprechend zielgerichtet zu vermarkten. Folgende Beispiele für eine zielgruppenorientierte Angebotsentwicklung illustrieren Handlungsmöglichkeiten für den Gastronom.

- **Zugang / Information:** Informationen zum Betrieb (Entfernung, Öffnungszeiten, Mittagstisch, radlerfreundliches Angebot) sollen in die Besucherinformation (Beschilderung, Übersichtstafeln, Prospekte) integriert werden;
- **Abstellmöglichkeit für Fahrräder:** Eine sichere (wenn möglich überdachte) Abstellmöglichkeit für Fahrräder im Sichtbereich des Gastes ist Voraussetzung für eine entspannende Pause;
- **Ausstattung:** Bei schönem Wetter ist eine großzügige Außengastronomie von hoher Attraktivität;
- **Speisen & Getränke:** Ausgewogene kohlenhydratreiche, protein-, vitamin- und mineralhaltige Mahlzeiten (Getreideprodukte, Nudeln, Müsli, Obst) leichte, fettarme Gerichte und durstlöschende Getränke (z.B. Säfte, Saftschorle, Tees) sind gefragt. Ein spezieller „Radlerteller“ signalisiert die direkte Ansprache des Radfahrer;
- **Qualität:** Die Beteiligung an evtl. vorhandenen regionalen Qualitätslabels für radfreundliche Gastronomiebetriebe oder an der bundesweiten Bett & Bike-Zertifizierung für Gastronomiebetriebe signalisiert aktives Qualitätsmanagement und zielgruppengerechtes Angebot;
- **Service:** Gastronomische Betriebe können sich durch besonderen Zusatzservice für Radfahrer von der Masse abheben (z.B. Werkzeug, Kartenmaterial und Routenvorschläge der Region, aktuelle Fahrpläne des ÖPNV, Auskünfte zu möglichen Radtouren);
- **Spezialisierung auf Radtouristen:** Erstellung eigener Pauschalen, z.B. geführte Radtouren, „Radlerteller“, Picknickservice, ggf. Einbindung von Partnern bei der Erstellung von Angeboten.



Quellen

- **ADFC 2008:** Die ADFC Radreiseanalyse 2008.
- **ADFC Bett & Bike 2008:** Auszug aus der internen Statistik (unveröffentlicht).
- **Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) (Hrsg.) 2008:** Gabriel: Nationalparke sind bedeutende Faktoren für regionale Wertschöpfung. BMU-PresseDienst Nr. 173/08. Berlin.
- **Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (Hrsg.) 2007:** Verkehr in Zahlen 2007/2008. Hamburg.
- **Bundesvereinigung Kanutouristik (BKT) 2005:** Grundlagenuntersuchung zur Bedeutung und Entwicklung des Kanutourismus in Deutschland. Marburg.
- **DIN 66079-5:** Graphische Symbole zur Information der Öffentlichkeit, Teil 5: Verkehrstechnische Orientierungshinweise. Stand 1998. Hrsg.: Beuth Verlag GmbH. Berlin.
- **DIW, infas 2004:** Mobilität in Deutschland. Endbericht. Berlin/Bonn.
- **Deutscher Tourismusverband (DTV) (Hrsg.) 2004:** Wirtschaftsfaktor Campingtourismus in Deutschland. Bonn.
- **Deutscher Tourismusverband (DTV) (Hrsg.) 2006:** Städte- und Kulturtourismus in Deutschland. Bonn.
- **dwif 2002:** Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland. München.
- **dwif 2005-2007:** Tagesreisen der Deutschen, Schriftenreihe des dwif, Hefte 50-52, München.
- **ETI 2007:** Regionalwirtschaftliche Effekte des Radtourismus in Rheinland-Pfalz. Trier.
- **Europäische Reiseversicherung AG und Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. 2008:** Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus. Sonderauswertung Fahrradtourismus. München / Frankfurt a.M..
- **Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen (FGSV) 1998:** Merkblatt zur wegweisenden Beschilderung für den Radverkehr. FGSV Verlag GmbH.
- **HBR Brandenburg = Ministerium für Infrastruktur und Raumordnung & Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg 2008:** Hinweise zur wegweisenden Beschilderung für den Radverkehr im Land Brandenburg, Potsdam.
- **Liebsch, Frank 2003:** Praxis kompakt: Städtetourismus, Wellnesstourismus, Fahrradtourismus. Meßkirch.
- **Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismus (Hrsg.) 2005:** Touristisches Leitsystem in Sachsen-Anhalt – Handlungsempfehlung und Praxisleitfaden, 2. vollständig überarbeitete Auflage, Magdeburg/Berlin.
- **RWB 2000:** Richtlinien für die wegweisende Beschilderung außerhalb von Autobahnen. Hg.: Verkehrsblatt-Verlag Dortmund. Dok. Nr. B 5745
- **Trendscope 2008:** Radreisen der Deutschen 2008. Trendscope Marktstudie. Köln.
- **Zweirad GmbH (Hrsg.) 2007-2008:** Zweirad-Report 2007, 2008. Bad Soden A. Ts.



Der Fahrradtourismus bildet eines der wichtigsten touristischen Nachfragesegmente in Deutschland. Radfahren ist nahezu überall möglich. Per Fahrrad lassen sich nicht nur die Naturlandschaften erleben, zunehmend werden auch kulturelle Angebote für die Zielgruppe erschlossen. Darüber hinaus ist Radfahren gesunder Ausgleichs- und Ausdauersport, die Ausübung ist emissionsfrei und umweltfreundlich. Mit der vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Grundlagenstudie hat der Deutsche Tourismusverband e.V. erstmals für Deutschland den Fahrradtourismus in seiner Gesamtwirkung unter die Lupe genommen.

Dem Fahrradtourismus sind rund 153 Mio. Tagesreisen und 22 Mio. Übernachtungen pro Jahr zuzuordnen. Basis ist ein touristisches Radwegenetz von rund 75.000 km Länge und intensive Marketingaktivitäten der Tourismusbranche. Gesamtumsätze in Höhe von 9,16 Mrd. € pro Jahr unterstreichen den wirtschaftlichen Stellenwert des Fahrradtourismus. Aus diesen Umsätzen bestreiten in Deutschland rund 186.000 Personen ihren Lebensunterhalt (rein rechnerisch, bezogen auf das durchschnittliche Volkseinkommen).

Fahrradtouristen sind vielseitig aktiv: Die Studie belegt die zahlreichen Aktivitäten dieser Gästegruppe, die weit über das Radfahren hinausgehen. Hohe Bedeutung haben unter anderem Naturerlebnisse, regionale Küche und Besuchsmöglichkeiten. In der Bewertung des Angebotes erweisen sich die Fahrradtouristen als kritisch, allerdings auch überwiegend sehr zufrieden mit dem Angebot im Radlerland Deutschland.

Angesichts der oben aufgezeigten Situation muss es das Ziel von Tourismuspolitik und -verwaltung sein, den Fahrradtourismus weiter zu fördern. Sowohl die objektiven Angebotsvoraussetzungen als auch die nachfrageseitigen Prognosen lassen erwarten, dass dieser touristische Teilbereich nicht nur eine hervorragende Marktposition innehat, sondern dass dieses Segment auch geeignet ist, beim Incoming erfolgreich zu punkten.

Die Grundlagenuntersuchung zum Fahrradtourismus in Deutschland richtet sich an die Entscheidungsträger aus dem Tourismus, der Politik und der Wirtschaft sowie an die Verantwortlichen in kommunalen, regionalen und landesweiten Bereichen des Fahrradtourismus.

Die ausführliche Grundlagenuntersuchung zum Fahrradtourismus in Deutschland steht als Download zur Verfügung unter:

www.deutschertourismusverband.de



DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E.V.

Projektbegleitender Fachbeirat

Bundesministerien

- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
- Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit

Vertreter der Ministerien der Länder

- Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern
- Wirtschaftsministerium des Landes Baden-Württemberg
- Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau, Rheinland-Pfalz

Vertreter der Bundesorganisationen

- Deutscher Tourismusverband e.V.
- Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
- Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V.

Vertreter der Landestourismusorganisationen

- TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
- Tourismus Zentrale Saarland GmbH
- Thüringer Tourismus GmbH

Vertreter der Tourismusregionen

- Tourismusverband Naturpark Altmühltal
- Projektbüro Emsradweg

Vertreter der Radreiseveranstalter

- Rückenwind Reisen GmbH
- Die Mecklenburger Radtour