

RAD-DESTINATION UPPER RHINE VALLEY



RAD-DESTINATION

UPPER RHINE VALLEY

Endbericht

Deutsche Sporthochschule Köln

Stand Juni 2012



**Deutsche
Sporthochschule Köln**
German Sport University Cologne

IMPRESSUM

Auftraggeber:

Upper Rhine Valley
c/o Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG
Rathausgasse 33
79098 Freiburg

Projektleitung:

Prof. Dr. Ralf Roth

Projektbearbeitung:

Dr. Achim Schmidt
Alexander Krämer
Patricia Förschner
Alexandra Höller

Deutsche Sporthochschule Köln
Institut für Natursport und Ökologie
Am Sportpark Müngersdorf 6
50933 Köln
www.natursport-dshs-koeln.de

Bildnachweis: Scott Sports, Deutsche Sporthochschule Köln

Zitierweise:

Roth, R., Schmidt, A. & A. Krämer (2012): Rad-Destination Upper Rhine Valley. Forschungsbericht. – Schriftenreihe Institut für Natursport und Ökologie, Deutsche Sporthochschule Köln.

INHALTSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG	7
2	RADMARKT UND RADTOURISMUS	12
2.1	Radmarkt in Deutschland, Frankreich und der Schweiz.....	12
2.2	Radnutzung.....	13
3	BESTANDSANALYSE.....	16
3.1	Vorgehen	16
3.2	Räumliche Gliederung	17
3.3	Tourenangebot.....	19
3.4	GPS-Angebote	21
3.5	Anforderungsprofile	26
3.6	Mehrsprachigkeit der Tourenangebote	30
3.7	Radverleih.....	32
3.8	Tour-Angebote	34
3.9	Wettbewerbe / Events	36
3.10	Touristische Kennzahlen	38
3.11	Literatur	41
4	POTENZIALANALYSE.....	45
4.1	Stärken und Schwächen.....	45
4.2	Stärken- und Schwächenprofile nach Zielgruppen für das URV	47
4.2.1	Trekking/Touren/E-Bike (Schutzblechfahrräder)	47
4.2.2	Mountainbike.....	48
4.2.3	Rennrad.....	48

5	REGIONALE WORKSHOPS	50
6	HANDLUNGSKONZEPT RADTOURISMUS UPPER RHINE VALLEY	61
7	MASSNAHMENPLAN	65
7.1	Schlüsselprojekt 1: Arbeitskreis Rad Upper Rhine Valley/Produktmanagement	66
7.2	Schlüsselprojekt 2: Leitfaden zur qualitativen Angebotsentwicklung	68
7.3	Impulsprojekt 1: Upper Rhine Valley Bike-Guide	70
7.4	Impulsprojekt 2: Ost-West-Angebote	71
7.5	Impulsprojekt 3: Zielgruppenorientierte Kommunikation	73
7.6	Impulsprojekt 4: 2-3 Länder Touren	75
7.7	Impulsprojekt 5: Outdoor Trophy URV / Raid URV	76
8	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK	79
9	ANHANG	82
9.1	Quellenverzeichnis	82
9.2	Tabellenverzeichnis	82
9.3	Abbildungsverzeichnis	83



EINLEITUNG

1 EINLEITUNG

Projekthintergrund

Im Projektgebiet "Upper Rhine Valley" nimmt Sporttourismus eine wichtige Schlüsselposition ein. Er ist Wirtschaftsfaktor, Standortfaktor, Job-Motor und Imageträger in einem. Dabei wird die Nachfrage maßgeblich durch eine entsprechende Produkt- und Angebotsentwicklung stimuliert. Die Landkreise, Departments, Kantone und Städte treten in ihren Ländern als Vernetzer, Förderer und Vermittler für einen prosperierenden Sport- und Gesundheitstourismus ein.

Ausgehend von einer vielfach dokumentierten Nachfrage nach radtouristischen Angeboten und einem stetigem Wachstum des Radtourismus in den letzten Jahren in Deutschland, Frankreich und der Schweiz (ADFC, 2011) wurde das Institut für Natursport und Ökologie der Deutschen Sporthochschule Köln mit der Studie „Rad-Destination Upper Rhine Valley“ beauftragt. Über dieses Projekt soll grundsätzlich die regionale Tourismuswirtschaft gestärkt und das Image und die internationale Bekanntheit von Upper Rhine Valley gesteigert werden.

Projektmodule und Ziele

Für eine erfolgreiche Destination ist es notwendig die eigenen Aktivitäten zielgerichtet und konzeptionell zu entwickeln. Ohne eine an den Marktbedürfnissen ausgerichtete und mit den wichtigsten Akteuren gemeinsam erarbeitete Handlungskonzept auf wissenschaftlicher Basis, ist ein abgestimmtes Agieren und Zusammenwirken von öffentlicher Hand, Tourismusmarketingorganisationen und Leistungsträgern nicht möglich. Dies gilt insbesondere auch für eine grenzüberschreitende Destination wie "Upper Rhine Valley".

Auf der Basis einer Bestands- und Potenzialanalyse des Radtourismus in den beteiligten Regionen, mehreren Treffen der mit wichtigen Entscheidungsträgern besetzten Projektsteuerungsgruppe und der Durchführung von radtouristischen Regionalkonferenzen mit Touristikern und Praktikern, wurden grenzüberschreitende Rad-Angebote für unterschiedliche Zielgruppen erarbeitet sowie Maßnahmen zur Qualitätssicherung und Fort- und Weiterbildungsangebote konzipiert.

Projektsteuerungsgruppe

Zur fachlichen Beratung und Lenkung der Bearbeiter der Studie wurde eine projektbegleitende Lenkungsgruppe etabliert. Diese setzt sich aus Experten aus der regionalen Tourismusverwaltung sowie dem Auftragnehmer zusammen (Tabelle 1). In mehreren Sitzungen wurden die Mitglieder über den jeweils aktuellen Projektstand informiert und die Ergebnisse zur Diskussion gestellt. Kritik, Anregungen und Vorschläge der Gruppe wurden entsprechend aufgenommen und in die weitere Projektbearbeitung integriert.

Auch nach Projektende wird angeregt, dass die Lenkungsgruppe weiterhin Bestand hat und die Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen begleitet und in Abhängigkeit aktueller Entwicklungen und Gegebenheiten diskutiert.

Tabelle 1: Projektsteuerungsgruppe Rad-Destination Upper Rhine Valley

Name	Organisation
Fleith, Christian	Agence de développement touristique du Bas-Rhin
Friche, Michel	Canton et République du Jura
Grewis, Alain	Direction Régionale JSCS d'Alsace
Hirschi, Bruno	Stiftung SchweizMobilc/o Velobüro
Hotz, Sascha	Schwarzwald Tourismus GmbH
Krämer, Alexander	Deutsche Sporthochschule Köln
Krebs, Corinna	Upper Rhine Valley
Krull, Cristopher	Schwarzwald Tourismus GmbH
Levy, Marc	Agence de développement touristique du Bas-Rhin
Million-Hunckler, Catherine	Haute-Alsace Tourisme, ADT 68
Millithaler, Luc	Haute-Alsace Tourisme, ADT 68
Roth, Ralf	Deutsche Sporthochschule Köln
Schmidt, Achim	Deutsche Sporthochschule Köln
Ulrich, Irene	Upper Rhine Valley
Weissgerber, Christian	Conseil Général du Bas-Rhin
Wissinger, Yannis	Haute-Alsace Tourisme, ADT 68

Regionalkonferenzen

Neben der Projektsteuerungsgruppe wurden weitere Experten im Rahmen von zwei durchgeführten Regionalkonferenzen / Workshops in das Projekt integriert (vgl. Kapitel 5). Zum Workshop in Straßburg waren die Experten aus Frankreich und dem Kanton Jura eingeladen (Tabelle 2), der Workshop in Freiburg wurde für die Experten aus dem Schwarzwald, der Südpfalz und den deutschsprachigen Kantonen in der Nordwestschweiz ausgeschrieben (Tabelle 3).

Tabelle 2: Teilnehmer an der Regionalkonferenz in Straßburg

Name	Organisation
Clevenot, Jean Bapiste	Trace Verte
Diebold, Patrick	Alsace Cyclhôtel

Name	Organisation
Ehrmann, Marie-Hélène	Communauté de Communes du Rhin
Ford, Glenn	Bicyclette Go
Keller, Christiane	Horizons d'Alsace
Krämer, Alex	Deutsche Sporthochschule Köln
Krebs, Corinna	Upper Rhine Valley
Levy, Marc	Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin
Petignat, Valer	Canton du Jura - Office cantonal des Sports
Poirson, Thomas	Direction Régionale de la Jeunesse, des Sports et de la Cohésion Sociale d'Alsace
Roth, Ralf	Deutsche Sporthochschule Köln
Schmidt, Achim	Deutsche Sporthochschule Köln
Ulrich, Irene	Upper Rhine Valley
Weissgerber, Christian	Conseil Général du Bas-Rhin
Wissinger, Yannis	Agence de Développement Touristique de Haute-Alsace

Tabelle 3: Teilnehmer an der Regionalkonferenz in Freiburg

Name	Organisation
Arend, Norbert	Genussradeln Pfalz
Förschner, Patrica	Deutsche Sporthochschule Köln
Fünfgeld, Eva	Hirsch-Sprung
Haag, Hugo	Stadt Offenburg
Hirt, Egon	Fa. Sport Hirt
Höller, Alexandra	Deutsche Sporthochschule Köln
Holz, Uta	Südliche Weinstraße e.V.
Hotz, Sascha	Schwarzwald Tourismus GmbH
Kelter, Tobias	Tourismusverein Südliche Weinstraße Bad Bergzabern e.V.
Kimmig, Lothar	Gengenbach
Kleist, Achim	Fahrradverleih Pfalz
Knacker, Julian	Pfalz.Touristik e.V. - Projektmanager Radtourismus
Krämer, Alex	Deutsche Sporthochschule Köln
Krebs, Corinna	Upper Rhine Valley
Krull, Christopher	Schwarzwald Tourismus GmbH
Kupka, Karin	Stadt Lörrach

Name	Organisation
Roth, Ralf	Deutsche Sporthochschule Köln
Schmidt, Achim	Deutsche Sporthochschule Köln
Senn, Annette	Region Breisach-Kaiserstuhl
Ulrich, Irene	Upper Rhine Valley
Wiedrig, Silke	Kreis Germersheim

Zielgruppen

Als Hauptzielgruppen der Projektmaßnahmen wurden im Vorfeld die Familien- und Aktivurlauber sowie Sportler und Sportlerinnen (Rennradfahrer und in Teilbereichen Mountainbiker) festgelegt, ohne jedoch spezifische Teilzielgruppen unberücksichtigt zu lassen. Eine Konzentrierung auf die Zielgruppen Familie und Aktivurlauber sowie Sport erscheint vor dem Hintergrund der Zielgruppengröße sinnvoller, als hochspezifische Angebote für kleine und kleinste Zielgruppen zu entwickeln.

Ablaufplan

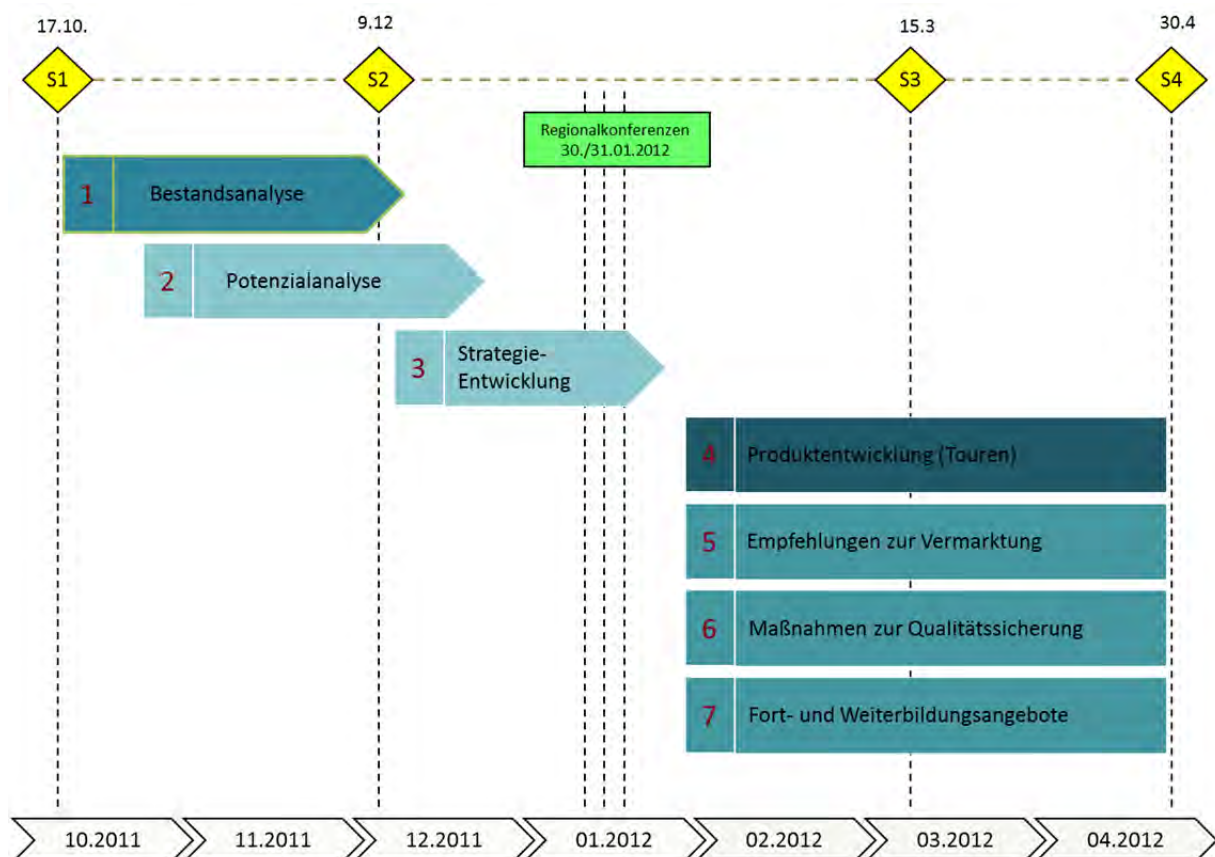


Abbildung 1: Projektablaufplan „Rad-Destination Upper Rhine Valley“.



RADMARKT UND RADTOURISMUS

2 RADMARKT UND RADTOURISMUS

2.1 Radmarkt in Deutschland, Frankreich und der Schweiz

Die Bedeutung des Fahrrads spielt in den drei Untersuchungsländern eine unterschiedliche Rolle in Hinblick auf die Verkaufszahlen und die prozentuelle Verteilung in Radsegmente. Während Deutschland und die Schweiz bezüglich der Fahrradnutzung eher die klassischen Fahrradländer repräsentieren, ist die Fahrradnutzung in Frankreich auf eine sportliche und touristische Nutzung konzentriert.

Einen ersten Einblick bezüglich der Bedeutung des Fahrrads stellen die Verkaufszahlen und der Radbestand in Relation zur Gesamtbevölkerung dar (Tabelle 4).

Tabelle 4: Verkaufs- und Bestandszahlen Rad in D, F und CH im Jahr 2010 (Quellen: ZIV, velosuisse und tousavleo).

	D	F	CH
Verkaufszahlen 2010	3,91 Mio	3,03 Mio	0,35 Mio
2010 verkaufte Räder pro 1000 Einwohner	47,8	46,3	44,3
Durchschnittspreis (€)	490	262	1060
Gesamtradbestand	70 Mio	27 Mio	3,9 Mio
Räder pro 1000 Einwohner	855	415	582

Deutschland

Eine in den letzten Jahren leicht rückläufige Stückzahl von knapp vier Millionen verkauften Rädern steht einem sehr hohen Radbestand von 70 Millionen Rädern in deutschen Haushalten gegenüber, der sich auch relativ betrachtet erheblich von den beiden Nachbarländern unterscheidet. Eine Erklärung könnte die höhere Qualität der in Deutschland verkauften Räder sein, die auch eine höhere Lebensdauer des einzelnen Rades impliziert. Dies lässt sich am durchschnittlichen Verkaufspreis eines Rades festmachen, der in Frankreich deutlich unter dem der Schweiz und Deutschlands liegt.

Frankreich

Die französischen Radverkaufszahlen liegen mit über drei Millionen verkauften Rädern auf hohem Niveau und in Europa an dritter Stelle der Verkaufsstückzahlen. Allerdings ist der Durchschnittspreis mit 262 Euro deutlich unter dem der Schweiz und Deutschlands angesiedelt, was für einen hohen Anteil an Discounterädern z.B. aus Super- und Baumärkten spricht. Die hiermit einhergehende geringere Qualität der Fahrräder spiegelt sich auch im französischen Gesamtradbestand wieder, der gegenüber Deutschland deutlich geringer ausfällt, weil die Räder eine kürzere Lebensdauer aufweisen.

Schweiz

Der Fahrradabsatz in der Schweiz liegt in den letzten Jahren leicht steigend bei ca. 350.000 Einheiten. Der durchschnittliche Verkaufspreis von über 1000 Euro hängt zum einen mit dem hohen Qualitätsstandard, dem hohen E-Bike Anteil und zum anderen aber auch mit dem Ausklammern der Kinderrädern (10-18 Zoll) für die zugrundeliegende Statistik zusammen.

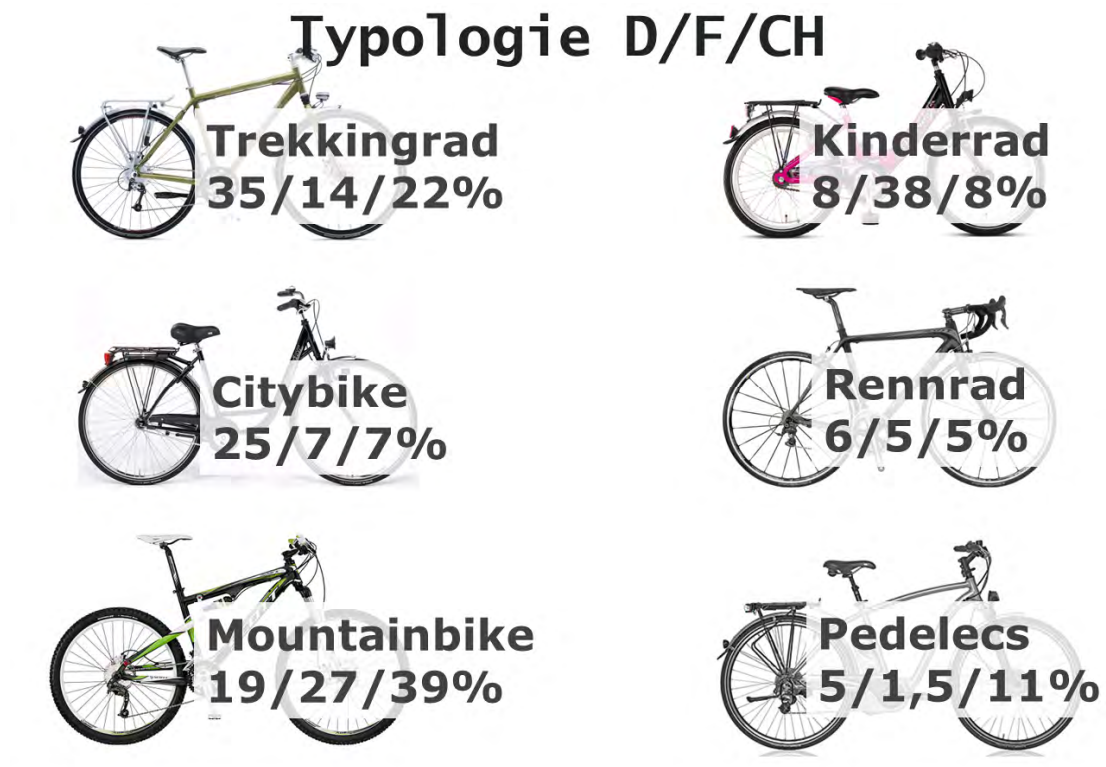


Abbildung 2: Prozentuale Anteile der verkauften Radtypen in Deutschland, Frankreich und der Schweiz an der Gesamtstückzahl im Jahr 2010. Zusammenfassung von Untertypen in den nationalen Quellen. (CH: Kinderäder unter 24 Zoll sind nicht berücksichtigt. - Quellen: ZIV, velosuisse und tousavleo).

Die wesentlichen Unterschiede bei der Verteilung der Radtypen zwischen den einzelnen Ländern liegen im stark ausgeprägten E-Bike und MTB Segment in der Schweiz, dem hohen Kinderrad- und sehr geringen E-Bike-Anteil in Frankreich und dem hohen Anteil an Cityrädern in Deutschland. Die dargestellte Radtypenverteilung wird durch die im folgenden Unterkapitel dargestellte Radnutzung in den Untersuchungsländern erläutert.

2.2 Radnutzung

Während der Schweizer und Deutsche jährlich im Mittel ca. 300 km mit dem Rad zurücklegen, fährt der Franzose nur etwa 90 km mit dem Rad. In den führenden europäischen Radnationen wie den Niederlanden und Dänemark liegt dieser Wert bei etwa 1.000 km/Jahr.

Dieses Bild zeigt sich auch in der Wahl der Verkehrsmittel. Ein europäisches Modal Split Ranking in Bezug auf den Radverkehr zeigt dänische und niederländische Städte im europäischen Vergleich weit vorne, während insbesondere südeuropäische Städte nur ein minimales Radverkehrsaufkommen aufweisen.

Im nationalen Vergleich liegt Straßburg mit 15% Radverkehrsaufkommen deutlich vor vielen französischen Städten. Freiburg weist einen Anteil von 27% auf und Basel 17%. Leiden in den Niederlanden zeigt 48%, Amsterdam 38%, Münster 28% und Bordeaux 8%.

Zusammenfassend erstreckt sich die Radnutzung in der Schweiz und Deutschland neben Freizeit und Urlaub auch in erheblichem Umfang auf die Alltagsnutzung. Während in den meisten französischen Regionen ebendiese Nutzung nur sehr schwach ausgeprägt ist und meist unter fünf Prozent anzusiedeln ist, nimmt die Region Elsass eine Sonderstellung mit deutlicher höherer Alltagsradnutzung ein (Straßburg, Colmar). Im Gegensatz zur untersuchten Region ist die Radnutzung in Frankreich jedoch normalerweise sehr stark auf den Urlaub und die Freizeit im sportiven Sinne konzentriert.



BESTANDSANALYSE

3 BESTANDSANALYSE

3.1 Vorgehen

Zu Beginn der Bestandsanalyse wurde für jede der definierten Teilregionen ein Ansprechpartner bestimmt, über den die Informationen zu den jeweiligen Regionen abgefragt wurden. Hierbei wurden Daten zu bestehenden Touren / Wegenetze, eventuell vorhandene Geodaten, die vorhandene Service-Infrastruktur (Verleih, Touranbieter, Veranstaltungen), sowie vorhandene Printmaterialien abgefragt. Die Qualität der gelieferten Daten variierte hierbei von Region zu Region sehr stark, Geodaten konnten von keiner Region geliefert werden.

Gleichzeitig erfolgte eine intensive Internetrecherche in den 6 Teilregionen. Hierbei wurden zu den oben genannten Kategorien alle über die jeweiligen Regionen / Tourismusorganisationen offiziell zugänglichen bzw. von dort direkt verlinkten Internetseiten durchsucht. Spezielle Tourenportale mit nutzergeneriertem Inhalt wurden für die Bestandsanalyse nicht berücksichtigt, sondern nur „offizielle“ Angebote. Printprodukte wurde zudem anhand ihrer Verfügbarkeit über den Buchhandel recherchiert. Insgesamt wurden bei der Recherche über 1.000 Datenbankeinträge in 66 Kategorien mit fast 20.000 Einzelinformationen generiert.

Darüber hinaus fand eine Kontaktaufnahme mit den Verantwortlichen von GISOR / SIGRS (Geographisches Informationssystem für das Gebiet des Oberrheins / Systéme d'Information Géographique du Rhin Supérieur) statt, um weitere Hintergrunddaten zu beschaffen. Die dort vorliegenden bzw. zur Verfügung gestellten Daten zu administrativen Grenzen und zur Verkehrsinfrastruktur brachten allerdings für den Bereich Radtourismus keine zusätzlichen Erkenntnisse.

Zur Vervollständigung wurden zudem touristische Kennzahlen bezogen, die für das Projektgebiet vom Tourismusverband Elsass zur Verfügung gestellt wurden.

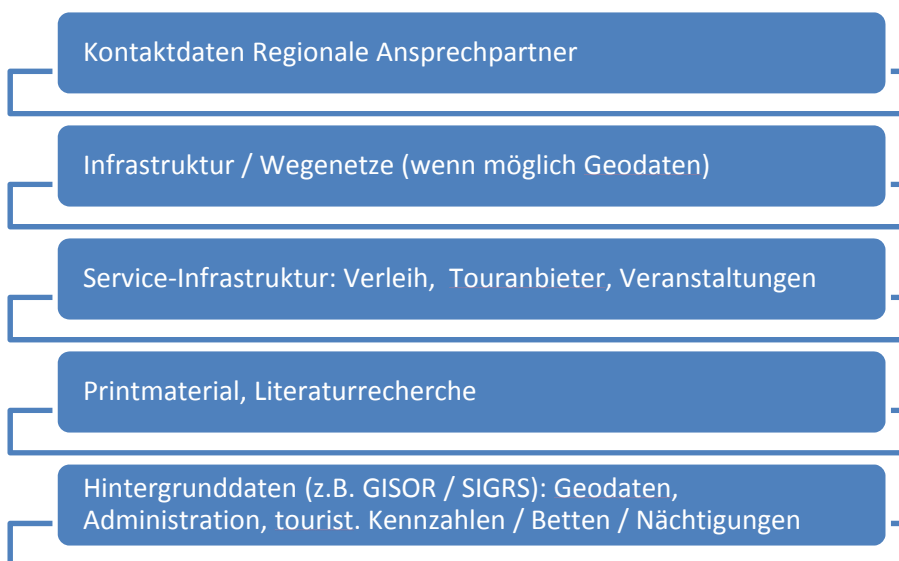


Abbildung 3: Vorgehensweise Bestandsanalyse.

3.2 Räumliche Gliederung

Das Projektgebiet Upper Rhine Valley umfasst in Frankreich die beiden Departements Bas Rhin (67) und Haut Rhin (68), die zusammen die Region Elsass bilden. Auf deutscher Seite sind die naturräumliche Einheit des Schwarzwalds sowie die Südpfalz und in der Schweiz sind im Projektgebiet die Kantone Basel Stadt und Basel Land, Solothurn, Aargau und Jura enthalten. Die Gesamtfläche beträgt 21.362 km² und die Höhenlage reicht von 83 m im Nordwesten bis zu 1.493 m am Feldberg im Südschwarzwald.

Zur Datenerfassung im Rahmen der Bestandsanalyse wurde das Projektgebiet URV wie beschrieben in sechs Teilregionen aufgeteilt, die in Tabelle 5 sowie in Abbildung 4 dargestellt sind. Die räumliche Gliederung richtete sich dabei nach den administrativen Gegebenheiten bzw. im Schwarzwald zusätzlich entlang der Grenze der beiden Naturparke Südschwarzwald bzw. Schwarzwald Mitte/Nord, die von den Projektpartnern vorgegeben wurden. In den folgenden Kartenabbildungen werden alle Ergebnisse der Bestandanalyse raumbezogen in Form von Balkendiagrammen dargestellt. Neben den in Tabelle 5 dargestellten Teilregionen werden auch Angebote, die grenzüberschreitend zwischen zwei oder mehreren Regionen bestehen, separat erfasst und aufgeführt (z.B. werden grenzüberschreitende deutsch-französische Angebote dann in der Ergebnistabelle und Karte der Region D/F zugewiesen). Die Ergebnisse für die jeweiligen Teil-(Regionen) werden als Balkendiagramme in allen Kartendarstellungen innerhalb dieses Kapitels immer an der Position der den Teilregionen zugewiesenen blauen Punkte in Abbildung 4 gezeichnet.

Betrachtet man die Flächengröße der einzelnen Teilregionen, so wird deutlich, dass mit Ausnahme der Pfalz, alle Teilregionen annähernd gleich groß sind. Auch die Höhendifferenzen innerhalb der Teilgebiete sind – mit Ausnahme der Pfalz – mit jeweils über 1.000 m ähnlich groß, sodass sich die Ergebnisse der Teilregionen gut vergleichen lassen.

Die Erfassung erfolgte wie in der Zielsetzung des Projekts festgelegt getrennt nach den Zielgruppen bzw. Erfassungseinheiten Mountainbike, Rennrad, Schutzblehrad (Trekking, Touren) und E-Bike.

Tabelle 5: Räumliche Gliederung des Untersuchungsgebiets in Teilregionen für die Bestandsanalyse. Flächengröße und Höhenunterschiede.

Region	Abkürzung / abréviation	Fläche / superficie (km ²)	min Höhe / altitude	max Höhe / altitude	Höhendifferenz / dénivellement (m)
F - Bas Rhin (67)	67	4.675	97	1.103	1.006
F - Haut Rhin (68)	68	3.399	164	1.413	1.249
D – Nordschwarzwald	SWN	4.002	83	1.160	1.077
D – Südschwarzwald	SWS	4.136	155	1.493	1.338
D – Pfalz	PF	1.456	83	677	594
CH - Nordwestschweiz	CH	3.692	241	1.424	1.183
Total		21.362	83	1.493	1.410

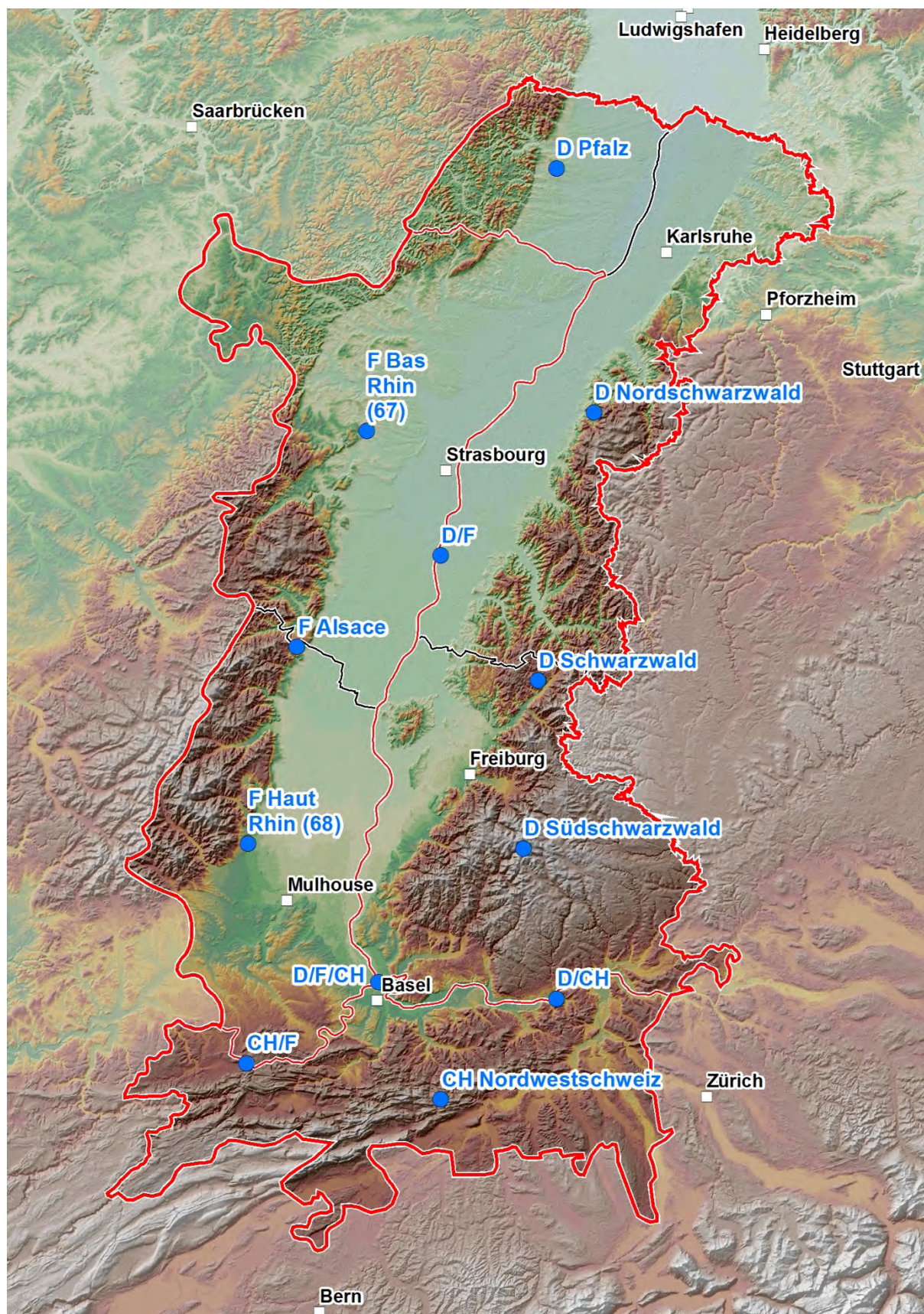


Abbildung 4: Untersuchungsgebiet Upper Rhine Valley und Abgrenzung der Teilregionen.

An Stelle der blauen Punkte werden in den folgenden Abbildungen die entsprechenden Balkendiagramme mit den Ergebnissen für die jeweiligen Regionen dargestellt.

3.3 Tourenangebot

Die Recherche nach dem Tourenangebot ergab für die gesamte Region eine enorm hohe Anzahl an Touren. So konnten insgesamt 558 Touren erfasst werden. Sowohl innerhalb der Regionen als auch innerhalb der Zielgruppen sind deutliche Unterschiede festzustellen. Das größte Tourenangebot findet sich im Nordschwarzwald, gefolgt vom Südschwarzwald und den beiden französischen Departements. Den Großteil der Touren machen Angebote für Mountainbike und Schutzblehrad aus. Rennrad und E-Bike Angebote nehmen nur einen sehr geringen Anteil ein, wobei für beide letztgenannten Kategorien fast nur Angebote im Schwarzwald vorhanden sind. E-Bike Angebote fehlen in Frankreich komplett. Auffällig ist weiterhin, dass aktuell kaum grenzüberschreitende Angebote vorhanden sind. Lediglich im Bereich Tourenrad gibt es 37 Touren, die zwischen Deutschland und Frankreich angeboten werden. Die erfassten Touren sind in Tabelle 6 und Abbildung 5 dargestellt.

Betrachtet man die Länge der erfassten Touren (Tabelle 7), so ergibt sich eine Gesamtlänge von 23.035 km. Die Verteilung auf die Regionen entspricht dabei der Verteilung anhand der Tourenanzahl. Bezogen auf die einzelnen Zielgruppen erreichen die Tourenradangebote und die Rennradangebote im Vergleich zu den Mountainbike- und E-Bike-Angeboten höhere Gesamtlängen, da hier die einzelnen Tourenlängen sportartbedingt länger sind.

Von den 558 erfassten Touren sind laut Angaben der recherchierten Internetseiten 362 Touren mit einer eigenen Beschilderung versehen, was einem Anteil von 65 % entspricht.

Tabelle 6: Tourenangebot – Anzahl der erfassten Touren.

Region	Touren gesamt / total	MTB / VTT	RR / VC	SBF / VTC	E-Bike / VAE
F	4	1	-	3	-
67	73	51	-	22	-
68	85	47	-	38	-
SW	3	1	-	2	-
SWN	136	101	11	18	6
SWS	99	46	13	5	35
PF	41	8	1	29	3
CH	54	25	1	27	1
D/F/CH	10	2	2	6	-
D/F	38	1	-	37	-
D/CH	12	2	2	8	-
CH/F	3	-	-	3	-
Total	558	285	30	198	45

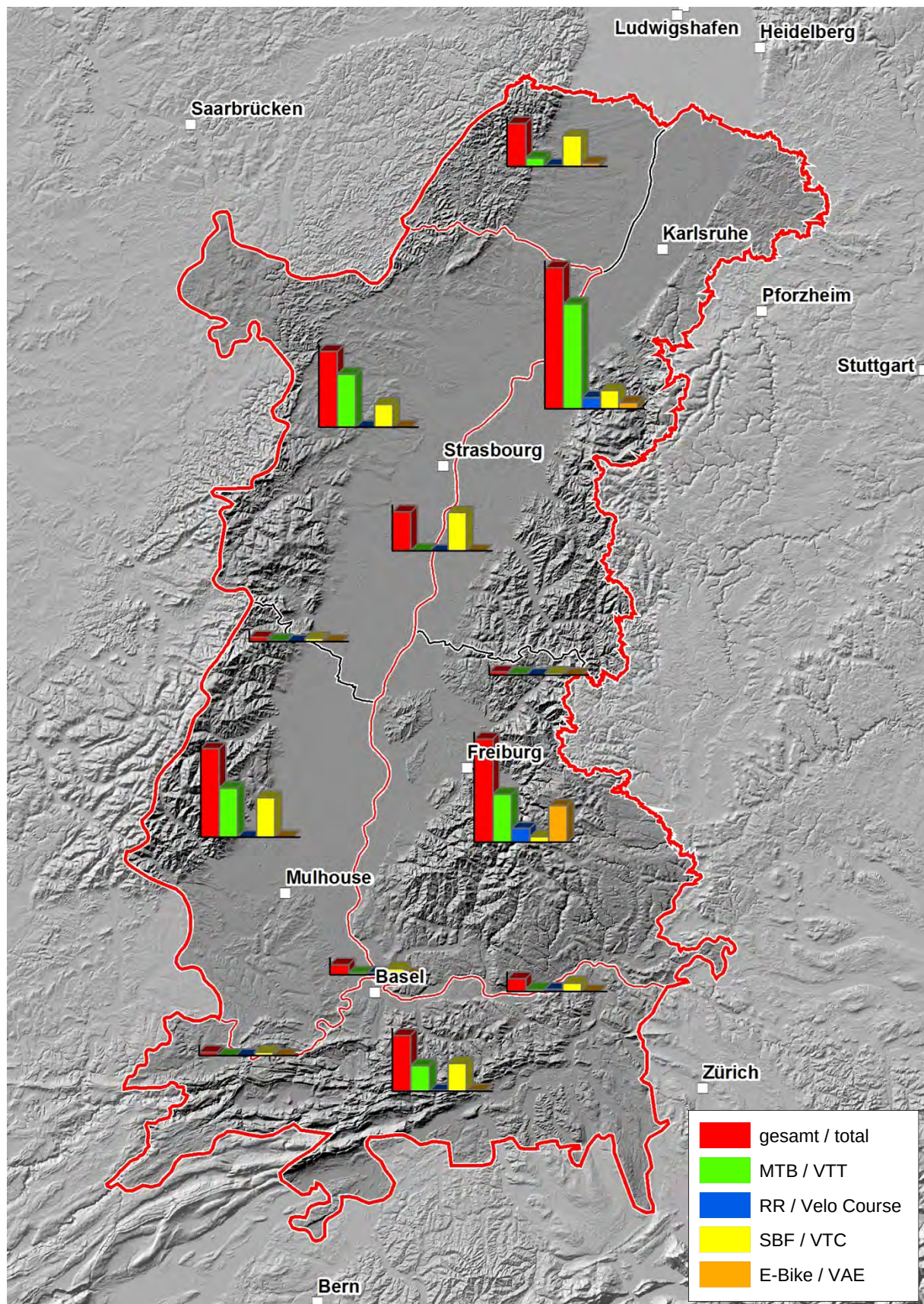


Abbildung 5: Tourenangebot – Anzahl der erfassten Touren.

Tabelle 7: Tourenangebot – Länge der erfassten Touren.

Region	Touren gesamt / total (km)	MTB / VTT (km)	RR / VC (km)	SBF / VTC (km)	E-Bike / VAE (km)
F	735	417	-	318	-
67	1.690	987	-	703	-
68	2.863	1.295	-	1.568	-
SW	930	450	-	480	-
SWN	5.199	3.191	896	967	308
SWS	3.917	1.445	1.167	187	1.233
PF	1.599	204	91	1.298	185
CH	2.588	847	68	1.809	68
D/F/CH	997	435	239	758	-
D/F	1.895	50	-	1.845	-
D/CH	504	139	176	328	-
CH/F	119	-	-	119	-
Total	23.035	9.460	2.636	10.380	1.794

3.4 GPS-Angebote

Neben dem reinen Vorhandensein der Touren, wurden weitere Parameter zu den angebotenen Touren erfasst. Ein immer wichtiger werdender Aspekt ist die Möglichkeit, die beschriebenen Touren auch als GPS-Track herunterladen zu können. Die Verteilung der in der Region vorhandenen GPS-Angebote ist in Tabelle 8, Tabelle 9 und Abbildung 6 dargestellt.

Für 221 von 558 Touren werden GPS-Daten angeboten. Das entspricht einem Anteil von 40 %. Die Angebote beziehen sich allesamt nur auf Touren in Deutschland, bzw. grenzüberschreitende Touren, die von deutscher Seite aus angeboten werden. Der Schwerpunkt liegt hierbei v.a. bei den Mountainbike-Angeboten, die in hoher Zahl von den beiden Naturparks im Schwarzwald angeboten werden. Während in Frankreich die GPS-Daten zu den Touren fehlen, sind sie auf dem zentralen schweizer Tourenportal (Veloland Schweiz /Schweiz Mobil) zwar vorhanden, aber nur für Nutzer, die eine kostenpflichtige Schweiz-Mobil-Card gekauft haben. Aus diesem Grunde werden diese Angebote im Rahmen der Studie als „nicht frei zugänglich“ behandelt.

Auf die Streckenlänge bezogen, schneiden auch hier die Rennradangebote im Vergleich zur reinen Tourenanzahl besser ab, da die einzelnen Rennradtouren im Vergleich zu den anderen Angeboten eine deutlich höhere durchschnittliche Länge aufweisen. Auf die Gesamtlänge von 23.035 Tourenkilometer bezogen sind davon 10.041 km bzw. 44 % mit GPS-Daten hinterlegt.

Abbildung 7 stellt die von den verschiedenen Internetseiten heruntergeladenen GPS-Tracks in ihrer Lage im Raum dar. Die Ballung der Mountainbike-Strecken in den beiden Naturparks im Schwarzwald wird auch hier deutlich. Weiterhin wird sichtbar, dass einige der Strecken v.a. im Nordschwarzwald außerhalb der URV-Gebietsgrenzen laufen, da hier die Projektgebietsgrenze nicht identisch mit der Naturparkgrenze ist. Von den 10.041 km GPS-Tracks laufen somit nur 7.655 km innerhalb der Projektgebietsgrenzen.

Tabelle 8: GPS Tourenangebot – Anzahl der erfassten Touren.

Region	Touren gesamt / total	MTB / VTT	RR / VC	SBF / VTC	E-Bike / VAE
F	-	-	-	-	-
67	-	-	-	-	-
68	-	-	-	-	-
SW	2	1	-	1	-
SWN	118	92	11	14	1
SWS	63	43	13	3	4
PF	17	4	1	12	-
CH	-	-	-	-	-
D/F/CH	4	1	2	1	-
D/F	15	1		14	-
D/CH	2	-	2	-	-
CH/F	-	-	-	-	-
Total	221	142	29	45	5

Tabelle 9: GPS Tourenangebot – Länge der erfassten Touren.

Region	Touren gesamt / total (km)	MTB / VTT (km)	RR / VC (km)	SBF / VTC (km)	E-Bike / VAE (km)
F	-	-	-	-	-
67	-	-	-	-	-
68	-	-	-	-	-
SW	730	450	-	280	-
SWN	4.299	2.692	896	711	95
SWS	2.726	1.402	1.167	89	182
PF	908	155	91	754	-
CH	-	-	-	-	-
D/F/CH	479	240	239	240	-
D/F	724	50	-	674	-
D/CH	176	-	176	-	-
CH/F	-	-	-	-	-
Total	10.041	4.989	2.568	2.747	277

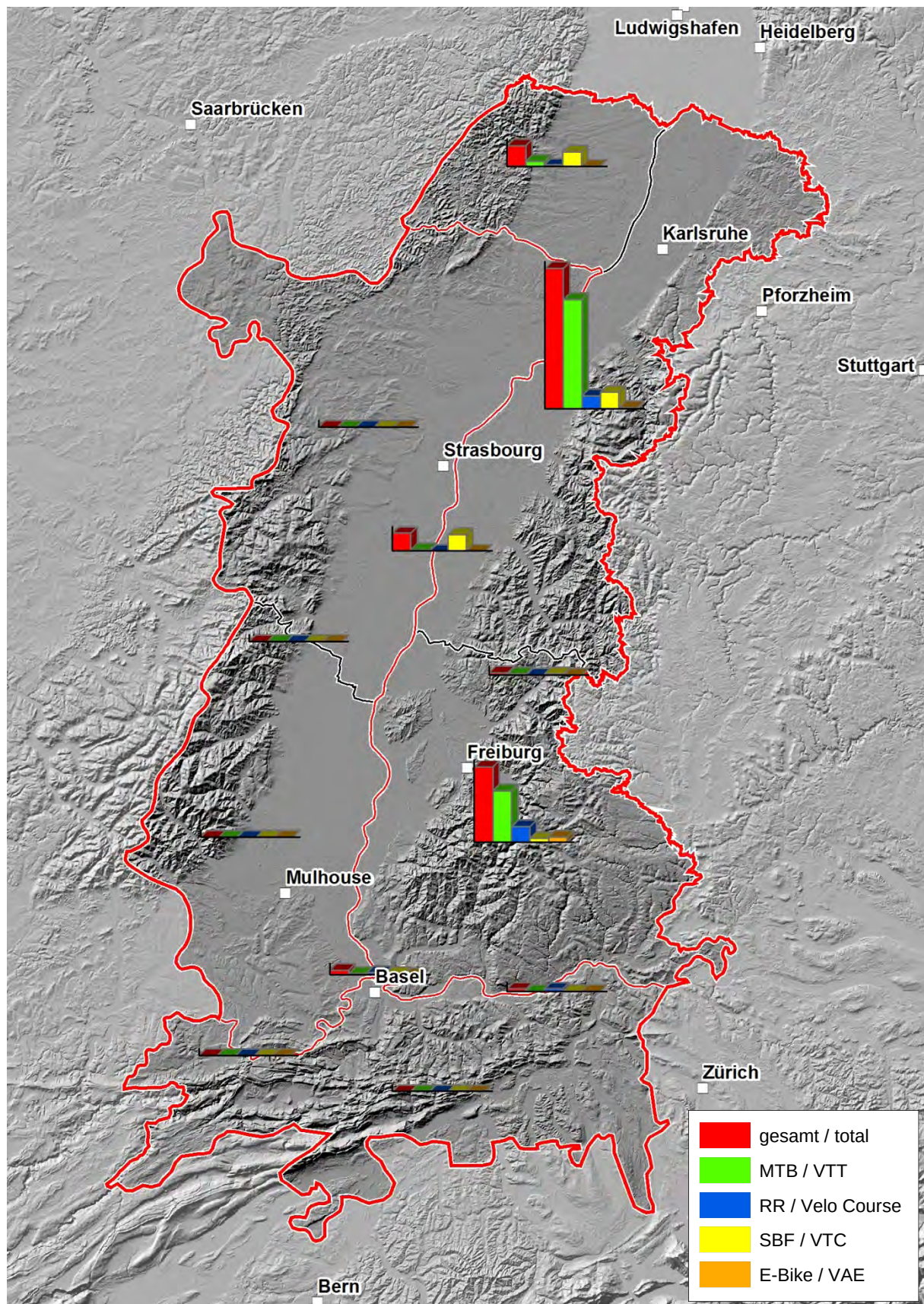


Abbildung 6: GPS Tourenangebot – Anzahl der erfassten Touren.

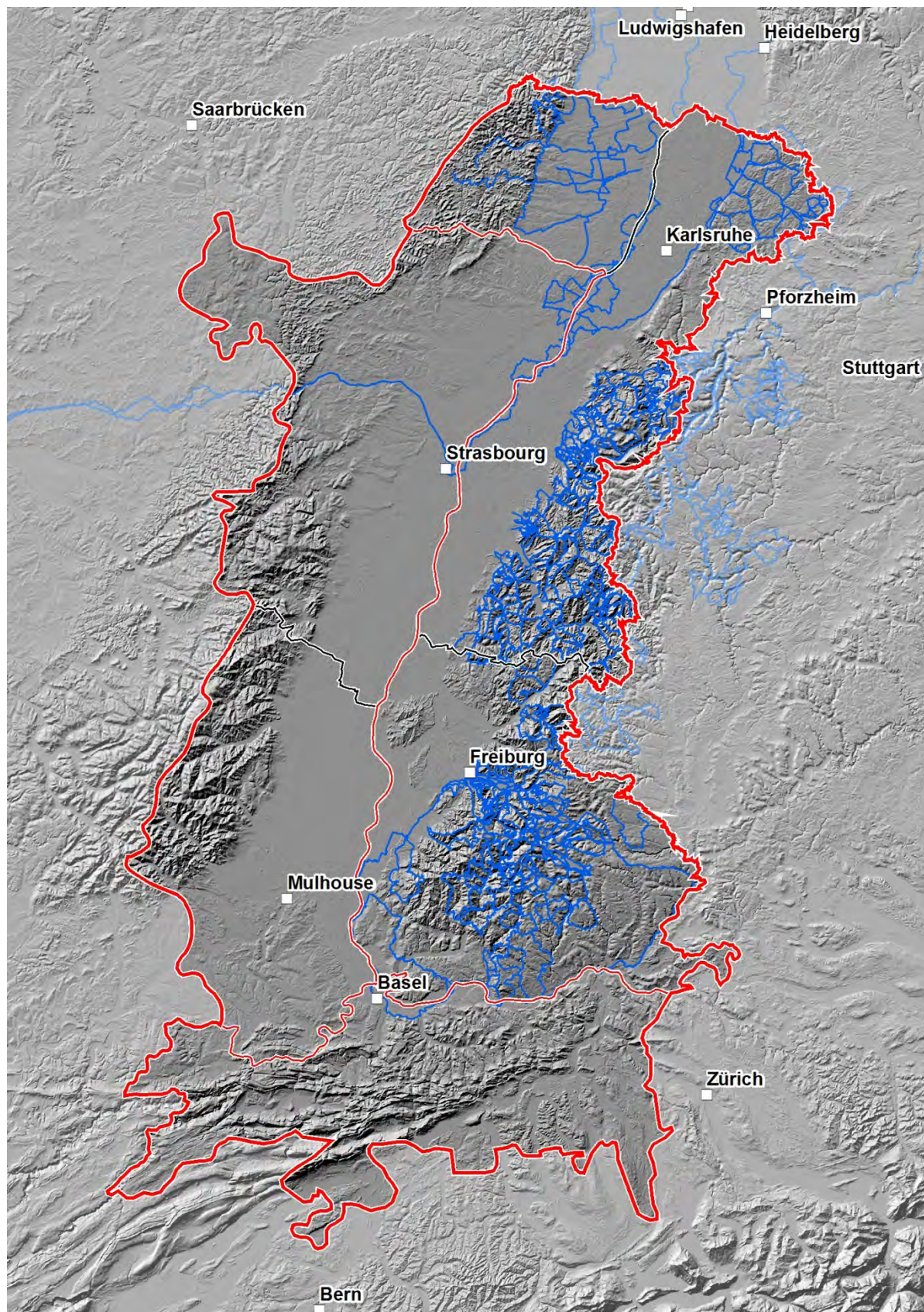


Abbildung 7: GPS Tourenangebot – Lage der zum Download angebotenen GPS-Tracks.

3.5 Anforderungsprofile

Für fast alle Touren (91 %) existiert eine Schwierigkeitszuweisung. Während in Deutschland und der Schweiz sich ein dreistufiges System in Anlehnung an die Schwierigkeitszuweisung aus dem alpinen Skisport in die Klassen leicht (blau), mittel (rot) und schwierig (schwarz) etabliert hat, wird in Frankreich ein vierstufiges System verwendet. Laut Auskunft der französischen Projektpartner sind hierbei die Zuweisungen der mittelschwierigen und schwierigen Strecken vergleichbar und ebenfalls in den Farben rot und schwarz gehalten. Die leichten Strecken werden aber nochmals in die Kategorien leicht (grün) und weniger leicht (blau) unterteilt. Für die vorliegende Untersuchung wurden diese beiden Kategorien zur Klasse leicht (blau) zusammengefasst. Bei der weitergehenden Interpretation der folgenden Ergebnisse ist dieser Umstand auf französischer Seite entsprechend zu berücksichtigen.

Wie in Tabelle 10 und Abbildung 8 ersichtlich, ist die Anzahl an leichten und mittelschwierigen Touren relativ gleich verteilt, schwere Touren sind weniger häufig vorhanden. Während in Deutschland hierbei vor allem die mittelschweren Touren dominieren, sind in Frankreich vor allem leichte Touren vorhanden, wobei dieser Umstand der eingangs beschriebenen vierstufigen Schwierigkeitszuweisung geschuldet sein kann.

Abbildung 9 zeigt die Schwierigkeitszuweisung der angebotenen Touren getrennt nach den vier untersuchten Zielgruppen. Auffällig ist hier, dass bei den Tourenrad-Angeboten die leichten Touren dominieren.

Betrachtet man die mit dem jeweiligen Schwierigkeitsgrad ausgewiesene Gesamttourenlänge, so tritt erwartungsgemäß die Dominanz der – in der Regel längeren - mittelschweren Strecken im Vergleich zu den leichten Strecken hervor. Gleichzeitig erreichen die schwierigen Touren aufgrund ihrer ebenso in der Regel längeren Distanz einen im Vergleich zur Tourenanzahl deutlich höheren Anteil.

Tabelle 10: Schwierigkeitszuweisung – Anzahl und Länge der erfassten Touren.

Region	leicht / facile		mittel / difficile		schwer / grande difficulté	
	Anzahl / nombre	km	Anzahl / nombre	km	Anzahl / nombre	km
F	1	35	-	-	1	417
67	42	889	25	616	6	186
68	28	586	26	813	9	497
SW	1	200	1	280	1	450
SWN	37	1.140	63	1.947	34	1.728
SWS	28	904	42	1.839	29	1.175
PF	24	902	13	488	4	210
CH	19	708	31	1.714	4	167
D/F/CH	5	401	2	195	2	348
D/F	13	902	-	-	1	50
D/CH	8	266	4	238	-	-
CH/F	-	-	2	83	-	-
Total	206	6.931	209	8.211	91	5.226

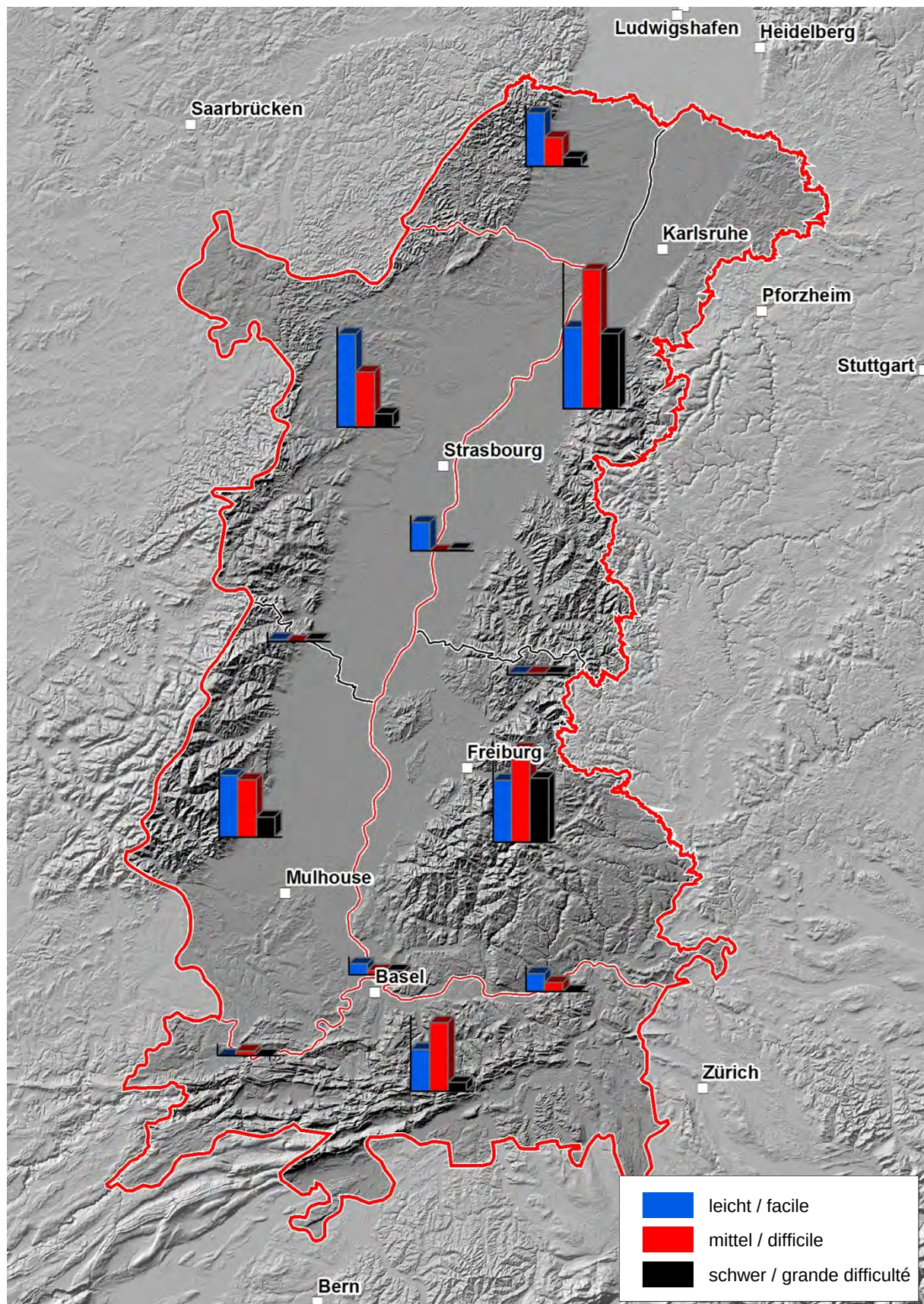


Abbildung 8: Schwierigkeitszuweisung – Anzahl der erfassten Touren.

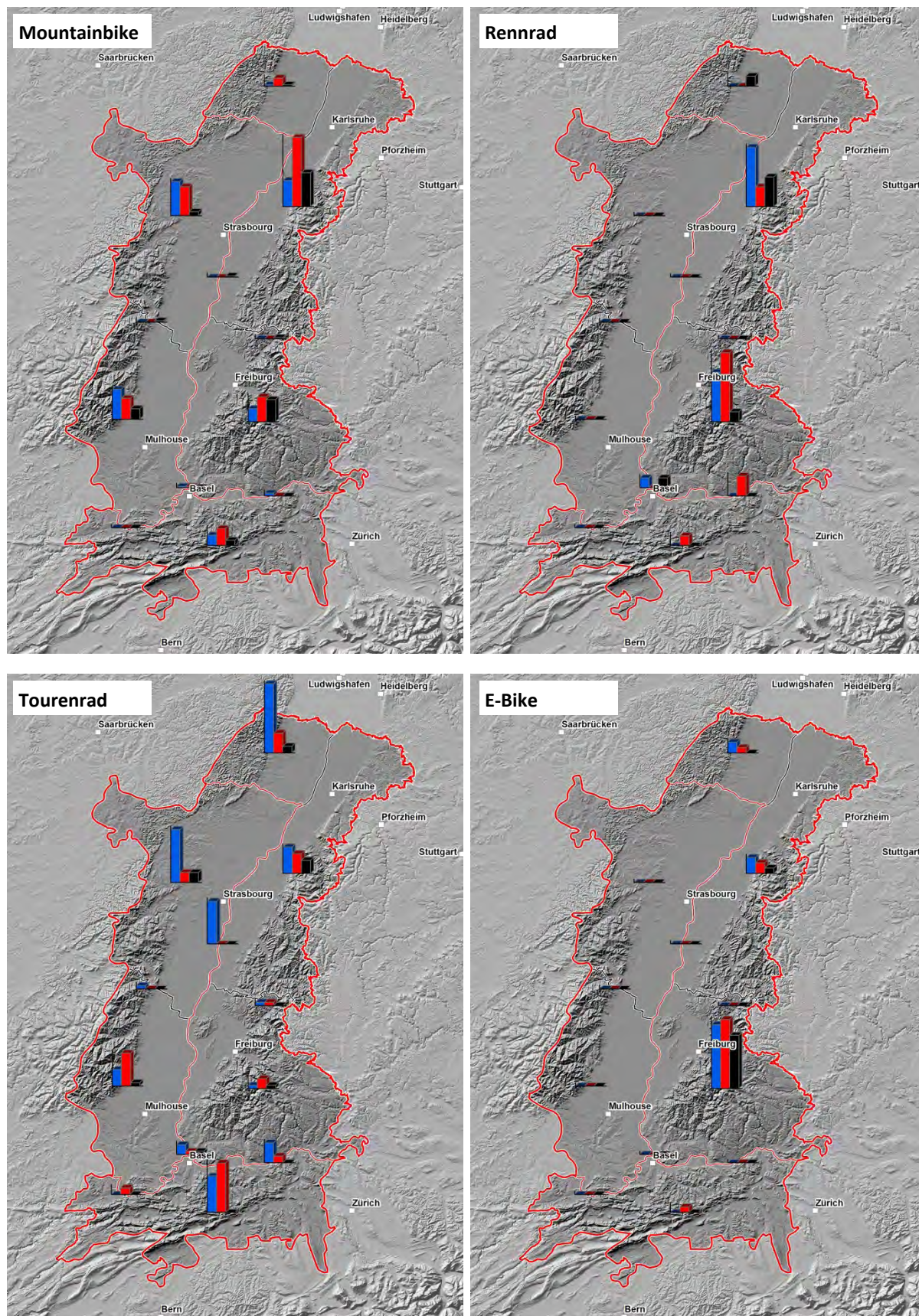
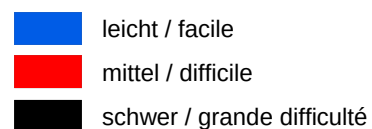


Abbildung 9: Schwierigkeitszuweisung getrennt nach Zielgruppen - Anzahl der erfassten Touren.



3.6 Mehrsprachigkeit der Tourenangebote

In einem weiteren Schritt wurde die Mehrsprachigkeit der Tourenangebote untersucht. Dabei legen die Werte in Tabelle 11 und Abbildung 10 den Schluss nahe, dass fast alle Angebote mehrsprachig zumindest in den Sprachen Deutsch, Französisch und Englisch angeboten werden. Hierbei ist aber zu beachten, dass sich diese „Mehrsprachigkeit“ in der Regel nur auf die Mehrsprachigkeit der jeweiligen Einstiegsseiten der Internetportale / Regionen bezieht. Diese sind fast immer mehrsprachig aufgebaut. Lediglich die Einstiegsseiten in der Südpfalz, im Kanton Jura sowie im Departement Haut Rhin weisen hier eine sichtbare Präferenz der jeweiligen Landessprache auf. Vor allem im Nordschwarzwald fällt auf, dass neben den Sprachen Deutsch, Französisch und Englisch bei allen Einstiegsseiten auch noch weitere (Fremd-)Sprachen angeboten werden.

Begibt man sich auf den jeweiligen Internetseiten aber auf die konkreten Tourenbeschreibungen, so ist diese Mehrsprachigkeit in den allermeisten Fällen nicht mehr vorhanden. Nur die wenigsten detaillierten Tourenbeschreibungen sind mehrsprachig hinterlegt, in der Regel erfolgt diese Beschreibung nur in der jeweiligen Landessprache.

Tabelle 11: Mehrsprachigkeit der Tourenangebote.

Region	gesamt / total	D	F	E	weitere / autres
F	4	4	4	4	-
67	73	73	73	73	-
68	85	63	85	63	1
SW	3	3	3	3	3
SWN	136	136	129	129	116
SWS	99	99	93	93	30
PF	41	41	10	12	9
CH	54	31	54	31	18
D/F/CH	10	10	10	8	7
D/F	38	38	36	8	2
D/CH	12	12	12	12	12
CH/F	3	3	3	3	1
Total	558	513	512	439	199

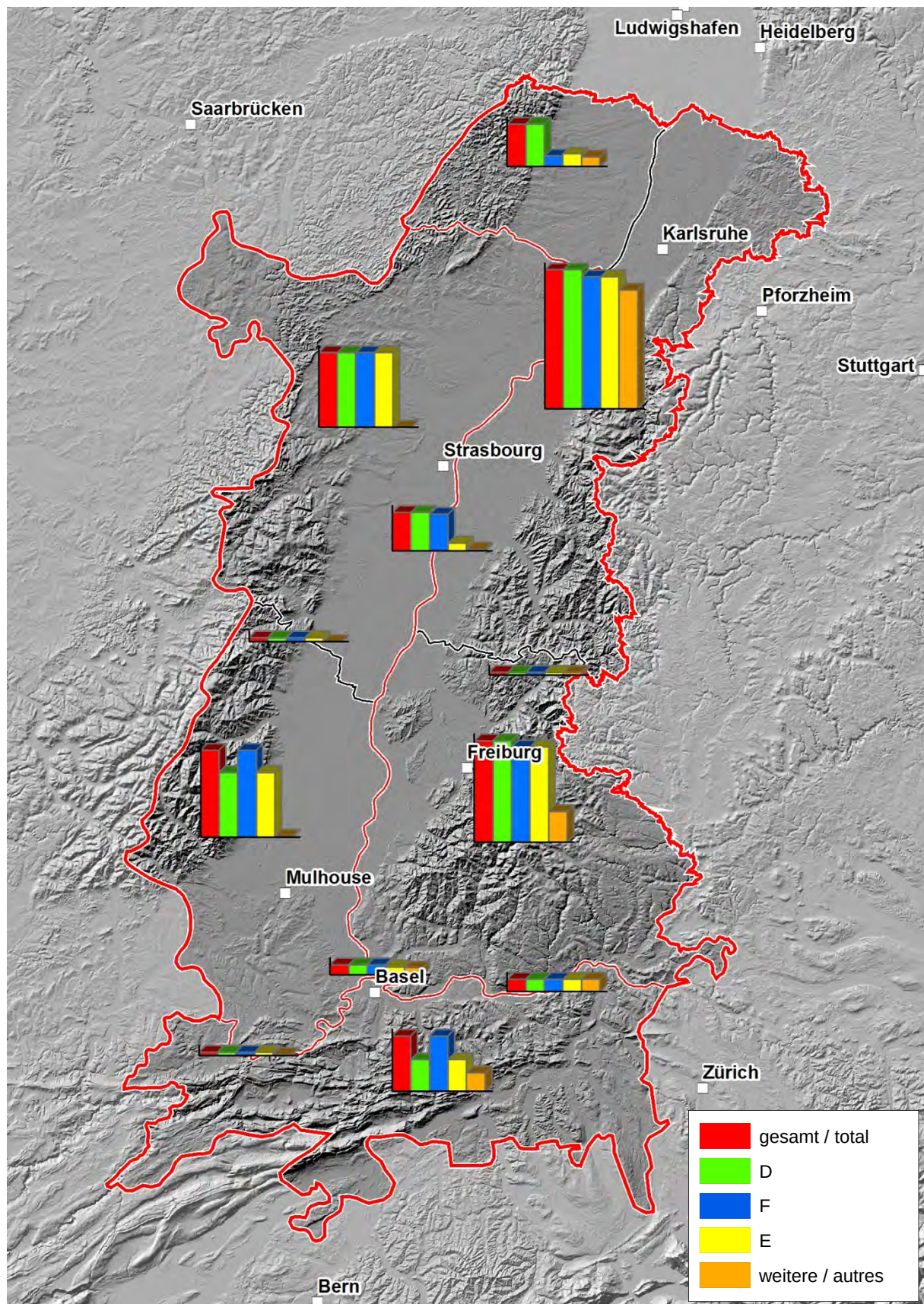


Abbildung 10: Mehrsprachigkeit der Tourenangebote. D = deutsch, F = französisch, E = englisch.

3.7 Radverleih

Im Rahmen der Studie wurde auch der Radverleih im Projektgebiet Upper Rhine Valley erfasst. Hierbei wurden nur Betriebe mit mindestens 10 Leihrädern berücksichtigt. Neben einzelnen Verleihstationen wurden auch die in den größeren Städten vorhandenen Leihsysteme berücksichtigt. Die Spanne im Verleih reicht hierbei von 10 Rädern in Kleinbetrieben bis hin zu über 350 Leihrädern bei den größeren Verleihsystemen. Bezogen auf die Fahrradart dominieren die Tourenräder gefolgt von den Mountainbikes, die z.B. im Südschwarzwald bei fast allen Verleihstationen ausgeliehen werden können. Auch E-Bikes können vor allem im Südschwarzwald ausgeliehen werden, wo mittlerweile über 200 Leih-E-Bikes im Verleih sind und bereits seit 2006 Erfahrungen mit dem E-Bike-Verleih gesammelt wurden, aber auch in den anderen Regionen wurden in den letzten Jahren entsprechende Verleihsysteme installiert. Eine Leihmöglichkeit für Rennräder ist hingegen auf der gesamten Fläche kaum vorhanden.

Tabelle 12: Radverleih.

Region	gesamt / total	MTB / VTT	RR / VC	SBF / VTC	E-Bike / VAE
F	-	-	-	-	-
67	10	6	2	8	5
68	11	7	3	9	4
SW	-	-	-	-	-
SWN	12	5	1	8	4
SWS	19	15	2	13	11
PF	4	2	-	3	3
CH	9	3	-	8	7
D/F/CH	-	-	-	-	-
D/F	-	-	-	-	-
D/CH	-	-	-	-	-
CH/F	-	-	-	-	-
Total	65	38	8	49	34

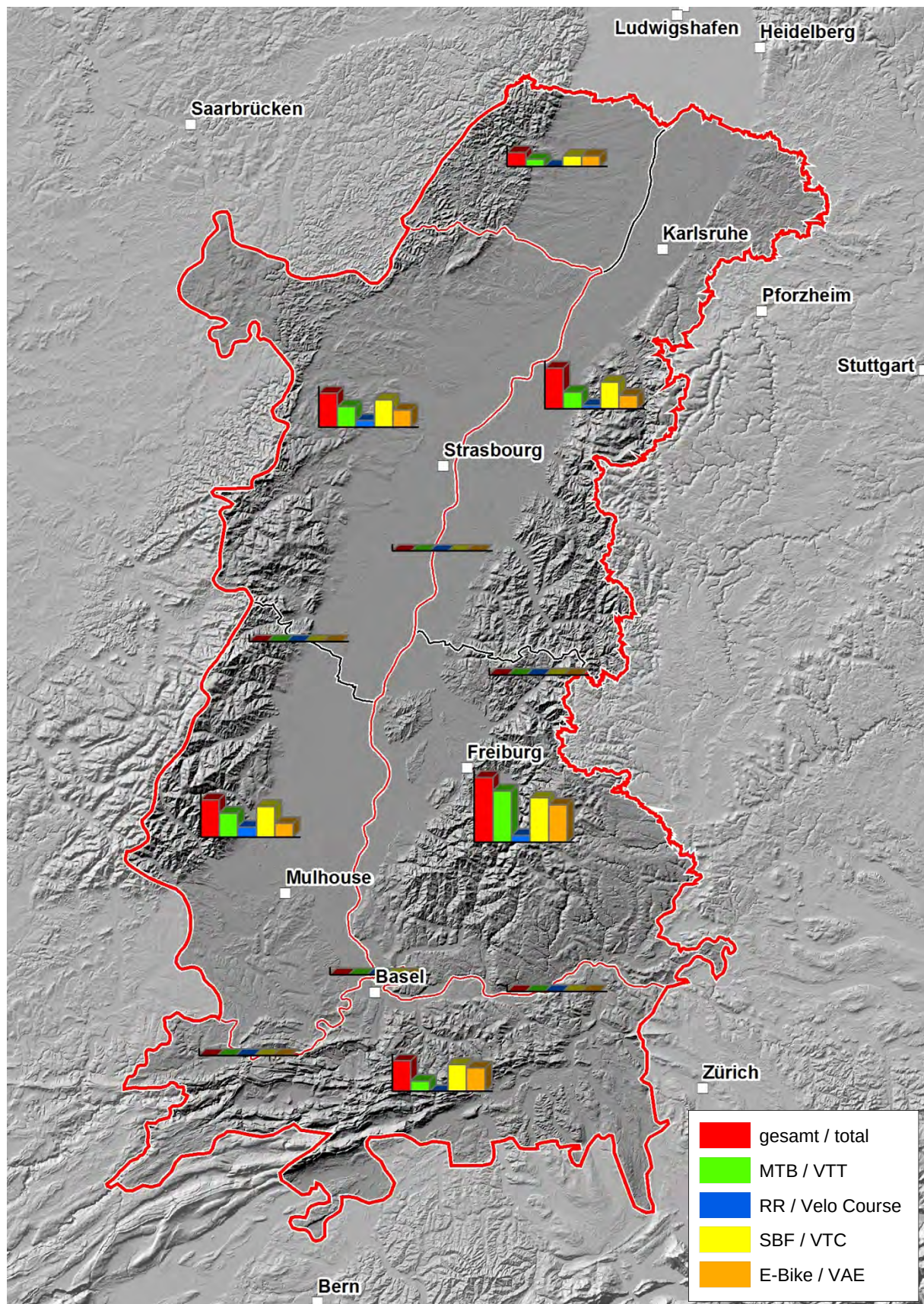


Abbildung 11: Radverleih.

3.8 Tour-Angebote

Neben der Radsportinfrastruktur (Strecken) und den darauf angebotenen und beschriebenen Tourenvorschlägen wurden im Rahmen der Studie auch kommerziell angebotene Touren und deren Anbieter erfasst. Hierbei wurden nur die drei Länder Frankreich, Deutschland und die Schweiz untersucht und auf eine weitere Untergliederung der Teilregionen verzichtet. Tabelle 13 und Abbildung 12 zeigen die entsprechende Verteilung der angebotenen Touren, wobei ein- und mehrtägige Angebote berücksichtigt wurden. Die meisten Touren (152) werden in Frankreich angeboten, wobei hier vor allem Tourenrad-Angebote vorhanden sind und die anderen Sportarten / Zielgruppen nur eine untergeordnete Rolle spielen. Die 102 in Deutschland angebotenen Touren verteilen sich gleichmäßiger auf die verschiedenen Sportarten / Zielgruppen, wobei hier die Mountainbiketouren noch vor den Tourenrad-Angeboten liegen. Bei den 50 in der Schweiz angebotenen Touren dominieren hingegen wieder eindeutig die Tourenrad-Angebote.

Die insgesamt 65 Anbieter dieser Touren stammen in der Mehrheit direkt aus den jeweiligen Regionen, wobei hier die deutschen Tour-Anbieter die höchste Anzahl stellen, gefolgt von französischen und schweizer Anbietern (vgl. Tabelle 14). Darüber hinaus sind auch mehrere Anbieter aus weiteren Ländern in der Region aktiv, 5 Anbieter sogar aus Übersee (Kanada und USA).

Tabelle 13: Kommerzielle Tourenangebote.

Region	gesamt / total	MTB / VTT	RR / VC	SBF / VTC	E-Bike / VAE
F	152	19	9	120	4
D	102	39	20	27	16
CH	50	4	9	32	5
Total	304	62	38	179	25

Tabelle 14: Herkunft der Touranbieter.

Region	Herkunft / origine
D	21
F	13
CH	10
CAN	4
GB	4

Region	Herkunft / origine
AUT	3
DEN	2
NL	2
NOR	2
BEL	1

Region	Herkunft / origine
FIN	1
ITA	1
USA	1
Total	65

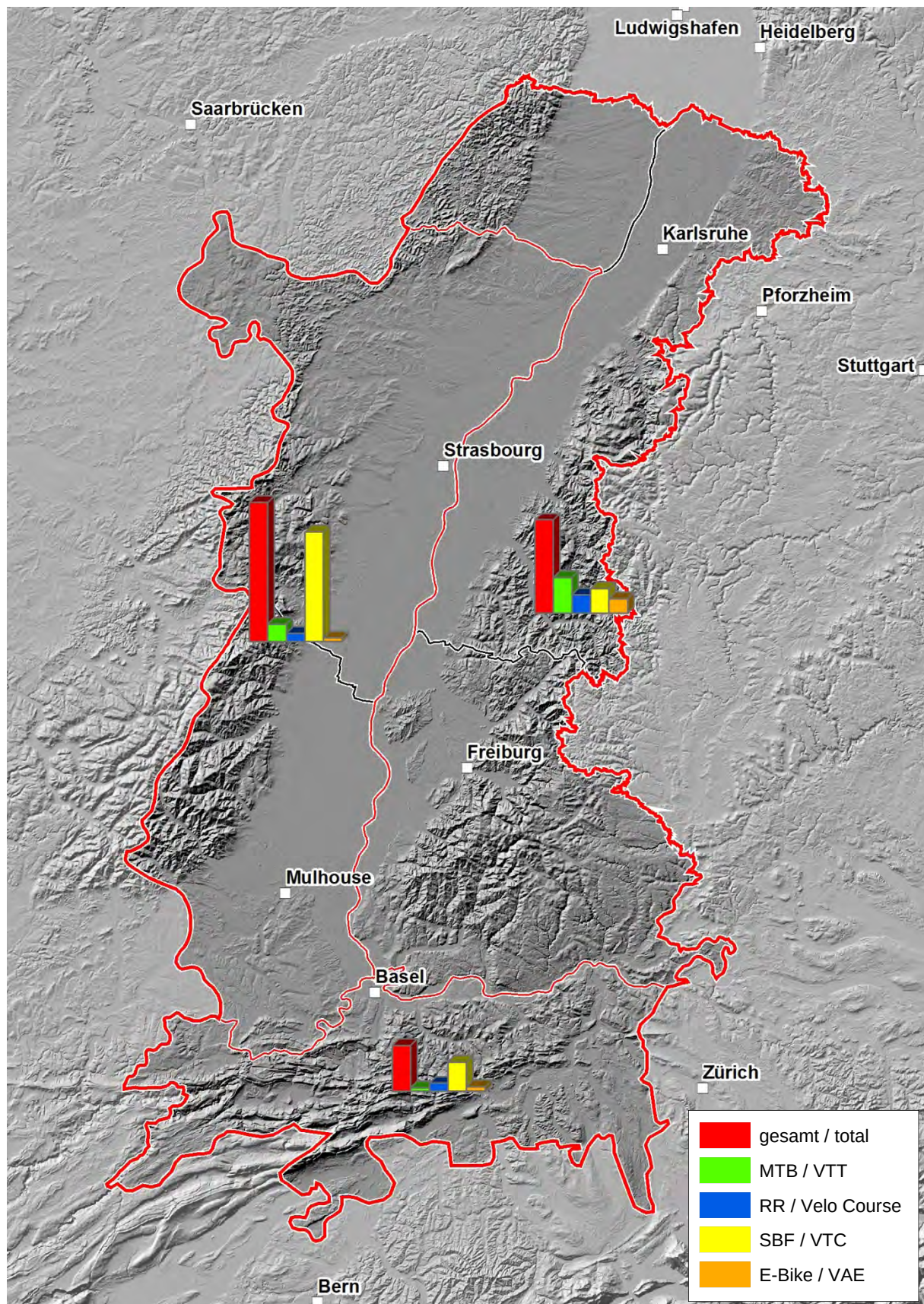


Abbildung 12: Kommerzielle Tourenangebote.

3.9 Wettbewerbe / Events

Im Projektgebiet finden eine Vielzahl an Radsport-Wettbewerben und Events statt. Von den 425 erhobenen Veranstaltungen finden fast die Hälfte (198) in Frankreich statt. Hierbei handelt es sich zum größten Teil um Rennrad-Veranstaltungen, die in der Regel einen eher ambitionierten Charakter aufweisen. Auch MTB-Veranstaltungen gibt es in Frankreich überdurchschnittlich viele. Für Tourenräder mit einem eher Breitensportlichen Ansatz (Mitmachveranstaltungen) gibt es hingegen deutlich weniger Angebote und diese vor allem in Deutschland. Spezielle E-Bike-Veranstaltungen gibt es bislang kaum.

Von touristischer Bedeutung sind aktuell vor allem die großen Radsportveranstaltungen wie die Tour de France und die Tour de Suisse, die regelmäßig auch durch das Projektgebiet führen und hier eine große mediale Aufmerksamkeit international hervorrufen und zudem auch eine Vielzahl an Zuschauern in die Region führen.

Tabelle 15: Wettbewerbe / Events.

Region	gesamt / total	MTB / VTT	RR / VC	SBF / VTC	E-Bike / VAE
F	1	-	1	-	-
67	116	30	84	2	-
68	81	23	58	-	-
SW	8	5	3	-	-
SWN	51	13	24	14	-
SWS	40	17	20	3	-
PF	37	3	30	4	-
CH	73	35	25	11	2
D/F/CH	3	-	1	1	1
D/F	6	-	3	3	-
D/CH	6	1	2	2	1
CH/F	3	1	1	1	-
Total	425	128	252	41	4

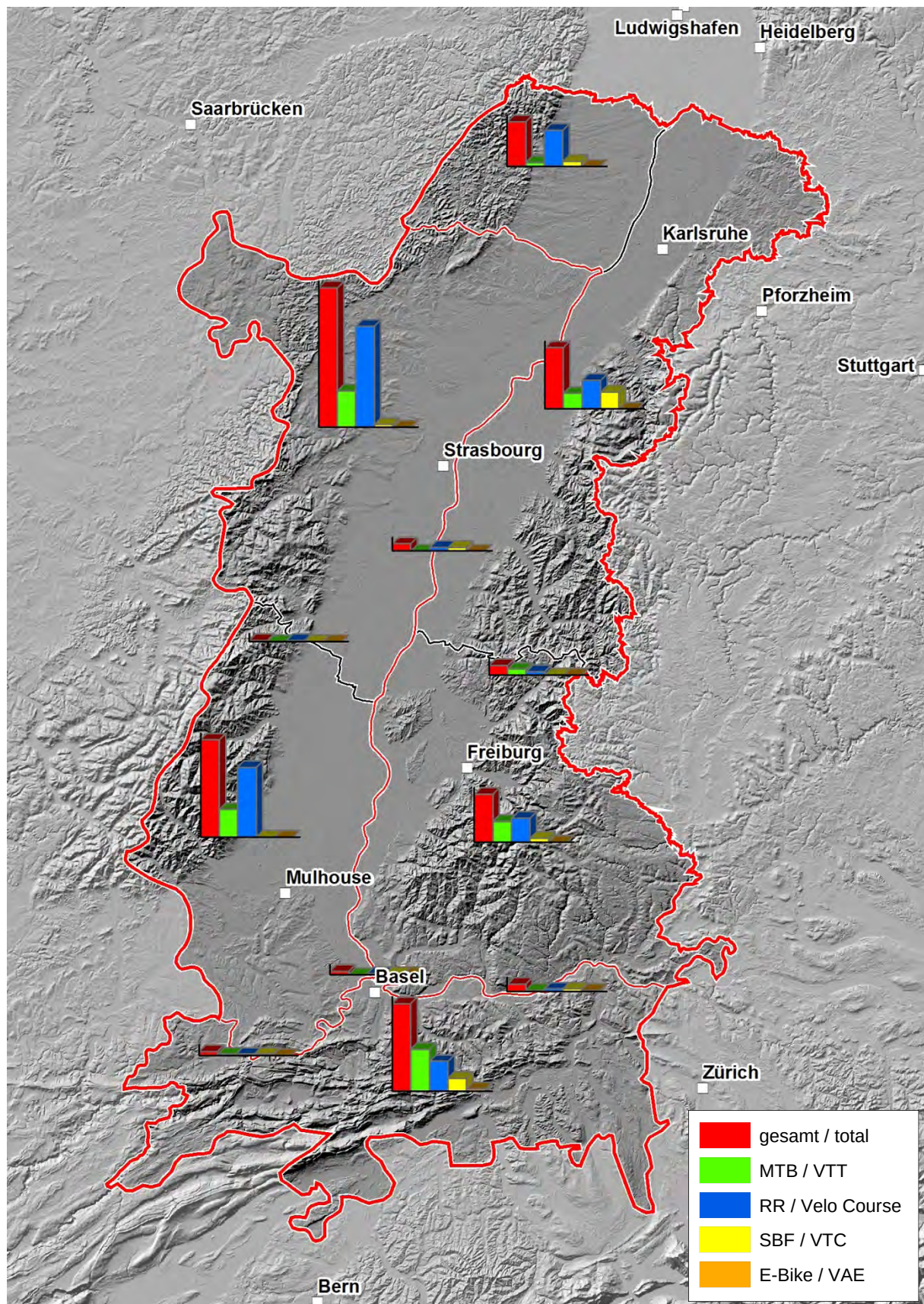


Abbildung 13: Radsportbezogene Wettbewerbe und Events.

3.10 Touristische Kennzahlen

Neben den reinen radsportbezogenen Erhebungen wurden im Rahmen des Projekts auch ergänzende touristische Kennzahlen erfasst und bewertet, v.a. auch im Hinblick auf die touristischen Potenziale der Region.

In Abbildung 14 und Tabelle 16 werden die touristischen Übernachtungen in der Region dargestellt. Von den insgesamt fast 29 Millionen Übernachtungen im Jahr 2010 entfallen mit 56 % die meisten auf das deutsche URV Teilgebiet, während im französischen Teil 35 % und in der Schweiz 19 % der Übernachtungen stattfinden. Setzt man die Nächtigungen in Bezug zu den Gästeankünften, so ergibt sich für Deutschland eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,73 Tagen, die deutlich höher als die Aufenthaltsdauer in Frankreich (2,12 Tage) und in der Schweiz (1,99 Tage) ist. Für das Gesamtgebiet ergibt sich im Mittel eine Aufenthaltsdauer von 2,41 Tagen.

Tabelle 16: Ankünfte, Nächtigungen und Übernachtungen 2010 (Quelle: Tourisme Alsace).

Region	Ankünfte / arrivées	Nächtigungen / nuitées	Aufenthaltsdauer / durée moyenne
F	4.715.127	9.992.792	2,12
D	5.949.713	16.213.676	2,73
CH	1.296.286	2.584.150	1,99
Total	11.961.126	28.790.618	2,41

Betrachtet man die Herkunft der Gäste Tabelle 17, so dominieren erwartungsgemäß in jeder Teilregion die Gäste aus dem eigenen Land. In Deutschland sind die deutschen Gäste hier mit über 80 % eindeutig in der Mehrheit, im französischen Teilgebiet nehmen die französischen Gäste einen Anteil von 62 % und im schweizer Teilgebiet die schweizer Gäste einen Anteil von noch knapp 44 % ein. Gäste die nicht aus Deutschland, Frankreich oder der Schweiz kommen nehmen in Deutschland einen Anteil von 13 %, in Frankreich von 25 % und in der Schweiz von 34 % ein.

Bezogen auf das Gesamtgebiet dominieren deutsche Gäste mit einem Anteil von 56 %, gefolgt von Franzosen mit 17 % und Schweizern mit 9 %. Von den restlichen 18 % stammt die Mehrzahl (15 %) aus weiteren europäischen Ländern, während die Überseemärkte Amerika (1,5 %) und Asien (1,1 %) aktuell einen sehr geringen Gästeanteil beisteuern.

Leider liegen für das Projektgebiet keine Zahlen zu direkt oder indirekt radsportinduzierten Übernachtungen vor. Diese Daten wären im Hinblick auf Aussagen zur konkreten Wertschöpfung und Bedeutung des Radtourismus im Upper Rhine Valley sehr interessant, sind aber nur schwer und aufwändig zu generieren.

Tabelle 17: Herkunft der Gäste (in %).

Region	Herkunft / origine F	Herkunft / origine D	Herkunft / origine CH	andere / autres
F	62,1	9,4	3,5	25,0
D	2,0	80,4	5,1	12,5
CH	3,4	19,2	43,7	33,7
Total	17,4	55,8	8,8	18,0

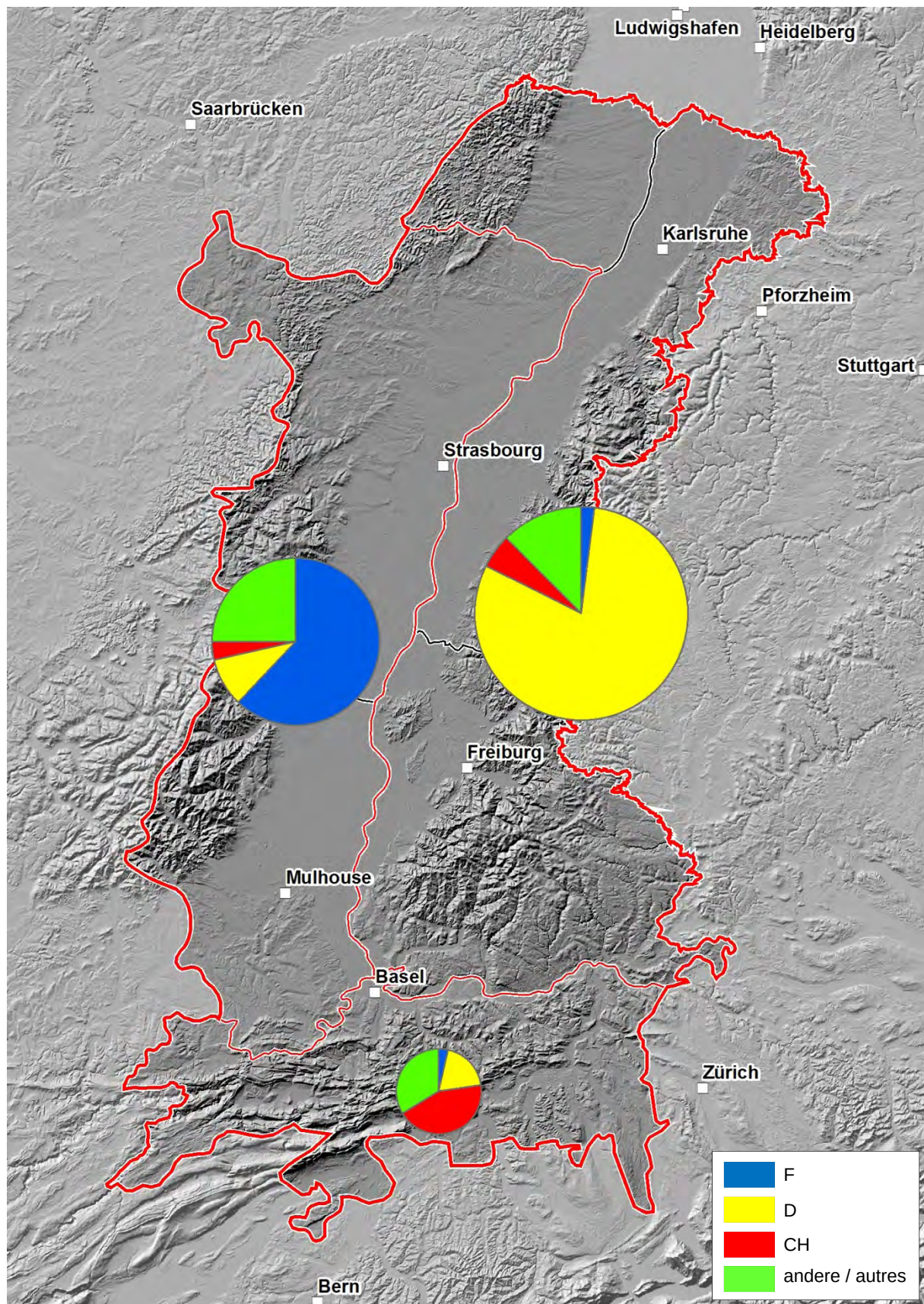


Abbildung 14: Touristische Übernachtungen und Herkunft der Gäste im Projektgebiet Upper Rhine Valley 2010 (Datenquelle: Tourisme Alsace).

3.11 Literatur

Anhand einer Internetrecherche wurden alle aktuellen im Buchhandel der drei Länder erhältlichen Bücher, Karten und Fahrradreiseführer in der Region erfasst. Hierbei wurde nur aktuelle Literatur berücksichtigt, d.h. keine veralteten oder vergriffenen Bücher und Karten. Prospektmaterial und ausschließlich über den Tourismus erhältliche Broschüren und Karten bei dieser Zusammenstellung keine Berücksichtigung.

Insgesamt sind für die Region 21 Bücher und Fahrradreiseführer sowie 21 Fahrradkarten verfügbar, wovon einige auf Grund ihres Veröffentlichungsjahres nicht mehr aktuell zu sein scheinen (vgl. Tabelle 18).

Tabelle 18: Bücher / Fahrradreiseführer und Radkarten.

Region	Bücher / livres	Karten / cartes
F	9	3
D	11	14
CH	1	4
Total	21	21

Im Folgenden werden sämtliche recherchierten Bücher und Karten nach Ländern getrennt detailliert aufgelistet.

Deutschland

Bücher

- 1) Kunkel, P: Radtouren rund um Freiburg, Braun G. Buchverlag, 2012
- 2) Mountainbikeguide Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord, Esterbauer, 2011
- 3) Bikeline: Radtourenbuch, Südschwarzwald- Radweg: Ohne Höhenanstieg rund um den Naturpark Südschwarzwald, Esterbauer, 2010
- 4) Chen Wan-chung: Radatlas Elsass. Grenzenloses Raderlebnis zwischen Pfälzer Wald und Jura, dem Rhein und Lothringen, Esterbauer 2010
- 5) Panofsky, E: Rhein-Radweg Teil 1: Von Andernach nach Basel, Esterbauer, 2010
- 6) Bauer, K: Rennradtouren Schwarzwald: Die schönsten Trainingstouren, Bruckmann, 2008
- 7) Sauer, HG: Rhein-Radweg Teil 2: Von Basel nach Mainz, Esterbauer, 2009
- 8) Waldvogel, A: Meine Lieblingsradtouren Schwarzwald: 17 Touren, Panico Alpin, 2009
- 9) Schmalfuß, H: Schwarzwald Süd, Bergverlag Rother, 2008
- 10) Ulrich, J: Meine Lieblingsradtouren Schwarzwald: 17 Touren, Artbeer Creation, 2001
- 11) Faißt, H: Der Roßkopf. Freiburgs Wahrzeichen zwischen Dreisam- und Glottertal: Vier Mountainbike-Touren - inkl. GPS-Tracks!, 2000

Karten

- 1) ADFC-Radtourenkarte 20 Rhein / Neckar, BVA, 2012
- 2) ADFC-Radtourenkarte 24 Schwarzwald / Oberrhein, BVA, 2012
- 3) Südschwarzwald (Zentral), Mountainbike-Karte: Zwischen Feldberg und Kandel. Mit 10 ADFC-Regionalkarte Mittlerer Schwarzwald / Strassbourg, BVA, 2011
- 4) Dreiländereck. Rad- und Freizeitkarte, BVA, 2011
- 5) ADFC-Regionalkarte Karlsruhe / Baden-Baden, BVA, 2010
- 6) bikeline - Radkarte Pfalz (RPF4), Esterbauer, 2010
- 7) ADFC-Regionalkarte Freiburg und Umgebung, BVA, 2009
- 8) Südschwarzwald. Zwischen Hochrhein und Feldberg. Mountainbike-Karte, BVA, 2008
- 9) Radwanderkarte Rhein-Radweg 2, Bodensee-Basel: Mit Ausflugszielen, Einkehr- und Freizeittipps, reissfest, wetterfest, GPS-genau, Publicpress, 2006
- 10) Südschwarzwald. Mountainbike-Karte. Zwischen Kandel und Hornberg, BVA, 2006
- 11) Auf dem Mountainbike durch den Naturpark Südschwarzwald:, Digitale Kartografie Frank Ruppenthal, 2006
- 12) ADAC Wander- & RadKarte 12. Freiburg-Ost - Dreisamtal - St. Peter - St. Märgen: Südlicher Schwarzwald, ADAC, 2006
- 13) ADAC RadTourenKarte 34. Pfälzerwald, Vorderpfalz, Alzeyer Hügelland, Kaiserslautern, Mannheim, ADAC 2005
- 14) Dreiländereck: Rad- und Freizeitkarte, GeoMap, 2004

Frankreich

Bücher

- 1) Martin, O : Vosges : 90 randonnées à pieds et à VTT, Glénat, 2011
- 2) Sireix, J, Thirion, C: Vosges Alsace 79 Circuits Vtt, Vtopo, 2009
- 3) Dominique, A : Balades a Vélo en Alsace, Petit Fute, 2008
- 4) Roux, J : Atlas des cols des Vosges, Altigraph, 2005
- 5) Morley, A: L'Alsace à vélo, Dernières Nouvelles d'Alsace, 2002
- 6) Reynier, JJ : Randonnées dans les Ballons des Vosges, Carthotèque, 2007
- 7) Buffet, X : VTT dans les Vosges, Libris, 2007
- 8) Lustenberger, S, Müller-Lereuil, A: Ausflüge mit dem Mountainbike : Im Naturpark Ballon des Vosges, 1997
- 9) Lustenberger, S : Échappées en VTT dans le parc naturel des Ballons des Vosges, Parc naturel régional, 1996

Karten

- 1) Radkarte Elsass Mitte 1:75.000: Straßburg, Oberrhein, Colmar, Vogesen, 2011
- 2) Radkarte Elsass Süd 1:75.000: Colmar, Mulhouse, Oberrhein, 2011
- 3) Cycline Radkarten: Elsass Nord: Strassburg - Nordvogesen - Haguenau – Ortenau, Esterbauer, 2011

Schweiz

Bücher

- 1) Veloland Basel, Werd Verlag Ag, 2010

Karten

- 1) MTB-Karte 01 Baselland 1:50.000: Mountainbike Map, Hallwag Kümmerly + Frey, 2011
- 2) Elsass, Basel, Südschwarzwald; Alsace, Bale, Foret-Noire, Hallwag Kümmerly + Frey, 2010
- 3) Swiss Singletrail Map Basel Swiss Sports Publishing, 2010
- 4) Basel, Basel-Landschaft, Velokarte, Hallwag Kümmerly & Frey, 2010



POTENZIALANALYSE

4 POTENZIALANALYSE

4.1 Stärken und Schwächen

Das Projektgebiet zeichnet sich durch ein ungewöhnlich umfangreiches Streckennetz in seiner Gesamtheit aus, das ein erhebliches Potenzial für länderübergreifende Verknüpfungen bietet. Ebenso findet sich in der Region eine hohe Dichte an kulturell wie architektonisch interessanten Städten, die sich zudem noch aufgrund ihrer Lage in der Ebene hervorragend für den Radverkehr eignen. Diese Städte weisen bereits für die jeweiligen Landesverhältnisse einen hohen Radverkehrsanteil auf, oder haben das Potenzial, durch eine gute Radinfrastruktur in den nächsten Jahren den Anteil deutlich zu steigern.

Die kulinarischen Spezialitäten und die hohe Dichte an qualitativ hochwertigen Gastronomieangeboten stellen ebenfalls ein Alleinstellungsmerkmal der Region URV dar.

Der Radsport - und hier vor allem der Straßenradsport - nimmt in allen drei Ländern einen hohen Stellenwert ein und Events der höchsten internationalen Kategorie finden regelmäßig in der URV Region statt. Somit ließe sich dieses Potenzial deutlich besser als bisher in die Kommunikation zum Thema Radtourismus integrieren.

Das brachliegende Potenzial der transnationalen Vernetzung ist eine der Hauptschwächen der Region, denn bis auf wenige gut ausgebaute und vermarktete länderübergreifende Angebote beschränken sich die Angebote auf die jeweiligen Länder und nicht über deren Grenzen hinaus. Selbst neu herausgegebene Karten enden an der nationalen Grenze und stellen keine Vernetzung her. In diesem Feld liegt der größte Handlungsbedarf für eine Neuausrichtung des URV zum Thema Radtourismus.

Im Folgenden werden die Stärken und Schwächen der einzelnen Teilregionen separat beleuchtet.

Deutschland

Deutschland weist auf Grund seines seit Jahrzehnten öffentlich finanzierten Radverkehrsnetzes eine hohe Dichte an gut ausgewiesenen Strecken auf. Hinzu kommt eine hohe Dichte an touristischen Themenrouten. In Deutschland werden die Segmente Rennrad, MTB, Schutzblechräder (Trekking, Touring) und E-Bike abgedeckt, wobei sich ein Großteil der Angebote in den Bereichen E-Bike, MTB und Rennrad auf den Schwarzwald konzentrieren. In der Rheinebene und der Pfalz ist das Tourenangebot vornehmlich auf das Thema Schutzblehrad (Trekking und Touren) fokussiert.

Die hohe Zahl an Wegweisungen und Routen führt jedoch auch dazu, dass Routen und Streckenabschnitte lokal nicht immer der gewünschten Qualität entsprechen, da sie oft nicht ausreichend in Stand gehalten werden können. Hier wäre mittelfristig eine Selektion nach einheitlichen Qualitätskriterien und eine anschließende Reduktion des Streckennetzes mit einer qualitativ besseren Ausstattung anzustreben.

Die Darstellung der Angebote im Internet ist gut, zusammenfassende Seiten für einzelne übergeordnete Regionen fehlen jedoch. Die Mehrsprachigkeit ist oftmals gegeben, in tieferen Ebenen der Homepages wie zum Beispiel bei den Roadbooks oder Streckenbeschreibungen findet man die Angebote jedoch in der Regel nur in der Landessprache.

Frankreich

Das Tourenangebot in Frankreich ist etwas weniger dicht als in Deutschland ausgeprägt, jedoch quantitativ ausreichend, um einer stärkeren touristischen Nutzung zugeführt zu werden. Die Streckennetze beschränken sich auf die Bereiche Schutzblechräder (Trekking, Touring) und Mountainbike. Insbesondere die Städte Straßburg und Colmar weisen eine sehr gute Radinfrastruktur auf, die bisher jedoch touristisch noch nicht erschlossen wurde.

Bei Stichproben wurden teilweise sehr schlecht asphaltierte Streckenabschnitte gefunden, die zukünftig ausgebessert werden sollten.

Die Wegweiserdichte in Frankreich befindet sich häufig am unteren Limit für eine sinnvolle touristische Lenkung der ortsfremden Radfahrer. Dies trifft in besonderem Maße auf ältere Angebote zu, während sich neue Beschilderungsangebote in der Regel plausibler und besser auffindbar für den Radfahrer darstellen. Unklare Routenverläufe und fehlende Wegweiser führen seitens der Touristen zwangsläufig zu verminderter Frequentierung der Angebote.

Zudem müssen in Frankreich Angebote für die Zielgruppen E-Bike und Rennrad neu eingeführt werden, denn in diesen Segmenten bestehen aktuell keine Angebote.

Die Recherchierbarkeit der Angebote in Frankreich stellt sich komplizierter dar als in Deutschland und der Schweiz. Häufig stößt man im Internet nur über Umwege auf die gesuchten Informationen zum Radfahren. Frei zugängliche GPS-Downloads sollten ebenfalls flächendeckend und nicht nur wie gegenwärtig sporadisch zur Verfügung stehen. Die Mehrsprachigkeit ist oftmals gegeben, in tieferen Ebenen der Homepages wie zum Beispiel bei den Roadbooks oder Streckenbeschreibungen findet man die Angebote jedoch fast ausschließlich nur in der Landessprache.

Schweiz

In der Schweiz findet sich in den untersuchten Kantonen ein weniger dichtes, dafür aber perfekt ausgeschildertes und unterhaltenes Streckennetz, das auch für eine touristische Nutzung hervorragend geeignet ist. Explizite Angebote für Rennradfahrer finden sich nicht, alle anderen Zielgruppen werden bedient.

Einziges Manko des radtouristischen Angebots in der Schweiz ist die geringe Streckendichte. Der Download von GPS-Daten ist zudem nur nach Voranmeldung und gegen pauschale Bezahlung möglich, was aus touristischer Sicht als Hemmnisfaktor angesehen werden muss.

Die Darstellung der Angebote im Internet ist sehr gut und einheitlich.

4.2 Stärken- und Schwächenprofile nach Zielgruppen für das URV

4.2.1 Trekking/Touren/E-Bike (Schutzblechfahräder)

Stärken	Schwächen
Radwegeinfrastruktur	
Quantitativ gutes Radfernwege- und Verbindungsradwegenetz	Teils mangelnde Wegequalität und Beschilderung (Einheitlichkeit, Übersichtlichkeit)
Zusätzliche gut ausgearbeitete überregionale Radrouten (z.B. Eurovelo 5, 6, 15)	Teils nicht optimale Wegeführung (z.B. entlang von Verkehrsstraßen)
Alle Schwierigkeitsgrade vorhanden	Teils keine Beschilderung oder Anbindung an Radfernwege
Konzentration auf größte Radfahrerzielgruppe (=Trekking/Touren)	Zu wenig radspezifische Angebote entlang der Strecke
Viele Breitensportevents (RTF, Volksradfahren, etc.)	keine Verwendung verbindlicher Standards für Qualitätssicherung
	Teils zu starke Steigungen
	E-Bike fehlt in Frankreich
Kommunikation/Service	
Teils gute regionale Vermarktung (z.B. Pamina)	Geringer Bekanntheitsgrad der meisten Radrouten
Trekking als touristischer Schwerpunkt und intensive Bemühungen zur Qualitätsoptimierung	Vernachlässigung einer gemeinsamen Vermarktung regionaler Fahrrad(Rund-)wege
Teilweise ansprechendes Print-Informationsmaterial	Keine Vermarktung der Radwege/-angebote in den Städten (Strassbourg, Colmar, Mulhouse, Basel, Freiburg, Offenburg)
	Teils mangelnde Zusammenarbeit zwischen einzelnen Regionen und vor allem Ländern
	Nur wenig ausgeprägte und länderübergreifende Erlebnisinszenierung z.B. anhand von Themenwegen
	Kein gemeinsamer Internetauftritt oder Printprodukt

4.2.2 Mountainbike

Stärken	Schwächen
Mountainbikewegeinfrastruktur	
Routen in allen Schwierigkeitsgraden vorhanden	Uneinheitliche Beschilderung
oft GPS-Streckendaten vorhanden (D, CH)	Teilweise Streckenführung auf Wanderwegen – Konflikte
Gelände/Topographie für alle Teilzielgruppen vorhanden	Mangelnde Vernetzung der Einzelwege, keine länderübergreifende Route
Teilweise attraktives „junges“ Angebot vorhanden	Zu wenig bikespezifische Angebote entlang der Strecke (z.B. Servicestationen)
	Teils hoher Asphaltanteil
	Keine attraktiven Strecken (Singletrails) in D
Kommunikation/Service	
Großes Angebot an MTB Rennen verschiedener Kategorien	Kein gemeinsamer Auftritt der einzelnen Regionen
	wenig buchbaren MTB-Angebote
	keine GPS Downloadmöglichkeiten in F

4.2.3 Rennrad

Stärken	Schwächen
Radwegeinfrastruktur	
Quantitativ gute Wegeinfrastruktur in D	Keine Angebote in F und CH
Quantitativ gute asphaltierte Straßen	Keine Beschilderung
Alle Schwierigkeitsgrade möglich	Teils nicht optimale Wegeführung (z.B. entlang von Verkehrsstraßen)
	Keine länderübergreifende Route
Kommunikation/Service	
Großes Angebot an Radrennen verschiedener Kategorien (z.B. Tour de France, Tour de Suisse, unzählige regionale Radrennen)	Keine Vermarktung von Rennradsportangeboten in D über F und CH
Lange Radfahrtradition in F (Wissen über Wünsche von Rennradfahrern)	Kein gemeinsamer Auftritt der einzelnen Regionen
Printprodukt für D vorhanden	Keine buchbaren Rennradangebote in CH und F



REGIONALE WORKSHOPS

5 REGIONALE WORKSHOPS

Neben den Treffen der Projektsteuerungsgruppe fanden am 30. und 31. Januar 2012 in Straßburg bzw. in Freiburg zwei regionale Workshops zu dem Projekt statt. Hierzu wurden neben den direkten Projektbeteiligten auch weitere Experten aus den Bereichen Radsport/Radfahren und Tourismus eingeladen. Zum Workshop in Straßburg waren die Experten aus Frankreich und dem Kanton Jura eingeladen, der Workshop in Freiburg wurde für die Experten aus dem Schwarzwald, der Südpfalz und den deutschsprachigen Kantonen in der Nordwestschweiz ausgeschrieben.

Insgesamt 36 Teilnehmer befassten sich an beiden Tagen intensiv mit dem Projekt und den radrelevanten Themen. Nach einem Impulsreferat zum Radfahren allgemein sowie der Vorstellung der Ergebnisse der Bestandsanalyse wurden in einem ersten Schritt in Kleingruppen Projektvorschläge und –ideen gesammelt, die für die Rad-Destination Upper Rhine Valley interessant sein könnten. In einem zweiten Schritt wurden einige dieser Ideen konkreter ausgearbeitet und in Teilen auch auf Ihre Machbarkeit hin bewertet.

Tabelle 19 und Tabelle 20 stellen die gesammelten Projektvorschläge getrennt nach Strukturprojekten und Produktentwicklungen zusammen mit einer Kurzbeschreibung sowie einer Einschätzung der umsetzungsrelevanten Rahmenbedingungen und Relevanz dar.

Tabelle 19: Projektvorschläge der regionalen Workshops – Strukturprojekte (F=Familien, G/K=Genuss und Kultur, S=Sport).

URV Bike Guide	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K, S	+	+	++	++	+++
Einheitliche Qualifizierungsmaßnahme für Mitarbeiter aus Tourismus, Übernachtungsbetrieben und Radvereinen/-geschäften im URV (touristische Dienstleister). Ausbildung an zwei Tagen mit den wesentlichen Inhalten zum sicheren Führen einer Gruppe. Das Angebot sollte für den sportlichen und Tourbereich (inkl. E-Bike) realisiert werden.						

Ost-West Angebote	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K, S	+	+	+++	+++	++
Aufteilung der Region in drei grenzüberschreitende Bereiche (Nord, Mitte, Süd). In diesen Bereichen sollen neue Angebote geplant werden und aus bestehenden Angeboten neue, vernetzte Angebote entstehen. Diese Maßnahme hat eine sehr hohe Dringlichkeit.						

AK-Rad International	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K, S	0	0	+++	+++	+
Ein Länderübergreifender Arbeitskreis zum Radtourismus mit einem hauptamtlichen Produktmanager Radtourismus sollte als zentrales Steuerungsgremium für das URV etabliert werden. Ziel ist es, die mit dem abgeschlossenen Projekt begonnene Initiative fortzuführen. Bei 2-3 Treffen pro Jahr werden Qualitätskriterien festgelegt und zukunftsweisende Projekte verabschiedet.						

Zielgruppenorientierte Kommunikation	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K, S	++	++	+++	+++	+++
Eine Auswahl der Topprodukte soll zielgruppenorientiert und mehrsprachig in Print, Internet, ggf. über ein App dargestellt werden. Hier ist der gemeinsame Internetauftritt das zunächst wichtigste Ziel der gemeinsamen radtouristischen Kommunikation.						

Homogenisierung	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K, S	+	++	+++	+++	++
Die Vereinheitlichung der Empfangsseiten im Internet wie in Printprodukten in allen drei Ländern ist im Hinblick auf die Kommunikation des URV ein wichtiger Schritt. Dies macht jedoch nur in Kombination mit gemeinsamen Marketingprodukten Sinn. Hier sind ein gemeinsamer Internetauftritt wie eine Printbroschüre zum Thema Radfahren an erster Stelle zu nennen.						

Besseres Innenmarketing für URV	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	-	0	+	+	++	0
Das optimierte Innenmarketing für den URV ist kein originäres Radprojekt, sollt jedoch die Wahrnehmung des URV bei den wichtigsten Zielgruppen, der eigenen Bevölkerung verbessern und somit auch dazu beitragen, gemeinsame radtouristische Projekte anzustoßen. Das Innenmarketing sollte Aufgabe des Arbeitskreises Rad sein und übergeordnet von der URV-Zentrale gesteuert werden.						

Qualitätskriterien Rad(tourismus)	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
		+	++	+	++	++
Die gegenwärtige Unterschiedlichkeit der vorhandenen Radangebote sollte bei zukünftigen grenzüberschreitenden Projekten vereinheitlicht werden. Dies gilt zum einen für die zu Grunde liegenden Qualitätskriterien aber auch für die nach außen sichtbare Infrastruktur wie Tafeln und Wegweiser und die Werbematerialien. Der AK-Rad legt die Qualitätskriterien fest und kommuniziert sie.						

Grenzüberschreitende Vernetzung	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K, S	+	+	+	+	+

Der Vernetzungsgedanke ist bei allen radspezifischen Themen voranzutreiben. So gilt es, beispielsweise grenzüberschreitende Radverleihsysteme inkl. One-Way Ausleihen zu etablieren. Auch die Radmitnahme im ÖPNV muss zumindest innerhalb der Bereiche Nord, Mitte und Süd realisiert werden. Ähnliches könnte für den Gepäcktransport für Radfahrer oder andere touristische Dienstleistungen gelten.

Vélo dodo Label	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K, S	++	+++	++	++	+++

Länderübergreifendes Label für zertifizierte radfreundliche Übernachtungsbetriebe. Gegenwärtig hat jedes Land sein eigenes Zertifizierungssystem für radfreundliche Übernachtungsbetriebe. Im Zuge einer Schwerpunktsetzung im Bereich Radtourismus im URV sollte über ein einheitliches Label nachgedacht werden, ohne jedoch damit in Konkurrenz zu den nationalen Systemen zu treten.

Tabelle 20: Projektvorschläge der regionalen Workshops – Produktentwicklungen (F=Familien, G/K=Genuss und Kultur, S=Sport).

Gesunde Radregion	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K, S	+++	+++	+	0	+++

Dem Megatrend Gesundheit sollte auch im URV Rechnung getragen werden und das Thema Radtourismus in ein übergreifendes Konzept für Bewegungsstrecken, Essen, medizinische Begleitung und Wellness eingebunden werden. Dies macht jedoch nur in Kombination mit anderen Bewegungsformen und einem zielgruppenspezifischen Gesundheitstourismus Sinn.

Winterradfahren	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	S	+	+	0	0	+

Spezielle Angebote für das touristische Radeln im Winter würden das Radfahren im URV zu einem Ganzjahresthema entwickeln. Allerdings ist für diese zumindest touristisch in Mitteleuropa eher unübliche Nutzung des Fahrrads die Zielgruppe klein und die Konkurrenz in Südeuropa groß. Somit gilt es attraktive Angebote für Kultur- und Kulinarikradler zu entwickeln, die nicht zuletzt aufgrund der Witterung ihre Alleinstellungsmerkmale aufweisen.

3 Freunde, 3 Tage, 3 Räder, 3 Länder	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	S	+	+	+	+	++
Mit drei verschiedenen Radtypen (Rennrad, Mountainbike, E-Bike) werden an drei Tagen die Highlights der Region erkundet. Dabei wird man nicht um Bus- oder Bahntransfers herumkommen. Dieses spezielle Angebot für Kurzurlauber zielt auf eine eher junge Zielgruppe sowie auf Überseegäste ab, die innerhalb kürzester Zeit möglichst viele Länder kennenlernen möchten. Positiv ist auch die Möglichkeit anzusehen, das innovative Produkt zu vermarkten.						

Bike and Boat	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K	+	+	+	+	+
Kreuzfahrten liegen im Trend und die Kombination einer Flusskreuzfahrt mit dem touristischen Radfahren erscheint sinnvoll. Der Arbeitskreis Rad kann hierbei nur als Motor dienen und die Projektidee an Veranstalter herantragen. Bei Kreuzfahrten auf dem Meer spielen Tagesausflüge mit dem Rad bereits heute eine sehr wichtige Rolle im Ausflugsprogramm der Reedereien.						

Randonnées gourmandes	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	G/K	+	+	++	+	++
Schlemmerradtouren sind keine Innovation und werden auch im URV bereits angeboten. Allerdings könnte das Konzept regionale Lebensmittel auf einer Radtour beim Produzenten einzukaufen und im Anschluss zuzubereiten sehr erfolgreich sein. Der Planungsaufwand für diese Radtouren ist jedoch erheblich.						

Sternradtouren mit dem E-Bike	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	G/K	+	+	++	+	+
Ausgehend von den jeweiligen touristischen Zentren sollte ein länderübergreifendes Konzept für Sternradtouren erarbeitet werden, das nicht auf die jeweilige Nation beschränkt ist, sondern grenzüberschreitend orientiert ist. Exemplarisch könnte dies für drei Städte (Freiburg, Straßbourg, Basel) in den drei Ländern realisiert werden und auch mit dem Thema Stadtbesichtigungen mit dem Fahrrad kombiniert werden.						

Radfahren und Weintourismus	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	G/K	+	+	++	+	+
Touren rund um den Weinbau (Führungen, Verkostungen, Arbeit im Weinberg) sind für die Zielgruppe der Genussradler sehr attraktiv und können hochpreisig angeboten werden. Dieses Angebot gibt es bereits. Ein flächendeckendes Netz dieser Angebote oder eine Tour durch die wichtigsten Anbauggebiete stellt eine sinnvolle Ergänzung dar.						

Städtetouren mit Stadtführung auf dem Rad	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K	+	+	++	++	++

Stadtbesichtigungen mit dem Rad werden zum Beispiel in Berlin sehr stark nachgefragt. Die Städte im URV bieten aufgrund ihrer Topografie und Attraktivität ebenfalls das Potenzial, solche Angebote zu etablieren. Dies sollte in Kombination mit privaten Anbietern (Radverleihe) geschehen, die allerdings nach einem einheitlichen Qualitätsstandard die Angebote umsetzen müssen. Die lokalen Touristinformationen vermitteln die Führungen. Überseetouristen stellen für dieses Angebote eine wichtige Zielgruppe dar.

3 Länder MTB-Tour	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	S	++	++	+	+	++

Die Konzeption einer Etappentour durch die drei Länder, inkl. Übernachtungsmöglichkeiten, Tracks, ggf. Karten stellt ein Novum und für den sportlichen Bereich ein hochattraktives Angebot dar. Das Angebot lässt sich auch für das Rennrad umsetzen (z.B. Belchen³). Für das Mountainbike sind nur die Flachpassagen im Rheintal unattraktiv. Die Strecken werden generell nicht ausgeschildert und können mit Guide als Pauschalangebot oder in Eigenregie anhand der ausgearbeiteten Informationsmaterialien und Tracks gefahren werden.

Kombination Vélo + lignes touristiques	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K, S	+	+	+	+	+

Die wichtigsten „touristische Linien und Routen“ mit dem Rad zu verbinden ist Ziel dieses Projektes. Dies ist zum Teil zwar bereits vorhanden, jedoch können konkrete Qualitätskriterien dieser Strecken und Angebote dem Produkt einen erheblichen Schub verleihen. Dieses Projekt geht eng einher mit den einheitlichen Qualitätskriterien für den Bereich Rad im URV.

Internationale Fahrradfeste	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K, S	+++	+++	+	+	+++

Große Radevents mit internationalem Charakter könnten dazu beitragen, das Thema Rad im URV nach Innen und nach Außen zu kommunizieren. So könnte beispielsweise die Radsaisonöffnung um Ostern herum mit mehreren Radevents in allen drei Ländern durchgeführt werden. Der Planungsaufwand und die Vernetzung dieser Events ist allerdings sehr hoch.

Radfahren und Geocaching	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K, S	+	+	+	+	+

Die Entwicklung von speziellen Geocachingangeboten für Radfahrer liegt im Trend der Zeit und ist auch ohne besonderes Konzept für aktive Geocacher durchführbar. Sinnvoll wären hier jedoch buchbare Pauschalen zum Thema. Kultur und Natur sind die zentralen Themenfelder für das Geocaching. Auch Einführungsworkshops bieten sich an.

Mythische Orte mit dem E-Bike	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K	++	++	+	+	++

Die Einrichtung von Themenradtouren entlang der mythischen Orte im URV sollte immer den grenzüberschreitenden Charakter der Touren berücksichtigen. Das E-Bike erhöht den Aktionsradius. Aktuell läuft ein Projekt in diesem Themenbereich und sollte nach Projektende in die URV-Tätigkeiten integriert werden.

Low Budget Unterkünfte für Radler	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, S	0	+	++	++	+

Ein Netz von einfachen und naturnahen Unterkünften für junge Zielgruppen soll zunächst entwickelt und im weiteren Zug im Internet und ggf. Printmedien dargestellt werden. Diese einfachen Unterkünfte für eine im Wesentlichen jüngere Zielgruppe schließt Zeltplätze, Lagerstellen, Gruppenunterkünfte, Jugendherbergen, Wanderheime etc. ein. Ein maximaler Übernachtungspreis sollte festgelegt werden und als Kriterium für die Aufnahme in die Liste dienen.

Pädagogische Touren für Familien	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F	+	+	+	+	+

Die Erstellung von „einfachen“ Themenwegen zur Kombination von Bewegung und pädagogischen Inhalten ist ein familienspezifisches Projekt. Die Strecken müssen in Abständen zwischen 3 und 6 Kilometern mit Erlebnis- oder Bewegungsstationen ausgestattet sein, um den Aufforderungs- und Erlebnischarakter für Kinder zu erhöhen.

Auf den Spuren der UNESCO	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K	+	+	+	+	++

Das Angebot einer Rundtour entlang der vorhandenen UNESCO-Stätten in der Region verbindet die Projektidee des trinationalen Rundweges sowie die der unterschiedlichen Themenrouten in der Region. Ggf. würde es auch ausreichen, die UNESCO-POIs innerhalb des vorhandenen Radwegenetzes auszuweisen und in Print- und Onlinekarten zu nennen.

Kostenfreier Radtransport in Bahnen	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K, S	0	+++	+++	+++	+++
Der kostenfreie Radtransport in den Bahnen des URV wäre ein Projekt, das sowohl den Radverkehr als auch die touristische Nutzung des Rades erheblich unterstützen würde. Allerdings ist dieses Thema nicht für die für Projektgruppe URV oder gar den Arbeitskreis lösbar. Hier muss auf höheren Ebenen ein politischer Ansatz gefunden werden, der zunächst einmal jeweils national eingebracht werden muss.						

Eintrittsermäßigungen für Radfahrer	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K	0	+++	+	0	++
Die Einführung einer Radtouristenkarte, die verschiedene Vergünstigungen für Radfahrer inkludiert ist für den URV wünschenswert, jedoch in der Umsetzung auf die Gesamtfläche sehr schwierig. Da diese Vergünstigungen grundsätzlich auch von allen anderen Gästen gefordert werden könnten, müssten die Ermäßigungen auf radspezifische Angebote konzentriert werden.						

Bike und Bus	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K	0	+	+	+	+
Der kostenfreie Radtransport in den Bussen des URV wäre ein Projekt, das sowohl den Radverkehr als auch die touristische Nutzung des Rades erheblich unterstützen würde. Allerdings ist dies nicht für die für Projektgruppe URV oder gar den Arbeitskreis lösbar. Hier muss auf höheren Ebenen ein politischer Ansatz her, der zunächst einmal jeweils national eingebracht werden muss. Schwierig gestaltet sich der Transport von E-Bikes sowie der Höhenunterschied von der Straße zum Bus und die Sicherung der Räder während der Fahrt.						

Fly and Bike	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	S	+	+	+	+	+
Die Flughäfen Basel, Baden Baden und Straßburg werden bisher bei der Planung von Radprojekten nicht berücksichtigt. Insbesondere in Hinblick auf die Zielgruppe der Überseegäste erscheint die Integration der Flughäfen von großer Wichtigkeit.						

Drei Länder Trekking Tour	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	S	++	++	+	+	++

Die Konzeption einer Trekking-Etappentour durch die drei Länder, inkl. Übernachtungsmöglichkeiten, Tracks, ggf. Karten ist ein erfolgversprechendes Projekt, denn im Gegensatz zu den MTB Touren, lässt sich hier auf das sehr große Radwegenetz zurückgreifen. Die Flachpassagen sollten hier im Vordergrund stehen. Die Strecken werden generell nicht ausgeschildert und können mit Guide als Pauschalangebot oder in Eigenregie gefahren werden.

Regionale Produkte Tour	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K	+	++	++	++	+++

Das Einkaufen von regionalen Produkten beim Produzenten und die anschließende Zubereitung in Restaurants unter Anleitung eines Küchenchefs stellen eine hochattraktive Produktnische für Radtouristen dar. Dieses Angebot kann redaktionell sehr gut vermarktet werden.

Grenzüberschreitende Radkarten	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K, S	++	++	++	+++	+++

Inhaltlich und kartografisch abgestimmte grenzüberschreitende Karten sind für Radfahrer unerlässlich. Ein gemeinsames, mehrsprachiges Kartenwerk in Dreiteilung Nord, Mitte, Süd für alle Zielgruppen würde den Radtourismus in der Region erheblich unterstützen. Die Karten müssten in allen Buchhandlungen und Touristinformationen erhältlich sein.

Themenpakete Gesundheit, Wellness, Bewegung	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K, S	++	++	+	0	++

Wellness und Radfahren passen touristisch gut zueinander, denn die Erholung und Regeneration nach dem Radeln lassen den Kontrast zwischen Be- und Entlastung noch deutlicher erleben. Für ein länderübergreifendes Angebot besteht in Frankreich die Schwierigkeit der Zugänglichkeit der Bäder, die nicht für Jedermann gegeben ist.

Genusstouren	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	G/K	+	+	+++	+	++

Schlemmerradtouren sind keine Innovation und werden auch im URV bereits angeboten. Allerdings könnte das Konzept regionale Lebensmittel bzw. Spezialitäten stärker in den Vordergrund rücken. Die „Regionale Produkte Tour“ passt zu diesem Projekt, ist jedoch innovativer.

Thementouren (z.B. Auf den Spuren der Römer)	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	F, G/K	++	++	+	+	++

Auch Themenradtouren sind keine wirkliche Innovation und werden im URV bereits vielfach angeboten. Dennoch sind gute Themenradwege (sowohl was das eigentliche Thema, als auch die Infrastruktur, also Beschilderung, Thementafeln, etc. betrifft) sehr wichtige radtouristische Angebote und spielen auch künftig eine wichtige Rolle. Bei der Neuinstallation von Thementouren ist großer Wert auf die Qualität des Angebots zu legen.

Dinner Radel Hopping	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	G/K	+	+	+++	+	++

Beim Dinner Radel Hopping fahren die Radgruppen von einem gastronomischem Highlight zum nächsten kulinarischen Höhepunkt. Bei diesem Pauschalangebot geht es jedoch nicht zwangsläufig um Feinschmeckergastronomie sondern um bodenständige regionale Küche. Denkbar wäre es, die Gänge eines Essens Aperitif, Vorspeise, Suppe, Hauptgericht, Nachspeise räumlich voneinander zu trennen und in verschiedenen Restaurants einzunehmen. Dieses Projekt kann nur in Ausnahmefällen länderübergreifend sein.

Bi-/Trinationale Radtouren/-reisen	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit

Ähnlich wie bei der Dreiländertour werden bei dieser Projektidee z.B. 3 Städte, Restaurants, Naturdenkmäler oder Winzer miteinander durch eine Tour verbunden. Diese Pauschalangebote müssen lokal entwickelt werden und vom Arbeitskreis Rad angestoßen sowie lokal und überregional vermarktet werden.

Outdoor-Rennen	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
	S	++	+++	++	+	+++

Bei dieser Projektidee handelt es sich um ein Multisport Rennen ähnlich dem Schweizer Gigathlon. Als großes, überregionales Jedermann-Event mit einem großen transnationalen wie auch lokalen Bezug soll die Outdoor Trophy vor allem positives Medienecho erzeugen und durch die redaktionelle Berichterstattung in Printmedien, Internet und TV das URV als ideale Radurlaubsregion darstellen. Schwerpunkte dabei sind das Natur- und Kulturerlebnis mit dem Rad.

Maskottchen, Produkt, Publikation Logo	Ziel- gruppen	Kosten	Arbeitsauf- wand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
		++	++	+	+	++

In dieser Projektidee sind vielfältige Werbemaßnahmen, auch zur Identifikationssteigerung innerhalb der Region zusammengefasst. Neben einem zu diskutierenden Maskottchen braucht die Radregion URV allerdings auf jeden Fall ein Logo.

Radtourismuspreis für Veranstalter	Zielgruppen	Kosten	Arbeitsaufwand	Relevanz	Dringlichkeit	öffentl. Aufmerksamkeit
		+	+	++	++	+++
Der Arbeitskreis Rad des URV schreibt einen jährlichen Preis für Veranstalter, Übernachtungsbetriebe und weitere radtouristische Akteure aus. Ziel davon ist im Wesentlichen die Akteure zu innovativen Projekten zu animieren und die Vernetzung innerhalb der Region zu verstärken.						



HANDLUNGSKONZEPT RADTOURISMUS UPPER RHINE VALLEY

6 HANDLUNGSKONZEPT RADTOURISMUS UPPER RHINE VALLEY

Der Radtourismus hat nicht nur einen monetären Nutzen. Er wirkt sich in vielerlei Hinsicht positiv in der Region aus. Es besteht Einigkeit darüber, dass sich der Bekanntheitsgrad maßgeblich aus den touristischen Attraktionen beziehungsweise Produkten ableitet und diese unmittelbaren Einfluss auf die allgemeine Standortattraktivität, den Wohnwert und das Image von des Upper Rhine Valleys haben.

Auch die Ausstattung spezifischer Rad-Infrastruktur ist im Projektgebiet vielerorts der Tatsache geschuldet, dass die Bereitstellung insbesondere aus touristischen Beweggründen und "Mitteln" erfolgte. Das Engagement im Radtourismus zahlt sich aus - für alle touristischen Leitbetriebe und Partnerbranchen ebenso wie für die Attraktivität und Lebensqualität der Gäste und Einwohner. Es ist allerdings kein Traumpfad sondern ein Weg dem man konsequent gehen muss.

Die Risiken für ein Scheitern der Entwicklung im Radtourismus sehen die Autoren und beteiligte Akteure insbesondere in den Finanzierungsfragen (mangelnde Eigenmittel, geringes Marketingbudget) sowie in qualitativen Defiziten der Infrastruktur. Hinzu kommt der Hemmfaktor „Förder-Bürokratismus“ und ein national und international zu gering ausgeprägtes Kooperationsverhalten.

Grundlage für ein verstärktes radtouristisches Engagement von URV und damit auch seiner Regionen ist ein Handlungskonzept zur Implementierung des Radtourismus in den touristischen Strukturen aller beteiligten Länder und deren nachgeordneten Verwaltungseinheiten. Das vorgeschlagene Handlungskonzept untergliedert sich in die Teilbereiche A - Strukturen und Prozesse, B - Politische Unterstützung, C - Infrastruktur/Angebote (Produktentwicklung) und D - Marketing / Vertrieb.

	Maßnahmen	
A. STRUKTUREN UND PROZESSE	(1) Einsatz eines Produktmanagers (2) Organisationsstruktur mit Steuerungsgruppe und Initiativgruppen (3) Qualitätsleitfaden für die Angebotsentwicklung	■ Schaffung der Grundlage für die erfolgreiche Umsetzung ■ Sicherung des langfristigen Engagements
B. POLITISCHE UNTERSTÜTZUNG	(1) Ausrichtung einer regionalen (transnationalen) Förderpolitik (2) Anreizsystem für URV-Bike Leistungsträger	
C. INFRASTRUKTUR/ ANGEBOTE	(1) Qualitätsleitfaden (2) 2-3 Länder Touren (3) Outdoor Trophy URV (4) Anbindung Rheintalradweg (Demarrage / Ost-West-Achsen)	■ Sichtbare und spürbare Ergebnisse für Gäste und Bürger im URV
D. MARKETING / VERTRIEB	(1) Zielgruppenorientierte Kommunikation (Internet, Print, Karten) (2) URV Bike-Guide (3) Wettbewerbseinreichung/Sponsoring	

Abbildung 15: Handlungskonzept Rad Upper Rhine Valley.

A. Strukturen und Prozesse

Nur mit einer Organisationsstruktur innerhalb des URV, die den nationalen touristischen Gremien übergeordnet ist, bekommt das Thema Radtourismus die zwingend notwendige Relevanz und Handlungsfähigkeit zugewiesen. Neben der Einrichtung einer Steuerungsgruppe, die im folgenden Kapitel detailliert erläutert wird, ist der Einsatz eines hauptamtlichen Produktmanagers, eines „Kümmerers“ erforderlich. Diese Person ist durch seine radtouristische Fachkompetenz in der Lage, Prozesse und Projekte zu initiieren und zu begleiten. Neben der Steuerungsgruppe wird diese Person der zentrale Motor für alle radtouristischen Prozesse im URV sein.

Darüber hinaus muss durch die Steuerungsgruppe und den Produktmanagers ein Qualitätsleitfaden für die Angebotsentwicklung erstellt werden, der bindend für die Entwicklung von neuen oder die Überarbeitung von vorhandenen radtouristischen Angeboten ist.

B. Politische Unterstützung

Die Finanzierung von radtouristischen Angeboten kann über eine regionale wie über eine transnationale Förderung geschehen. Hier gilt es, die Gremien des URV für die Thematik Radtourismus zu sensibilisieren und potenzielle Förderszenarien anzugehen.

Auch durch ein Anreizsystem für URV Radleistungsträger können neue Projekte aus der Steuerungsgruppe heraus initiiert werden. Hier sind Radtourismuspreise, Projektzuschüsse oder ähnliches denkbar.

C. Infrastruktur/Angebote

Die radtouristische Infrastruktur stellt den Kern des Handlungskonzeptes dar, denn ohne Infrastruktur und innovative touristische Angebote können keine Gäste für das Thema im URV gewonnen werden. Hier geht es nicht um eine völlige Neuplanung der bestehenden Angebote sondern um eine Restrukturierung und Schärfung der Angebote. Innovative zielgruppengerechte Neuprodukte müssen aber ebenso entwickelt werden.

Auf die Angebotsentwicklung ausgewählter Beispiele wird im nachfolgenden Kapitel detailliert eingegangen.

D. Marketing /Vertrieb

Nur wenn die radtouristischen Angebote der Region international wie national angemessen und zielgruppengerecht kommuniziert werden, kann die bestehende Nachfrage mittelfristig verstärkt werden.

Auch das Modul Marketing/Vertrieb wird in Kapitel 7 exemplarisch am Beispiel URV Bike-Guide und der zielgruppenorientierten Kommunikation besprochen.



MASSNAHMENPLAN

7 MASSNAHMENPLAN

Ausgehend von den erarbeiteten Projektvorschlägen der regionalen Workshops, den Ergebnissen bzw. Abstimmungen innerhalb der Steuerungsgruppensitzungen sowie den wissenschaftlichen Ableitungen im Rahmen des Projekts werden im Folgenden zwei Schlüsselprojekte sowie fünf Umsetzungsprojekte vorgeschlagen, die für die Weiterentwicklung der Rad-Destination Upper Rhine Valley und die Erreichung der im Projekt gesetzten Ziele von großer Bedeutung sind bzw. eine überregionale Strahlkraft besitzen.

Die Schlüsselprojekte sind aus Sicht der Lenkungsgruppe und des Auftragnehmers für die Weiterentwicklung der Radregion URV unabdingbar, während die Impulsprojekte eine Auswahl von effektiven und realistischen Projekten für die Fortentwicklung des radtouristischen Angebotes darstellen.

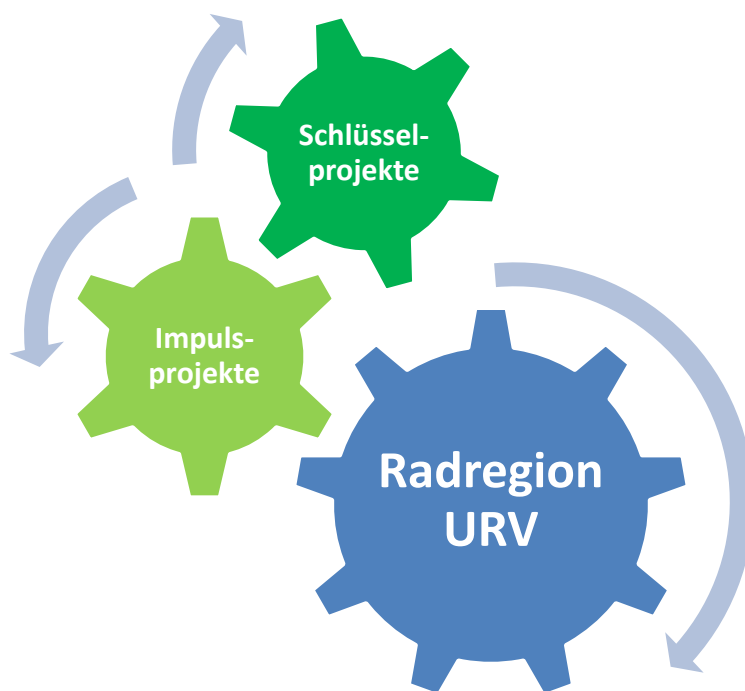


Abbildung 16: Maßnahmenplan Rad Upper Rhine Valley.

7.1 Schlüsselprojekt 1: Arbeitskreis Rad Upper Rhine Valley/Produktmanagement

Hintergrund

Die Sitzungen der Projektsteuerungsgruppe haben gezeigt, dass ein intensiver Austausch zum Thema Radfahren innerhalb des Projektgebiets zu neuen Erkenntnissen und Anregungen führt, die im Rahmen bisheriger Kooperationen nicht erreicht werden konnten. Auch die bisherigen auf allgemeine Tourismusthemen bezogenen Gespräche / Stammtische können diesem Aspekt nicht gerecht werden.

Da von Auftraggeberseite das Thema Radfahren als ein Kernthema im Projektverbund Upper Rhine Valley gesehen wird, stellt sich die Frage, wie dieses Thema nach Projektende weiterbearbeitet und vorangebracht wird.

Ziel

Aus diesem Grunde soll eine international besetzte Arbeitsgruppe innerhalb Upper Rhine Valley installiert werden, die sich vornehmlich dem Thema Radfahren und dessen touristischer Bedeutung im Projektgebiet widmet. Schnittstellen zu anderen touristischen Themen sollen ebenso über diese Arbeitsgruppe angesprochen bzw. verfolgt werden können, ggf. mit der Option den Arbeitskreis zukünftig in einen Arbeitskreis Sporttourismus Upper Rhine Valley zu entwickeln. Mit anderen touristischen Themen sind hier vor allem bewegungsbezogene Themen gemeint, die zum Teil auf die gleiche Infrastruktur zurückgreifen wie radtouristische Angebote.

Zielgruppen

Neben Mitgliedern aus den bestehenden nationalen Tourismusorganisationen bzw. den administrativen Verwaltungseinheiten sollen vor allem auch touristische Dienstleister bzw. Praktiker in den Arbeitskreis eingebunden werden.

Mögliche Zusammensetzung des Arbeitskreis Radsport Upper Rhine Valley

- 1 Person Upper Rhine Valley (Projektträger)
- 1-2 Person pro Teilregion aus Administration und/oder nationaler Tourismusorganisation, insgesamt 6-10 Personen
- 5-8 Praktiker (mindestens je 2 Personen aus Deutschland und Frankreich, wünschenswert mindestens 1 Person aus der Nordwestschweiz)
- 1 Person Wissenschaft (DSHS)
- Gesamt 13-19 Personen

Maßnahmenbeschreibung

Im Zuge des Projekts wurde deutlich, dass ein Gremium nötig ist, die vielfältigen Themen im Bereich Radsport und Upper Rhine Valley in regelmäßigen Zeitabständen zu besprechen. Ähnlich wie in einzelnen Regionen bereits vorhanden (z.B. AK Radsport der Schwarzwald Tourismus GmbH) dient ein solcher Arbeitskreis dem Informationsaustausch und v.a. auch der Steuerung bzw. Begleitung der Umsetzungsphase der hier vorgeschlagenen und entwickelten Projekte bzw. der weiteren Positionierung des Themas Radsport / Radsporttourismus im Upper Rhine Valley.

Für die Fortführung des Projekts bzw. der sich daraus ergebenden Umsetzungsvorschläge ist die Einrichtung dieses Arbeitskreises von hoher Relevanz. Der Aufwand und die Kosten für diese Maßnahme sind überschaubar, da die Arbeitskreismitglieder unentgeltlich an den Sitzungen teilnehmen und (in der Regel) auch die Reisekosten selbst übernehmen. Die Kosten für den Tagungsort könnten inkl. der Bereitstellung von Getränken im Wechsel von den beteiligten administrativen Projektpartnern getragen werden. Außer den überschaubaren Verwaltungskosten innerhalb von Upper Rhine Valley (Rundschreiben, Einladungen, Tischvorlagen, ggf. Anfrage von externen Referenten) fallen keine weiteren Kosten an.

Um die Mitglieder des Arbeitskreises nicht zu überlasten aber trotzdem eine fortlaufende und konsequente Bearbeitung des Themas Radsport innerhalb von Upper Rhine Valley zu gewährleisten, sollten pro Jahr 2-3 Sitzungstermine stattfinden.

Die Festlegung der Mitglieder des Arbeitskreises wird für die Erstberufung durch die Steuerungsgruppe in Abstimmung mit dem Projektträger durchgeführt.

Parallel dazu ist Schaffung einer Personalstelle für die Einrichtung eines Produktmanagers Rad im URV wie im vorigen Kapitel beschrieben von großer Bedeutung. Der hier beschriebene Arbeitskreis würde von dieser Person geleitet werden.

Kosten

Die Kosten für den Arbeitskreis Rad sind gering und werden von den Organisationen getragen, die Mitglieder in den Arbeitskreis entsenden. An Kosten fallen vornehmlich Reise- und Tagungskosten an. Die Administration des Arbeitskreises könnte inhaltlich wie finanziell durch die Geschäftsstelle von URV getragen werden. Die Personalstelle des Produktmanagers ist einerseits essentiell andererseits mit hohen Kosten verbunden. Zur Deckung der Kosten zwischen 30.000 und 50.000 € pro Jahr kommt nur eine Kofinanzierung durch alle beteiligten Organisationen oder eine Fremdfinanzierung durch einen Dritten (EU) in Frage.

Zusammenfassung

Ziele:	Impulsgeber und Vorbereiter für radtouristische Entscheidungen und Entwicklungen
Zielgruppen:	Mitarbeiter im Tourismus, Radexperten, touristische Dienstleister
Vorgehen:	Einberufung des Gremiums noch in 2012
Kosten:	sehr geringe Kosten für URV für den Arbeitskreis, hohe Kosten für den Produktmanager

7.2 Schlüsselprojekt 2: Leitfaden zur qualitativen Angebotsentwicklung

Hintergrund

Neben den im Rahmen dieses Endberichts vorgelegten Ergebnissen der durchgeführten Studie ist es notwendig, einen Qualitätsleitfaden für die Angebots- und Produktentwicklung im Bereich Radtourismus im Upper Rhine Valley zu erstellen, der international bindend für die Entwicklung von neuen oder die Überarbeitung von vorhandenen radtouristischen Angeboten ist. Mit Hilfe dieses Leitfadens hat der Arbeitskreis Rad einheitliche und konkrete Handlungsempfehlungen zur Hand, um das Thema Radtourismus in der Region zukunftsfähig weiterzuentwickeln.

Ziel

Festlegung von internationalen Qualitätskriterien für die Angebots- und Produktentwicklung. Die im Rahmen des Projekts untersuchte Dreiländerregion im Oberrheingebiet will sich unter der touristischen Dachmarke „Upper Rhine Valley“ international vor allem in den Überseemärkten vermarkten. Ein Schwerpunktthema ist dabei der Radtourismus. Die aktuell vorhandenen Angebote sind dabei nur sehr selten grenzüberschreitend ausgerichtet. Um hier Abhilfe zu schaffen, soll für die Region und für alle interessierten Anbieter ein Leitfaden geschaffen werden, der einen Überblick über die Philosophie, den Rahmen für Produkte, die Zielgruppen und die Qualitätskriterien im Upper Rhine Valley gibt.

Zielgruppen

Der Leitfaden richtet sich an alle mit dem Thema Rad im Upper Rhine Valley befassten Personen, also Mitarbeiter im Tourismusbereich, Radexperten oder touristische Dienstleister (Rad). Gleichzeitig werden mit dem Leitfaden auch die politischen Entscheidungsträger angesprochen, für die der Leitfaden eine Grundlage für die Förderung von Projekten darstellen soll.

Maßnahmenbeschreibung

Der Leitfaden soll vor allem für die folgenden Punkte konkret ausgearbeitet werden:

- Definition Zielgruppen
- Festlegung der Produktlinien in Abhängigkeit der Zielgruppen
- Definition der Rahmenbedingungen
- Definition des Produkt- und Qualitätskonzepts
- Entwicklung von Checklisten für die einzelnen Produktlinien und –angebote
- Maßnahmen zur Qualitätssicherung

Nach Abstimmung des Leitfadens im Arbeitskreis Rad URV und den nationalen Gremien stellt er die verbindliche Grundlage für alle weiteren Anstrengungen und Umsetzungen dar. Der Leitfaden ist zweisprachig auszuarbeiten und im Rahmen von Kick-Off-Veranstaltungen allen touristischen Leistungsträgern und Dienstleistern vorzustellen. Die Inhalte sind auch über die entsprechenden Internetplattformen zugänglich zu machen.

Kosten

Die Erstellung des Leitfadens sollte an einen externen Auftragnehmer mit ausgewiesener Kompetenz im Radtourismus und regionalem Hintergrundwissen vergeben werden. Durch die klar definierbaren Inhalte und konkreten Ziele ist der Umfang des Leitfadens vorgegeben. Für die entsprechende Ausarbeitung fallen relativ geringe Honorarkosten an. Theoretisch könnte der Leitfaden auch in Eigenregie erstellt werden, wobei jedoch die vorhandenen personellen und zeitlichen Ressourcen und der Abstimmungsaufwand berücksichtigt werden müssen und eher für eine externe Auftragsvergabe sprechen.

Zusammenfassung

Ziele:	Festlegung von Kriterien zur Angebots- und Produktentwicklung
Zielgruppen:	Mitarbeiter im Tourismus, Radexperten, touristische Dienstleister (Rad), politische Entscheidungsträger
Vorgehen:	externe Beauftragung oder Erstellung durch Arbeitskreis Rad URV
Kosten:	gering, durch externen Auftragnehmer oder ggf. in Eigenregie

7.3 Impulsprojekt 1: Upper Rhine Valley Bike-Guide

Hintergrund

Zur Umsetzung touristischer Radangebote werden qualifizierte und radkompetente Betreuer sowohl im Umgang mit den Gästen als auch bei der Konzeption neuer Angebote benötigt. Bestehende Qualifizierungsmaßnahmen wie zum Beispiel die deutschen, französischen oder schweizerischen Trainerausbildungen erfordern von den Teilnehmern einen großen zeitlichen Aufwand und zielen mehr auf die leistungssportliche Tätigkeit ab. Ausbildungen die den Umgang mit Radgruppen, hier vorwiegend im Freizeit- oder niederschweligen sportlichen Segment zum Inhalt haben, sind in den Ländern nicht am Markt zu finden. Ausnahmen bilden die Bike Instructor Ausbildung der Deutschen Sporthochschule sowie die E-Bike Instructor Ausbildung der Deutschen Sporthochschule. Bei beiden Ausbildungen werden die Teilnehmer gezielt in 16 bis 20 Unterrichtseinheiten mit fachspezifischen Informationen zum Führen von Gruppen versorgt.

Ziel

Mit mehreren dezentralen Ausbildungen in der Projektregion sollen zum einen Personen für die radtouristische Arbeit aus den Zielgebieten gewonnen werden. Zum anderen soll in der Folge dessen die Qualität der Angebote verbessert werden. Ein Netzwerk an freiberuflich Tätigen Bike-Guides stellt einen gewichtigen Stimulus für die Umsetzung und Weiterentwicklung der Angebote dar. Neugründungen von Tourenanbietern und Reiseveranstaltern sind zu erwarten.

Zielgruppen

Als Zielgruppen für die Ausbildung kommen Mitarbeiter im Tourismus, Radfahrer, Radsportler und touristische Dienstleister (Rad) in Frage. Um die Ausbildung für möglichst viele potentielle Interessenten zu öffnen und die Eingangshürde niedrig zu halten, wird auf die Festlegung einer Eingangsqualifikation wie zum Beispiel eine pädagogische Basisqualifikation (Übungsleiter) oder einen aktuellen Erste Hilfe Schein verzichtet. Die Teilnahmebedingungen sollten niederschwellig gestaltet werden, Grundvoraussetzung muss allerdings eine gewisse Sportlichkeit der Teilnehmer und eine Affinität zum Radfahren sein. Ebenso wird auf eine Abschlussprüfung verzichtet, die den zeitlichen Rahmen sprengen würde.

Maßnahmenbeschreibung

Auf Basis des bestehenden Ausbildungskonzepts der DSHS Köln werden über einen Zeitraum von drei Jahren jeweils drei Ausbildungen in der Projektregion angeboten. Eine lediglich einjährige Durchführung der Maßnahmen wird nicht empfohlen, da die Zahl der ausgebildeten Guides zu gering bliebe, um einen nachhaltigen Effekt zu erzielen. Die Ausbildungen werden im ersten Jahr in allen

drei Ländern angeboten und in den darauffolgenden beiden Jahren entsprechend der Nachfrage im ersten Jahr ggf. umgeschichtet bzw. regional stärker konzentriert. Bei neun Ausbildungen mit 10 bis 15 Teilnehmern kann nach drei Jahren auf einen Pool von über 100 URV Bike Guides zurückgegriffen werden, die durch die lokalen und regionalen Tourismusverbände in ihr Netzwerk einbezogen werden müssen.

Kosten

Die Teilnahme an einer URV Bike Guide Ausbildung sollte für die Teilnehmer vom URV oder ihren regionalen Tourismusverbänden subventioniert werden, aber nicht kostenlos sein. Ein Eigenanteil von 50 bis 100 Euro erscheint realistisch und stellt sicher, dass die Teilnehmer ausreichend engagiert und motiviert sind. Mit Gesamtgebühren von 150 bis 200 Euro pro Teilnehmer lässt sich die Ausbildung inklusive Honorar für die Lehrgangsleitung und Getränken für die Teilnehmer finanzieren.

Zusammenfassung

Ziele:	Ausbildung von regionalen Radtourismusexperten/-multiplikatoren
Zielgruppen:	Mitarbeiter im Tourismus, Radfahrer, Radsportler, touristische Dienstleister (Rad)
Vorgehen:	externe Beauftragung, 1. Durchführung in 2013
Kosten:	keine, trägt sich durch Unkostenbeiträge der Teilnehmer

7.4 Impulsprojekt 2: Ost-West-Angebote

Hintergrund

Eine überregionale und koordinierte Vermarktung einzelner Tourismusaspekte im Gesamtgebiet URV findet aktuell noch nicht statt. Dies betrifft nicht nur das Thema Radfahren, sondern alle Themenbereiche. Darüber hinaus sind die meisten Ansätze an regionale bzw. nationale „Grenzen“ gebunden, sodass aktuelle Angebote entweder nur innerhalb einzelner Regionen (z.B. nur im Departement 68 oder nur im Naturpark Südschwarzwald) angeboten werden. Übergeordnete Produkte und Angebote gibt es nur entlang von Nord-Süd-Achsen den Rhein entlang bzw. in den Vogesen und im Schwarzwald.

Ziel

Um einzelne Themenaspekte im Bereich URV zu vermarkten, ist eine zonale Darstellung und Eingrenzung erforderlich. Wie beschrieben findet diese Eingrenzung aktuell überwiegend nur innerhalb einer Region bzw. Nation statt. Sowohl die Projektziele als auch die geografischen

Gegebenheiten legen nahe, diese Strukturen aufzubrechen bzw. zu ergänzen und Wert auf Produkte und Projekte zu legen, die entlang von Ost-West-Achsen ausgerichtet sind.

Ziel ist es, anhand der neuen räumlichen Gliederung den Vernetzungsgedanken im URV voranzutreiben und die bisherige an in der Regel an Ländergrenzen gebundene Aufteilung aufzuheben. Die neue Ost-West-Ausrichtung zwingt die Akteure gewissermaßen dazu, auch grenzüberschreitende Projekte umzusetzen und benachbarte Regionen mit einzubeziehen und somit den Grundgedanken von Upper Rhine Valley vorzubringen.

Mit der Einrichtung dieser räumlichen Gliederung sollen neue grenzüberschreitende Produktentwicklungen initiiert werden.

Zielgruppen

Das Projekt richtet sich an alle mit dem Thema Rad im Upper Rhine Valley befassten Personen, also Mitarbeiter im Tourismusbereich, Radexperten oder touristische Dienstleister (Rad). Vor allem sollen auch Personen angesprochen werden, die im Bereich der Angebots- und Produktentwicklung tätig sind.

Maßnahmenbeschreibung

Das Projektgebiet könnte so von Nord nach Süd in drei Teil-Bereiche gegliedert werden, die immer einen mindestens binationalen Charakter aufweisen. Aus aktueller Sicht wären dabei die Gebietsgrenzen in etwa auf der Höhe Colmar-Freiburg und auf der Höhe Haguenau – Baden-Baden möglich.

Wenn möglich, sollte mit Hilfe einer Anschubfinanzierung durch Upper Rhine Valley ein Projektauftrag gestartet werden, der die touristischen Dienstleister dazu auffordert in Zusammenarbeit mit Partnern innerhalb der jeweiligen Teilbereiche radtouristische Kooperationsprojekte zu installieren.

Diese Gliederung bietet neben dem Thema Radsport natürlich auch für alle anderen Themen innerhalb von Upper Rhine Valley die Möglichkeit, hier den Vernetzungsgedanken umzusetzen.

Um diese neue räumliche Gliederung darzustellen, bietet sich als ein erster Ansatz die Produktion von einheitlichem Kartenmaterial im URV-Gebiet an. Gerade im Außenauftritt ist ein einheitliches Erscheinungsbild von großer Bedeutung. Der Mangel an aktuellen hochwertigen bzw. die Akteure vor Ort zufriedenstellendem Kartenmaterial unterstützt die Dringlichkeit dieses Vorhabens.

Ziel des Projektes soll es sein, eine einheitliche Kartengrundlage für das URV-Gebiet zu entwerfen und dieses anhand der entwickelten Ost-West-Achsen bzw. Blattschnitten auszurichten. Vgl. hierzu auch den Projektvorschlag 7.5 – Impulsprojekt 2: Zielgruppenorientierte Kommunikation.

Im Rahmen dieses Projekts könnte zudem in Zusammenarbeit mit dem parallel laufenden Projekt Demarrage eine direkte Anbindung des Projektgebiets an die Rheinachsen erfolgen, indem in der

gedachten Ost-West-Ausrichtung die wichtigsten Zubringer an den Rhein eingerichtet und ausgeschildert werden.

Kosten

Die grundlegende Arbeit für die Einführung einer neuen räumlichen Gliederung ist überschaubar. Es ist ein Abgrenzungsvorschlag zu erarbeiten und dieser mit den entsprechenden Gremien abzustimmen. Höhere Kosten entstehen erst in der Umsetzung dieser neuen räumlichen Gliederung, z.B. dann für die geplante Kartenerstellung.

Zusammenfassung

Ziele:	Schaffung einer neuen Angebotszonierung
Zielgruppen:	Mitarbeiter im Tourismus, Radexperten, touristische Dienstleister (Rad)
Vorgehen:	Umsetzung durch Arbeitskreis Rad URV, Projektauftrag
Kosten:	gering

7.5 Impulsprojekt 3: Zielgruppenorientierte Kommunikation

Hintergrund

Sporttouristische Produkte im Allgemeinen und Rad-Angebote im Speziellen werden aktuell über Upper Rhine Valley noch nicht vermarktet, sondern sind - falls vorhanden - immer in nationale bzw. regionale Vermarktungsplattformen eingebunden. Es gibt zwar den gemeinsamen Internetauftritt www.upperrhinevalley.com, aber über diese Plattform sind nur themenbezogene Verlinkungen zu den einzelnen Regionen zu finden.

Eine direkte Vermarktung einzelner Themen findet über Upper Rhine Valley aktuell nicht statt, weder über Printprodukte, noch über den Internetauftritt.

Ziel

Ziel ist es, innerhalb von Upper Rhine Valley eine zielgruppenorientierte Kommunikation aufzubauen, die in einem ersten Schritt radtouristische Angebote und Produkte vermarktet. Hierbei sollen die in der Region vorhandenen bzw. zu entwickelnden qualitativ hochwertigen Topprodukte im Vordergrund stehen und nicht der Ansatz einer auf die Gesamtfläche ausgerichteten Darstellung aller radbezogener Produkte verfolgt werden.

Zielgruppen

Alle Gäste und Einwohner der Region Upper Rhine Valley.

Maßnahmenbeschreibung

Sowohl im Printbereich (Broschüre, Flyer, Karten) als auch im Internet sollen die radtouristischen Toppprodukte in Upper Rhine Valley hochwertig präsentiert werden. Hierzu ist im Bereich Internet entweder eine Integration in die bestehende Homepage oder der Aufbau einer eigenen Internetseite mit den sporttouristischen Angeboten in Upper Rhine Valley möglich. Neben der Darstellung der im Rahmen des vorliegenden Projekts entwickelten Rad-Angebote sollten darüber hinaus auch weitere sporttouristische Angebote erstellt und dargestellt werden. Gerade der Aufbau einer gemeinsamen Internetplattform bietet viele zukunftsweisende Möglichkeiten, wozu auch die Integration von hochwertigen Kartenfunktionalitäten und mobilen Seiten bzw. mobilen Anwendungen (Apps) gehören.

Im Printbereich sind neben Broschüren und Flyern vor allem auch einheitliche (Rad-)Kartenwerke zu entwickeln. Ein in Ost-West-Achsen aufgeteilter Zonierungsansatz für die Erstellung der Blattschnitte wurde bereits unter 7.4 dargestellt.

Alle Kommunikationsmaßnahmen sind konsequent auf die durch die Projektsteuerungsgruppe vorgegebenen Zielgruppen ausulegen.

Kosten

Je nach Qualität und Umfang sind für die Umsetzung der genannten Maßnahmen relativ hohe Kosten anzusetzen. Es fallen konzeptionelle Tätigkeiten, Layoutarbeiten, Programmierarbeiten und Druckkosten an. Zudem ist eine mindestens dreisprachige Umsetzung zu gewährleisten.

Zusammenfassung

Ziele:	Erstellung von URV Internetplattform und Printprodukten für das Thema Rad
Zielgruppen:	Gäste, Einwohner
Vorgehen:	externe Beauftragung, Steuerung durch Arbeitskreis Rad URV
Kosten:	hoch

7.6 Impulsprojekt 4: 2-3 Länder Touren

Hintergrund

Die gesamte Region des Upper Rhine Valley lässt sich hervorragend mit dem Rad erschließen. Die unterschiedlichen Landschaften mit ihrer abwechslungsreichen Vegetation und Höhenzonierung machen die Region für Radfahrer hochattraktiv. Allerdings fehlen gegenwärtig noch zielgruppenspezifische Streckenangebote, die eine Rundtour durch zwei oder drei Länder ermöglichen. Der Gast muss in den meisten Fällen verschiedene nationale Angebote kombinieren und diese mit eigenen Zwischenstrecken räumlich verbinden, um seine persönliche URV-Tour zu realisieren.

Ziel

Für die Zielgruppen Rennrad, MTB, Trekking/ E-Bike sollen Mehretappenrundtouren geschaffen werden, die vorzugsweise alle drei Länder verbinden. Als beispielhaft kann die Strecke der von der Firma Hirschsprung organisierten Rennradveranstaltung „Belchen hoch 3“ angesehen werden. Zwar wird die 300 km lange Strecke an einem Tag zurückgelegt, die Strecke als solche ließe sich jedoch auch idealerweise für Wochenendangebote mit zwei Übernachtungen und Strecken in drei Ländern nutzen. Eine Ausdehnung der Strecke auf ca. 500 km ergäbe im Rennradbereich eine Dauer von 4-7 Tagen.

Eine 3-Länderstrecke für Mountainbiker erscheint ebenso interessant und erfolgsversprechend, ist jedoch in der Umsetzung deutlich aufwändiger. Auch für Touristen und Einheimische mit Schutzblechrädern (Radtypen Trekking und E-Bike) stellt eine solche länderübergreifende Rundstrecke eine äußerst attraktive Alternative zu den vorwiegend nationalen Angeboten dar, ließe sich doch auf diese Art und Weise die Heimat vom Rad neu erleben.

Zielgruppen

Als Zielgruppen für die angesprochenen Strecken kommen sowohl Einheimische aus der Region als auch Touristen aus den drei Ländern, Europa und teilweise auch aus Übersee in Frage. Letztlich müssen diese Zielgruppen nach Herkunft noch in die Radsegmente Rennrad, MTB und Trekking/E-Bike untergliedert werden, die jeweils unterschiedliche Strecken benötigen. Prioritär sollte mit einer reinen Asphalt-Variante der Tour begonnen werden, da diese die Zielgruppen Rennrad und Trekking/E-Bike kombiniert.

Maßnahmenbeschreibung

Zunächst müssen in Abhängigkeit von der jeweiligen Zielgruppe die Strecken festgelegt werden. Dies kann in Form von regionalen Arbeitsgruppen geschehen, die die Strecken nach einheitlichen Kriterien

auswählen (siehe 7.2 Qualitätsleitfaden). Die regionalen Arbeitsgruppen werden vom Arbeitskreis Rad des URV gebildet und eingesetzt. Dieser Prozess kann auch über einen Auftragnehmer durchgeführt werden, allerdings sollte auch dieser in Form einer partizipativen Vorgehensweise regionale und lokale Experten integrieren, um ein bestmögliches und zugleich realistisches Streckenangebot zu konzipieren. Eine einheitliche Ausschilderung der Etappen wäre zwar wünschenswert, ist aber nicht notwendig. Über GPS Daten, Kartenmaterial und Roadbooks ist eine Navigation problemlos möglich. Mittelfristig ist eine Kooperation mit einem Verlag und Autor anzustreben, die über das Produkt ein Buch veröffentlichen.

Buchbare Pauschalangebote mit Guidung und Gepäcktransport müssen ebenso erstellt werden wie Übernachtungsverzeichnisse für Individualtouristen. Zielgruppenorientiertes Marketing ist ebenso notwendig für die erfolgreiche Einführung des Produkts am Markt.

Kosten

Die Kosten für dieses Projekt setzen sich im Wesentlichen aus zwei Komponenten zusammen. Zum einen werden die streckenplanerischen und konzeptionellen Arbeitsschritte Kosten verursachen. Zum anderen wird die Erstellung einer Homepage, bzw. eine Printproduktes (Karte) zu finanzieren sein.

Zusammenfassung

Ziele:	Ausweisung attraktiver Strecken für verschiedene Radtypen und Themen
Zielgruppen:	Gäste und Einheimisch
Vorgehen:	Streckenfestlegung, Lenkung, Ausweisung, Definition von Pauschalen, Übernachtungsmöglichkeiten, Marketing, GPS-Tracks, Buch und Karte bei Verlag
Kosten:	mittel

7.7 Impulsprojekt 5: Outdoor Trophy URV / Raid URV

Hintergrund

Die infrastrukturellen Voraussetzungen zum Radtourismus sind in allen drei Ländern auf gutem Niveau ausgebildet. Mit einer breitensportlichen Großveranstaltung in Form einer Outdoor Trophy mit Schwerpunkt Rad, kann das Thema Radtourismus für die URV Region medial sehr effektiv kommuniziert werden. Beispiele für erfolgreiche Veranstaltungen ähnlicher Art sind der Naturathlon in Deutschland (2004) und der jährlich stattfindende Gigathlon in der Schweiz.

Ziel

Als großes, überregionales Jedermann-Event mit einem großen transnationalen wie auch lokalen Bezug soll die Outdoor Trophy vor allem positives Medienecho erzeugen und durch die redaktionelle Berichterstattung in Printmedien, Internet und TV das URV als ideale Radurlaubsregion darstellen. Schwerpunkte dabei sind das Natur- und Kulturerlebnis mit dem Rad. Kulinarik und andere Themenfelder können bei einer solchen Veranstaltung hervorragend eingebunden werden.

Zielgruppen

Die Outdoortrophy richtet sich gleichermaßen an Gäste und Einwohner. Über die Einbindung von Prominenten und Mitmachveranstaltungen für die jeweils lokale Bevölkerung an den Etappenorten erreicht man auch die Medien. Zahlreiche redaktionelle Beiträge in regionalen wie überregionalen Medien werden den gewünschten medialen Effekt erzielen.

Maßnahmenbeschreibung

Über ein trinationales, medial begleitetes Casting werden die Teilnehmer für sogenannte Topteams gesucht. Promiteams mit regionalem Bezug treten ebenfalls bei der Outdoortrophy an und erhöhen das mediale Interesse.

Die Veranstaltung selber sollte zwischen fünf und acht Tagen andauern, zwei Wochenenden beinhalten und neben dem Wettbewerb der bis zu 100 vierköpfigen Teams an jedem Startort ein Mitmachprogramm vorsehen. Das können Volksradfahren, Radrennen oder auch radunabhängige Veranstaltungen sein.

Kosten

Die Kosten für die Durchführung einer Outdoortrophy sind hoch, können jedoch über Sponsoren refinanziert werden. Die Organisation der Veranstaltung muss von einer Eventagentur übernommen werden. Mit einer zweijährigen Planungsphase ist eine Realisierung frühestens 2014 denkbar.

Zusammenfassung

Ziele:	ÖA Projekt, großes Jedermann Event, Highlights der Region, Schwerpunkt Natur- und Kulturerlebnis
Zielgruppen:	Medien, Gäste und Einwohner
Vorgehen:	TN über Casting für Top Teams, Intensive mediale Begleitung
Kosten:	hoch, aber über Sponsoren refinanzierbar, ggf. Projektvergabe an Agentur, etc.



AUSBLICK UND ZUSAMMENFASSUNG

8 ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Trinationale Metropolregion Oberrhein – Upper Rhine Valley: Spitzendestination für den Rad-Tourismus

Der Oberrhein hat das Potential, Spitzendestination für Radfahrer zu werden, so das Ergebnis einer im Oktober 2011 bei der Deutschen Sporthochschule Köln, Institut für Natursport und Ökologie in Auftrag gegebenen Entwicklungsstudie zum Rad-Tourismus. Ziel des von Upper Rhine Valley finanzierten Projekts ist es, die Stärken der Region herauszuarbeiten und zu bündeln und gemeinsam mit radtouristischen Dienstleistern, radbegeisterten Hoteliers und für Radler-Bedürfnisse offene Gastronomen attraktive zielgruppenorientierte Touristikpakete zu entwickeln und an den Markt zu bringen.

Die Studie hat das trinationale Angebot (CH, F, D) an Radwegen, Radkarten und GPS-Daten ausgewertet sowie die Infrastruktur rund um den Radtourismus wie zum Beispiel Hotels mit Spezialisierung auf Radtouristen und Radverleih-Dienste analysiert.

Das Ergebnis: Knapp 600 Rad-Routen mit insgesamt 23.000 Gesamtkilometern bieten gute Grundvoraussetzungen für die grenzüberschreitende Weiterentwicklung der Raddestination Upper Rhine Valley. Dies gilt für unterschiedliche Nutzergruppen wie Rennrad-Begeisterte, Mountainbiker oder radelnde Familien. Entwicklungsfähig ist vor allem die Ausschilderung und Nutzerführung durch moderne Technologien. Bisher stehen beispielsweise am gesamten Oberrhein nur 41% der Radtouren als GPS-Track zur Verfügung. Optimierungsbedarf besteht auch in der mehrsprachigen Gestaltung der Rad-Angebote und der entsprechenden Websites. 430 Radevents pro Jahr in der Region bieten Ansatzpunkte für die künftige grenzüberschreitende Zusammenarbeit.

Im Rahmen von Regionalkonferenzen mit Rad-Touristikern wurden über 30 Ideen für grenzüberschreitende Rad-Angebote geboren, die vom Institut für Natursport und Ökologie bewertet und weiterentwickelt wurden.

Aus den Analyseergebnissen und Projektideen wurde ein Maßnahmenplan erarbeitet, der neben zwei essentiellen Schlüsselprojekten eine Reihe von Impulsprojekten wie zum Beispiel einen URV-Rad Guide oder eine 3 Länder Tour mit dem MTB empfiehlt.

Der neu zu gründende Arbeitskreis Rad wird die weitere Planung der radtouristischen Angebote im URV ab dem Herbst 2012 übernehmen und die Projektideen umsetzen.

Der hier vorliegende Projektbericht wird Ende September 2012 im Rahmen einer Abschlussveranstaltung der Öffentlichkeit und allen Projektbeteiligten vorgestellt. Ziel ist es, mit diesem Bericht den Startschuss für die weitere Entwicklung des Radtourismus im Upper Rhine Valley zu geben. Nach Klärung der politischen und finanziellen Rahmenbedingungen könnte im Rahmen dieser Veranstaltung gleichzeitig der neue Arbeitskreis Rad URV seine konstituierende Sitzung durchführen und somit die Weiterführung der Projektideen vorantreiben.

Eine Umsetzung der ausgearbeiteten Projektideen könnte in grenzüberschreitender Zusammenarbeit aller Interessensvertreter das Upper Rhine Valley zu einer international führenden Rad-Destination entwickeln und gleichzeitig innerhalb der Region für neue Impulse sorgen und ein stärkeres Zusammengehörigkeitsgefühl der beteiligten Regionen bewirken.



ANHANG

9 ANHANG

9.1 Quellenverzeichnis

Allgemeiner Deutsche Fahrradclub: Radreiseanalyse ADFC, 2011: www.adfc.de/radreiseanalyse

Conseil National des professions du cycle Tousavelo: www.tousavelo.fr

Vereinigung der Schweizer Veloimporteure Velosuisse: www.velosuisse.ch

Zweirad-Industrieverband ZIV: www.ziv-zweirad.de

9.2 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Projektsteuerungsgruppe Rad-Destination Upper Rhine Valley	8
Tabelle 2: Teilnehmer an der Regionalkonferenz in Straßburg	8
Tabelle 3: Teilnehmer an der Regionalkonferenz in Freiburg	9
Tabelle 4: Verkaufs- und Bestandszahlen Rad in D, F und CH im Jahr 2010 (Quellen: ZIV, velosuisse und tousavelo).	12
Tabelle 5: Räumliche Gliederung des Untersuchungsgebiets in Teilregionen für die Bestandsanalyse. Flächengröße und Höhenunterschiede.	17
Tabelle 6: Tourenangebot – Anzahl der erfassten Touren.....	19
Tabelle 7: Tourenangebot – Länge der erfassten Touren.	21
Tabelle 8: GPS Tourenangebot – Anzahl der erfassten Touren.	22
Tabelle 9: GPS Tourenangebot – Länge der erfassten Touren.....	23
Tabelle 10: Schwierigkeitszuweisung – Anzahl und Länge der erfassten Touren.....	27
Tabelle 11: Mehrsprachigkeit der Tourenangebote.	30
Tabelle 12: Radverleih.	32
Tabelle 13: Kommerzielle Tourenangebote.	34
Tabelle 14: Herkunft der Touranbieter.	34
Tabelle 15: Wettbewerbe / Events.....	36
Tabelle 16: Ankünfte, Nächtigungen und Übernachtungen 2010 (Quelle: Tourisme Alsace).	38
Tabelle 17: Herkunft der Gäste (in %).	39
Tabelle 18: Bücher / Fahrradreiseführer und Radkarten.	41
Tabelle 19: Projektvorschläge der regionalen Workshops – Strukturprojekte (F=Familien, G/K=Genuss und Kultur, S=Sport).	50
Tabelle 20: Projektvorschläge der regionalen Workshops – Produktentwicklungen (F=Familien, G/K=Genuss und Kultur, S=Sport).....	52

9.3 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Projektablaufplan „Rad-Destination Upper Rhine Valley“	10
Abbildung 2: Prozentuale Anteile der verkauften Radtypen in Deutschland, Frankreich und der Schweiz an der Gesamtstückzahl im Jahr 2010. Zusammenfassung von Untertypen in den nationalen Quellen. (CH: Kinderräder unter 24 Zoll sind nicht berücksichtigt. - Quellen: ZIV, velosuisse und tousavleo).....	13
Abbildung 3: Vorgehensweise Bestandsanalyse.	16
Abbildung 4: Untersuchungsgebiet Upper Rhine Valley und Abgrenzung der Teilregionen.	18
Abbildung 5: Tourenangebot – Anzahl der erfassten Touren.	20
Abbildung 6: GPS Tourenangebot – Anzahl der erfassten Touren.....	24
Abbildung 7: GPS Tourenangebot – Lage der zum Download angebotenen GPS-Tracks.	25
Abbildung 8: Schwierigkeitszuweisung – Anzahl der erfassten Touren.....	28
Abbildung 9: Schwierigkeitszuweisung getrennt nach Zielgruppen - Anzahl der erfassten Touren.....	29
Abbildung 10: Mehrsprachigkeit der Tourenangebote. D = deutsch, F = französisch, E = englisch.	31
Abbildung 11: Radverleih.	33
Abbildung 12: Kommerzielle Tourenangebote.	35
Abbildung 13: Radsportbezogene Wettbewerbe und Events.....	37
Abbildung 14: Touristische Übernachtungen und Herkunft der Gäste im Projektgebiet Upper Rhine Valley 2010 (Datenquelle: Tourisme Alsace).	40
Abbildung 15: Handlungskonzept Rad Upper Rhine Valley.	62

