

RADTOURISMUS HEUTE UND IN ZUKUNFT

STIMMUNGSBILD 2021





IMPRESSUM

Herausgeber

NaturFreunde Deutschlands e. V.
Verband für Umweltschutz,
sanften Tourismus, Sport
und Kultur

Warschauer Str. 58a/59a
10243 Berlin
(030) 29 77 32 -60
info@naturfreunde.de
www.naturfreunde.de

Ökologischer Tourismus in
Europa e. V.
Postfach 201021, 53140 Bonn
c/o AUBE Tourismusberatung
GmbH

August-Bebel-Str. 16-18
33602 Bielefeld
www.oete.de

Autoren

Tilman Sobek, Stephan
Grapentin

Die Verantwortung für den Inhalt
dieser Veröffentlichung liegt bei
den Autorinnen und Autoren.

Layout

Sebastian Födisch

Bildnachweis

Seite 2 © NEOSiAM 2021



Diese Handreichung ist im Rahmen des Projektes „Förderung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung in Deutschland – Problemlösungen und gute Beispiele“ entstanden. Dieses Projekt wurde gefördert durch das Umweltbundesamt und das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz. Die Mittelbereitstellung erfolgt auf Beschluss des Deutschen Bundestages.

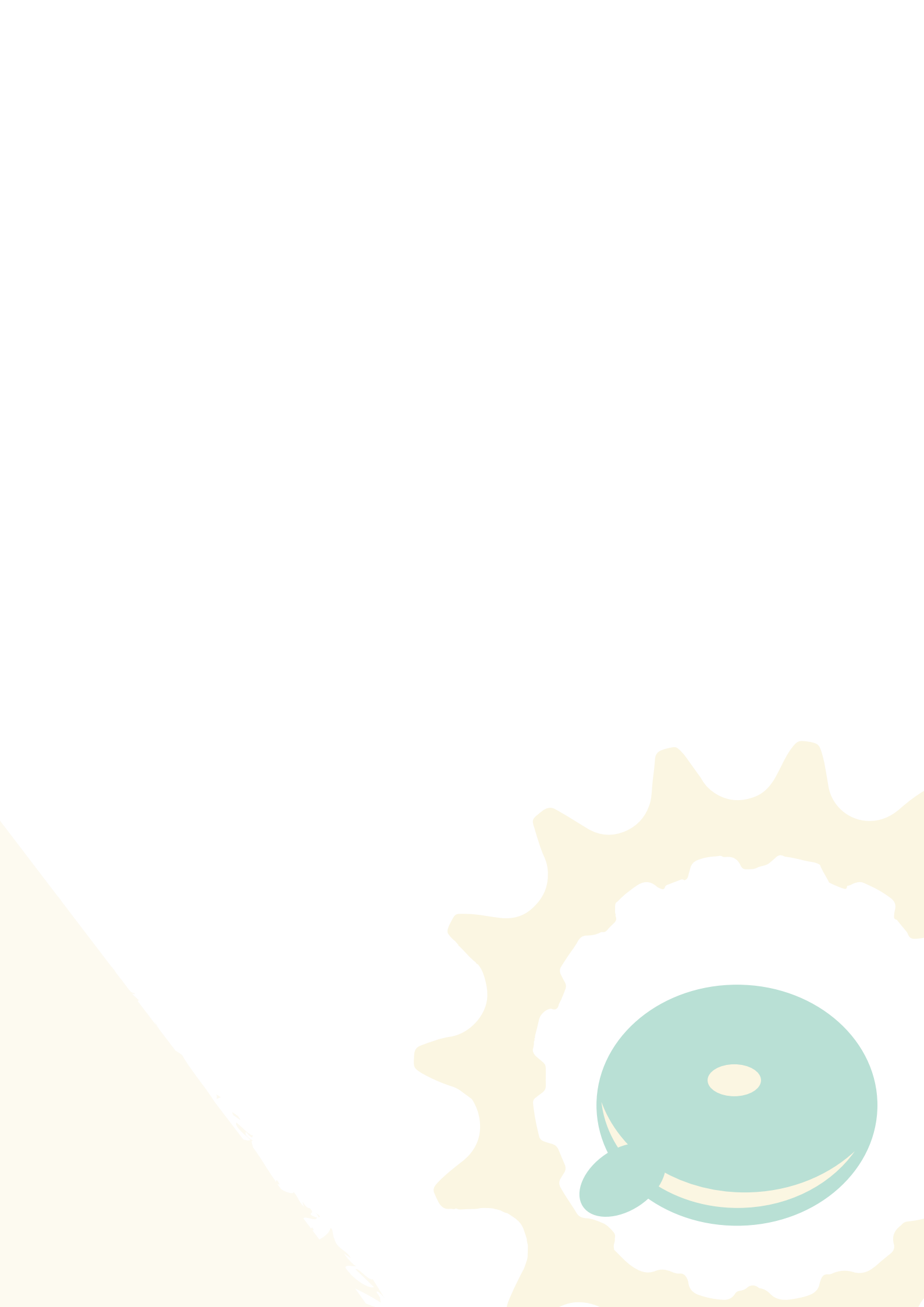
Berlin, Juni 2022

INHALT

EINFÜHRUNG UND STUDIEN-HINTERGRUND	5
EINSCHÄTZUNG DER SAISON 2021	7
WAS PRÄGT DEN RADTOURISMUS IN DER ZUKUNFT?.	10
WIE KANN RADTOURISTISCHE PLANUNG VERBESSERT WERDEN?	11
GUT GERÜSTET FÜR DIE ZUKUNFT DES RADTOURISMUS	12

Diese Handreichung stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar, die mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde. Es besteht daher kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit und Vollständigkeit.





EINFÜHRUNG UND STUDIEN-HINTERGRUND

Besonders die vergangenen Jahre haben Outdoor-Aktivitäten und dem Aktivtourismus einen enormen Aufschwung bereitet. Dabei zeigen aktuelle Daten zu allen Radsegmenten – sowohl Touren-/Trekkingrad¹ als auch Mountainbike² und mittlerweile auch Rennrad³ – eine wachsende Bedeutung von Fahrrädern mit elektrischem Antrieb. Lag der Anteil der E-Biker*innen unter den Radreisenden in Deutschland im Jahr 2017 noch unter einem Viertel so ist er inzwischen auf mehr als 40 Prozent angewachsen (s. Abbildung 1).

Die rasante technische Entwicklung von Fahrrädern mit elektronischer Tretunterstützung (Pedelecs und S-Pedelecs) hat die Mobilität im ländlichen und urbanen Raum stark verändert und wird dies weiter tun. Kombiniert mit der pandemiebedingten Stärkung des Deutschlandtourismus ist eine fortschreitend positive Entwicklung des Fahrradtourismus und eine Stärkung seiner wirtschaftlichen Bedeutung in vielen Regionen zu erwarten.

Die Absatzzahlen insbesondere von E-Bikes steigen seit Jahren. 2021 wurden laut Marktdaten des Zweirad-Industrie-Verbands 4,7 Millionen Fahrräder, davon 2 Millionen E-Bikes (42,6 Prozent; 2019: 1,36 Mio.) abgesetzt. Der Bestand von E-Bikes liegt damit bei mittlerweile 8,5 Millionen Stück. Im Bereich der Mountainbikes ist der E-Bike-Absatz besonders hoch. Mountainbikes machten 2021 17,6 Prozent der Gesamtstückzahl aus, davon waren 83 Prozent E-MTB.

Die Weiterentwicklung der Fahrräder deutet auf eine zunehmende Differenzierung und eine Ausstattung mit leichten wie reichweitenstarken Elektromotoren hin.

Gleichzeitig erhöhen sich die Ansprüche seitens der Nutzer (bspw. Wetterschutz, Komfort, Sicherheit). Bereits heute werden zunehmend technische Komponenten in Räder integriert (Beleuchtung, ABS, Navigation, Diebstahlschutz etc.), die das Fahrrad als Mobilitätsform attraktiver machen und das Nutzervolumen voraussichtlich weiter steigen lassen werden.

Zusammengefasst lässt sich bereits heute eine deutliche Veränderung von E-Bikes und ihren Nut-

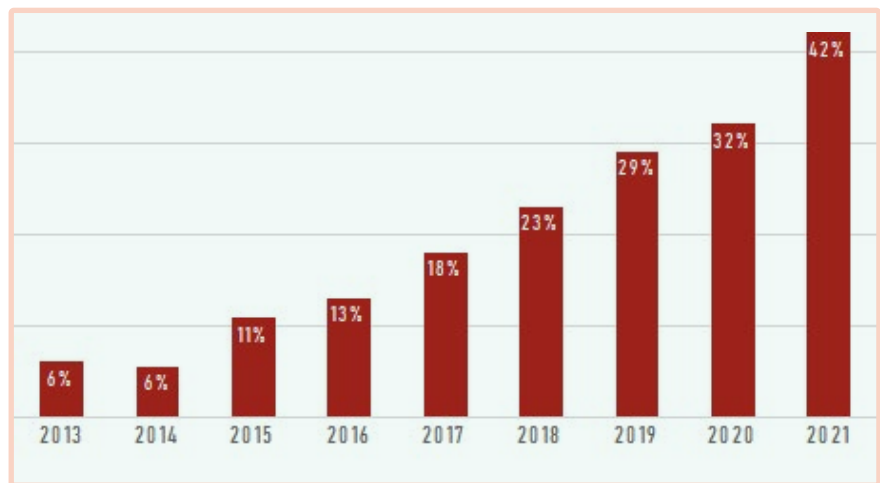


Abb. 1: Entwicklung des Anteils der Radreisenden, die mit einem Elektrofahrrad unterwegs sind
Quelle: Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V. (2022): ADFC-Radreiseanalyse für das Reisejahr 2021

zungsszenarien in Alltag, Urlaub und Freizeit in den kommenden 3–10 Jahren ablesen. Dies hat signifikante Auswirkungen auf radtouristische Angebote, die von der Idee bis zur Marktreife häufig zwischen drei und sieben Jahren Planungs- und Umsetzungszeit benötigen. Ebenso haben Ertüchtigungen und Modernisierungen in der Regel mindestens einen mittelfristigen Horizont.

Vor diesem Hintergrund wurde im Spätsommer/Frühherbst 2021 ein Stimmungsbild unter deutschen Regionen zur Bedeutung von E-Bikes und E-Mountainbikes heute und in Zukunft durch eine Expert*innenbefragung erhoben.

1 Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V. (2022): ADFC-Radreiseanalyse für das Reisejahr 2021
2 Mountainbike Tourismusforum Deutschland (2022): Mountainbike-Monitor 2022 (Infrastruktur)
3 Delius Klasing Verlag (2021): TOUR Leserumfrage 2021

Die Untersuchung erfolgte im Rahmen eines Projektes zur „Förderung der nachhaltigen Tourismusentwicklung in Deutschland – Problemlösungen und gute Beispiele“ im Auftrag des Verbände-Arbeitskreises Nachhaltiger Tourismus. Ziel war es, das aktuelle Stimmungsbild in den deutschen Destinationen mit Blick auf die Entwicklungen im Fahrradtourismus zu erheben. Dabei lag der Fokus neben einer allgemeinen Einschätzung der voraussichtlichen künftigen Bedeutung der E-Bikes

auf den aktuellen Planungen und Aktivitäten zur Anpassung des Angebots- und Produktportfolios an die sich ändernde Zielgruppe und deren neue Ansprüche. Die Branchenerhebung liefert so in Kombination mit verschiedenen vorliegenden Marktforschungs-Daten Ansatzpunkte für die Ableitung von Handlungsempfehlungen für die strategische und operative Arbeit auf Destinationsebene.

250 Antworten – überwiegend von Destinations-Management-Organisationen und Tourist-Informationen, Kommunen, Leistungsträgern, Verbänden und Naturparken – geben Auskunft über die Zielgruppen und ihre Veränderung, Angebote und ihre Anpassung, aktuelle und zukünftige Herausforderungen sowie die Verbindung zur Alltagsmobilität. Die Ergebnisse der Befragung werden im Folgenden dargestellt und aus fachlicher Sicht eingeordnet.

Aktivtourismus und Sport stehen für knapp drei Viertel der Befragten (73,4 Prozent), das Naturerlebnis für 72 Prozent im Mittelpunkt des Marketings – gefolgt von Kultur/Events (49,7 Prozent), Kulinarik (37,1 Prozent), Wellness (25,2 Prozent) und Städtetourismus (23,1 Prozent).

Unter den Bewegungsformen bilden das Radfahren mit 87,7 Prozent, das Wandern mit 85,7 Prozent und das Mountainbiken mit 50 Prozent die Top 3. ■

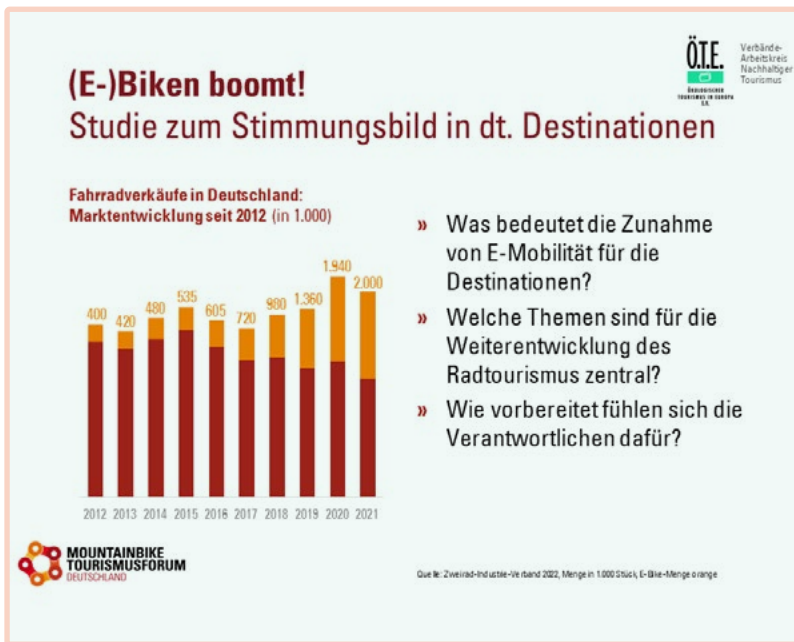


Abb. 2: Radabsatz 2012–21 und Studienschwerpunkte
Quelle: Zweirad-Industrie-Verband 2021, Menge in 1.000 Stück

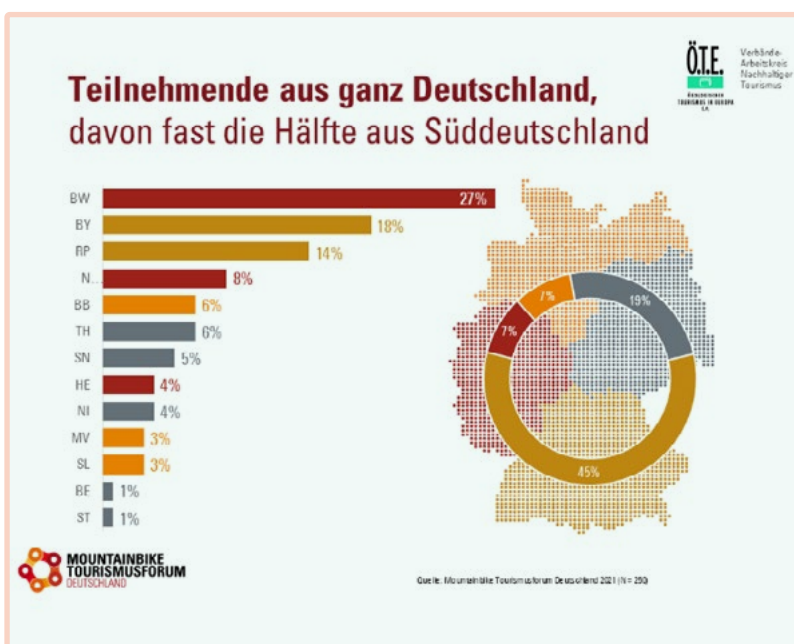


Abb. 3: Geografische Verteilung der Antworten
Quelle: Mountainbike Tourismusforum Deutschland 2021 (N = 250)

EINSCHÄTZUNG DER SAISON 2021

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Deutschlandtourismus waren auch 2021 stark. Galt das Jahr 2020 bisher als Rekordjahr für den Aktiv- und Naturtourismus, wurde dies 2021 nach Einschätzung vieler Befragter noch übertroffen (vgl. [Abbildung 3](#)).

Dabei sind 59 Prozent aller Gäste in den befragten Regionen mit dem Fahrrad unterwegs, davon nach Schätzung der Befragten bereits heute knapp über die Hälfte mit dem E-Bike. Auch die Nutzung von Mountainbikes (MTB) ist weit fortgeschritten: Fast 40 Prozent der Gäste sind nach Beobachtung der Befragten mit einem MTB vor Ort, gut 42 Prozent davon mit einem E-MTB. Damit liegt der wahrgenommene Anteil der E-Bikes in den Destinationen noch weit über dem, der in Studien wie der ADFC-Radreiseanalyse ermittelt wurde (vgl. [Abbildung 1](#)).

So überrascht es nicht, dass vier von fünf Befragten deutliche Veränderungen im Radtourismus und hinsichtlich E-Bikes wahrnehmen. Ganz oben auf der Agenda stehen dabei die generelle Zunahme der E-Bike-Nutzung sowie die Zunahme des Mountainbikens durch ein gestiegenes Kundeninteresse. Auch die in Fachkreisen viel erörterte Zunahme sozialer Konflikte wird als wesentlich erachtet. Weitere Beobachtungen sind in [Abbildung 4](#) dargestellt.

Das E-Bike ermöglicht vielerorts einer breiteren Zielgruppe den Einstieg in das Radfahren. Zugleich verschiebt es die Anforderungen der bestehenden Radfahrenden. Diese können in gleicher Zeit längere und anspruchsvollere Routen zurücklegen oder aber ihre gewohnten Routen in deutlich kürzerer Zeit absol-



Abb. 4: Einschätzung des Saisonverlaufs
Quelle: Mountainbike Tourismusforum Deutschland 2021



Abb. 5: Auswirkungen des E-Bike-Booms
Quelle: Mountainbike Tourismusforum Deutschland 2021

vieren und so ihre Radurlaube zunehmend mit weiteren Aktivitäten in der Destination verbinden.

Hieraus ergibt sich eine zunehmende Notwendigkeit der Profilierung des Angebots sowie daraus folgend eine Anpassung der kommunikativen Ausrichtung in der Inspirations- und Informationsphase der Customer Journey, aber auch vor Ort.

Die steigende Frequentierung der Erholungswege durch eine Verbreiterung der Zielgruppe und das wachsende Gesamtvolumen der Wegener*innen kann nach Ansicht der Befragten vermehrt zu Konflikten innerhalb der Zielgruppe, aber auch zwischen verschiedenen Nutzer*innengruppen, führen. Entsprechend steigt die Notwendigkeit der Etablierung effektiver und nutzerorientierter Maßnahmen im Gästemanagement, um künftig vorausschauend Trends und Entwicklungen sowie lokale Hotspots erkennen und entsprechend situationsbasiert planen und lenken zu können. Andernfalls kann die steigende Nachfrage nach Erholung in der Natur zu negativen Einflüssen auf die Umweltqualität, die Aufenthaltsqualität der Gäste und nicht zuletzt die Lebensqualität der lokalen Bevölkerung führen. ■

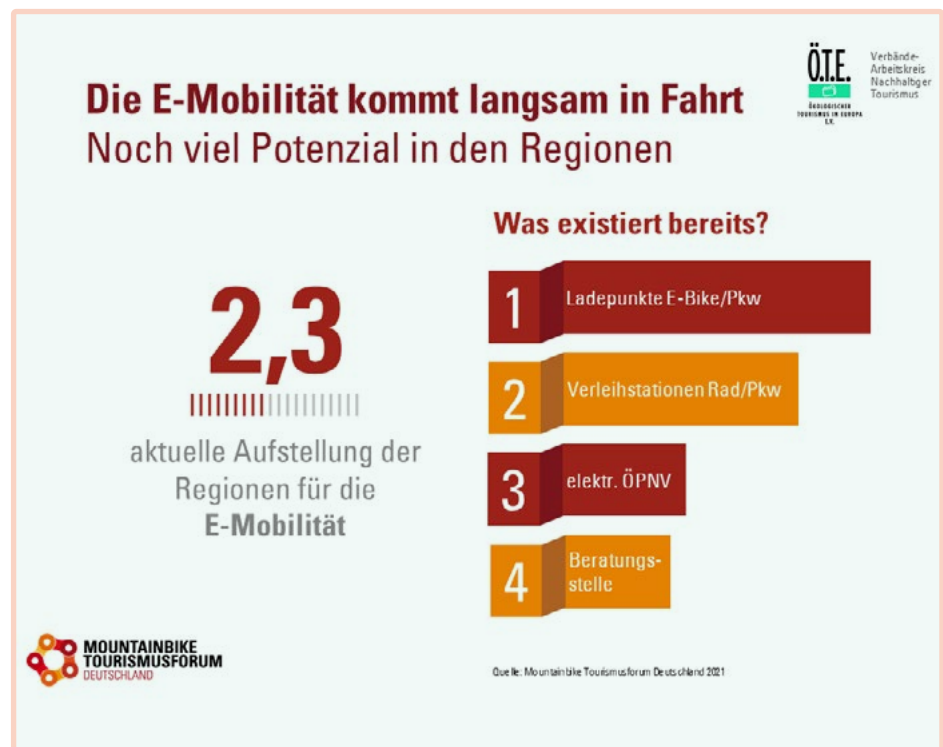


Abb. 6: Entwicklung E-Mobilität in den Regionen
Quelle: Mountainbike Tourismusforum Deutschland 2021

AUSBLICK E-MOBILITÄT

E-Bikes und E-MTB bilden einen Ausschnitt der Mobilitätswende. Hinsichtlich der E-Mobilität sehen viele Befragte ihre Region noch relativ am Anfang (vgl. [Abbildung 6](#)). Auf einer Skala von 1 (ausbaufähig) bis 5 (hervorragend) schätzen die Teilnehmenden der Befragung im Schnitt bei 2,3 ein. Dabei ordnet sich jede*r vierte Befragte den Stand in der eigenen Region als „ausbaufähig“ ein.

Dabei sind in den Regionen aktuell unterschiedliche Angebote vorhanden. Die am häufigsten verfügbaren nutzbaren Angebote sind Ladestellen für E-Bikes und E-Pkw, Verleihstationen mit E-Bikes und E-Autos, elektrisch betriebene Fahrzeuge im ÖPNV sowie Beratungsstellen. Es ist zu erwarten, dass diese Angebote in den seltensten Fällen aus touristischen Initiativen entstanden sind und gezielt geplant wurden, um das Angebot explizit für Gäste zu verbessern. Oft zielen Förderprogramme zum Ausbau der Ladeinfrastruktur

auf gewerbliche Zielgruppen ab oder sind Teil der Mobilitätsstrategien der Kommunen und Länder. Trotz der hohen Bedeutung für die Zukunft des Radtourismus sind Beispiele für den gezielten Ausbau der Ladeinfrastrukturen entlang touristisch relevanten Punkten bis heute selten.

Dennoch wird nach Angabe der Umfrageteilnehmenden vor Ort am stärksten am Ausbau der Ladeinfrastruktur, dem Kooperationsaufbau sowie an Verleihsystemen für E-Fahrzeuge gearbeitet.

Für die Sicherung einer zukunftsfähigen Angebotsqualität gilt es, bereits heute gezielt in den Ausbau bzw. die Anpassung der bestehenden Infrastruktur an zentralen Anlauf- und Aufenthaltspunkten der Gäste zu investieren. Hierfür sollte die gesamte Mobilitätskette der Gäste im Blick behalten werden, um ein homogenes Erlebnis vor Ort zu gewährleisten.

Zentrale Hebelpunkte sind dabei die Sensibilisierung auf politischer Ebene, aber auch in Tourismusverbänden und bei Leistungsträgern. Insbesondere letztere sind z. B. ein zentraler Baustein in der Etablierung flächendeckender Angebote, die letztlich dem Gast die gewünschte Sicherheit bieten, im Notfall immer rechtzeitig eine Möglichkeit zum Laden der Akkus zu finden. ■

E-Mobilität und Tourismus
Daran wird aktuell vor Ort gearbeitet

Ausbau Ladeinfrastruktur
Initiierung von Kooperationen
Verleihsysteme E-Pkw, E-Bike, E-Scooter
elektrifizierter ÖPNV
Angebotsanpassung
Einsatz erneuerbarer Energien
Sensibilisierung von Tourismusverband und Leistungsträgern
Lenkungskonzepte
Mobilitätsstationen

Ö.T.E. Verbände-
Arbeitskreis
Nachhaltiger
Tourismus
ÖKOLOGISCHER
TOURISMUS IN EUROPA
e.V.

**MOUNTAINBIKE
TOURISMUSFORUM
DEUTSCHLAND**

Quelle: Mountainbike Tourismusforum Deutschland 2021

Abb. 7: Entwicklungsprioritäten E-Mobilität
Quelle: Mountainbike Tourismusforum Deutschland 2021

WAS PRÄGT DEN RADTOURISMUS IN DER ZUKUNFT?

Die seit Jahren zu beobachtende Zunahme von E-Bikes im Radtourismus setzt sich nach Ansicht der befragten Expert*innen fort. Schätzen sie den Anteil der E-Bike-Nutzer*innen derzeit auf 45 Prozent, steigt diese Zahl bis 2030 nach ihrer Erwartung auf fast drei Viertel (72 Prozent). Etwas langsamer wird der Verlauf bezogen auf E-Mountainbikes erwartet: von 32 Prozent im Mountainbike-Tourismus 2021, über 46 Prozent 2025 auf 57 Prozent 2030.

barere Angebote – sowohl hinsichtlich der Infrastruktur als auch deren Bündelung in Produkten und Erlebnissen – begegnet werden. Eine entsprechende Nachfrage kann seitens der Radreisenden bereits seit einigen Jahren beobachtet werden. 2019 wurde dies vom World Travel & Tourism Council als einer der zentralen Trends im Tourismus benannt. ■

BEKANNTE AUFGABEN

Die benannten Entwicklungen bergen aus Sicht der Befragten mehr Chancen als Herausforderungen: die Ausweitung auf neue Zielgruppen für den Radtourismus, vergrößerte Ausflugsradien, eine steigende Wertschöpfung und ein Bedeutungsgewinn des nachhaltigen Reisens allgemein stehen Aufgaben in den Bereichen Netzwerkarbeit, Infrastrukturausbau, Nutzungskonflikten, Gästemanagement und Angebotsanpassung gegenüber.

Die E-Bike-Nutzung wird als neuer Standard verstanden, an dem sich Strategien, Infrastrukturen und das Marketing ausrichten haben. Dabei unterscheiden sich die Anpassungsbedarfe nicht wesentlich von den bisher diskutierten

Aufgaben im Radtourismus. Die Mitnahme im ÖPNV, die Ertüchtigung der Infrastruktur, der Aufbau von Service-Netzwerken, die bessere Einbindung von Akteuren, die Sicherung von Budgets sowie die Durchsetzung von Standards stehen bei den Verantwortlichen auch unabhängig vom E-Bike-Boom seit Jahren auf der Agenda.

Kontrovers wird die Spezialisierung von Angeboten eingeschätzt. Während ein Teil der Expert*innen hier einen hohen Differenzierungsbedarf und in der Folge viel konzeptionelle Arbeit und z. B. angepasste Botschaften und Kommunikationsmaterialien für nötig erachtet, plädiert der andere Teil gewissermaßen für eine Gleichbehandlung bzw. Vermischung von Radgästen, die mit oder ohne E-Bike unterwegs sind. ■

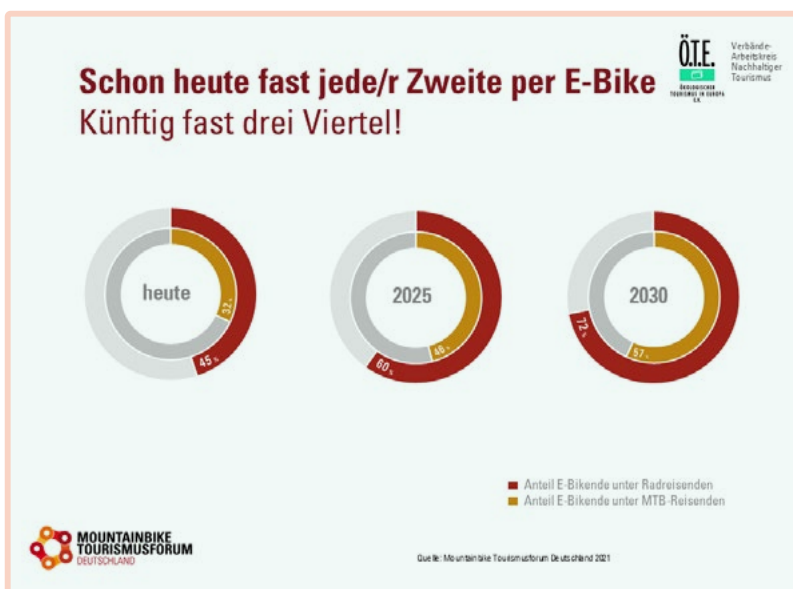


Abb. 8: Geschätzter und erwarteter Anteil E-Bike-Gäste 2021, 2025 und 2030
Quelle: Mountainbike Tourismusforum Deutschland 2021 Deutschland 2021

Es ist vor diesem Hintergrund geradezu unumgänglich, dass fast alle Studienteilnehmenden (96 Prozent) davon überzeugt sind, dass die Bedeutung des Radfahrens im Tourismus weiter zunehmen oder stark zunehmen wird. Für das Mountainbiken erwarten dies 86 Prozent der Teilnehmenden.

Dabei zeigen Marktstudien bereits heute, dass E-Biker*innen neben den bestehenden Radgästen keine komplett neue Zielgruppe darstellen. Vielmehr sorgen sie für eine Veränderung der bestehenden Zielgruppe. Wie eingangs erläutert vollzieht sich diese Veränderung in zwei Ebenen: steigendes Volumen sowie Verbreiterung bzw. Diversifizierung. Beiden Ebenen kann insbesondere mit der Schaffung flexibler und individualisier-

WIE KANN RADTOURISTISCHE PLANUNG VERBESSERT WERDEN?

Aufgrund der absehbaren Veränderungen im Radtourismus ist die Einschätzung der Leistungsfähigkeit durch die Expert*innen von hohem Interesse.

In etwa einem Drittel der befragten Organisationen ist entweder eine Ansprechperson ausschließlich (8 Prozent) oder zumindest überwiegend (24 Prozent) für den Radtourismus zuständig. In knapp über der Hälfte der Fälle (55 Prozent) wird der Radtourismus von einer Ansprechperson mitbearbeitet. In 14 Prozent gibt es keinen Ansprechpartner.

Trotz aller Veränderung im Radtourismus schauen die befragten Expert*innen erstaunlich positiv in die Zukunft: Auf einer Skala von 1 (ausbaufähig) bis 5 (hervorragend) fühlen sich die Befragten für die anstehenden Aufgaben hinsichtlich ihrer persönlichen Leistungsfähigkeit und Kompetenz überdurchschnittlich gut gerüstet (3,6 im Durchschnitt). Die Ausstattung und Zukunftsfitness werden auf organisatorischer Ebene nicht ganz so gut, aber trotzdem grundsätzlich als positiv eingeschätzt (2,9 im Durchschnitt).

Verbesserungspotenzial wird v. a. bei der Fachkunde des Personals, der finanziellen Ausstattung sowie der Akzeptanz und Unterstützung durch Politik gesehen. Zusätzlich wünschen sich die Befragten bessere Netzwerkstrukturen, einen Ausbau der Infrastruktur, eine damit verbundene Vereinfachung von Genehmigungsprozessen sowie die Klärung von Zuständigkeiten. ■

GEMEINSAM PLANEN

Ein ähnliches Bild zeigt sich in Bezug auf die gemeinsame Planung von Radverkehrsnetzen für Alltag, Freizeit und Tourismus. Diese werden in der Hälfte der Fälle gemeinsam, in etwa einem Viertel teils gemeinsam, teils getrennt und in gut 20 Prozent strikt getrennt geplant.

Ganz oben auf der Wunschliste für verbesserte Prozesse bei der Verknüpfung von Alltag und Tourismus stehen eine bessere Abstimmung der Zuständigkeiten, die Förderung integrierter Konzepte sowie die Bündelung von Erfahrungen und Kompetenzen. Regelmäßig wünschen sich die Expert*innen eine höhere Qualifikation von Radverkehrsbeauftragten hinsichtlich Tourismusbelangen. Damit ist häufig die Hoffnung verbunden, Praxisprobleme besser bearbeiten zu können und insgesamt schneller ins Handeln zu kommen. ■

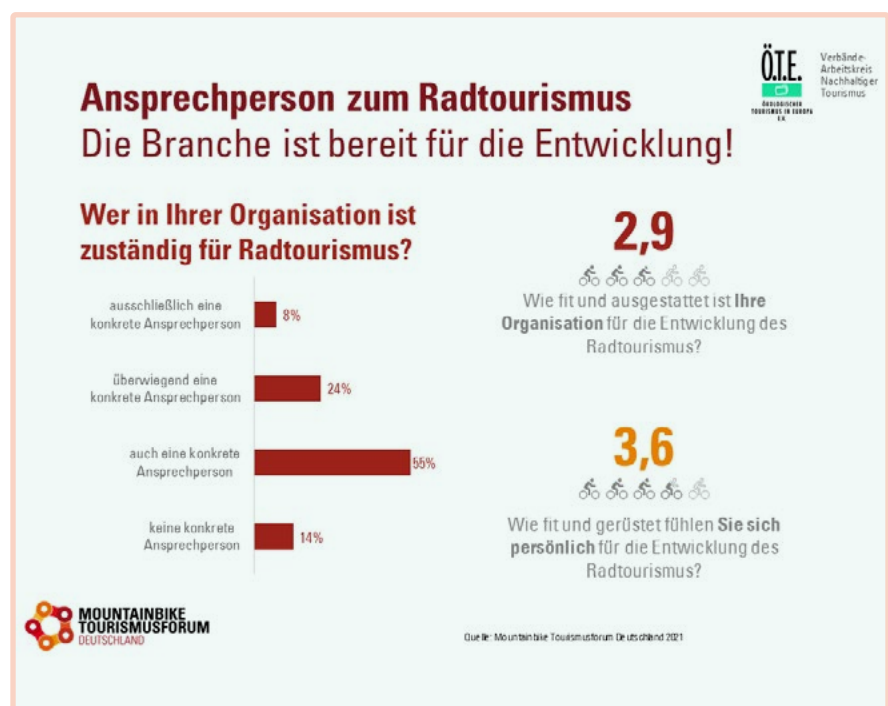


Abb. 9: Ansprechpartner Radtourismus und Einschätzung Zukunftsfitness
Quelle: Mountainbike Tourismusforum Deutschland 2021

GUT GERÜSTET FÜR DIE ZUKUNFT DES RADTOURISMUS

Der E-Bike-Boom hat insbesondere in den vergangenen fünf Jahren im Aktivtourismus auf voller Bandbreite noch einmal an Fahrt aufgenommen. Anders als manch andere kurz- oder mittelfristige Modeerscheinung wird er dauerhaft bleiben und zu fundamentalen Veränderungen im Radtourismus führen. Hierfür bedarf es entsprechender Anpassungen in den Tourismusverbänden und Destinations-Management-Organisationen.

Dazu zählt die feste Verankerung des Radtourismus und der E-Mobilität in der strategischen Ausrichtung. Erfolgreich werden langfristig nur jene Regionen sein, die die steigenden Ansprüche der immer erfahrenen Zielgruppe adäquat und vollumfänglich bedienen kann.

Insbesondere vor dem Hintergrund der an Bedeutung gewinnenden engen Verzahnung mit Themen wie Alltagsmobilität oder Digitalisierung bedarf es für die ganzheitliche regionale Entwicklung jedoch auch der sicheren Unterstützung auf politischer Ebene. Zugleich ist es spätestens jetzt an der Zeit, Leistungsträger für die aktuellen und anstehenden Veränderungen im Radtourismus zu sensibilisieren.

Erste Schritte können oft mit geringem zeitlichem und finanziellem Aufwand umgesetzt werden, bedeuten jedoch sowohl für den Gast eine Steigerung der Aufenthaltsqualität als auch im Wettbewerb der Raddestinationen einen Fortschritt.

In den meisten Fällen erfordern die Veränderungen im Radtourismus keine fundamentalen Anpassungen der bestehenden Infrastruktur. Vielmehr werden Verantwortliche in den Destinationen und Verbänden zunehmend gefordert, vernetzt zu denken (Tourismus, Mobilität, Erlebnis) und das bestehende Angebot für die sich wandelnde Zielgruppe neu zu denken.

Dies reicht von der Erarbeitung aktualisierter und individualisierbarer Tourenempfehlungen über die Anpassung der kommunikativen Ausrichtung bis hin zur Identifizierung und Schließung von bisher nicht wahrgenommener Angebotslücken entlang der Customer Journey. In der Konsequenz folgt eine inhaltliche und strategische Anpassung der Innen- und Außenkommunikation.

Zur Vermeidung negativer Auswirkungen gewinnt – auch unabhängig von der zunehmenden Elektrifizierung im Radtourismus – das Gästemanagement im Aktivtourismus an Bedeutung. Es ist die Grundlage zur Wahrung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Grundlagen für die Bewegung im Raum und ein für alle Beteiligten zufriedenstellendes Naturerlebnis. ■

