

Radtourismus in Sachsen-Anhalt



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Wirtschaft und Arbeit

Tourismus-Studien
Sachsen-Anhalt

28

Radtourismus in Sachsen-Anhalt

Analysen, Handlungsempfehlungen, Perspektiven

Magdeburg 2008

Inhalt

1	Einleitung	9
2	Radsport in Deutschland	10
2.1	Marktdaten zum Radsport in Deutschland	10
2.2	Radfahrer – Typen, Gründe und Motive.....	12
3	Situation des Radtourismus	14
3.1	Angebotssituation in Deutschland	15
3.1.1	Destinationen im Radtourismus	15
3.1.2	Radwege als spezielle Angebotsvoraussetzung.....	17
3.1.3	Verkehrsmittel und Verkehrsträger im Radtourismus	20
3.1.4	Radtouristische Dienstleistungsbetriebe	21
3.1.4.1	Beherbergung	21
3.1.4.2	Gastronomie	23
3.1.4.3	Freizeiteinrichtungen.....	25
3.1.4.4	Spezialisierte Betriebe im Radtourismus	25
3.1.5	Radtouristischer Vertrieb	25
3.1.6	Benchmark: Qualitätssicherung in Schleswig-Holstein	27
3.2	Angebotssituation in Sachsen-Anhalt	31
3.2.1	Landestouristische Schwerpunktregionen und deren Bezug zum Radtourismus.....	31
3.2.2	Radwege als landesspezifische Angebotsvoraussetzung.....	32
3.2.2.1	Quantitative Bestandsaufnahme.....	32
3.2.2.2	Qualitative Bestandsbewertung – Ergebnisse der Radwegsbefahrungen.....	34
3.2.3	Verkehrsmittel und Verkehrsträger in Sachsen-Anhalt	39
3.2.4	Radtouristische Dienstleistungsbetriebe in Sachsen-Anhalt	41
3.2.5	Produktgestaltung und Vertrieb im Radtourismus Sachsen-Anhalts	43
3.2.6	Zusammenfassung des radtouristischen Angebots in Sachsen-Anhalt mit Handlungsempfehlungen.....	44
3.3	Nachfrager im Radtourismus.....	47
3.3.1	Nachfragesituation in Deutschland	47
3.3.1.1	Radtouristen-Typologien	47
3.3.1.2	Marktvolumen	48
3.3.1.3	Ausgabe- und Reiseverhalten	48
3.3.1.4	Motive.....	52
3.3.1.5	Rad-Reiseziele	52
3.3.1.6	Soziodemografische Informationen	52
3.3.2	Zusammenfassung der allgemeinen radtouristischen Nachfrage.....	53
3.3.3	Nachfragesituation in Sachsen-Anhalt	54
3.3.3.1	Destinationsbezug/ Reiseart.....	54

3.3.3.2	Genutzte Radwege	55
3.3.3.3	Reisedauer und Strecke.....	55
3.3.3.4	Begleitung.....	55
3.3.3.5	Tagesetappen.....	55
3.3.3.6	Ausgabeverhalten, Gesamtausgaben.....	56
3.3.3.7	Unterkunft.....	57
3.3.3.8	Verkehrsmittel.....	57
3.3.3.9	Aktivitäten	58
3.3.4	Zusammenfassung der radtouristischen Nachfrage in Sachsen-Anhalt und Handlungsempfehlungen.....	59
4	Zukunftssicherung des Radtourismus in Sachsen-Anhalt	61
4.1	Einbeziehung von Innenstädten/ Ortskernen und Sehenswürdigkeiten	61
4.2	Entwicklung eines neuen Produktverständnisses für Radwege und deren Etappen	61
4.2.1	Denken in Etappenstrukturen zur touristischen Produktentwicklung.....	61
4.2.2	Touristische Radwege als Marken	62
4.2.3	Inszenierung touristischer Radwege	63
4.3	Qualitätssicherung und Produktentwicklung: Produktmanager	66
4.3.1	Ausgangslage: Radtourismus im Destinationsmarketing.....	66
4.3.2	Produktmanager und Dienstleister für den Radtourismus.....	66
4.3.3	Fazit und Handlungsvorschläge für Kapitel 4	67
5	Maßnahmen im Überblick.....	69
6	Informationsteil.....	72
6.1	Ausgewählte Adressen	72
6.2	Koordinierungsstellen überregionaler Radwege in Sachsen- Anhalt und Länderübergreifend.....	73
6.3	Quellen und Literaturverzeichnis	76

Vorwort

Der Aktivtourismus liegt im Trend. Immer mehr Menschen möchten sich im Urlaub nicht nur in die Sonne legen, sondern auch aktiv erholen. Das Reiseland Sachsen-Anhalt hat für diese Gästewünsche viel zu bieten. Wanderer zieht es vor allem in den Harz und Radwanderer an die Flüsse. Der Elberadweg ist seit mehreren Jahren die Nummer eins unter den großen deutschen Fahrradrouten.

Beim Radtourismus kann man schon von einem Boom der Nachfrage in Deutschland sprechen. Sachsen-Anhalt ist grundsätzlich gut aufgestellt, um davon zu profitieren. Allerdings wird der Wettbewerb immer heftiger. Viele Tourismusregionen in Deutschland möchten sich ein Stück vom wachsenden Kuchen abschneiden und investieren in Infrastruktur und Angebote.

Auch Sachsen-Anhalt will seine Wettbewerbsposition stärken und die touristischen Glanzlichter, wie zum Beispiel romanische Bauten, Luther, die Himmelsscheibe, Gärten und Parks sowie die Weinregion mit dem Radtourismus noch besser verknüpfen.

Die vorliegende Studie wurde in Auftrag gegeben, um die Potenziale des Radtourismus zu ermitteln, Mängel aufzudecken und Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen. Da Mountainbiking und Streckenradeln ganz unterschiedliche Gästegruppen ansprechen, erfolgte eine Konzentration auf das größere und für Sachsen-Anhalt wichtigere Marktsegment - das Radwandern.

Politik, Verbänden und Tourismusbetrieben werden Handlungsfelder aufgezeigt. Richten müssen es vor allem die Unternehmer in den Radreisegebieten. Ich hoffe, dass diese Studie neue Impulse verleiht und sie mit frischem Schwung ans Werk gehen.

Wohin geht also die Radtour ? – Nach Sachsen-Anhalt !

Dr. Reiner Haseloff

Minister für Wirtschaft und Arbeit

des Landes Sachsen-Anhalt

1 Einleitung

Urlaub mit dem Rad liegt in Deutschland im Trend. Einer steigenden Nachfrage steht ein immer größeres Angebot gegenüber. Dabei sind die Unterschiede relativ gering. Es dominieren Radwege entlang der Flüsse. Eine touristische Inwertsetzung der Sehenswürdigkeiten am Wegesrand erfolgt nur bedingt. Hier und da gibt es Unterschiede in der Infrastruktur für Radwanderer, aber eine echte Differenzierung der Regionen voneinander und eine deutliche Positionierung ist kaum erkennbar.

Die vorliegende Studie verfolgt das Ziel, Aussagen zu den tourismuswirtschaftlichen Perspektiven und zur wirtschaftlichen Bedeutung des Radtourismus in Sachsen-Anhalt zu machen. In Absprache mit dem Auftraggeber erfolgt eine Konzentration auf das Radwandern. Eine Betrachtung des Mountainbiking ist explizit ausgeschlossen.

Insbesondere wird zu folgenden Bereichen Stellung genommen:

- Informationen über Motive, Erwartungen, Reiseverhalten (Wahrnehmung und Besuch abseits der Streckenführung gelegener touristischer Ziele) und Ausgabeverhalten von Radtouristen

- Angebote entlang der Radwege (zertifizierte Unterkünfte, radfreundliche Gastronomie - und Sehenswürdigkeiten, Umgang mit Gepäck, etc.)
- Infrastruktur an den Radwegen (Erreichbarkeit von Angeboten, Ausschilderung von Angeboten, Abstellmöglichkeiten der Räder etc.)

Es werden Aussagen zur Qualität des Radtourismus in Sachsen-Anhalt gemacht. Durch die Befahrung von ausgewählten Teilstrecken in Sachsen-Anhalt sowie am Weserradweg, der seit Jahren zu den beliebtesten Radwegen in Deutschland zählt, ist es möglich, den Zustand des radtouristischen Angebots in Sachsen-Anhalt in Relation zum Wettbewerb zu setzen.

Darüber hinaus werden in dieser Studie Hinweise auf Produktinnovationen gegeben, damit der Radtourismus in Sachsen-Anhalt seine Wettbewerbsstellung stärken und neue Umsatzpotenziale erschließen kann.

Abschließend ein kleiner Lesehinweis: Bei Abbildungen, die die gesamte Seitenbreite in Anspruch nehmen, muss zunächst der zweispaltige Text über der Abbildung gelesen werden, bevor die beiden Spalten unter der Abbildung betrachtet werden.

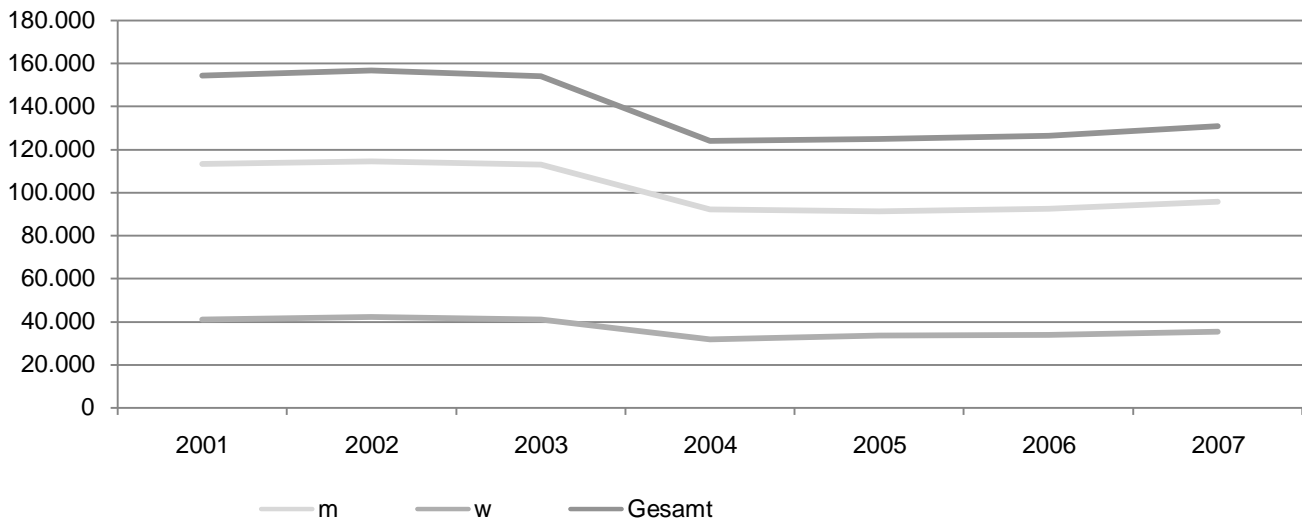
2 Radsport in Deutschland

2.1 Marktdaten zum Radsport in Deutschland

Sportarten induzieren Tourismus (Dreyer 2004). Daher ist es angebracht, zunächst einen Blick auf den Radsport zu werfen, bevor der Radtourismus ausführlich dargestellt wird.

Genauere Angaben über die Anzahl der Radler in Deutschland sind schwer zu recherchieren. Die Angaben – wie im Folgenden dargestellt – sind teilweise widersprüchlich. Beim Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) wurden in der Bestandserhebung 2007 genau 131.054 Mitglieder in Radsportvereinen gezählt. Das waren 3,79 % mehr als im Vorjahr (DOSB 2007, 6 f.).

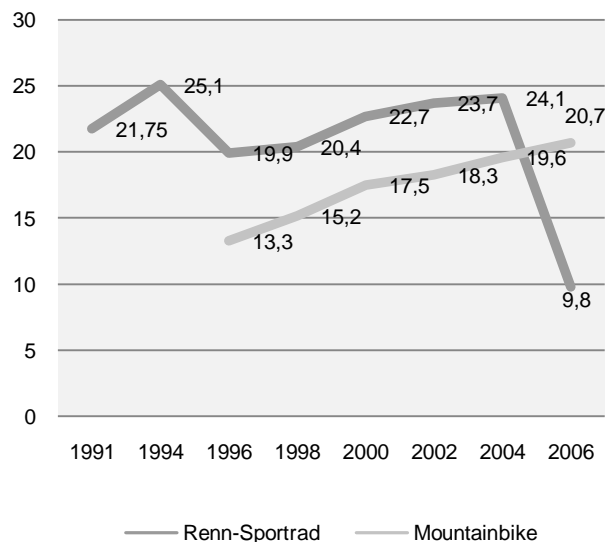
Abb. 1: Entwicklung der Mitglieder in Radsportvereinen in Deutschland 2001 – 2007



Quelle: eigene Abbildung, nach DOSB, div. Jhg.

Diese positive Entwicklung setzte sich seit dem Jahr 2004 kontinuierlich fort. Allerdings musste der Radsport in diesem Jahr einen erheblichen Einbruch bei den vereinsgebundenen Radfahrern verzeichnen. Diese Entwicklung lässt sich mit den heftigen Doping-Skandalen begründen, die den professionellen Radsport seit geraumer Zeit überschatten. Offenbar leidet darunter insbesondere die Ausprägung Renn- und Sportradfahren erheblich. Der Anteil der Bevölkerung, der häufig oder ab und zu Renn- oder Sportrad fährt, hat sich mehr als halbiert. Das Mountainbiking konnte hingegen leicht profitieren.¹ Immerhin hat der Skandal dessen positive Entwicklung nicht unterbrochen. Dennoch scheint die Beliebtheit des Rades als Fortbewegungsmittel bei den Deutschen ungebrochen zu sein. Die Bundesregierung, genauer das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) misst dem Rad als umweltverträglichem Verkehrsmittel für die kommenden Jahre eine immer wichtiger werdende Bedeutung bei (BMVBS 2007, 5ff.).

Abb. 2: Anteile an der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre von ausgewählten Rad-



sportarten in Deutschland 1991-2006

Quelle: AWA, zit. GuJMedia, div. Jhg., Angaben: mache ich häufig oder ab und zu.

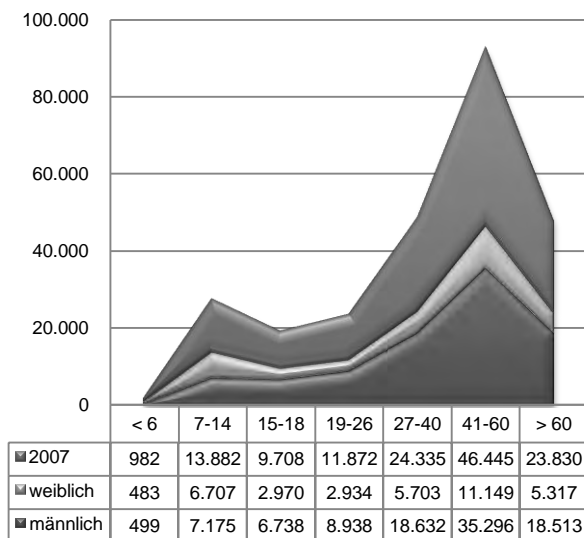
Auffallend an den Mitgliedszahlen in deutschen Radsportvereinen ist ferner der extrem geringe

¹ Hierin liegen z. B. für den Harz als radtouristische Mountainbike-Destination gute Chancen.

Anteil an weiblichen Vereinsmitgliedern. Ist der Radsport eine Männerdomäne?

Ein Blick in die Mitgliederstatistik des Jahres 2007 zeigt, dass bis zu einem Alter von 14 Jahren ungefähr gleich viele Jungen und Mädchen als Mitglieder in Radsportvereinen verzeichnet sind. Nach dieser Altersgrenze verändert sich das Verhältnis schlagartig zugunsten der männlichen Radler. Dieses Phänomen lässt sich in allen Angaben des DOSB seit dem Jahr 2001 nachweisen.

Abb. 3: Mitglieder in Radsportvereinen in Deutschland 2006



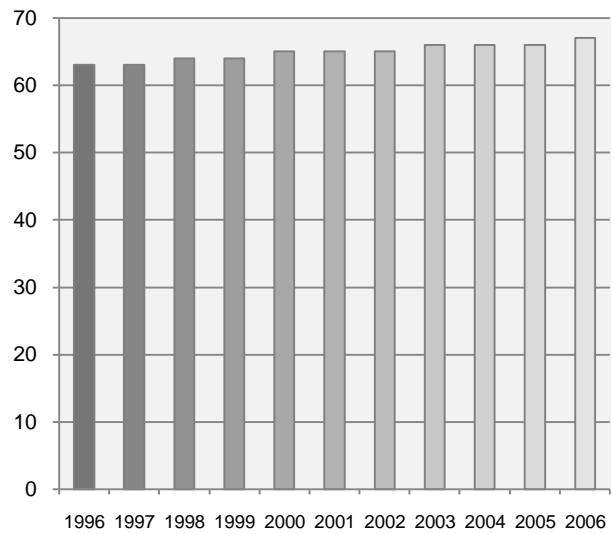
Quelle: eigene Abbildung, nach DOSB 2008.

Diese Zahlen dürften die Realität des Radsports insgesamt jedoch nicht exakt widerspiegeln. Offenbar wird der Radsport nur zu einem geringen Anteil vereinigungsgebunden praktiziert.

Die tatsächliche Anzahl der Fahrräder in Deutschland wird je nach Quelle extrem unterschiedlich angegeben. Der Zweiradindustrie Verband e. V. (ZIV) geht von einem gesättigten Markt aus und dokumentiert nur marginale Zuwachsraten. Der ZIV stellte für das Jahr 2006 einen Fahrradbestand in Deutschland von ca. 67 Mio. Stück fest (ZIV 2007).

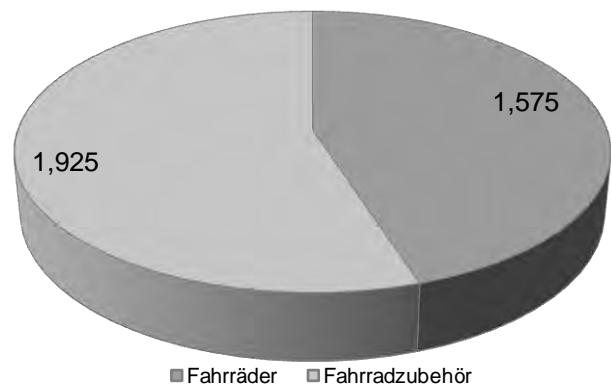
Optimistischer sieht es das Bundesministerium für Verkehr Bau und Stadtentwicklung (BMVBS). In Deutschland gibt es nach dessen Angaben aus dem Jahr 2007 ca. 73 Mio. Fahrräder. Fast 80 % der Bevölkerung besitzen ein Fahrrad, manche auch ein Zweit- oder Drittrad (BMVBS 2007, 5). In einer früheren Publikation wird für die Jahre 1991 bis 2000 von einer Bestandszunahme um 20 % ausgegangen (BMVBW 2002, 1)

Abb. 4: Fahrradbestand in Mio. in Deutschland 1996 - 2006



Quelle: eigene Abbildung, nach ZIV 2007.

Abb. 5: Umsatzverteilung des Fahrradhandels in Mrd. € in Deutschland 2003



Quelle: eigene Abbildung, nach VDZ 2004, 1.

Ein anderer Blick auf die Nachfrageseite ergibt sich über die Handelsebene. Aus der Anzahl der Fachhändler kann gefolgert werden, dass die Nachfrage entsprechend groß ist. Außerdem liefert der Verband des Deutschen Zweiradhandels e. V. (VDZ) eine Umsatzstatistik. Der Verband hat für das Jahr 2003 festgestellt, dass es in Deutschland ca. 400 Unternehmen mit Umsatzschwerpunkt im Fahrradgroßhandel und ca. 5.000 Fahrrad Einzelhändler gibt. Die Unternehmen des Fahrrad Einzelhandels erzielten im Jahr 2003 einen Umsatz von zusammen ca. 3,5 Mrd. €. Die Umsätze verteilen sich mit 45 % auf Fahrräder und 55 % auf Fahrradzubehör und Service. Ca. 3.000 Zweiradmechaniker-Betriebe sind in die Handwerksrolle eingetragen (VDZ 2004, 1).

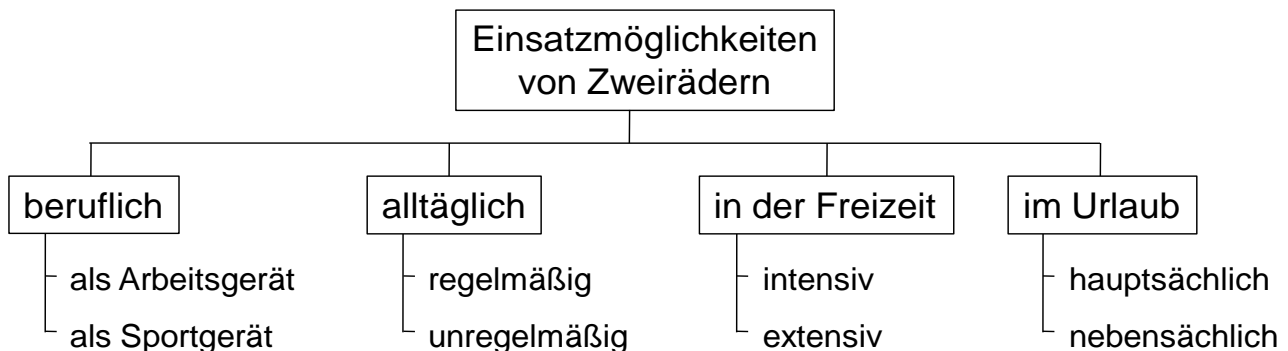
2.2 Radfahrer – Typen, Gründe und Motive

Nach Angaben des ADFC („Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V.“) können zwei Typen von Radfahrern unterschieden werden. Alltagsradler nutzen ihr Fahrrad auf täglichen Wegen zur Arbeit, zur Schule, zum Einkaufen oder zu sonstigen Besorgungen. Freizeitradler nutzen ihr Gefährt nach Feierabend, um sich zu erholen oder sich sportlich zu betätigen (ADFC 1998, 5). Es stellt sich zunächst die Frage, ob diese Gruppen wirk-

lich überschneidungsfrei abgegrenzt werden können. In jedem Fall werden unterschiedliche Einsatzmöglichkeiten des Fahrrades aufgezeigt.

Die Einsatzmöglichkeiten von Fahrrädern sind jedoch umfangreicher, als es die Unterscheidung des ADFC darstellt. Die Spannweite reicht vom beruflichen Einsatz als Dienstfahrrad eines Kurierboten oder als Fahrradtaxi bis hin zum spontanen Einsatz eines Leihfahrrades im Urlaub.

Abb. 6: Nutzungsformen des Fahrrades

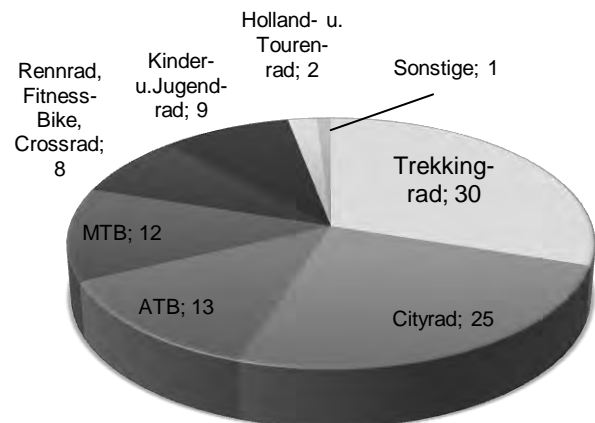


Quelle: eigene Abbildung.

Die Gründe bzw. Motive für das Radfahren sind in sehr unterschiedlichen Bereichen zu finden. Aspekte der Gesundheit und des Bewegungsdrangs sind ebenso zu beachten, wie ökologische, ökonomische oder soziale Dimensionen (ADFC 2006; Froböse o. J, 6). Wenn die Preise für Treibstoffe weiter ansteigen, werden vermutlich noch mehr Menschen ihr Rad für den Arbeitsweg oder zum Einkaufen einsetzen. Für viele Menschen dürfte jedoch der enge Bezug zur und der schonende Umgang mit der Natur ein wesentliches Motiv für das Radfahren in der Freizeit bzw. im Urlaub sein.

Aus den unterschiedlichen Gründen, Motiven und Einsatzzwecken leiten sich verschiedene Bedarfe an Radtypen ab. Mit ca. einem Drittel machen die Trekkingräder den größten Anteil am Fahrradabsatz in Deutschland 2006 aus. Diese Räder eignen sich besonders gut für das Tourenradfahren, also für touristische Zwecke. Cityräder dürften eher für das Alltagsradeln genutzt werden. All-Terrain-Bikes (ATB) und Mountainbikes (MTB) stellen zusammen ein Viertel des Jahresabsatzes in Deutschland dar. Auch sie haben einen engen Tourismusbezug (ZIV 2007).

Abb. 7: Anteile in % am Fahrradabsatz in Deutschland 2006



Quelle: eigene Abbildung, nach ZIV 2007;
MTB = Mountainbike; ATB = All-Terrain-Bike.

Fazit zur Marktsituation im Radsport

Der Markt ist auf sehr hohem Niveau gesättigt (das zeigen die geringen Zuwachsraten). Dass der Handel und die Fachwerkstätten mehr Umsätze mit Zubehör und Service erzielen, als mit dem Verkauf von Rädern, könnte darauf hindeuten, dass viele Radler höherwertige Räder besitzen und diese regelmäßig warten lassen.

Aus der Sportart Radfahren lassen sich verschiedenste Nutzungsformen des Rades ableiten (beruflich, alltäglich, in der Freizeit, im Urlaub). Eine genaue Analyse der Motive der Radnutzer hat nach bisherigen Erkenntnissen noch nicht in ausreichendem Maße stattgefunden.

Aus den Motiven Bewegungsdrang und Bezug zur Natur könnten sich touristisch künftig noch größere Potenziale ableiten. Begünstigt werden die Effekte dabei von den Folgen des demografischen Wandels (Linne et al. 2007) oder des Klimawandels.

3 Situation des Radtourismus

Wissenschaftliche Grundlagen

Radtourismus dürfte so alt sein, wie das Fahrrad an sich. Die Tourismuswirtschaft und -wissenschaft haben den Radtourismus jedoch erst recht spät in den 1980er und 1990er Jahren entdeckt, als das Fahrrad einen Boom erlebte (Quack et al. 2007, 21). Der Beginn des gesteigerten Interesses am Radfahren im Urlaub wird eng mit dem Radeln im Flusstal der Donau in Verbindung gebracht. Allerdings wurden die Radtouristen zunächst als wenig lukrative Durchgangstouristen angesehen, die nur eine Nacht bleiben. (Miglbauer 1995, 342).

Was geschieht denn genau, wenn Radsport und Tourismus aufeinandertreffen?

Kann die Symbiose der beiden Themenfelder damit erklärt werden, zu fragen, was der Unterschied zwischen dem Radfahren zu Hause oder im Urlaub ist?² Der ADFC unterscheidet Radfahren im Alltäglichen und in der Freizeit (Urlaub) (ADFC 1998). Abgesehen davon, dass diese Unterscheidung bzw. Frage zu kurz greift, gibt es darauf keine eindeutige Antwort. Es hängt von den Sportarten und letztlich vom Sportgerät ab (MTB, ATB, Trekkingrad, ...), welche touristischen Aktivitäten ausgelöst werden (Linne 2008).

In der Literatur werden zum Thema Reisen und Sport im Wesentlichen zwei weitere Ansätze von Freyer und/oder Dreyer diskutiert (Dreyer 2004, 352; Freyer 2002). Dreyer unterscheidet dabei 7 Nachfragetypen und stellt mögliche Reisemotive dar (Dreyer 2004, 351). Weitere Unterscheidungsmerkmale einer Systematik im Sporttourismus könnten sein (Linne 2008)³:

- Art der Sportausübung:
 - Leistungssport,
 - Breitensport,
 - Freizeitsport
- Zweck der Sportausübung:
 - Trainingsreisen,
 - Wettkampfreisen
- Reiseanlass:
 - privat,
 - geschäftlich

² Mit dieser Fragestellung beginnt z. B. Schwark seine Ausführungen zum Sporttourismus (Schwark 2006).

³ Zur ausführlichen Diskussion einer Radlertypologie siehe Kap. 3.3.1.1 Radtouristen-Typologien.

Die verschiedenen Systematiken im Sporttourismus zeigen, dass Sporttourismus nicht nur das Reisen zur Sportausübung und das Reisen während der Sportausübung (z. B. Radwandern) ist. Unter Sporttourismus sind vielmehr alle Formen des Reisens zu verstehen, die von Sportarten ausgelöst werden können. So ist es auch im Radtourismus. Allerdings werden für den Radtourismus in nahezu allen Publikationen nur die **aktiv teilnehmenden Reisen** während der Sportausübung betrachtet (z. B. Radwandern, Radreisen, Radfahren im Urlaub). Das ist unvollständig. Wahrscheinlich aber wird davon schon der größte Anteil der Sportreisen abgedeckt. Welche Volumina sich z. B. hinter den **passiv teilhabenden Reisen** (z. B. der Besuch einer Radsportveranstaltung oder die Reisen zu einer Tourismusmesse zur Information über den Radkauf oder den Radurlaub) verbergen, ist derzeit unerforscht. Besser wäre es jedoch, den von der Sportart induzierten Sporttourismus vollständig zu betrachten.

Abb. 8: Sportreisen, beispielhafte Darstellung

Sportausübung	Reisen zum Sport/ zur Sportstätte	während der Sportausübung
passiv teilhabend	<ul style="list-style-type: none"> • Beschaffung von Sportgeräten • Besichtigung von Sportstätten und -geräten • Besuch von Sportveranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> • nicht möglich
passiv teilnehmend	<ul style="list-style-type: none"> • Dienstreisen von Journalisten • Funktionärsreisen 	<ul style="list-style-type: none"> • nur beim Segeln möglich (Sonderfall Segelkreuzfahrt)
aktiv teilnehmend	<ul style="list-style-type: none"> • Reisen zur Sportausübung • Reisen zur Wartung und Pflege von Sportgeräten 	<ul style="list-style-type: none"> • nur bei einigen Sportarten möglich (z. B. Radwandern, Wandern)

Quelle: in Anlehnung an Linne 2008.

Im weiteren Verlauf dieser Studie sollen daher auch nur diese Reisen während der Sportausübung betrachtet werden. Eine weitere Einschränkung ergibt sich aus dem Sportgerät. Hier wird der Schwerpunkt auf den Touren- und Trekkingrädern liegen. Das Mountainbike wird (auftragsgemäß) nur am Rande betrachtet werden; das Rennrad wird gar nicht berücksichtigt.

Die Grundlage jedes erfolgreichen Radtourismus bildet ein Reiseziel, auch wenn es, wie z. B. beim Radwandern möglich, dort keinen festen Bezugspunkt gibt. Das Reiseziel kann demnach, je nach Art des Radtourismus, Start- oder Zielpunkt, Durchgangsziel oder Aufenthaltsort sein. Ausschlaggebend für die Attraktivität eines Reiseziels sind dessen natürliche und künstliche Angebotsvoraussetzungen.

Für den Fahrradtourismus lässt sich folgende Übersicht für natürliche und künstliche Angebotsvoraussetzungen darstellen (in Anlehnung an: Linne 2008):

- Natürliche Angebotsvoraussetzungen
 - geografisch
z. B. Meer und/oder Strand, Berge, Flusstäler, ...
 - klimatisch
z. B. Wind, Wärme, Sonnenschein, Schnee, ...
- Künstliche (abgeleitete) Angebotsvoraussetzungen
 - real
z. B. Radwege, Rad-Infrastruktur, Beschilderung
 - historisch und kulturell
z. B. Geschichte bereister Regionen, Persönlichkeiten
 - virtuell
z. B. Images (berühmte Etappe einer Radsportveranstaltung)

Diese Basis des radtouristischen Angebots ist in ein System aus Verkehrsinfrastruktur und Verkehrsträgern einzubinden. Damit muss einerseits die Erreichbarkeit des Reiseziels sichergestellt werden (z. B. Straßen, Bus- und Bahnanbindungen) und andererseits die Verknüpfung der radtouristischen Angebote damit (Taktung von Fahrzeugen, Synchronisation von Fahrplänen, etc.).

Erst wenn die radtouristische Basis in angemessener Qualität vorhanden ist, kann sich darauf aufbauend ein breit gefächertes Angebot an radtouristischen Dienstleistungen (siehe hierzu Kap. 3.1.4) bilden. Dazu gehören dann auch Sehenswürdigkeiten und Freizeiteinrichtungen, die während einer Radreise besucht und besichtigt werden können, sowie gastronomische Einrichtungen und selbstverständlich auch Beherbergungsbetriebe.

Zur Ergänzung des Begriffs Reiseziel sei hier der in gleicher Weise ausgerichtete Begriff der Destination als touristisches Zielgebiet angeführt. Aus Sicht der (potenziellen) Reisenden ist eine Destination nur dann als solche anzusehen, wenn sie in deren Köpfen und in deren Vorstellungen als zusammenhängendes Reisegebiet erkannt wird. Diese Zusammenhänge lassen sich entweder alleine aus geografischen oder aus geografischen in Verbindung mit kulturellen bzw. thematischen Beziehungen ableiten. (Antz et al. 2006, 13)

Destinationen können eine ganz unterschiedliche Größe besitzen, wichtig ist bloß die Existenz der Grundvoraussetzungen eines Reiseziels in Form von Übernachtungsmöglichkeiten, Gastronomie und Unterhaltung. Betriebswirtschaftlich entscheidend ist, dass sie im Sinne eines strategischen Destinationsmanagements als Einheit am Markt geführt werden. (Bieger 2002, 55)

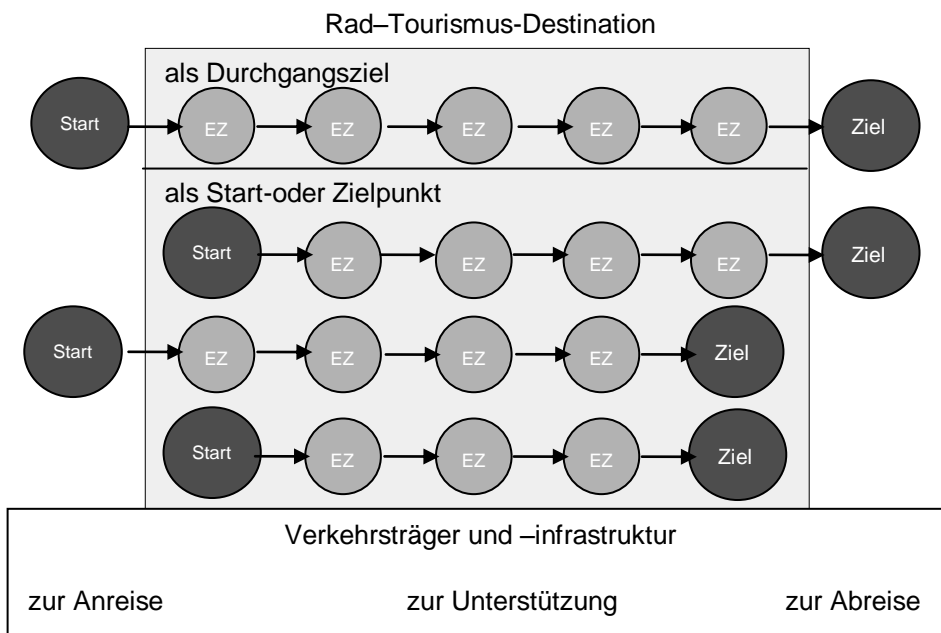
3.1 Angebotssituation in Deutschland

3.1.1 Destinationen im Radtourismus

Wenn Reiseziele über entsprechende Angebotsvoraussetzungen verfügen, werden sie von Radlern touristisch genutzt. Voraussetzung dafür ist aber – und das gelte für alle weiteren Ausführungen – dass die Angebotsvoraussetzungen optimal erfüllt werden. Anders hat die Destination im bestehenden Wettbewerbsumfeld keine nachhaltigen Erfolgsaussichten. Nur eine einmalige Landschaft reicht nicht aus, um Radler langfristig zu begeistern, auch wenn die Natur für viele Radler ein wichtiges Element im Radtourismus darstellt. Es ist aber auch angesichts der Wettbewerbssituation unzureichend, nur Radwege zu bauen und verkehrstechnisch auszuschildern. Nachhaltigen Erfolg kann ein Reiseziel, eine Destination nur dann haben, wenn es sich von dem großen Wettbewerbsumfeld strategisch abgrenzen kann.

Reiseziele/ Regionen können von den Radlern unterschiedlich genutzt werden. Für den Radwanderer können sie ein Durchgangsziel sein, wenn Start- und Zielpunkt der Reise außerhalb der Destination liegen. Liegen Start- und Zielpunkt einer Radreise auseinander, ist der Transport der Räder zur An- und Abreise entweder durch optimal angepasste Verkehrsträger oder durch eigene Bemühungen (Transfer des eigenen Fahrzeuges) zu bewältigen.

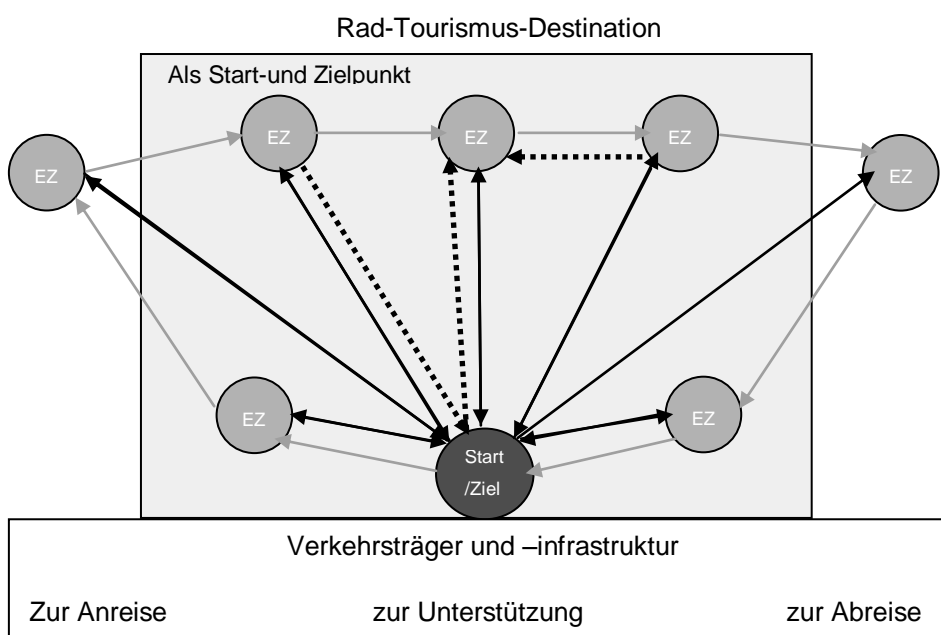
Abb. 9: Destination als Durchgangsziel



Quelle: eigene Abbildung.

Diese Formen des Durchgangs-Radtourismus finden häufig entlang von Flüssen statt. Diese Radler werden heute immer noch als wenig interessant für die Destination angesehen, weil sie die Beherbergungsbetriebe spontan buchen (wenig Planungssicherheit), nur für eine Nacht nutzen (geringer Deckungsbeitrag) und an den Etappenzielen keine größeren Ausgaben tätigen (Quack et al. 2007, 8).

Abb. 10: Destination als Hauptbestandteil



Quelle: eigene Abbildung.

könnte es interessanter sein, wenn Radwanderer wenigstens den Start- oder Zielpunkt in der Destination wählen, weil sich mit diesen Punkten möglicherweise weitere touristische Nutzungen (z. B. zur Vor- oder Nachbereitung der Reise) ergeben könnten. Das touristische Angebot des Radweges könnte so besser Image bildend für die eigene Destination genutzt werden.

Eine andere Situation ergibt sich für die Destinationen, wenn dort Start- und Zielpunkt der Radler

zusammentreffen. Für den Radler selbst ist diese Lage logistisch einfacher zu bewältigen, wenn die An- und Abreise z. B. mit dem eigenen PKW stattfindet. An die Verkehrsträger dürften ähnliche Anforderungen gestellt werden.

Wenn Start- und Zielpunkt der Radler zusammenfallen, können die Etappenziele in Form einer Rundreise (helle Pfeile in Abb. 9) oder strahlenförmig (dunkle Pfeile in Abb. 9) angefahren werden. Es können auch Mischformen vorkommen (gestrichelte Pfeile in Abb. 9). Nicht jedes Etappenziel muss innerhalb der Region/ Destination

liegen – auch wenn dies für manchen Destinationsmanager immer noch nicht einsichtig sein mag. Für viele Destinationen ist die Situation des strahlenförmigen Reisens (dunkle Pfeile) interessant, weil sich so die Ausgaben der Radler am Start- und Zielort der Reise konzentrieren. Vor allem die Beherbergungsbetriebe können so mit besser planbaren Umsätzen und optimierten Deckungsbeiträgen arbeiten (Quack et al. 2007, 9).

Möglich ist eine Vermarktung als Ziel- und Endpunkt nur unter der Voraussetzung, dass es genügend attraktive Tagesetappen von 40 bis 50 km Gesamtstrecke (also innerhalb eines 25 bis 30 km weiten Radius um den Ausgangspunkt) gibt.

3.1.2 Radwege als spezielle Angebotsvoraussetzung

Begriffsdefinition

Für Radwege gibt es keine einheitliche Bezeichnung und keine einheitliche Begriffsdefinition. Einerseits könnten Radwege als Wege verstanden werden, die als besonders gekennzeichnete und abgegrenzte Teil einer Straße oder mit selbstständiger Linienführung dem Fahrradverkehr dienen (Quack et al. 2007, 22). Etwas genauer könnte mit dem ADFC *unterschieden* werden in (Dreyer et al. 2004, 52):

- **Radwege** sind eigens errichtete Verkehrswege für Fahrräder bezeichnet; sie verlaufen meist parallel zu Straßen, womit das Radeln auf der Straße verboten ist.
- **Radwanderwege** sind ebenso eigens geplante Wege, verlaufen jedoch nach eigener, meist regional abgestimmter Planung.
- **Radfernwege** sind hingegen kreisübergreifend und überregional angelegt (Beispiele: Elberadweg, Saaleradweg oder Weserradweg). Oft entlang an Flüssen verlaufend dienen sie der Überbrückung größerer Entfernungen.
- **Radrouten** sind über die Infrastruktur hinaus hingegen ideale, meist thematischen Zusammenhängen folgende Radverbindungen, die sich aus verschiedenen Wegeelementen zusammensetzen können

Alle genannten Definitionen betrachten Radwege, Radwanderwege und Radfernwege eher als Verkehrseinrichtung. Einzig Radrouten werden hier als Einrichtungen angesehen, die thematische Zusammenhänge aufgreifen und möglicherweise sogar **inszenieren**.

Nicht nur aus Sicht des ADFC mag eine verkehrstechnische und verkehrsrechtliche Betrachtung von Radwegen ausreichend sein. Radwege müssen verkehrstechnisch sicher sein.

Aus touristischer Sicht reicht eine rein verkehrstechnische Betrachtung jedoch nicht aus. Aus touristischer Sicht sind verkehrstechnische und verkehrsrechtliche Bedingungen eine grundlegende, infrastrukturelle Angebotsvoraussetzung, ohne die Radtourismus gar nicht möglich wäre.

Aus touristischer Sicht definieren wir Radwege wie folgt:

Ein touristischer Radweg ist eine Destination.

Genauer: Ein touristischer Radweg ist eine ganzheitlich gestaltete Strecke für Radfahrer, die über eine erlebnis- und themenorientierte Routenführung verfügt und dem Radfahrer die Region entlang des Weges nahe bringt.⁴

Eine optimale Wegweisung (Zielführung) wird vorausgesetzt. Diese muss durch zusätzliche informative Beschilderung, Einbeziehung von Sehenswürdigkeiten und eine enge Verknüpfung mit den lokalen Leistungsträgern aus Beherbergung, Gastronomie und anderen Bereichen ergänzt werden.

Radwege sind demnach touristische Produkte, die in die Tourismuskonzeptionen der Regionen integriert werden müssen und diese strategisch, themen- und zielgruppenspezifisch untermauern.

Radwege in Deutschland

Vollständige Verzeichnisse der Radwege sind ebenso schwer zu recherchieren, wie andere statistische Angaben aus dem Bereich Radsport und Radtourismus. Radwege werden oft in Werbebroschüren aufgelistet, die allerdings nicht immer vollständig sind, weil die Aufnahme in eine Broschüre teilweise entgeltgebunden ist und einige Verantwortliche nicht bereit sind, diese Mittel aufzuwenden. (Quack et al. 2007, 24)

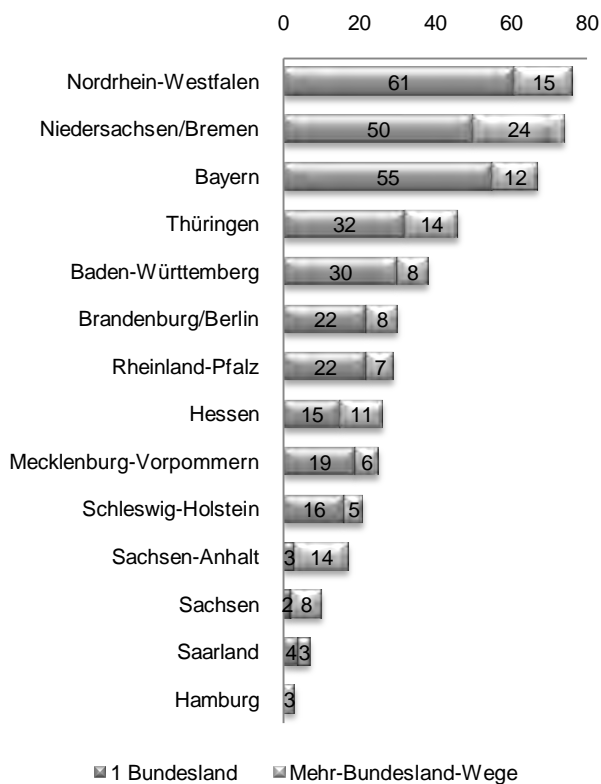
In einer privat geführten und im Internet veröffentlichten Datenbank konnte jedoch eine umfangreiche Datensammlung vorgefunden werden. In idealistischer Weise werden hier Informationen über den Radtourismus zusammengetragen. Eine Garantie für Vollständigkeit und Richtigkeit ist damit jedoch auch nicht verbunden. Allerdings ist

⁴ Hier unterscheiden wir uns im Denken von den althergebrachten Meinungen.

diese Datenbank sehr gründlich recherchiert und listet auch zahlreiche kleinere Radwege (< 50 km) auf (Mielke 2007): www.fahrradreisen.de.⁵

Diese Daten bilden die Grundlage für die zu nächst folgenden Auswertungen. Aufgrund der immer noch vorhandenen Unvollständigkeit können daher einige der folgenden Aussagen nur unter Vorbehalt getroffen werden. Dennoch nutzen wir hier diese Daten, da sie die bisher vollständigste Datensammlung darstellen.

Abb. 11: Anzahl der Radwege nach Bundesländern



Quelle: eigene Abbildung, basierend auf Mielke 2007.

In Deutschland gibt es nach dieser Datensammlung 388 verschiedene touristische Radwege. 327 verlaufen nur in einem Bundesland. 61 Radwege werden in mehreren Bundesländern aufgezählt: 45 in zwei, 13 Radwege durchqueren drei Bundesländer, zwei Radwege vier und einer, der Elberadweg, verläuft durch sechs Bundesländer: Sachsen, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen und Hamburg, als Grenzfluss sogar noch zum siebten Bundesland Schleswig-Holstein. Das Wettbe-

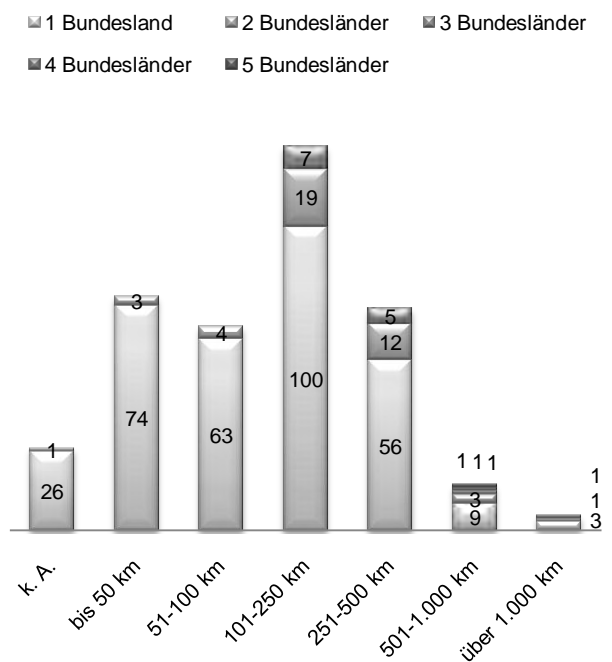
werbsumfeld ist damit als sehr groß zu bezeichnen.

Mit insgesamt 76 Radwegen führt Nordrhein-Westfalen dieses Ranking an. Spitzenreiter der Radwegs-Vernetzung ist mit 24 Mehr-Bundesland-Wegen Niedersachsen, das insgesamt auf Platz zwei liegt.

Sachsen-Anhalt liegt – nach der hier zugrunde liegenden Datenbasis – mit 17 Radwegen auf dem 11. Platz. Hier fällt auf, dass Sachsen-Anhalt, abgesehen, von Hamburg ohne eigenständige Radwege, deutlich weniger eigenständige Radwege verzeichnet, als andere Bundesländer. Da es in Sachsen-Anhalt eine weit größere Anzahl an Radwegen und Routen gibt (z. B. Bode-Radweg), könnten auch die Recherchen für andere Bundesländer Ungenauigkeiten aufweisen. Dennoch ist zu vermuten, dass die Relation gewahrt wird.

Die meisten Radwege (126) sind zwischen 101 und 250 km lang. Diese verlaufen durch bis zu drei Bundesländer. Nur wenige Radwege sind länger als 501 km und durchqueren vier, fünf und mehr Bundesländer. Selbst drei von den kleineren Radwegen (< 50 km) werden jeweils in zwei Bundesländern gelistet.

Abb. 12: Häufigkeit von Radwegen nach Längengruppen



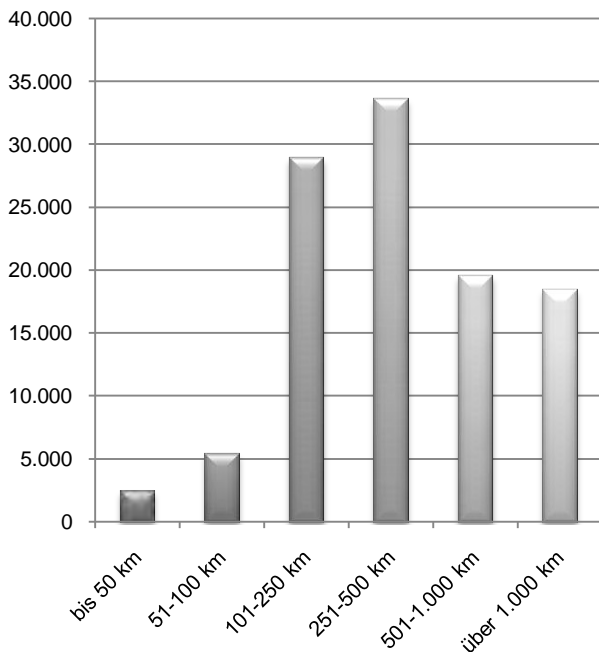
Quelle: eigene Abbildung, basierend auf Mielke 2007; um Mehrfachzählungen bereinigt.

Insgesamt weisen diese Datensammlung in den deutschen Bundesländern 109.381 km Radwege

⁵ Die Daten dieser privaten Seite sind trotz des Ehrgeizes nicht vollständig. Viele Radwege z. B. aus Sachsen-Anhalt werden hier (noch) nicht aufgelistet.

aus. Um die bedingten Mehrfachzählungen bereinigt, ergibt sich ein Gesamtwegenetz nach dieser Datenbasis von 74.781 km. Der Deutsche Tourismusverband listet 60.000 km an Radfernwegen für Deutschland auf. (DTV 2007, 3)

Abb. 13: Länge der Radwege in km nach Längenklassen



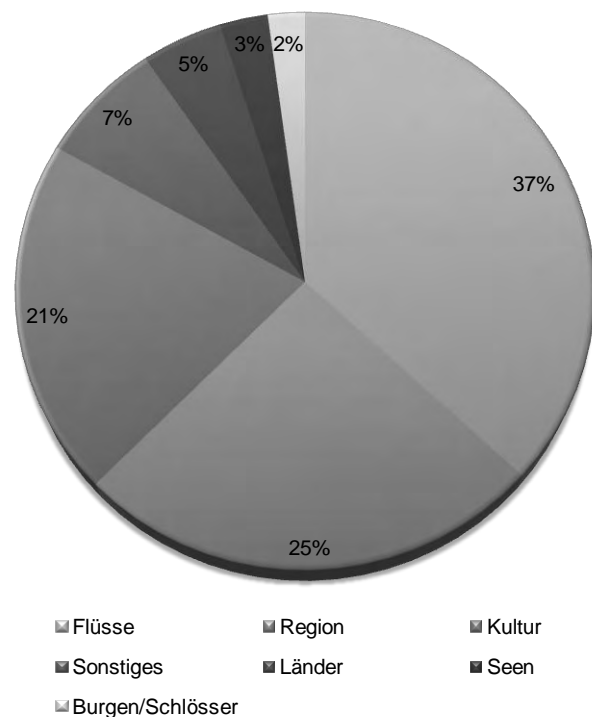
Quelle: eigene Abbildung, basierend auf Mielke 2007.

Flusstäler bildeten nicht nur den Ausgangspunkt der positiven Entwicklung des Radtourismus, sie stellen auch bei über einem Drittel aller Radwege das größte und wichtigste Thema bei der Konzeption und Vermarktung von Radwegen dar (Quack et al. 2007, 29). Ein Viertel aller Wege bezieht sich thematisch auf die Region und ein gutes Fünftel aller Wege bedient kulturelle Themen.

Offensichtlich gibt es nicht nur ein quantitativ ausgeprägtes Wettbewerbsumfeld. Auch die qualitative Dimension ist durch nur wenige innovative Ansätze geprägt. Vieles – auch in der Art der Bezeichnung: XYZ-Talweg, Sowieso-Route, Via XYZtica – wird kopiert. Das Thema Wellness fehlt bei der Bezeichnung eines Radweges natürlich auch nicht.

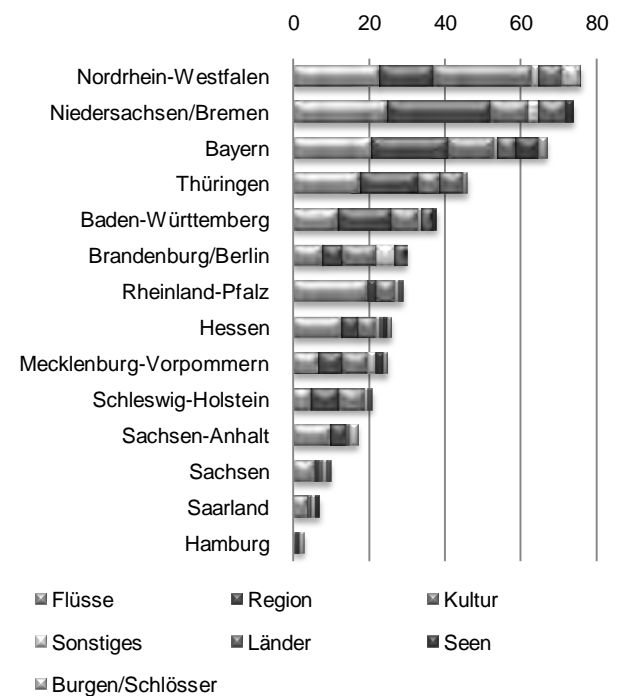
Am facettenreichsten präsentieren sich die Bundesländer Bayern, Hessen und Mecklenburg-Vorpommern. In Rheinland-Pfalz und Sachsen-Anhalt stellen Fluss-Radwege das größte Teil-Angebot dar.

Abb. 14: Themen für Radwege



Quelle: eigene Abbildung, basierend auf Mielke 2007.

Abb. 15: Anzahl der Themen für Radwege nach Bundesländern



Quelle: eigene Abbildung, basierend auf Mielke 2007.

Das Thema Burgen und Schlösser wird nur in fünf Bundesländern und davon in Nordrhein-Westfalen und Thüringen am intensivsten aufgegriffen. In

Sachsen-Anhalt könnte mit diesem Thema noch eine Möglichkeit zur Ergänzung des Portfolios genutzt werden; aber auch die Vernetzung überregionaler Radwege zu Themen wie Straße der Romanik oder Gartenträume könnte helfen, die touristischen Markensäulen zu stärken.

Beschilderung als Wegweisung

Für die Wegweisung auf Radwegen stellt insbesondere der ADFC umfangreiche Empfehlungen bereit. (Quack et al. 2007, 37). Als ausführliche Darstellung empfiehlt der ADFC ein "**Merkblatt zur wegweisenden Beschilderung für den Radverkehr**", das über den VGSV-VERLAG zu beziehen ist (ADFC 2007). Grundsätzlich sollten folgende Mindestanforderungen an die Beschilderung gelten, damit ein Radweg die touristischen Angebotsvoraussetzungen erfüllt (ADFC 2007):

- logisch,
- einfach,
- lückenlos,
- selbsterklärend,
- einheitlich,
- und leicht sichtbar.

Die wesentlichen Inhalte der Wegweisung an Radwegen sollten sein:

- Orts- bzw. Zielangabe
- Richtungsangabe mit Pfeil
- Entfernungsangabe in km
- Piktogramm Fahrrad, Radweg
- Zusatzinformationen
 - Nur wenige, damit übersichtlich
 - Gebräuchliche Piktogramme verwenden (WC, Gastronomie, ...)

3.1.3 Verkehrsmittel und Verkehrsträger im Radtourismus

Die Verkehrsmittel sollten grundsätzlich radfreundlich gestaltet sind. Das bedeutet, dass Räder und Gepäck einfach zu befördern sind (bequemes Einladen, sicherer Transport mit Abstell- und Anschlussmöglichkeit für Räder, ggf. Einschließmöglichkeit für Gepäck).

Bahnverkehr

Die Deutsche Bahn AG bietet in vielen Zügen die Möglichkeit an, Fahrräder mitzunehmen. Im Nah- und Fernreiseverkehr können Radler z. B. in Intercity- und Eurocity-Zügen ihr Fahrrad mitnehmen. Die Deutsche Bahn AG setzt zwei Typen

von Fahrradwagen ein: das Fahrradabteil im IC-Steuerwagen und das Fahrradabteil im Großraumwagen (Deutsche Bahn AG 2007).

Aus radtouristischer Sicht ist zu kritisieren, dass viele Intercity-Züge durch ICE-Züge ersetzt werden. Dort können keine Räder mitgenommen werden, obwohl es technisch möglich ist. (ADFC 2007) Das führt zu einer kontinuierlichen Verschlechterung der An- und Abreisemöglichkeiten mit der Bahn (Quack et al. 2007, 43). Insbesondere Familien könnten von dieser Situation benachteiligt sein (Dreyer 2007).

Busverkehr

Insbesondere in Gebieten, die nicht (mehr) durch den Bahnregionalverkehr erschlossen sind, stellen Busverkehre oft die einzige Möglichkeit des öffentlichen Personennahverkehrs dar. Allerdings ist es in Bussen oft nur sehr schwer möglich, Fahrräder zu transportieren. Busse müssen mit Rampen und extra großen Abstellbereichen für Räder ausgestattet sein, wenn sie über keinen Fahrradanhänger verfügen.

In einigen Bundesländern gibt es aber schon positive Beispiele für fahrradfreundliche Busverkehre. Einige Beispiele: In Frankfurt am Main, in der Region Hannover und in Rheinland-Pfalz werden erste Rad-Busverbindungen angeboten (GVH 2007; traffiQ 2007; Quack et al. 2007).

Schiffs- bzw. Fährverkehr

Da Radwege besonders häufig an Flüssen entlang führen, müssen auch die Schiffs- bzw. Fährverkehre radfreundlich gestaltet sein. Da Sehenswürdigkeiten an beiden Uferseiten von Flüssen gelegen sind, ist eine rechtzeitige Ausschilderung an den Wegen mit deutlichen Hinweisen auf die Benutzung von Fähren erforderlich. Dass dabei auch die Fahr- bzw. Fährzeiten angegeben werden, ist keine Selbstverständlichkeit. Bei kleineren Flüssen sind Bedarfsfähren in der Nähe der Attraktionen eine sinnvolle Ergänzung – allerdings ist der Betrieb solcher kleineren Verkehrsbetriebe nur selten wirtschaftlich. In Einzelfällen muss daher der ganzheitliche Ansatz einer optimalen touristischen Erschließung einer Region einer einzelwirtschaftlichen Betrachtung übergeordnet sein.

Taxiverkehre

In den Fahrraddestinationen haben sich viele Taxibetriebe auf den Radtouristen eingestellt. Sie bieten, teils mit speziellen Fahrradanhängern ausgerüstet, individuelle Transportleistungen an.

Diese Dienstleistungen sollten von allen Tourismus-Informationsstellen und fahrradfreundlichen Unterkünften vermittelbar sein. Optimal ist es, wenn der Radler das Fahrradtaxi für das Etappenziel bereits vor dem Start reservieren bzw. vorbestellen kann. Eine zwischenzeitliche Terminabstimmung (genauere Ankunftszeit) sichert dem Taxibetrieb die Planung des Fahrzeugeinsatzes.

3.1.4 Radtouristische Dienstleistungsbetriebe

Ein Radtourist erlebt, wie jeder andere Tourist, seinen Urlaub als Ganzes. Auch wenn wie z. B. bei Durchzugsradlern der Eindruck eines flüchtigen Aufenthaltes entstehen mag, so darf dieser Aufenthalt jedoch nicht oberflächlich gestaltet sein. Nicht zuletzt aus diesem Grunde hat der ADFC eigene Kriterienkataloge für Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe entwickelt, mit denen die Qualitätserwartungen der Radler in die Betriebe hinein getragen worden sind.

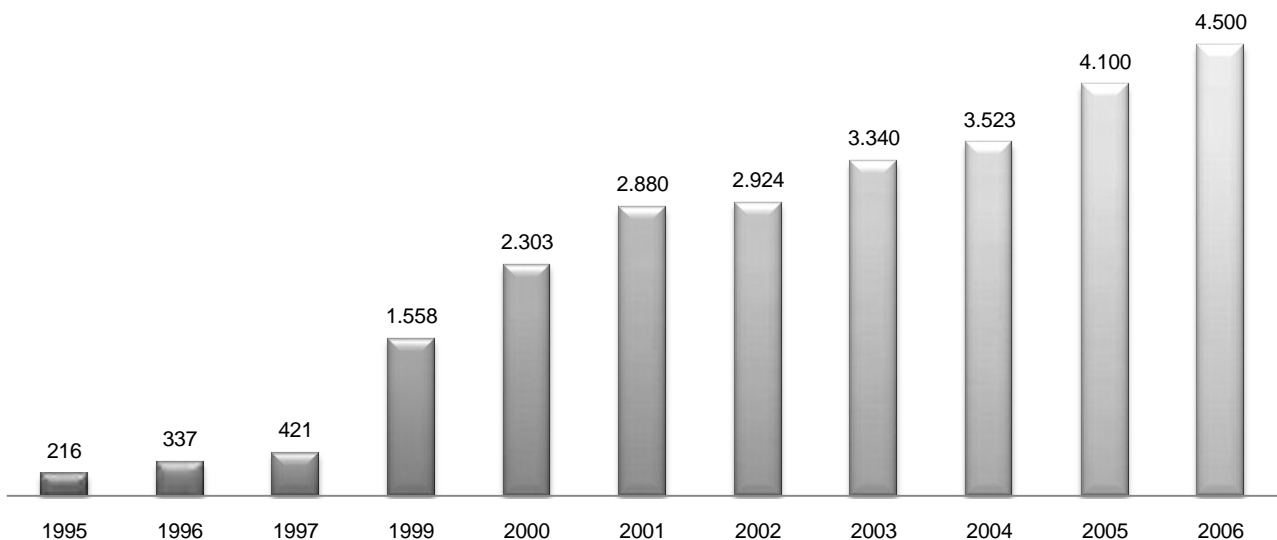
Im Sinne einer Servicekette reicht es allerdings nicht aus, nur für diese Betriebe Kriterien zu entwickeln. Wichtig ist es, dass der Radler von einem Betrieb zum nächsten „weitergereicht“ wird, ohne dass für ihn eine Informations- und Betreuungslücke entsteht. (Dreyer et al. 2004)

Radtouristische Dienstleistungsbetriebe sind in diesem Sinne lückenlos in ein Servicesystem zu integrieren. Von der Anreise bis zur Abreise, idealerweise sogar davor und danach, sind die Leistungsbündel des Radwegs zu planen und zu gestalten.

3.1.4.1 Beherbergung

Seit 1996 gibt der ADFC ein Verzeichnis radgerechter Unterkünfte heraus. Mittlerweile gibt es in Deutschland 4.500 Bett&Bike-Betriebe. Der ADFC rechnet damit, dass es in Kürze mehr als 5.000 Betriebe geben wird. (ADFC 2007).

Abb. 16: Entwicklung der Bett&Bike-Betriebe in Deutschland 1995-2006



Quelle: eigene Abbildung, nach Quack et al. 2007; ADFC 2007.

Für diese radfreundlichen Beherbergungsbetriebe hat der ADFC einen Anforderungskatalog als Checkliste zur Selbsteinschätzung entwickelt. In

verschiedenen Veröffentlichungen wurde dieser Katalog zitiert, verändert und ergänzt (vgl. z. B. Dreyer 2004, 362).

Abb. 17: ADFC-Kriterien für Bett&Bike-Betriebe

Mindestanforderungen	Zusätzliche Angebote für Beherbergungsbetriebe
Aufnahme von Rad fahrenden Gästen auch für nur eine Nacht!	Beratung bei der Anmeldung hinsichtlich einer umweltfreundlichen An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln (insbesondere zur Fahrradmitnahme)
Abschließbarer Raum zur unentgeltlichen Aufbewahrung der Fahrräder über Nacht (möglichst ebenerdig, z. B. Garage)	Hol- und Bringdienst für radelnde Gäste
Trockenmöglichkeit für Kleidung und Ausrüstung (z. B. Trockenraum, Heizungskeller, Boden, Trockner etc.)	Hauseigenes Mietangebot von qualitativ guten Fahrrädern
Angebot eines reichhaltigen (vitamin- und kohlehydratreichen) Frühstücks oder einer Kochgelegenheit	Angebot von ausgearbeiteten Tagesradtouren
Aushang, Verleih oder Verkauf von regionalen Radwanderkarten und Radwanderführern, Bahn- und Busfahrplänen sowie Schiffs- und Fährangeboten	Gepäcktransfer von der letzten und/oder zur nächsten Unterkunft
Bereitstellung eines Fahrrad-Reparatursets mit den wichtigsten Werkzeugen für einfache Reparatur- und Wartungsarbeiten	Reservierungsservice für die nächste Übernachtung in fahrradfreundlichen Betrieben
Information über Lage, Öffnungszeiten und Telefonnummern der nächsten Fahrradreparaturwerkstätten für größere Reparaturen	Bereitstellung wichtiger Ersatzteile ggf. in Absprache mit der nächsten Werkstatt
	Liste weiterer fahrradfreundlicher Betriebe in der Region
	Lunchpaket zum Mitnehmen
	Gästebuch für Radwanderer

Quelle: ADFC 2007.

Abb. 18: Kriterienkatalog für radlerfreundliche Unterkünfte am Elberadweg

Minimalanforderungen	Weitere Empfehlungen
Aufnahme von Rad fahrenden Gästen auch für nur eine Nacht	Beratung bei der Anmeldung hinsichtlich einer umweltfreundlichen An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln (insbesondere zur Fahrradmitnahme)
Bereitstellung eines verschließbaren Raumes zur unentgeltlichen Aufbewahrung der Fahrräder über Nacht (möglichst ebenerdig, z. B. Garage)	Hol- und Bringdienste für radelnde Gäste
Trockenmöglichkeit für Kleidung und Ausrüstung (z. B. Trockenraum, Heizungskeller, Boden, Trockner, etc.)	hauseigenes Mietangebot von qualitativ guten Fahrrädern oder Verweis auf einen örtlichen Fahrradvermieter
Aushang, Verleih oder Verkauf von regionalen Radwanderkarten und Radwanderführern, Bahn- und Busfahrplänen sowie Schiffs- und Fährangeboten.	Angebot von ausgearbeiteten Tagesradtouren
Bereitstellung eines Fahrradreparatursets mit den wichtigsten Werkzeugen für einfache Reparatur- und Wartungsarbeiten	Gepäcktransfer von der letzten/ zur nächsten Unterkunft
Information über Lage, Öffnungszeiten und Telefonnummern der nächsten Fahrradreparaturwerkstätten für größere Reparaturen	Reservierungsservice für die nächste Übernachtung in fahrradfreundlichen Betrieben
Angebot eines reichhaltigen (vitamin- und kohlehydratreichen) Frühstücks	Bereitstellung wichtiger Ersatzteile ggf. in Absprache mit der nächsten Werkstatt
Abstand zum Elberadweg ≤ 2,5 km	Liste weiterer fahrradfreundlicher Betriebe am Elberadweg
Die Unterkunft u. das Grundstück des Objektes sind in sauberen Zustand (kein Schimmel, keine Stockflecken, kein Ungeziefer, kein schlechter Geruch usw.)	Lunchpakete zum Mitnehmen
	Gästebuch mit Erfahrungen von Radwanderern

Quelle: Koordinierungsstelle Elberadweg Sachsen-Anhalt 2008.

Für den Elberadweg gibt es zusätzlich einen eigenen, an die ADFC-Kriterien angelehnten Kriterienkatalog (vgl. Abb. 17). Allerdings sind dessen Bedingungen aufgrund zahlreicherer und härterer Mindestanforderungen strenger, was gut ist und den Touristen eine größere Entscheidungssicherheit bietet.

Unter Qualitätsgesichtspunkten ist es darüber hinaus wichtig, dass am Elberadweg die Einstufung nicht durch den Betrieb selbst erfolgt, sondern durch ein Vergabe-Audit.

Für Camping-Plätze gibt es einen eigenen Kriterienkatalog. (Koordinierungsstelle Elberadweg Sachsen-Anhalt 2008)

Abb. 19: ADFC-Kriterien für Gastronomiebetriebe

Mindestanforderungen	Zusätzliche Angebote für Gastronomiebetriebe
Qualitativ gute, möglichst überdachte Abstellanlage im Sichtbereich (Räder und Gepäck unter Kontrolle) oder ein abschließbarer Raum zur unentgeltlichen Aufbewahrung der Räder samt Gepäck	Angebot eines Vollwertgerichts und eines vegetarischen Gerichts
Ein auf den Bedarf von Radtouristen abgestimmtes Angebot an Getränken, wie zum Beispiel einen "Radlerdrink" (1/2 Liter Fruchtsaft mit Mineralwasser), Früchte- oder Kräutertees. Der Preis sollte unter dem für ein Bier liegen!	Angebot regionaler Küche
Angebot mindestens einer warmen Mahlzeit während der Öffnungszeiten	ganztägige Öffnungszeiten
Aushang, Verleih oder Verkauf von regionalen Radwanderkarten und Radwanderführern, Bahn- und Busfahrplänen sowie Schiffs- und Fährangeboten	Trockenmöglichkeit für Kleidung und Ausrüstung (z. B. Trockenraum, Heizungskeller, Trockner, Boden etc.)
Bereitstellung eines Fahrrad-Reparatursets mit den wichtigsten Werkzeugen für einfache Reparatur- und Wartungsarbeiten	Bereitstellung wichtiger Ersatzteile ggf. in Absprache mit der nächsten Werkstatt
Information über Lage, Öffnungszeiten und Telefonnummern der nächsten Fahrradreparaturwerkstätten für größere Reparaturen	Informationen zu fahrradfreundlichen Beherbergungsbetrieben der Region
	Lunchpaket zum Mitnehmen
	Gästebuch für Radwanderer

Quelle: ADFC 2007.

Regionen entwickeln auch schon eigene, an den ADFC angelehnte, aber noch strengere Qualitätskriterien. Besonderes Augenmerk auf die Servicequalität für Fahrradfreunde legt die Initiative „Oberlausitz per Rad“. Folgende Qualitätskriterien werden von den Betrieben gefordert (Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH 2008).

3.1.4.2 Gastronomie

Die Verpflegung während einer längeren Radreise ist problematisch, weil Radler nicht unbegrenzt Proviant transportieren können (Quack et al. 2007, 31). Aufgrund der körperlichen Beanspruchung sind Radler jedoch auf eine energetisch ausgewogene und nahrhafte Nahrungszufuhr angewiesen.

An guten Radwegen sollte es daher ausreichend Möglichkeiten zur Einkehr geben. Die Qualität der Speisen umfasst dabei eine Qualitätsdimension. Eine andere – nicht minder wichtige – Qualitätsdimension ist dabei das Erlebnis. Radlerwirte sollten nicht nur Speisen, sondern Erlebnisse verkaufen und ihre Leistungen inszenieren.

- Angebot während der Öffnungszeiten von mindestens 1 warmen Mahlzeit
- Regionale und vegetarische Küche, ein auf den Bedarf von Radtouristen abgestimmtes Angebot an Getränken, wie zum Beispiel einen "Radlerdrink" (1/2 Liter Fruchtsaft mit Mineralwasser), Früchte- oder Kräutertees. Der Preis sollte unter dem für ein Bier liegen!

- Allgemeine Aussagefähigkeit über das gesamte Radwegenetz der Lausitz und detaillierte Kenntnisse über Radwandermöglichkeiten in der näheren Umgebung
- Auftritt im Internet unter www.radwandern-oberlausitz.de
- Aussagefähigkeit zu den Partnern von "Oberlausitz per Rad"
- Übersicht über fahrradfreundliche Beherbergungs-, Gastronomie- und Freizeiteinrichtungen und Verleihstationen in der Region
- Abschließbarer Raum für Räder, qualitativ gute, möglichst überdachte Abstellanlage im Sichtbereich (Räder und Gepäck unter Kontrolle) oder ein abschließbarer Raum zur unentgeltlichen Aufbewahrung der Räder samt Gepäck
- Hol- und Bringservice der Fahrräder
- Gepäcktransfer
- Annahme von Rädern aller Partner von "Oberlausitz per Rad"
- Vermietung von Rädern aus der Oberlausitz
- Aushang, Verleih oder Verkauf von regionalen Radwanderkarten und Radwanderführern, Bahn- und Busfahrplänen sowie Schiffs- und Fährangeboten
- Bereitstellung eines Fahrradreparatursets
- Information über Lage, Öffnungszeiten und Telefonnummern der nächsten Fahrradreparaturwerkstätten
- Nutzung der Angebote des Fahrradpools Lausitz als regionalem Dienstleister der MGO (Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH)

Für den Elberadweg gibt es auch hier zusätzlich einen eigenen, an die ADFC-Kriterien angelehnten Kriterienkatalog, dessen Kriterien wiederum strenger als die des ADFC sind.

Abb. 20: Kriterienkatalog für radlerfreundliche Gastronomiebetriebe am Elberadweg

Minimalanforderungen	Weitere Empfehlungen
Qualitativ gute, möglichst überdachte Abstellanlage im Sichtbereich (Räder und Gepäck unter Kontrolle) oder ein abschließbarer Raum zur unentgeltlichen Aufbewahrung der Räder samt Gepäck	Angebot eines Vollwertgerichts und eines vegetarischen Gerichts .
Ein auf den Bedarf von Radtouristen abgestimmtes Angebot an Getränken wie zum Beispiel einen „Radlerdrink“ (1/2 Liter Fruchtsaft mit Mineralwasser), Früchte- oder Kräutertees. Der Preis sollte unter dem eines Biers liegen!	Angebot regionaler Küche .
Angebot mindestens einer warmen Mahlzeit während der Öffnungszeiten	ganztägige Öffnungszeiten .
Aushang, Verleih oder Verkauf von regionalen Radwanderkarten und Radwanderführern , Bahn- und Busfahrplänen sowie Schiffs- und Fährangeboten.	Trockenmöglichkeit für Kleidung und Ausrüstung (z. B. Trockenraum, Heizungskeller, Trockner, Boden etc.)
Bereitstellung eines Fahrrad-Reparatursets mit den wichtigsten Werkzeugen für einfache Reparatur- und Wartungsarbeiten.	Bereitstellung wichtiger Ersatzteile ggf. in Absprache mit der nächsten Werkstatt.
Information über Lage, Öffnungszeiten und Telefonnummern der nächsten Fahrradreparaturwerkstätten für größere Reparaturen	Informationen zu fahrradfreundlichen Beherbergungsbetrieben der Region.
Abstand zum Elberadweg ≤ 2,5 km	Lunchpaket zum Mitnehmen.
Der Gastraum und das Grundstück des Objektes sind in sauberen Zustand (kein Unrat, kein Schimmel, keine Stockflecken, keine Ungeziefer, kein schlechter Geruch usw.)	Gästebuch für Radwanderer.

Quelle: Koordinierungsstelle Elberadweg Sachsen-Anhalt 2008.

3.1.4.3 Freizeiteinrichtungen

Radtouristen sind nicht nur auf dem Radweg unterwegs. In der Regel erkunden sie die Region um den Radweg und besuchen verschiedenste Freizeiteinrichtungen, Museen, etc. Im Sinne der

Servicekette sollten auch für andere Betriebe Radtourismus-Kriterien aufgestellt werden. Als Vorschlag sind in der folgenden Abbildung die ADFC-Kriterien für Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe adaptiert und ergänzt.

Abb. 21: Kriterien-Vorschlag für Freizeiteinrichtungen

Mindestanforderungen	Zusätzliche Angebote für Freizeiteinrichtungen
Qualitativ gute, möglichst überdachte Abstellanlage im Sichtbereich (Räder und Gepäck unter Kontrolle) oder ein abschließbarer Raum zur unentgeltlichen Aufbewahrung der Räder samt Gepäck	ganztägige Öffnungszeiten
Wegweisung am Radweg, bzw. vom Radweg ausgehend und wieder zurück	Trockenmöglichkeit für Kleidung und Ausrüstung (z. B. Trockenraum, Heizungskeller, Trockner, Boden etc.)
Informationen über Preise, Öffnungszeiten, wesentliche Leistungen der Einrichtung, Radlergerechtigkeit	Bereitstellung wichtiger Ersatzteile ggf. in Absprache mit der nächsten Werkstatt
Aushang, Verleih oder Verkauf von regionalen Radwanderkarten und Radwanderführern, Bahn- und Busfahrplänen sowie Schiffs- und Fährangeboten	Informationen zu fahrradfreundlichen Beherbergungsbetrieben und Gastronomen in der Region
Bereitstellung eines Fahrrad-Reparatursets mit den wichtigsten Werkzeugen für einfache Reparatur- und Wartungsarbeiten	Gästebuch für Radwanderer
Information über Lage, Öffnungszeiten und Telefonnummern der nächsten Fahrradreparaturwerkstätten für größere Reparaturen	

Quelle: eigene Zusammenstellung, in Anlehnung an ADFC 2007.

3.1.4.4 Spezialisierte Betriebe im Radtourismus

Neben den bereits vorgestellten Betrieben, die ihre Leistungen für jeden Touristen anbieten können, gibt es weitere Betriebe, die in ihrem Leistungsspektrum stark auf den Radtouristen fixiert sind. Zunächst ist dabei an Reparaturdienste zu denken, die, mit dem Handel von Fahrrädern kombiniert, nicht nur von Radtouristen sondern auch von Radfahrern genutzt werden.

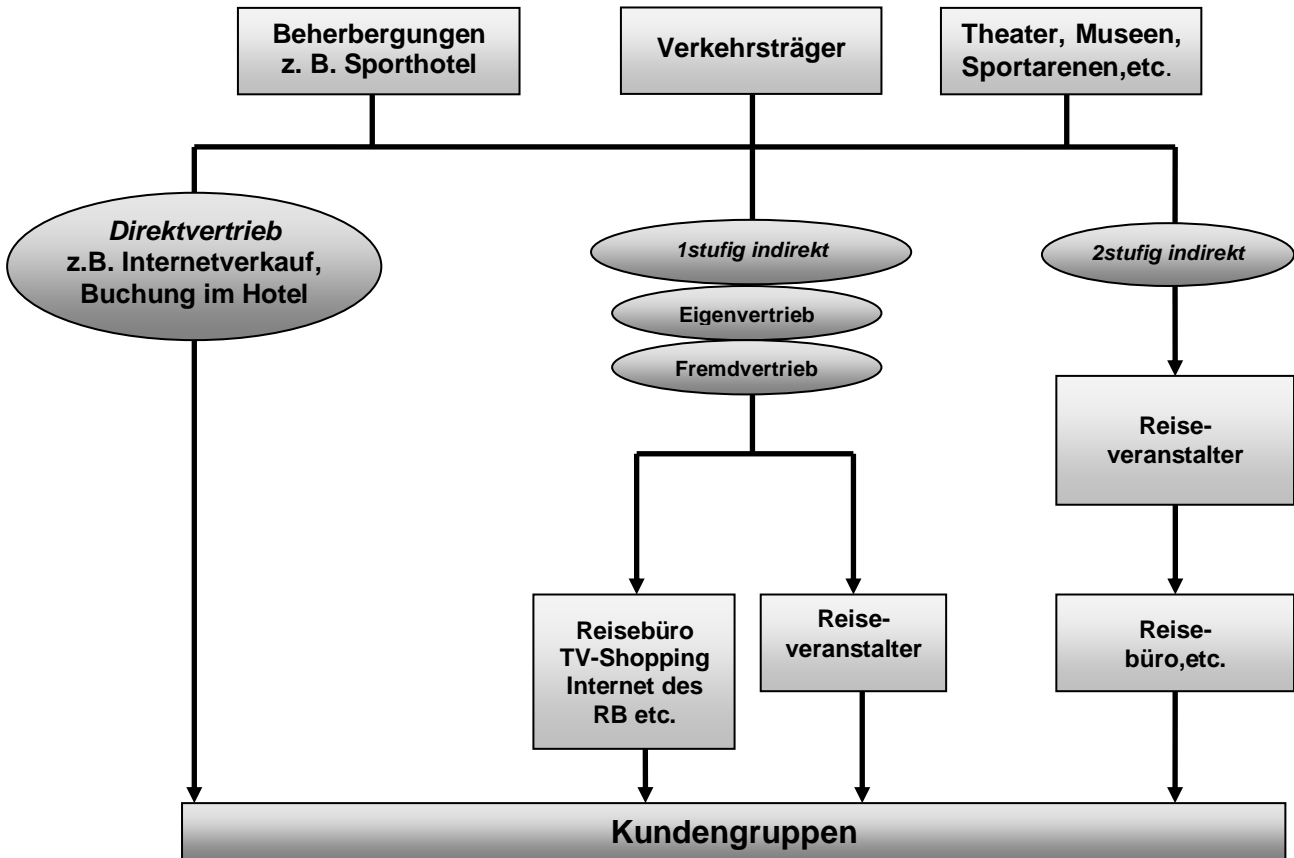
Dass für diese Betriebe noch keine Kriterien angeboten werden, auch nicht vom Fachverband des deutschen Fahrradhandels (VDZ, www.vdz2rad.de), dürfte daran liegen, dass sie ohnehin die Bedürfnisse ihrer Kunden kennen. Wichtig erscheint hier zunächst, dass sie serviceorientiert arbeiten und dem Radtouristen gerade in Pannen-Situationen unkompliziert Hilfestellungen leisten.

3.1.5 Radtouristischer Vertrieb

Dem Radtourismus stehen alle im Tourismus üblichen Vertriebswege (siehe Abbildung) zur Verfügung. Wie bei speziellen Produkten üblich, tritt der Direktvertrieb häufiger in Erscheinung, vor allem getrieben durch die verstärkte Nutzung des Internets. Da der Radtourismus ein aufstrebender Markt ist, lassen sich Angebote zunehmend auch über Spezial-Reiseveranstalter und zum Teil auch über die großen Massen-Reiseveranstalter vermarkten, die verstärkt im Reisebüro zu finden sind. So preist z. B. DERTOUR in seinem Sport- und Aktivreisen-Katalog mehrere Angebote am Elberadweg und an der Saale an. Für Nischenangebote kommt jedoch in der Regel nur der Direktvertrieb in Frage.⁶

⁶ Handlungsempfehlungen für den Vertrieb sind in Kapitel 3.2.5 zu finden.

Abb. 22: Vertriebswege im Tourismus



Quelle: eigene Abbildung.

Was wird eigentlich im Radtourismus vertrieben?

Der wichtigste Baustein sind die Unterkünfte, sie machen den Hauptbestandteil des Preises einer Pauschale aus. Hinzu kommen Angebote für die Verkehrsmittelnutzung bei der An- und Abreise, eventuell noch Eintritte in Freizeiteinrichtungen oder zu Veranstaltungen, wobei Besuche oft auch eher spontan entschieden werden. Für Radwanderangebote typisch ist der Gepäcktransport. Weitere Dienstleistungen kommen je nach Bedarf und Kreativität der Anbieter hinzu. Denkbar sind hier sogar Reservierungen für größere Gruppen.

Merke:

ein Angebot, das bereits im Vorhinein gebucht und bezahlt wurde, ist für die Wertschöpfung gut! Österreichische Hoteliers berichteten in einem Workshop, dass im Vorfeld gebuchte Ausflüge in die Natur ohne Jammern auch bei schlechtem Wetter unternommen werden, während Gäste vor Ort ohne vorherige Buchung an einem regnerischen Tag lieber in der Unterkunft bleiben.

Bei ca. 90 % der Radler ist die Frage nach dem Vertrieb von Radreisen irrelevant – sie organisieren ihre Reise selbst. (ADFC 2007) Der direkte Vertrieb (einstufiger Vertrieb) dominiert das Vertriebssystem eindeutig. Dennoch haben für die restlichen ca. 10 % der Radtouristen zahlreiche Reiseveranstalter Angebote entwickelt. Der ADFC und andere Portale listen bis zu 145 Betriebe auf, die sich teilweise auf bestimmte Regionen, auf das Radfahren allgemein oder auf Sportreisen spezialisiert haben. (ADFC 2007; Mielke 2007; www.rad-net.de). Zur Unterstützung bei der Organisation von Radreisen in entfernte oder gänzlich unbekannte Regionen oder aber für Radtourismus-Einsteiger dürften die Angebote der Radreiseveranstalter nützlich sein.

Viele Destinationen versuchen, den Radtourismus mit unzähligen Rad-Reise-Pauschalen zu fördern. Dazu sei hier nur generell angemerkt, dass es oft an Ideen und Kreativität fehlt, marktfähige Pauschalen zu entwickeln.

Merke:

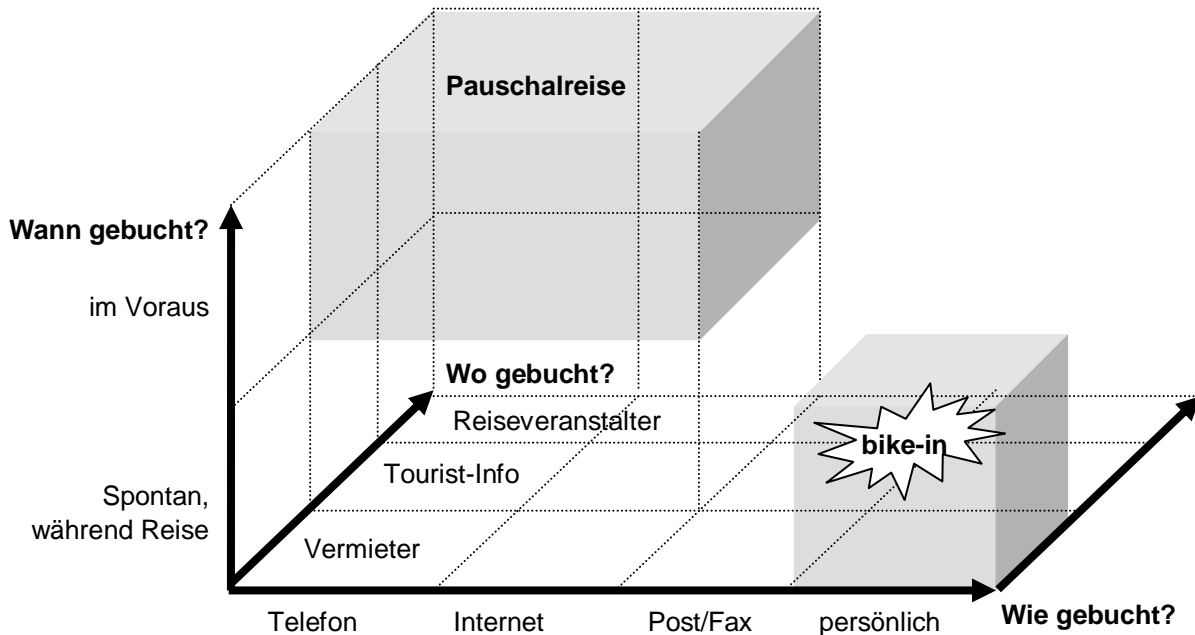
Alleine ein Begrüßungssekt macht noch keine Pauschale.

Außerdem wird sehr viel Vorarbeit in einen kleinen Markt (10 %-Anteil) investiert. Aus unserer Sicht scheint es sinnvoller zu sein, dass sich die Destinationen intensiver um eine Optimierung des Basisangebots kümmern sollten, als um oberflächlich nett verpackte Reisepäckchen.

Wann, wie und wo gebucht wird, hängt sehr stark von der Art der Radreise (Durchzugsreise, Rund-

reise, strahlenförmige Reise) ab. Eine größere Herausforderung im Radtourismus dürften bei 90 % Individualreisenden die spontanen Buchungen beim Vermieter sein: bike-ins. Die vom ADFC aufgestellten Kriterien für radlerfreundliche Beherbergungsbetriebe berücksichtigen dies, in dem gefordert wird, Radler nur für eine Nacht aufzunehmen (siehe hierzu Kap 3.1.4.1.).

Abb. 23: Dimensionen der Reise-/ Unterkunftsbuchung im Radtourismus



Quelle: eigene Abbildung.

3.1.6 Benchmark: Qualitätssicherung in Schleswig-Holstein

Neben vielen anderen Bundesländern hat das Land Schleswig-Holstein im Jahr 2007 einen Qualitätsleitfaden für Infrastruktur und Service im Radtourismus entwickelt und veröffentlicht. Die dort abgedruckten Kriterien zur Qualitätssicherung von Radwegen befinden sich in der nachstehenden Tabelle.

Diese Kriterien basieren im Wesentlichen auf den Empfehlungen des ADFC, die schon zitiert worden sind (Tourismus Agentur Schleswig-Holstein GmbH, 2007; ADFC 2007).

Ähnliche Checklisten gibt es in vielen anderen Bundesländern, die alle ebenfalls auf den ADFC-

Kriterien aufbauen. Diese Qualitätsempfehlungen stellen zunächst einmal statische Richtwerte dar. Das ist aus Radlersicht gut für ein bundeseinheitliches Qualitätsniveau. Allerdings können solche Kriterien nur ein Teil eines umfassenden Qualitätsmanagements sein. Die Erfüllung der Basiskriterien reicht dazu i. d. R. nicht aus.

Die in der folgenden Tabelle aufgeführten Kriterien entsprechen größtenteils der herrschenden Meinung. Dennoch gibt es auch einige diskussionswürdige Aspekte. So ist zum Beispiel fraglich, ob man die Forderung aufrecht erhält, dass ein Gastronomiebetrieb alle 5 km vorhanden sein sollte. Ausbaufähig ist die Tabelle eindeutig im Hinblick auf die touristische Attraktivität von Radwegen. Hierauf geht die vorliegende Ausarbeitung vor allem in Kapitel 4 ausführlich ein.

Abb. 24: Qualitätskriterien für Radwege in Schleswig-Holstein

Merkmale	Zielgröße	Minimalanforderung
Infrastruktur. baulicher Wegezustand		
Radwegbreite - Radweg	gemäß ERA 95 und StVO-VwV4 Einrichtungsweg: $\geq 1,60$ m, Zweirichtungsweg: $\geq 2,00$ m einseitige Zweirichtungsanlage $\geq 2,50$ m	bei deutlicher Unterschreitung der Breiten auf einer längeren Strecke besteht - je nach örtlicher Situation und Randbedingungen wie Verkehrsbelastung, Bedeutung der Strecke etc. - Handlungsbedarf (Ausbau des Radweges, Verlegung der Trasse) Spurbahnen 60 oder 80 cm Breite sollten auf Radfernwegen möglichst umgangen werden. Da Spurbahnen oft landschaftlich reizvolle Strecke erschließen, können sie nicht komplett umgangen werden. Daher muss zumindest deutlich in Kartenwerken /Infomaterialien darauf hingewiesen werden, dass die Strecke z. B. ungeeignet ist für Kinderanhänger.
Radwegbreiten Gemeinsamer Geh-/ Radweg	gemäß ERA 95 und StVO-VwV Einrichtungsweg: 2~ 2,50 m, Zweirichtungsweg. 3,00 m einseitige Zweirichtungsanlage 3,50 m	
Radwegbreiten Selbständiger Geh-/ Radweg	gemäß ERA 95 und StVO-VwV Zweirichtungsweg $\geq 3,00$ m	
Wirtschaftswege	empf. Mindestbreite 2,00 m für Wirtschaftswege (ADFC-Definition)	
Belagsart und -qualität	Der Ausbauzustand sollte ruhiges Fahren (ohne Schlaglöcher etc.) ermöglichen und allwettertauglich sein, d. h., die Routen sollen auch nach längerem Regen oder längerer Trockenheit befahrbar sein (also keine losen Sandwege oder gewachsene Waldwege).	sollte es auf einzelnen Abschnitten unumgänglich sein (vorerst) schlechte Wegstrecke aufzunehmen, ist eine klare Kommunikation der Problemstellen (in Publikationen und vor Ort - in der Beschilderung) besonders wichtig.
Linienführung/ Befahrbarkeit/ Engstellen	Durchgängige Befahrbarkeit auch mit Anhänger, Gepäck oder Tandem sollte gegeben sein, d. h. kein längeren Engstellen / Wege mit schmaleren Breiten als o. a., kurze Einengungen (z. B. Brücken, Pfosten, Viehgatter, Umlaufsprerren/Drängelgitter (Abstand 1,50 m bis 1,80 m) ...) sollten möglichst vermieden werden.	Sollte es auf einzelnen Abschnitten unumgänglich sein, (vorerst) schlechte Wegstrecke aufzunehmen, ist eine klare Kommunikation der Problemstellen besonders wichtig. Treppenanlagen sind ausgeschlossen bzw. benötigen eindeutige Hinweise vor Ort und die Ausschilderung einer Umfahungsstrecke.
Grenzwerte für RVA an klass. Straßen	innerorts: (50 km/h), bis 5.000 Kfz/d Führung im Mischverkehr, RVA erforderlich ab 5.000-10.000 Kfz/d abhängig von Lkw-Anteil, Einsehbarkeit der Strecke	Dieser Punkt ist vor allem für die Verkehrssicherheit von Bedeutung - eine Minimalanforderung lässt sich kaum definieren.
	außerorts: < 5.000 Kfz/d Mischverkehr möglich, ggf. Einzelfallprüfung(s.o.), RVA bei > 5.000 Kfz/d notwendig Ausnahme: RVA geplant, dann übergangsweise Führung auf der Fahrbahn möglich (aber: auf gefahrlose Nutzungsmöglichkeit für Kinder muss geachtet werden)	
Querung klassifizierter Straßen	ungesicherte Querungen stark befahrener Hauptverkehrsstraßen sollten vermieden werden (zweistreifige Straßen, 5.000 - 10.000 Kfz/d außerorts, 10.000 - 20.000 Kfz/d innerorts). Angepasste Maßnahmen zur Beseitigung ungesicherter Querungen, ggf. kurzfristige Installation von Z 138 StVO.	Dieser Punkt ist vor allem für die Verkehrssicherheit von Bedeutung - eine Minimalanforderung lässt sich kaum definieren.

Merkmal	Zielgröße	Minimalanforderung
Mögliche Konflikte mit anderen Nutzergruppen	Vermeidung von Strecken mit starker Reitnutzung, im Einzelfall muss geprüft werden, ob Reitnutzung (z.B. auf wassergebundenen Abschnitten) ausgeschlossen werden sollte, bzw. eine einseitige „Reiterspur“ angelegt werden kann	auf wassergebundenen Decken Ausweisung von getrennten Nutzungsflächen z.B. für Reiter und Radfahrer
Infrastruktur: Wegweisung		
Beschilderung	einheitliche und durchgängige Wegweisung in beide Fahrtrichtungen (gemäß Amtsblatt/FGSV-Merkblatt)	Routeneigene Ausschilderung - nur für bereits bestehende Beschilderungen, bei Neu- bzw. Überplanungen ist immer der im Wegweisungserlass beschriebene Standard einzuhalten.
	Orientierung soll auch ohne zusätzliches Kartenmaterial möglich sein	
	Integration von Radfernwegen und lokale Routen in die landesweite Beschilderungssystematik	
Infrastruktur: begleitende Infrastruktur		
Rastplätze Schutzhütten	Wünschenswert entlang der Routen soll es Möglichkeiten zum Rasten (Schutzhütten, Rastplätze, etc.) und Einkehren (Gastronomie) geben. ein Unterstand alle 5 km	ein Unterstand alle 10 km
Kinderspielplätze	entlang von familienfreundlichen Wegen ein Muss, ansonsten wünschenswert	
Infotafeln	sollen in ausreichender Zahl vorhanden sein mit Informationen zur Route, Region und mit Hinweisen auf Gastronomie, Übernachtungsmöglichkeiten etc.	Infotafeln mit (Karten-) Informationen zur Strecke / Region
Service: Service für den Gast		
Fahrradparken Entlang der Strecke	soll vorhanden sein, auch mit der Möglichkeit zur Gepäckaufbewahrung (abschließbare Boxen)	vorhanden als Fahrradständer (ohne Box) mit der Möglichkeit Rad und Rahmen anzuschließen
Einkaufsmöglichkeiten	ausreichendes Angebot	bei längeren Versorgungslücken" Hinweise darauf auf Infotafeln und in Routeninformationen
	Hinweise auf Infotafeln	
Gastronomie	ausreichendes Angebot	bei längeren „Versorgungslücken“ Hinweise darauf auf Infotafeln und in Routeninformationen
	Hinweise auf Infotafeln	
	soll vorhanden sein: ein Betrieb alle 5 km	
Beherbergungsbetriebe am Weg Radfahrerfreundlicher Betrieb	ausreichendes Angebot und Hinweise darauf	bei längeren „Versorgungslücken“ Hinweise darauf auf Infotafeln und in Routeninformationen
	vgl. auch Bett & Bike-Kriterien	
Gepäcktransport	Angebote sollen vorhanden sein	bei Nicht-Vorhandensein kein k.o. Kriterium
Service: Service für das Fahrrad		
Fahrradmitnahme im Zug, Bus, Fähre	Anbindung an öffentlichen Verkehr mit Fahrradbeförderung (Fahrradmitnahmemöglichkeiten in Bus, Bahn und Fähren entlang der Route) Ausweisung von Bahnhöfen und Fähren mit Fahrradbeförderung im Rahmen der Zielbeschilderung (auch Fähren)	Fahrradmitnahme im Zug ist möglich, Hinweise auf Bahnhöfe sind i.d.R. in der Kfz-Beschilderung vorhanden
Fahrradreparaturmöglichkeiten	Servicestationen (für Radpannen) und Einkaufsmöglichkeiten für kleine	bei längeren "Versorgungstücken" Hinweise darauf auf Infotafeln und in Routeninformationen

Merkmal	Zielgröße	Minimalanforderung
	Pannen entlang der Route Hinweise auf Infotafeln	formationen
Fahrradverleih	Fahrradleihmöglichkeiten sollen entlang der Strecken vorhanden sein, Ausleihmöglichkeiten für one-Way"-Leihe erwünscht	Touristinformationen vor Ort können Auskunft über nächste Ausleihmöglichkeit geben
Service: Information		
GPS	sollte vorhanden sein	
Karten-/Infomaterial Print	muss vorhanden sein, Infomaterial als Einleger zusätzlich zum Kartenmaterials	
Karten-/ Infomaterial online	muss vorhanden sein	
Wartung und Pflege		
Wegekataster	soll digital vorhanden sein	Informationen über den Wegebestand
Kontrolle und Wartung der Wege	im Frühjahr vor der Saison und bei konkreten Mängelhinweisen Einpflegen von Änderungen in das Kataster	existieren, sind aber nicht fortschreibungsfähig jährliche Kontrolle durch abradeln
Wegweiskataster	soll digital vorhanden sein	Informationen über den Wegweisung existieren, sind aber nicht fortschreibungsfähig
Kontrolle und Pflege der Wegweisung	im Frühjahr vor der Saison und bei konkreten Mängelhinweisen Einpflegen von Änderungen in das Kataster	jährliche Kontrolle durch abradeln
Kontrolle begleitende Infrastruktur	im Frühjahr vor der Saison und bei konkreten Mängelhinweisen	jährliche Kontrolle durch abradeln
Hotline Zentrale Ansprechstelle	Einrichtung einer Hotline, um Gästeanregungen / Mängelhinweise im Bereich Infrastruktur aufzunehmen	
Touristische Attraktivität		
Umfeld Führung	naturnahe Routenführung	
	sichere Befahrbarkeit (möglichst geringe Belastung durch Autoverkehr)	
	Vermeidung von überflüssigen Umwegen	
Thema	Thema des Weges soll auf einem Großteil der Strecke präsent sein (z.B. ufernahe Führung bei Flussradwegen)	
Start- und Endpunkt	Start- und Zielpunkt gut erreichbar auch mit dem ÖV Service an den Start- und Zielpunkten-. Lage am Bahnhof, PKW-Stellplätze, Leihfahrräder, Pannendienst in fußläufiger Entfernung Beschilderung zur Route/zum Routennetz, Karten- und Informationsmaterial gute ÖV-Verbindung zwischen End- und Startpunkt Rücktransport an den Startpunkt durch ÖV/ Shuttle	

Quelle: mit kleinen Veränderungen aus Tourismus Agentur Schleswig-Holstein GmbH 2007 und den dort angegebenen Quellen.

Es ist zu empfehlen, dass die wichtigsten Akteure im Radtourismus Sachsen-Anhalts zusammenkommen, um diesen Kriterienkatalog gemeinsam zu analysieren und ggf. noch um vermehrte Kriterien der touristischen Attraktivität zu er-

gänzen und in angepasster Form als verbindlich für Sachsen-Anhalt zu verabschieden. Dabei ist realistisch zu prüfen, welche dieser Maßnahmen nach Maßgabe der GA-Förderbedingungen in Sachsen-Anhalt umgesetzt werden können.

Fazit zur Angebotssituation

Obwohl der Radsport erst seit ca. 20 Jahren von den Touristikern als interessant eingestuft wird, hat sich doch in nahezu allen Bundesländern ein großes Angebot entwickelt. Die **Wettbewerbssituation** stellt sich aber nicht nur als **quantitative Herausforderung** dar. Wie das Beispiel aus Schleswig-Holstein zeigt, gibt es in nahezu allen Bundesländern auch große Bemühungen, das Angebot **qualitativ zu profilieren**.

Wer sich in diesem Wettbewerbsumfeld abgrenzen will, muss mehr bieten, als nur ein intaktes Basisangebot an radtouristischer Infrastruktur, gute, radlerfreundliche Unterkünfte und Gastronomiebetriebe.

Auch die **Natur ist kein Alleinstellungsmerkmal**. Eine intakte Natur wird als Selbstverständlichkeit erwartet. Die meisten Radwege beziehen sich auf Flüsse/Flusstäler und Regionen. Damit ist der Markt an sich gesättigt.

Da in allen Bundesländern ähnliche Aktivitäten durchgeführt werden, Qualitätskriterien für das Basisangebot zu definieren (Adaptionen der ADFC-Empfehlungen) und das Basisangebot an sich schon kaum unterscheidbar ist, kann ein Alleinstellungsmerkmal nur noch dort gefunden werden, wo sich echte Innovationen im Radtourismus finden lassen. Andernfalls in das eigene Angebot dem harten Verdrängungswettbewerb schutzlos ausgesetzt.

3.2 Angebotssituation in Sachsen-Anhalt

3.2.1 Landestouristische Schwerpunktregionen und deren Bezug zum Radtourismus

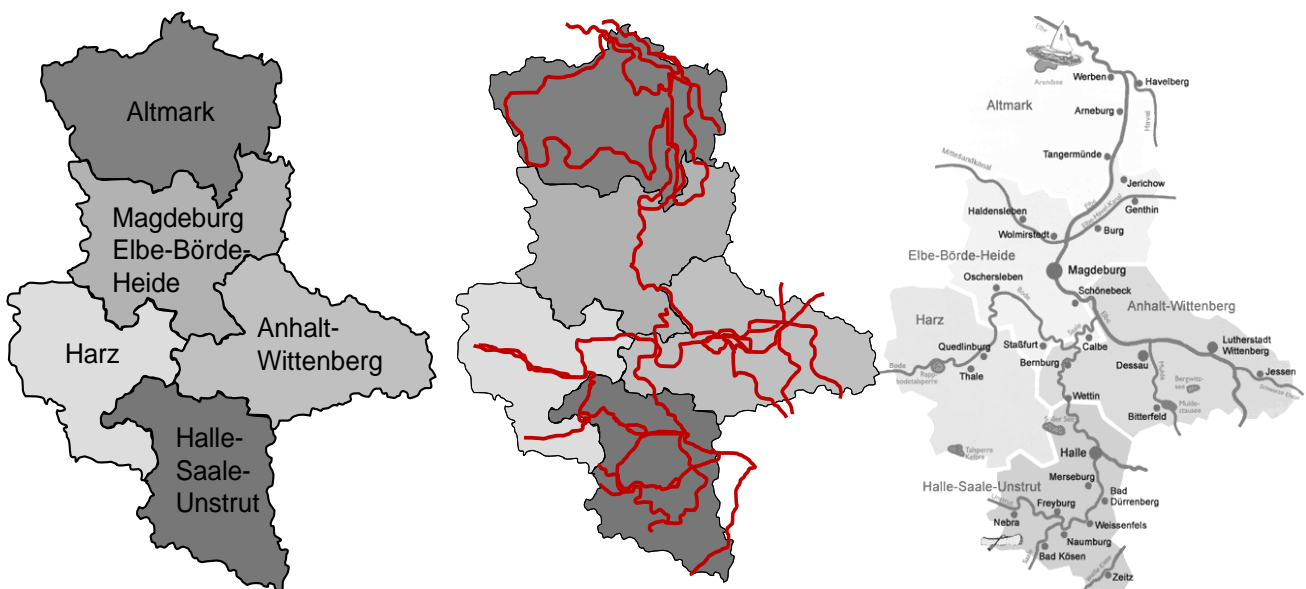
Das Bundesland Sachsen-Anhalt gliedert sich in fünf touristische Regionen. In diesen Regionen sind zurzeit sieben touristische Regionalverbände tätig. Aus touristischer Sicht werden im Sinne des Destinationsgedankens vier Schwerpunktregionen gesehen: die Altmark, das Gartenreich Dessau-Wörlitz, der Harz und die Weinregion Saale-Unstrut (Antz et al. 2004, 25, 101).

Ein Blick auf die Karten zeigt, dass bei grober Betrachtung nicht alle Regionen in gleichem Maße für den Radtourismus prädestiniert erscheinen. In den Schwerpunktregionen mit relativ vielen Flüssen sind deutlich mehr Radwege vorhanden.

Topografie

Aus den unterschiedlichen topografischen Gegebenheiten in den Schwerpunktregionen leiten sich spezielle radtouristische Möglichkeiten ab. Jede Region bietet individuelle Potenziale. Im Harz sind verschiedene Formen des Mountainbiking möglich. Das Harzvorland und die Weinregion Saale-Unstrut sind deutlich weniger hügelig, aber dennoch nicht ohne sportlichen Anspruch. Mit der topografischen Situation in der Altmark könnten eher Einsteiger, Familien oder ältere Radwanderer angesprochen werden, weil sich dort ausge dehnte Ebenen befinden.

Abb. 25: Regionalplanungsregionen in Sachsen-Anhalt und deren radtouristisches Potenzial



Quelle: Karte: Antz et al, 2004, 25; Spohr et al. 2007, Mitte: überregionale, bedeutende Radwege (Skizze), rechts: Flüsse.

Angebotsvernetzung zu den Schwerpunktthemen

Der Radtourismus sollte nicht losgelöst von den bisherigen Tourismus-Aktivitäten in Sachsen-Anhalt betrachtet werden. Insbesondere unter dem Aspekt der Produktgestaltung (... und Inszenierung; siehe Kap. 4.2.3) bieten sich Vernetzungen zu den bestehenden Markensäulen und Schwerpunktthemen im Lande an. Ein Alleinstellungsmerkmal Sachsen-Anhalts wird z. B. darin gesehen, dass die radtouristischen Möglichkeiten ohnehin schon eng verzahnt sind. Kulturelle Ziele liegen an flussbegleitenden Wegen und führen durch ebene und interessante Landschaften. (Antz et al. 2004, 62)

Naheliegender ist dabei zunächst das Blaue Band. Da Radwege sehr oft entlang von Flüssen verlaufen, könnten die Potenziale gegenseitig genutzt werden. Obwohl das Blaue Band zunächst zur Stärkung des Wassertourismus ins Leben gerufen wurde, trägt der Radtourismus heute sicherlich einen wesentlichen Teil zur Stärkung der Flussregionen bei. Hier muss in Zukunft noch stärker über Angebotsformen nachgedacht werden, die in der Lage sind, Rad- und Wassertourismus miteinander zu verknüpfen. Zu den bisher üblichen Möglichkeiten zählen:

- Die Überwindung von Teilstrecken der Radtouristen mit dem Schiff (z. B. Ausflugsschiff).
- Die Rückkehr von Radtouristen per Schiff zum Ausgangspunkt.
- Kombinierte Kajak – Rad-Angebote (hierfür war z. B. die Hase-Ems-Region einer der Vorreiter).

Zur Bereitschaft der Radler und den Umständen bzw. Hemmnissen, zwischenzeitlich vom Rad aufs Boot zu wechseln, besteht allerdings durchaus noch Forschungsbedarf.

Aber auch kulturelle Themen, wie die Straße der Romanik, Gartenträume etc., bieten sich an, um den Radlern das vorhandene Angebot im Land entlang der Radwege zu vermitteln. Aus den Motiven der Radler, Sehenswürdigkeiten als Radelziele zu besuchen, kann gefolgert werden, dass allgemein kulturelle Themen hoch im Kurs stehen (siehe Kapitel 3.3.1.4). Im Hinblick auf die Romanik kann auf den Rad-Reiseführer „Radwanderwege entlang der Straße der Romanik“ zurückgegriffen werden (LTV 1999).

3.2.2 Radwege als landesspezifische Angebotsvoraussetzung

3.2.2.1 Quantitative Bestandsaufnahme

Zunächst wurde das quantitative Angebot im Radtourismus für Deutschland beschrieben. Aufgrund fehlender Daten für einen vollständigen Überblick wurde auf eine Radwegsdatenbank aus dem Internet zugegriffen, die mit den genannten Einschränkungen relativ umfangreich recherchiert ist und für die Zwecke dieser Untersuchung einen recht guten Überblick gibt. (Mielke 2007).

Einen genauen Überblick über das Angebot an Radwegen in Sachsen-Anhalt gibt es nicht. Das liegt z. T. daran, dass in den Quellen jeweils nur bestimmte Arten von Radwegen zusammengetragen werden. Im Handbuch Tourismus in Sachsen-Anhalt werden z. B. die **Radfernwege** dargestellt. (Antz et al. 2004, 63)

Abb. 26: Radrouten Klasse 1 + 2 in Sachsen-Anhalt

Klasse 1	km	Klasse 2	Km
Europaradweg R1	294	Aller-Radweg	66
Elberadweg	327	Aller-Elbe-Radweg	80
Saale-Radwanderweg	175	Aller-Harz-Radweg	109
		Altmarkrundkurs	508
		Elsterradweg	50
		Gartenreichtour Fürst Franz	80
		Harzrundweg	156
		Harzvorlandweg	200
		Havelradweg	43
		Himmels-scheibenweg	69
		Muldental-Radwanderweg	74
		Radweg Berlin-Leipzig	72
		Radweg Saale-Harz	75
		Salzstraße	132
		Unstrut-Radweg	46
	796		1.760
Km insgesamt			2.556

Quelle: Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt.

Auch in den Internet-Datenbanken für Sachsen-Anhalt gibt es zwar einen guten, aber nicht vollständigen Überblick. Durch Plausibilitätskontrollen und Vergleiche/ Gegenüberstellungen konnte die Übersicht noch verbessert werden. Erschwerend kommt hinzu, dass die Radwege oftmals unterschiedlich bezeichnet (Radweg, Radwanderweg)

und geschrieben werden (z. B. Elberadweg (richtig), Elbe-Radweg (falsch)).

Abb. 27: Alphabetische Gegenüberstellung von Radwegen aus verschiedenen Datenbanken

Mielke	www.sachsen-anhalt-tourismus.de	www.radtouren-sachsen-anhalt.de
Aller-Radweg	Aller-Radweg	Aller-Radweg
Altmark-Rundkurs	Altmark-Rundkurs	Altmark-Rundkurs
		Bauhaustour
		Boderadweg
Biberbachradweg		Biberbachradweg
Elberadweg	Elberadweg	Elberadweg
		Elbe-Uchte-Radweg
Elster-Radweg	Elster-Radweg	Elster-Radweg
Europa-Radweg R1	Europa-Radweg R1	Europa-Radweg R1
		Feldsteinkirchentour
		Finneradweg
Fläming-Skate Route		Fuhneradweg
Gartenreichtour Fürst Franz	Gartenreichtour Fürst Franz	Gartenreichtour Fürst Franz
Gutschbachradweg		Gutschbachradweg
Harzrundweg	Harzrundweg	Harzrundweg
Harzvorlandweg		Harzvorlandweg
Havel-Radweg	Havel-Radweg	Havel-Radweg
	Himmelsscheibenradweg	Himmelsscheibenradweg
		Heiderundweg
		Ilse-Radweg
		Kohle-Dampf-Licht-Tour
		Mountainbike-Touren im Nationalpark Hochharz
		Milde-Biese-Tour
Muldental-Radwanderweg		Muldental-Radwanderweg
Radweg Berlin-Leipzig	Radweg Berlin-Leipzig	Radweg Berlin-Leipzig
Radweg Saale-Harz		Radweg Saale-Harz
Saale-Radweg	Saale-Radwanderweg	Saale-Radweg
		Saale-Unstrut-Elster-Acht
		Salzstraße
		Schlösser- und Burgentour
		Tiere in der Elbtaube
Unstrutradweg	Unstrut-Radweg	Unstrutradweg

Quelle: eigene Abbildung, nach Mielke 2007; TMG 2007; Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt 2007.

In zwei landesspezifischen Internetportalen wurden unterschiedlich viele und oft verschiedenartig bezeichnete Radwege ermittelt. Ein genauere Blick auf das Angebot in Sachsen-Anhalt zeigt, dass es im Land vermutlich 32 Radwege gibt. Eine zentrale Erfassung findet nicht statt, sodass vermutet werden kann, dass auch noch weitere Radwege in Sachsen-Anhalt existieren. Die Radwege von größerer touristischer Bedeutung werden auf den Seiten der Tourismus - Marketing Sachsen-Anhalt GmbH dargestellt (TMG 2007). Eine Liste auch mit kleineren aber – aus der Sicht der Verfasser – thematisch sehr interessanten Wegen bietet das Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt im Internet an (www.radtouren-sachsen-anhalt.de).

Bei genauer Betrachtung fällt auf, dass es zumindest bei der Bezeichnung der Radwege nur sehr wenige Bezüge zu den Schwerpunktthemen und Markensäulen des Landes gibt. Zu nennen wären hier lediglich die Gartenreichtour Fürst Franz und der Himmelsscheibenradweg. Ein Radweg der Romanik fehlt, obwohl es hierzu schon einmal einen Radreiseführer gab, stattdessen werden eine Feldsteinkirchentour und eine Bauhaustour aufgeführt. Kulturtouristisch ist das sicherlich interessant und Vielfalt ist gut, aber eine Markenprofilierung wird dadurch erschwert.

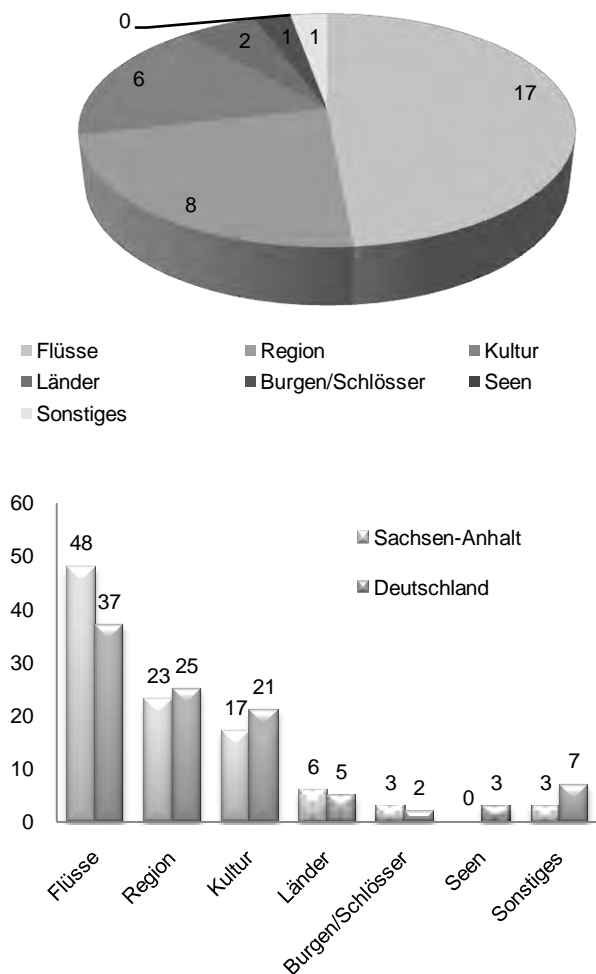
Bei der Hälfte der 32 unter www.radtouren-sachsen-anhalt.de genannten Radwege ist das Thema Flüsse ausschlaggebend gewesen. Das Thema ist, wie schon gezeigt, im Deutschland-Vergleich überproportional vertreten.⁷ Andere Themen, wie ein regionaler Bezug oder auch ein kultureller Bezug, sind eher unterproportional vertreten. In der Region Anhalt-Wittenberg gibt es einen Schlösser- und Burgenradweg.

Fazit zur Basisinfrastruktur, quantitativ

Es gibt in Sachsen-Anhalt ein großes Angebot an Radwegen. Allerdings sollte diese Vielfalt auch in der Kommunikation (siehe hierzu Kap. 3.2.5) aufgegriffen werden. Die Verteilung der Radwegsthemen deutet auf ein überproportionales Angebot an Fluss-Radwegen hin. Kulturelle Themen, Schwerpunktthemen in Sachsen-Anhalt, werden nicht in genügendem Ausmaß aufgegriffen.

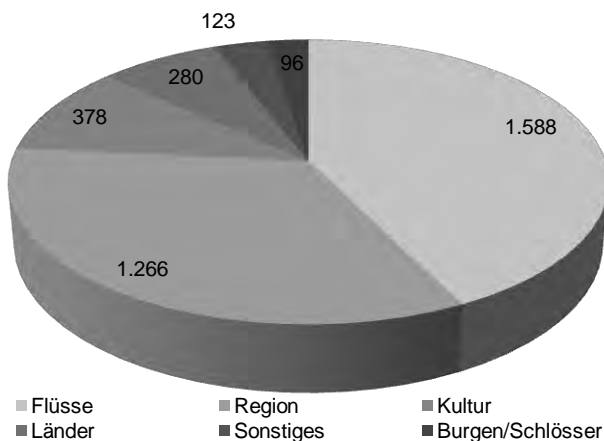
⁷ Siehe hierzu Kap. 3.1.2.

Abb. 28: Radwege nach Themen in Sachsen-Anhalt (absolut) und Deutschland (relativ) im Vergleich



Quelle: eigene Abbildung, nach Mielke 2007; Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt 2007; TMG 2007.

Abb. 29: Struktur der Radwegethemen nach der Gesamtlänge in km der jeweiligen Radwege



Quelle: eigene Abbildung, nach Mielke 2007; Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt 2007; TMG 2007.

3.2.2.2 Qualitative Bestandsbewertung – Ergebnisse der Radwegbefahrungen

Eine qualitative Bestandsbewertung kann und sollte auf verschiedenen Ebenen erfolgen. Einen großen Teil der Erkenntnisse liefert eine Studie, die im Herbst 2007 vom Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt in Auftrag gegeben wurde. (Dreyer et al. 2008) Die Studie basiert zum Teil auf einer kleineren Stichprobe (Befragung von Radtouristen). Allerdings liefert sie plausible Ergebnisse, die sich so auch mit den Erkenntnissen aus anderen Quellen und den Beobachtungen im Rahmen von Radwegbefahrungen decken. Mit den Befahrungen der Wege hat **keine vollständige Bestandsaufnahme** der touristischen Angebotsmöglichkeiten stattgefunden. Ziel der Befahrung war es, beispielhaft zu prüfen, **ob und wie überhaupt eine Vernetzung** zwischen Radwegen und touristischen Einrichtungen im erweiterten Umfeld stattfindet.

Die Erkenntnisse deuten generell darauf hin, dass es im Land Sachsen-Anhalt immer noch einen Bedarf gibt, die Basis-Qualitäts-Dimensionen im Radtourismus auf einen zeitgemäßen Stand zu bringen. Darunter verstehen wir insbesondere die Befahrbarkeit der Radwege, die Beschilderung, die Wegführung und die Infrastruktur am Wegesrand.

Diese Qualitätsdimensionen im Radtourismus zu betrachten, ist grundsätzlich wichtig. Sie stellen die Grundvoraussetzung für Radtourismus dar.⁸ Zu den Mindestanforderungen gibt es umfangreiche Publikationen und Studien, die u. a. vom ADFC bereitgestellt werden. Sie sind hinlänglich untersucht und bereits ausführlich dargestellt worden.⁹

Die Wettbewerbssituation im Radtourismus ist durch ein bundesweit umfangreiches Angebot gekennzeichnet. Viele Bundesländer unternehmen große Anstrengungen, um die Basisinfrastruktur aufzuwerten. Das verschärft den Wettbewerb deutlich. Nur die Angebote, die wenigstens eine solide Basis bieten, können künftig im Wettbewerb überhaupt eine Chance haben.

Da Sachsen-Anhalt grundsätzlich ein gutes und umfangreiches Angebot für den Radtourismus bieten kann, soll an dieser Stelle – wenn auch nur exemplarisch – ein kritischer Blick aus touristi-

⁸ Siehe hierzu Kap. 3.

⁹ Siehe hierzu Kap. 3.1.6.

scher Sicht auf das Basisangebot geworfen werden. Die dazu gezeigten Beispiele könnten den Eindruck verzerren und suggerieren, dass es grundsätzlich einen erheblichen Investitionsbedarf gibt. Das trifft allenfalls punktuell zu. Vielmehr sollen die Beispiele zeigen, dass Radwege einer ständigen Pflege und Wartung bedürfen.

Befahrbarkeit der Radwege

Die Befahrbarkeit der Radwege gliedert sich in zwei Ebenen: die **Beschaffenheit der Oberflächen** und die **Breite der Wege**. Um es kurz zu machen: Es muss nicht immer Asphalt sein. Auch ein Feldweg mit ebener Oberfläche ohne Schlaglöcher und ausgefahrene Spuren kann von Radlern akzeptiert werden, gerade dann, wenn es um Routen mit engem Bezug zur Natur geht.

Zu kritisieren sind Hindernisse in den Oberflächen, die für die Radler ein Unfallrisiko darstellen. Ursache können z. B. starke Regenfälle sein. An einigen Stellen wurden solche Mängel in der **Beschaffenheit der Oberflächen** im Zuge der Radwegsbefahrungen (unvollständig, beispielhaft) entdeckt. Die ausführlichen Befahrungsprotokolle sind in der Studie zum Radtourismus dokumentiert. (Dreyer et al. 2008)

Abb. 30: Beispiel für schlechte Oberflächenbeschaffenheit



Quelle: Foto Linne 2007, links: Unstrutradweg bei Freyburg, rechts: Saale-Radweg bei Leißling.

Abb. 31: Schlechte Übergänge



Quelle: Foto Linne 2007, links: Unstrutradweg bei Laucha, rechts: Unstrutradweg bei Karstorf.

Ärgerlich und dringend zu ändern sind Passagen der ausgewiesenen Radwege, die nicht nur an, sondern auf Straßen verlaufen, weil keine separate Radspur vorhanden ist. Natürlich hängt die Zumutbarkeit stark mit der Intensität des Straßenverkehrs an einer solchen Stelle zusammen. Im

Rahmen der Radwegsbefahrungen konnten sehr wenige solcher Stellen dokumentiert werden.

Abb. 32: Sehr ungünstige Radverkehrslenkung bei Laucha



Quelle: Foto Linne 2007.

Auch die Breite des Radwegs hat Einfluss auf die Befahrbarkeit. Es werden Werte zwischen 1,60 m (Einrichtungsweg) und 2,50 m (Zweirichtungsweg) gefordert.¹⁰ (Tourismus Agentur Schleswig-Holstein GmbH 2007) Da Radler häufig auch in Gruppen unterwegs sind, halten wir 2,50 m schon eher für eine Minimalanforderung. Leider sind nicht alle Radwege im Land Sachsen-Anhalt konsequent und einheitlich breit ausgebaut. Häufig sind schmalere Wege oder sogar einzelne Spurbahnen festzustellen.

Abb. 33: Unterschiedliche Radwegsbreiten



Quelle: Fotos Dreyer, Linne 2007, links: 3 m breit, Weserradweg, rechts: schmale Spuren Unstrutradweg bei Freyburg.

Insgesamt, also auf den allermeisten Strecken, ist die Befahrbarkeit der Radwege in Sachsen-Anhalt jedoch gut und sehr gut möglich. Ein enger Bezug zur Natur wird auch durch viele naturbelassene Wege unterstützt, die i. d. R. gut befahrbar sind.

Beschilderung

Die Beschilderung eines Radwegs findet auf zwei Ebenen statt: **verkehrstechnische Ausschilderung der Wegstrecke** in Verbindung mit Hinweis-

¹⁰ Siehe hierzu Kap. 3.1.6.

und Informationsschildern sowie **Informationstafeln zu bestimmten Attraktionspunkten** entlang des Weges. Die verkehrstechnische Ausschilderung der Radwege ist durch eine Empfehlung des ADFC in Deutschland nahezu vereinheitlicht – das ist gut für die Nutzungsgewohnheiten der Radler. (ADFC 2007) Grundlage der Beschilderung für Sachsen-Anhalt bilden die „Handlungsempfehlungen für eine einheitliche landesweite Beschilderung“. (Ministerium für Wirtschaft und Arbeit 2002) Der Zustand der Beschilderung an den Radwegen in Sachsen-Anhalt war u. a. auch Anlass für eine Evaluation des Beschilderungszustandes im Land. (TGL 2007, 5)

Zur Qualität der **verkehrstechnischen Ausschilderung** der Radwege gibt es jedoch noch einige Anmerkungen. Viele Hinweise von Radlern und Erkenntnisse aus den Radwegbefahrungen betreffen die Eindeutigkeit der Beschilderung. Das betrifft die Standorte der Schilder, die Frage, ob die Schilder auch noch in die gewünschte Richtung weisen oder die Verständlichkeit der Informationen. Oft entsteht der Eindruck, dass zwar vielerorts neue Schilder montiert, dafür die alten Schilder aber nicht demontiert worden sind, was ebenfalls zu uneindeutigen Informationen führen kann.

Informationstafeln zu bestimmten Attraktionspunkten sind eine einfache, grundlegende Form der Unterhaltung und der Information der Radtouristen. Im Rahmen der Befahrung ist jedoch aufgefallen, dass solche Informationen an vielen Attraktionspunkten grundsätzlich fehlen. Oft wurden zwar Standorte für Schautafeln entdeckt; die Schautafeln fehlten jedoch. Solche Schautafeln werden leider häufig beschädigt.

Abb. 34: Schautafel am Rastplatz Blütengrund, Vor- und Rückseite



Quelle: Foto Linne 2007.

Abb. 35 Schautafel in Weißenfels mit Beschädigungen



Quelle: Foto Linne 2007.

Infrastruktur am Wegesrand

Im Rahmen der TGL-Bestandserhebung wurden Daten zur Wege begleitenden **Infrastruktur** nur für die Angebote erfasst, die **direkt** am Radweg liegen (TGL 2007, 24):

- Schutzhütten
- Rastplätze
- Holländer
- Radboxen
- Informationstafeln zu den Routen
- Informationstafeln zu touristischen Angeboten.

Im Rahmen der TGL-Untersuchung wurde eine vollständige **Bestandsaufnahme und -dokumentation** durchgeführt.

Hier sei nur noch ergänzend darauf hingewiesen, dass aus touristischer Sicht geprüft werden sollte, ob es für die bereits vorhandene Infrastruktur verbesserte Standorte geben könnte oder ob bestehende Standorte durch zusätzliche Informationstafeln o. Ä. aufgewertet werden könnten. Die Radwegbefahrungen haben an einigen Stellen diesbezüglich noch Optimierungsbedarfe aufgezeigt. An einigen Stellen wurden Bänke dokumentiert, deren Ausrichtung exakt auf einen Baum und nicht auf das naheliegende Landschaftsmerkmal gerichtet ist. An solchen Stellen ist zu prüfen, ob der Baum entfernt oder beschnitten oder ob die Bank um 10 m nach rechts oder links versetzt werden kann.

Abb. 36: Standorte von Rastplätzen



Quelle: Fotos Linne 2007; links: Holländer vor Nebra, rechts: Bank mit Ausblick auf Baum bei Naumburg.

Befindet sich die radwegsbegleitende Infrastruktur immer an der richtigen Stelle? Diese Frage sollte an die Bestandsaufnahme der TGL anschließen. Zumindest aus der Sicht der Touristiker ergibt sich an einigen Stellen ein Veränderungsbedarf. Rastplätze sollten einen guten Blick in die Landschaft oder zu nahe gelegenen Attraktionen bieten. Gute Informationstafeln sollten dem Radler Lust machen, die Attraktion zu besuchen und das vielfältige Potenzial des Landes nahebringen. Sie können auch einfach nur eine spannende Geschichte erzählen und den Radler damit etwas unterhalten. In der Studie zum Radtourismus wurden als Ergebnis der Befahrungen zahlreiche Stellen dokumentiert, an denen solche „Erlebnis-Rastplätze“ möglich wären.

Abb. 37: Infrastruktur in schlechtem Zustand



Quelle: Fotos Linne 2007; links: Bänke ohne Tisch bei Naumburg, Saaleradweg; rechts: Tisch ohne Bank, bei Nebra, Unstrutradweg.

Abb. 38: Verschmutzungen



Quelle: Fotos Linne 2007; links: Papierkorb gefüllt mit Wein- und Sektflaschen (aus der Region) Saaleradweg bei Bad Kösen; rechts: Abfallsammlung, Saaleradweg, vor Naumburg.

Doch ehe über neue Rastplätze nachgedacht wird, muss erst die **Beschaffenheit** der bestehenden Infrastruktur in Ordnung sein. Sehr häufig wurden während der Befahrungen nicht geleerte Papierkörbe entdeckt, selten zerstörte oder stark

beschädigte Bänke. Doch auch die gilt es rasch zu ersetzen.

Wegführung

Sachsen-Anhalt verfügt über ein erhebliches naturräumliches Potenzial. Die meisten Radwege verlaufen entweder durch besonders interessante Landschaften (z. B. Saaleradweg) oder verbinden einzigartige kulturelle Attraktionen (z. B. Himmelscheibenradweg). Der Radtourist kann die Natur wesentlich unmittelbarer erleben, als ein Tourist, der mit dem PKW durch die Landschaft eilt.

Es ist daher umso wichtiger, die Wegführung der Radwege so zu gestalten, dass die Attraktionspunkte immer Teil der Route sind. Das heißt, dass ein Flussradweg nicht ständig, jedoch zumindest häufig direkt am Fluss entlang führen sollte. Bei den Befahrungen entstand teilweise der Eindruck, dass dies eher selten der Fall ist. Solange die Route durch landschaftlich attraktive Flusstäler führt, ist dagegen nichts einzuwenden.

Kritisch ist jedoch folgender Punkt zu sehen. Radwege sollten das vorhandene Angebot/ Potenzial vernetzen. Daher ist es nicht nachzuvollziehen, dass an vielen Stellen beobachtet werden konnte, dass die Radwege Ortszentren (mit vielen Sehenswürdigkeiten) systematisch umfahren und keine deutlichen Hinweise auf die Sehenswürdigkeiten zu finden waren.

Fazit zur Basisinfrastruktur, qualitativ

Die Radwege in Sachsen-Anhalt sind nicht immer auf dem neuesten Stand. Es gibt sehr viele gute Wege. Allerdings wird das Niveau nicht immer auf der Gesamtstrecke gehalten. Hier wird eindeutig Potenzial verschenkt. Es gehen Umsatzpotenziale verloren. Die Routen sollten nach touristischen Kriterien geplant werden.

Ein Radweg ist keine Umgehungsstraße!

Beschädigungen und Verschleiß zu beseitigen, erfordert nicht nur Einsatz finanzieller Mittel, sondern auch von personellen Ressourcen, die die Beschaffenheit der Anlagen regelmäßig kontrollieren müssten. Wer ist eigentlich für die Kontrolle und den Erhalt zuständig? – Eine Frage die nicht nur gestellt, sondern auch beantwortet werden muss.

Fazit zur Basisinfrastruktur, insgesamt

Im Folgenden sollen die wesentlichen Erkenntnisse aus der Studie zum Radtourismus zum Stand der Basis-Infrastruktur aufgelistet werden (Dreyer et al. 2008):

- Notwendigkeit von regelmäßigen Kontrollen der Etappen
- mehr Rastmöglichkeiten schaffen bzw. vorhandene Rastplätze aufwerten durch
 - Mobiliar
 - Abfallkörbe
 - bessere Abstellmöglichkeiten für Räder schaffen;
(mitunter reicht schon ein fester Untergrund)
 - Informationstafeln

Radwege führen nicht in Ortszentren

- Radler werden nicht motiviert, die Ortszentren oder andere Sehenswürdigkeiten zu besuchen, daher wirken sie weniger interessant
 - bei verkehrstechnischen Schwierigkeiten sollten Hinweise rechtzeitig gegeben werden

Radwege integrieren die Sehenswürdigkeiten derzeit nur unzureichend

- Viele touristische Attraktionen sind verkehrstechnisch nicht beschildert (nach unseren Befahrungen erfolgten Erneuerungen der Beschilderung; dadurch entstandene Verbesserungen konnten nicht berücksichtigt werden)
 - Radler werden nicht motiviert, Ausstellungen, Schlösser etc. besuchen, denn
 - an Radwegen fehlen werbende Hinweise auf Sehenswürdigkeiten, die zu einem Umweg einladen
- anliegende und in der Nähe liegenden Unternehmen (Beherbergung, Gastronomie, Handel) werden oft nur unzureichend einbezogen

- Umsatzpotenziale gehen verloren
- Vielfalt des tatsächlichen Angebots wird nur unzureichend dargestellt

Radwege bieten deutlich mehr touristisches Potenzial, als sie derzeit direkt vermitteln

- Eine Chance für Sachsen-Anhalt besteht darin, dass die gleichen Schwächen auch bei getesteten Benchmark-Radwegen auftraten, so dass schnelles Handeln für einen Vorsprung sorgen würde
 - touristische Inszenierung auch bei Vergleichs-Radwegen (Etappen) nicht vorhanden (Weser, NOK-Route, s. Beispiele)
- Es fehlen „Aha“-Effekte
 - kaum Unterscheidungsmerkmale von anderen landschaftlich und thematisch reizvollen Radwegen in anderen Bundesländern
 - Abhilfe könnte eine bessere Inszenierung schaffen

Thema Schafbeweidung auf den Deichen am Elberadweg

Weidende Schafe prägen das Landschaftsbild eines Deiches. Ein Deich ohne Schaf ist – zumindest touristisch – kein Deich. Dennoch unterbrechen Schafe auf Deichen bisweilen den fließenden Radverkehr auf dem Elberadweg. Aus touristischer Sicht ist das kein Problem, denn die Radler zeichnen sich durch eine hohe Naturverbundenheit aus. Man könnte allerdings die Chance nutzen, an geeigneten Stellen (Rastplätze etc.) auf Sinn, Zweck und Nutzen der Schafbeweidung hinzuweisen.

Sperrungen der Radwege sind allerdings für die Radler ein Ärgernis. Sollten solche Situationen vorkommen, wäre es besser, bestimmte Beweidungsabschnitte mit Pforten zu versehen, die zwar Radler in den Beweidungsbereich hinein, die Schafe aber nicht hinauslassen. (Vielleicht könnten auch mobile Pforten für die Radwege entwickelt werden.)

Alternativ sollte geprüft werden, ob die Beweidung des Deichs nur seitenweise (links oder rechts) durchgeführt werden kann.

3.2.3 Verkehrsmittel und Verkehrsträger in Sachsen-Anhalt

Eine Analyse der radtouristischen Verkehrssituation in Sachsen-Anhalt war nicht Auftragsgegenstand. Trotzdem sollen hier einige Angaben dazu gemacht werden. Eine umfangreiche Analyse dieses Themas sollte dennoch zeitnah durchgeführt werden, möglich z. B. im Rahmen einer von den Verfassern betreuten Diplom- oder Bachelorarbeit an der Hochschule Harz.

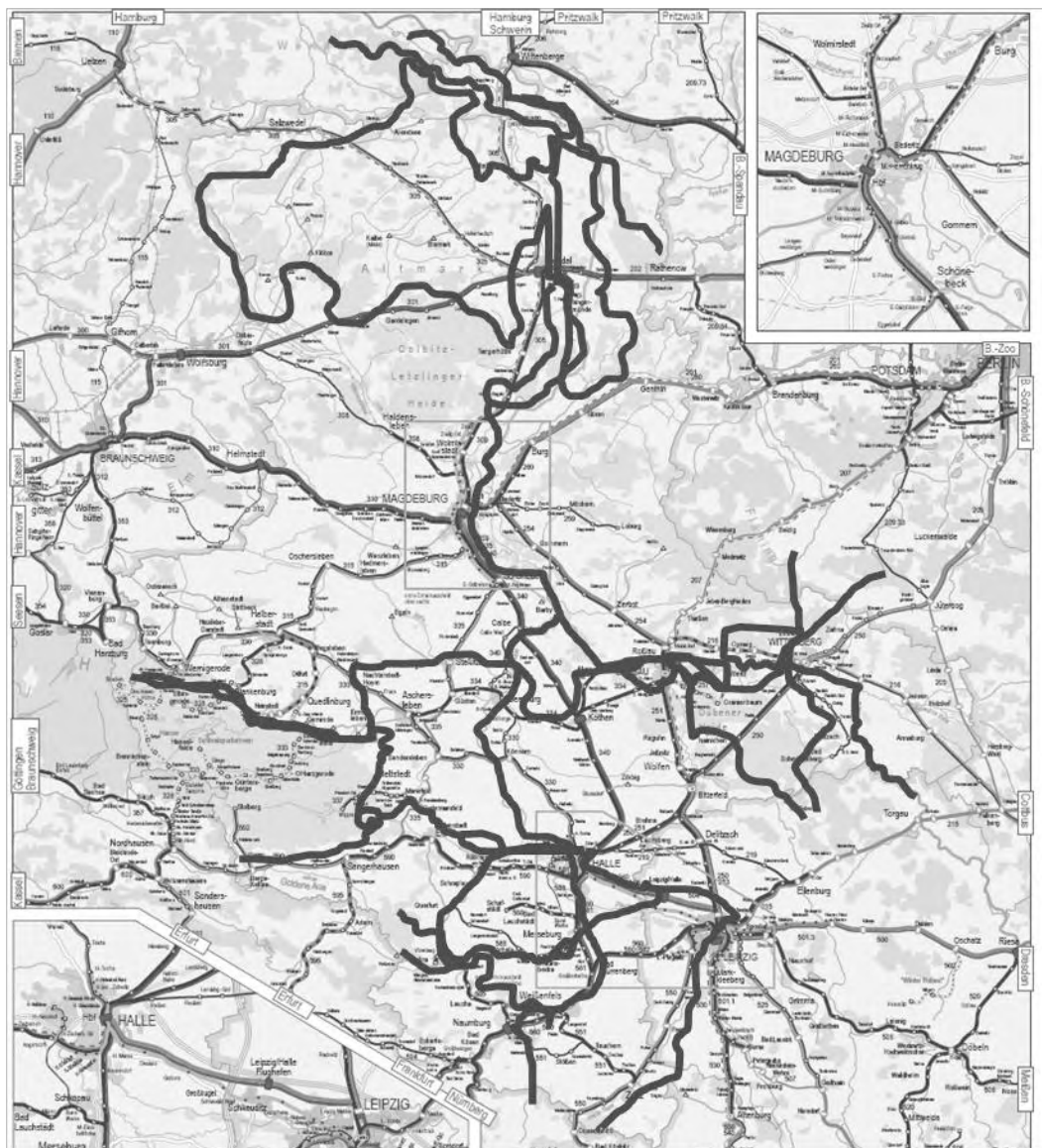
Aus radtouristischer Sicht ist es wichtig zu wissen, wo sich Schnittpunkte der beiden Verkehrssysteme Schiene – Radweg ergeben. Nur so können Etappen mit Start- und Zielpunkten sinnvoll ge-

plant werden. Ideal sind Orte, die außerdem eine gute Straßenanbindung aufweisen können.

Bahn- und Busverkehr

Die Erreichbarkeit mit der Bahn wird als weniger optimal angesehen. Die ICE-Verbindungen spielen im Radtourismus aufgrund der Angebotspolitik der Bahn keine Rolle. (siehe hierzu Kap. 3.1.3) Das IC-Netz der Bahn deckt auch nur geringe Teile des Landes ab. Ein grober Blick auf das Schienennetz des Landes zeigt, dass es nur wenige Bahnhöfe gibt, die für die Radwege als Etappenpunkte (siehe auch die Kap. 4.2.1 und 5.) genutzt werden können. Insbesondere der Elberadweg scheint nur suboptimal an das Bahnnetz angebunden zu sein.

Abb. 39: Radwege und Schienennetz in Sachsen-Anhalt



Quelle: eigene Darstellung; Karte Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH 2006; Radwege: schwarz, dickere Linien.

Im Regionalverkehr ist die Fahrradmitnahme einfacher. Die Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH (NASA) bemüht sich sehr um ein attraktives Angebot. Allerdings entsprechen auch hier die Abläufe bei der Reservierung von Stellplätzen und der Beschaffung von Tickets noch nicht den modernen Gepflogenheiten einer reibungslos und zeitnah funktionierenden Servicekette.

Radtouristische Kontaktpunkte könnten demnach sein (*kursiv* gedruckt sind die Orte, für die in einer Broschüre der NASA „Bahn&Rad“-Angebote gemacht werden):

- Aschersleben
- *Dessau*
- *Halberstadt*
- Halle
- *Lutherstadt Eisleben*
- *Lutherstadt Wittenberg*
- *Magdeburg*
- *Naumburg*
- *Salzwedel*
- Sangerhausen
- *Stendal*
- Wittenberge



Foto: Linne

Darüber hinaus werden folgende Bahnhöfe in dieser Broschüre radtouristisch eingesetzt:

- *Bad Schmiedeberg*
- *Coswig*
- *Flechtingen*
- *Gommern*
- *Haldensleben*
- *Loburg*
- *Nebra*
- *Tangermünde*
- *Wernigerode*

Die Mitnahme von Fahrrädern in den Nahverkehrszügen ist kostenlos. Dies ist zwar für die Radtouristen kein entscheidendes Kriterium, bringt aber Sympathiepunkte ein. Was die logistische Seite des Fahrradtransports mit der Bahn angeht, so ist diese je nach eingesetztem Rollmaterial unterschiedlich bequem für Radreisende. Verhältnismäßig gut ist die Mitnahmemöglichkeit bei modernen Zügen, wie sie z. B. im Elbe-Saale-Express oder bei der Burgenlandbahn eingesetzt werden, u. a. durch den Niederflureinstieg und das Mehrzweckabteil zur Mitnahme von Rollstühlen, Kinderwagen und Fahrrädern.

(Burgenlandbahn 2007) Schwieriger wird es in diesen Zügen, wenn größere Gruppen unterwegs sind, denn dann reicht das Stellplatzangebot nicht aus. Ähnliche Anforderungen sollten auch an den Busverkehr gestellt werden. Auch bei diesem Verkehrsmittel ist für die Mitnahme von Rädern ein einfacher, bequemer Einstieg zu gewähren und ausreichend Platz, um andere Fahrgäste nicht einzuschränken.

Individualverkehr

Die Erreichbarkeit der Radwege in Sachsen-Anhalt mit dem PKW wird im groben Überblick zunächst als gut angesehen. Durch den durchgängigen Ausbau der A 38 von Göttingen nach Halle wird die Erreichbarkeit südlicher Landesteile erheblich verbessert werden.

Taxiverkehr

Bei der Befahrung des Elberadwegs für diese Studie wurden bezüglich des Taxiverkehrs gute Erfahrungen gemacht. Auf die Frage am Morgen in der Tourismusinformationsstelle in Tangermünde, wie man abends vom Etappenziel Havelberg nach Tangermünde zurückkehren könne, wurde uns die Telefonnummer eines Taxibetriebs, der auf den Fahrradtransport eingerichtet ist, mit dem Hinweis überreicht, man möge dort schon vormittags anrufen und eine Verabredung treffen. Selbiges geschah und die Abholung funktionierte reibungslos.

Schiffs- und Fährverkehr

In welchem Maße Radtouristen eine Kombination von Schiffs- bzw. Fährverkehren mit radtouristischen Angeboten wünschen, ist noch unklar. Fakt ist, dass es aufgrund der Vielzahl an Flussradwegen Überschneidungen geben muss. Ärgerlich ist es für den Radtouristen, wenn Fährzeiten falsch oder gar nicht angegeben werden. Umso erlebnisreicher sind Bedarfsfähren, die gegen ein kleines Entgelt individuell gerufen werden können.

Abb. 40: Bedarfsfähren mit Erlebnischarakter



Quelle: Fotos Linne 2007, Saaleradweg, links: Bedarfsfähre zu gastronomischer Einrichtung mit Klingelruf, rechts: rustikale Verständigung am Blütengrund.

3.2.4 Radtouristische Dienstleistungsbetriebe in Sachsen-Anhalt

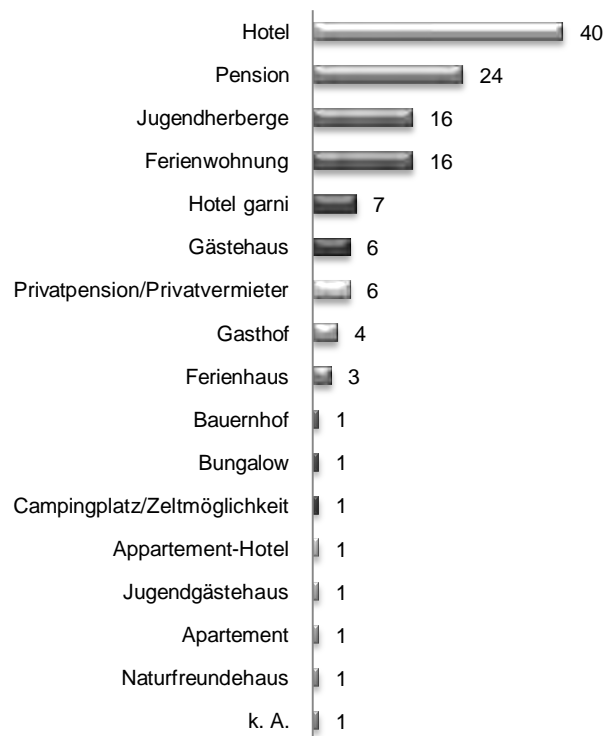
Beherbergungsbetriebe

In Sachsen-Anhalt gibt es 130 Bett & Bike-Betriebe (ADFC 2007). Die Häufigkeit einzelner Betriebsformen spiegelt jedoch nur teilweise den Bedarf wider. Angemessen häufig scheinen Hotels und Hotel-garni-Betriebe vertreten zu sein. Jugendherbergen wirken überproportional vertreten (siehe zur Nachfragesituation Kap.3.3.1.3).

Ob alle Betriebe grundsätzlich die ADFC-Kriterien erfüllen, sei an dieser Stelle mit aller Vorsicht angezweifelt. Im Rahmen der Radlerbefragung wurden die Auslagestellen der Fragebögen durch einen Mitarbeiter persönlich aufgesucht.

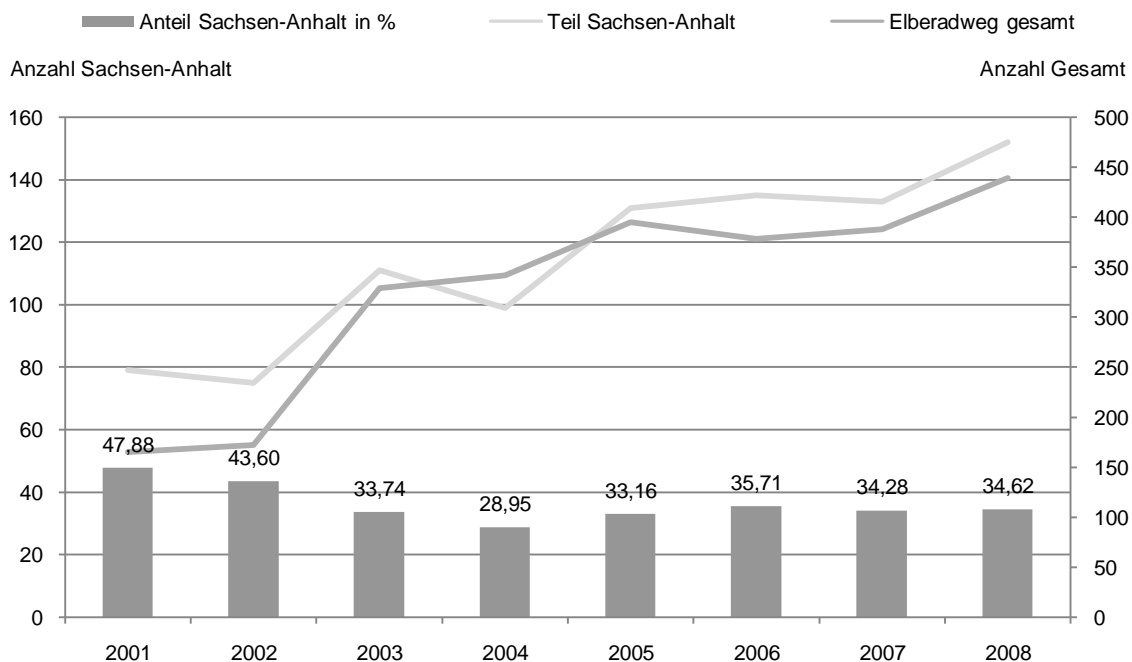
Zur Übernachtung wurde ein Bett & Bike-Betrieb gewählt. Allerdings hat es dieser Betrieb abgelehnt, den Mitarbeiter für nur eine Nacht aufzunehmen. Das widerspricht den ADFC-Anforderungen. Ein Vermieter gab im Rahmen einer kurzen Befragung an, dass es aus Kostengründen schwierig sei, Radler nur für eine Nacht aufzunehmen. Außerdem erfolge die Anreise oft sehr spät, zwischen 18:00 Uhr und 21:00 Uhr.

Abb. 41: Häufigkeit von Bett & Bike-Betrieben in Sachsen-Anhalt



Quelle: eigene Abbildung, nach ADFC 2007.

Abb. 42: Entwicklung der radlerfreundlichen Beherbergungsbetriebe am Elberadweg in Deutschland und Sachsen-Anhalt 2001-2008



Quelle: Koordinierungsstelle Elberadweg Sachsen-Anhalt 2008.

Nicht zuletzt aus solchen Gründen sind die strenger Kriterien des Elberadwegs vorzuziehen. Denn ein Radler, der solche Erfahrungen, wie in dem Beispiel dargestellt, macht, wird seine negativen Einstellungen auf weitere touristische Anbieter in der betroffenen Region und auf den Radweg übertragen.

Gastronomische Betriebe

Um das gastronomische Angebot am Wegesrand zu verbessern, könnten auch mobile Versorgungsfahrzeuge, wie sie z. B. vor großen Verbrauchermärkten zu sehen sind, zum Einsatz kommen. Ihr großer Vorteil liegt im flexiblen zeitlichen Einsatz. An der Weser wurde zum Beispiel bei der Befragung im Rahmen dieser Studie ein solches Fahrzeug gesichtet (siehe Foto). Dieses Angebot basiert offenbar auf einer privatwirtschaftlichen Initiative – eine Idee, die so auch in Sachsen-Anhalt übernommen werden könnte.

Abb. 43: Mobile Gastronomieangebote am Point of Sale: Service und Flexibilität



Quelle: Fotos Dreyer

Sehenswürdigkeiten, Freizeiteinrichtungen

Die Radwege in Sachsen-Anhalt führen an zahlreichen Sehenswürdigkeiten und Freizeiteinrichtungen unterschiedlichster Art vorbei. Das Angebot reicht von natürlichen z. T. geologischen Attraktionen bis hin zu Museen, Ausstellungen, Burgen u. v. m. Solche Attraktionen können entweder direkt am Radweg liegen oder in unmittelbarer Nähe zum Radweg. Im letzten Fall sollte ein rechtzeitigiger Hinweis am Radweg erfolgen, der neben der Entfernung auch Angaben zu den Öffnungszeiten, der Radlerfreundlichkeit und eine kurze Angebotsbeschreibung enthält.

Die Vernetzung der Radwege mit solchen Einrichtungen, wie z. B. dem Sonnenobservatorium in Goseck ist teilweise noch suboptimal. Dazu ein Beispiel:

Folgt der Radler bei Naumburg, Henne dem Saaleradweg, dann hat er keine Möglichkeit mehr, die Saale zu überqueren, um das Sonnenobservatorium besichtigen zu können. Eine Bedarfsfähre

bei Leißling ist außer Betrieb. Selbst ein informativer Hinweis erfolgt dort nur mit einem kaum sichtbaren Piktogramm.

In solchen Situationen erwarten wir einen rechtzeitigen Hinweis und zwar dort, wo der Radler noch reagieren kann. Hier hätte bei Naumburg, Henne ein Informationsschild aufgestellt sein müssen, das den Radler darauf hinweist, auf das andere Ufer der Saale zu wechseln, um das Sonnenobservatorium besuchen zu können.

Abb. 44: Beispiel: unzureichender Hinweis auf Sonnenobservatorium



Quelle: Fotos Linne 2007, Ankunft an Weggabelung bei Leiß-



ling, Hinweise auf Schloss Goseck und einen Kanuanleger, auf das Sonnenobservatorium wird nur mit kleinem Schild an einem Pfahl (links, oberes Foto) hingewiesen, eine Möglichkeit, die Saale an dieser Stelle zu überqueren besteht nicht.

Doch auch die Attraktionen, die unmittelbar am Radweg liegen, sollten stärker eingebunden werden. Das dient einerseits der Information der Radler, deren Unterhalten und der Kommunikation der vielfältigen touristischen Attraktionen des Landes.

Beispielhaft soll hier kurz eine geologische Attraktion am Unstrutradweg bei Nebra dargestellt werden. Anstatt dem Radler mit einer Schautafel zu erklären, wann und wieso die Unstrut an dieser, deutlich über dem jetzigen Flussniveau liegenden Stelle, das Gestein abgetragen hat, wird der Rad-

ler nur unzureichend auf eine Gefahrenstelle hingewiesen.

Der Radler nähert sich einer Gesteinsformation. Der Radweg nimmt eine leichte Steigung. Es erfolgt ein Hinweis „Achtung Sturzgefahr“. Dann kommt eine Linkskurve mit ca. 90°. Die Gesteinsformation ragt in Kopfhöhe auf den Radweg. An dieser Stelle hätte neben einer genaueren Beschilderung der Gefahrenstelle erklärt werden können, wann die Unstrut an dieser Stelle verlief, wie es zu der Erosion und zum geänderten Flusslauf gekommen ist. Vermutlich könnte sogar Bezug genommen werden auf die Zeit der Entstehung der Himmelsscheibe, die unweit von dieser Stelle gefunden worden ist.

Abb. 45: Gefahrenstelle oder Attraktionspunkt – auch eine Frage des Marketings



Quelle: Foto Linne 2007, links im Bild: Gesteinsformation, hinten rechts, heutiger Verlauf der Unstrut.

3.2.5 Produktgestaltung und Vertrieb im Radtourismus Sachsen-Anhalts

Sowohl für die Informationen als auch für die konkrete Buchung einer Reise ist das Internet im Radtourismus als Leitmedium anzusehen. Zu diesem Zweck müssen **Bausteine angeboten** und **Pauschalen entwickelt** werden. Ein zweiter, nicht zu vernachlässigender Vertriebsweg geht über Spezial-Reiseveranstalter, Tourismus-Informationsstellen und Incoming-Agenturen. Eine Vielzahl von Reiseveranstaltern lässt sich z. B. auf den folgenden beiden Seiten finden:

- www.fahrradreisen.de
- www.rad-reisen.com

Im Internet stellt sich die Situation folgendermaßen dar: Die TMG verlinkt auf ihrer zentralen Sei-




te www.sachsen-anhalt-tourismus.de auf ihre Unterseite Radwandern. Dort gibt es weitere Links zum Radtourismus in Sachsen-Anhalt, u. a. auf die sehr umfangreiche Seite www.radtouren-sachsen-anhalt.de. Dort lassen sich einige wenige Pauschalangebote finden, allerdings ohne die Möglichkeit der Online-**Buchung**. Diese Seite ist sehr informativ und umfangreich. Sie ließe sich weiter optimieren, wenn die Angebote zusätzlich thematisch systematisiert abgerufen werden könnten. So ließen sich die Bezüge zu den Schwerpunktthemen im Lande deutlicher darstellen. Beim Online-Buchungsportal Tiscover sind Radlerangebote für Sachsen-Anhalt leider (im Januar 2008 noch?) Fehlanzeige.

Bei intensiver Suche lassen sich im Internet weitere Pauschalangebote finden. Immerhin; ein Beispiel für gute Angebote ist *Saale-Unstrut-Reisen* mit diversen Internetseiten (www.saale-unstrut-radeln.de; www.saale-unstrut-aktivreisen.de). Die Seiten werden jedoch eher zufällig gefunden und die Angebote werden zu schwerfällig vermarktet (Buchung als E-Mail-Anfrage). Weitere Informationen und Angebote sind z. B. auch auf der Seite www.radfahren-in-anhalt.de zu finden. (Wirtschaftsförderung & Tourismus Anhalt GmbH 2008)

Optimierungsbedarf gibt es auch bei weiteren Vertriebsaktivitäten im Lande. In der Broschüre „Kurzreisen nach Sachsen-Anhalt“ von der TMG werden umfangreiche Pauschalangebote vorgestellt. Das ist gut. Der Kunde kann anhand bestimmter Symbole die Zugehörigkeit zu den Schwerpunktthemen erkennen (z. B. Blaues Band in der folgenden Abbildung). Das ist auch gut. Ein Hinweis auf spezielle Radpauschalen fehlt. Das ist weniger gut.

Zunächst entsteht der Eindruck, dass es gar keine Radpauschalen gibt – was verwunderlich ist, da diese Broschüre an Kunden verschickt wurde, die sich zuvor Informationsmaterial über Radangebote angefordert hatten. Erst bei intensivem Studium der Angebote fällt auf, dass es vereinzelt Angebote für Radler gibt. Derart passiv vermarktet, finden die Angebote nicht zu ihren Kunden. So werden die Nachfragevolumina, die es derzeit im Radtourismus gibt, mit Sicherheit nicht ausgeschöpft.

Abb. 46: Beispiel einer Radpauschale in Sachsen-Anhalt

Reise Nr.: 201 Wochenendradtouren Arche-Wein-Tour	
	 
<p>Leistungsumfang:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 Übernachtungen mit Frühstück im Doppelzimmer mit Du/WC • Gepäcktransfer • Kartenmaterial • Begrüßung und Information am Anreisetag • 1 x Radtransport nach Nebra • Weinverkostung von 3 Weinen • Sicherungszschein <p>Preis pro Person im Zweibettzimmer: 155,- Euro</p> <p>Optional buchbar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stadtrundfahrt mit Erläuterungen per Fahrrad 	<p>Entdecken Sie mit dem Fahrrad die Himmelscheibe von Nebra sowie das Sonnenobservatorium von Goseck und durchfahren Sie dabei das nördlichste Qualitätsweinanbaugebiet Deutschlands.</p> <p>1. Tag: individuelle Anreise nach Weißenfels; Übergabe Infomaterial; - Übernachtung/Frühstück</p> <p>2. Tag: > ca. 35 km Bahnfahrt nach Nebra (Radtransport separat). Danach beginnt die Radtour zur "Arche Nebra", dem Informationszentrum zur Himmelscheibe von Nebra. Optional kann auch der Fundort der Scheibe besichtigt werden. Anschließend geht die Fahrt durch das Weinanbaugebiet. Saale-Unstrut mit Weinverkostung von 3 Weinen aus dem hiesigen Anbaugebiet. Übernachtung/Frühstück in Freyburg</p>

Quelle: Saale-Unstrut-Reisen 2008.

Daraus lassen sich folgende Maßnahmen ableiten:

- Es muss mehr Bausteine und Rad-Pauschalen geben, mit denen der Vertrieb intensiviert wird. Als Bausteine müssen auch typische Rad-Dienstleistungen, wie zum Beispiel Radausleihe oder Gepäcktransport integriert werden.
- Es muss eine umfangreiche Online-Buchbarkeit erzeugt werden.
- Für die vielen, teilweise sehr informativen Web-Seiten muss es ein zentrales Rad-Portal mit **Online-Buchungsmöglichkeit** geben.
- Als ein solches Portal bietet sich zunächst die Website der TMG an, alternativ kann von dort mit einer Verlinkung die Website www.radtouren-sachsen-anhalt.de angesteuert werden.
- Radangebote sollten mit einem einheitlichen Symbol kenntlich gemacht werden.

Abb. 47: Ansprache von Radtouristen in einem Weihnachts-Mailing 2007

TANGERMÜNDE | C2

Schloss Tangermünde****




210,00
EUR
p.P./DZ

Die Altmark erleben

Eremitage mit einem grandiosen Blick auf die Elbe. Schloss Tangermünde 20 m über der Elbe, gebaut auf der Alten Stadtbefestigung liegt unser 4-Sterne Hotel, einst Nebenresidenz Kaiser Karl IV. Elegante Zimmer, das Schloss-Restaurant, der Schloss-Garten und die Alte Canzley bieten Luxus und Lebensfreude. Freuen Sie sich schon jetzt auf einen unvergesslichen Romantik-Urlaub.

Preis pro Person/Tag:
vom 01.03.2008 bis 31.10.2008 ab 210,00 EUR,
vom 01.11.2008 bis 29.02.2009 ab 197,00 EUR

Leistungen: 5 Übernachtungen mit Frühstück, kostenloser Fahrradverleih, Fahrradkarte Altmark, Sauna- und Dampfbadbenutzung

Hier wäre Platz für ein Symbol!

Kontakt:
Zu Gast im Schloss bei den Ringhotels, Schloss Tangermünde
Auf der Burg, Amt 1, 39590 Tangermünde
Tel. 03 93 22/73 73, Fax 03 93 22/7 37-73
schlusstangermuende@ringhotels.de, www.schlusstangermuende.de

Quelle: Tourismus-Marketing Sachsen-Anhalt GmbH (TMG) 2007; links: Hinweis auf radtouristisches Angebot nur nach intensivem Lesen zu finden, trotz Platz für Piktogramm wird keines eingesetzt.

3.2.6 Zusammenfassung des radtouristischen Angebots in Sachsen-Anhalt mit Handlungsempfehlungen

Zusammenfassend lassen sich die wichtigsten allgemeinen Aspekte des radtouristischen Angebots folgendermaßen formulieren:

1. Die **Basis** muss stimmen.
Ohne gut ausgebaute und beschilderte Radwege (hier noch verkehrstechnisch gesehen), kann kein Radtourismus entwickelt werden. Radwege stellen eine spezifische Angebotsvoraussetzung dar, die mindestens nach den ADFC-Kriterien bereitgehalten werden müssten. Als Minimalsforderung **muss** die grundsätzliche, unbeschwerter Befahrbarkeit gewährleistet sein.
2. Radwege sollten über eine interessante **Streckenführung** verfügen. Es nützt dem Radler nichts, wenn er z. B. auf einem

Flussradweg radelt und den Fluss nur selten zu sehen bekommt.

Es sollten in die **Landschaft** integrierte und an passenden Stellen eingerichtete Rastmöglichkeiten geschaffen, die Gastronomie und Freizeiteinrichtungen einbezogen werden und es sollte eine Anbindung an den öffentlichen Personenverkehr gewährleistet sein.

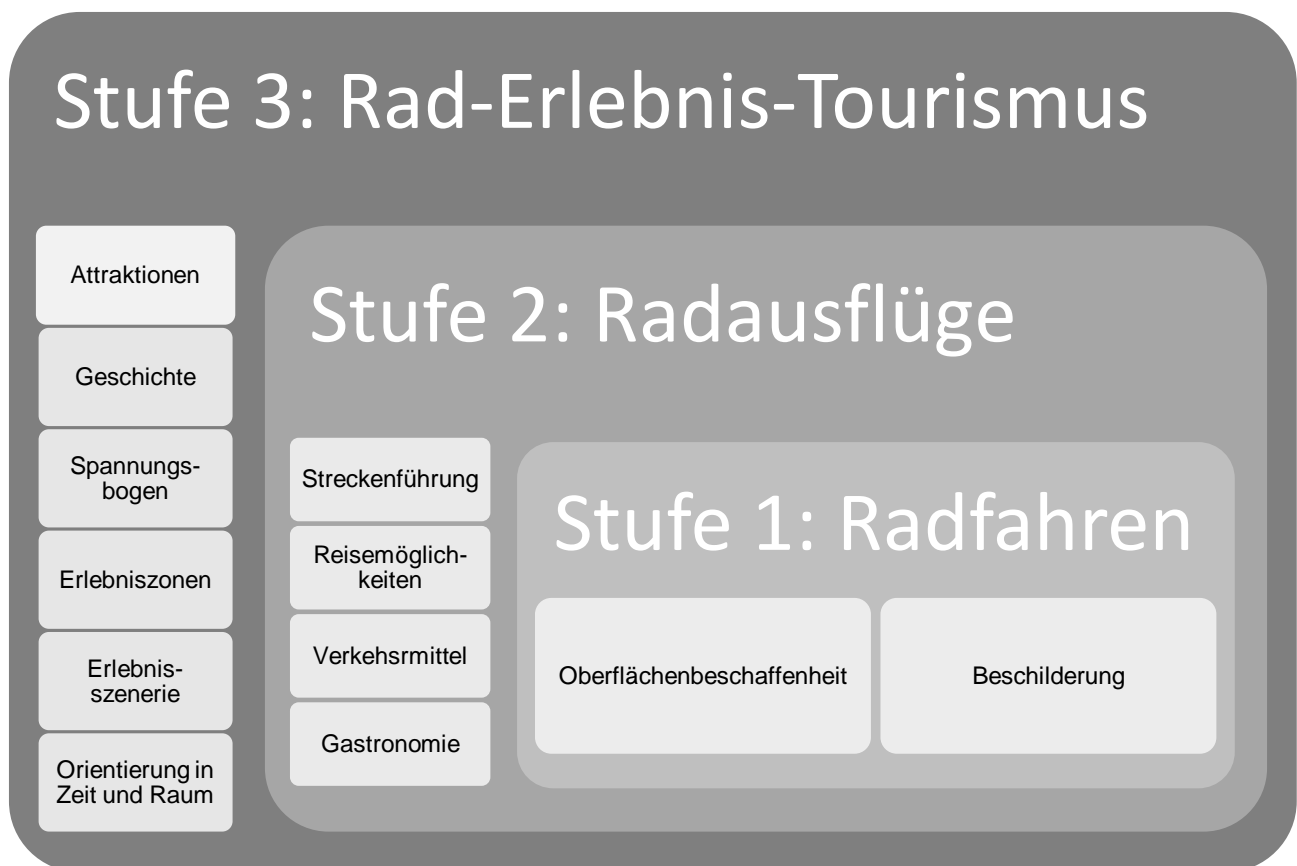
- Um Radwege schließlich **optimal** touristisch nutzen zu können (d. h. um damit zahlungsbereite Gäste anzusprechen) müssen **Radwege als touristische Produkte inszeniert** werden. Sie müssen nicht nur thematisch in die regionalen Besonderheiten integriert werden. Touristische Radwege können aufgrund der positiven Nachfrageentwicklung gar als Triebfeder des

Tourismus in den Regionen genutzt werden.

Voraussetzung dafür ist allerdings, dass weitreichende Serviceangebote erbracht und Radwege nicht mehr ausschließlich als verkehrstechnische Einrichtung verstanden werden.

Berücksichtigt man den immer härter werdenden Wettbewerb, so muss man in der Produktentwicklung einen entscheidenden Schritt weiter denken. Deshalb fordern wir dazu auf, das Destinationsdenken nicht nur auf Radregionen anzuwenden, sondern auch ganz konkret auf die Radwege. Darüber hinaus empfehlen wir, den **Erlebnischarakter** für die Radtouristen zu stärken. Dies sollte mit den Mitteln der Erlebnis-Inszenierung geschehen (siehe Stufe 3 in der Abbildung).

Abb. 48: Qualitätsdimensionen im Rad-Erlebnis-Tourismus



Quelle: eigene Abbildung, siehe hierzu ausführlich Kap.4.2.3.

In Abb. 47 werden die Qualitätsdimensionen im Raderlebnis-Tourismus dargestellt, wie wir sie für eine Weiterentwicklung des radtouristischen Potenzials in Sachsen-Anhalt empfehlen. Bisher wurde von der TGL ein einheitliches Beschilderungskonzept auf allen überregionalen Radwegen umgesetzt (TGL 2007, 111) und eine Bestandserfassung der Wegebeschaffenheit und der wegbegleitenden Infrastruktur durchgeführt. Damit wurde bisher die Stufe 1: Radfahren erfüllt, die sich auf

Stufe 1: Radfahren erfüllt, die sich auf

die Bereiche Beschilderung und Oberflächenbeschaffenheit erstreckt. Im Bereich der Oberflächenbeschaffenheit gibt es durchaus noch Entwicklungspotenzial. Die Stufen 2: Radausflüge und 3: Rad-Erlebnis-Tourismus sind von den bisherigen Maßnahmen (abgesehen von einzelnen Ausnahmen) gar nicht betroffen.

Aus touristischer Sicht ist (bzw. wird) damit die Basis des radtouristischen Angebots geschaffen. Es fehlen aber umfassende Erkenntnisse über die weiterführenden touristischen Angebote und deren Vernetzungsmöglichkeiten mit den Radwegen. Im Rahmen der Befahrung haben wir erheblichen Entwicklungsbedarf festgestellt.

Zunächst halten wir es für erforderlich, dass wenigstens exemplarisch für einen Radweg bzw. eine ausgewählte Etappe, eine umfassende **Dokumentation des ergänzenden radtouristischen Angebots** erfolgt. Die Logbücher der Befahrung (Dreyer et al. 2008) deuten darauf hin, dass es an vielen Stellen erheblichen Verbesserungsbedarf ergänzend zum TGL-Projekt gibt.

Ziel sollte eine umfassende Bestandsaufnahme der vorhandenen Attraktionen sein, die innerhalb eines Abstecherbereichs von ca. 5 km liegen und innerhalb des Sichtbereichs als Landschaftserlebnis wahrgenommen werden. Im Rahmen der Befahrungen der Studie zum Radtourismus ist dies exemplarisch erfolgt. Wichtig ist es dabei, zu dokumentieren, wo erste Hinweise auf eine sichtbare potenzielle Attraktion geboten werden, wo ausführliche Informationen in Verbindung mit einem Rastplatz geboten werden können (Fotopoint), wie eine optimale Abstecheroute ausgearbeitet werden kann, Entwicklung eines Rasters für relevante Informationen am Radweg (Öffnungszeiten, Entfernungsangaben, Preise, ...), Evaluation von technischen Möglichkeiten der Aktualisierung der Darstellung. Eine Inszenierung des Raderlebnisses kann erst dann erfolgen, wenn die Daten umfassend erhoben worden sind. Nur bei vollständiger Datenbasis kann ein optimaler Spannungsbogen aufgebaut werden.¹¹

Die weiteren Handlungsempfehlungen sollen hier als kurze, stichwortartige Zusammenfassung der bisherigen Erkenntnisse gegeben werden:

1. Es muss eine **Konzentration auf national bekannte und gut „vorverkaufte“ Radwege**

ge geben. Diese sind in erster Linie die Elbe und die Saale.

2. Synergien und Alleinstellungsmerkmale zur Profilierung müssen durch die stärkere **Verknüpfung mit Landesthemen** hergestellt werden. Hier bieten sich vor allem an:

Im Bereich Elbe

- a. Die Gartenreichtour Fürst Franz zum Thema Gartenträume.
- b. Stärkere Verbindung der Themen Bauhaus und Luther mit dem Radtourismus¹²

Im Bereich Saale

- c. Eine Verknüpfung von Himmelsscheibensradweg und Unstrutradweg bzw. Saale-Unstrut-Elster-Acht zur Stärkung der Weinregion Saale-Unstrut

Im Hinblick auf die Region Harz

- d. Einbeziehung des Harzes durch den Harzrundweg, den R1 und die Radwege Saale-Harz sowie Aller-Harz.
- e. Ausbau der Mountainbike-Angebote

Im Hinblick auf die Region Altmark

- f. Stärkere Anbindung des Altmärker Kulinariums an den Radtourismus durch gezielte gastronomische Angebote.

3. **Verkaufsorientierte Ausrichtung des Vertriebs**, insbesondere durch
 - a. Verbesserung der Online-Buchbarkeit (Baustein, Pauschalen, Dynamic Packaging)
 - b. Erstellung attraktiver Pauschalen (Berücksichtigung von 2-Tages-Wochenendetappen)
4. Strategische **Vorgaben für die Erstellung von Pauschalen** im Hinblick auf
 - a. thematische Ausrichtung (Kultur, Wein, etc.) von Etappen und Routen
 - b. innovative Produkte, wie z. B. den Einsatz von Satellitennavigation¹³.

¹¹ Siehe hierzu ausführlich Kap. 4.2.3.

¹² Hier reicht eine bloße Führung des Radwegs an den Sehenswürdigkeiten entlang nicht aus. Es geht um vertiefende Thematisierung (siehe auch Kapitel zur Erlebnisinszenierung).

5. Verbesserung der **Basisqualität der Radwege** (Oberflächen), wo es touristisch sinnvoll ist.
6. Optimierung der Routenführungen durch die Innenstädte. Lenkung der Radwanderer durch die Innenstädte, ggf. auf Alternativrouten. Dort befinden sich Gastronomie- und Handelsbetriebe, die vom Radtourismus profitieren sollen.
7. Auch „über Land“ muss von den Radwegen ausgehend eine Einbeziehung der Sehenswürdigkeiten erfolgen, u. a. durch bessere Beschilderung/ Information als Lenkungsmaßnahme.
8. Quantitative und qualitative Verbesserung Radler freundlicher Gastronomie und Beherbergungsbetriebe; insbesondere Verbesserung der Vermarktung am Radweg (Beschilderung/ Werbung).
9. Ausrichtung der Etappen unter Beachtung einer Durchschnittslänge von ca. 50 km auf wichtige (Etappen)-Orte, die verkehrlich gut erreichbar sind.

3.3 Nachfrager im Radtourismus

3.3.1 Nachfragesituation in Deutschland

Die Datenbasis über Nachfrager im Radtourismus Deutschlands ist von vielen kleineren Studien gekennzeichnet. Eine grundlegende Untersuchung der Radtouristen auf nationaler Ebene konnte im Rahmen der Recherchen für die Schweiz festgestellt werden. Im Folgenden können daher nur die wenigen vorhandenen Daten systematisch zusammengestellt werden.

3.3.1.1 Radtouristen-Typologien

Bisher existiert keine Typologie der Radtouristen im engen Sinne. Alle ausführlichen Ansätze sind vom Radtyp (Untersportart) abgeleitet bzw. stellen einen Destinationsbezug dar. (Miglbauer 1995,

346); (Dreyer 2004, 362) Eine grobe Systematik unterscheidet die Dauer der Radreise (2-4 Tage und >5 Tage) (Quack et al. 2007, 4). Die bisherigen Ansätze haben eher den Charakter einer Reise-Systematik. (siehe hierzu Kap. 3) Für eine Typologie der Radtouristen sind viele Variablen ausschlaggebend.

Einen Überblick über mögliche Variablen liefert die Darstellung eines morphologischen Kastens. Die folgende Abbildung liefert dazu ein Beispiel, ohne Anspruch auf Vollständigkeit. Eine Typologie lässt sich ableiten, indem in jeder Zeile ein entsprechendes Merkmal ausgewählt bzw. durch empirische Untersuchungen nachgewiesen wird. In der vertikalen Verbindung ergeben sich dann mögliche Eigenschaften eines Radtourismus-Typs.

Dazu ein Beispiel: Die Befragung hat ergeben, dass es zwei relative Häufigkeiten bei den Abstecherdistanzen gibt: bis zu 5 km und über 31 km. Diese beiden Ausprägungen stellen somit je ein Merkmal einer möglichen Kundengruppe dar. Werden diese Merkmale vertikal mit anderen Ausprägungen kombiniert, ergeben sich daraus mögliche Typologien. Kundengruppe A in der Abbildung (Ovale) betrifft z. B. kulturinteressierte Streckenradler und Kundengruppe B (abgerundete Rechtecke) sportliche Rennradler.

¹³ An der Hochschule Harz werden neue Produkte mit dem Einsatz der GPS-Technologie für den Wandertourismus entwickelt und erprobt. Möglicherweise lassen sich diese Erkenntnisse auch für den Radtourismus nutzen, da ein Rahmenvertrag mit Garmin bereits existiert.

Abb. 49: Morphologischer Kasten als Ansatz einer Typisierung

Merkmal	Ausprägungen					
Sportgerät	Trekkingrad	Hollandrad/ Tourenrad	ATB	Crossrad	Mountain- bike	Rennrad
Destinati- ons-bezug	Strahlenförmige Reise		Rundreise		Durchzugsradler	
Dauer der Reise	<1 Tag	1-2 Tage	3-4 Tage	1 Woche	1-2 Wochen	3 und mehr Wochen
Länge der Radreise	<25 km	26-70 km	71-100 km	101-250 km	251 - 500 km	> 501 km
Gruppe	allein	mit Partner	mit Familie	kleine Gruppe	mittlere Gruppe	große Gruppe
Alter	< 17	18-25	26-35	36-50	51-75	>76
Lebenspha- se	Schüler	Student	Berufs- einsteiger	Beruf	Berufs- aussteiger	Rentner
Unterkunft	Hotel	Pension	Gasthof	Ferienhaus/ wohnung	Jugendher- bergen	Camping- platz
Verkehrsmi- tel zur An- und Abreise	Rad	PKW	Bahn	Bus	Flugzeug	Taxi
Terrain	Flussläufe		Städte		Berge	Sport/ Aktivität
Thema	Natur	Kultur	Geschichte	Kulinarik	Wellness	Erlebnis
Anlass	Erholung	Entspannung	Spaß	Sport	Studien	
Abstecher- distanz	1-5 km	6-15 km	16-20 km	20-30 km	>31 km	

Quelle: in Anlehnung an Linne 2008; Ausprägungen beispielhaft, nicht vollständig dargestellt.

3.3.1.2 Marktvolumen

Kein Urlaub ohne Fahrrad – auf diese einfache Formel ließe sich der Radtourismus bringen. Das Radfahren scheint für die meisten Reisenden eine der wichtigsten Urlaubsaktivitäten überhaupt zu sein.

44,7 % der Deutschen über 14 Jahre - also rund 21,7 Millionen Menschen - nutzen in ihren Ferien das Fahrrad, 7,2 Millionen von ihnen „häufig bis sehr häufig“. Rund 2,6 Millionen Deutsche haben in den vergangenen drei Jahren eine umfassende Radreise unternommen. Für 64 % von ihnen war es sogar die Haupturlaubsreise. Der „Run“ aufs Rad könnte künftig stärker zulegen: Deutlich über zwei Millionen Bundesbürger (3,4 %) planen laut ADFC-Radreiseanalyse in den nächsten drei Jahren „ziemlich sicher“ eine Radreise. Und für 5,8 %

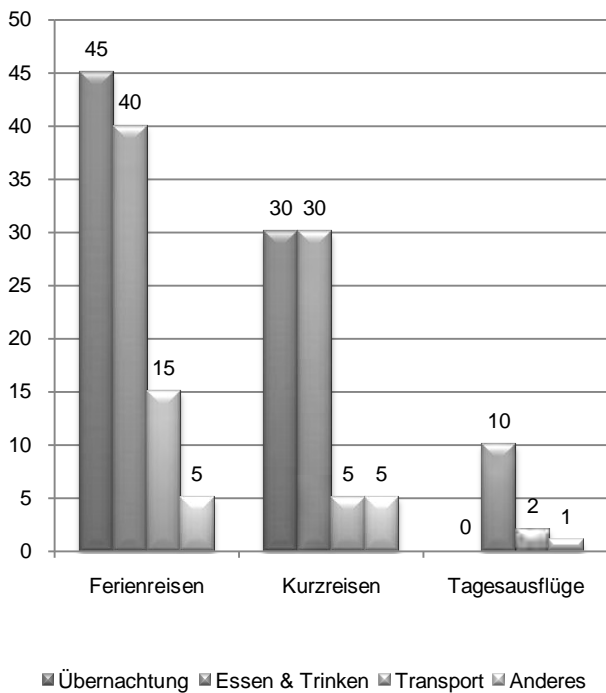
der Deutschen (Vorjahr: 5,3 %) kommt im Jahr 2007 ein Radurlaub generell in Frage. (ADFC 2007)

3.3.1.3 Ausgabe- und Reiseverhalten

Ausgabeverhalten

Der Radtourismus stellt mit geschätzten fünf Milliarden Euro Umsatz einen enormen Wirtschaftsfaktor dar. Ca. 80 % der vom ADFC Befragten haben im vergangenen Jahr über 500 € für die von ihnen getätigten Radreisen und Kurzurlaube ausgegeben – bei 51,3 % der Radreisenden waren es mehr als 1.000 €. Durchschnittlich wurden für eine Radreise 1.169 € ausgegeben. (ADFC 2007)

Abb. 50: Tagesausgaben (in Sfr) Schweizer Radtourismus im Jahr 2004



Quelle: eigene Abbildung, nach Utiger et al. 2005, 25.

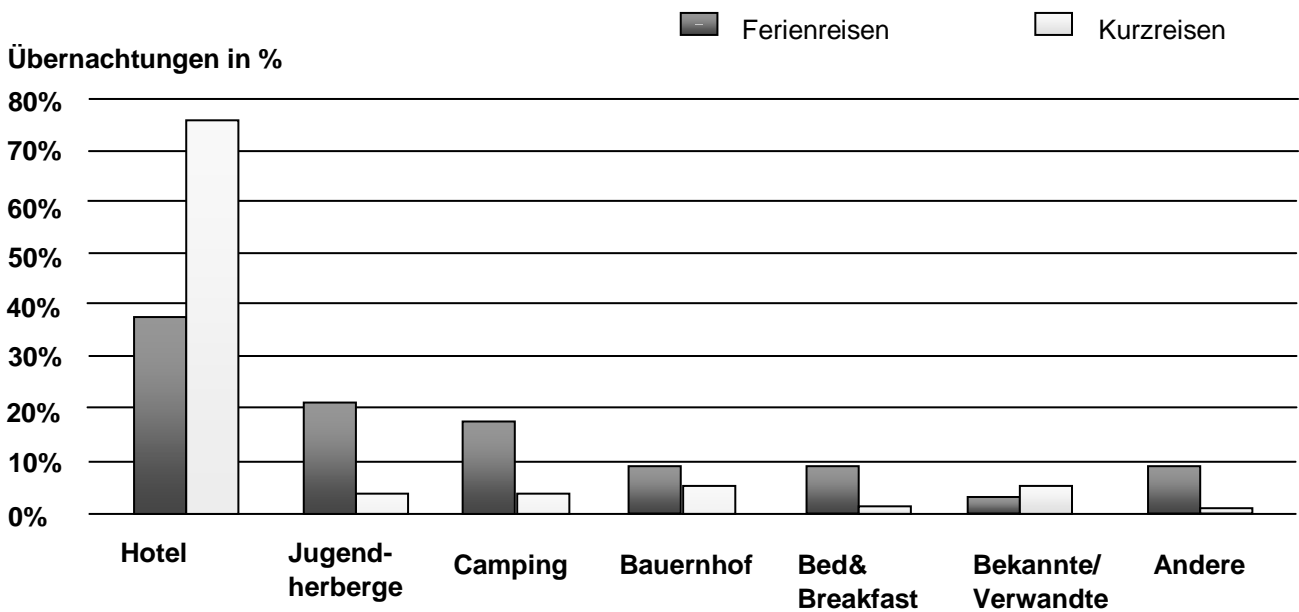
Touristisch präzisere Informationen zur Ausgabenstruktur kommen aus der Schweiz. Die Angaben sind jedoch nicht ohne Weiteres auf Deutschland zu übertragen. Neben Währungsunterschieden gibt es in der Schweiz auch ein anderes Preisgefüge als in Deutschland. Aus den Werten lässt sich dennoch folgende These ableiten: je länger die Radreise andauert, desto größer werden die jeweiligen Teilbudgets (Übernachtung, Essen & Trinken etc.) geplant.

Unterkunft

Die beliebteste Unterkunft für Radtouristen scheint das Hotel zu sein. Je nach Studie werden Werte zwischen 35 % und 50 % ermittelt. (Quack et al. 2007, 35) Qualifizierte Aussagen über die Wahl der Unterkunft sind in der Literatur nicht zu finden. Allgemeine Aussagen über eine Bandbreite vom Campingplatz bis zum 5-Sterne-Hotel kennzeichnen den Forschungsstand als unzureichend.

Untersuchungen in der Schweiz haben gezeigt, dass nicht nur die Art des Fahrrades und die damit einhergehenden Ausprägungen des Radtourismus einen Einfluss auf die Wahl der Unterkunft haben. Auch die Reisedauer beeinflusst die Auswahl deutlich.

Abb. 51: Wahl der Unterkunft in Abhängigkeit von der Reisedauer

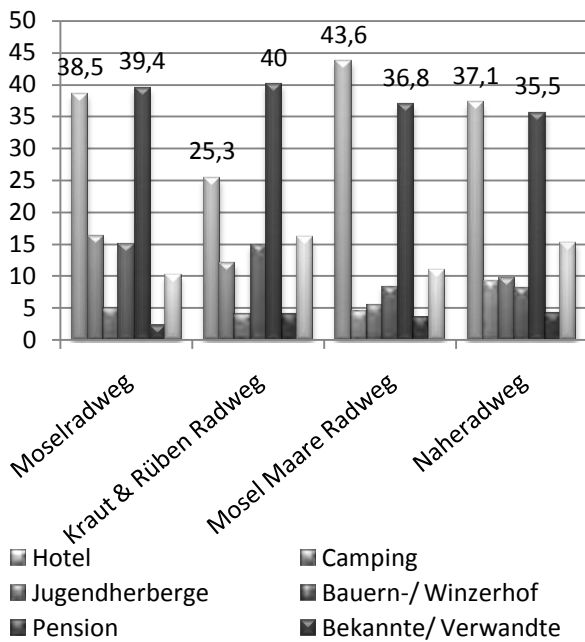


Quelle: eigene Abbildung nach Utiger et al. 2005, 24.

Offenbar sind die Nutzungsweisen eines jeden Radwegs spezifisch. Einige Studien in Rheinland-Pfalz haben ergeben, dass tendenziell das Hotel und die Pension mit Anteil um 40 % die am

meisten genutzten Unterkunftsarten sind. (Quack et al. 2007, 123) Die Abweichungen in Bezug auf den Radweg sind jedoch teilweise erheblich. Verallgemeinerungen sind daher nur schwer möglich.

Abb. 52: Wahl der Unterkunft auf verschiedenen Radwegen in Rheinland-Pfalz



Quelle: eigene Abbildung, nach: Quack et al. 2007, 123.

Verkehrsmittel

Verkehrsmittel werden im Radtourismus nicht nur zur An- und Abreise gewählt. Auch wenn diese Bereiche grundsätzlich wichtig sind, ist die Verkehrsmittelwahl während der Reise nicht zu vernachlässigen. Leider gibt die Literatur dazu auch nur ein rudimentäres Bild. Es scheint sich herauszustellen, dass die Bahn wichtiger eingestuft wird als das Auto.

Abb. 54: Einsatz von Informationsquellen im Radtourismus

vor der Radreise	während der Radreise
Erfahrungen	Tourismus-Informationstellen
Verwandte/Bekannte	GPS-Systeme
Reiseliteratur	Informationen von Einheimischen
Reisebüro	Informationen von anderen Radlern
Fachzeitschriften	Beschilderung von Radwegen
Internet	
Kartenmaterial	
Prospekte	

Quelle: eigene Abbildung.

Nach den Informationen aus dem persönlichen Umfeld (ca. 40 %) rangieren Prospekte (ca. 25 %) und das Internet (ca. 20 %) auf den Plätzen zwei und drei einer Studie in Rheinland-Pfalz. Das Rei-

Abb. 53: Wahl der Verkehrsmittel zur An- und Abreise sowie während der Reise in der Schweiz 2004

	Ferienreise	Kurzreise	Tagesausflug
Rad	26	29	76
Bahn	58	54	31
Bus	8	1	3
Eigenes Auto	20	31	60
Fremdes Auto	1	4	1
Schiff	14	14	6

Quelle: eigene Abbildung, nach: Utiger et al. 2005, 23; Anteile in %.

Informationsmedien

Radtouristen – wie andere Touristen auch – beziehen am häufigsten Informationen aus dem Verwandten- und Bekanntenkreis. (Quack et al. 2007, 127) Interessant wäre es an dieser Stelle, zu wissen, ob sich der Bekanntenkreis von Radtouristen auch aus anderen Radtouristen zusammensetzt. Dahinter steht eine Frage der radtouristischen Sozialisierung. Kann die These aufgestellt werden, dass Radreisen mehr als nur ein Urlaub auf zwei Rädern sein könnten, sondern eben auch grundlegende Einflüsse auf die Lebenseinstellung oder Lebensführung damit einhergehen?

sebüro scheint nach diesen Erkenntnissen als Informationsquelle für Radtouristen irrelevant zu sein. (Quack et al. 2007, 127) Für die konkrete Planung einer Radreise greifen die meisten Rad-

ler jedoch auf eigene Erfahrungen aus vorhergehenden Radreisen zurück. (Quack et al. 2007, 7)

Im Radtourismus sollte unterschieden werden in Informationsmedien bzw. -quellen, die zur Vorbereitung und Planung einer Reise dienen und solche, die während einer Radreise genutzt werden. Die bisherigen Studien gehen in diesem Punkt nicht differenziert genug vor. Ein technischer Fortschritt (vgl. GPS-Navigation) bzw. die Nutzung mobiler Internetverbindungen dürften in Zukunft auch im Radtourismus eine stärkere Rolle während der Reise spielen. Gänzlich unbeachtet ist in diesem Zusammenhang die Interaktion der Radler untereinander während der Reise. Aus den Gesprächen beim Einkehrschwung in die Radlerkneipe dürften sich deutliche, einstellungsprägende und handlungsbestimmende Impulse ergeben. (Linne, 2008)

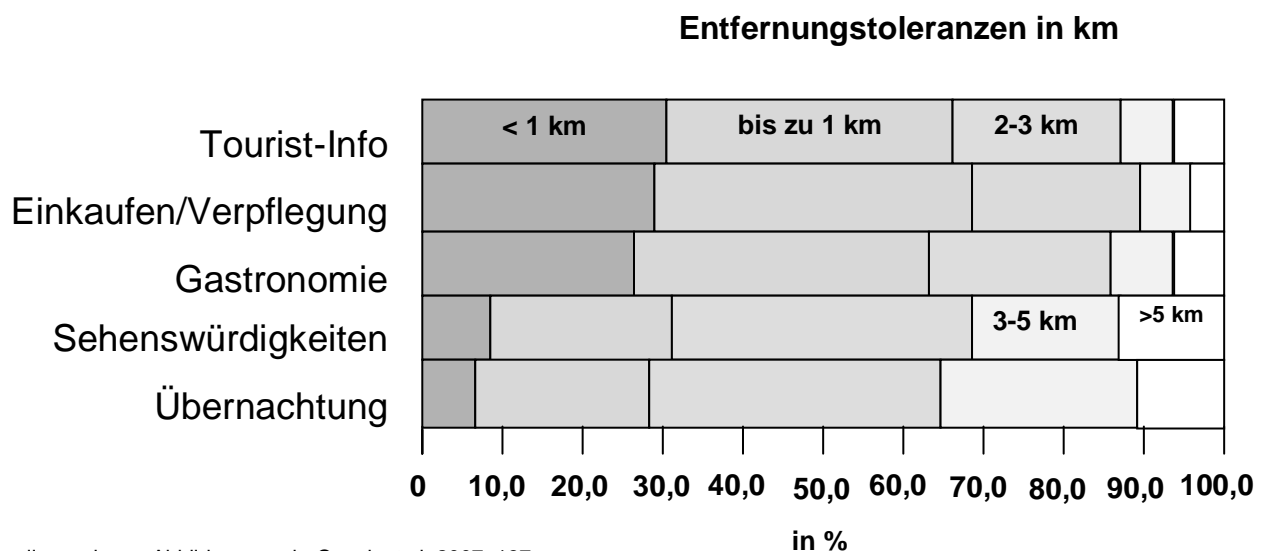
Aktivitäten

Unabhängig davon, ob das Radfahren Haupt- oder Nebenbeschäftigung im Urlaub ist, können bei Radtouristen bestimmte, das Radfahren ergänzende Aktivitäten festgestellt werden. Als wichtige Aktivitäten können Besichtigungen (Städte, Bauwerke, Museen, Weinproben bzw. Wein-

festen), Essen und Trinken sowie Bootstouren genannt werden. (Quack et al. 2007, 14) Diese Daten gehen allerdings auf das Jahr 1995 zurück. Da Essen und Trinken für Radtouristen eine wichtige Beschäftigung ist, muss die Gastronomie beachten, dass Radler regionaltypische Angebote bevorzugen (Dreyer 2004, 363; Miglbauer 1995, 346).

Eine Befragung von Radtouristen in Rheinland-Pfalz hat ergeben, dass von den Probanden nur ca. 5 % bis 10 % bereit waren, eine Entfernung von mehr als 5 km zu einem Besuchspunkt zu akzeptieren. Die durchschnittliche Entfernungstoleranz wurde bei dieser Befragung bei ca. 3 km ermittelt. (Quack et al. 2007, 136f.) Am deutlichsten entfernt dürften demnach Sehenswürdigkeiten und die Unterkunft vom Radweg liegen. Es ist bei diesem Ergebnis zu beachten, dass die Probanden nicht offen befragt worden sind. Sie konnten zwischen den genannten Antwortvorgaben wählen. Dass damit die Antworten in gewisser Weise kanalisiert werden, lässt sich bei einer geschlossenen Frage nicht ausschließen. Unklar ist bei dieser Befragung auch die Unterscheidung zwischen den Antwortoptionen „weniger als 1 km“ und „bis zu 1 km“.

Abb. 55: Entfernungstoleranzen bei Befragung mit entsprechenden Antwortvorgaben



Quelle: eigene Abbildung, nach: Quack et al. 2007, 137.

Begleitung

Radler können allein, mit dem Partner, mit der Familie in kleinen, mittleren oder großen Gruppen unterwegs sein. Am häufigsten radeln sie jedoch als Paar – zumindest in den Ergebnissen verschiedener Regionalstudien in Rheinland-Pfalz.

Wenn die Radler dort als Gruppe reisen, dann haben diese eine durchschnittliche Größe von ca. acht bis neun Radlern. Größere Gruppen sind ähnlich selten wie Familien auf dem Radweg anzutreffen. (Quack et al. 2007, 18)

3.3.1.4 Motive

Die Motive des Radtourismus sind eng mit dem Radtyp verbunden. Vom Radtyp dürfte auch die Intensität der Motive beeinflusst sein. Der Rennradler wird sportliche Motive intensiver verfolgen als der Trekkingradler. Für einen Down-Hill-Mountainbiker sind Action und Spannung wichtiger als für den Holland-Radfahrer.

Alle Radler verbindet jedoch der Spaß am Radfahren, der enge Bezug zur Natur und die positive Wirkung auf Gesundheit und Fitness (Quack et al. 2007, 13).

Beim Blick in die Literatur fällt jedoch auf, dass es keine grundlegenden Angaben zu Motiven im Radtourismus gibt. Vielfach werden die Motive des Radfahrens auf den Radtourismus übertragen. Da die Sportart den Tourismus induziert, kann das nicht falsch aber möglicherweise unvollständig sein. Die wenigen Daten, die zu den Motiven empirisch erhoben worden sind, basieren alle auf einer geringen Stichprobengröße und beziehen sich immer auf einen bestimmten Radweg. Da die Radwege aber unterschiedliche Ausrichtungen haben, dürfte es schwierig sein, von einem Radweg (z. B. Themenradweg Kultur) auf alle anderen Radwege zu schließen.

3.3.1.5 Rad-Reiseziele

Obwohl das Datenmaterial dürrig ist, ist mit großer Wahrscheinlichkeit anzunehmen, dass Radwege von Touristen so gut wie nie zum wiederholten Male befahren werden. Allenfalls werden andere Abschnitte desselben Radwegs besucht. Daraus lässt sich unter anderem ableiten, dass die Weiterempfehlung eines Radwegs durch einen zufriedenen Radler zu den wichtigsten Marketingzielen gezählt werden muss. Begeisterung des Gastes durch Qualität und positive Überraschungen ist demnach die wichtigste Eintrittskarte für längerfristige wirtschaftliche Erfolge.

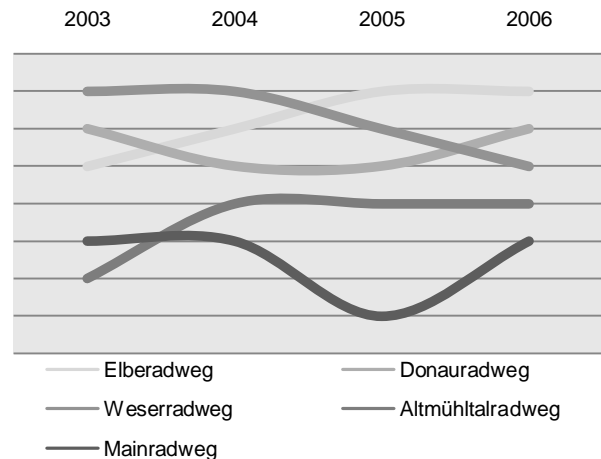
Rad-Reiseziele im Inland

88 % gaben in einer ADFC-Umfrage an, im Jahr 2007 eine Radreise in Deutschland zu planen. (ADFC 2007)

Um die Gunst des beliebtesten Radwegs weitestgehend seit einigen Jahren der Elberadweg, der Donauradweg und der Weserradweg. In den letzten zwei Jahren konnte der Elberadweg diese Beliebtheitskala anführen. Dass mit Beliebtheitsmes-

sungen keine Erfolgsgarantie verbunden ist, zeigt Entwicklung des Weserradwegs. Vor vier Jahren führte er das Feld noch an und sackte dann kontinuierlich in der Beliebtheit auf Platz 3 ab. Vermutlich wird es dem Elberadweg in (naher) Zukunft nicht anders ergehen, wenn sich die Radler einen neuen Favoriten aussuchen.

Abb. 56: Beliebteste Radfernwege nach Rangplätzen in Deutschland 2003-2006



Quelle: eigene Abbildung, nach Quack et al. 2007; ADFC 2007.

Rad-Reiseziele im Ausland

Der österreichische Teil des Donauradwegs ist mit großem Abstand beliebtester Radfernweg im Ausland und verweist den Tauern- sowie den Inntalradweg auf die Plätze zwei und drei. Österreich, Frankreich und Italien belegen bei Auslandsreisen mit dem Rad die Spitzenplätze in der Beliebtheit. (ADFC 2007)

3.3.1.6 Soziodemografische Informationen

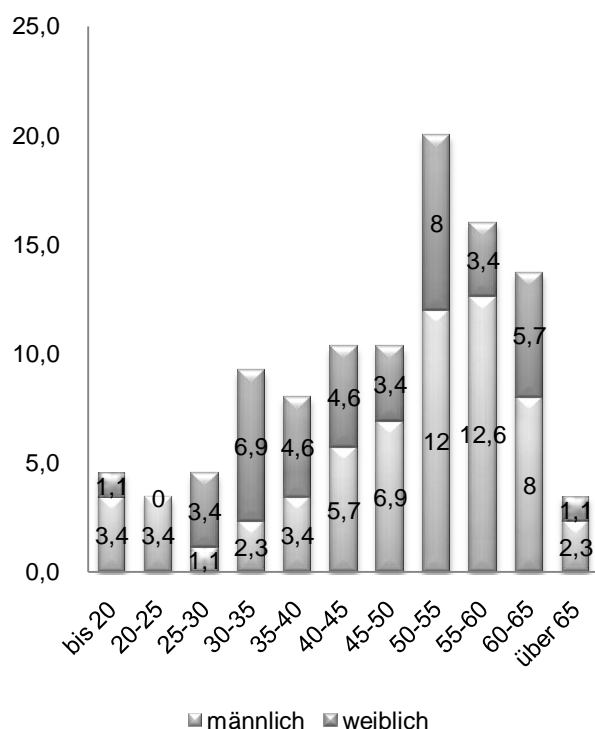
Alter und Geschlecht

Von einem bestimmten Alter können keine Rückschlüsse auf ein spezifisches Reiseverhalten gezogen werden (Linne et al. 2007). Im Radtourismus können jedoch Häufungen beobachtet werden, die darauf hindeuten, dass Radtouristen besonders häufig bei Reisenden ab 40 Jahren gefunden werden können (Quack et al. 2007, 17).

Zu einem vergleichbaren Ergebnis kommt auch eine kleinere Studie am Ostseefernradweg im Jahr 2003. Ca. 75 % der befragten Radler sind älter als 40 Jahre. Die stärksten Altersgruppen sind ab 50, 55 und 60 Jahren zu finden. Interessant an dieser Studie war, dass in den Altersklassen zwi-

schen 25 und 40 Jahren auffallend viele Frauen befragt werden konnten. Daraus könnte für die nächsten 10 bis 20 Jahre ein steigender Frauenanteil unter den Radtouristen vermutet werden (allerdings ist diese Stichprobe sehr klein!!!). Insgesamt waren die Geschlechter in der Stichprobe ungefähr gleich stark vertreten: 57 % Männer und 43 % Frauen. (Felkel et al. 2004, 113) Deutlich „männerlastiger“ sind Studien in Rheinland-Pfalz ausgefallen (65,5 % : 34,5 %) (Quack et al. 2007, 143).

Abb. 57: Alters- und Geschlechterstruktur (in %) am Ostseefernradweg 2003



Quelle: eigene Abbildung, nach: Felkel et al. 2004, 113; n = 87.

Lebensphase

Bedingt durch ein tendenziell höheres Alter der Radtouristen – das ergaben auch andere Studien (Quack et al. 2007, 142) – sind unter Radtouristen relativ häufig Rentner und Pensionäre anzutreffen (bis zu einem Drittel). Schüler, Studenten und Auszubildende bilden eine Minderheit. Angestellte (mit knapp 38 %) sind Arbeitern quantitativ um ein Vielfaches überlegen (ca. 6 %). (Quack et al. 2007, 143). Letzteres lässt schon auf ein relativ hohes Bildungsniveau schließen.¹⁴

Familienstand

Familien mit Kindern stellen im Radtourismus eine relativ kleine Gruppe dar. Je nach Studie konnte ein Anteil zwischen 10 % und ca. 16 % der befragten Radler ermittelt werden. (Quack et al. 2007, 18)

Familien mit kleineren Kindern unter 6 bis 8 Jahren dürften sogar die Ausnahme bilden. Allein deswegen, weil die Kleinen keine größeren Strecken zurücklegen können. Es ist zu vermuten, dass diese Familien eher strahlenförmige Reisen durchführen mit kleineren Etappen (vmtl. bis 10 km) oder getrennt radeln bzw. die Kinder betreuen.

Für Familien stehen die Sicherheit und eine intakte Natur im Vordergrund. (Linne 2004, 14; Linne 2003, 88) In der Folge stellen sie bestimmte Anforderungen an Radwege: sichere, autofreie Wege mit guter Oberflächenbeschaffenheit, ebene Landschaft, Rast- und Spielmöglichkeiten, Interaktionsmöglichkeiten mit anderen Kindern. (in Anlehnung an: (Linne 2004)) Bei der Wahl der Unterkunft dürften Jugendherbergen, Heuhotels, Bauernhöfe oder Campingplätze bevorzugt werden (Quack et al 2007, 19).

Bildungsstand

Radtouristen verfügen über ein relativ hohes Bildungsniveau. Zwischen 30 und 53 % von Befragten Radlern haben Abitur und/oder einen Hochschulabschluss. Dieses Ergebnis liefern drei regionale Befragungen von Radlern. (Quack et al. 2007, 18) Der Bildungsstand bedingt ein relativ hohes Einkommen bei den Radlern. (Quack et al. 2007, 147)

3.3.2 Zusammenfassung der allgemeinen radtouristischen Nachfrage

Die bisherigen Ausführungen ergeben kein klares Bild radtouristischer Kundengruppen. Das liegt einerseits an der unzureichenden empirischen Untersuchung. Andererseits zeigen die wenigen Daten, dass sich über den Radtyp, in Verbindung mit der Reisedauer und dem Radweg spezifische Ausprägungen von Unterscheidungsmerkmalen feststellen lassen.

Mit dieser Erkenntnis ist zunächst unsere Definition abgesichert, einen Radweg als Destination an sich zu begreifen.

Der Radweg bestimmt den Radtyp.

¹⁴ Siehe hierzu Stichwort Bildungsstand.

Es scheint gewisse Tendenzen bei einigen Merkmalen zu geben, die von den Faktoren (Radweg, Radtyp, Reisedauer) relativ unabhängig, also bedingt zu verallgemeinern sind. Inwiefern sich in der Kombination Radtyp/Radweg bestimmte quantitative Häufungen ergeben und sich folglich Radlertypologien bilden lassen, bleibt aufgrund der schlechten Datenbasis im Rahmen einer Sekundärforschung offen.

Abb. 58: Zusammenfassung tendenzieller Eigenschaften von Radtouristen

Merkmal	tendenzielle Ausprägung
Informationen	Erfahrungen, Bekannte/Verwandte
Unterkunft	Hotels und Pensionen werden bevorzugt
Verkehrsmittel	Bahn erheblich wichtiger als bei anderen Tourismusarten
Begleitung	Paar, mittlere Gruppe
Motive	Spaß, Natur, Gesundheit/Fitness
Alter	ab 40 Jahren
Lebensphase	Rentner/Pensionäre, Berufsaussteiger
Bildungsstand	relativ hoch
Einkommen	relativ hoch

Quelle: eigene Abbildung auf Basis der bisherigen Angaben.

Wenn – und das ist bei allen Studien und Veröffentlichungen einheitlich – Radtouristen betrachtet werden, dann spalten diese sich in drei (große) Gruppen auf:

- Tourenradler
- Rennsportradler und
- Mountainbiker.

Die Gruppen scheinen ebenso unterschiedlich zu sein, wie z. B. Regattasegler, Fahrtensegler und Motorbootfahrer. Für Sachsen-Anhalt ergibt sich demnach die Situation, dass der Harz und das Harzvorland als Mischgebiet (für alle Gruppen) zu betrachten ist. Die übrigen Landesteile kommen für Mountainbiker nicht in Frage. Hier sollten schwerpunktmäßig die Tourenradler betrachtet werden. Die Altmark bietet sich aufgrund der topografischen Situation als Gebiet für diejenigen Rennsportradler an, die keine zu schweren Bedingungen (Steigungen) bevorzugen.

Andere Reisen des Radtourismus werden in allen Studien nicht betrachtet.¹⁵

3.3.3 Nachfragesituation in Sachsen-Anhalt

Die Studie zum Radtourismus in Sachsen-Anhalt hat ergeben, dass jeder Radweg ein individuelles Nutzungsprofil hat. Jeder Radweg ist eine eigenständige Destination. (Dreyer et al. 2008) Insofern sind die folgenden Daten nicht bzw. nur schwer zu verallgemeinern.

Die soziodemografischen Daten, die in der Studie zum Radtourismus und der Befragung der Radler am Elberadweg erhoben worden sind, unterscheiden sich dabei jedoch kaum von den Daten, die über andere Radwege in Deutschland bekannt sind. Offenbar liegt hier ein generelles Phänomen des Sporttourismus vor. Es scheint so zu sein, dass die Kernsportart (z. B. Radfahren, Segeln) soziodemografisch homogene Kundengruppen generiert. Bei genauer Unterscheidung der Sportgeräte (Tourenrad, Mountainbike bzw. Kreuzer, Jolle) und des Zielgebietes (Elberadweg, Saale-radweg bzw. Nordsee, Ostsee) treten unterschiedliche Reiseverhaltensmuster der Konsumenten zutage. (Linne 2008)

Den Begriff des Reiseverhaltens fassen wir hier bewusst weit auf. Es werden nicht nur die Aspekte der Kernleistungen einbezogen, sondern z. B. auch das Informations- und Buchungsverhalten. Im Folgenden werden daher Teilaspekte des Reiseverhaltens separat dargestellt. Grundlagen zu den Aussagen liefert die Studie zum Radtourismus in Sachsen-Anhalt (Dreyer et al. 2008) und die Ergebnisse der Radlerbefragung am Elberadweg (Koordinierungsstelle Elberadweg 2007).

3.3.3.1 Destinationsbezug/ Reiseart

Das Angebot an Radwegen in Sachsen-Anhalt ist durch einen großen Anteil von Mehr-Bundesland-Radwegen geprägt.¹⁶ Nur ein geringer Teil verläuft ausschließlich auf dem Landesgebiet. Bedingt durch diese Angebotsstruktur müssten Durchzugsreisende in Sachsen-Anhalt eine relativ große Gruppe sein. Offenbar ergibt sich aus dieser Situation jedoch keine große Gruppe. (Dreyer et al. 2008) Ob diese Anteile in anderen Bundesländern mit anderer oder vergleichbarer Ange-

¹⁵ Vgl. Abb. 8 auf S. 14.

¹⁶ Siehe hierzu Kap 3.1.1.

botsstruktur ähnlich sind, kann aufgrund fehlender Daten nicht beurteilt werden.

Bei 92 % der Probanden weichen Start und Zielort voneinander ab, sie sind also für die Orte in Sachsen-Anhalt Durchzugsradler. Der überwiegende Anteil der Probanden (72,2 %) hatte also den Endpunkt und 50 % den Startpunkt der Reise in Sachsen-Anhalt. Für 46,3 % lag der Startpunkt außerhalb des Landes. Nur eher wenige Probanden gaben an, dass Start und Zielort ihrer Reise in Sachsen-Anhalt identisch sind. Bei ihnen können also strahlenförmige Reisen oder Rundreisen unterstellt werden. (Dreyer et al. 2008)

3.3.3.2 Genutzte Radwege

Hierzu fehlt eine umfassende Gesamterhebung in Sachsen-Anhalt. Einzig für den Elberadweg ist ungefähr bekannt, wie viele Radler im Jahr auf der Strecke unterwegs sind. Es werden aus den Ergebnissen der Befragungen und Verkehrszählungen ca. 145.000 Radler geschätzt. (Koordinierungsstelle Elberadweg 2007)

Der Elberadweg ist derzeit der beliebteste Radweg in Deutschland. Es kann daher davon ausgegangen werden, dass die anderen Radwege in Sachsen-Anhalt deutlich weniger Nutzer pro Jahr aufweisen.

3.3.3.3 Reisedauer und Strecke

Nach der Studie zum Radtourismus in Sachsen-Anhalt ergeben sich zwei hauptsächliche Gruppen von Radtouristen in Sachsen-Anhalt: Tagesausflügler (1 Tag) und Urlaubsreisende (1-3 Wochen). Wochenendausflügler bzw. Kurzreisende (2-3 Tage) und Langzeitreisende (mehr als 3 Wochen) bilden nach dieser Studie die Ausnahme. (Dreyer et al. 2008) Die Daten des Elberadwegs unterstützen diese Ergebnisse. Hier werden durchschnittlich 9 Tage als Reisedauer ermittelt. (Koordinierungsstelle Elberadweg 2007)

3.3.3.4 Begleitung

Die Reisebegleitung der Radtouristen in Sachsen-Anhalt ist vergleichbar mit den Ergebnissen anderer Studien in Deutschland. Im Durchschnitt

te für die Radler in der Befragung eine Gruppengröße von 2,6 Radlern festgestellt werden. Das heißt, dass die Radler am häufigsten zu zweit reisen. Sie radeln überwiegend länger als eine Woche, am häufigsten zwei Wochen. Einzelradler sind selten. Die Gruppengröße reicht bis 9 Radler. Große Gruppen sind nicht in der Stichprobe enthalten. (Dreyer et al. 2008)

Die Studie Radtourismus in Sachsen-Anhalt hat ferner ergeben, dass es offenbar einen Zusammenhang zwischen der Gruppengröße und der Länge der Reise gibt. Je länger die Reise, desto kleiner die Gruppen. Ein eindeutiger Zusammenhang der Gruppengröße mit dem Alter der Befragten konnte nicht nachgewiesen werden. (Dreyer et al. 2008)

Radlerpaare legen überwiegend mittlere bis längere Strecken zurück. Mittlere Gruppen (3-6 Radler) sind bei den sehr kurzen Strecken (< 100 km) und bei den mittleren Strecken (251-500 km) besonders häufig vertreten. (Dreyer et al. 2008)

3.3.3.5 Tagesetappen

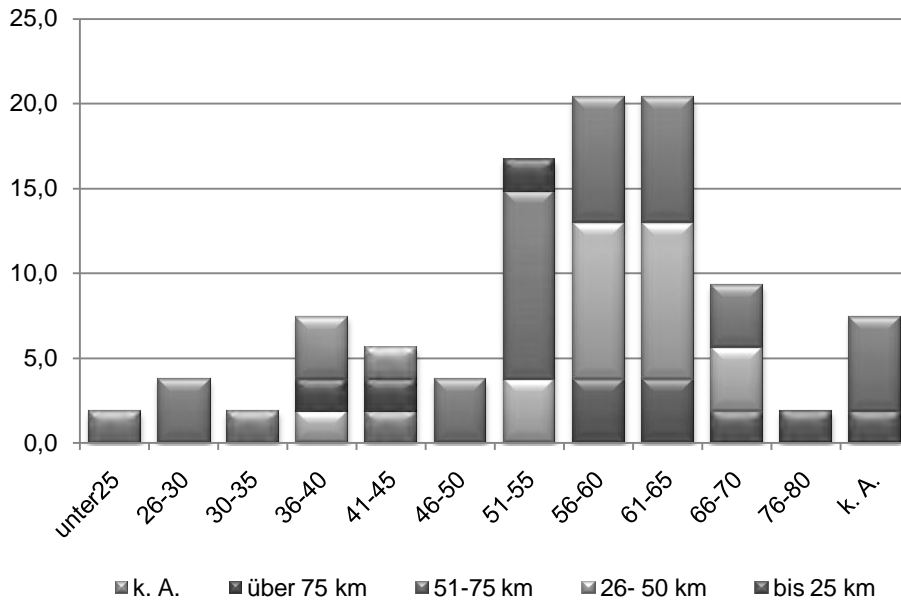
Dieser Wert hängt stark von den topografischen Gegebenheiten und den sonstigen Nutzungsprofilen der jeweiligen Radwege ab. Folglich ist es schwer, hierzu eine einheitliche Aussage zu treffen. In der Studie zum Radtourismus in Sachsen-Anhalt wurde ein Durchschnitt von 48,09 km je Reisetag ermittelt. Die meisten Radler legten Tagesetappen von 51 bis 75 km zurück. (Dreyer et al. 2008) Beim Elberadweg beträgt die durchschnittliche Tagesetappe ca. 60 km. (Koordinierungsstelle Elberadweg 2007)

Bei den Tagesausflüglern dominieren kurze Etappen. Die 1-Wochen-Reisenden legen besonders häufig Strecken zwischen 250 km und 500 km zurück, die 2-3-Wochen-Reisenden überwiegend Strecken zwischen 501 km und 1.000 km. (Dreyer et al. 2008)

Tagesetappen und Alter

Die Länge der Tagesetappen steht in einem Zusammenhang mit dem Alter der Radler. Doch unterschätzen darf man die Aktivität älterer Radler auf keinen Fall. Es gibt Radler zwischen 51 und 55 Jahren, die mehr als 75 km am Tag zurücklegen, eine Leistung, die sonst eher bei den 36 bis 45-Jährigen festzustellen ist.

Abb. 59: Relative Häufigkeiten von Tagesetappen, nach Altersgruppen, in %



Quelle: Dreyer et al. 2008.

3.3.3.6 Ausgabeverhalten, Gesamtausgaben

Mit 54 % entfällt der größte Anteil der Ausgaben auf die Unterkünfte. Ca. 1/3 wird für Verpflegung ausgegeben. Der Anteil von 4 % für Eintrittsgelder ist noch steigerungsfähig. Offenbar gelingt es noch nicht sehr gut, die Radler von den Radwegen zu den Attraktionen zu „locken“. Im Durch-

schnitt gibt jeder Radler ca. 870 € für seine Radreise aus. (Dreyer et al. 2008) **Das sind ca. 300 € weniger als im Bundesdurchschnitt.** (siehe hierzu Kap. 3.3.1.3)

Auf dem Elberadweg ist der Wert noch geringer: 576,00 €. (Koordinierungsstelle Elberadweg 2007) **Das sind ca. 600,00 € weniger.** (siehe hierzu Kap. 3.3.1.3)

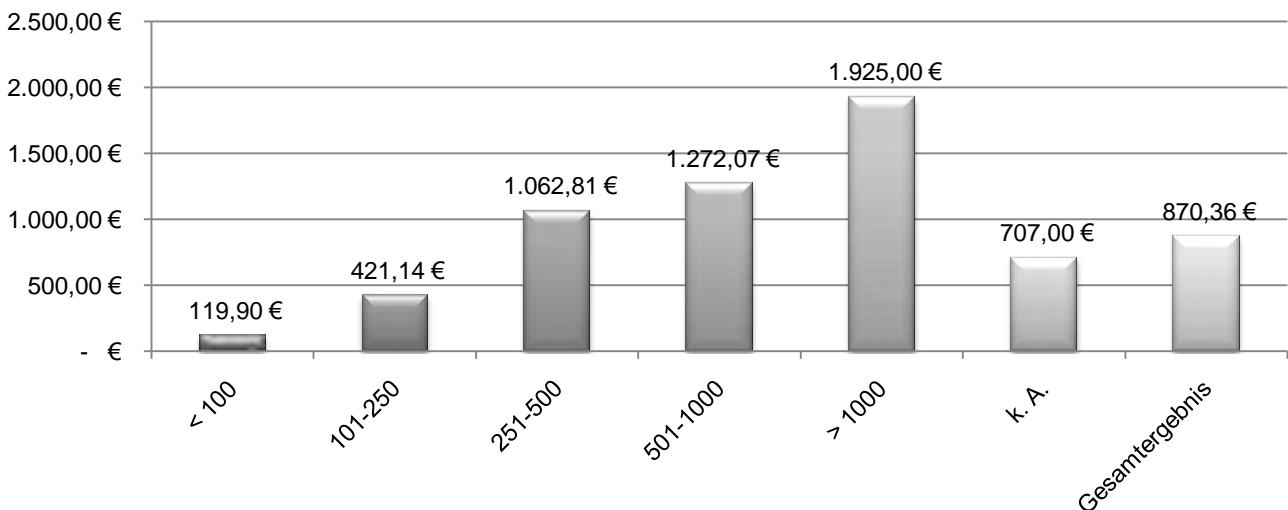
Offenbar werden die Potenziale im Radtourismus in Sachsen-Anhalt nicht optimal ausgeschöpft.

Je länger eine Radreise andauert, desto höher

sind die durchschnittlichen Ausgaben der Radler. Allerdings muss davon ausgegangen werden, dass von den höheren Ausgaben der Durchzugsradler (ab 501 km) nur ein Teil der Ausgaben in Sachsen-Anhalt verbucht werden kann.

Die durchschnittlichen Gesamtausgaben der Radler lassen sich auch nach deren Leistungen unterscheiden. Interessant sind hier die Gruppen, die zwischen 26 und 50 km je Tag zurücklegen und die, die über 75 km je Tag zurücklegen.

Abb. 60: Durchschnittliche Gesamtausgaben nach Längenklassen der Radreise in €



Quelle: Dreyer et al. 2008.

Ausgabeverhalten, Tagesausgaben

Im Durchschnitt gibt ein Radler pro Tag 67 € für die Unterkunft, 43 € für die Verpflegung und knapp 10 € für Eintrittsgelder aus. (Dreyer et al. 2008) Auf dem Elberadweg werden insgesamt durchschnittlich 64,01 € ausgegeben, davon entfallen 33,55 € auf die Unterkunft. (Koordinierungsstelle Elberadweg 2007) Überdurchschnittliche Ausgabenanteile sind bei der Gruppe der Radler festzustellen, deren Strecken zwischen 251 und 500 km lang sind. (Dreyer et al. 2008)

Es dürfte einen Zusammenhang zwischen der Länge der Reise und den Eintrittsgeldern geben: Je kürzer die Strecke, desto mehr Geld wird pro Tag für Besichtigungen ausgegeben. Das scheint so auch für die Länge der Tagesetappen zu gelten, was nicht unlogisch erscheint. Denn ein Radler, der viel Zeit zum Radfahren verwendet, kann in seinem Urlaub seltener Freizeiteinrichtungen besuchen. (Dreyer et al. 2008)

Bei den Ausgaben für Übernachtung und Verpflegung sind gravierende Abweichungen nur bei den Radlern festzustellen, die sehr kurze Etappen am Tag zurücklegen: Sie geben deutlich weniger aus als andere Radler. (Dreyer et al. 2008)

Allerdings ist es kaum möglich, zu diesem Punkt allgemeingültige Aussagen zu machen. Das Ausgabeverhalten wird stark von den Gegebenheiten und den sportlichen Nutzungsmöglichkeiten jedes einzelnen Radwegs beeinflusst. Scheinbar profitieren Hoteliers und Gastronomen am Elberadweg etwas mehr vom Radtourismus. Für Eintrittsgelder wird am Unstrutradweg etwas mehr ausgegeben. (Dreyer et al. 2008)

Eine Unterscheidung nach den Radwegen macht daher grundsätzlich Sinn, da sich für jeden Radweg ein eigenes Ausgabenprofil darstellen lässt. Um allerdings dazu verlässliche Aussagen ableiten zu können, sind weitere, umfangreichere Studien erforderlich.

3.3.3.7 Unterkunft

Die Wahl der Unterkunft unterscheidet sich in Sachsen-Anhalt nur unwesentlich von den für Deutschland ermittelten Werten. Auch hier werden Mittelklassehotels bis zu 3 Sternen und Pensionen am häufigsten gebucht. (Dreyer et al. 2008)

Stark vereinfachend lässt sich das Untersuchungsergebnis auf folgende Formel bringen: Je

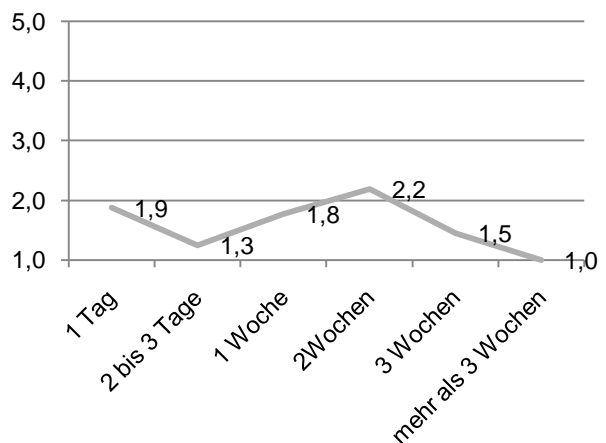
länger die Strecke, desto höherwertiger ist die Unterkunft.

Auch bei der Wahl der Unterkunft zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen den Radwegen. Je Radweg ergibt sich ein eigenständiges Profil der genutzten Unterkünfte. Das ist ein weiterer Hinweis darauf, dass Radwege an sich eine Destination darstellen und individuell zu beurteilen sind.

3.3.3.8 Verkehrsmittel

Eine explizite Befragung nach den Verkehrsmitteln wurde im Rahmen dieser Studie zum Radtourismus nicht vorgenommen. Hier wurde nur nach Wichtigkeit der **Anbindung der Radwege an öffentliche Verkehrsmittel** gefragt.

Abb. 61: Wichtigkeit der Anbindung an den ÖPNV nach Reisedauer

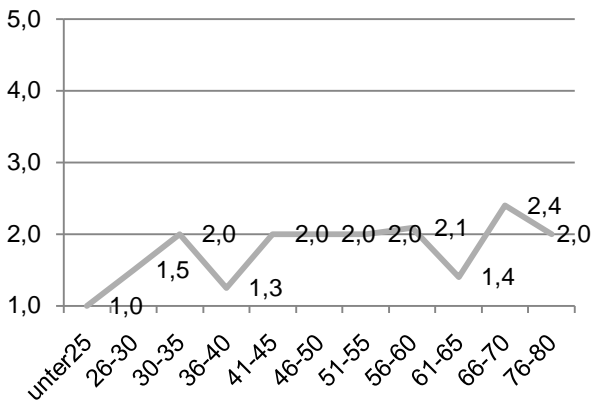


Quelle: Dreyer et al. 2008;
1 = sehr wichtig ... 5 = sehr unwichtig.

Insgesamt ist das den Radfahrern in Sachsen-Anhalt wichtig bis sehr wichtig. Besonders wichtig ist es für Radler, die nur 2 bis 3 Tage radeln (und damit vermutlich innerhalb des Landes unterwegs sind) und für Langstreckenradler, die drei Wochen und länger radeln.

Bei der Wichtigkeit der Anbindung an den ÖPNV ist ein schwacher Altersbezug zu erkennen. Mit zunehmendem Alter scheint die Wichtigkeit leicht abzunehmen. (Dreyer et al. 2008)

Abb. 62: Wichtigkeit der Anbindung an den ÖPNV nach Alter der Probanden

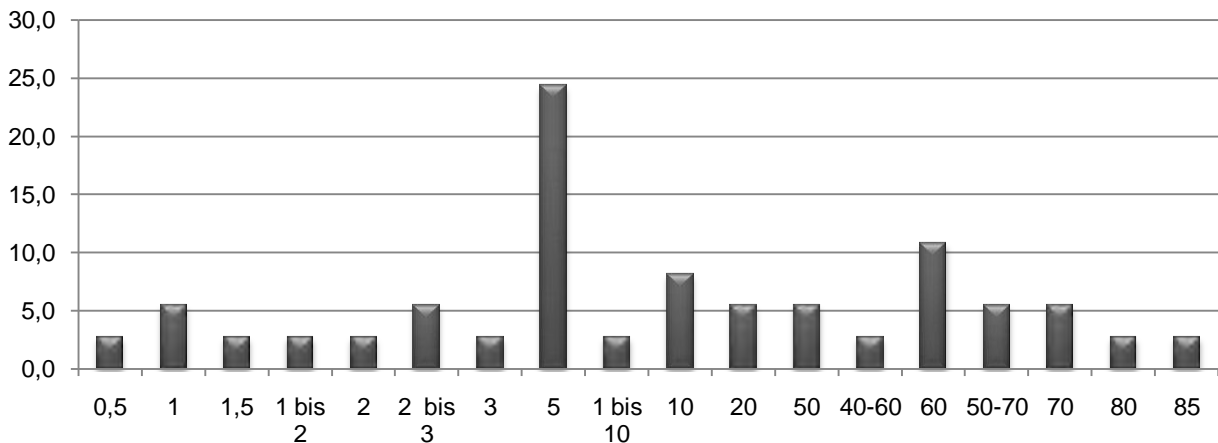


Quelle: Dreye, et al. 2008;
1 = sehr wichtig ... 5 = sehr unwichtig.

3.3.3.9 Aktivitäten

Der Besuch kultureller Einrichtungen ist eine wichtige Beschäftigung der Radtouristen. Im Rahmen dieser Untersuchung sollte ermittelt werden, welche Distanzen die Radfahrer in Kauf zu nehmen bereit sind, um zu einer Sehenswürdigkeit zu gelangen.

Abb. 63: Größe der Distanzen zwischen Radweg und Sehenswürdigkeit in km (relative Häufigkeit in %)



Quelle: Dreyer et al. 2008.

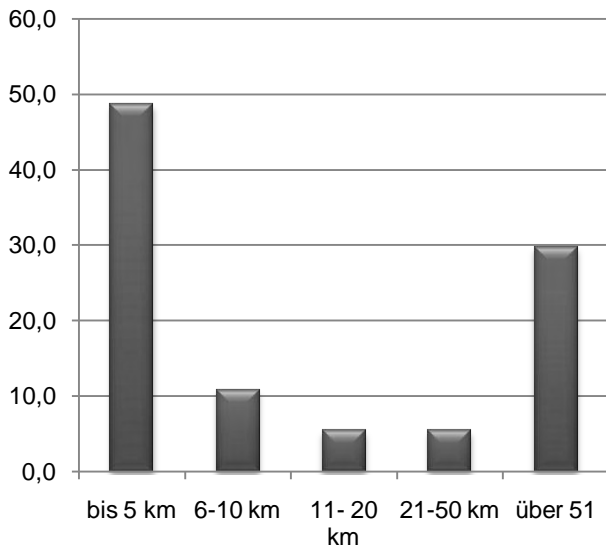
Es scheint so zu sein, dass die Radler in zwei, möglicherweise sogar in drei Gruppen unterteilt werden können. Eine große Zahl ist bereit bis zu 5

Dazu wurde, anders als bei der bereits dargestellten Befragung in Rheinland-Pfalz bewusst eine offene Frage gestellt. Die Probanden konnten ihre Einschätzung also ohne feste Antwortvorgaben abgeben. Das Ergebnis weicht damit erheblich von dem der zuvor genannten Befragung ab. Es liefert aber durchaus mehr Erkenntnisse, als bei standardisierten Befragung. Da zu den Entfernungstoleranzen bislang zu wenige Grundkenntnisse vorhanden waren, hielten wir die offene Frage hier methodisch für angebrachter; denn es war gänzlich unklar, welche Antwortvorgaben überhaupt gemacht werden sollten, um dann die entscheidenden Erkenntnisse bekommen zu können.

Die Befragung lieferte interessante Ergebnisse. Es gibt tatsächlich Radler, die bereit sind, größere Umwege für eine Sehenswürdigkeit zu fahren. Bei Distanzen von 40 km bis zu 85 km kann fast schon davon ausgegangen werden, dass die Routenplanung nach den Sehenswürdigkeiten ausgerichtet wird. Aufgrund der großen Häufigkeit der großen Distanzen kann nicht davon ausgegangen werden, dass möglicherweise Wenige die Frage falsch verstanden haben und deshalb diese Angaben gemacht haben.

km für einen Abstecher zu einer touristischen Attraktion zu akzeptieren. Das ist ein Ergebnis, das im Bereich der Erwartungen liegt.

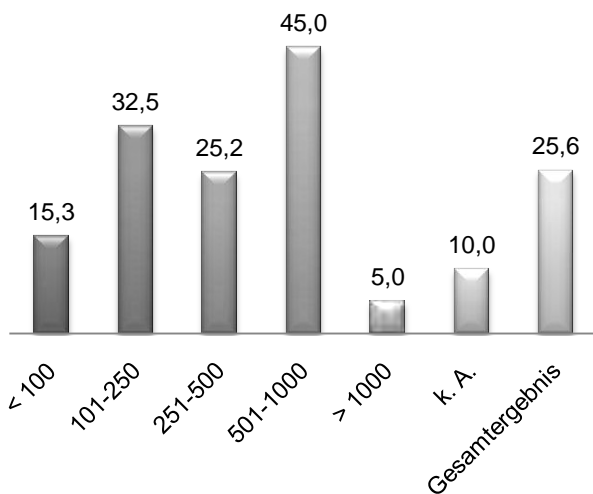
Abb. 64: Relative Häufigkeitsverteilung der Distanzangaben nach Entfernungsgruppen in %



Quelle: Dreyer et al. 2008.

Es gibt aber offenbar auch Radler, die bereit sind, mehr als 50 km Umweg (oder gar eine Routenänderung) einzuplanen, um eine Attraktion zu besuchen. Die Vermutung liegt nahe, dass die Bereitschaft für größere Distanzen auch mit der jeweiligen Attraktion selbst und dem vorhandenen Angebotspotenzial eines jeden Radwegs in Verbindung zu bringen ist.

Abb. 65: Durchschnittliche Länge der Abstecher in Abhängigkeit von der Länge der Radreisen



Quelle: Dreyer et al. 2008

Ob sich die Radler, die zwischen 6 und 50 km Abstecherdistanz akzeptieren, zu einer dritten Gruppe zusammenfassen lassen, kann aufgrund der geringen Stichprobengröße nicht exakt gefolgert werden. Vielleicht macht auch eine Unterteilung in zwei Gruppen (bis 10 km und über 11 km) Sinn.

Die Befragung liefert weiterhin das Ergebnis, dass es einen Zusammenhang zwischen der Abstecherdistanz und der Routenlänge gibt. Einerseits hängt die durchschnittliche Größe der Distanzen von der Länge der durchgeführten Radreisen ab. Andererseits nimmt mit der Länge der Radreisen auch die Wichtigkeit der Erreichbarkeit der Attraktionen zum Radweg ab. (Dreyer et al. 2008)

Dieses Ergebnis zeigt, dass es in diesem Punkt einen Altersbezug geben könnte. Offenbar ist es für ältere Radler weniger wichtig, Attraktionen in unmittelbarer Nähe zum Radweg vorzufinden. Diese Vermutung lässt sich mit der These bestätigen, dass im Allgemeinen die Lebenseinstellungen Älterer von denen Jüngerer dahingehend abweichen, dass Jüngere deutlich stärker konsumorientiert handeln (Wertewandel in der Gesellschaft). (Linne et al. 2007, 33)

Ältere Radler scheinen außerdem bereit zu sein, längere Distanzen zwischen Radweg und Attraktion zurücklegen zu wollen.

3.3.4 Zusammenfassung der radtouristischen Nachfrage in Sachsen-Anhalt und Handlungsempfehlungen

Die Nachfrager im Radtourismus Sachsen-Anhalts unterscheiden sich kaum von der gesamtdeutschen Betrachtung. Die Gemeinsamkeiten insbesondere in dem Bereich der Soziodemographie und des allgemeinen Reiseverhaltens sind als sehr groß anzusehen.

Abb. 66: Zusammenfassung und Gegenüberstellung der radtouristischen Nachfrage in Sachsen-Anhalt mit der Deutschlands

Merkmal	tendenzielle Ausprägung allgemein	Nachfrage in Sachsen-Anhalt
Informationen	Erfahrungen, Bekannte/Verwandte	Internet Prospekte Bekannte/Verwandte
Unterkunft	Hotels und Pensionen werden bevorzugt	Mittleres Hotel Pension
Verkehrsmittel	Bahn erheblich wichtiger als bei anderen Tourismusarten	k. A.
Begleitung	Paar, mittlere Gruppe	Paar Gruppe bis 9 Pers.
Motive	Spaß, Natur, Gesundheit/Fitness	k. A.
Alter	ab 40 Jahren	Zwischen 50 und 70 Jahre
Lebensphase	Rentner/Pensionäre, Berufsaussteiger	Berufsaussteiger Pensionäre
Bildungsstand	relativ hoch	k. A.
Einkommen	relativ hoch	55 % über 3.000,00 €
Familienstand	k. A.	Verheiratet bzw. in Partnerschaft lebend

Quelle: Dreyer et al. 2008.

Sowohl die Befragungsergebnisse als auch die Sekundäranalysen zeigen, dass es für jeden Radweg eine spezifische Nutzerstruktur gibt. Allerdings kann aufgrund der Stichprobengröße nur der Effekt festgestellt werden. Eine Darstellung der Nutzerstruktur für jeden einzelnen Radweg in Sachsen-Anhalt ist noch nicht möglich. Immerhin kann die These untermauert werden, dass ein Radweg als eigenständige Destination verstanden werden sollte.

Das Wissen um die Bedürfnisse und Erwartungen der Radtouristen ist immer noch nicht ausreichend. Insbesondere, wenn man berücksichtigt, dass sich je Radweg ein individuelles Nutzungs- und touristisches Konsumverhalten ergibt, ist der Informationsbedarf für künftige Entscheidungen immer noch sehr groß.

Neben zuverlässigeren Aussagen über quantitative Phänomene im Radtourismus sind künftig ergänzend qualitative Informationen wichtig, um spezielle Aspekte, die nicht radwegspezifisch sind, beleuchten zu können.

Wir sehen u. a. folgenden Informationsbedarf, der z. B. die Weiterentwicklung der Basisinfrastruktur entlang der Radwege betrifft:

1. Ausgestaltung der Rastplätze – Was erwartet der Radler an diesen wirklich?
2. Radlergerechtigkeit von Freizeiteinrichtungen – Was erwartet der Radler hier an technischen Hilfestellungen und wie sollten diese ausgestaltet sein?
3. Art und Weise der Informationsaufnahme während des Radelns – Welche werden in welchem Umfang gewünscht?
4. Produktgestaltung und thematische Inszenierung – Werden Innovationen wie z. B. GPS-Einsatz gewünscht? Wie viel „Infotainment“ ist sinnvoll? Was löst Reaktanz aus?

4 Zukunftssicherung des Radtourismus in Sachsen-Anhalt

4.1 Einbeziehung von Innenstädten/ Ortskernen und Sehenswürdigkeiten

Touristische Radwege werden in aller Regel immer noch als Verkehrswege angesehen und behandelt und nicht als touristische Produkte. Dies ist in Sachsen-Anhalt so und auch in den anderen Bundesländern. Was entscheidend fehlt, ist ein Denken und eine Produktentwicklung, die von den Bedürfnissen und Interessen der Radtouristen ausgeht.

In dem Augenblick, in dem die Verantwortlichen lernen, einen Radweg als touristisches Produkt zu begreifen, beginnen sie, ihn als Produkt betriebswirtschaftlich zu gestalten. Das heißt, mit dem Produkt Radweg soll ein möglichst großer Umsatz erzielt und die Wertschöpfung in der betreffenden Region gesteigert werden. Neben der Frage, wie möglichst viele Touristen auf einen Radweg gelockt werden können, lautete die zentrale Frage im Hinblick auf die angereisten Gäste:

Wie können wir die Radtouristen dazu bewegen, möglichst viel Geld vor Ort auszugeben?

Deshalb ist es von zentraler Bedeutung, möglichst viele Sehenswürdigkeiten, Attraktionen und kommerzielle Betriebe in das Produkt „Radweg“ einzubeziehen. Folglich darf keine Gelegenheit ausgelassen werden, auf Attraktionen am Wegesrand rechtzeitig aufmerksam zu machen und auf Abstecher hinzuweisen.

Bis zu welcher Entfernung sollten abseits des Radwegs gelegene Attraktionen einbezogen werden? Die Beantwortung dieser Frage hängt von der Attraktivität der jeweiligen Sehenswürdigkeit ab. Bei Gastronomie- oder Beherbergungsbetrieben ist die Entfernung zu den nächstgelegenen Einrichtungen am Wegesrand zu berücksichtigen. Als Faustregel können circa 4 bis 5 km angesehen werden.

Bei unseren Beobachtungen wurde deutlich, dass solche Überlegungen nirgendwo konsequent umgesetzt wurden.

4.2 Entwicklung eines neuen Produktverständnisses für Radwege und deren Etappen

4.2.1 Denken in Etappenstrukturen zur touristischen Produktentwicklung

Im Rahmen der Überlegungen zur Gestaltung von Radwegen als touristische Produkte sollte zuerst das Denken in **Etappenstrukturen** verfeinert werden. Jeder gedruckte Radreiseführer teilt bei seiner Beschreibung einen Radweg in einzelne Abschnitte von Ort zu Ort ein. Es kann allerdings nicht sein, dass diese Einteilungen alleine wenigen Autoren in den Verlagen überlassen werden. Von den touristisch Verantwortlichen für die Radwege sollten die Etappenstrukturen aktiv gestaltet werden. Als Basiswert für die Länge einer Etappe ist dabei von 40 - 50 km auszugehen. Natürlich ist dies nur ein Durchschnittswert für einen durchschnittlichen Radler. Aber er dient der Orientierung und muss den örtlichen Gegebenheiten und an unterschiedliche Bedürfnisse verschiedener Radlergruppen ein Stück weit angepasst werden.

Von welchen Gedanken muss man sich bei der Planung von Etappen als touristischen Teilprodukten eines Radwegs leiten lassen?

Im Vordergrund steht die Nachfragerstruktur. Ist die Etappe Teil einer größeren Strecke, die üblicherweise von Durchzugsradlern durchfahren wird, oder wird der Radweg eher von Tagesbeziehungsweise Wochenendtouristen frequentiert? Davon hängt es ab, ob auf die **verkehrliche Erreichbarkeit** (Autobahnanschluss, Bahnhof, Fahrpläne von Bussen und Bahnen) der Ausgangs- beziehungsweise Zielorte einer Etappe besonderen Wert gelegt werden muss.

Ein Beispiel:

Will man einen Fluss begleitenden Radweg insbesondere als Strecke für Wochenend-Touristen vermarkten, dann muss man die Erreichbarkeit des Ausgangsortes der ersten Etappe sowie die Erreichbarkeit des Zielortes der zweiten Etappe mit der Bahn gewährleisten. Oder es muss die Rückführung vom Zielort der zweiten Etappe zum ursprünglichen Ausgangsort gut organisiert sein.

Ein weiterer ganz wesentlicher Aspekt ist das Angebot von **Übernachtungsmöglichkeiten** an den jeweils geplanten und zu vermarktenden Etappenzielen. Etappenort kann nur sein, wer eine

ansprechende touristische Infrastruktur zu bieten hat!

Abb. 67: Ideale Anforderungen an Etappen und ihre Start- bzw. Zielorte im Überblick

- Länge 40 – 50 km
- Gute Erreichbarkeit der Start- bzw. Zielorte mit der Bahn und auf der Straße
- Existenz radlerfreundlicher Beherbergungsbetriebe
- Existenz radlerfreundlicher Gastronomiebetriebe
- Existenz eines Fahrradreparaturbetriebs
- Möglichkeit des Radtransports per Taxi
- Angenehme Ortsatmosphäre

Quelle: eigene Abbildung.

4.2.2 Touristische Radwege als Marken

Die großen, überregionalen Radwege haben einen Namen und ein Logo. Viele glauben deshalb, diese Radwege seien eine Marke. Dies ist ein Irrtum. Marken entstehen in den Köpfen der Verbraucher durch ein klares und eindeutiges Markenversprechen des Anbieters. Nun steht man in allen Destinationen vor der Herausforderung, dass nicht ein Anbieter, sondern alle Leistungs-

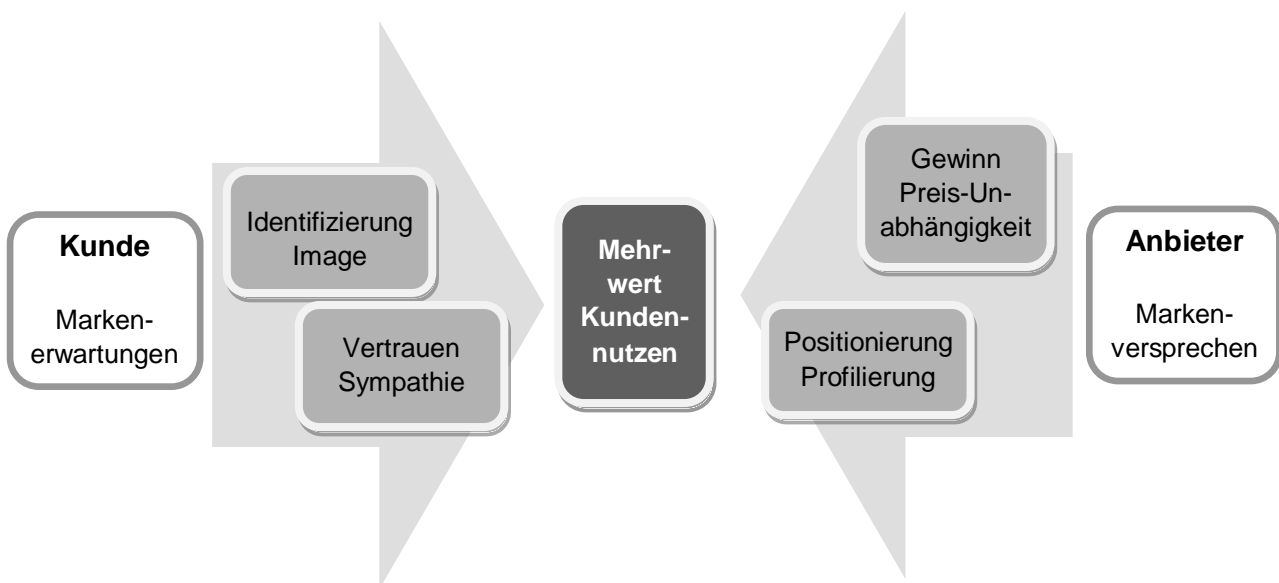
träger und die in einer Destinationen lebenden Menschen gemeinsam für den Eindruck der Gäste verantwortlich sind. Daher ist es schwierig, ein klares Markenversprechen zu erzeugen, und eine noch größere Herausforderung ist es, dieses Versprechen auch einzulösen.

Bei Radwegen wie dem Elberadweg steigt das Ausmaß der Herausforderung noch. Wenn der Elberadweg (der Begriff ist rechtlich geschützt) als Ganzes eine Marke werden soll, dann müssen Qualitätsversprechen entlang der gesamten Strecke bis zur niedersächsischen Mündung in die Nordsee eingehalten werden. Dies kann im heutigen Stadium nur als fernes Ziel bezeichnet werden, weshalb sich Sachsen-Anhalt zunächst auf die Einhaltung von Qualitätsversprechen im eigenen Bundesland konzentrieren sollte.

Natürlich muss das Logo des Elberadwegs weiter und intensiv benutzt werden, aber es muss gleichzeitig in der Vermarktung klar sein, dass der Elberadweg in Sachsen-Anhalt etwas ganz Besonderes ist! Dies muss durch entsprechende, überall gleichbleibend hohe Qualität untermauert werden. Sollte es Abschnitte/Orte geben, die das Qualitätsversprechen nicht erfüllen können, so müssen diese konsequenterweise in der Vermarktung nachrangig behandelt werden.

Die folgende Abbildung zeigt die wichtigsten Markenfunktionen, die immer darin münden müssen, einen Mehrwert und einen besonderen Nutzen für den Gast zu erzeugen.

Abb. 68: Mehrwert durch Markenbildung



Quelle: eigene Abbildung.

Die Positionierung des Elberadwegs auf dem Boden Sachsen-Anhalts gegenüber allen anderen Radwegen in Deutschland und im Verhältnis zu anderen Abschnitten des Elberadwegs kann nur gelingen, wenn eine Profilierung über die Produktgestaltung möglich ist. Wir schlagen vor, die einzelnen Etappen thematisch auszurichten und ihnen einen „Untertitel“ zu geben, zum Beispiel „Radeln zu den Störchen“ oder „Auf den Spuren der Romanik“ oder „Gartenträume“.

4.2.3 Inszenierung touristischer Radwege

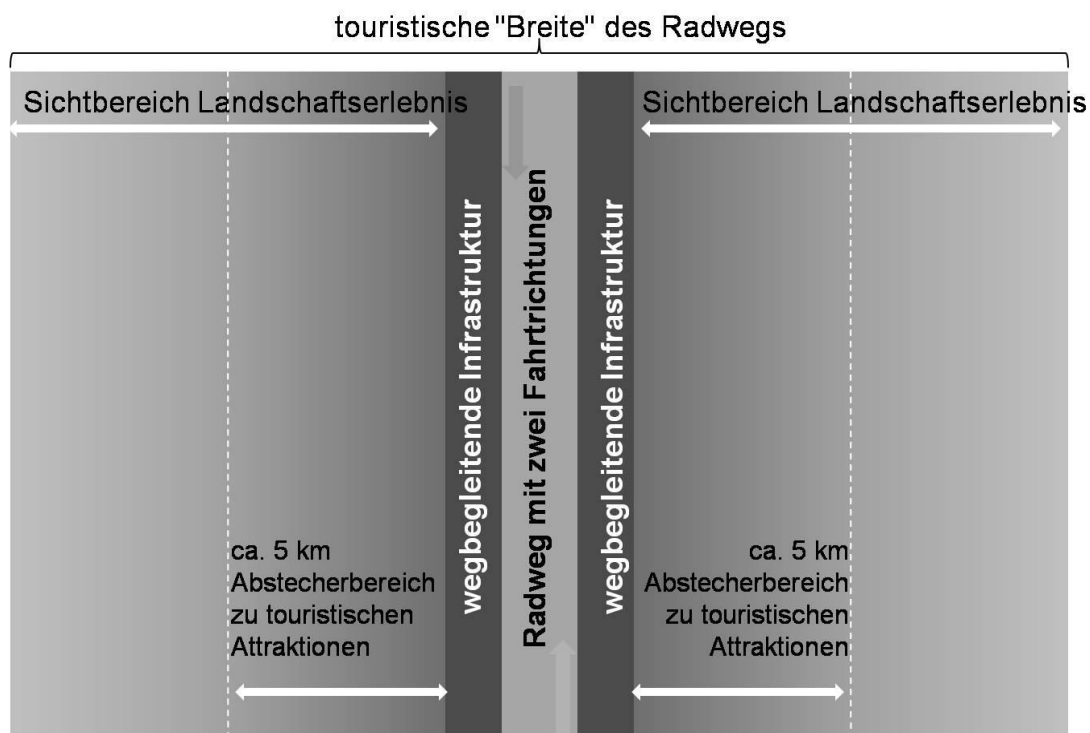
Wenn man Produktgestaltung konsequent vom Kunden her denkt, darf nicht allein der Radweg an sich im Mittelpunkt stehen, sondern die touristischen Möglichkeiten, die er in seinem Umfeld bietet. So sind bei der Vermarktung des Weges, beziehungsweise jetzt genauer gesagt, seiner Etappen, auch Abstecher in die Überlegungen einzu beziehen. Dies soll an einem Beispiel für den Elberadweg verdeutlicht werden.

Im Hinblick auf kulturelle Sehenswürdigkeiten ist wahrscheinlich der 33 km lange Abschnitt von der Lutherstadt Wittenberg über Wörlitz bis nach Dessau die Königsetappe des Elberadwegs in Sach-

*sen-Anhalt. Dabei ist sie so kurz, dass ein Durchzugsradler für sein übliches Tagespensum wohl noch ein Stück Strecke anhängen würde. Ziel muss es also sein, die vorhandenen Sehenswürdigkeiten so attraktiv darzustellen und zu vermarkten, dass es gelingt, sowohl eine Übernachtung in Wittenberg **als auch** in Dessau zu „provokieren“. Vielleicht ist es auch angebracht, einen Abstecher (z. B. auf dem Fürst-Franz-Weg zur Biberfreianlage) anzubieten, um die Verweilzeit in der Region zu erhöhen und um das tägliche Bewegungsbedürfnis der Radler zu befriedigen.*

Eine Produktgestaltung durch Inszenierung ist jedoch mehr als die Berücksichtigung von Sehenswürdigkeiten abseits des eigentlichen touristischen Radwegs. Obwohl der Gedanke, Attraktionen zu inszenieren, nicht so neu ist und in Freizeitparks sowie neuerdings auch in modernen Museen (z. B. Auswandererhaus in Bremerhaven) praktiziert wird, hat sich noch niemand an den Versuch gewagt, Strecken-Destinationen wie Radwege einer Inszenierungskonzeption zu unterziehen, wenn man einmal von der Möblierung einiger Premium-Wanderwege (z. B. Rothaarteig) absieht.

Abb. 69: Erlebnissphäre Radweg

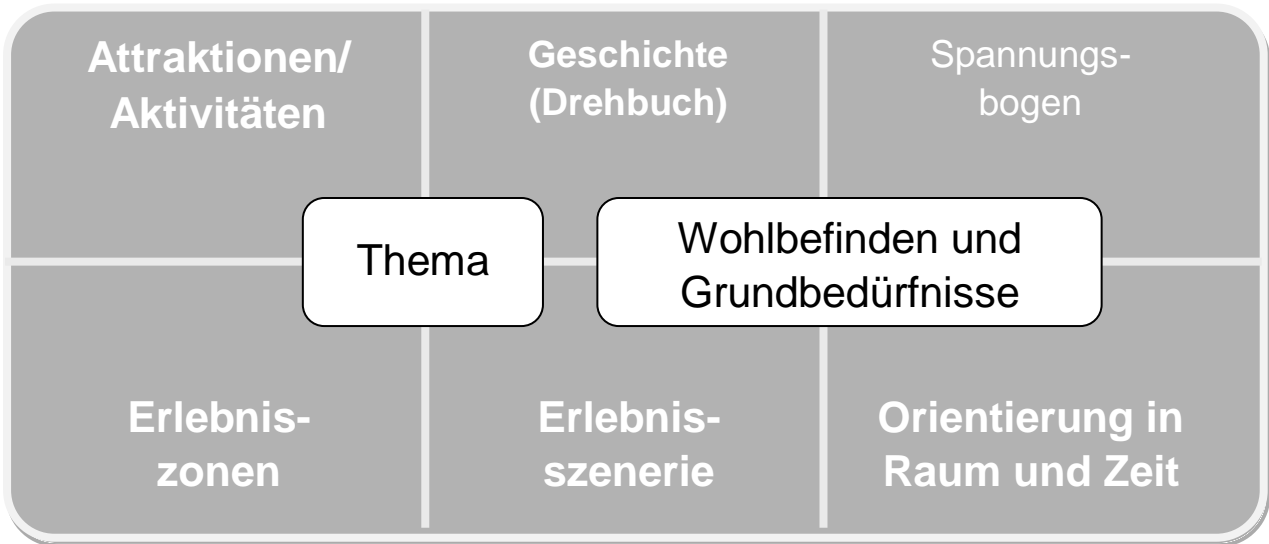


Quelle: eigene Abbildung.

Sicher sind bestehende Inszenierungskonzepte nicht eins zu eins auf Strecken-Destinationen übertragbar. Dennoch scheint es uns auf jeden Fall möglich zu sein, die Grundprinzipien der Inszenierung (Mikunda 1998, 58ff.) anzuwenden, ohne die Naturräume, durch die Radwege geführt werden, zu verletzen. Hilfreich sind dabei auch die

Gedanken des Schweizer Tourismusforschers Hansruedi Müller zu Tourismus-Destinationen als Erlebniswelten (Müller et al. 2004). Folglich werden nachstehend die Grundlagen der Inszenierung mit Beispielen für den Radtourismus Sachsen-Anhalts angesprochen.

Abb. 70: Faktoren der touristischen Inszenierung



Quelle: eigene Darstellung auf der Basis von Müller et al. 2004 und mit Einflüssen von Mikunda 1998.

1. Finden eines Themas

Da der Radweg an sich schon als eine Art Oberthema aufzufassen ist, geht es hier vor allem darum, einzelnen Etappen ein Thema zuzuordnen, das bei der Gestaltung der Etappe und deren Vermarktung hilfreich ist. Das Thema muss in Verbindung stehen mit den am Wegesrand liegenden Attraktionen und dient als Grundlage für das Drehbuch. Mit einem Thema kann Einfluss auf die angestrebten Kundengruppen ausgeübt werden.

2. Steigerung des Wohlbefindens der Besucher

Hier geht es in erster Linie um die Berücksichtigung der Grundbedürfnisse und um die Sicherstellung der kundenorientierten Servicequalität. Wir sprechen hier von einem Basisinstrument. Der Radweg und die Erlebnisse auf dem Radweg werden nur dann positiv wahrgenommen, wenn der Gast sich wohlfühlt. Die Existenz von Toiletten, Rast- und Verpflegungs- und Übernachtungsmöglichkeiten gehört dazu. Das Wohlbefinden ist eng verknüpft mit der Gestaltung der Erlebniszenerie und der Orientierung.

3. Erzählen einer Geschichte (Drehbuch)

Menschen suchen nach ihrer eigenen Geschichte; die Geschichten anderer helfen ihnen dabei. Im Laufe des Lebens erlernt man viele Handlungsmuster, die sich im Kopf zu einem sogenannten *Brain Script*, einer Art Drehbuch im Kopf, vereinen. (Mikunda 1998, 15ff.)

Optimal ist es, wenn die Attraktionen am Radweg das Zeug dazu haben, als Geschichten erzählt zu werden. Ist Martin Luther auf diesem Weg gegangen? Kann man den Zug eines Storchenvogels in seine Lebensgeschichte verpacken und mit dem Ort, an dem man gerade vorbei radelt, in Verbindung bringen? Oder liefern uns die Wörlitzer Parks Stoff für einen Krimi?

Antworten können Geschichtsbücher und Ortschroniken oder Experten und Kreative aus der Werbebranche geben.

4. Aufbau eines Spannungsbogens

Vielleicht kann es sogar gelingen, der Rade-tappe einen Spannungsbogen zu verleihen, was allerdings voraussetzt, dass es einen eindeutigen Fahrtrichtungsbezug bei der Inszenierung geben muss. Man kann fünf Pha-

sen feststellen: Anfangsphase/Intro, Aufbau-phase, zentrale Teilhandlung/Höhepunkt, Entspannungsphase, Schlussphase.

Ein Inszenierungs-Element könnte es sein, dem Beginn des Radwegs am Startort einer Etappe durch eine **Landmarke** (ein Tor, eine Übersichtskarte, eine Fahne, ein Denkmal etc.) einen **definierten Anfang** zu geben, und das Ende der Etappe am Zielort ebenfalls durch eine Landmarke zu markieren.

Orte, die nicht beliebig sind, **müssen benannt werden**. Namen unterstreichen die Bedeutung einer Gegend. Es müssen nicht unbedingt offizielle Namen sein, denn prägnante Namensgebungen können oft sogar besser kommunizieren, was uns auf einem Radweg erwartet (Mikunda 1998, 61ff.). So könnte z. B. der Unstrut-Radweg bei Bad Kösen zur „**Promenade der Winzer**“¹⁷ werden!

5. Bestimmung von Attraktionen und Aktivitäten

Es sind die interessantesten Sehenswürdigkeiten und Anlaufpunkte festzulegen, die im Mittelpunkt der Erlebnisgestaltung stehen sollen. Diese können auch ein wenig abseits des Weges liegen. Auf der Etappe eines Radwegs sollten sie möglichst gut verteilt sein, andernfalls wird die Besucherlenkung erschwert. Aussichtspunkte oder -türme, besonders schöne Raststationen, Foto-Stopps oder hübsche Innenstädte sind Beispiele für Attraktionen an Radwegen.

6. Festlegung der Erlebniszonen (Edutainment)

Einzelne Attraktionen werden zu Erlebnis-zonen gestaltet. Entscheidend ist, dass man sich auf wenige wichtige Bereiche konzentrieren muss, an denen das Erlebnis-Setting stimmig gestaltet sein muss. Von Vorteil für das Gesamterlebnis auf einer Radetappe ist es, dass der Radler auf seinem Weg oft in den Genuss des Flow-Erlebens kommt. Die vorbeifließende Landschaft ermöglicht ein Vergessen des Alltags und erlaubt die Konzentration auf den Augenblick.

7. Gestaltung der Erlebnisszenerie (Edutainment)

Viele Faktoren bestimmen an den Erlebnisorten die Szenerie. Beim Radfahren übt schon die Landschaft an sich in Verbindung mit dem Wetter und den im Tagesverlauf wechselnden Lichtverhältnissen einen großen Reiz aus. Aber auch die Radwege selbst, ihre unmittelbare Umgebung (Büsche etc.), Rastplätze oder Biergärten, die Vermittlung von Informationen auf Tafeln etc. wirken **durch die Art und Weise ihrer Gestaltung** auf die Wahrnehmung. Je stärker alle Sinne des Menschen angesprochen werden (Multisensorik), desto größer ist der Eindruck von einem Erlebnisort.

Pine/ Gilmore unterscheiden **vier Erlebnissphären** (Pine et al. 2000):

- Unterhaltung (entertainment)
- Bildung (education)
- Realitätsflucht (escape) und
- Ästhetik (esthetics)

Bei der Angebotsgestaltung ist zu berücksichtigen, dass neben dem **explorativen Erleben** (Informationssuche, Erkundung, spielerisches Probieren, Neugierde) auch das **soziale Erleben** (Gruppenfahrt, Kontakt mit anderen Radlern unterwegs) sowie das **biotische Erleben** (Körpererfahrung, neue Körperreize, z. B. durch einen Fühlpfad) durch die Gestaltung ermöglicht werden müssen.

Landmarken und Namensgebung spielen natürlich auch hier eine wichtige Rolle.

8. Orientierung in Raum und Zeit

Grundbedürfnis der Radler auf ihrem Weg von A nach B ist eine eindeutige Beschilderung ihrer Strecke (Zielführung), die vermeiden soll, dass ein Blick in eine Karte nötig ist. Diese Beschilderung wurde in Sachsen-Anhalt in 2007 grundlegend erneuert, sodass zurzeit von einem ordnungsgemäßen Zustand ausgegangen werden kann.

Darüber hinaus kann Beschilderung auch zur Lenkung von Gästeströmen eingesetzt werden, indem auf Ziele abseits der Radroute mit Entfernungs- und ggf. auch Zeitangaben hingewiesen wird oder indem mit Informations- und Werbetafeln Neugierde für einen Attraktionspunkt geweckt wird. Wird

z. B. ein Aussichtsturm wie der südlich von Tangermünde frühzeitig signalisiert, erhält er eine höhere Bedeutung und wird sozusagen dramaturgisch aufgeladen.

Eine Besucherlenkung in dieser Form muss die Zeitplanung der Radler auf einer Etappe

¹⁷ Dort befinden sich u.a. das Prädikatsweingut Lützkendorf sowie das Landesweingut.

im Blick haben. Deshalb darf nicht jeder vermeintlich interessante Ort zu einem Erlebnisort aufgewertet werden. So sind z. B. Zäsuren ein gern genutztes Element der Inszenierung. Allerdings müssen geeignete Erlebnisorte in die zeitlichen Abläufe einer Tagesetappe passen. Ein tolles Restaurant 10 km nach dem Start einer Etappe könnte in einer Richtung keinesfalls als Ort für ein Mittagessen vorgesehen werden. Vielleicht wäre es stattdessen möglich, den Gastronomiebetrieb als Ort für ein traumhaftes Frühstück zu positionieren.

4.3 Qualitätssicherung und Produktentwicklung: Produktmanager

4.3.1 Ausgangslage: Radtourismus im Destinationsmarketing

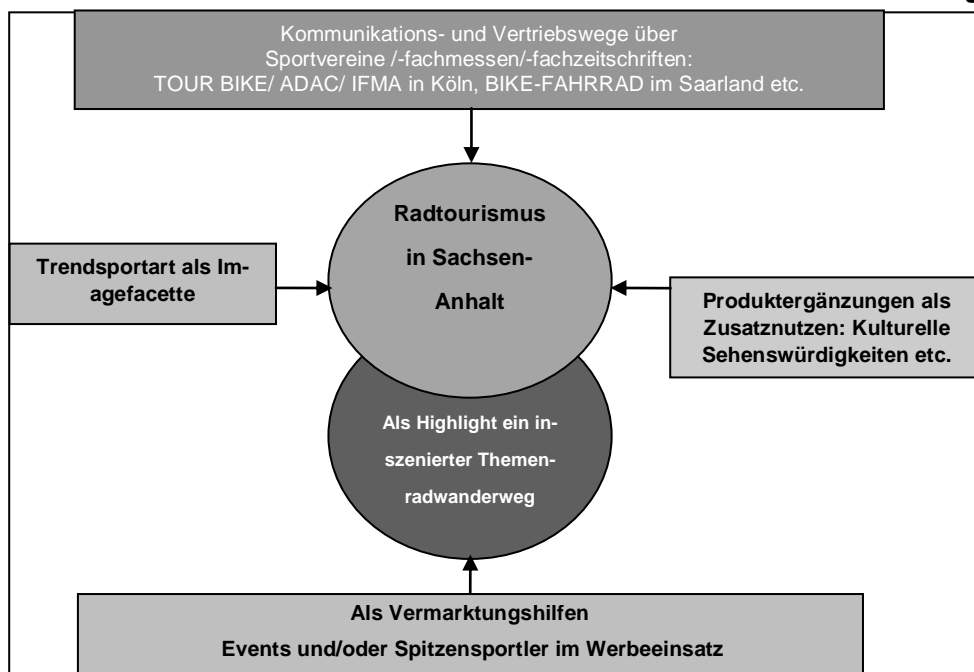
Es erscheint uns sinnvoll, den Radtourismus in einen größeren Zusammenhang zu stellen und aufzuzeigen, mit welchen Instrumenten erfolgreiches Destinationsmarketing betrieben werden kann. Der Radtourismus in Sachsen-Anhalt benötigt einen „Leuchtturm“ als Zugpferd der Vermarktung.

Dieser kann ein durch und durch thematisch inszenierter Radweg sein; vorstellbar ist zunächst die Inszenierung einer kürzeren Teilstrecke von zwei bis drei Etappen. Hierbei erweist sich als Vorteil, dass kulturelle Sehenswürdigkeiten (z. B. Romanik, Luther, Arche Nebra, Wein und Sekt) reichlich vorhanden sind, um ein solches Produkt inhaltlich und emotional „aufzuladen“.

Gut wäre es, wenn eine Trendsportvariante oder ein außergewöhnliches Radsportangebot zur Verfügung stünde, um den Radtourismus interessanter zu machen und ihn mit einer modernen Facette zu bereichern, die das Land besonders attraktiv macht. Inline-Angebote könnten schon hilfreich sein, sind aber nicht mehr „trendy“. Hier muss noch auf die Suche gegangen werden.

Die in der Abbildung genannten Kommunikations- und Vertriebswege über Sportvereine, Fachmessen und Radzeitschriften sollen darauf hinweisen, dass eine sehr gezielte Vermarktung ohne Streuverluste über Fachmedien möglich ist. Diese funktioniert immer im Rahmen des Thementourismus gut und ist insbesondere im Aktivtourismus eine hervorragende Option, weil über die Sportarten sehr gut an die Sportler heranzukommen ist

Abb. 71: Destinationsmarketing mit Radtourismus



4.3.2 Produktmanager und Dienstleister für den Radtourismus

Produktmanager

Die Produktentwicklung der touristisch genutzten Radwege in Sachsen-Anhalt im Hinblick auf eine thematische Ausrichtung und Inszenierung sowie deren Qualitätssicherung (siehe Kapitel 3), die die gesamte Gestaltung der radtouristischen Basis- und Infrastruktur umfasst, ist nur möglich, wenn sich eine Person als Produktmanager hauptamtlich darum kümmert.

Quelle: eigene Abbildung.

Diese Aufgabe erfordert tourismuswirtschaftliche Kenntnisse und ein hohes Maß an Kommunikationsfähigkeit, die zur Integration der beteiligten Betriebe benötigt wird. Es bedarf zahlreicher Gespräche und viel Überzeugungsarbeit, um die unterschiedlichen Interessen zu bündeln und hinter den Zielen der Qualitätssicherung und Produktentwicklung zu vereinen.

Rad-Ranger

Für den täglichen Service und die Arbeit mit dem Gast ist darüber hinaus der Einsatz von Rad-Rangern (hosts) anzustreben, wie es sie z. B. schon in manchen Regionen Nordrhein-Westfalens gibt. Zu ihrem Aufgabengebiet sollte es gehören, den Gast über Sehenswürdigkeiten, Gastronomie und Beherbergungsmöglichkeiten zu informieren, bei kleineren Pannen zu helfen oder den Weg zum nächsten Reparaturbetrieb zu weisen und den betreuten Radweg sauber zu halten. (WDR 2007)

Abb. 72: Beispiel für Radwegs-Ranger

Fahrradhelfer patrouillieren am Fluss

Die rollenden Ruhrtal-Ranger

Von Fiete Stegers

Sie helfen Radfahrern beim Platten mit dem Flickzeug in der Satteltasche und kennen den Weg zur nächsten Gaststätte: Vier Ranger sehen auf dem Schwerter Abschnitt des Ruhrtal-Radwegs nach dem Rechten. Die Fahrradpatrouille ist eine Qualifizierungsmaßnahme für Arbeitslose.



Gemütlich rollen Mike Weinand, Serkan Ilter und Carsten Kosch auf ihren Rädern mit den dicken Satteltaschen den Schotterweg entlang, rechts von ihnen die Ruhr, links saftiges Grün und gelbe Rapsfelder. Zwölf Kilometer misst der Abschnitt des Ruhrtal-Radwanderwegs in Schwerte. Die drei jungen Männer in ihren dunkelblauen T-Shirts fahren ihn heute schon zum dritten Mal entlang. Bei weit über zwanzig Grad perlt der Schweiß unter den Fahrradhelmen hervor auf die Stirn. Trotzdem hat Carsten Kosch an der Spitze der Truppe für jeden entgegenkommenden Radfahrer, für die Spaziergängerinnen mit Hund und für das Rentnerpaar auf der Bank ein freundliches "Guten Tag!" übrig. Das gehört zum Job.

12 Kilometer lang ist ihr Revier

Quelle: WDR 2007.

Wege-Paten („adopt a bike path“)

Wo der Einsatz von Rad-Rangern nicht möglich ist, bietet sich auch die Vergabe von Patenschaften für Abschnitte eines Radweges an¹⁸. Patenschaften können Firmen, Vereine, Familien oder Einzelpersonen übernehmen. Aufgabe ist vor allem die Erhaltung der Sauberkeit des Radwegs

¹⁸ In Amerika werden ganze Landstraßen von Ehrenamtlichen sauber gehalten. Schilder am Straßenrand weisen aus, wer für einen Straßenabschnitt zuständig ist (Adopt a highway – litter control: Mitarbeiter der Firma XY).

und seiner Rastplätze. Um zur Übernahme einer Patenschaft zu bewegen, muss an das Zusammengehörigkeitsgefühl appelliert werden. Es ist klar, dass es in Zeiten sinkenden ehrenamtlichen Engagements nicht leicht ist, Menschen zu einer solchen Patenschaft zu bewegen, aber das darf von dem Versuch nicht abhalten.

4.3.3 Fazit und Handlungsvorschläge für Kapitel 4

Mit den Anmerkungen zur Inszenierung von Radwegen betreten wir Neuland. Nicht nur, dass das Thema Inszenierung für touristische Angebote in Deutschland noch recht neu ist. Uns ist bislang keine Destination in Deutschland bekannt, die dieses Thema konsequent für die gesamte Destination umsetzt. Umso neuartiger ist es, die Gedanken der Inszenierung auf Radwege als Streckendestinationen anzuwenden.

Dennoch halten wir es für erforderlich dieses Thema anzugehen. Die Wettbewerbssituation erfordert neue Ideen, um das nahezu austauschbare Angebot im Radtourismus eigenständig zu profilieren.

1. Der Radtourismus muss im Rahmen des Destinationsmarketings strategisch weiterentwickelt werden.

Zu diesem Zweck wird ein Leuchtturm-Angebot benötigt (thematische Inszenierung) und es muss ein ergänzendes Trendsportangebot gesucht werden.

Es bedarf einer Event-Strategie entlang der wichtigsten Radwege Elbe und Saale.

2. Radwege müssen zu touristischen Produkten ausgebaut werden.

Zu diesem Zweck muss das Denken in Etappenstrukturen bei der Vermarktung verbessert werden. Vorrangig vermarktete Start- bzw. Zielorte müssen eine ansprechende touristische Infrastruktur aufweisen.

3. Etappen müssen touristisch inszeniert werden.

Dazu müssen sie thematisch ausgerichtet werden. Attraktionen müssen als Erlebnisorte im Sinne eines Inszenierungs-Konzepts gestaltet werden. Der Beginn sollte anhand weniger ausgewählter Modelletappen gemacht werden. In Frage kommen Magdeburg-Tangermünde, Tangermünde-Havelberg, Wittenberg-Dessau oder Camburg-Naumburg.

Die Arbeit sollte an Attraction Designer in Verbindung mit radtouristisch versierten Beratern vergeben werden, um einerseits faktisches Wissen über den Radtourismus zu gewährleisten und andererseits neues Denken zu fördern.

Ziel sollte es sein, in einem ersten Schritt eine Modell-Etappe zu entwickeln, um in einem zweiten Schritt einen ganzen Radweg, z. B. den Elberadweg, zu inszenieren.

4. Die Produktentwicklung (Inszenierung) muss in die Hände professioneller Produktmanager gelegt werden.

Begonnen werden sollte mit zwei Produktmanagern für den Elberadweg sowie für die Radwege an Saale und Unstrut.

5. Die Qualitätssicherung (Wohlfühlmanagement) muss ebenfalls in die Hände professioneller Dienstleister gelegt werden.








Es sollten Rad-Ranger (Hosts/ Hostessen) zum Einsatz gebracht werden.

5 Maßnahmen im Überblick

Für den eiligen Leser stellen wir hier die wesentlichen Ergebnisse der Studie noch einmal zusammengefasst im Überblick dar.

Nr.	Situation/ Empfehlung
1.	STRATEGIE
1.1	Die Produktentwicklung muss zunächst auf national bekannte und gut „vorverkaufte“ Radwege konzentriert werden; sie muss also an Elbe und Saale vorangetrieben werden.
1.2	Aus dem Radtourismus muss ein Rad-Erlebnis-Tourismus werden. Zu diesem Zweck muss allerdings zunächst die Basis-Infrastruktur der Radwege verbessert werden.
1.3	Vorhandene Landesthemen (z. B. Romanik, Luther, Himmelswege, Wein und Sekt) stellen ein großes Potenzial dar, das durch Vernetzung und Produktgestaltung genutzt werden muss.
1.4	Ein Abschnitt von zwei bis drei Tagesetappen soll durch Inszenierung zu einem Highlight-Produkt ausgebaut werden.
2.	NACHFRAGER
2.1	Radler sind eine attraktive Zielgruppe mit relativ hohem Einkommen, aus Spaß, Naturverbundenheit und Gesundheitsmotiven dabei und meist über 40 Jahre alt.
2.2	Die Vermarktung sollte sich stärker auf Sportvereine (Direktmarketing) und Fachmedien konzentrieren.
2.3	Die Gästebetreuung (Wohlfühlmanagement) muss intensiviert werden. Zu diesem Zweck könnten Rad-Ranger eingesetzt werden, die auch zur Qualitätssicherung beitragen können (siehe 5.2).
3.	PRODUKTGESTALTUNG
3.1	Es bedarf insgesamt einer touristischen Beschilderung , die nahe gelegene Sehenswürdigkeiten und Ortszentren für eine bessere Wertschöpfung integriert.
3.2	Teilweise muss die Routenführung optimiert werden, z. B. Lenkung der Radwanderer auf Alternativrouten zum eigentlichen Radweg in nahe gelegene Innenstädte.
3.3	Die Etappenstruktur muss verfeinert werden. Wenn möglich, sind die Kriterien für ideale Etappen-Start- bzw. Zielorte zu berücksichtigen (Kap. 3.3.3 und 4.2.1).
3.4	Nötig ist eine quantitative, aber auch qualitative Verbesserung radlerfreundlicher Gastronomie und Beherbergungsbetriebe (u. a. bessere Vermarktung am Radweg).
3.5	Die Produktentwicklung muss in die Hände professioneller Produktmanager gelegt werden.
4.	VERTRIEB
4.1	Es ist eine stärkere Verkaufsorientierung anzustreben durch bessere Online-Buchbarkeit und attraktive Pauschalen bzw. Baustein-Angebote. Hier sind Hilfestellungen für die Betriebe notwendig (Vorgaben für die Herstellung von Pauschalen).
5.	QUALITÄTSSICHERUNG
5.1	Der Kriterienkatalog zur Qualitätssicherung der Radwege Schleswig-Holsteins sollte in einer Arbeitsgruppe mit den wichtigsten radtouristischen Akteuren Sachsen-Anhalts überarbeitet, um wichtige Kriterien der touristischen Attraktivität ergänzt und unverzüglich eingesetzt werden.
5.2	Die Qualitätssicherung muss in die Hände professioneller Dienstleister gelegt werden (siehe 2.3).

Auszug aus einem Befahrungsprotokoll

Km	Attraktionspunkt	Bemerkungen
5,27	Weggabelung – rechts	<p>Viele Hinweisschilder vmtl. Eigenregie, durcheinander, weniger ist mehr</p> <p>Verlassen der ruhigen Nebenstrecke auf Hauptstraße, kein separater Radweg, Verkehr!!!</p>
	 	
5,72	Spurwechsel ohne Hinweisschild ←	<p>Wegführung nicht entlang der Weinstraße (links ←) zu Weinbergshäuschen und vmtl. Straußwirtschaften, Hinweis darauf erfolgt nach der Abbiegung</p>
		
5,92	Saalebrücke	<p>(Saale gesehen)</p> <p>Viele Glasscherben, endlich wieder Blickkontakt mit Saale (zuletzt vor ca. 3 km)</p>
		
6,02	Ortseingang Naumburg, Weggabelung	<p>Es gibt zwei Möglichkeiten:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Geradeaus zur Innenstadt, nur Wegweiser, keine einladenden Hinweisschilder 2. Links, auch hier nur verkehrstechnischer Wegweiser <p>Keine Animation für den Radler, die Innenstadt zu besuchen, keine Tipps, keine Erklärung für sich aufsplittenden Radweg, keine Entfernungsangaben keine „offiziellen“ Schilder???</p>
		
	Saale	<p>(Saale gesehen)</p> <p>Weg führt kurzfristig an Saale entlang</p>
		
6,56	Baumstamm am Ende des Wasserschutzgebietes	<p>Weg wieder von Saale weggeführt, dafür direkt an Eisenbahngleise, Rastmöglichkeit auf Baumstamm???, direkt unterhalb Bahngleis, starker Eisenbahnverkehr, Blick auf Herrenhaus, Info???</p>
		

6,69	Bach	
		<p>Eisvogel gesehen Welcher Bach ist das? Erklärungen zur Natur wären hier angebracht</p>
6,89	Bach	
		<p>Herrlicher Ausblick auf Herrenhaus + Weinberge, keine Bahn mehr!!!!, Bach im Hintergrund, kein Rastplatz trotz optimaler Stelle</p>
7,00	Ast	
		<p>Ast ragt direkt auf Radweg – Baumschnitt erforderlich Breite: 1,40 m = zu schmal</p>
7,16	Zusammenfluss Bach und Saale	
		<p>Besonderes Landschaftsmerkmal wird nicht erklärt, trotz ausreichendem Platz, keine Möglichkeit zur Rast</p>
7,39	Wehr, Staustufe	
		<p>Super Platz!!! Keine Hinweise, keine Rastmöglichkeit</p>
		
7,47	Bank	
		<p>Jetzt erst gesehen, nur Bank, kein Abfall, wirkt nicht wie ein Fahrradrastplatz hier Ausblick auch noch O.K.</p>
		

6 Informationsteil

6.1 Ausgewählte Adressen

Ministerien, touristische Fachverbände und Organisationen		
ADFC Landesverband Sachsen-Anhalt e. V. Breiter Weg 11a 39104 Magdeburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	0391 / 7 31 66 45 0391 / 4 00 98 94 kontakt@adfc-lsa.de www.adfc-lsa.de
DEHOGA Landesverband Sachsen-Anhalt e. V. Kantstraße 3 39104 Magdeburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	0391 / 5 61 71 93 0391 / 5 61 71 94 magdeburg@dehoga-sachsen-anhalt.de www.dehoga-sa.de
DJH Landesverband Sachsen-Anhalt e. V. Leiterstraße 10 (Sportjugendherberge) 39104 Magdeburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	0391 / 5 32 10 36 0391 / 5 32 10 49 lvb@djh-sachsen-anhalt.de www.jugendherberge.de/jh/sachsen-anhalt
Harzer Verkehrsverband e.V. Marktstraße 45 38640 Goslar	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	05321 / 3 40 40 05321 / 34 04 66 info@harzinfo.de www.harzinfo.de
Heilbäder- und Kurorteverband Sachsen-Anhalt e. V. Rathausplatz 2 06507 Bad Suderode	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03 94 85 / 94 90 03 94 85 / 94 99 9 heilbaeder-und-kurorteverbandSA@t-online.de www.kuren-sachsen-anhalt.de
Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau Franckestraße 5 06110 Halle/Saale	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03 45 / 21 26 - 0 03 45 / 20 29 - 6 49 info@halle.ihk.de www.halle.ihk.de
Industrie- und Handelskammer Magdeburg Alter Markt 8, 39104 Magdeburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03 91 / 56 93 - 0 03 91 / 56 93 - 1 93 internet@magdeburg.ihk.de www.magdeburg.ihk.de
Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH Kantstraße 4 39104 Magdeburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03 91 / 5 68 99 0 03 91 / 5 68 99 50 welcome@img-sachsen-anhalt.de www.img-sachsen-anhalt.de
Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide e.V. Domplatz 1b 39108 Magdeburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	0391 / 73 87 90 0391 / 73 87 99 info@elbe-boerde-heide.de www.elbe-boerde-heide.de
Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr Turmschanzenstraße 30 39114 Magdeburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03 91 / 5 67 01 03 91 / 5 67 75 10 poststelle@mlv.lsa-net.de www.mlv.sachsen-anhalt.de
Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt Hasselbachstraße 4 39104 Magdeburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03 91 / 5 67 01 03 91 / 61 50 72 poststelle@mw.lsa-net.de www.mw.sachsen-anhalt.de
Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt des Landes Sachsen-Anhalt Olvenstedter Straße 4 39108 Magdeburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03 91 / 5 67 01 03 91 / 5 67 17 27 poststelle@mlu.lsa-net.de www.mlu.sachsen-anhalt.de

Ministerien, touristische Fachverbände und Organisationen		
Saale-Tourist e.V. Fährstraße 2 06108 Halle/Saale	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	0345 / 4 70 14 80 0345 / 4 70 14 81 saale-tourist@gmx.de www.saale-tourist.de
Saale-Unstrut Tourismus e. V. Lindenring 34 06618 Naumburg/Saale	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	0 34 45 / 23 37 90 0 34 45 / 23 37 98 fremdenverkehr.saale-unstrut@t-online.de www.saale-unstrut-tourismus.de
Tourismus-Marketing Sachsen-Anhalt GmbH Am Alten Theater 6 39104 Magdeburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03 91 / 5 67 70 80 03 91 / 5 67 70 81 info@tmg-sachsen-anhalt.de www.tmg-sachsen-anhalt.de
Tourismusregion Wittenberg e.V. Neustraße 13 06886 Lutherstadt Wittenberg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03491 / 40 26 10 03491 / 40 58 57 info@tourismusregion-wittenberg.de www.tourismusregion-wittenberg.de
Tourismusverband Altmark e.V. Marktstraße 13 39590 Tangermünde	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	039322 / 34 60 039322 / 4 32 33 tv@altmarktourismus.de www.altmarktourismus.de
Tourismusverband Anhalt-Wittenberg e.V. Albrechtstraße 127 06844 Dessau	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	0340 / 2 30 12 18 0340 / 2 30 12 25 info@anhalt-wittenberg.de www.anhalt-wittenberg.de
Tourismusverband Sachsen-Anhalt e. V. Danzstraße 1 39104 Magdeburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03 91 / 7 38 43 00 03 91 / 7 38 43 02 ltvlsa@compuserve.de www.tourismusverband-sachsen-anhalt.de
Verband der Campingplatzbetreiber Sachsen-Anhalt e. V. Alemannstraße 12 39106 Magdeburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03 91 / 56 39 01 00 03 91 / 56 39 01 01 Peter-Ahrens@t-online.de www.camping-verband.de

6.2 Koordinierungsstellen überregionaler Radwege in Sachsen- Anhalt und Länderübergreifend

Radrouten Klasse 1		
Europaradweg R1 Salzlandkreis, Amt 61/ASL Amt für Regionalplanung und Wirtschaftsförderung 06400 Bernburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	
Elberadweg Magdeburger Tourismusverband „Elbe- Börde- Heide“ Domplatz 1b 39104 Magdeburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03 91 / 73 87 90 radwege@elbe-boerde-heide.de www.elberadweg.de
Saale- Radwanderweg AG Saale Radwanderweg Postfach 1151 06601 Naumburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	0 34 45 / 7 50 - 3 09 info@saale-radwanderweg www.saale-radwanderweg.de

Radrouten Klasse 2		
Aller-Radweg Magdeburger Tourismusverband „Elbe- Börde- Heide“ Domplatz 1b 39104 Magdeburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03 91 / 73 87 90 radwege@elbe-boerde-heide.de
Aller-Elbe-Radweg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	s. Aller-Radweg
Aller-Harz-Radweg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	
Altmarkrundkurs Innovations- und Gründerzentrum Karl– Marx- Str. 10 29410 Salzwedel	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	0 39 01 / 84 56 66
Elsterradweg LRA Burgenlandkreis Jägerstraße 3 06618 Naumburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	0 34 45 / 7 31- 3 42 info@gera-tourismus.de www.geratourismus.de
Gartenreichtour Fürst- Franz Stadt Dessau Amt 41 Zerbster Str.4 06844 Dessau	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03 40 / 20 42 25 tourismus-marketing@dessau.de
Harzrundweg Harzer Verkehrsverband e.V. Marktstr. 45 08640 Goslar	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	0 53 21 / 3 40 40 info@harzinfo.de www.harzinfo.de
Harzvorlandweg s. Harzrundweg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	s. Harzrundweg
Havelradweg Landkreis Stendal Hospitalstr.1 39576 Stendal	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	 www.landkreis-stendal.de
Himmelsscheibenweg Stadt Querfurt, Bauamt Markt 1 06268 Querfurt	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03 47 11 / 6 01- 66 03 47 11 / 6 01- 52
Muldental- Radwanderweg TV Anhalt Wittenberg e.V. Albrechtstraße 127 06844 Dessau	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	03 40 / 2 30 12 18 info@anhalt-wittenberg.de www.anhalt-wittenberg.de
Radweg Berlin-Leipzig TourismusRegion Wittenberg e.V. Neustraße 13 06886 Lutherstadt Wittenberg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	0 34 91 / 40 26 10 info@tourismusregion-wittenberg.de www.tourismusregion-wittenberg.de
Radweg Saale- Harz LRA Mansfelder Land Amt für Wifö, u. Tourismus Lindenallee 56 06295 Lutherstadt Eisleben	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	0 34 75 / 66 15 17

Salzstraße LRA Merseburg –Querfurt Domplatz 9 06217 Merseburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	0 34 61 / 4 00
Unstrut- Radweg LRA Burgenlandkreis Jägerstraße 3 06618 Naumburg	Tel.: Fax: E-Mail: Internet:	0 34 45 / 7 31- 3 42 www.unstrutradweg.de

6.3 Quellen und Literaturverzeichnis

- Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V. (ADFC) 2007: ADFC Radreiseanalyse 2005, Aufruf am: 27. 06 2007, <http://www.fa-tourismus.adfc.de/>.
- Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V. (ADFC) 2007: ADFC-Kriterien, <http://www.bettundbike.de/>.
- Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V. (ADFC) 2007: Radreiseanalyse 2007, Aufruf am 20.11.2007, http://www.adfc.de/4125_1.
- Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V. (ADFC) 2007: ADFC-Positionen: Fahrrad und Öffentlicher Verkehr, Aufruf am: 28. 11 2007, <http://www.fa-oeffentlicher-verkehr.adfc.de/>.
- Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V. (ADFC) 2007: Radverkehrsinfrastruktur, Aufruf am: 20. 11 2007, http://www.adfc.de/1705_1.
- Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V. (ADFC) 2007: Radreisen 2007, Aufruf am: 29. 11 2007, <http://www.radreisen-online.de/index.cfm?page=3>.
- Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V. (ADFC) 2006: Pressemitteilung: Aktion mit dem Rad zur Arbeit vom 29.05.2006, Darmstadt.
- Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V. (ADFC) 1998: Handreichungen zur Förderung des Fahrradtourismus, Bremen.
- Antz, Ch.; Dreyer, A.; Linne, M. 2006: Wein und Tourismus in der Weinregion Saale-Unstrut - Analysen, Handlungsempfehlungen, Perspektiven, Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt (Hg.) Tourismus-Studien Sachsen-Anhalt, Bd. 25, Magdeburg, Wernigerode.
- Antz, Ch.; Dreyer, A. 2004: Handbuch Tourismus in Sachsen-Anhalt, Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt (Hg.), Tourismus-Studien Sachsen-Anhalt, Bd. 1, Magdeburg, Wernigerode.
- Bieger, Th. 2002: Management von Destinationen, 5. neu bearbeitete und ergänzte Auflage, München, Wien.
- Buck's Reisen Gerd Buck. 2007: Urlaub mit Bus und Rad - Busanhänger für 38 Fahrräder, aufruf am: 23. 11 2007, <http://www.bucksreisen.de/home/index.php4?site=biketrailer>.
- Bund Deutscher Radfahrer (Hg.): Reiseveranstalter, Aufruf am 05.05.2008, www.rad-net.de/modules.php?name=Adressen&mode=rvmenuid=89
- Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) 2007: Zweiter Bericht der Bundesregierung über die Situation des Fahrradverkehrs in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin.
- Bundesministerium für Verkehr, Bau und Wohnungswesen (BMVBW) 2002: FahrRad! - informationen zum Radverkehr in Deutschland, Berlin.
- Burgenlandbahn 2007: Moderne Fahrzeuge im Einsatz, Aufruf am 13.12.2007, <http://www.burgenlandbahn.de/site/burgenlandbahn/de/unternehmen/fahrzeuge/fahrzeuge.html>
- Damrau, R., Taxibetrieb 2007: Organisierter Fahrradurlaub. Aufruf am: 23. 11 2007, <http://www.taxi-damrau.de/fahrrad/index.html>.
- Deutsche Bahn AG 2007: Fahrradmitnahme im Fernverkehr, Aufruf am: 23.11.2007, http://www.bahn.de/p/view/mobilitaet/fahrrad/bike/07rad_fahrradzuege.shtml.
- Deutscher Olympischer Sportbund e. V. (DOSB) Bestandserhebungen, div. Jhg. Aufruf am 05.05.2008: <http://www.dosb.de/de/service/statistiken/>.
- Deutscher Tourismus Verband e. V. (DTV) 2007: Tourismus in Deutschland 2006 - Zahlen - Daten – Fakten, Bonn.
- Dreyer, A. 2007: Familienreisen 2007, unveröffentlichter Vortrag.
- Dreyer, A. 2004: Sport und Tourismus, in: Krüger, A.; Dreyer, A. (Hg.): Sportmanagement - Eine themenbezogene Eingrenzung, München, Wien, S. 327-376.
- Dreyer, A., Freyer, W. 2004: Handbuch Sport und Tourismus in Sachsen-Anhalt, Ministerium für Wirtschaft und Arbeit und Ministerium

- für Gesundheit und Soziales des Landes Sachsen-Anhalt, Tourismus-Studien Sachsen-Anhalt Nr. 16, Magdeburg, Wernigerode, Dresden.
- Dreyer, A.; Linne, M. 2008: Studie Radtourismus in Sachsen-Anhalt, Magdeburg, Hamburg, Braunschweig.
- Dreyer, A.; Linne, M. 2004: Servicequalität in Destinationen und Tourismus- Informationsstellen, 3. Aufl., Hamburg.
- Europäisches Tourismus Institut an der Universität Trier GmbH (ETI), siehe Quack.
- Felkel, J.; Kasper, R. 2004: Ostseeradfernweg: Eine Nutzungsanalyse am Beispiel des Teilstücks Greifswald-Lubmin - Erfahrungen aus einem studentischen Projekt, in: Hinsching J.; Steingrube, W. (Hg.): Sporttourismus und Region, S. 107-118, Hamburg
- Freyer, W. 2002: Sport-Tourismus - Einige Anmerkungen auf der Sicht der Wissenschaft(en), in: Dreyer, A.: Tourismus und Sport - wirtschaftliche soziologische und gesundheitlichen Aspekte des Sport-Tourismus, S. 7-34, Wiesbaden.
- Froböse, I. o. J.: Cycling & Health - Kompendium gesundes Radfahren, Köln.
- Großraum-Verkehr Hannover (GVH) 2007: Bikes in Bus & Bahn, Aufruf vom 23. 11 2007, <http://www.gvh.de/fahrrad.html>.
- GuJMedia. div. Jhg.: Branchenbild 50, Hamburg.
- GuJMedia. div. Jhg.: Branchenbild Seinoren, Hamburg.
- Koordinierungsstelle Elberadweg Sachsen-Anhalt 2008: Kriterienkatalog für fahrradfreundliche Beherbergungsbetriebe am Elberadweg, Magdeburg.
- Koordinierungsstelle Elberadweg Sachsen-Anhalt 2008: Kriterienkataloge für fahrradfreundliche Betriebe am Elberadweg, Magdeburg.
- Krüger, A.; Dreyer, A. (Hg.) 2004: Sportmanagement - Eine Themenbezogene Eingrenzung, München, Wien.
- Landestourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. (LTV) (Hg.) 1999: Radwanderwege entlang der Straße der Romanik, Magdeburg.
- Linne, M. 2008: Touristische Ausprägungen des Segelsports, vorläufiger Titel, Hamburg.
- Linne, M. 2004: ITD-Studie: Familientourismus in Deutschland - Urlaub für junge Familien - Eine empirische Untersuchung mit Benchmarks, Hamburg.
- Linne, M. 2003: ITD-Marketing-Studie 2003, Hamburg.
- Linne, M.; Dreyer, A.; Endreß, M. 2007: Hotel 2020 - demographischer Wandel - Reiseverhalten – Hotelmarketing, Hamburg.
- Marketing-Gesellschaft Oberlausitz- Niederschlesien mbH 2008: Radwandern in der Oberlausitz. www.oberlausitz.com/radwandern
- Mielke, I. 2007: Die Radreisen-Datenbank, div. Aufrufe, <http://www.fahrradreisen.de/radwege/radwege.htm>.
- Miglbauer, E. 1995: Radtourismus als Element der regionalen Tourismusförderung, in Krüger, A.; Dreyer, A. (Hg.): Sportmanagement - Eine themenbezogene Eingrenzung, München, Wien, S. 341-374.
- Mikunda, Ch. 1998: Der verbotene Ort oder Die inszenierte Verführung. 3. Aufl. Düsseldorf.
- Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt. 2007: Radwege und Touren, Aufruf vom: 05. 12 2007, <http://www.radtouren-sachsen-anhalt.de/>.
- Ministerium für Wirtschaft und Arbeit 2002: Touristisches Leitsystem in Sachsen-Anhalt, Magdeburg, Berlin.
- Mobil vor Ort - das Fahrradtaxi 2007: Mobil vor Ort - das Fahrradtaxi, Aufruf vom: 23. 11 2007, http://www.fahrrad-taxi.de/bilder/bulli_11-04.jpg.
- Müller, H.; Scheurer, R. 2004: Tourismus-Destinationen als Erlebnisswelt, Bern.
- Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH, (NASA) (Hg.) 2007: Mit Bahn & Rad durch Sachsen-Anhalt, Magdeburg.

- Nahverkehrsservice Sachsen-Anhalt GmbH, (NASA) (Hg.) 2006: Streckenkarte Eisenbahnen in Sachsen-Anhalt 2006/2007. 2006.
- Pine, J.; Gilmore, J. 2000: Der Erlebniskauf, München.
- Quack, H.-D.; Hallerbach, B. 2007: Regionalwirtschaftliche Effekte des Radtourismus in Rheinland-Pfalz, Europäisches Tourismus Institut an der Universität Trier GmbH, Trier.
- Saale-Unstrut-Reisen 2008: Reise Nr.: 201. www.saale-unstrut-radeln.de.
- Schwark, J. 2006: Grundlagen zum Sporttourismus, Münster 2006.
- Spoehr, S.; Demian, O. 2007: Blaues Band, Aufruf vom: 5. 12 2007, <http://www.blaues-band.de/>.
- TGL - Trägergesellschaft Sachsen-Anhalt GmbH 2007: Erarbeitung einer Konzeption zur Erschließung von Entwicklungspotenzialen zum Schwerpunktthema Radtourismus in Sachsen-Anhalt, Magdeburg.
- Tourismus Agentur Schleswig-Holstein GmbH. 2007: Qualitätskriterien für Rad(fern)wege in Schleswig-Holstein, Kiel.
- Tourismus - Marketing Sachsen-Anhalt GmbH (TMG) 2007: Reiseland Sachsen-Anhalt, Aktivitäten/ Radwandern, Aufruf vom: 05. 12 2007, <http://www.sachsen-anhalt-tourismus.de/>.
- Tourismus-Marketing Sachsen-Anhalt GmbH (TMG) 2007: Kurzreisen nach Sachsen-Anhalt, Magdeburg.
- traffiQ - Lokale Nahverkehrsgesellschaft Frankfurt am Main mbH 2007: Mobil in Frankfurt - mit dem Rad, Aufruf vom: 23. 11 2007, http://www.traffiQ.de/Mobil/ausser_Bus___Bahn/Fahrrad/Fahrradmitnahme/Fahrradmitnahme_136px.jpg.
- Utiger, M.; Ickert, L. 2005: Zählung und Befragung 2004 Veloland Schweiz: Resultate der Erhebung auf den nationalen Routen im Veloland Schweiz, Stiftung Veloland Schweiz (Hg.), Bern.
- Verband des Deutschen Zweiradhandels e. V. (VDZ) 2004: Der Zweiradhandel - Informationen für Existenzgründer, Bielefeld.
- WDR 2007: Die rollenden Ruhrtal-Ranger, Aufruf vom 28. 04 2007, http://www.wdr.de/themen/freizeit/freizeitgestaltung/ruhrtal_radweg/index.jhtml.
- Wirtschaftsförderung & Tourismus Anhalt GmbH 2008: Radfahren in Anhalt-Wittenberg. Routen, Aufruf vom: 01. 04 2008, www.radfahren-in-anhalt.de.
- Zweiradindustrie Verband e. V. (ZIV) 2007: Marktdaten 2006, Aufruf vom 15.11.2007, <http://ziv-zweirad.de/marktdaten-fahrraeder.html>, , 2007.

Tourismus-Studien Sachsen-Anhalt

Weitere **Tourismus-Studien Sachsen-Anhalts** als konzeptionelle Grundlagen der Tourismuspolitik Sachsen-Anhalts liegen bereits vor und können über www.sachsen-anhalt-tourismus.de eingesehen und konsultiert werden:

1. **Handbuch des Tourismus** in Sachsen-Anhalt, 2000, 2.Auflage 2004
2. **Gartenträume** – Historische Parks in Sachsen-Anhalt, 2001
3. **Tourismus und Raumordnung** in Sachsen-Anhalt, 2001
4. Handbuch des **Gesundheitstourismus** in Sachsen-Anhalt, 2001
5. Handbuch **Blaues Band** in Sachsen-Anhalt, 2001, 2. Auflage 2002
6. Das **Gartenreich Dessau-Wörlitz** als Wirtschaftsfaktor, 2002
7. **Touristisches Leitsystem** in Sachsen-Anhalt, 2002
8. **Wirtschaftsfaktor Tourismus** in Sachsen-Anhalt, 2002
9. **Otto der Große, Magdeburg und Europa**, 2002
10. Handbuch **Kongress- und Tagungstourismus** in Sachsen-Anhalt, 2002
11. **Tourismus für alle**. Handbuch barrierefreier Tourismus in Sachsen-Anhalt, 2002
12. Handbuch **Straße der Romanik** in Sachsen-Anhalt, 2002
13. Handbuch **Industrietourismus** in Sachsen-Anhalt, 2003
14. **Landurlaub Altmark**, 2003
15. Handbuch **Kinder-, Jugend- und Familientourismus** in Sachsen-Anhalt, 2004
16. Handbuch **Sport und Tourismus** in Sachsen-Anhalt, 2004
17. **Kulturelle Leuchttürme** in Sachsen-Anhalt, 2005
18. Handbuch **Landurlaub** in Sachsen-Anhalt, 2005
19. **Spirituelle Tourismus** in Sachsen-Anhalt, 2006
20. **Schlösser, Museen, Tourismus**, 2006
21. **Transromanica**. Kulturerbe und Kulturtourismusedwicklung, 2006
22. Handbuch **Harz**, 2006
23. Handbuch **Kulturtourismus** in Sachsen-Anhalt, 2006
24. **Heilige Orte, sakrale Räume, Pilgerwege**, 2006
25. **Wein und Tourismus** in der Weinregion Saale-Unstrut, 2006
26. **Offene Kirchen** in Sachsen-Anhalt, 2006
27. **Campingtourismus** in Sachsen-Anhalt, 2006
28. **Radtourismus** in Sachsen-Anhalt, 2008

Impressum

Herausgeber	Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, Referat Tourismus, und Hochschule Harz, Bereich Tourismuswirtschaft
Autoren	Prof. Dr. Axel Dreyer, Professor für Tourismuswirtschaft an der Hochschule Harz und Honorarprofessor für Sportmanagement an der Universität Göttingen Dipl. - Kfm. Martin Linne Institut für Tourismus- und Dienstleistungsmarketing, Hamburg
Redaktion	Andreas Höfflin Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes Sachsen-Anhalt, Magdeburg
Stand	31.05.2008
Fotos	Martin Linne, Axel Dreyer,
Umschlagfoto	Martin Linne
Layout	ITD-Verlag, Hamburg
Druck und Verlag	GCC Grafisches Centrum Cuno, Calbe 2008
ISBN	

Diese Broschüre darf nicht zur Wahlwerbung in Wahlkämpfen verwendet werden.



SACHSEN-ANHALT

Ministerium für
Wirtschaft und Arbeit