Bike-Region Hunsrück-Nahe

Radtourismuskonzept

© Vincent Dommer

BTE Tourismus- und Regionalberatung

www.bte-tourismus.de

Bike-Region Hunsrück-Nahe

Radtourismuskonzept

an

Projektmanagement „Bike-Region Hunsrück-Nahe“

Hunsrück-Touristik GmbH
Gebäude 663
D-55483 Hahn-Flughafen

Tel. 06543 – 50 77 05

Naheland-Touristik GmbH
Bahnhofstraße 37
55606 Kirn

Tel. 06752 – 13 76 10

Diese Publikation wird im Rahmen des Entwicklungsprogramms EULLE unter Beteiligung der Europäischen Union und des Landes Rheinland-Pfalz, vertreten durch das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz gefördert.

EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete.

B T E Tourismus- und Regionalberatung

Neue Golden Ross Kaserne
Mombacher Straße 68
D-55122 Mainz

Tel. +49 (0)6131 – 63 67 553
Fax +49 (0)511 - 70 13 2 - 99

mainz@bte-tourismus.de

www.bte-tourismus.de

Mainz/Hannover, März 2022

Inhalt

1 Hintergrund 1
1.1 Warum ein Radtourismuskonzept für die Bike-Region? 2
1.2 Erfolgsfaktoren von Radregionen – und was sie für die Bike-Region bedeuten 4
2 Zielgruppen der Bike-Region Hunsrück-Nahe 5
2.1 TourenradfahrerInnen 5
2.2 MountainbikerInnen 6
2.3 RennradfahrerInnen 8
2.4 GravelbikerInnen 9
3 Strategischer Ansatz der Bike-Region Hunsrück-Nahe 12
4 Kriterien zur Bewertung der Routen 15
4.1 Kriterienset Tourenrad 17
4.2 Kriterienset Mountainbike 18
4.3 Kriterienset Rennrad 20
4.4 Kriterienset Gravel 21
5 Organisation innerhalb der Bike-Region Hunsrück-Nahe 22
5.1 Koordinierungsstelle Bike-Region Hunsrück-Nahe 22
5.2 Wartung und Pflege innerhalb der Bike-Region 23
5.3 Nutzung von Online-Portalen 25

Abbildungen

Abb. 1 Segmentierungsansatz nach Art des Fahrrads 3
Abb. 2 Erfolgsfaktoren von Radregionen 4
Abb. 3 Merkmale von Radurlaubern und -ausflüglern 5
Abb. 4 Bedürfnisse von TourenradfahrerInnen 6
Abb. 5 Merkmale von MountainbikerInnen 7
Abb. 6 Merkmale von RennradfahrerInnen 8
Abb. 7 Merkmale von GravelbikerInnen 10
Abb. 8 Bestehendes Streckenangebot (ohne Qualitätsbewertung) 13
Abb. 9 Erlebnispyramide für RadfahrerInnen 15
Abb. 10 Grundsätzliches Aufgabenset einer Radregion 22
Abb. 11 Nutzung von Apps 25

1 Hintergrund

Die touristischen Regionen Hunsrück und Nahe bieten mit ihren Geländeformen im Radtourismus beste Voraussetzungen für unterschiedliche Zielgruppen. Um das vorhandene Potenzial optimal auszuschöpfen, wurde das **LEADER-Projekt Bike-Region Hunsrück-Nahe** initiiert, das bei der Hunsrück-Touristik GmbH und der Naheland-Touristik GmbH angesiedelt und im Februar 2021 gestartet ist. Ziel des gesamten Projektes ist es, ein **zielgruppenspezifisches, gebietsübergreifendes Streckenangebot** und eine **zukunftsfähige Marketingstrategie** unter der gemeinsamen Dachmarke Bike-Region zu entwickeln.

Neben den bereits gut etablierten Wandermarken Saar-Hunsrück-Steig, Soonwaldsteig, Traumschleifen und Vitaltouren wollen sich beide Regionen künftig auch zu einer **gefragten Destination für RadfahrerInnen**, egal ob MountainbikerIn, TourenradlerIn, GravelbikerIn oder RennradfahrerIn, entwickeln. Mit einem qualitativ hochwertigen Streckennetz für verschiedene Zielgruppen sollen weitere **touristische Impulse** gesetzt und die **Lebensqualität vor Ort** gesteigert werden.

Dabei sind in den Regionen beispielsweise mit dem Hunsrück- und Nahe-Radweg sowie den Flowtrails Stromberg oder dem Mountainbike-Trailpark Erbeskopf schon **viele Angebote** vorhanden. Diese Angebote gilt es in einem ersten Schritt einer **kritischen Bestandsanalyse** zu unterziehen, um ihre Qualität und Zielgruppeneignung zu bewerten. Anschließend müssen die **Optimierung bestehender Routen** für die Bedürfnisse der Zielgruppen und die **Entwicklung neuer Strecken** im Vordergrund stehen. Um die Qualität der Infrastruktur, ein zielgerichtetes, zukunftsfähiges Marketing unter einer gemeinsamen Dachmarke und eine verlässliche Informationsquelle für interessierte Radler zu gewährleisten, wurde mit dem LEADER-Projekt eine **zentrale Koordinations- und Informationsstelle** geschaffen, die bis Projektende Mitte 2023 finanziert ist. Wichtiges Anliegen der Koordinierungsstelle ist es auch, **bestehende Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe** mit ihren Angeboten mit **einzubinden** und gleichzeitig Anreize für neue Betriebe und Zertifizierungen zu fahrradfreundlichen Unterkünften (z. B. Bett+Bike des ADFC) zu schaffen. Nur so kann sich die Bike-Region als fahrradfreundliche Destination positionieren.

Das vorliegende Radtourismuskonzept schafft die **strategische Grundlage** für die Entwicklung der Bike-Region Hunsrück-Nahe. Das Konzept wurde in weiteren Teilen von den KollegInnen der Bike-Region Hunsrück-Nahe erarbeitet und durch die BTE Tourismus- und Regionalberatung weiterentwickelt. Die Kernergebnisse wurden in einer gemeinsamen Sitzung mit dem **Projektbeirat der Bike-Region**, u. a. bestehend aus VertreterInnen von **Forst**, **Naturschutz**, Landesbetrieb Mobilität (**LBM**) sowie aus **Landkreisen und Kommunen** rückgekoppelt und diskutiert. Auch im weiteren Projektverlauf ist ein regelmäßiger Austausch mit diesen Partnern im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung des Angebotes wichtig.

Mit Aussagen zu Zielgruppen und deren Bedürfnissen (Kap. 2), dem Aufzeigen eines strategischen Ansatzes zur Entwicklung der Gesamtregion unter dem Aspekt der Fahrradfreundlichkeit (Kap. 3), der Entwicklung von Kriteriensets für die Bewertung der Routen (Kap. 4) und Hinweisen zur Organisation innerhalb der Bike-Region (Kap. 5) werden

wichtige Aspekte der konzeptionellen Ausrichtung festgeschrieben und dienen als Richtschur für kommende Aktivitäten.

1.1 Warum ein Radtourismuskonzept für die Bike-Region?

Es gibt viele Gründe, warum die Bike-Region Hunsrück-Nahe sich künftig im Bereich des Radtourismus stärker positionieren sollte. Allerdings gibt es auch einige Aspekte, die es bei einer Entwicklung hin zur Radregion zu bedenken gilt. Die wichtigsten Fakten werden nachfolgend zusammengefasst:

#1: Radfahren ist ein Volumenmarkt

Radtourismus ist kein Nischenthema, sondern durch ein stetig wachsendes Volumen sowie einem beachtlichen Marktanteil gekennzeichnet. Laut ADFC/Travelbike-Radreiseanalyse 2021[1] fahren **78 % der Deutschen** gelegentlich oder regelmäßig Fahrrad. Diese Aussage manifestiert sich in **464 Mio. Tagesausflügen**, die im Jahr 2021 in der Freizeit mit dem Rad unternommen wurden und weiteren **64 Mio. Radausflügen während des Urlaubs**. Das heißt: **Das Potenzial ist groß**!

#2: Radtourismus bringt Umsätze

Mit einem **Bruttoumsatz von 3,9 Mrd. EUR**[2] (im Jahr 2009[3]) sorgt der Radtourismus für beachtliche Umsätze vor Ort. Die Umsätze werden dabei von **unterschiedlichen Profiteuren** erzielt: Neben Gastronomie- (45,6 % Anteil am Gesamtumsatz) und Beherbergungsbetrieben (17,1 %) profitieren auch sonstige Einzelhändler (13,3 %), Lebensmittelgeschäfte (11,6 %) sowie Freizeit- und Unterhaltungseinrichtungen (5,8 %).

#3: Corona hat die positive Entwicklung weiter befeuert

Wenngleich die Anzahl der unternommenen Radreisen im Jahr 2020 aufgrund des temporären Beherbergungsverbotes zurück ging, ist es wahrscheinlich, dass Corona die positive Entwicklung langfristig weiter befeuert. In Befragungen zum künftigen Reiseverhalten rangieren **Natur- und Aktiverlebnisse** stets weit oben; im Vergleich zu der Zeit vor Corona hat das **Interesse an Radurlaub zugenommen.**[4] Insgesamt gibt mehr als die Hälfte (55 %) der Befragten der Radreiseanalyse 2021 an, das Rad aufgrund von Corona häufiger zu nutzen, immerhin 11 % haben 2020 erstmals einen Tagesausflug mit dem Rad unternommen.[5] Zudem beachtlich: Laut Zweirad-Industrie-Verbandes e. V. (ZIV) wurden im Jahr 2020 **43 % mehr E-Bikes und 17 % mehr Fahrräder als 2019** verkauft.[6]

---

1 ADFC/Travelbike 2021: Radreiseanalyse 2021.

2 BMWI 2009: Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus in Deutschland; Daten: dwif 2005-2007; Europäische Reiseversicherung und DZT 2008.

3 Aktuellere Daten liegen nicht vor.

4 dwif Corona Kompass 2021: Diverse Studien.

5 ADFC/Travelbike 2021: Radreiseanalyse 2021.

6 ZIV 2021: Marktdatenpräsentation 2021.

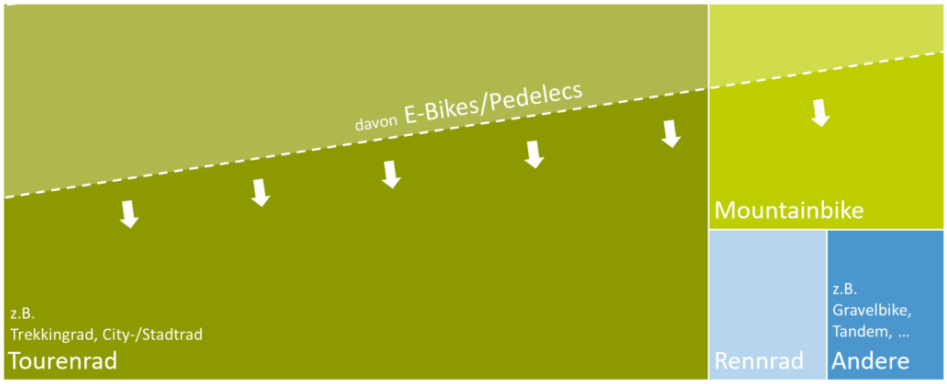
#4: Radtourist ist nicht gleich Radtourist

Bei der Betrachtung des Segments des Radtourismus gilt es zu beachten, dass nicht von ***dem*** einen Radtouristen gesprochen werden kann, sondern eine **genaue Abgrenzung der relevanten Zielgruppen** erforderlich ist. Diese unterscheiden sich nicht nur anhand ihrer **soziodemographischen Merkmale**, sondern haben v. a. sehr **eigene Bedürfnisse und Ansprüche** an die Routen sowie das Begleitangebot.

#5: Tourenrad stellt den Großteil der Räder

Ein Segmentierungsansatz nach Art des Fahrrads unterscheidet üblicherweise den Volumenmarkt **Tourenrad** (Trekkingrad, Cityrad, All-Terrain-Bike) von den **Spezialisten** auf dem **Mountainbike**, **Rennrad** oder **sonstigen Rädern** (Gravelbikes, Liegeräder o. Ä.). Die in der Abbildung dargestellte Verteilung basiert auf der Art des Reiserads laut Radreiseanalyse 2021[7], wobei deutlich wird, dass weiterhin die Tourenräder überwiegen. Auffällig ist, der wachsende Anteil E-Bikes – sowohl im Tourenrad- als auch im Mountainbike-Bereich.

Abb. 1 Segmentierungsansatz nach Art des Fahrrads



© BTE 2021 nach ADFC/Travelbike 2021: Radreiseanalyse 2021.

#6: E-Bike-Boom setzt einen Trend

Aufwind erfuhr der Radtourismus durch den E-Bike-Trend. Nach Angaben des ZIV für das Jahr 2020 sind die Verkaufszahlen **in den vergangenen 10 Jahren um 810 % gestiegen**. Im Jahr 2021 waren von 5 Mio. verkauften Rädern 2 Mio. E-Bikes. Damit sind **fast 39 %** der 2020 verkauften Räder mit einem Elektromotor ausgestattet.[8] Etwa **jede dritte Radreise** sowie **jeder dritte Radausflug** wurde mit einem E-Bike durchgeführt[9]. Gerade für die Entwicklung des Radtourismus ist der **E-Bike-Trend von Bedeutung**, da Steigungen und Gegenwind leichter bewältigt werden können und Fahrspaß auch bei ungleich trainierten Paaren/Gruppen möglich ist. Damit steigen auch die **Ansprüche an Radwege** in Bezug auf die Oberflächenqualität und Kurvenradien.

---

7 ADFC/Travelbike 2021: Radreiseanalyse 2021.

8 ZIV 2021: Marktdatenpräsentation 2021.

9 ADFC/Travelbike 2021: Radreiseanalyse 2021.

#7: Der Markt ist hart umkämpft

Jährlich erfasst die Radreiseanalyse die Top 10 der beliebtesten Radregionen in Deutschland. Im Jahr 2020 erhielten diese zehn Destinationen insgesamt 30 % aller Nennungen. Das heißt im Umkehrschluss: Die übrigen **70 %** verteilen sich auf die **übrigen 116 Radregionen** in Deutschland. Die Konkurrenz ist groß – und sie schläft nicht.

1.2 Erfolgsfaktoren von Radregionen – und was sie für die Bike-Region bedeuten

Um sich als Region auf dem hart umkämpften, aber lohnenswerten Markt zu positionieren, lassen sich vier allgemeingültige Erfolgsfaktoren ableiten.

Abb. 2 Erfolgsfaktoren von Radregionen

© BTE 2021

Die Erfolgsfaktoren dienen im weiteren Verlauf als **Gliederung der Konzeption**. In den einzelnen Kapiteln wird darauf eingegangen, wie die Bike-Region Hunsrück-Nahe sich mit Blick auf die genannten Faktoren ausrichten kann und welche Aspekte es zu berücksichtigen gilt. Dabei fokussiert jedes der folgenden Kapitel auf einen Erfolgsfaktor:

- Kap. 2 stellt die **Zielgruppen** der Bike-Region Hunsrück-Nahe in den Mittelpunkt und fasst wesentliche Erkenntnisse, die wichtigsten Zahlen, Daten und Fakten sowie ihre **Bedürfnisse** zusammen.
- Kap. 3 zeigt einen **strategischen Ansatz** auf, der dazu beitragen soll, die gesamte **Region** Hunsrück-Nahe als fahrradfreundlich zu positionieren.
- Kap. 4 verdeutlicht, was eine **hohe Qualität im Radtourismus** – hier fokussiert auf die Routen – für die einzelnen Zielgruppen bedeutet und übersetzt deren Bedürfnisse in Kriterien, anhand derer sich die Routen bewerten lassen.
- Kap. 5 geht abschließend auf einige ausgewählte Aspekte ein, die zu einer **Professionalität in Marketing und Organisation** beitragen. Hierzu zählen Aussagen zur Koordinierungsstelle Bike-Region Hunsrück-Nahe, zu Wartung und Unterhaltung sowie zur Darstellung in gängigen Online-Portalen.

2 Zielgruppen der Bike-Region Hunsrück-Nahe

Ein Erfolgsfaktor von Radreiseregionen ist eine Zielgruppenorientierung bei Infrastrukturen, Angeboten und Produkten. Mit der Bike-Region Hunsrück-Nahe lassen sich aufgrund des bereits vorhandenen Angebotes, der Topographie sowie anderen räumlichen Gegebenheiten **vier Zielgruppen** ansprechen, auf deren Besonderheiten, Merkmale und Ansprüche im Folgenden näher eingegangen wird.

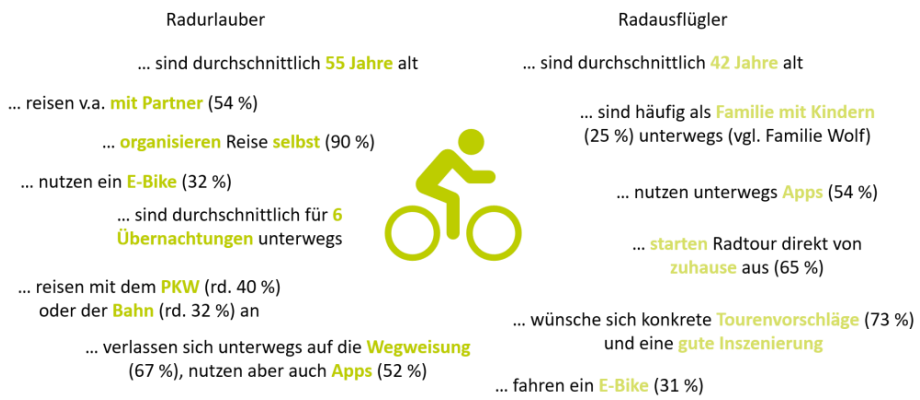
2.1 TourenradfahrerInnen

TourenradfahrerInnen[10] lassen sich grundsätzlich unterscheiden in **Radausflügler**, die im Urlaub oder in ihrer Freizeit einen Tagesausflug auf dem Rad unternehmen und **Radreisende**, deren Hauptmotiv im Urlaub das Radfahren ist. Die Radreisenden wiederum teilen sich auf in

- **StreckenradfahrerInnen**, die eine Radtour mit wechselnden Unterkünften fahren. Dies betrifft den **Großteil** der Radurlauber (65 %), wobei **durchschnittlich 7 Etappen** von je **70 km** durchschnittlicher Länge gefahren werden. Bevorzugt übernachten StreckenradfahrerInnen in **Hotels, Pensionen oder auf Campingplätzen**.
- **RegioradlerInnen** fahren **Sterntouren** von einer festen Unterkunft aus. Dieser Gruppe lassen sich **35 %** der Radurlauber zuordnen, wobei der Anteil in den vergangenen Jahren **stetig gewachsen** ist. Im Durchschnitt fahren sie an **6 Tagen** im Urlaub Fahrrad mit einer Etappenlänge von durchschnittlich **57 km**. Die bevorzugten Unterkunftsformen sind **Hotels, Ferienwohnungen und Campingplätze**.

Die Bike-Region Hunsrück-Nahe legt einen Fokus auf die sog. **„GenussradlerInnen“**, zu denen sowohl RadausflüglerInnen als auch RegioradlerInnen zählen. Das Landschaftserlebnis sowie das „draußen sein“ überwiegt hier vor dem sportlichen Aspekt des Radfahrens.

Abb. 3 Merkmale von Radurlaubern und -ausflüglern



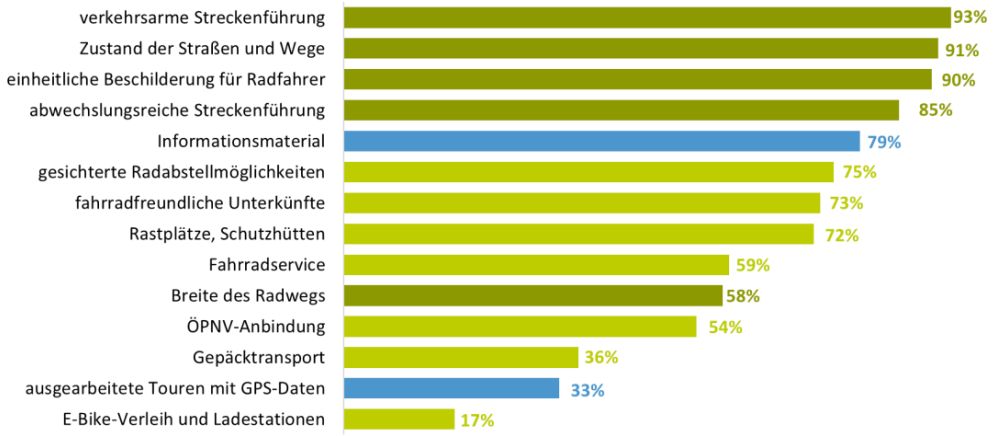
© BTE 2021 nach ADFC/Travelbike 2021: Radreiseanalyse 2021.

[10] Soweit nicht anders gekennzeichnet basieren die genannten Daten und Fakten auf der ADFC/Travelbike Radreiseanalyse 2021.

Bedürfnisse

Die nachfolgende Abbildung fasst die wichtigsten Aspekte beim Radurlaub bzw. -ausflug von TourenradfahrerInnen zusammen. Dunkelgrüne Balken beziehen sich auf die Qualität von Radwegen und Streckenführung, hellgrüne Balken auf ergänzende Angebote, blaue Markierungen betreffen Aspekte des Marketings. Auffallend ist, dass sich die vier Top-Nennungen ausnahmslos auf **die Qualität der Radwege sowie die Streckenführung** beziehen. Neben einer verkehrsarmen und abwechslungsreichen Streckenführung legen RadfahrerInnen großen Wert auf einen guten Zustand von Straßen und Wegen sowie eine einheitliche Beschilderung. Mit jeweils ca. ¾ aller Nennungen werden gesicherte Radabstellanlagen, fahrradfreundliche Unterkünfte und Rastplätze – also ergänzende Angebote – benannt.

Abb. 4 Bedürfnisse von TourenradfahrerInnen



© BTE 2019: Wichtige Aspekte beim Radurlaub bzw. -ausflug;
Daten: Trendscope 2012: Radreisen der Deutschen; n=1.023; Mehrfachnennung möglich

2.2 MountainbikerInnen

Mountainbiken galt lange als Nischensport, hat sich aber nun, rund 40 Jahre nach Erfindung, in der Mitte der Gesellschaft etabliert: Alleine innerhalb der vergangenen fünf Jahre ist die Zahl der MountainbikerInnen in Deutschland um etwa eine Million gestiegen: Waren es 2017 noch rund 15 Mio., wurden 2021 bereits 16 Mio. registriert. Mehr als 22 % der Deutschen ab 14 Jahren sind mindestens „ab und zu“ auf dem Bike unterwegs. Kurz: Es gibt **mehr BikerInnen als Fußballspielende** – ein häufig unterschätztes Marktvolumen.[11]

Zu beachten ist, dass MountainbikerInnen keine homogene Gruppe bilden.

- Größtes Marktvolumen[12] (rd. 82 %) bilden die Zielgruppen **Touren-MTB** (23 %) und **All-Mountain/Enduro (AMEN)** (60 %). Diese Zielgruppen nutzen gerne **beschilderte**

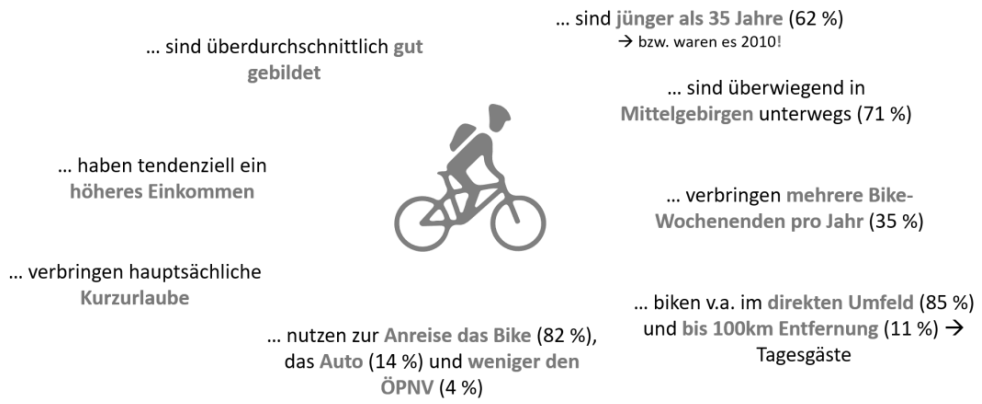
[11] Statista 2021

[12] MTB Monitor 2018

Strecken- und Trailnetze, wünschen sich eine **Willkommenskultur in der Destination** und fahren gerne in **Trailcenter- und Trailparks** (AMEN). Generell werden **Single-Trails** (mit kleineren baulichen Elementen) bevorzugt, Hauptmotiv ist, neben der Bewegung, das Naturerleben (80 %).[13] Gerade diese Zielgruppen sorgen für eine Verankerung des Sports in der gesellschaftlichen Mitte. Die Zunahme der E-MTBs hat weiter dazu beigetragen. Mountainbiken wird zunehmend zu einem Familienhobby in der Natur.

- Die Gruppe der **FreeriderInnen** und **DownhillerInnen/DirtbikerInnen** ist mit rd. 10 % des MTB Marktes eher eine Nische (häufig kein Tourismus, sondern Einheimische auf lokal bekanntem Terrain).

Abb. 5 Merkmale von MountainbikerInnen



© BTE 2021 nach DIMB 2010: Großer Bikerumfrage 2010

Bedürfnisse

Die Bedürfnisse der MountainbikerInnen sind analog zu den Zielgruppen nicht vollständig homogen. Für die **Zielgruppen Touren-MTB und AMEN**, bei denen das Naturerlebnis und die Bewegung an der frischen Luft im Vordergrund steht, ist ein **vielfältiges und möglichst abwechslungsreiches Streckennetz** gewünscht, wobei im Bereich **AMEN** der **Trailanteil höher** liegen sollte als für die Touren-MTBlerInnen (vgl. Kap. 4.2).

Für die **FreeriderInnen und DownhillerInnen/DirtbikerInnen** sind dagegen vor allem **Parkanlagen** interessant, die ein Liftangebot und verschiedene, technisch orientiere Lines und Trails bereithalten. **Wenngleich mit dem Trailpark Erbeskopf ein entsprechendes Angebot vorhanden ist, werden sie nicht als Hauptzielgruppe für die Bike-Region behandelt.**

Da die meisten MountainbikerInnen der Zielgruppe Touren-MTB und AMEN hauptsächlich **Kurzurlaube** verbringen und **von einem festen Ausgangsort starten**, empfiehlt sich die **Schaffung von Einstiegsorten**, von denen ein vielfältiges und abwechslungsreiches Tourenangebot ausgeht. Diese Einstiegsorte sollten entsprechende begleitende Infrastruktur bereithalten. Dazu gehören **Informationsangebote zum Routennetz** wie

[13] DAV-Umfrage 2019

Übersichtstafeln und die Bereitstellung von GPX-Tracks, **Bikeshops** für die Beschaffung von Ersatzteilen und Merchandise-Produkten, **Gastronomieangebote**, **Bike-Schulen oder Angebote durch Tourenguides** (die über die Bikeshops vermittelt werden können). Diese Einstiegsorte sind zeitgleich Orte zum Austausch und zum Vernetzen. Für die leicht sportlicher orientierte Zielgruppe **AMEN** können zusätzlich verschiedene **Challenges** angeboten werden, beispielsweise zum Tempo, mit der eine Trailabfahrt genommen wird.

Für beide Anspruchsgruppen sind **bikefreundliche Unterkünfte** gewünscht. Wichtig ist hier, auch ein **sicherer Unterbringungsor**t für die meist teuren Fahrräder und ein Ort, um die von den Trails häufig **verschmutzen Räder (grob) reinigen** zu können.

2.3 RennradfahrerInnen

Rennradtourismus ist noch immer ein **recht neues Segment** im Deutschlandtourismus. Wenngleich das Interesse der Gäste zunehmend steigt, gibt es noch immer ein überschaubares Angebot. Um sich mit einem Angebot zu etablieren, gilt es dennoch eine **hohe Qualität** zu bieten, da die Ansprüche speziell und die Konkurrenz im europäischen und internationalen Markt groß sind.

Rennradtouristen unterscheiden sich deutlich in ihrem **persönlichen Leistungsniveau** und den damit verbundenen **Ansprüchen an das Angebot**. Dennoch lassen sich einige grundsätzliche Merkmale festhalten:

Abb. 6 Merkmale von RennradfahrerInnen

© BTE 2021 nach ADFC (2018): Leitfaden für rennradtouristische Produkt- und Angebotsentwicklung

Bedürfnisse[14]

Rennradtouristen gelten als **überdurchschnittlich anspruchsvoll, gesundheitsbewusst sowie fitness- und leistungsorientiert**. Dies hat Auswirkungen auf das Angebot: Sie übernachten bevorzugt in **Hotels**, i. d. R. im **3- bis 4-Sterne-Bereich**, wobei ein Trend zu höherer Qualität und sportorientiertem Service erkennbar ist. Angebote wie **Sauna oder**

[14] Soweit nicht anders gekennzeichnet basieren die Informationen auf dem ADFC-Leitfaden für rennradtouristische Produkt- und Angebotsentwicklung (2018)

Massagen werden als Ergänzung gerne angenommen. Neben der komfortablen Unterkunft spielt auch **gutes, gesundes Essen** eine wichtige Rolle: naturbelassene, frische Lebensmittel, gerne auch mit einem vegetarischen oder veganen Angebot sind gerne gesehen.

Die **Hauptreisemotive sind Training und längere Ausfahrten**, d. h. Rennradtouristen verbringen täglich **rund fünf Stunden** auf dem Rennrad. Für einen guten Trainingseffekt sind **Steigungen**, am liebsten in einem regelmäßigen Wechsel zwischen auf und ab, explizit gewünscht. Aber auch eine **landschaftlich attraktive Streckenführung** ist ein Muss. **Das Interesse an kulturellen Sehenswürdigkeiten** in der Region ist dahingegen **vergleichsweise gering**.

Optimale Bedingungen haben RennradfahrerInnen auf **langen, übersichtlichen, glatt asphaltieren Wegen/Straßen** mit möglichst **wenig Autoverkehr**; eine trassengleiche Führung mit Rad- oder Wanderwegen sollte jedoch vermieden werden. **Spezielle Wegweisung** für Rennradtouristen ist **verzichtbar,** da sie sich i. d. R. gut anhand der **Kfz-Wegweisung, Karten oder per GPS** orientieren. Die RennradfahrerInnen sind in der Regel schon mit wenigen Tourenvorschlägen zufrieden, die eine geeignete Mischung für die jeweiligen sportlichen Anforderungen bieten: d. h. unterschiedliche Streckenlängen und Höhenmeter, verschiedene Trainingsarten etc.

Zur Erweiterung des rennradtouristischen Angebotes tragen **geführte Touren** bei, bei denen ein Guide die Planung übernimmt und Service und Sicherheit bietet. Zudem dient der **Guide** als Botschafter der Region und sollte daher auch die regionalen Besonderheiten kennen und die wichtigsten Fakten zu touristischen Highlights beherrschen. Richtige **Radsportcoachings** – gerne mit (ehemaligen) Profis – richten sich an leistungsorientierte FahrerInnen. Wenn das Wetter gar nicht mitspielt, freuen sich Rennradtouristen über regionale **Fitnessstudios** mit spezialisierten **Indoor-Cycling-Programmen**. Lange Passstrecken sind für die meisten RennradfahrerInnen ein besonderes Highlight: **Kilometerschilder, Höhenangaben und Bodenmarkierungen** helfen, sich die Strecke optimal einteilen zu können. Wenngleich Rennradtouristen i. d. R. ihre eigenen Räder dabeihaben, sind im Hinblick auf die Zusammenarbeit mit Testcentern und Radsportgeschäften oder professionellen Anbietern auch **Mieträder** ein willkommenes Angebot (z. B. als Schnupperangebot für potenzielle Rennradtouristen oder als Praxistest für einen Neukauf).

2.4 GravelbikerInnen

In der jüngsten Zeit sind gerade GravelbikerInnen stark in den Fokus der medialen Aufmerksamkeit gerückt. In den USA hat sich der Trend zu den rennradähnlichen Fahrradrahmen mit mountainbikeähnlicher Bereifung um 2015 entwickelt. Gravelbikes sind **geländegängige, sportliche Räder** die aktuell auch in Europa und Deutschland **immer beliebter** werden.

Laut einer Umfrage des Granfondo Magazins stieg der Anteil von Gravelbikes im Besitz der Teilnehmenden von 31 % im Jahr 2018 auf **46,5 %** im Jahr 2020. Über die Hälfte der Befragten (56 %) hat zudem vor, sich in den nächsten ein bis zwei Jahren ein Gravelbike

zu kaufen. Damit sind Gravelbikes im Jahr 2020 die **Bikesparte, mit den stärksten Zuwächsen** gewesen.[15] Vor allem der **breite Einsatzbereich** der Räder wird geschätzt (54 %).

Abb. 7 Merkmale von GravelbikerInnen

© BTE 2021 nach Gran Fondo 2019, Komoot 2021, Komoot 2020

Bedürfnisse

GravelbikerInnen suchen *das Besondere*, sprich Angebote, die sich von der breiten Masse abheben. Da sie sehr digitalaffin sind, informieren sie sich im Vorfeld der Reise meist im Internet über Routen und Begleitinfrastruktur. Wichtig ist entsprechend die **digitale Aufbereitung, Sichtbarkeit und Bereitstellung von Informationen sowie der Angebote** der Bike-Region. Diese Informationen sollten **vor Ort** durch **Informationsangebote zum Routennetz,** wie Übersichtstafeln und die Bereitstellung von GPX-Tracks, an Einstiegspunkten fortgeführt und ergänzt werden.

Viele GravelbikerInnen fahren längere Strecken und übernachten dabei an verschiedenen Orten. Sie reisen häufig als Bikepacking-TouristInnen, haben nur wenig Ausrüstung dabei und campen bevorzugt, nutzen aber auch Hotels und Pensionen. Dabei nehmen sie auch gerne **besondere Beherbergungsmöglichkeiten** an, wie Schlaffässer oder Bauwagen, wobei z. B. das Bereitstellen von Bettwäsche und Handtüchern ein willkommenes Angebot ist. Als Kurzurlauber, die verschiedene Touren von einem Ausgangsort erkunden, übernachten GravelerInnen gerne in **Hotels oder Pensionen** mit individueller Note.

Auch **das kulinarische Angebot sollte dem Zeitgeist** entsprechen: Gute Cafés (Interesse an Kaffee in Umfragen sehr hoch) und Restaurants mit vegetarischem und veganem Angebot, die ggf. auch Lunchpakete für Ausfahrten zur Verfügung stellen. Darüber hinaus sind **Verpflegungsmöglichkeiten entlang der Routen** wichtig. Hier genügen Bäcker, Kioske oder Cafés – wichtig ist, dass auch während der meist langen Ausfahrten der GravelbikerInnen Angebote für Snackpausen entlang der Routen vorhanden sind.

[15] ZIV 2021: Marktdatenpräsentation 2021.

Graveln ist in Deutschland noch eine recht junge Sportart, nicht jeder Interessierte besitzt (schon) ein eigenes Gravelbike. Um die Zielgruppe für das Angebot der Bike-Region zu erweitern, sollten in den Erlebnisorten auch **Leihräder** zur Verfügung gestellt werden.

GravelbikerInnen sind außerdem **Community-orientiert**. Gemeinsame Ausfahrten und Challenges, beispielsweise zum Sammeln einer bestimmten Kilometer- oder Höhenmeteranzahl, werden über Apps wie Komoot kommuniziert und über einen bestimmten Zeitraum mit- und gegeneinander ausgetragen.

Aber auch wenn die Zielgruppe gerne sportlich fährt, **Hauptmotiv** ist der **Aufenthalt in der Natur**. Gegenüber dem Mountainbikesport werden neben **naturnahen Trails** (ohne Elemente) auch **Forststraßen (Schotter)** und kleine **Asphaltabschnitte** auf **längeren Touren** (meist 30-100 km) gerne akzeptiert. **Höhenmeter und bewegtes Gelände** sind gewünscht. Damit ist diese Gruppe relativ **„anspruchsarm“ im Bereich Routenführung und Belagsqualität**. Auch eine spezifische Beschilderung der Routen ist aktuell auch nicht gefordert, da die Orientierung hauptsächlich über GPX-Tracks vorgenommen wird.

3 Strategischer Ansatz der Bike-Region Hunsrück-Nahe

In den vergangenen Jahren haben sich viele Regionen auf den Weg gemacht, sich stärker im Fahrradtourismus zu positionieren. Hierzu zählt auch eine fahrrad- bzw. radfahrerInnenfreundliche Ausrichtung der Gesamtregion, wozu mehr als das reine Vorhandensein von Routen- und Tourenangeboten gehört. Einen guten Überblick über die Anforderungen, die radfahrende Gäste an Regionen stellen, geben die Zertifizierungskriterien des ADFC, der seit einigen Jahren neben Radwegen auch sog. RadReiseRegionen auszeichnet:

Exkurs: Zertifizierungskriterien von ADFC RadReiseRegionen[16]

Grundsätzlich kann jede klar abgegrenzte touristische Destination, die regionale Routen vermarktet und fahrradfreundliche Übernachtungsorte inklusive entsprechender touristischer Infrastruktur bereithält, die Qualifizierung als ADFC RadReiseRegion anstreben. Darüber hinaus gibt es verschiedene Kriterien, die für den Zertifizierungsprozess erfüllt werden müssen. Neben der klaren Abgrenzung der Destination, gibt es folgende **Grundanforderungen**:

- maximale Größe der Destination von 10.000 km^2
- die Destination bildet eine touristische Marke inkl. zentralem Produktmanagement und einheitlicher Marketingkonzeption
- die Destination ist durch die nächsthöhere Ebene anerkannt
- für die Gäste bestehen verschiedenste Kontaktmöglichkeiten zu Verantwortlichen der Region
- es bestehen mindestens 3 Übernachtungsorte
- es bestehen mindestens 10 regionale Routen aus der Vermarktung zur Auszeichnung als Premiumtouren
- Benennung eines oder einer Qualitätsbeauftragten (jährliche Befahrung, Aktualisierung der Daten, Erstellung von Dokumentationen, Koordination, Abstimmung von Routenänderungen und Optimierungsmaßnahmen)

Darüber hinaus gelten einige **Pflichtkriterien**, mit Anforderungen an das Radwegenetz, die regionalen Routen zur Zertifizierung als Premiumtouren, die Übernachtungsorte und die Destination selbst. Der Prozess folgt klar definierten Bewertungskriterien.

Fahrradfreundliche Positionierung der Bike-Region Hunsrück-Nahe

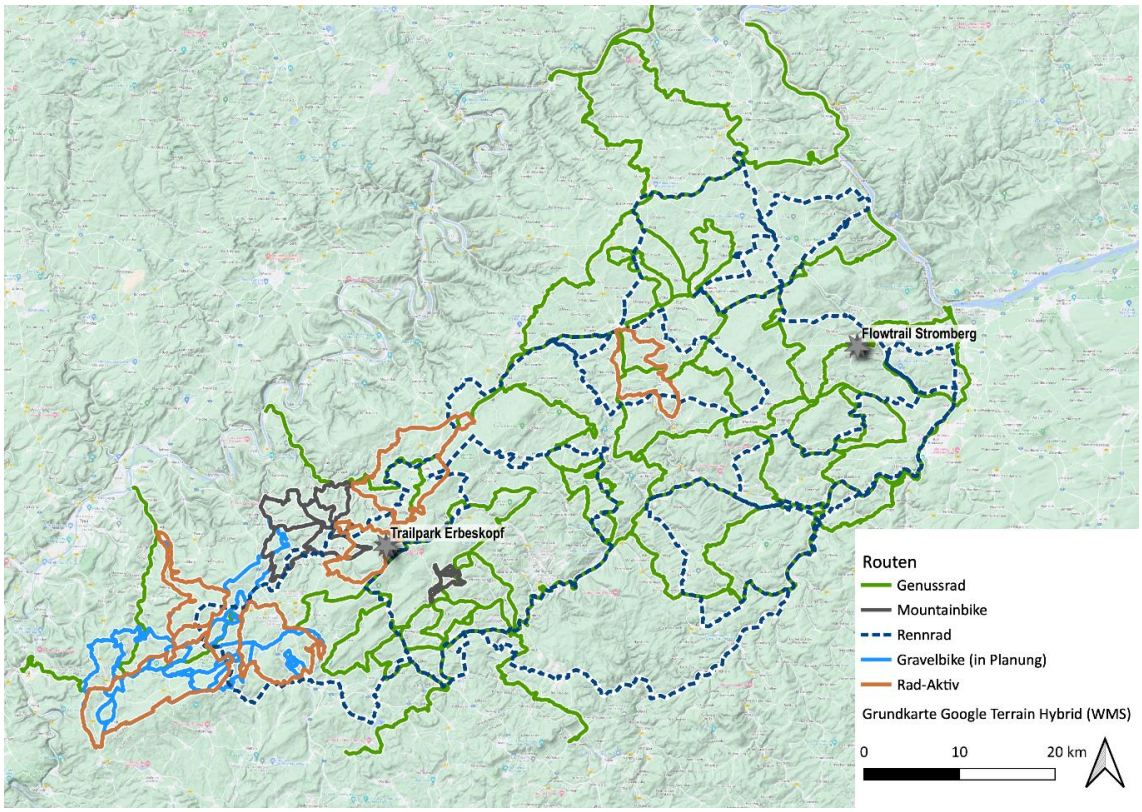
Bei der Ansprache von vier Zielgruppen auf relativ großem Raum, empfiehlt sich für die Bike-Region Hunsrück-Nahe das Denken in sog. **Bike-Erlebnisräumen bzw. Bike-Erlebnisorten** je Zielgruppe. Denn: Nicht überall im Hunsrück oder an der Nahe müssen für jede Zielgruppe Angebote vorgehalten werden. Vielmehr ist es sinnvoll, jeweils Räume- bzw. Orte zu definieren, die **für ausgewählte Zielgruppen der optimale Ausgangspunkt** für einen Radurlaub bzw. -ausflug in der Region sind. Diese Räume- bzw. Orte müssen demnach

[16] Weitere Informationen werden vom ADFC hier zur Verfügung gestellt https://www.adfc.de/fileadmin/user_upload/Kriterien_ADFC-RadReiseRegionen__ab_2022_.pdf.

entsprechende Angebote vorhalten, um die Bedürfnisse der Zielgruppen zu erfüllen. Aufgrund der räumlichen Gegebenheiten in der Bike-Region und dem unterschiedlichen Landschaftsbild im Hunsrück und im Naheland, ist eine Verteilung der Räume und Orte wünschenswert.

Abb. 8 zeigt das aktuell bestehende Streckenangebot in der Bike-Region Hunsrück-Nahe, unterschieden nach Zielgruppenfokus. Die dargestellten Routen zeigen ausschließlich das vorhandene Angebot, ohne, dass eine Bewertung der Qualität der Routen oder eine Einschätzung nach Zielgruppeneignung vorgenommen wurde. Neben den vier Zielgruppen werden darüber hinaus die vorhandenen Rad-Aktiv-Routen in der Region dargestellt, für die sich – je nach Gegebenheit der Route – eine Umwidmung in z. B. Gravelbike-Routen empfiehlt. Die Grafik soll helfen, einen ersten Überblick darüber zu bekommen, wo Bike-Erlebnisräume bzw. -orte perspektivisch denkbar wären.

Abb. 8 Bestehendes Streckenangebot (ohne Qualitätsbewertung)



© BTE 2021; Hinweis: Es handelt sich um eine reine Darstellung des vorhandenen Angebotes (basierend auf der Zuarbeit der Koordinierungsstelle), ohne, dass bislang eine Bewertung der einzelnen Routen nach Qualität oder Zielgruppeneignung stattgefunden hat.

Kriterien für Bike-Erlebnisräume bzw. -orte

Bike-Erlebnisräume bzw. -orte sollen neben dem **Anschluss an mindestens 2 zielgruppenspezifische Routen** auch eine gewisse Begleitinfrastruktur sowie gewisse Angebote vorhalten. Die genaue Art und Ausgestaltung dieser ist dabei jeweils abhängig von der Zielgruppe, die dieser Erlebnisraum bzw. -ort adressiert. Es empfiehlt sich, Kriterien zu

definieren, die von den Räumen bzw. Orten zu erfüllen sind und diese in Mindest- und Zusatzkriterien zu unterscheiden. Hierzu gehören:

Mindestkriterien

- ✓ Vorhanden sein von **Übernachtungsbetrieben**
  - ✓ für GenussradfahrerInnen: bevorzugt Hotel, FeWo, Camping
  - ✓ für MountainbikerInnen: bevorzugt Hotel/Pension 3-4 Sterne
  - ✓ für RennradfahrerInnen: bevorzugt in Hotel/Pension 3-4 Sterne
  - ✓ für GravelbikerInnen: bevorzugt passende, „hippe“ Unterkünfte
- ✓ Vorhanden sein von **Gastronomiebetrieben**
  - ✓ Für GenussradfahrerInnen: bevorzugt regionale Küche
  - ✓ Für RennradfahrerInnen: bevorzugt gesunde Küche, gerne auch vegetarisch oder vegan
  - ✓ Für GravelbikerInnen: bevorzugt zeitgemäße Gastronomie, gute Cafés
- ✓ Vorhandensein einer **Tourist-Info** (bevorzugt mit i-Marke)
- ✓ Vorhanden sein von **Radservice-Infrastruktur** (z. B. Reparaturservice mit oder ohne Personal)

Zusatzkriterien

- ✓ **Anbindung an den ÖPNV** mit Bahn oder Bus (inkl. Fahrradmitnahme)
- ✓ Vorhandensein **ergänzender Radangebote** (z. B. Fahrradverleih, „Testcenter“ (zum Ausprobieren spezifischer Fahrräder), organisierte Trainingsausfahrten etc.)
  - ✓ Für GenussradfahrerInnen: Fahrradverleih, Pauschalangebote, …
  - ✓ Für MountainbikerInnen: geführte Touren durch geschulte Guides, Techniktrainings, …
  - ✓ Für RennradfahrerInnen: organisierte Trainingsausfahrten, Wellness- und Indoor-Sportangebote (für Schlechtwetter), Testcenter, Qualifizierte Guides, Ernährungs- und Technikcoaches
  - ✓ Für GravelbikerInnen: Testcenter, Gruppenevents und gemeinsame Ausfahrten

4 Kriterien zur Bewertung der Routen

Kapitel 2 hat die unterschiedlichen Zielgruppen mit ihren Merkmalen und Bedürfnissen beschrieben. Die dort aufgezeigten Unterschiede machen es notwendig, auch bei der Bewertung des Angebotes stets eine Unterscheidung zwischen Genussrad, Mountainbike, Rennrad und Gravelbike zu treffen.

Bedürfnisse der RadfahrerInnen als Grundlage der Kriterien

Grundsätzlich lassen sich die Bedürfnisse von RadfahrerInnen gut anhand der sog. „Bedürfnispyramide der RadfahrerInnen“ beschreiben. Diese zeigt auf, dass es unterschiedliche Arten von Qualität gibt, die aufeinander aufbauen: Während die Basisqualität die Grundlage und absolute Notwendigkeit aus Gästesicht ist, bauen die regionsspezifische und die Erlebnisqualität darauf auf. Konkret zählen in die einzelnen Bereiche u. a. folgende Aspekte:

- **Basisqualität:** U. a. Wegequalität, Routenführung, Orientierungsmöglichkeit, Vorhandensein von Gastronomie und Beherbergungsangeboten etc.
- **Regionsspezifische Qualität:** Erschließung und Einbindung wichtiger lokaler Sehenswürdigkeiten, Themen oder anderer POIs.
- **Erlebnisqualität:** Gezielte Inszenierung und Aufarbeitung der Landschaft, von wichtigen lokalen Sehenswürdigkeiten, Themen oder POIs, die die Radtour zu einer einmaligen Erfahrung werden lassen; besondere Angebote und Erlebnisse, die im Kopf bleiben.

Abb. 9 Erlebnispyramide für RadfahrerInnen

© BTE 2019

Bei Betrachtung der Bedürfnisse der Zielgruppen im Einzelnen, wird jedoch deutlich, dass bspw. GenussradlerInnen und RennradfahrerInnen eine andere Vorstellung davon haben, was eine gute Basis- oder Erlebnisqualität ausmacht: Während MountainbikerInnen am liebsten auf Trails unterwegs sind, schätzen GenussradlerInnen eine gute, asphaltierte oder wassergebundene Oberfläche. RennradfahrerInnen orientierten sich i. d. R. mit GPS oder anhand der PKW-Beschilderung, für GenussradlerInnen ist eine gute lückenlose Beschilderung unabdingbar. Das Beispiel zeigt: Es ist nicht möglich, ein Kriterienset zu entwickeln, dass für alle Zielgruppen passt. Vielmehr müssen **für jede Zielgruppe unterschiedliche Kriteriensets** entwickelt werden, die sich **in den Bereichen Basis- und Erlebnisqualität voneinander unterscheiden**. Die regionsspezifische Qualität (d. h. attraktive Landschaft, attraktive touristische Angebote) ist für alle Zielgruppen mehr oder weniger gleich.

Dabei erfolgt eine zweistufige Gliederung in **Mindest- und Zusatzkriterien**. Während Mindestkriterien von den Routen erfüllt werden müssen, um **perspektivisch in der offiziellen Vermarktung der Bike-Region Hunsrück-Nahe** Berücksichtigung zu finden, führt eine Erfüllung der Zusatzkriterien (perspektivisch) dazu, als Premium-Produkt innerhalb der Bike-Region vermarktet werden zu können.

Grundsätzliche Kriterienbereiche je Route

Um trotz aller Unterschiedlichkeit eine Stringenz bei der Kriterienerstellung gewährleisten zu können, gibt es einige grundsätzliche Kriterienbereiche, die sich bei allen Zielgruppen wiederfinden:

<u>Mindestkriterien</u>

- **Routenbeschaffenheit:** Länge | Höhenmeter | Art der Route
- **Erreichbarkeit:** Anbindung an PKW (Parkplatz) | Anbindung an ÖPNV (Bahn, Bus; Fahrradmitnahme)
- **Radwegequalität:** Routenführung[17] & KFZ-Verkehrsbelastung | Wegequalität (= Befahrbarkeit & Oberfläche) | Wegweisung[18]
- **Touristische Infrastruktur:** Unterkünfte | Gastronomie | Tourist-Info (mit i-Marke) | Einbindung von POIs & Ortschaften durch Routenführung
- **Fahrradspezifische Infrastruktur:** Fahrradabstellanlagen | Fahrradboxen | Radstation | Schutzhütte | Rastplatz

[17] Grundsätzlich gilt es, wie auch in den Hinweisen zur wegweisenden Beschilderung für den Radverkehr in Rheinland-Pfalz (HBR) verankert, bei der Routenplanung die spezifischen Belange der Land- und Forstwirtschaft, der Wasserwirtschaft und des Naturschutzes entsprechend der gesetzlichen Vorgaben berücksichtigt werden. Die entsprechenden Behörden sind (v.a. bei Neuplanungen) frühzeitig in den Abstimmungsprozess einzubeziehen. Die aktive Lenkung des Radfahrers über z. B. Wirtschafts- du Forstwege (bzw. sonstige andere Wege) ist immer im Einvernehmen mit den jeweiligen Eigentümern möglich. Soweit bei den Wegen durch StVO-Zeichen eine Einschränkung vorliegt, bedarf es immer einer Freigabe für den Radverkehr, die durch die jeweilig zuständige Verkehrsbehörde vorzunehmen ist.

[18] Für die Beschilderungsplanung und spätere Unterhaltung (Verkehrssicherungspflicht; siehe Kap. 5.2) ist der rechtliche Status / Baulastträgerschaft der Radwegeverbindung zu prüfen.

Zusatzkriterien

- **Erlebbarkeit:** thematische Aufladung der Route | Umsetzung des Themas

Die einzelnen erarbeiteten Kriteriensets werden nachfolgend dargestellt. Diese müssen zur konkreten Anwendung in einen Katalog überführt werden.

4.1 Kriterienset Tourenrad

Fokus RadwandererIn

Mindestkriterien

- ✓ **Eindeutiger Name**
- ✓ **mind. 2 Etappen** (gerne mehr) von **rund 70 km/Etappe,** max. ca. **400 Höhenmeter**[19]
- ✓ **Parkplatz** in Nähe der Route an offiziellen Etappenorten
- ✓ **Gute Radwegequalität**
  - ✓ Attraktive Routenführung & geringe KFZ-Verkehrsbelastung
  - ✓ Gute Wegequalität, d. h. gute Befahrbarkeit und gute Oberfläche
  - ✓ Durchgehende Wegweisung nach HBR
- ✓ **Übernachtungsmöglichkeiten** mind. an offiziellen Etappenorten auch für eine Nacht
- ✓ **Einkehrmöglichkeiten/Verpflegungsmöglichkeiten** mind. an offiziellen Etappenorten
- ✓ **Touristische Attraktivität** d. h. natürliche oder kulturelle POIs, Einbindung von (attraktiven) Orten
- ✓ **Fahrradspezifische Infrastruktur** wie Rastplatz, Schutzhütte, Fahrradabstellanlage …

Zusatzkriterien

- ✓ **Erlebbarkeit der Route** durch besondere Inszenierung o. ä.
- ✓ **buchbare Bikeangebote** → hier: Pauschalangebote

[19] Eine „Obergrenze“ mit Blick auf Höhenmeter ist stark abhängig vom individuellen Empfinden und aufgrund der starken Verbreitung von E-Bikes teilweise zu vernachlässigen (bei guter Kommunikation).

Fokus GenussradfahrerIn

Mindestkriterien

- ✓ **Eindeutiger Name**
- ✓ Insgesamt **30-75 km** Länge, max. ca. **400 Höhenmeter**[20]
- ✓ **Rundtour** oder **Streckentour mit guter ÖPNV-Anbindung** (max. 1x Umstieg, Angebot der Fahrradmitnahme)
- ✓ **Zentraler Startpunkt** mit Parkplatz
- ✓ **Gute Radwegequalität**
  - ✓ Attraktive Routenführung & geringe KFZ-Verkehrsbelastung
  - ✓ Gute Wegequalität, d. h. gute Befahrbarkeit und gute Oberfläche
  - ✓ Durchgehende Wegweisung nach HBR
- ✓ **Einkehrmöglichkeiten/Verpflegungsmöglichkeiten**
- ✓ **Touristische Attraktivität** d. h. natürliche oder kulturelle POIs, Einbindung von (attraktiven) Orten
- ✓ **Fahrradspezifische Infrastruktur** wie Rastplatz, Schutzhütte, Fahrradabstellanlage …

Zusatzkriterien

- ✓ **Erlebbarkeit der Route** durch besondere Inszenierung o. ä.
- ✓ **Anbindung an Tourenrad-Erlebnisort**

4.2 Kriterienset Mountainbike

Fokus Tour

Mindestkriterien

- ✓ **Eindeutiger Name**
- ✓ Mindestens **25 km Länge**
- ✓ **Zentraler Startpunkt** mit Parkmöglichkeit
- ✓ **Nachhaltige Streckenplanung** in Abstimmung mit **Forst und Naturschutz**
- ✓ **Gute Radwegequalität**
  - ✓ Mindestens 25 % Trailanteil
  - ✓ Wegweisung nach reduzierter MTB-HBR, ergänzt durch Angaben zu Tour und Streckeneigenschaften (siehe Exkurs)
- ✓ **Verpflegungsmöglichkeiten**, bevorzugt Einkehrmöglichkeiten

[20] Eine „Obergrenze“ mit Blick auf Höhenmeter ist stark abhängig vom individuellen Empfinden und aufgrund der starken Verbreitung von E-Bikes teilweise zu vernachlässigen (bei guter Kommunikation).

- ✓ **Touristische Attraktivität** d. h. natürliche oder kulturelle POIs, Einbindung von (attraktiven) Orten
- ✓ **Fahrradspezifische Infrastruktur** wie Rastplatz, Schutzhütte …

Zusatzkriterien

- ✓ **Lage in Mountainbike-Erlebnisraum**

Fokus AMEN

Mindestkriterien

- ✓ **Eindeutiger Name**
- ✓ Mehrere Möglichkeiten zu **verschiedenen Traileinstiegen** an einem Ort, Routennetz
- ✓ **Zentraler Startpunkt** mit Parkmöglichkeit
- ✓ **Nachhaltige Streckenplanung** in Abstimmung mit **Forst und Naturschutz**
- ✓ **Gute Radwegequalität**
  - ✓ Mindestens 30 % Trailanteil, für verschiedene fahrtechnische Anforderungen (Verteilung im Verhältnis bspw. 1 blau, 2 rot, 1 schwarz)
  - ✓ Wegweisung nach reduzierter MTB-HBR, ergänzt durch Angaben zu Tour und Streckeneigenschaften (siehe Exkurs)
- ✓ **Verpflegungsmöglichkeiten**, bevorzugt Einkehrmöglichkeiten
- ✓ **Touristische Attraktivität** d. h. natürliche oder kulturelle POIs
- ✓ **Fahrradspezifische Infrastruktur** wie Rastplatz, Schutzhütte …

Zusatzkriterien

- ✓ **Lage in Mountainbike-Erlebnisraum**
- ✓ Anbieten von **Challenges an Trails** (bspw. Über *STRAVA* Segmente)

Exkurs: Mountainbike-Beschilderung

Aktuell gibt es in Deutschland noch keine einheitliche, standardisierte Wegweisung für das Mountainbiking, beispielsweise analog der Mountainbikewegweisung der Schweiz oder der FGSV/HBR-Wegweisung für TourenfahrerInnen in Deutschland. Allerdings gibt es unter den verschiedenen Ausweisungsvarianten sich stetig wiederholende Elemente wie Routennummer oder -name, Zielangabe, Entfernung, Höhenmeter und Schwierigkeit (gerade bei hohem Trailanteil).

Das **Mountainbike Tourismusforum** arbeitet zurzeit an einem **Vorschlag, für eine deutschlandweite Standardisierung**. Dieser basiert auf einem **Baukastensystem**: In der Kopfzeile wird das jeweilige Destinationslogo eingefügt, das Hauptfeld enthält Informationen zu Routennummer, Richtungspfeil, Höhenprofil und den Sachbestand, dass es sich um eine MTB-Route handelt. Dieser Wegweiser kann modular mit Hilfe von

Einschubplaketten ergänzt werden, die Informationen zu POIs, Leistungsträgern oder Infrastruktur liefern. So wird ein kompakter Wegweiser angestrebt, der individuell angepasst werden kann.

In **Rheinland-Pfalz** gilt als Maßgabe für die Routenausweisung die **HBR-Mountainbike**. Eine Ausschilderung nach diesem Standard ist offiziell Grundlage für den Bezug von Fördermitteln im Zusammenhang mit der jeweiligen, auszuweisenden Route. Die HBR bietet vier verschiedene Wegweiservarianten an:

- einen **Pfeilwegweiser**, optisch und inhaltlich angelehnt an der FGSV-Wegweisung für RadfahrerInnen
- einen **Kurzpfeilwegweiser** MTB mit Routenlogo, welcher ohne Zielangaben auskommt
- einen **Zwischenwegweiser**, der wie der Pfeilwegweiser optisch und inhaltlich an den FGSV-Standard angelehnt ist
- sowie eine **Wegemarke**, die an ein Markierungszeichen aus dem Wandersegment erinnert und zusätzlich zum Zwischenwegweiser oder im Nachgang an unübersichtlichen Wegesituationen genutzt werden kann. Sie können aber auch – analog den Zwischenwegweisern – im Streckenverlauf zur Bestätigung der Route eingesetzt werden.

Wann welcher Wegweisungstyp genutzt wird, bleibt je nach Einsatzort individuell abzuwägen.

Damit wirkt das HBR-System aus Sicht der Verfasser etwas unübersichtlich in der praktischen Anwendung. Vor allem für Routen mit hohem Trailanteil oder Rundkurse ist der Einsatz von Pfeilwegweisern nicht zu empfehlen, da häufig keine Zielorte angesteuert werden. Auch gibt die HBR keinen Aufschluss über Anspruch und Höhenprofil einer Route. Bei Verwendung empfiehlt sich, diese Informationen über Info-Tafeln an den Routeneinstiegen ergänzend zur Verfügung zu stellen.

Eine (Neu-)Planung der **Beschilderung** sollte stets **in enger Abstimmung mit dem Projektbüro Bike-Region Hunsrück-Nahe und dem LBM** erfolgen.

4.3 Kriterienset Rennrad

Mindestkriterien

- ✓ ca. **40-140 Kilometer** (40-70 km ½-Tour, 100-140 km Tagestour), **300-2000 Höhenmeter**
- ✓ **Zentraler Startpunkt** mit Parkmöglichkeit
- ✓ **Gute Radwegequalität**
  - ✓ Attraktive Routenführung mit Steigungen und Abfahrten
  - ✓ Vermeidung trassengleicher Führung mit Rad-/Wanderwegen (abh. von Nutzerdruck)
  - ✓ Geringe KFZ-Verkehrsbelastung auf klassifizierten Straßen
  - ✓ Sehr (!) gute Wegequalität, d. h. gute Befahrbarkeit und gute Oberfläche

- ✓ Keine Beschilderung notwendig, zentrale Übersichtskarten an „Einstiegspunkten“/Rennrad-Erlebnisorten wünschenswert
- ✓ **Verpflegungsmöglichkeiten**, bevorzugt Einkehrmöglichkeiten
- ✓ **Touristische Attraktivität** v. a. natürliche; seltener kulturelle POIs

Zusatzkriterien

- ✓ **Anbindung an Rennrad-Erlebnisort**
- ✓ **Anbieten von Challenges an Steigungen/Pässen** (z. B. über *STRAVA* Segmente)
- ✓ **Beschilderung von Pässen/Anstiegen** mit „Meilensteinen“

4.4 Kriterienset Gravel

Mindestkriterien

- ✓ **30-80 Kilometer**, **300-1300 Höhenmeter (pro Route/Etappe)**
- ✓ **Zentraler Startpunkt** mit Parkmöglichkeit
- ✓ **Nachhaltige Streckenplanung** in Abstimmung mit **Forst und Naturschutz**
- ✓ **Gute Radwegequalität**
  - ✓ Attraktive Routenführung mit Steigungen und Abfahrten
  - ✓ Mischung aus unbefestigten Wegen (z.B. wassergebundene Wege, Waldwege, erdgeschobene Wege), einfachen Trails und Asphalt (auch Straße)
  - ✓ Keine dezidierte Beschilderung notwendig; wenn auf vorhandenen Trails geroutet wird, ist der MTB-Beschilderung zu folgen; zentrale Übersichtskarten an „Einstiegspunkten“/Gravel-Erlebenisorten-/räumen wünschenswert
- ✓ **Verpflegungsmöglichkeiten**, bevorzugt Einkehrmöglichkeiten
- ✓ **Touristische Attraktivität** v. a. natürliche, seltener kulturelle POIs

Zusatzkriterien

- ✓ Lage in **Gravelbike-Erlebnisraum**
- ✓ **Anbieten von Challenges** an Steigungen/Pässen (bspw. Über *STRAVA* Segmente)

5 Organisation innerhalb der Bike-Region Hunsrück-Nahe

Eine hohe Professionalität bei Organisation und Marketing gilt als vierter Erfolgsfaktor für Radreiseregionen. Im Folgenden wird näher auf ausgewählte Aspekte eingegangen.

5.1 Koordinierungsstelle Bike-Region Hunsrück-Nahe

Seit Anfang 2021 gibt es erstmals eine **bis 06/2023 befristete**, über LEADER-Mittel finanzierte Koordinierungsstelle für die Bike-Region Hunsrück-Nahe. In dieser Zeit können viele Projekte und Maßnahmen angestoßen werden, danach bedarf es einer **dauerhaft gesicherten, fördermittel-unabhängigen Finanzierung** der Stelle.

Aufgaben der Koordinierungsstelle

Gemäß dem Leitsatz **„Den Aufgaben folgen die Finanzen“** müssen in einem ersten Schritt die Aufgaben der Koordinierungsstelle geklärt werden. Nachfolgende Abbildung stellt den grundsätzlich denkbaren, aber nicht im Detail auf die Bike-Region Hunsrück-Nahe zugeschnittenen, Aufgabenkatalog dar. Es gilt kritisch zu prüfen – und bestenfalls gemeinsam mit den beteiligten Akteuren zu diskutieren – welche Aufgabe die Koordinierungsstelle der Bike-Region künftig übernehmen soll – und welche nicht. Im Ergebnis bedarf es einer Entscheidung

- welche Aufgaben **nicht von der Koordinierungsstelle**, sondern einem anderen Träger übernommen werden können. Hierfür ist ggf. eine Unterteilung in „Muss“- und „Kann-“ Aufgaben hilfreich.
- ob die gewünschten Aufgaben mit den **Personalressourcen** von derzeit 1,0 VZÄ leistbar sind, oder ob ggf. eine weitere Stelle (in zu klärendem Stellenumfang) nötig wäre.

Abb. 10 Grundsätzliches Aufgabenset einer Radregion

© BTE 2022

Exkurs: Weiteres Vorgehen zur Entwicklung eines Modells für Organisation und Finanzierung

Es lassen sich einige grundlegende Aspekte festhalten, die – im Anschluss an eine finale Klärung der Aufgaben der Koordinierungsstelle – zu klären sind:

- Aufbauend auf den Aufgaben und dem Volumen der Aufgaben gilt es die benötigten Personalressourcen zu klären. Darauf aufbauend können die **Personalkosten** (in Abhängigkeit von der entsprechenden Eingruppierung nach TVöD) ermittelt werden.
- Neben den Personalkosten müssen **die Sach- und Marketingkosten** ermittelt werden. Hier gibt es in der Regel ein „von bis“, sodass sich ein Denken in Marketingpaketen unterschiedlicher Größe empfiehlt.
- Schließlich gilt es, die **an der Finanzierung zu beteiligenden Partner** zu identifizieren (z. B. Landkreise, Kommunen, private Anbieter). Diese sind i. d. R. die Profiteure der Koordinierungsstelle.
- Zur Umlage der ermittelten Kosten auf die Partner muss ein geeigneter – d. h. **fairer und transparenter** – Schlüssel herangezogen werden (z. B. paritätisch, nach Kilometeranzahl).

Es empfiehlt sich alle Entwicklungsschritte in **enger Abstimmung** mit ausgewählten (touristischen) Partnern unter frühzeitiger Information und Mitnahme der politischen Akteure zu durchlaufen.

5.2 Wartung und Pflege innerhalb der Bike-Region

Um die Qualität der Radrouten langfristig zu sichern, bedarf es einer **zukunftsfähigen und gesicherten Lösung** zur Erfüllung der Aufgaben des Wegemanagements. Dabei gilt es zwischen zwei Teilbereichen zu unterscheiden:

- **Wartung**, d. h. die Kontrolle und Beseitigung der bei einer Streckenwartung (Befahrung) behebbaren Unterhaltungsmängel (inkl. Beschilderung). Die Wartung betrifft i. d. R. mehrere Baulastträger, d. h. eine eigentumsübergreifende Wartung durch einen Externen ist ratsam.
- **Unterhaltung**, d. h. die Gesamterledigung der zur verkehrssicheren Nutzung erforderlichen Maßnahmen am Weg, Wegrand/Grünschnitt und Wegweisung. Die Verantwortung liegt i. d. R. beim Eigentümer bzw. Baulastträger, sodass z. B. bei Forstwegen oder sonstigen Wegen in Privatbesitz eine vertragliche Regelung notwendig ist.

Die HBR bzw. der Fördermittelgeber schreibt eine „jährliche Wartung sowie eine fortwährende Unterhaltung“ vor.

Vorschlag zur Wartung

Es bedarf auf allen Routen einer regelmäßigen, einheitlichen Kontrolle der Wegequalität. Für die **unterschiedlichen Routentypen** der Bike-Region ergeben sich dabei aufgrund der Beschaffenheit der Routen **unterschiedliche Wartungsintervalle**:

- **Tourenrad:** jährliche Wartung gemäß Vorgaben der HBR, wobei alle zwei Jahre eine „kleine Wartung" mit Fokus auf die touristisch genutzten Routen und einem reduzierten Leistungskatalog denkbar ist;
- **Mountainbike:** halbjährliche Wartung gemäß eines final zu entwickelnden Kriterienkatalogs[21] der Bike-Region;
- **Rennrad:** Wartung alle 3 Jahre gemäß eines final zu entwickelnden Kriterienkatalogs der Bike-Region;
- **Gravelbike:** halbjährliche Wartung (wenn hoher Trailanteil), sonst jährliche Kontrolle gemäß eines final zu entwickelnden Kriterienkatalogs der Bike-Region.

Um eine **einheitliche Umsetzung** zu gewährleisten, wäre eine **Koordinierung der Wartungsbefahrungen** über die Koordinierungsstelle der Bike-Region wünschenswert. Die tatsächliche Beauftragung und Finanzierung der Wartung erfolgen i. d. R. durch die Kommunen. Grundsätzlich empfiehlt es sich, die Wartungsbefahrung **im Frühjahr/vor der Saison** durchzuführen.

Zusätzlich zur Kontrolle der Wegequalität (Oberflächenbeschaffenheit, …) empfiehlt sich eine **umfangreiche Überprüfung aller Kriterien** der Bike-Region (inkl. touristische Begleitinfrastruktur, touristische Erlebbarkeit, …) kurzfristig im Jahr 2022/2023 sowie folgend alle ca. 3-5 Jahre.

Vorschlag zur Unterhaltung

Neben einer turnusmäßigen Befahrung zur Mangelerfassung und -behebung gibt es kontinuierlich Meldungen von Mängeln über unterschiedliche Kanäle wie QR-Codes an Wegweiser-Pfosten, per E-Mail, Telefon, die Tourist-Informationen, in Online-Plattformen etc. Im gesamten Netz der Bike-Region muss sichergestellt sein, dass Mängel auf touristischen Routen kurzfristig behoben werden.

Die Aufgabe der Unterhaltung fällt in die **grundsätzliche Verkehrssicherungspflicht**[22], die i. d. R. den Kommunen obliegt. Diese sind demnach für die Mängelbeseitigung verantwortlich. Während einige Kommunen dieser Aufgabe zufriedenstellend und gut nachkommen, gibt es immer wieder auch Schwachstellen.

Eine entwickelte Variante innerhalb der Bike-Region ist das **optionale Angebot** an die Kommunen, die Koordination der Unterhaltung über die Koordinierungsstelle abzuwickeln. Hierfür eignet sich ein sog. Pool-Modell:

- Die **Kommunen zahlen** – über einen zu definierenden Umlageschlüssel – einen **jährlichen Beitrag** in einen Pool.

[21] Wenngleich die relevanten Kriterien in Kap. 4 bereits dargestellt wurden, bedarf es einer Überführung dieser Kriterien in einen Befahrungskatalog, der eine einfache und schnelle Handhabung der Wartung ermöglicht.

[22] Geh- und Radwege sind (nach dem Landesstraßengesetz Rheinland-Pfalz) öffentliche Straßen. Eine umfassende Verkehrssicherungspflicht gilt nur auf öffentlichen / gewidmeten Wegen. Auf freigegebenen Forst- oder Wirtschaftswegen greift diese nur eingeschränkt.

- Die **Koordinierungsstelle** der Bike-Region wird **befähigt** mit diesem Geld im Sinne der **Unterhaltung** zu arbeiten.
- Dabei obliegt der Koordinierungsstelle v. a. eine verwaltende Funktion, d. h. sie **beauftragt** einen **externen Dienstleister**, der die Mängel beseitigt.

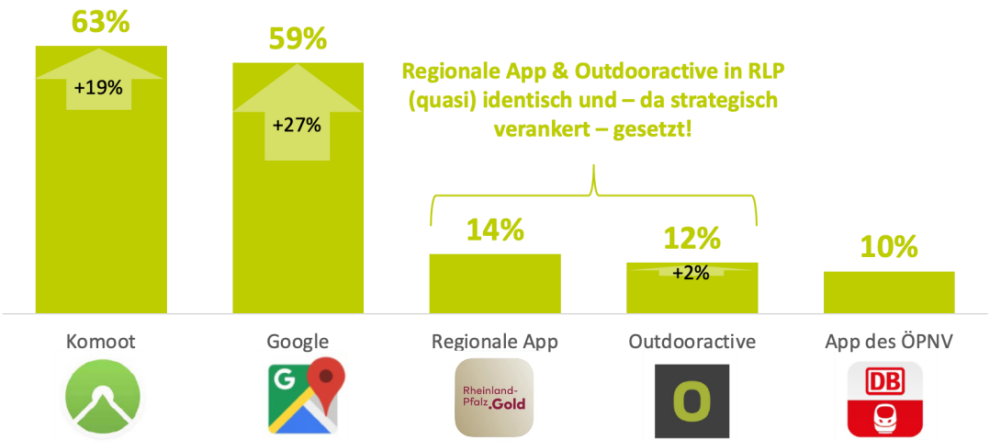
5.3 Nutzung von Online-Portalen

Die Darstellung von Routen in Onlineportalen ist essenziell geworden. Die meisten RadfahrerInnen – egal welcher Zielgruppe der Bike-Region zuzuordnen – informieren sich per App oder zugehörigem Internetportal im Vorfeld ihrer Reise über Routen und Begleitangebote und nutzen die Routingoptionen der Apps auf Ihren Radtouren zur Orientierung (allein oder ergänzend zur Beschilderung).

Entscheidung für die Nutzung eines Portals

Meist genutzt ist aktuell die App und das zugehörige Onlineportal *Komoot* (vgl. Abb. 11). Die Rheinland-Pfalz Touren-App (hier: allg. regionale App, die auf Outdooractive basiert) und *Outdooractive*, welche ähnliche Funktionen wie *Komoot* bieten, liegen im Nutzungsdurchschnitt deutlich dahinter. Dennoch sollten diese nicht ignoriert werden. Da Outdooractive in Rheinland-Pfalz touristischer Standard und die Nutzung des Portals in der Landesstrategie verankert ist, sollte auch die Bike-Region ihre Angebote hier entsprechend darstellen.

Abb. 11 Nutzung von Apps



© BTE 2021 nach ADFC 2021: Radreiseanalyse 2020

Die Bedeutung der verschiedenen Portale ist über solche tourismusstrategischen Entscheidungen hinaus abhängig von der jeweils anzusprechenden Zielgruppe: Touren- und GenussradlerInnen suchen ihre Routen vermehrt über *Outdooractive*, sportlicher orientierte Zielgruppen wie MountainbikerInnen oder RennradfahrerInnen nutzen vermehrt *Komoot* und/oder zusätzliche Apps wie *STRAVA*, die neben Routingoptionen auch Informationen über den eigenen Leistungsstand bereitstellt und per *Segmente* den NutzerInnen kleine, routenbezogene Wettbewerbsoptionen bietet.

Die Zielgruppe der GravelbikerInnen ist nach aktuellem Wissensstand nahezu ausschließlich über *Komoot* auf der Suche nach Angeboten. Hier werden kollektive Tourenvorschläge und Challenges angeboten und sogar dezidierte Gravel-Events werden über *Komoot* promoted.

Datenpflege

Losgelöst von der Nutzung eines spezifischen Onlineportals, besteht die Notwendigkeit zur stetigen Pflege der Routingdaten. Die ausgespielten Touren(-daten) sollten auf dem **aktuellen Stand** sein und Trassenänderungen oder Umleitungen umgehend in den Daten aufgenommen werden. Denn der Ärger ist groß, wenn die Radfahrenden – vor allem in unwegsamem oder unbekanntem Gelände – plötzlich vor einer Straßensperrung stehen und nicht wissen, wie sie ihr Ziel alternativ zu der eigentlich ausgewiesenen Strecke erreichen können. Bei der parallelen Nutzung mehrerer Portale ist darauf zu achten, die **Routingdaten übergreifend einheitlich auszuspielen**: Sowohl die Routenführung sollte identisch sein als auch der Name der Tour (nicht die Beschreibung, die sollte entsprechend einer guten SEO-Optimierung des jeweiligen Contents zwar ähnliche Schlagworte enthalten, aber nicht wortgleich sein). Und: Unabhängig von der Bereitstellung der Routen der Bike-Region über Portale, sollten die **GPX-Tracks der Routen zum Download** zur Verfügung gestellt werden, um sie auch außerhalb von Apps auf Radcomputern nutzen zu können.