

**Gemeinsame Stellungnahme
des Deutschen Tourismusverbandes e.V., des Allgemeinen Deutschen
Fahrrad-Clubs (Bundesverband) zum Projekt „Erweiterung Radnetz
Deutschland“ im Rahmen des Nationalen Radverkehrsplan 2020 (NRVP 2020)**

ADFC und DTV begrüßen ausdrücklich, dass das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) im Rahmen des NRVP 2020 die Umsetzung des Handlungsfeldes Fahrradtourismus forciert und sich maßgeblich für die Stärkung des Radtourismus in Deutschland einsetzt.

Bewertung des Projektes „Erweiterung Radnetz Deutschland“

Das derzeitige Projekt verfolgt die quantitative Erweiterung und Verdichtung des Radnetzes Deutschland, deren Digitalisierung und Darstellung im Radroutenplaner Deutschland. Die Benennung der neu aufzunehmenden Routen erfolgt über die Länder, die jeweils unterschiedliche Ansätze für die Routenauswahl heranziehen. Die für die Routenauswahl definierten Qualitätskriterien finden nur zum Teil Anwendung und bedürfen darüber hinaus noch der weiteren Abstimmung (z.B. Definition von Mindestanforderung, Abstimmung mit bestehenden Qualitätsstandards stehen noch aus). Die Anwendung der Qualitätskriterien ist bisher noch nicht geklärt. Auftrag und Motivation der Erweiterung des Radnetzes Deutschland werden aus dem NRVP 2020 (S.43f.) abgeleitet.

Der NRVP 2020 sieht korrekterweise vor, dass der Bund sich weiter für den Ausbau und die Erweiterung des Radnetzes Deutschland einsetzen soll (vgl. NRVP 2020 S.44). Diese Forderung zielt allerdings auf einen qualitativen (nicht quantitativen) Ausbau und eine qualitative (nicht quantitative) Erweiterung des Netzes ab. Die Auslegung wird eindeutig in den Ausführungen des NRVP unter 5.2 Handlungserfordernisse (S.43) begründet. Hier wird darauf verwiesen, dass „...der Schwerpunkt der radtouristischen Entwicklung nicht nur auf einer (weiteren) Ausweitung des Routennetzes, sondern insbesondere auf der Verbesserung der Qualität bestehender Routen liegen“ sollte.

Quantitative Verdichtung des Radnetzes Deutschland aus touristischer Sicht nicht sinnvoll!

Das derzeitige Radnetz Deutschland ist eine Einheit von zwölf D-Routen und in seiner Gesamtheit als ein radtouristisches Angebot in Deutschland zu verstehen. Die D-Routen verlaufen dabei auf bestehenden Radfernwegen und sollen zentrale radtouristische Verbindungen repräsentieren. Dieses Netz ist künftig durch die Förderung einer qualitativ hochwertigen Infrastruktur sowie der bundeseinheitlichen Koordinierung voranzutreiben. Derzeit gibt es für das Radnetz Deutschland keine flächendeckenden validen Daten zur Routenqualität, Ausschilderung und Begleitinfrastruktur. Eine systematische Bestandsaufnahme fand bis dato aufgrund fehlender Zuständigkeiten und bundeslandübergreifender Koordinierung nicht statt.

Für die touristische Vermarktung sowohl im In- als auch Ausland bedarf es einer Priorisierung. Sowohl das Auslandsmarketing der Deutschen Zentrale für Tourismus als auch das Landesmarketing der einzelnen Bundesländer konzentrieren sich in der Vermarktung auf Leuchttürme, die die Bandbreite des Angebotes darstellen.

Der Gast sucht ebenfalls gezielte Empfehlungen. Das angestrebte „erweiterte Radnetz Deutschland“ ist dafür zu verdichtet und hinsichtlich der Qualität zu intransparent bzw. nicht abgesichert. Das Radnetz Deutschland würde in Folge gänzlich aus der Vermarktung fallen.

Digitalisierung des Radnetzes Deutschland wird begrüßt!

Die im Zuge des Projektes vorgesehene Digitalisierung des Radnetzes wird ausdrücklich begrüßt. Das Radnetz Deutschland ist mangels Daten derzeit nicht routingfähig. Es liegen nur rudimentär und vereinzelt digitale Daten fürs Routing vor. Auch vor dem Hintergrund, dass es nur zu vereinzelt D-Routen Kartenmaterial in gedruckter Form gibt, schafft die Digitalisierung der Routen einen erheblichen Mehrwert für das touristische Marketing und wertet das Radnetz Deutschland als touristisches Angebot deutlich auf.

Empfehlung zum weiteren Vorgehen

Der Bund muss sich für die Förderung eines qualitativen Ausbaus des Radnetzes Deutschland sowie deren bundeseinheitliche Koordinierung einsetzen

- **Die Realisierung des Radroutenplaners Deutschland und das Radnetz Deutschland mit seinen 12 D-Routen dürfen nicht vermengt werden.**
- **Sofern ein neues Gesamtnetz für den Radverkehr festgelegt wird und dieses im Radroutenplaner Deutschland dargestellt werden soll, sollte dieses unabhängig vom touristischen Radnetz Deutschland definiert werden.**
- **Für die weitere Fortsetzung des Projektes begrüßen wir die Fortführung des konstruktiven Dialogs und Austausch zwischen der Verkehrs- und Tourismusbranche.**

Berlin, den 13.12.2018

*Der **Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV)** setzt sich seit 1902 für eine erfolgreiche touristische Entwicklung in Deutschland ein. Als Dachverband kommunaler, regionaler und landesweiter Tourismusorganisationen vertritt der DTV die Interessen seiner rund 100 Mitglieder gegenüber Politik und Behörden, setzt Impulse, vernetzt Akteure miteinander und fördert einen zukunftsweisenden Qualitätstourismus im Reiseland Deutschland.*

*Der **Allgemeine Deutsche Fahrrad-Club (ADFC)** ist mit mehr als 175.000 Mitgliedern die größte Interessenvertretung der Radfahrerinnen und Radfahrer in Deutschland und weltweit. Der Verband setzt sich mit Nachdruck für die Verkehrswende in Deutschland und eine sichere und komfortable Infrastruktur ein. Radfahren in der Freizeit und im Urlaub ist dabei ein wesentlicher Baustein.*

Hintergrundinformationen

Radtourismus in Deutschland – heute

In Deutschland gibt es über 250 Radfernwege. Einen Radfernweg definiert der ADFC als national bedeutende Route, mit einer Mindestlänge von 100 Kilometern. Jeder Radfernweg wird in Deutschland von einem Routenbetreiber betreut, zumeist sind dies Tourismusorganisationen. Dieser Betreiber kümmert sich um die Infrastruktur, Beschilderung und Vermarktung der Route. Er ist Ansprechpartner für Touristen, sozusagen die Telefonnummer des Radfernweges. Stimmen Qualität und Vermarktung der Radfernwege, profitieren Leistungsträger entlang der Strecke von wachsenden Touristenzahlen und deren Ausgaben in Übernachtung, Gastronomie und Dienstleistungen. Überzeugt das Angebot nicht, findet die Route keinen Einzug in das (Landes-)marketing oder es findet sich kein Routenbetreiber. Radrouten - koordiniert und entwickelt durch den Betreiber - sind marktfähige Produkte, deren Erfolg abhängig von Angebot und Nachfrage ist.

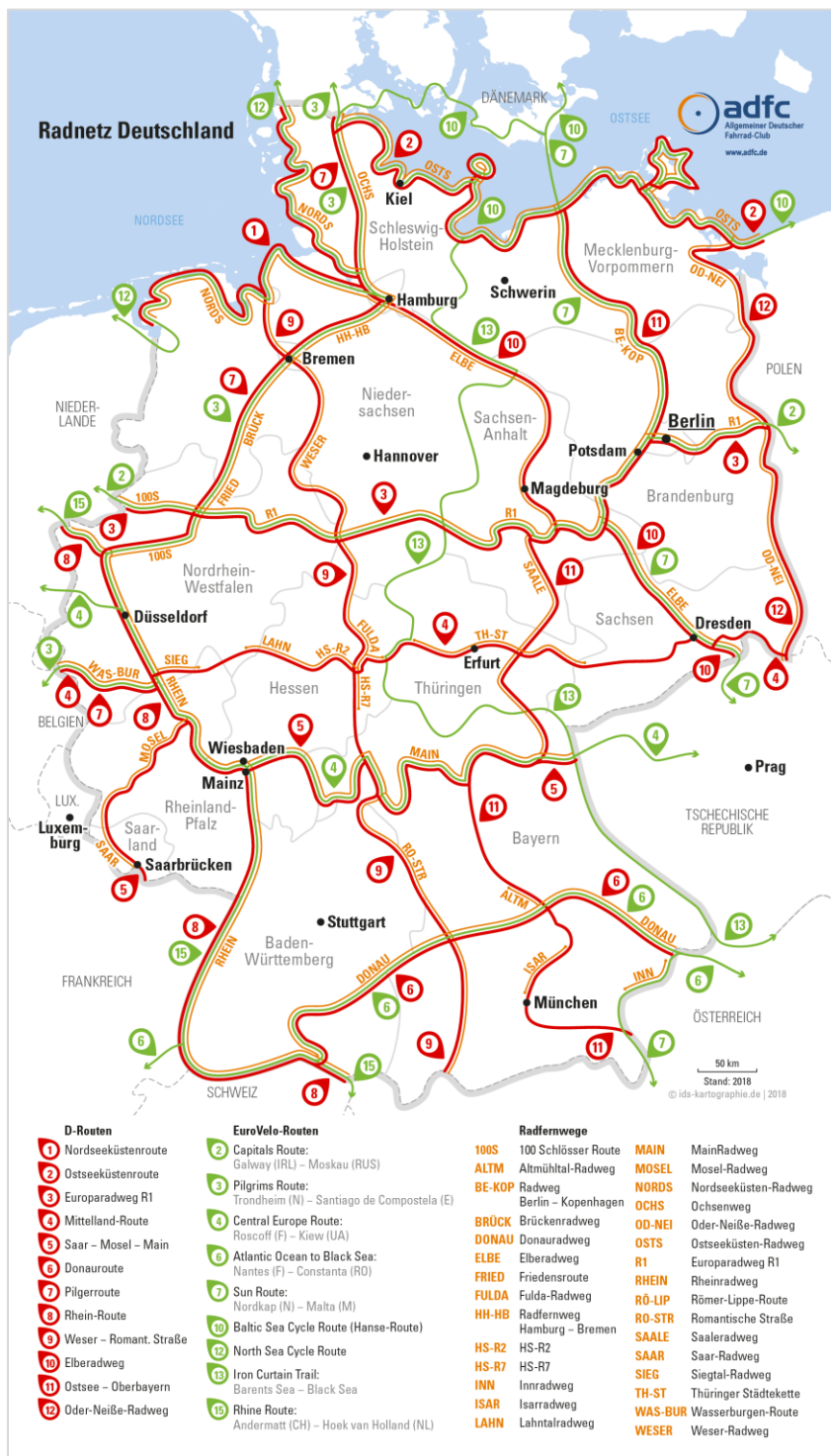
Deutschland im internationalen Vergleich

Deutschland ist Vorreiter im Radtourismus. Kein anderes Land hat diese Fülle an radtouristischen Angeboten. Ein Grund dafür ist die Entwicklung der Radrouten als marktfähige Produkte. In unseren Nachbarländern entwickelt sich der Radtourismus häufig nicht marktgetrieben, sondern durch staatlich finanzierte und politisch gewollte Projekte. Es gibt dort zwar ein zentral festgelegtes Routennetz, aber keine Fülle an thematischen Radrouten wie in Deutschland. Die Routen folgen einer festen Systematik aber nicht zwangsläufig den Kundenbedürfnissen. Diese Netze aus wenigen Hauptrouten dienen als Rückgrat, entlang dem sich der Radtourismus in vielen Ländern entwickelt.

Entstehung des Radnetzes Deutschland/ D-Netz

Bis in die 90er Jahren war der Radtourismus in Deutschland unkoordiniert, unsystematisch und ein unterschätzter Tourismusweig. Es gab Produktansätze, aber vielfach keinen zentralen Ansprechpartner für einzelne Radfernwege. Aufgrund der föderalen Struktur und Geschichte Deutschlands wurden Radrouten häufig nur innerhalb der Bundeslandgrenzen betrachtet. Vor diesem Hintergrund entstand die Forderung nach einem D-Routen Netz. Mithilfe von 12 Routen sollten einzelne Regionen national verbunden und eine Koordination über die Ländergrenzen hinweg geschaffen werden. Die D-Routen wurden dabei bestehenden Radfernwegen zugewiesen z.B. Elberadweg, Nordseeküsten-Radweg; mit der Intention, zentrale radtouristische Achsen in Deutschland mit nationaler und internationaler Bedeutung auszuwählen. Diese Achsen sollten zu Premiumprodukten mit einer einheitlichen Wegweisung und qualitativ hochwertiger Infrastruktur entwickelt werden. Ziele des D-Netzes waren die **Förderung der Koordinierung** und eine **Qualitätsoptimierung für den Radtourismus** in Deutschland **initiiert vom Bund**.

Das D-Netz wurde in den 00er Jahren in Radnetz Deutschland umbenannt, die Forderung blieb identisch. In Pilotprojekten zur D-Route 3 oder D-Route 12 wurden Bestandsaufnahmen mit dem Ziel der Qualitätsoptimierung durchgeführt. Auf Initiative von Ländern und Kommunen wurden die Routen mit den entsprechenden D-Routen-Logo beschildert und in die Vermarktung mit aufgenommen. Der tatsächliche Realisierungsstand der Beschilderung des Radnetzes Deutschland ist nicht bekannt. Es fehlt fortwährend die bundesweit systematische Umsetzung des Radnetzes Deutschland.



Quelle: ADFC/IDS

