



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.deutschertourismusverband.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.deutschertourismusverband.de

Vorwort

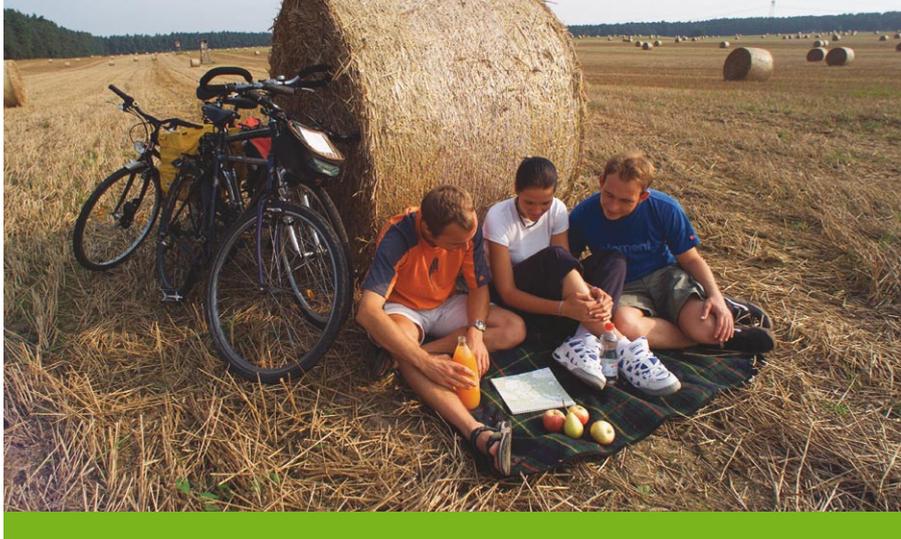
Fahrradurlaub in Deutschland – beliebter denn je! Im touristischen Geschehen gehört das Thema „Radfahren“ zu den Dauerbrennern und zeichnet große Wachstumspotenziale auf. Auch hier zeigt sich der Deutschlandtourismus einmal wieder von seiner vielfältigen Seite!

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 Nachfrage-segmente. 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.

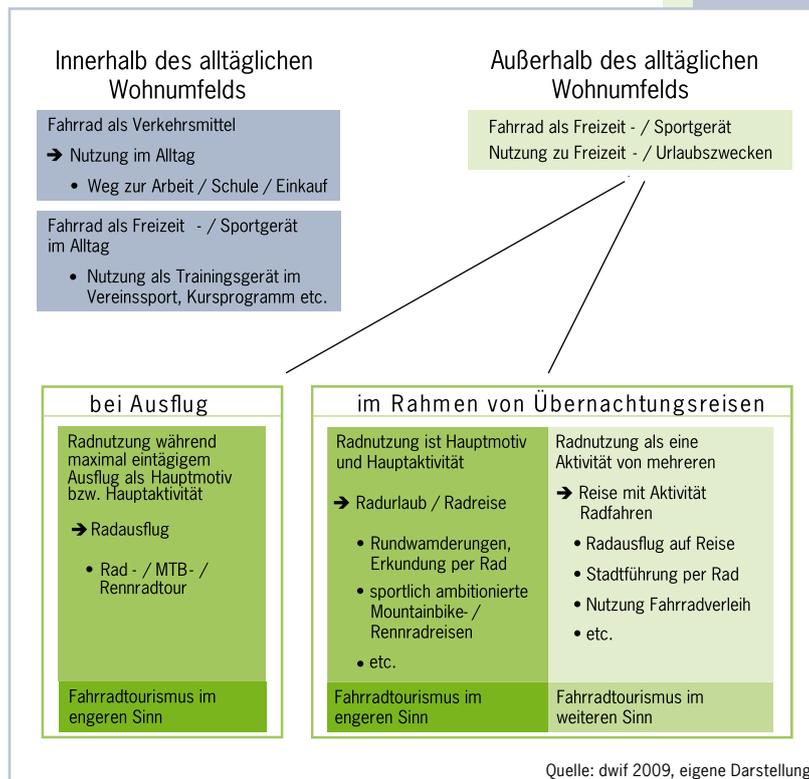
Die Autoren, in Abstimmung mit dem projektbegleitenden Fachbeirat der hier vorgelegten Studie, legen der Arbeit die nachfolgenden Definitionen zu Grunde:

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.



Definition Fahrradtourismus



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.

3. Wirtschaftsfaktor Fahrradtourismus

Mengengerüst Fahrradtourismus ohne Übernachtung

Die Quantifizierung des Nachfragesegments „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.**

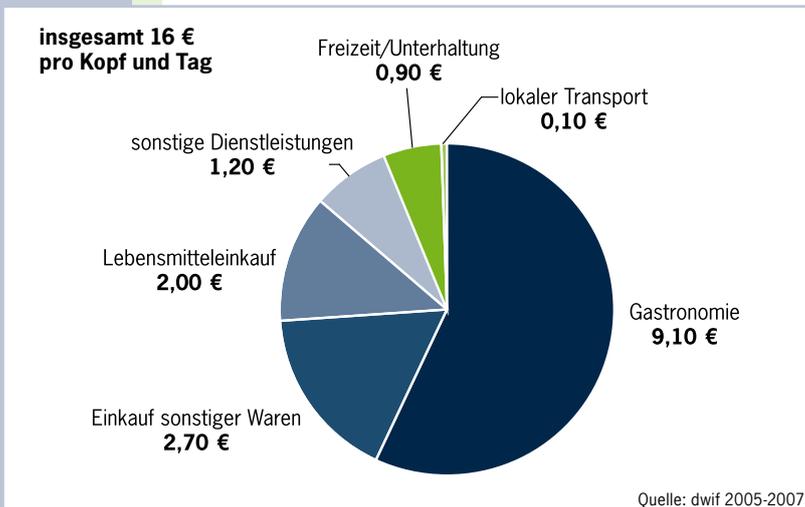
Für die Selektion des Fahrradtourismus gilt auch hier: 1. genanntes Motiv der Reise ist Fahrradreise und 2. die Aktivität „Fahrradfahren“ wurde tatsächlich häufig ausgeübt. Die Hochrechnung der Ergebnisse berücksichtigt die Tatsache, dass Fahrradtouristen, die sich auf einer Rundreise befinden

Mengengerüst der Fahrradurlauber mit Übernachtung

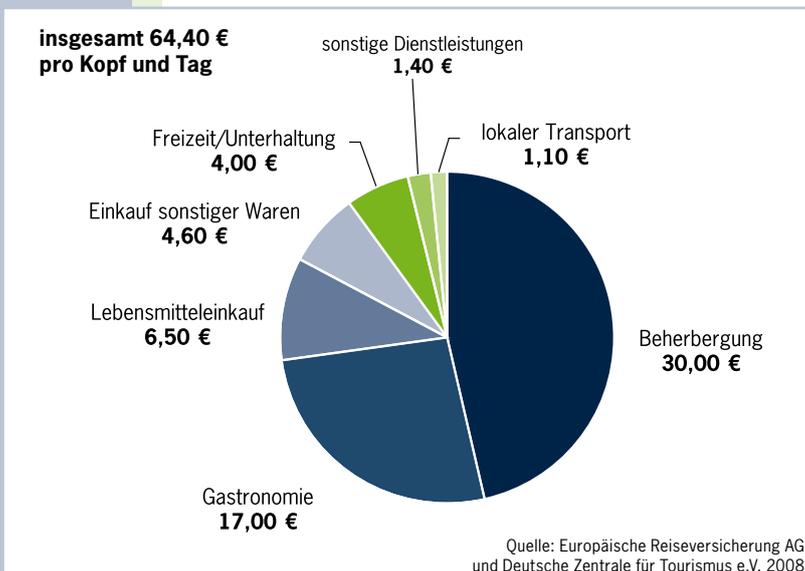
Definition	Erklärung	Übernachtungen (gewerblich und privat)
Radurlauber (engste Definition)	Reiseart Radurlaub <u>und</u> häufige Nutzung des Fahrrads	22,0 Mio.
Urlauber mit Nebenmotiv Radurlaub (mittlere Definition)	alle Reisenden mit Urlaubsart Radurlaub, unabhängig der Nutzungshäufigkeit des Fahrrads	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 Gastgewerbeausgaben schwerpunktmäßig im Beherbergungsbereich an (63,8 % für Beherbergung und 36,2 % für Gastronomie), während bei den Ausflüglern keine Übernachtungsausgaben zu Buche schlagen und die Gastgewerbeausgaben 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

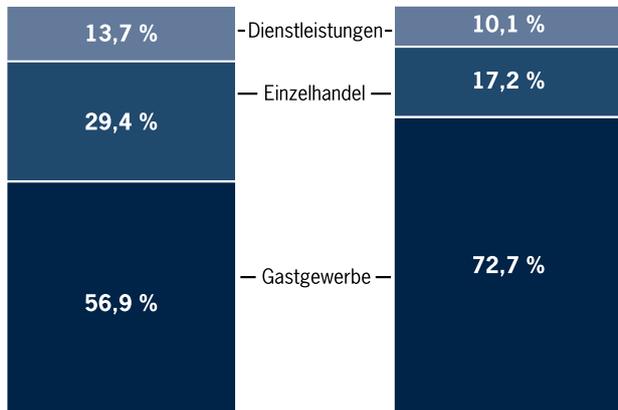
Durch Fahrradtouristen mit und ohne Übernachtung werden pro Jahr in Deutschland 3,869 Mrd. € am Zielort ausgegeben, die dort primäre und sekundäre ökonomische Effekte auslösen. Allerdings werden durch die hierbei zu Grunde liegende Berechnungsmethode nicht alle Umsätze erfasst, die mit dem Fahrradtourismus in Verbindung gebracht werden können. Um zumindest eine grobe Vorstel-

Vom Fahrradtourismus in Deutschland profitierende Wirtschaftszweige

Bruttoumsatz Fahrradtourismus: 3,869 Mrd. €

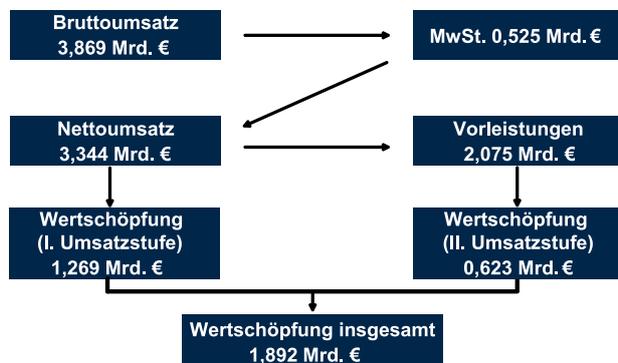
Fahrradausflügler
Bruttoumsatz: 2,448 Mrd. €

Übernachtende Fahrradtouristen
Bruttoumsatz: 1,421 Mrd. €



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 Fahrradurlaubern 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. Fahrradurlauberübernachtungen 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 Fahrradtourismus zugerechnet.

Gesamtbetrachtung der vom Fahrradtourismus ausgehenden ökonomischen Effekte

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 **9,16 Mrd. €** (Bruttoumsatz vor Ort 3,869 Mrd. € + fahrradtouristische Investitionskosten 5,2942 Mrd. €) direkt oder indirekt dem Fahrradtourismus 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 Fahrradtourismus (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 Fahrradtourismus 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 Fahrradtourismus entspringt.
- Die Zahl der tatsächlich Beschäftigten, deren Einkommen ganz oder zumindest anteilig auf den Fahrradtourismus zurück zu führen ist, liegt deutlich höher. Es ist nämlich eher die Regel, dass aus dem Fahrradtourismus 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 Fahrradtourismus mit anderen touristischen Nachfragesegmenten

Wie ist ein vor Ort entstehender Gesamtumsatz in Höhe von 3,9 Mrd. € pro Jahr, der dem Fahrradtourismus 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 Tagesausflügler 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 Radfahren 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

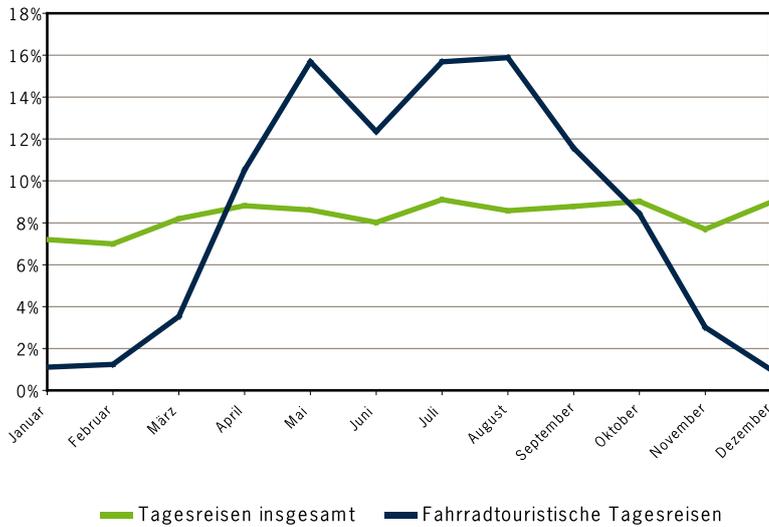
für Radtouren unbestritten ist, sind bei der Alpenregion, die den Spitzenplatz einnimmt, doch weiter gehende Erklärungen notwendig. Nahe liegend ist, dass „Mountainbiking“ hier beste Bedingungen vorfindet. Wichtiger erscheint jedoch die Tatsache, dass zu dieser Region auch die Voralpen zu zählen sind, 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.

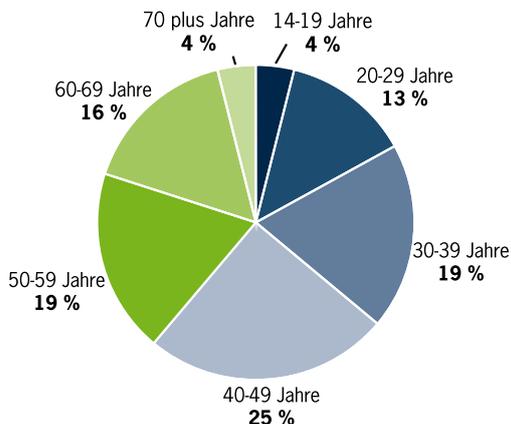
Herkunft und Besuchserfahrung

Fahrradurlauber in Deutschland stammen zu **95 % aus Deutschland, 5 % kommen aus dem**

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).

Alter der Radurlauber

σ - Alter Radurlauber
45,7 Jahre



Quelle:
Europäische Reiseversicherung AG und
Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. 2008

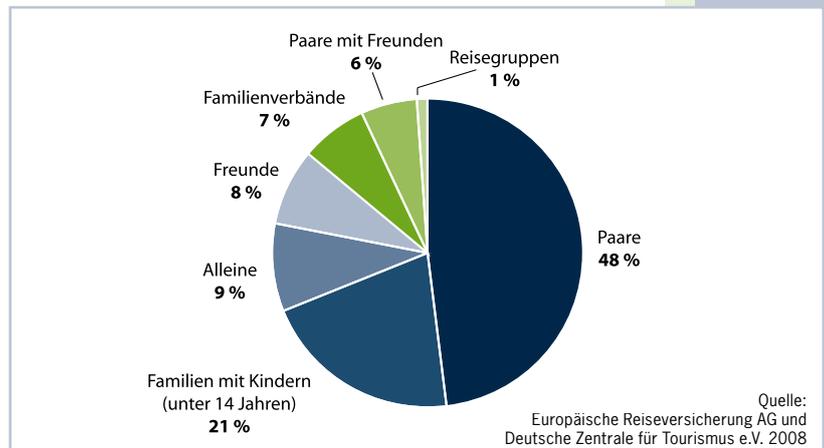
Ein erster Hinweis auf die Qualität der fahrradtouristischen Angebote zeigt sich in der Tatsache, dass 46 % der Gäste bereits häufiger eine bestimmte Region besucht haben, etwa 34 % waren zum ersten Mal dort. Deutsche Reiseregionen scheinen in punkto Servicequalität und Gästebetreuung schon erfolgreich zu arbeiten. Gerade die Stammgäste zeigen eine, im Vergleich zu anderen Urlauberguppen, außergewöhnlich hohe Wiederbesuchsabsicht (Note 1,3 statt 1,5 auf einer 6 Notenskala). 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 Fahrradurlaubern erklärt, dass das **Durchschnittsalter** der Fahrradurlauber 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 Fahrradurlaub.

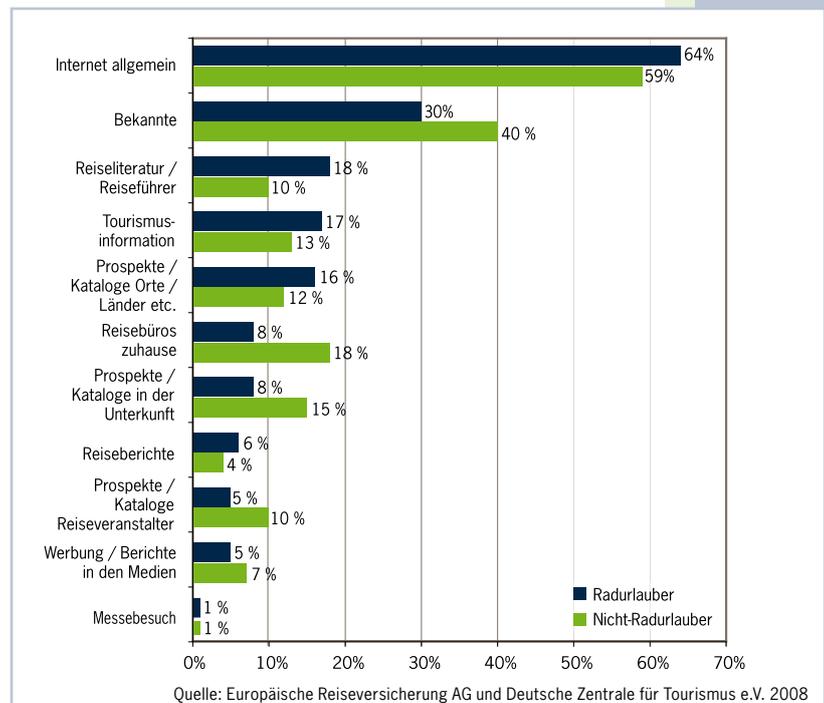
Mitreisende der Radurlauber



Informations- und Buchungsverhalten

Rund zwei Drittel der Gäste informieren sich vor Beginn der Reise über das Zielgebiet. Hier dominiert das **Internet (bei Fahrradurlaubern 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 Fahrradurlaubern besonders stark frequentiert wird. Rund 30 % der Fahrradurlauber informieren sich nicht im Vorfeld ihrer Reise; sie kennen sich aus oder sind sogar Stammgäste. Dieser Wert entspricht den Verhältnissen anderer Gästegruppen.

Informationsquellen der Radurlauber Mehrfachnennungen möglich

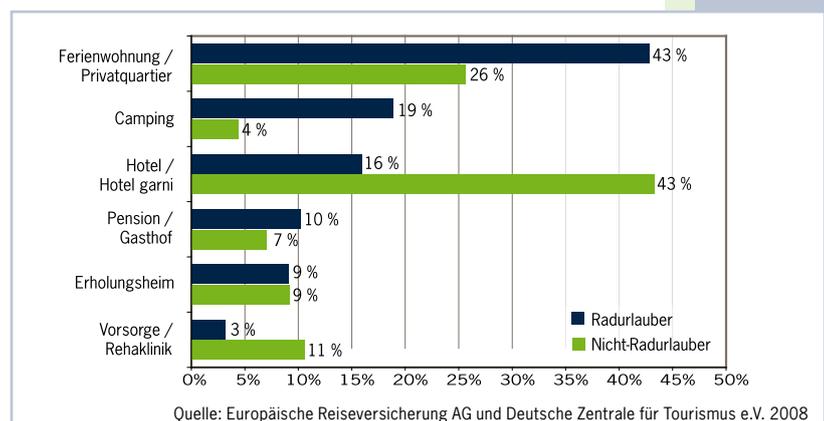


Wahl der Unterkunft

Fahrradurlauber zeigen eine besondere **Affinität für Ferienwohnungen**. Diese Aussage mag auf den ersten Blick überraschen, erklärt sich aber aus der Tatsache, dass 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 Fahrradurlauber 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.

Wahl der Unterkunft



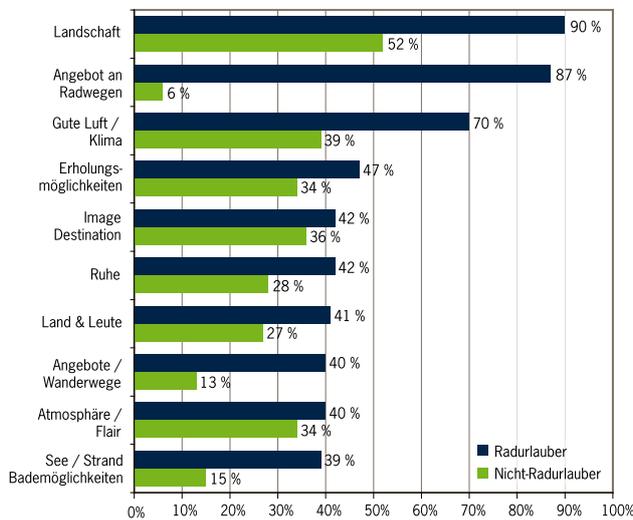
Hauptverkehrsmittel zur Anreise

Fahrradurlaub in Deutschland beginnt in 5 von 6 Fällen **mit einer Anreise mit dem PKW oder dem Wohnmobil**. Immerhin 6 % der Fahrraddurlauber unternehmen ihre Reise von Beginn an mit dem Fahrrad. 7 % der Fahrraddurlauber 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, wengleich 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

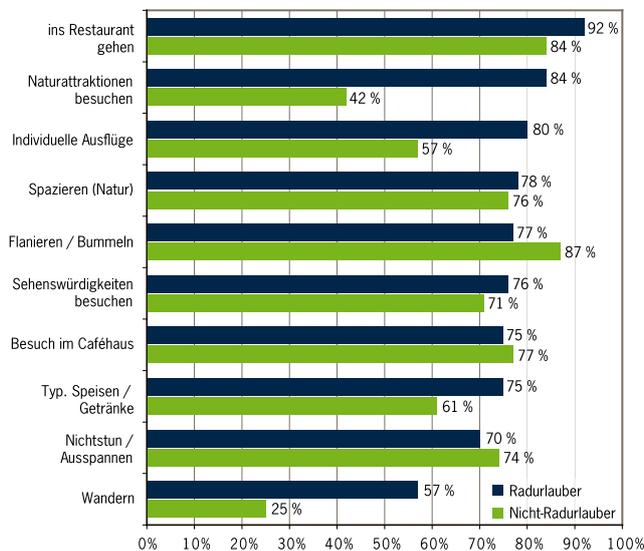
Mehrfachnennungen möglich



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 Fahrraddurlauber 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

Fahrradurlauber 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.

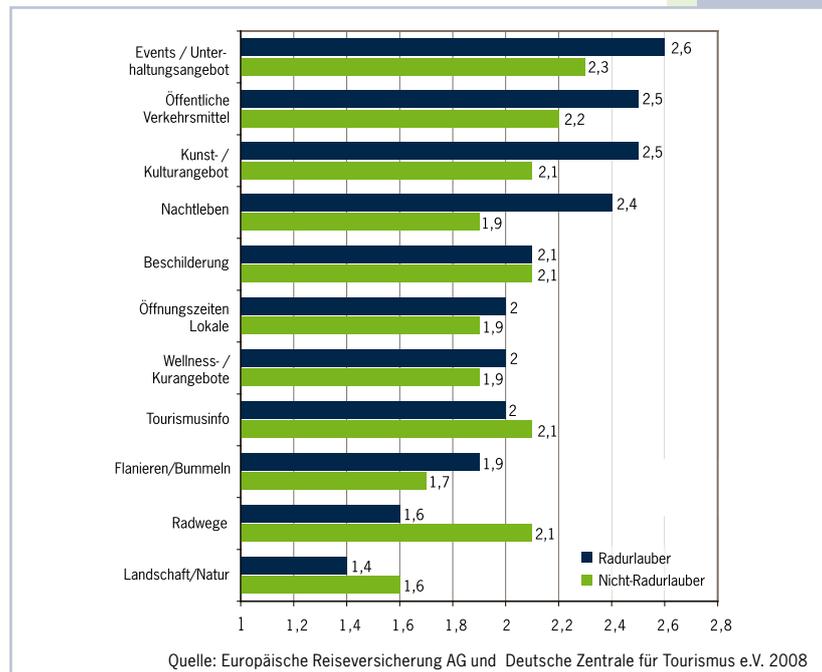
Zufriedenheit von Radurlaubern

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

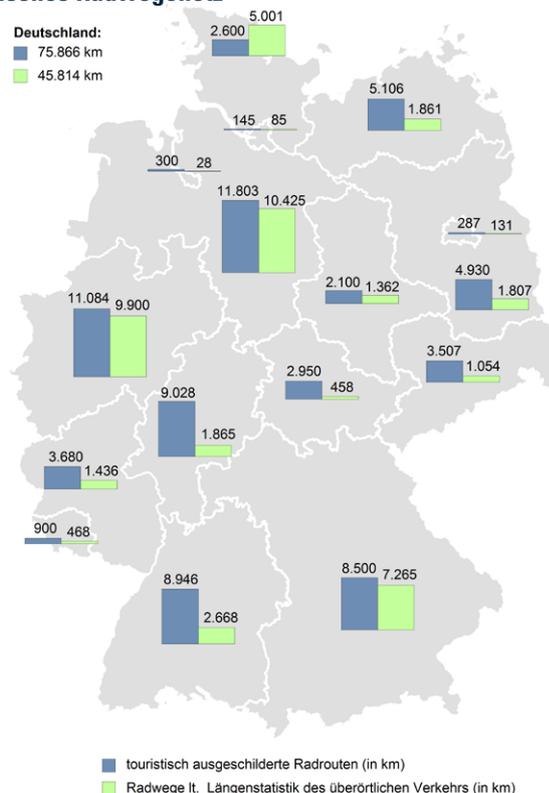
Das touristische Radroutennetz

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-Radrouten, 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



Quelle: dwif 2009, eigene Darstellung

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 unmittelbarer 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



D-ROUTE



Bett & Bike

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 Wadenbeiber“ 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.

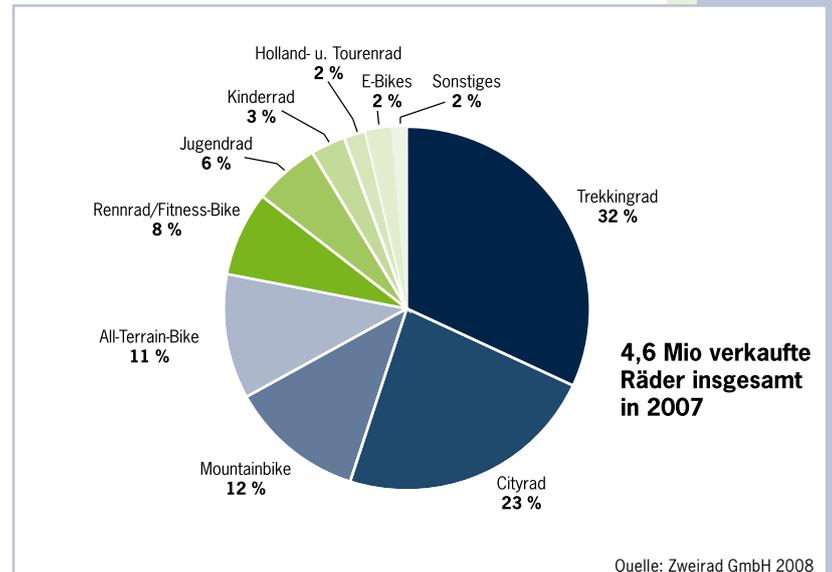
Schätzungen des Zweirad-Industrie-Verbandes e.V. (Zweirad GmbH 2008) zufolge wurden **2007 in Deutschland 4,6 Millionen Fahrräder verkauft**. Der durchschnittliche **Preis pro Fahrrad beträgt 368 €**. Der Umsatz mit Fahrrädern lag 2006 bei rund 1,5 Mrd. €, im Jahr 2005 lag er bei rund 1,6 Mrd. €.

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 Teilabschnitten 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 Verbänden 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

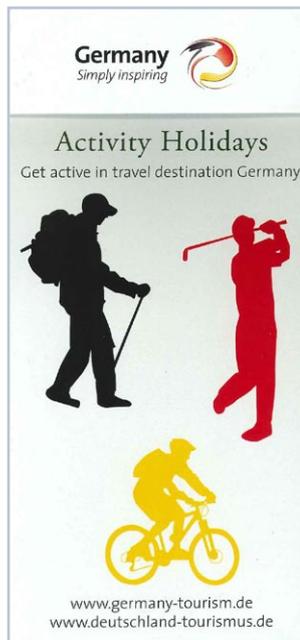


7. Vermarktung des Radtourismus in Deutschland

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

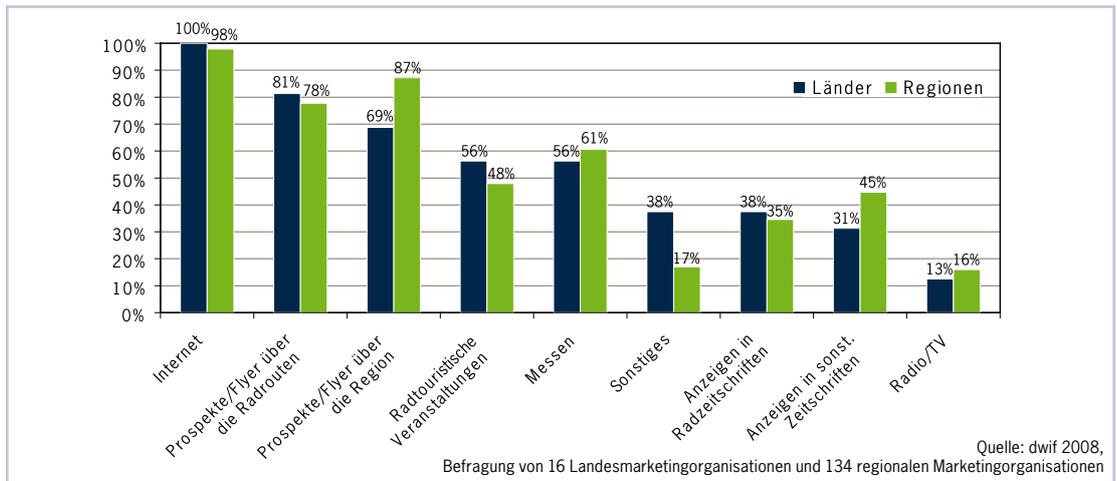
Bedeutung des Radfahrens in der zukünftigen Vermarktung der Tourismusregionen

	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. It features a navigation menu, a main heading 'streckennetz', and a detailed view for 'Tour 1'. The tour description includes details about the route from Rodalben to Johanniskreuz, its length (54.2 km), and elevation (1140 m). It also provides a list of GPS downloads and a section for 'Impressionen' with a photo of a cyclist.

This block contains two screenshots. The top one is a topographic map of the Pfälzerwald region, showing the route of 'Tour 1' connecting Rodalben, Johanniskreuz, and Burgalben. The bottom screenshot is an elevation profile for the same route, showing the terrain's rise and fall between Rodalben and Johanniskreuz. The profile includes markers for various points of interest like 'Gaststätte', 'schöner Ort', and 'stiller Anstieg'.

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. Führte 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 Umweltschranken (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 „Anschließerangebote“ 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.

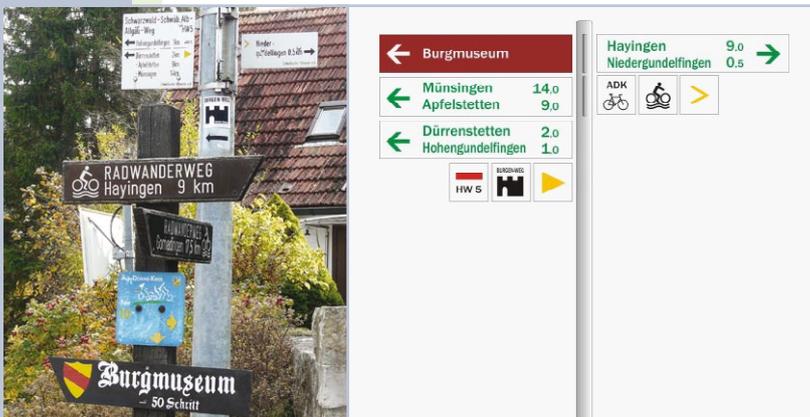
Information und Beschilderung für Radfahrer

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 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 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, Umlaufsperrern);
- 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 Tagesreisenden 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. **Infra-rot-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 Trendscape-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

- **Ausweitung** von Qualitätsinitiativen der **ADFC-Zertifizierung auf weitere Betriebsarten** wie z.B. weitere Fahrrad-Dienstleister, z.B. nach dem Vorbild „ServiceQualität Deutschland“.

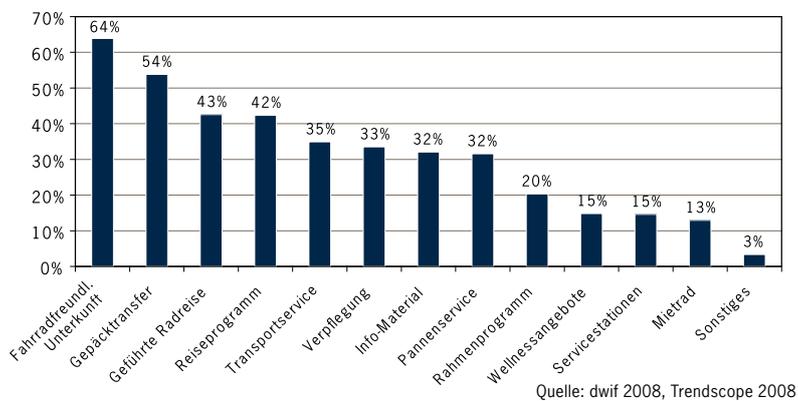
Gastronomie und Radfahren

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.



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;



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.

Angeht es um die oben aufgezeigte 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.deuschertourismusverband.de

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



DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E. V.