



Fachbereich Wirtschaft
und
Fachbereich Landschaftsnutzung und Naturschutz

Masterstudiengang „Nachhaltiger Tourismus“

**Netzwerke und Fahrradtourismus
Von der Netzwerkbildung auf Radfernwegen zur
,Regional Governance‘**

Masterarbeit

**Betreuerinnen: Nicole Häusler (FH Eberswalde)
Prof. Dr. Lund-Durlacher (FH Eberswalde)**

**Vorgelegt durch Fabienne Julia Osswald
(Matrikelnummer 620401)
Nehringstraße 2, 14059 Berlin
fabienneosswald@gmx.de**

Berlin, im Dezember 2006

Danksagung & Widmung

Diese Arbeit widme ich meiner Mutter Dr. Mathilde Osswald, die viel zu früh vorausgegangen ist und mich doch immer noch begleitet. Eigentlich empfand ich meine Mutter nicht als übermäßig sportbegeistert und trotzdem haben wir immer wieder Urlaube mit unterschiedlichsten Aktivitäten unternommen. Sehr gut kann ich mich noch an unsere erste Radtour erinnern: Bereits 1985 - bevor überhaupt in kommerziellem Umfang an Fahrradtourismus gedacht wurde - fuhren meine Mutter und ich auf dem Weserradweg, wenige Jahre später dann durch Südfinnland. Das legte den Grundstein meiner Fahrradfahrleidenschaft, die mich nun dieses Thema bearbeiten lassen hat. Vielen Dank, Mama!

Natürlich möchte ich auch meinem Vater danken, der mich in meinen Entscheidungen - und seien es noch so spontane - immer unterstützt hat. Seine Anwesenheit ist eine große Hilfe, auch wenn die Kommunikation nicht immer einfach ist. Hab vielen Dank für Deine Unterstützung, Papa!

"Demjenigen, welcher das Fahrrad erfunden hat, gebührt der Dank der ganzen Menschheit."
(Lord Charles Beresford)

Außerdem möchte ich mich bei meinen Betreuerinnen an der Fachhochschule Eberswalde bedanken, die sich bereit erklärt haben, trotz des kurzfristigen Themenwechsels der Masterarbeit sich an ein für sie relativ unbekanntes Thema zu wagen.

Eine Arbeit zu schreiben bedarf immer der Hilfe von sehr vielen „kleinen“ Helferlein, die hier nicht alle namentlich genannt werden können. Sei es das Finden von entsprechender Literatur, das Durchsprechen der Gliederung, das Ausprobieren von technischen Hilfsmitteln, das Diskutieren von Sinnhaftig- bzw. -losigkeit, das Finden des roten Fadens, das Korrekturlesen sowie die ständige moralische Unterstützung: Ich möchte allen Menschen danken, die in irgendeiner Art und Weise zum Entstehen dieser Arbeit beigetragen haben. Jeder einzelne Schritt wäre ohne diese helfenden Hände anders gewesen. Danke!

Last but not least möchte ich mich bei meinem Lebenspartner Tom Andersch bedanken, der mir in schwierigen Zeiten helfend an der Seite gestanden hat. Es ist wichtig zu wissen, dass man nicht allein durch die dunklen Momente des Lebens gehen muss - ich liebe Dich Tom!

Fabienne Osswald

Berlin, im Dezember 2006

Vorwort

Als begeisterte Radfahlerin weiß ich aus eigener Erfahrung, dass das touristische Angebot nicht immer zwangsläufig direkt am Radweg liegt. Leider ist es mir aber auch immer wieder vorgekommen, dass selbst Einheimische nicht über den eigenen Ortsrand hinaus eine Empfehlung aussprechen konnten. Von einigen touristischen Leistungsträgern in Handarbeit entworfene Schilder entlang des Elberadwegs („Wir heißen Sie herzlich willkommen in unserer Herberge. Nur noch 50 Kilometer.“) haben in mir die Idee aufkeimen lassen, dass die Vernetzung von Leistungsträgern und die damit einhergehende Entwicklung von Pauschalangeboten und Serviceleistungen doch eigentlich einen Zusatznutzen für die Region bringen müssten.

In Zeiten der Globalisierung wird auf allen Ebenen auf eine Zusammenarbeit in Netzwerken geachtet. Die Vernetzung von sehr unterschiedlichen Akteuren wird als zukunftsweisend erkannt, wenn alle einen Vorteil daraus ziehen können.

Der Radtourismus stellt ein ständig wachsendes Segment der Tourismuswirtschaft dar. Jedes Jahr schwingen sich immer mehr Menschen auf den Drahtesel. Der Trend zu mehr Gesundheit und Bewegung ist dabei ebenso förderlich wie die inzwischen sehr gut ausgebaute Radwegeinfrastruktur. Viele Regionen haben den Radtourismus für sich erkannt: alle wollen sich am Erfolgskuchen des Radtourismus beteiligen.

„Jeder einzelne muss zu den blühenden Landschaften beitragen. Ich kann nicht warten, dass irgendjemand die blühenden Landschaften anpflanzt, sondern ich muss selber mitpflanzen!“
(Interview A-E, 12.10.2006)

Dass von jedem etwas zur Verbesserung der wirtschaftlichen Situation einer Region beigetragen werden kann, scheint nicht allen touristischen Akteuren bewusst zu sein. Jeder muss „mitpflanzen“, um am Ende die

blühenden Landschaften zu bewundern! Dazu gehört auch, dass man Konkurrenzgedanken überwindet und sich mit dem erfolgreicher scheinenden „Wessi“ zusammenschließt - allerdings sind auch 16 Jahre nach der Wiedervereinigung noch immer Diskrepanzen zwischen Ost und West zu finden...

Fabienne Osswald

Berlin im Dezember 2006

Inhaltsverzeichnis

Danksagung & Widmung.....	II
Vorwort	III
Inhaltsverzeichnis	IV
Abbildungsverzeichnis	VI
Tabellenverzeichnis	VI
Zusammenfassung der Masterarbeit	VII
1 Einleitung.....	1
1.1 Aufbau der Arbeit	3
1.2 Zielstellung & Hypothesen.....	4
1.3 Methodik	7
2 Netzwerke & ‚Regional Governance‘.....	10
2.1 Die politische Entwicklung.....	11
2.2 Arten der Zusammenarbeit.....	13
2.3 Definition Netzwerk	16
2.3.1 Ideologie	18
2.3.2 Verbindungen	19
2.3.3 Akteure	21
2.3.4 ‚Die lernende Region‘	22
2.3.5 Transaktionskostenansatz.....	24
2.3.6 Raumplanung auf subnationaler Ebene.....	26
2.3.7 Hemmnisse bei der Bildung von Netzwerken	27
2.4 ‚Regional Governance‘.....	30
3 Fahrradtourismus.....	34
3.1 Entwicklung des Fahrradtourismus	36
3.2 Definitionen im Kontext Fahrradtourismus	38
3.2.1 Radwanderweg, Radfernweg	38
3.2.2 Radtourist	42
3.2.3 Reiseorganisation.....	45
3.3 Nationale Förderung	47
3.4 Der Allgemeine Deutsche Fahrradclub (ADFC e.V.)	48
3.5 Netzwerke im Fahrradtourismus	50
3.5.1 Fallbeispiel Arbeitsgruppe Berlin-Usedom.....	51
3.5.2 Fallbeispiel ‚Bett & Bike‘	54

3.5.3	Fallbeispiel Weser-Radweg (WeserKontor GmbH)	57
3.5.4	Fallbeispiel Radwanderpass Oranienburg	59
3.5.5	Zusammenfassung Netzwerke im Fahrradtourismus.....	61
3.6	Potenzial des Fahrradtourismus.....	61
4	Der Untersuchungsgegenstand Radfernweg Berlin-Kopenhagen.....	63
4.1	Allgemeine Informationen zum Radfernweg.....	64
4.1.1	Berlin	66
4.1.2	Brandenburg.....	67
4.1.3	Mecklenburg-Vorpommern	70
4.2	Methodisches Vorgehen.....	72
4.2.1	Allgemeine Überlegungen zum Methodischen Vorgehen ...	73
4.2.2	Informationen zu den Untersuchungsorten.....	74
4.2.2.1	Fürstenberg/Havel	74
4.2.2.2	Güstrow	77
4.2.3	Auswahl der Interviewpartner	79
4.2.4	Erstellung von Gesprächsleitfaden & Fragebogen.....	80
4.2.5	Zeitplan und Durchführung der Interviews	82
5	Netzwerke auf dem Radfernweg Berlin-Kopenhagen	84
5.1	Vorgehensweise bei der Auswertung	84
5.2	Gesamteindruck	85
5.3	Bestand vorhandener Netzwerke	94
5.4	Einstellung gegenüber Netzwerken.....	106
5.5	Zusammenführung Befragung & Fragebogen	109
6	Zusammenfassung & Handlungsempfehlungen	112
6.1	Überprüfung der Hypothesen	113
6.2	Lösungsansatz ‚Regional Governance‘	116
6.3	Ideen für zu initiiierende Netzwerkgruppen	117
6.4	Fazit	121
7	Quellen und weiterführende Literatur	X
7.1	Analog vorliegende Publikationen	X
7.2	Digital vorliegende Publikationen	XV
7.3	Internet.....	XVIII
7.4	Sonstige	XX
7.5	Gesprächspartner	XXI
8	Anhang	XXIII

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Formen der Zusammenarbeit (PAWELLEK ET AL 2004, S. 14)	14
Abbildung 2	Elemente von Netzwerken (in Anlehnung an FÜRST o.J., S. 4)	17
Abbildung 3	Ebenen des Lernens in der Lernpyramide (SARETZKI ET AL. 2002, S. 42).....	24
Abbildung 4	Struktur-Elemente von Governance (FÜRST o.J., S. 4).....	33
Abbildung 5	Landkarte D-Netz (Quelle: http://www.nationaler-radverkehrsplan.de/neuigkeiten/images/d-netz-2004.jpg)	39
Abbildung 6	Karte des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen (Quelle: www.bike-berlin-copenhagen.com).....	65
Abbildung 7	Die touristische Dienstleistungskette (nach FEIGE ET AL. 2004, S. 27)	72
Abbildung 8	Stadtkirche Fürstenberg (Foto: F. Osswald)	75
Abbildung 9	Beschilderung Fürstenberg (Foto: F. Osswald)	76
Abbildung 10	Karte am Radfernweg (Foto: F. Osswald).....	78
Abbildung 11	Prozentuale Jahresauslastung der touristischen Leistungsträger (Quelle: eigene Darstellung).....	88
Abbildung 12	Dauer im Tourismus Fürstenberg (Quelle: eigene Darstellung)	91
Abbildung 13	Dauer im Tourismus Güstrow (Quelle: eigene Darstellung)..	93
Abbildung 14	Potenzial einer überregionalen Vernetzung (Quelle: eigene Darstellung).....	99
Abbildung 15	Zusammenarbeit mit einem Radreiseveranstalter in Güstrow (Quelle: eigene Darstellung).....	101
Abbildung 16	Angebot von Pauschalen (Quelle: eigene Darstellung)	102
Abbildung 17	Übergeordnete Koordinierungsstelle Fürstenberg (Quelle: eigene Darstellung).....	103
Abbildung 18	Übergeordnete Organisation Güstrow (Quelle: eigene Darstellung)	104
Abbildung 19	Bekanntheit ‚Bett & Bike‘ (Quelle: eigene Darstellung).....	105

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Radverkehr im Vergleich zu Radwanderverkehr (MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT 2001, S. 5 angepasst durch Autorin)	43
Tabelle 2	Auflistung der Gesprächspartner nach Kategorien (Quelle: eigene Darstellung).....	87
Tabelle 3	Anzahl verzeichneter Gesprächspartner im Vergleich zu allen verzeichneten touristischen Leistungsträgern auf verschiedenen Radfernwegkarten (Quelle: eigene Darstellung)	89
Tabelle 4	Zusatzleistungen für Radfahrer (Quelle: eigene Darstellung)	93
Tabelle 5	Zusammenarbeit mit einem Radreiseveranstalter in Güstrow (Quelle: eigene Darstellung).....	101

Zusammenfassung der Masterarbeit

Die Masterarbeit mit dem Titel *„Netzwerke und Fahrradtourismus - Von der Netzwerkbildung auf Radfernwegen zur ‚Regional Governance‘“* wurde zum Erlangen des Titels „Master of Arts“ im Jahr 2006 von Fabienne Julia Osswald angefertigt. Die Arbeit entstand als Abschluss des vier Semester langen Masterstudiums „Sustainable Tourism Management“ an der Fachhochschule Eberswalde. Der Inhalt der Masterarbeit wird in einer mündlichen Präsentation verteidigt.

Radtourismus ist ein ständig wachsender Sektor im Tourismusmarkt. Immer mehr Menschen entdecken diese Art der gesundheitsbewussten Fortbewegung für ihren Urlaub. Attraktive Alternativangebote zum Fernreisetourismus können auf eine inzwischen sehr gut ausgebaute Radwegeinfrastruktur in Deutschland aufbauen. Der Radtourismus findet meist in ländlichen Regionen statt, denn gerade die Kombination aus Natur, Kultur und Bewegung stellt die grundlegenden Reize dieser Urlaubsart dar. Viele Tourismusregionen versuchen, sich über unterschiedliche Angebote der heterogenen Zielgruppe Radfahrer zu öffnen.

Netzwerke erfreuen sich in der Wirtschaft immer größerer Aufmerksamkeit. Sie stellen gerade in ländlichen Räumen einen Vorteil dar. Durch diese meist informelle, eher lose Art der Zusammenarbeit können viele Interessen gebündelt werden. Unter anderem die geringe Kenntnis der Akteure voneinander, unzureichende Transparenz über die Beschäftigungsfelder sowie die Distanz zwischen privaten Akteuren und der öffentlichen Verwaltung sind Hemmnisse, die durch Kooperationen und Netzwerke überwunden werden können, indem sie verschiedene Akteure zusammenbringen sowie projektbezogene Lösungen und Ideen für die Region entwickeln.

Vor allem das Thema Netzwerke aber auch das Thema Radtourismus sind Forschungsbereiche im Fremdenverkehr, die sich in den letzten Jahren großer Beliebtheit erfreuen. Die Aufmerksamkeit begründet sich auf dem Aspekt, dass beide Themen für den ländlichen Raum zukunftsweisende Alternativen im Bereich Tourismus darstellen. Das Verschmelzen von Netzwerken und Radtourismus stellt insofern eine logische Konsequenz für die Forschung dar.

Die vorliegende Arbeit überprüft exemplarisch, ob auf dem Radfernweg Berlin-Kopenhagen seit dessen Eröffnung vor fünf Jahren Netzwerke entstanden sind. Schließen sich touristische Leistungsträger auf Grund der ständig wachsenden Zahl an Radtouristen von sich aus zusammen, um gemeinsam Produkte zur Attraktivitätssteigerung des Radfernwegs zu entwickeln? Welche Möglichkeiten

gäbe es, durch eine integrierte Tourismuspolitik das Angebot für die Radtouristen zu verbessern? Ist es möglich, mittels Netzwerken zwischen touristischen Leistungsträgern, die sich dem Radtourismus öffnen, eine Steigerung der Identifikation mit der Region herbeizuführen? Birgt die Vermarktung des Radfernwegs durch eine übergeordnete Organisation Potential für die touristische Entwicklung der Region?

Die Arbeit gliedert sich in einen theoretischen und einen praktischen Bereich: die ersten drei Kapitel geben einen ausführlichen Überblick zum Stand der Literatur. Der zweite Teil präsentiert die Ergebnisse der empirischen Untersuchung auf dem Radfernweg bevor im letzten Kapitel eine Zusammenfassung sowie Handlungsempfehlungen gegeben werden.

Als Untersuchungsgegenstand dient repräsentativ für andere Radfernwege der Radfernweg Berlin-Kopenhagen. Die Untersuchung stützt sich auf eine Befragung von touristischen Leistungsträgern in zwei Untersuchungsorten (Fürstenberg/Havel in Brandenburg sowie Güstrow in Mecklenburg-Vorpommern) entlang des deutschen Teils des Radfernwegs, die jeweils innerhalb einer Tagesetappe von einem potentiellen Startpunkt einer Mehrtagestour angefahren werden können. An Hand qualitativer Experteninterviews bezüglich der bisherigen Zusammenarbeit zwischen den touristischen Leistungsträgern sowie einem schriftlichen Fragebogen zur generellen Einstellung gegenüber Netzwerken wurde untersucht, ob sich die touristischen Akteure im Untersuchungsgebiet aus Eigeninitiative vernetzen.

Es wurden alle in den Gastgeberverzeichnissen der Städte aufgeführten Betriebe angeschrieben. Insgesamt gab es zwei Untersuchungsphasen (Fürstenberg 39. KW 2006, Güstrow 41. KW 2006). Zusätzlich zu den insgesamt 35 Interviews mit touristischen Leistungsträgern vor Ort wurden weitere elf Gespräche mit Verantwortlichen bei den Regional- und Landestourismusverbänden, Reiseveranstaltern sowie den Landkreisen geführt.

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass eine integrierte Tourismusentwicklung im ländlichen Raum förderlich, aber nicht unabdingbar ist. Grundsätzlich kann gesagt werden, dass sich bisher vor Ort keine formalen Netzwerke gebildet haben, die den Radfernweg Berlin-Kopenhagen in den Mittelpunkt stellen. Vorhandene Strukturen sind geprägt durch seit Jahren gewachsenes Vertrauen, das eher auf einer familiären als auf einer professionellen Basis angesiedelt werden kann. Die Untersuchungsergebnisse zeigen, dass Netzwerke zwischen touristischen Leistungsträgern durch den Radtourismus, der vornehmlich im ländlichen Raum stattfindet, zu einer Steigerung der Identifikation mit der Region führen können. Dieser Nutzen wird bisher jedoch nur von wenigen

Betrieben explizit als wichtig empfunden. Durch die für diese Arbeit geführten Interviews ist deutlich geworden, dass Radtourismus weiterhin auf dem aufsteigenden Ast ist und außerdem die Vernetzung zwischen Leistungsträgern durch viel Motivation untermauert jetzt einen Handlungsgehilfen benötigt, um die Regionen bei einer integrierten Regionalentwicklung im Sinne der Nachhaltigkeit zu unterstützen. Die Vermarktung des Radfernwegs durch eine übergeordnete Organisation wäre wünschenswert, kann aber auf Grund der sehr unterschiedlichen Gegebenheiten in den zwei Untersuchungsorten nicht als Haupthandlungsempfehlung dieser Arbeit angesehen werden, da die finanziellen und personellen Kapazitäten zur Einrichtung einer solchen Organisation in der Region fehlen.

Vielmehr wird empfohlen, den Gemeinden und Städten zukünftig mehr Handlungsspielraum bei der Ausgestaltung von regionalen und lokalen Maßnahmen zu geben. In diesem Zusammenhang wird das derzeit auch in Deutschland vermehrt diskutierte Konzept der ‚Regional Governance‘ eingeführt, dass den betreffenden Wandel im Verhältnis von Staat und Bürger sowie den intermediären Akteuren zu beschreiben versucht. Der Erfolg versprechende Ansatz scheint gerade in ländlichen Gebieten, in denen kleinräumige Strukturen ein Engagement über das Basisangebot erschweren, die Entstehung von Netzwerken zu fördern. Die Vernetzung im Sinne der ‚Regional Governance‘ stellt insofern eine hervorragende Möglichkeit dar, Tourismusregionen von innen heraus zu stärken und somit ein geschlossenes Auftreten nach Außen zu ermöglichen.

Über die Autorin



Fabienne Julia Osswald (BA, MA) studierte an der Universität Erfurt Sprach- und Kommunikationswissenschaft. Sie absolvierte den Masterstudiengang „Sustainable Tourism Management“ an der Fachhochschule Eberswalde und verfasste im Jahr 2006 ihre Abschlussarbeit zum Thema „Netzwerke und Fahrradtourismus - Von der Netzwerkbildung auf Radfernwegen zur ‚Regional Governance‘“.

Kontakt: fabienneosswald@gmx.de

1 Einleitung

Das Fahrrad hat im Alltagsverkehr, in der Freizeit und im Urlaub eine erstaunliche Wiederbelebung erfahren. Als erstes und bis heute preiswertestes Individualverkehrsmittel erlangte es auf Grund seiner Eigenschaften vor allem zu Beginn des 20. Jahrhunderts Beliebtheit. In den Nachkriegsjahren sank das Prestige des Fahrrads: Radreisen galt nunmehr als „Arme-Leute-Urlaub“. Nachdem das Fahrrad auf Grund des zunehmenden ökologischen Bewusstseins in den 70er Jahren seinen schlechten Ruf langsam wieder ablegen konnte, hat es seitdem eine steile Erfolgskarriere hinter sich. „[...] der Bestand an Fahrrädern hat sich zwischen 1991 und 2000 um fast 20 Prozent erhöht und erreicht damit eine höhere Zuwachsrate als der Pkw-Bestand“ (BMVBS 2002, S. 1).

Der Radtourismus gehört zu einer ständig wachsenden Sparte im Tourismussektor. Viele Tourismusregionen stellen sich immer stärker auf diese Zielgruppe der Reisenden ein. „Mit der Globalisierung und billigen Pauschalflugreisen nach Übersee konfrontiert, bietet es sich für Deutschland an, auf die Gegenbewegung zu setzen: auf die Renaissance örtlicher und regionaler Identifikationsräume. Also auf eine reizvolle Möglichkeit der Freizeitgestaltung ohne weite Anfahrtswege. [...] Statt gegen Fern- und Mehrfachreisen zu kämpfen, empfiehlt es sich, verstärkt auf regionale Vorzüge, Kultur und Geschichte, auf Feierabendverkehr, Tagesausflüge und Wochenendtourismus, auf Kurz-, Erlebnis- und Städtetourismus, Zweit- und Dritturlaub und auf einen neuen Kulturtourismus nach Europa zu setzen“ (HEINZE 2003, S. 187).

Vor allem in den letzten Jahren erfreut sich das Fahrrad im Tourismus auch im Hinblick auf die auf so vielen Ebenen angestrebte nachhaltige Entwicklung immer größerer Beliebtheit. Denn es produziert weder Lärm noch Abgase, seine Nutzung beansprucht wenig Fläche und fördert die Gesundheit. Heute verkörpert das Fahrrad ein Symbol, „[...] mit dessen Nutzung ein bestimmtes Lebensgefühl und speziell eine verantwortungsvolle Bewusstseinshaltung gegenüber der Umwelt demonstriert werden kann“ (STEINECKE ET AL. 1996, S. 7). Mit diesem Wandel einhergehend ist auch eine allgemeine Veränderung im Tourismus erkennbar: „Der Tourismus wandelt sich mehr und mehr von einer Übernachtungsgesellschaft hin zu einer Erlebniskultur. Unbedingte Voraussetzung für eine erfolgreiche lokale und regionale Umsetzung ist eine Steigerung der Attraktivität durch neue Produkte und Vermarktungsstrategien, insbesondere im Bereich sozial- und umweltverträglicher, so genannter sanfter bzw. nachhaltiger Tourismusangebote“ (BORKENHAGEN ET AL. 2004, S. 12).

Zur Stärkung lokaler und regionaler Strategien durch nachhaltige Tourismusangebote im Freizeitverkehr sind innerhalb der letzten zehn Jahre Ansätze für eine regionale Netzwerkbildung von Städten bzw. in Regionen zu verzeichnen. Ziel ist es, durch Erfahrungsaustausch und Lernprozesse in Netzwerken einen Politikwandel hin zu mehr Beteiligung auf der lokalen und regionalen Ebene anzustoßen (vgl. OHLHORST 2003a, S. 217). Hierzu bedarf es durch den Einfluss der Globalisierung von politischen Prozessen einer Flexibilisierung des Handelns der Kommunen, um auf regionaler Ebene die Netzwerkbildung voranzutreiben. Laut OHLHORST (2003a) bewirkt eine Übertragung von Entscheidungsgewalt auf die Gliederungen der Kommune, „[...] dass durch institutionalisierte Netzwerke im stark durch Konkurrenzen determinierten Politikfeld Tourismus eine Annäherung zwischen eher ökonomisch motivierten individuellen und eher ökologisch und sozial motivierten kollektiven Zielen stattfinden kann“ (OHLHORST 2003a, S. 219).

Netzwerkbildung, Kooperation und Partnerschaften scheinen einen Ansatz im Bereich nachhaltiger Tourismus zu bieten, um durch den Transfer von Erfahrungen und durch Kooperation im Rahmen von zielgerichteten Projekten Freizeitverkehr zu gestalten (vgl. OHLHORST 2003a, S. 223). Es gibt einige Beispiele, in denen unter anderem der Bereich Mobilität durch regionsübergreifende Maßnahmen behandelt wurde. „Für das touristische Management erfordert [die Angebotsgestaltung] Kooperationen mit verschiedenen privaten und öffentlichen Unternehmen, um die stetige Qualitätssicherung der verschiedenen Servicebereiche zu gewährleisten“ (MIGLBAUER 1995, S. 355). In einzelnen Fällen kann die Kooperation von Gemeinden mit dem Ziel, Synergieeffekte zu nutzen oder gemeinsame Projekte durchzuführen, die dem regionalen Tourismus zustatten kommen, bereits Erfolge aufweisen (z.B. Verbundticket, Öffentlicher Verkehr und Information) (vgl. OHLHORST 2003a, S. 217).

Immer mehr Regionen öffnen sich dem Trend des Radtourismus, der „[...] im teilweise stagnierenden bzw. rückläufigen deutschen Markt scheinbar eine Wachstumsgarantie [besitzt]“ (HOFMANN 1996, S. 67). Eine ständige Anpassung des Angebots an die Bedürfnisse der sehr heterogenen Gruppe der Radtouristen stellt die touristischen Leistungsträger vor eine immense Herausforderung. Durch Netzwerke und die dadurch entstehenden Synergien können touristische Leistungsträger qualitative Produkte erstellen, die für die Zielgruppe nachhaltig attraktiv bleiben.

Die vorliegende Arbeit überprüft an Hand von Experteninterviews die Perspektiven einer regionalen und überregionalen Zusammenarbeit von touristischen Leistungsträgern, deren Zielgruppe zu einem guten Teil aus Radtouristen besteht.

Am Fallbeispiel des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen (Untersuchungsgegenstand) soll untersucht werden, ob sich touristische Leistungsträger entlang eines Radfernwegs aus Eigeninitiative zu Verbänden zusammenschließen, um das Angebot innerhalb der Region für Radtouristen noch attraktiver zu gestalten.

1.1 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Arbeit ist in zwei Teile aufgegliedert. Der erste Teil baut ein theoretisches Gerüst zu den Themen Netzwerke und Radtourismus. Basis dieser zwei Kapitel ist eine ausführliche Recherche von Sekundärliteratur. Der zweite Teil der Arbeit ist der empirische Teil, der durch Experteninterviews und einen Fragebogen in zwei Untersuchungsorten entlang des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen bearbeitet wurde.

Das **Kapitel 1** dient der allgemeinen Vorstellung des Ziels und der Methodik der Arbeit. Neben den zu überprüfenden Hypothesen werden an Hand einer ausführlichen Begründung die Beweggründe für die Anfertigung dieser Arbeit erläutert. Im **Kapitel 2** wird das Thema Netzwerk ausführlich bearbeitet. Von der politischen Entwicklung über die verschiedenen Arten der Zusammenarbeit wird zu einer ausführlichen Definition von Netzwerken hingeleitet. Das Kapitel schließt mit der Vorstellung von ‚Regional Governance‘, welche als eine Art Weiterentwicklung von einfachen Netzwerken als Lösungsansatz für die Initialisierung von Netzwerken im ländlichen Raum vorgeschlagen wird. Im daran anschließenden **Kapitel 3** werden die theoretischen Hintergrundinformationen zum Thema Fahrradtourismus gegeben. Das Kapitel beginnt mit einer kurzen Einführung zur Entwicklung des Fahrradtourismus. Daran schließen sich für diese Arbeit wichtige Definitionen im Kontext Fahrradtourismus an. Als nächstes werden die Nationale Förderung im Rahmen des Nationalen Radverkehrsplans sowie der Allgemeine Deutsche Fahrradclub (ADFC e.V.) vorgestellt, bevor an Hand einer Reihe von bereits existierenden Beispielen von Netzwerken im Fahrradtourismus das Potenzial einer Zusammenarbeit von touristischen Leistungsträgern erläutert wird. In **Kapitel 4** beginnt der empirische Teil der Arbeit. Die Untersuchung von Netzwerken auf dem Radfernweg Berlin-Kopenhagen fußt zu einem großen Teil auf den Informationen der vorherigen Kapitel. Neben allgemeinen Informationen zum Radfernweg wird das methodische Vorgehen detailliert vorgestellt, um in **Kapitel 5** die Auswertung der empirisch erlangten Erkenntnisse anzuschließen. Die Arbeit schließt in **Kapitel 6** mit einem Fazit und Handlungsempfehlungen, die den touristischen Leistungsträgern vor Ort als Hinweise für eine Verbesserung der Zusammenarbeit in der Region dienen sollen.

1.2 Zielstellung & Hypothesen

Grundlegende Forschungsfrage dieser Arbeit ist, ob sich auf Radfernwegen (von den Leistungsträgern initiierte) Netzwerke bilden, die eine bessere Vermarktung des vorhandenen Angebots und somit eine Steigerung der Attraktivität des Radweges und der Region bewirken. Als Untersuchungsgegenstand dient der Radfernweg Berlin-Kopenhagen, der von Berlin durch Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern über die Ostsee entlang der dänischen Küste bis nach Kopenhagen führt. Der Radfernweg wurde im Jahr 2001 eröffnet.

Grundlage der Arbeit sind die folgenden Hypothesen:

1. Eine Vernetzung der touristischen Leistungsträger ist für eine integrierte Tourismusentwicklung im ländlichen Raum unabdingbar.
2. Netzwerke zwischen touristischen Leistungsträgern können durch den Radtourismus, der vornehmlich im ländlichen Raum stattfindet, zu einer Steigerung der Identifikation mit der Region führen.
3. Die Vermarktung des Radfernwegs durch eine übergeordnete Organisation birgt großes Potenzial für die touristische Entwicklung der Region.

Begründung

Der Tourismus stellt durch die Vielzahl der aktiven Akteure per definitionem eine Querschnittsdisziplin dar, die „[...] in einem ganz besonderen Maß auf Vernetzung angewiesen [ist]“ (PETERS 2002, S. 357). Im Tourismus werden Vernetzungsstrategien daher zu den neuen Erfolgsstrategien gerechnet (vgl. MEGERLE ET AL. 2000, S. 3). Verschiedene Beispiele beweisen, dass eine koordinierte Zusammenarbeit notwendig ist, um eine Region nachhaltig voran zu bringen. Gerade im Tourismus stellen solche Netzwerke oftmals die Nahtstelle zwischen Ökonomie und Ökologie dar, was in Zeiten der nachhaltigen Entwicklung die Wichtigkeit von Synergien hervorhebt. Während das isolierte und unabgestimmte Vorgehen einzelner Akteure in der Regel Abwehrreaktionen hervorruft, lassen sich durch Vernetzungen Synergien erzeugen, von denen die Touristen und die Akteure aus der Region gleichermaßen profitieren können. Doch so sehr Kooperation einer der touristischen Erfolgsfaktoren schlechthin ist, so scheint nichtsdestoweniger die

Zusammenarbeit im touristischen Managementalltag das am schwersten erfüllbare formale Erfordernis zu sein (vgl. MIGLBAUER 1995, S. 351). Insbesondere wird die fehlende Vernetzung kleinteiliger Tourismusangebote bemängelt und zusätzlich ein großer Bedarf an (informellen) Gesprächen seitens der Tourismusakteure aufgedeckt (vgl. PETERS 2002, S. 357 f.).

Netzwerke unter touristischen Leistungsträgern und zwischen diesen und der lokalen Wirtschaft sind unabdingbar für das geschlossene Auftreten einer Region. „Kommunen und Regionen wird durch die Integration vieler Handlungsbereiche ein besonderes Problemlösungspotenzial zugesprochen - neben der Nähe zum Wirtschaften und Leben vor Ort wird der engen Einbindung in lokale Arbeitsnetzwerke als strukturelle Stärke hohe Bedeutung beigemessen“ (OHLHORST 2003a, S. 212). Vor allem die Erkenntnis, dass Tourismusorte und -regionen durch eine verstärkte Kooperation und ein gemeinsames Marketing Synergieeffekte gewinnbringend ausnutzen können, nimmt zu (vgl. OHLHORST 2003a, S. 216). Hierbei bemerken auch die Verwaltungsebenen, dass Kooperationen mit angrenzenden Gemeinden immer wichtiger werden, um für die Gäste ein geschlossenes Bild zu vermitteln.

Zu dem geschlossenen Bild gehört auch eine spürbare Authentizität des Angebots. „Eine hohe Identifikation der Anbieter und der in der Region lebenden Bevölkerung mit dem Urlaubsangebot ist einer der Hauptfaktoren für den Erfolg im Tourismus“ (MIGLBAUER 1995, S. 355). Für die Tourismusmitarbeiter in einer Gemeinde oder in einer Region erfordert eine hohe Identifikation der Anbieter und der in der Region lebenden Bevölkerung vor allem große Vertrautheit mit dem eigenen Produkt. Für das touristische Management ergibt sich die Notwendigkeit, den Mitarbeitern Anregung und Unterstützung beim Kennen lernen des eigenen Angebots bieten zu müssen. Darüber hinaus ist es unter Managementaspekten sinnvoll, zum Beispiel Fahrradausflüge für die Bewohner der Gemeinde und der Region zu organisieren. Diese Maßnahmen dienen nicht nur der Förderung der Tourismusgesinnung der einheimischen Bevölkerung, sondern auch dem Aspekt, die Einheimischen mit der Urlaubsregion und dem touristischen Angebot vor der eigenen Haustür vertraut zu machen (vgl. MIGLBAUER 1995, S. 355).

Ein entscheidendes Hemmnis in der Zusammenarbeit der Tourismusanbieter ist das Misstrauen, dass Kooperationsbeziehungen möglicherweise dem Konkurrenten einen Wettbewerbsvorteil verschaffen könnten. „Dieser Konkurrenzgedanke beherrscht zuweilen nicht nur die Haltung einzelner Unternehmer, sondern ebenso die der Tourismusorganisation, die bisher nach Landkreisgrenzen [...] getrennt agieren“ (PETERS 2002, S. 359). Regionale Tourismus- und Freizeitpolitik als eine

Form der Kooperation von Kommunen einer touristischen Zielregion mit dem Ziel einer gemeinsamen, umweltgerechten Freizeitverkehrs- und Tourismuspolitik erfordert zunächst eine Überwindung des Konkurrenzdenkens hin zu integrierten Ansätzen (vgl. OHLHORST 2003a, S.216). Überhaupt müssen in einem Netzwerk einige Hürden überwunden werden, um eine konstruktive Zusammenarbeit zu erreichen. Die Abgabe einzelner Teilbereiche von der eigenen Autonomie, Kompromissbereitschaft in Aushandlungsprozessen und das Arbeiten an einem gemeinsamen Ziel sind Faktoren, die von vorherigen „Einzelkämpferunternehmen“ erlernt werden müssen. „Insgesamt ist Netzwerkbildung und Kooperation kein Allheilmittel zur Lösung von Problemen des Freizeitverkehrs, dennoch sind Netzwerke häufig zu inkrementellen Innovationen in der Lage, setzen Prozesse in Richtung kollektiver Ziele in Gang und wirken über regionale Grenzen hinaus“ (OHLHORST 2003a, S. 223).

Das Vorgenannte trifft ebenfalls auf den Sektor des Fahrradtourismus zu. Hinzu kommt, dass es sich bei den Radtouristen um eine sehr heterogene Zielgruppe handelt. Zur besseren Vermarktung des regionalen Produkts bedarf es einer gezielten Aufklärung der touristischen Leistungsträger über die einzelnen Bedürfnisse der touristischen Zielgruppen (vgl. REMANN-HÄRING 2003, S. 82). Darüber hinaus gilt es, sämtliche Leistungsträger im radtouristischen Bereich über sinnvolle und attraktive Maßnahmen zu informieren (vgl. FROITZHEIM 1996, S. 63). Daran müssen alle wichtigen Akteure beteiligt werden, da ein breiter gesellschaftlicher Konsens bei der Radverkehrsförderung zwingend erforderlich ist (vgl. BMVBW o.J., S. 8 f.). Die effektive Zusammenarbeit und die Förderung von Transparenz sind Grundvoraussetzungen für die Radverkehrsförderung. Dabei wird deutlich, „[...] dass insbesondere der regionaltypische Aspekt eine große Rolle spielt. Seien es nun landschaftstypische Unterkunftsmöglichkeiten wie Winzer- und Bauernhöfe oder seien es regionalspezifische Themen aus den Bereichen Geschichte, Architektur und Kultivierung der Landschaft“ (WACHOTSCH 2005, S. 53). Ein wirtschaftlicher Impuls kann nur dann erreicht werden, wenn alle Beteiligten mitziehen und eine Rolle im Geflecht der zusammenarbeitenden Leistungsträger bekommen. Eine übergeordnete Organisation kann durch die Vermarktung des Radfernwegs und die strategische Einbeziehung der regionalen Angebote wichtige Impulse für die touristischen Leistungsträger schaffen.

Der Bedarf dieser Untersuchung liegt auch in dem Aspekt begründet, dass den Kommunen in den letzten Jahren in der Steuerungsstruktur des Staates beziehungsweise der Länder eine andere Rolle zugewiesen wird. Es geht um die Entwicklung einer Region durch freiwillige Kooperation verschiedener regionaler

Akteure, wobei das Gemeinwohldenken der Akteure durch den gemeinsamen räumlichen Bezug intensiviert wird (vgl. FÜRST 2002, S. 33). Beteiligungsverfahren haben erhebliche Leistungspotenziale, die im Rahmen der Umorientierung des Staates weg vom klassischen Hoheitsstaat und hin zum „aktivierenden Staat“ (FÜRST 2002, S. 31) zunehmend Aufmerksamkeit gefunden haben. Im Verlauf der Bürgerpartizipation auf kommunaler Ebene hat sich Partizipation gleichwohl immer mehr von der reinen Akzeptanzbeschaffung weg zur Mobilisierung von Selbsthilfekräften verschoben (vgl. FÜRST 2002, S.24). „Insbesondere wenn bei der Kooperation von Ziel- und Quellgebieten [...] die üblichen Regionsgrenzen deutlich überschritten werden, fehlen bislang geeignete Organisationsformen für eine dauerhafte, integrative interregionale Kooperation“ (OHLHORST 2003a, S. 221). Die Zusammenarbeit innerhalb eines Netzwerks kann die Hemmnisse einer regionsüberschreitenden Kooperation durch den regionalen Bezug reduzieren.

Die bestehende Konkurrenzsituation zwischen Gemeinden, die als touristische Destinationen miteinander in Wettbewerb treten, zeigt eindeutige ökonomische beziehungsweise wirtschaftspolitische Interessen. Im Rahmen der nachhaltigen Tourismusentwicklung bedarf es jedoch integrierter Ansätze, damit alle beteiligten Akteursgruppen langfristig profitieren können. Das erfordert einen Impulsgeber, der umweltschonende aber dennoch gewinnbringende Angebote entwickelt. Es gibt einige Beispiele dafür, wie durch die Initiierung oder zumindest die maßgebliche Beteiligung aller Akteursgruppen Konzepte für die Partizipation der einheimischen Bevölkerung an der Planung, für die pädagogische Vermittlung regionalgeschichtlicher, kultureller und ökologischer Inhalte durch touristische Angebote sowie für alternative Mobilitätsangebote entwickelt wurden (vgl. OHLHORST 2003a, S. 214). Im Untersuchungsgebiet soll überprüft werden, ob es Tendenzen hin zu einer Netzwerkzusammenarbeit gibt. Gegebenenfalls werden auf Grundlage von wissenschaftlichen Erkenntnissen Handlungsempfehlungen ausgesprochen, die den Regionen Möglichkeiten einer Angebotsentwicklung aufzeigen.

1.3 Methodik

In der vorliegenden Arbeit wurde ein Methodenmix angewandt. Eine einschlägige Literaturrecherche bezüglich Methoden ergab, dass erst durch eine Kombination aus quantitativen und qualitativen Erhebungsdesigns ein wirklichkeitsnahes Ergebnis zu erreichen ist. Neben einer ausführlichen Recherche in Sekundärliteratur wurden als Primärerhebungsinstrumente Experteninterviews sowie ein Fragebogen gewählt.

Als Quellen der Sekundärliteraturrecherche dienten Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Radio sowie Informationen aus dem Internet. Die Recherche für die Teilbereiche Netzwerke und Fahrradtourismus ergeben eine breite Vielfalt an möglichen Quellen. Eine Eingrenzung des Themas war auch bezüglich der geographischen Lage des Untersuchungsgebiets notwendig. Als Untersuchungsgegenstand dient der Radfernweg Berlin-Kopenhagen, der allerdings nur punktuell (zwei Untersuchungsorte: Fürstenberg/Havel und Güstrow) und nur in Deutschland untersucht wurde.

In der Befragung der für die Erhebung wichtigen touristischen Leistungsträger mittels Experteninterviews sollen Informationen und Erkenntnisse der vor Ort entscheidenden Fakten und Gegebenheiten herausgearbeitet werden. Die ausgewählten Gesprächspartner gelten nach Ansicht der Sozialwissenschaft als Experten ihres Gebiets. „Experten sind Menschen, die ein besonderes Wissen über soziale Sachverhalte besitzen, und Experteninterviews sind eine Methode, dieses Wissen zu erschließen“ (GLÄSER ET AL. 2004, S. 10). Die Interviewpartner lassen sich in zwei unterschiedliche Gruppen einteilen:

Die Gespräche mit der ersten Gruppe dienten der reinen Informationsbeschaffung und der Überprüfung vorhandener Strukturen in der Region. Diese Interviews folgten weitestgehend keinem Interviewleitfaden sondern wurden im narrativen Stil gehalten. Sie sind demnach nicht zusammenfassbar und werden als grundlegende Information in der Arbeit immer wieder aufgenommen. Außerdem wurde von einer Anonymisierung der verschriftlichen Interviews abgesehen, da die reinen Informationen bereits eine Zuordnung zu den Personen zulassen. Diese Gespräche erhalten das Kürzel „A“. Sie wurden vorbereitend oder auch während der Befragungsreihen geführt.

Die zweite Gruppe der Interviewten sind die touristischen Leistungsträger in den zwei Untersuchungsorten des Untersuchungsgebiets. Diese Interviews folgten einem Leitfaden, der in Kooperation mit der Betreuerin dieser Arbeit entwickelt wurde. Der Leitfaden sollte eine Vergleichbarkeit der Antworten garantieren. Die Interviews werden respektive mit „F“ für Fürstenberg und „G“ für Güstrow gekennzeichnet. Durch eine Zusammenfassung in Kategorien wurde die Vergleichbarkeit der Daten nach der Transkription hergestellt. Die Auswertungen folgen vornehmlich einer reinen Auszählung von Antworthäufungen. Zusätzlich werden wichtige Zitate in der Auswertung der Ergebnisse im Abschnitt 5 mit aufgenommen.

Als zusätzliches Erhebungsinstrument diente ein Fragebogen, der einerseits Fragen zu Unternehmensdaten enthielt und andererseits über quantitative

Bewertungsfragen eine Einschätzung der Leistungsträger bezüglich der Einstellung gegenüber Netzwerken geben sollte.

Eine detaillierte Erläuterung des logistischen Ablaufs und zur Vorgehensweise findet sich in Abschnitt 4.2. Auf Grund der Verwendung von Sekundärliteratur, die nicht gender-sensitiv ist, und zu Gunsten der Übersichtlichkeit wird im Folgenden auf eine Aufteilung nach Geschlecht verzichtet, ohne dabei einzelne Gruppen benachteiligen zu wollen.

2 Netzwerke & ‚Regional Governance‘

„Netzwerke erfreuen sich geradezu konjunktureller Aufmerksamkeit.“
(BORKENHAGEN ET AL. 2004, S. 5)

Netzwerke haben vor allem in der wissenschaftlichen Diskussion an Bedeutung gewonnen (vgl. MEGERLE ET AL. 2000, S. 3). Diese Art der eher informellen Zusammenarbeit zwischen privaten und öffentlichen Unternehmen hat als Ziel die Optimierung von personalen und Unternehmenseffekten. „Verdichtungsräume entwickeln sich in einem Spannungsverhältnis zwischen Globalisierung und lokaler Wirtschaftsvernetzung, zwischen Schwächung des nationalen Wohlfahrtsstaats und Zwängen zu vermehrten Anstrengungen, Selbsthilfe zu mobilisieren, zwischen zunehmender Individualisierung, arbeitsteiliger Ausdifferenzierung und Pluralisierung von Entscheidungszentren einerseits sowie wachsenden Interdependenzen der Akteure und folglich wachsendem Bedarf an integrierenden Formen der Problembearbeitung andererseits“ (FÜRST 2001, S. 84). Ein gemeinsames Interesse von vielen, oft sehr unterschiedlichen Akteuren in einer Region, kann in dem Prozess als Grundvoraussetzung angesehen werden. Durch eine aktive Vernetzung der Akteure untereinander, das gemeinsame Entwickeln von Zielen und Maßnahmenvorschlägen und die anschließende Umsetzung kann die Region im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung neue Impulse auslösen und Projekte weiterentwickeln (vgl. LINDLOFF ET AL. 2001, S. 7).

Zwar hatten die von der ersten frei gewählten Volkskammer der DDR im Mai 1990 eingeführten Rechte einer kommunalen Autonomie in den neuen Bundesländern den Grundstein für eine gemeindliche Selbstverwaltung gelegt, aber gerade hier hat sich gezeigt, dass Kooperation oft in sehr informellen Formen beginnt und dass Vertrauen unter den Akteuren noch besonders eingeübt werden muss (vgl. GAWRON ET AL. 2000, S. 18 ff.). Jedoch tritt in zunehmendem Maße neben der kommunalen Konkurrenz auch die Bereitschaft zu interkommunaler Kooperation hervor (vgl. GAWRON ET AL. 2000, S. 22). Das Konzept der Governance versucht als Weiterentwicklung des Netzwerkansatzes den Widerspruch zu fassen, dass „[...] es offenbar einen regionalen Handlungsbedarf, aber keine Bereitschaft gibt, diesem mit verbindlichen politisch-administrativen Strukturen nachzukommen [...]“ (vgl. DILLER 2004, S. 270 f.). Die Governance stellt insofern eventuell einen Ausweg dar, die Motivation wieder in die Region zu bringen und gleichzeitig neue Handlungskonzepte nachhaltig in der Region zu verankern.

Das folgende Kapitel stellt die verschiedenen Arten der Zusammenarbeit sowie die Anforderungen und Voraussetzungen für die Arbeit in einem Netzwerk vor. Es wird

in besonderem Maße versucht, die Rolle der einzelnen Akteure zu beleuchten. Zusätzlich werden Vor- und Nachteile der Arbeit in einer Kooperation aufgezeigt, um überzuleiten zu dem Konzept der ‚Regional Governance‘.

2.1 Die politische Entwicklung

Im Gegensatz zu den USA bemerkt die deutsche Wirtschaft erst in letzter Zeit, wie wichtig ein Wirken in und die Gestaltung von der Region ist (vgl. FÜRST 2001, S.86). Im Sinne der nachhaltigen Entwicklung haben die subnationalen Raumebenen Kommune, Stadt sowie Region seit der Konferenz der Vereinten Nationen über Umwelt und Entwicklung (Erdgipfel) 1992 in Rio de Janeiro daher beträchtlich an Bedeutung gewonnen. Vor allem in den ländlichen Regionen ist ein Trend zu erkennen: „[...] fort von den starren Entwicklungsmodellen mit planungsorientiertem Durchgriffscharakter der 70er und 80er Jahre hin zur stärkeren Begleitung und Steuerung von Entwicklungsprozessen, die Handlungsspielräume für eine regionale Selbstorganisation fördern“ (NISCHWITZ ET AL. 2001, S. 24). Es entwickeln sich seither sowohl modifizierte als auch neue Formen politisch-institutioneller Steuerung, kooperativer Regulationsstrukturen und zivilgesellschaftlicher Selbstorganisation (vgl. NISCHWITZ ET AL. 2001, S. 4). Das bedeutet, dass den Regionen von Seiten des bisher souveränen Staatsgebildes mehr Handlungsmacht überlassen werden muss. „Im Zuge eines sich verändernden Steuerungsverständnisses werden seitens der Europäischen Union und der Nationalstaaten die Gestaltungsspielräume für die lokale und regionale Ebene erhöht und flexibilisiert“ (NISCHWITZ ET AL. 2001, S. 4).

Die Steuerungspolitik in den Regionen wird laut LINDLOFF ET AL. (2001) bisher durch nachfolgende Charakteristika beeinflusst. Die Verwaltungsebenen prägen die Region durch ihre richtungsweisenden Handlungsvorgaben. Die einheitliche Meinung der zu beschreitenden Politik hat eine hohe Bedeutung. Es gibt klar zugeordnete Zuständigkeiten in Aufbau- und Ablauforganisation, die einer oft mehrstufigen Hierarchie folgen. Durch knappe Kassen werden auf der Verwaltungsebene zunehmend Stellen gekürzt, was zu einer Konzentration auf die Pflichtaufgaben der Gebietskörperschaften führt. Freiwillige Aufgaben werden weiter reduziert und in manchen Verwaltungen ganz eingestellt. Das eigenverantwortliche Handeln von Unternehmen wird durch strenge bürokratische Richtlinien und finanziellen Vorgaben der Aufsichtsbehörden deutlich eingeschränkt. Das damit einhergehende negative Image der Verwaltungen wirkt für die Entwicklung in der Region bremsend. Die Konkurrenz zwischen den Ämtern, die geringe Motivation der Mitarbeiter durch die starke Hierarchisierung der Arbeitsabläufe und das oft konservative Festhalten an Altem verschließen mögliche Innovationsspielräume und

prägen das Bild von externen Institutionen und Akteuren, die Verwaltungen oft als notwendige Vollzugsanstalt jedoch ohne gestaltende Kraft in der Region ansehen (vgl. LINDLOFF ET AL. 2001, S. 27).

In den letzten Jahren wird daher versucht, durch die Einführung neuer Steuerungsmodelle und die Umsetzung einer Verwaltungsmodernisierung die Verwaltungen insgesamt bürgerfreundlicher zu gestalten sowie effektivere Abläufe einzuführen. Die konservative Kommunal- und Regionalplanung ist mit dieser neuen Umgangsform überfordert und sucht nach zeitgemäßen Planungs- und Umsatzformen durch strategisch angelegte Projekte (vgl. GAWRON ET AL. 2000, S. 26). „Mit der Diskussion um die Lokale Agenda 21 und generell über zukünftige Entwicklungen der Regionen, Städte und Gemeinden hat die Zusammenarbeit mit den gesellschaftlichen Gruppen, der Wirtschaft und der Bürgerschaft einen neuen Auftrieb bekommen“ (LINDLOFF ET AL. 2001, S. 28). Zusätzlich ist der Umbruch im Land nicht nur der aktuellen Epoche geschuldet, sondern wird auf Grund der neuen Förderpolitik der Europäischen Union noch forciert. „Der internationale Blick erscheint umso wichtiger, als dass sich die Finanzierungs- und Förderinstrumente der EU zur Gestaltung eines nachhaltigen Europas der Regionen nach 2006 inhaltlich grundsätzlich erneuern bzw. ganz entfallen. Dies wird dauerhaft die Steuerungsfähigkeit regionaler Entwicklung in Europa verändern“ (NISCHWITZ ET AL. 2001, S. 10), weil momentan sehr viele Projekte gerade im ländlichen Raum von der Förderung durch die Europäischen Union abhängig sind. Der Fokus in die Region aber auch über die Regions- und gegebenenfalls auch Landesgrenzen hinaus muss daher weiter geschärft werden.

Die Ausgangssituation in Regionen, Städten und Gemeinden kann mit folgenden Parametern beschrieben werden (vgl. LINDLOFF ET AL. 2001, S. 7):

- Geringe Kenntnis der Akteure voneinander;
- kein regelmäßiger Informationsfluss;
- wenig oder keine Kooperation zwischen Akteuren;
- unzureichende Transparenz über die Beschäftigungsfelder und Dienstleistungen der Akteure;
- häufig gegenseitige Abgrenzung zwischen Akteursgruppen und gegenüber Mitbewerbern;
- Distanz zwischen den privaten Akteuren und der öffentlichen Verwaltung;
- Abgrenzung zwischen den unterschiedlichen räumlichen Ebenen (Region, Landkreis, kreisangehörige Gemeinden);
- Abgrenzung zwischen unterschiedlichen Ämtern in der Verwaltung;

Auch FÜRST (2001) benennt die hauptsächlichlichen kritischen Punkte in den Regionen: Es gibt nur einen unzureichenden Austausch zwischen den Akteuren, da diese durch fehlende Verknüpfungen keine Verbindung haben. Außerdem fehlt es an einer konkreten Bestimmung eines „Gemeinschaftsbedarfs“ (FÜRST 2001, S. 84). Unterschiedliche Handlungslogiken bedingen unterschiedliche Vorstellungen in der Gestaltung einer Region. Diese Faktoren basieren zu einem großen Teil auf der bisher vernachlässigten Konzentration auf die Region. Die räumliche Nähe und das regionale Zusammenwirken von Institutionen, Wirtschaft, Politik, Gebietskörperschaften und Bürgern werden inzwischen als Fundament für eine nachhaltige Entwicklung angesehen. Kooperationen und Netzwerke bieten in diesem Prozess eine gute Möglichkeit, die verschiedenen Akteure zusammen zu bringen und projektbezogenen Lösungen und Ideen für die Region zu entwickeln. Die bisher entstanden Strukturen müssen für alle potenziellen Akteure geöffnet und die sich entwickelnde Motivation für Kooperationen genutzt werden.

2.2 Arten der Zusammenarbeit

Die Vielfalt von Beteiligungen hat in den letzten 20 Jahren in Deutschland stark zugenommen. Dies steht in engem Zusammenhang mit dem Wandel der gesellschaftlichen Steuerung und der Veränderung der Rolle des Staates hin zu konsensorientierten Lösungen durch eine dezentrale Steuerung (vgl. FÜRST 2002, S. 21). Es handelt sich hierbei um traditionelle Beteiligungsverfahren, die die Bürger aktiv auf der kommunalen Ebene einbeziehen sollen. Bei diesen Verfahren ist es wichtig, dass „lebensweltlich erfahrbare“ (FÜRST 2002, S. 23) Angelegenheiten, von denen die Bürger direkt betroffen sind, im Mittelpunkt stehen. Den Bürgern soll eine Stimme in der Regionalplanung und dadurch eine Rolle bei der Verbesserung ihrer eigenen Lebenssituation vermittelt werden. Genannt werden können gesetzlich festgeschriebene Verfahren wie zum Beispiel die öffentliche Auslegung eines Planentwurfs oder die Erörterung vorgebrachter Belange. Der größte Teil der Beteiligungsverfahren in der Raumordnung wie z. B. Bürgergutachten, Arbeitskreise, Regionalkonferenzen oder Fachforen für einzelne Zielgruppen sind dagegen gesetzlich nicht vorgeschrieben (vgl. KNIELING 2003, S. 468 f.). Bei dieser Art der Beteiligung geht es weniger um eine reine Akzeptanzbeschaffung als vielmehr um eine Mobilisierung von Selbsthilfekräften (vgl. FÜRST 2002, S. 24). Manche dieser Ansätze können einen Übergang zu den folgend erläuterten Arten der Zusammenarbeit darstellen (vgl. FÜRST 2002, S. 25), die unterschiedliche Akteursebenen miteinander verbinden und ebenfalls Mitgestaltungsvolumen aufweisen.

Es gibt eine Vielzahl verschiedener Formen, wie Unternehmen zwischenbetrieblich zusammenarbeiten können. Die Art und Weise dieser Zusammenarbeit unterscheidet sich im Großen und Ganzen hauptsächlich im Grad der Formalisierung. Ziel der Zusammenarbeit ist, die Wettbewerbsposition zu stärken oder auch auf- und auszubauen (vgl. PAWELLEK ET AL. 2004, S. 13). „Gerade sogenannte Mikrounternehmen brauchen Partner, vor allem um ihr Produkt- oder Dienstleistungsangebot zu erweitern“ (PAWELLEK ET AL. 2004, S. 13). Die Palette der Zusammenarbeit reicht so von Kontakten über Netzwerke zu Kooperationen und vertraglich festgesetzten Partnerschaften mit jeweils steigendem Formalisierungs- und Abhängigkeitsgrad (vgl. Abbildung 1).

„Der Zweck der Zusammenarbeit, der von den jeweiligen Bedürfnissen und Vorstellungen der Beteiligten abhängt, führt zu unterschiedlichen organisatorischen Konstruktionen, Vereinbarungsnotwendigkeiten und Anpassungsmaßnahmen“ (PAWELLEK ET AL. 2004, S. 13 f.). Die Form der Zusammenarbeit kann nicht immer frei gewählt werden, sondern orientiert sich häufig am vorhandenen Angebot oder an den zeitlichen Gegebenheiten. So haben zum Beispiel Netzwerke inzwischen in der nachhaltigen Regionalentwicklung eine größere Relevanz als traditionelle Partizipationsverfahren, „[...] denn sie bringen die Akteure zusammen, die über die traditionellen Institutionen getrennt wurden“ (FÜRST 2002, S. 25).

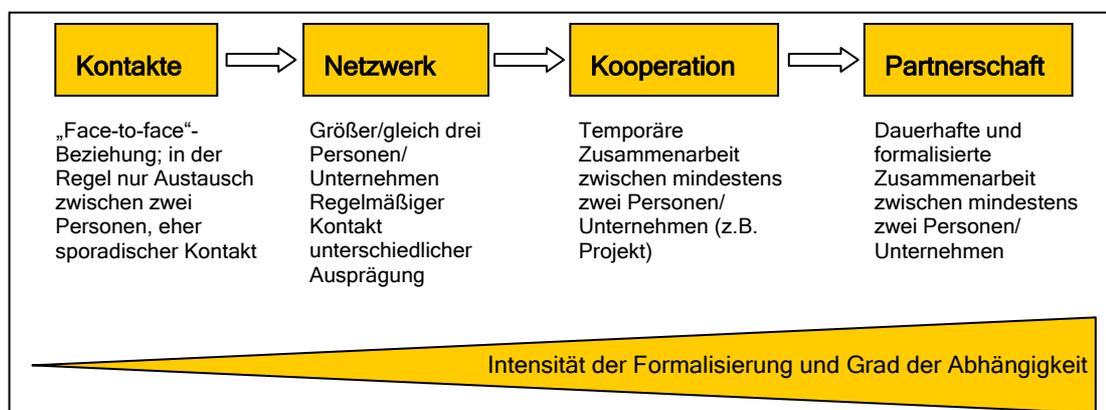


Abbildung 1 Formen der Zusammenarbeit (PAWELLEK ET AL 2004, S. 14)

Kontakte stellen PAWELLEK ET AL. (2004) zu Folge eine lose Form der Zusammenarbeit dar. Sie werden nicht selten als die „informelle Unternehmenssicherung“ (PAWELLEK ET AL. 2004, S. 15) bezeichnet, da sie oft bereits vor der Unternehmensgründung existieren, im Geschäftsverlauf zahlenmäßig zu- und intensitätsmäßig eher abnehmen und doch meist eher zufällig entstehen.

Gerade bei kleinen Unternehmen ist die Form der Zusammenarbeit im **Netzwerk** sehr beliebt (vgl. PAWELLEK ET AL. 2004, S. 15). Gegenüber den traditionellen Partizipationsverfahren geben Netzwerke die Möglichkeit der Verhandlung und somit der Beeinflussung von Denk- und Einstellungsmustern, was zur Vertrauensbildung des ‚Empfängers‘ in den ‚Sender‘ beitragen kann (vgl. FÜRST 2002, S. 25). Da der Schwerpunkt dieser Arbeit auf der Zusammenarbeit in Netzwerken liegt, folgt in Abschnitt 2.3 eine umfangreiche Definition.

Wie aus Abbildung 1 ersichtlich, ist die **Kooperation**¹ in der Intensität formalisierter und zusätzlich charakterisiert durch einen höheren Grad an Abhängigkeit. Die Zusammenarbeit von zwei oder mehr wirtschaftlich selbstständigen Unternehmen ist meist zweckgebunden und folgt einem von den Partnern selbst entwickelten Verhaltenskodex. Kooperationen verfolgen meist ein Ziel, mit dessen Erreichen der zeitliche Rahmen definiert wird. Es gibt jedoch auch die Möglichkeit, dass die Zusammenarbeit auf eine längerfristige Gewinnmaximierung angelegt wird. Sollte das erste Ziel erreicht sein, bestehen die Verbindungen gegebenenfalls weiterhin in netzwerkartiger Form und „[...] werden für weitere kooperationsadäquate Projekte wieder aktiviert“ (PAWELLEK ET AL. 2004, S. 16). Die Abhängigkeit der Partner ist reziprok bedingt.

Durch langfristige Planung und einen hohen Grad der Formalisierung zeichnet sich die **Partnerschaft** aus. Verbindlichkeit und Vertrauen sind die charakterisierenden Schlagworte. Zwar muss eine Partnerschaft nicht implizieren, die eigene unternehmerische Identität ganz zu verlieren, aber trotzdem wird häufig ein gemeinsames Logo und/oder gemeinsamer Name gewählt und nach außen auf die formalisierte Zusammenarbeit aufmerksam gemacht. Das Interesse hierbei ist überwiegend kaufmännischer oder unternehmensstrategischer Art (vgl. PAWELLEK ET AL. 2004, S. 16).

Der Grund für eine Zusammenarbeit ist abhängig von den Zielen eines Unternehmens. Erfahrungsaustausch, gemeinsames Marketing oder die Ergänzung/Erweiterung der eigenen Kompetenz können in manchen Fällen Existenz sichernd wirken (vgl. PAWELLEK ET AL. 2004, S. 19).

¹ Auffällig ist, dass in der Literatur keine klare Abgrenzung zwischen den zwei Begriffen Kooperation und Netzwerk gezogen wird. Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass der Grad der Formalisierung und Abhängigkeit in einem Netzwerk geringer ist sowie die Verbindlichkeit und Zielgerichtetheit in einer Kooperation vorherrschen. Um Verwirrungen vorzubeugen wird hier angemerkt, dass im weiteren Verlauf diese zwei Begriffe gleichwertig, aber immer mit dem Netzwerkgedanken verwendet werden.

Im weiteren Verlauf der Arbeit wird der Schwerpunkt auf dem Thema Netzwerke liegen. Netzwerke haben einen relativ geringen Formalisierungsgrad und werden gerade bei kleinen Unternehmen oft als Form der Zusammenarbeit gewählt. Hauptvorteile sind hierbei die Unabhängigkeit, die relativ unverbindliche Zusammenarbeit sowie die hohe Entscheidungsfreiheit jedes Einzelnen.

2.3 Definition Netzwerk

Es ist schwierig, eine einheitliche Definition für den Netzwerkbegriff zu finden, denn die Definitionen sind so mannigfaltig wie die Disziplinen, die sich mit dem Thema **Netzwerk** beschäftigen. Wenn es sich nur um eine lose Vernetzung zum Informationsaustausch handelt, kann man von einer schwachen Form der Beteiligung ausgehen. In den Strukturen, in die die Verwaltung netzwerkartig eingebunden wird, kann man zumindest dann von Netzwerk sprechen, wenn die Zusammenarbeit zur Intensivierung der Interaktion führt (vgl. FÜRST 2002, S. 21). „[... In] allen gesellschaftlichen Teilsystemen [nehmen] netzwerkartige Organisationsformen [zu] und [werden] somit zu einem entwicklungsstrategischen Gestaltungsbereich erster Ordnung [...]“ (BUTZIN 1999, S. 44). Es gibt einige wichtige Eigenschaften, die die Organisationsform **Netzwerk** grundlegend definieren (vgl. BUTZIN 1999, S. 44):

- Die **Triade** - die Beziehung von mindestens drei gleichberechtigten Akteuren (Personen oder Unternehmen) - ist Grundbaustein eines Netzwerks.
- Die koordinierte Verflechtung von autonomen Akteuren dominiert.
- Entscheider und Betroffener sind identisch, was zu einem Legitimationsdefizit führen kann.
- Dialog und Aushandlung sind Grundlage einer gleichberechtigten Zusammenarbeit. Die dominante Steuerungsform ist die **Selbstorganisation und -reglementierung**.
- Da Netzwerke ergebnisoffen sind, verlangen sie von den Akteuren Konsens- und Kompromissfähigkeit sowie die Bereitschaft auf Anteile eigener Autonomie zu verzichten.
- Die Ziele eines Netzwerks müssen als dynamisch und nicht als unabänderlich akzeptiert werden.
- Soziale Organisationsformen wie das Netzwerk unterliegen einem Entwicklungszyklus.
- Durch eine sich selbst regulierende „Infrastruktur des Wahrnehmens, Lernens und Handelns“ (BUTZIN 1999, S. 44) entsteht im Netzwerk ein gemeinsamer Wahrnehmungs- und Wertungsfilter.
- **Vertrauen**, soziokulturelle Nähe und Gegenseitigkeit gelten als wesentliche Bedingungen für ein erfolgreiches Zusammenarbeiten.

In Abbildung 2 wird versucht, die Merkmale eines Netzwerks visuell zusammenzufassen. Einige wichtige Aspekte innerhalb der Definition von Netzwerken werden anschließend nochmals ausführlich erläutert.

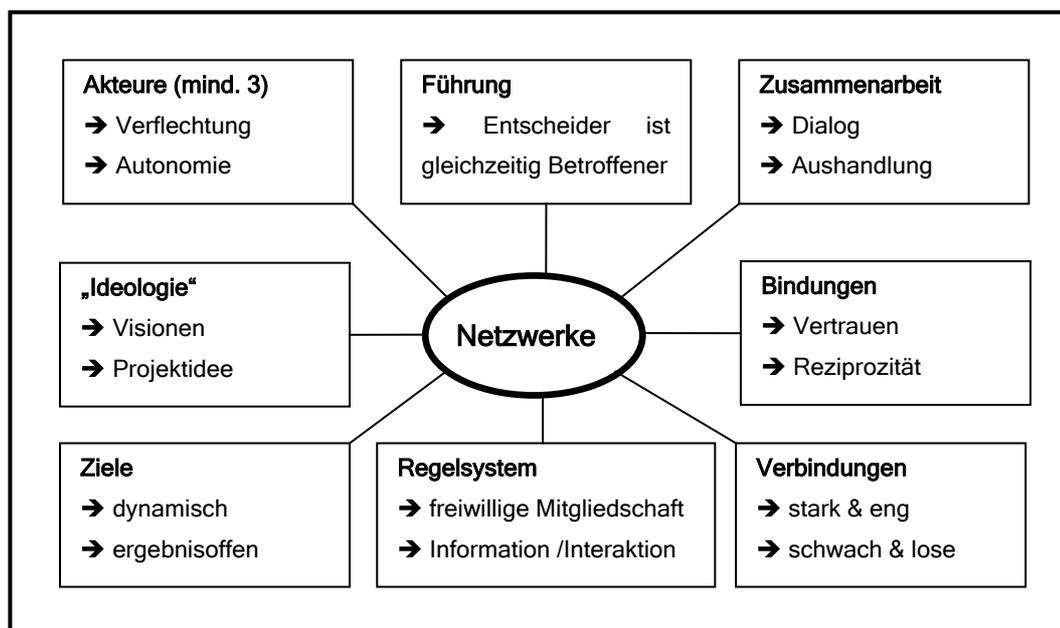


Abbildung 2 Elemente von Netzwerken (in Anlehnung an FÜRST o.J., S. 4)

FÜRST (2002) nennt drei grundlegende Funktionen von Netzwerken: „Mobilisierung von Selbsthilfe“, „Innovationskraft der Netzwerke“, „Absicherung der Unsicherheitskosten des Wandels über kollektive Wissenspools und Hilfe-Erwartungen“ (FÜRST 2002, S. 25). Grundsätzlich werden Netzwerke durch eine Identifikation von geeigneten Netzwerkpartnern initiiert. Kontinuierliche bilaterale Gespräche führen zu einer Feststeckung von zu erreichenden Zielen. Wesentliche weitere Managementmethoden im organisatorischen Aufbau eines Netzwerkes sind außerdem die Organisation von Netzwerktreffen sowie die Verbreitung der Ergebnisse an alle potentiellen Partner. Der Moderation wird dabei eine besondere Bedeutung zugesprochen (vgl. PETERS 2002, S. 359). Außerdem ist es wichtig, dass ein Netzwerk ein in sich dynamisches System ist und dass diese Tatsache auch von außen erkennbar bleibt. Die Beteiligung in einem Netzwerk kann so „[...] auch als ‚produktive Ressource‘ verstanden werden. Damit kann zum einen die Verwaltung in der Informationsbeschaffung und Ideenentwicklung entlastet werden; im Extremfall gelingt es sogar, über diesen Weg Selbsthilfekräfte zu mobilisieren. Zum anderen kann Betroffenenbeteiligung die Qualität der Entwürfe verbessern“ (FÜRST 2002, S. 23).

Die Gründe für das Entstehen eines Netzwerkes sind vielfältig (vgl. GENOSKO 1999, S. 57). Einerseits bietet ein Netzwerk die Möglichkeit der Risikoteilung und Unsicherheitsminderung. Des Weiteren stellen Netzwerke „Bollwerke gegen exogene Schocks bzw. zur Bekämpfung wirtschaftlicher Krisen“ (GENOSKO 1999, S. 57) dar. Je nach Grad der Institutionalisierung und Formalität eines Netzwerkes können sie Transaktionskosten reduzieren sowie Such-, Informations- und laufende Betriebskosten günstig beeinflussen. Außerdem können Netzwerke durch die Zusammenlegung von negativen und positiven externen Effekten diese in den eigenen Reihen behandeln („Internalisierung negativer Externalitäten“ (GENOSKO 1999, S. 59)), indem zum Beispiel eine zweistufige Kooperation eingeführt wird: Kooperation zwischen Kommunen sowie Kooperation zwischen Kommunen und Betrieben. In der Praxis ist die Umsetzung allerdings noch immer schwierig, wenn die Netzwerk-Mitglieder rechtlich selbstständig bleiben (vgl. GENOSKO 1999, S. 59).

2.3.1 Ideologie

Für die Initialisierung einer Zusammenarbeit bedarf es in den bisherigen Strukturen innovativer Ideen und

„Visionen entstehen nicht geplant.“
(BORKENHAGEN ET AL. 2004, S. 22)

Personen, die Motivation für deren Umsetzung entwickeln. „Netzwerke basieren immer auf Visionen, Ideen, Vorhaben oder Problemen von Personen, Unternehmen, Einrichtungen oder sonstigen Handlungsträgern“ (BORKENHAGEN ET AL. 2004, S. 7). Die teilnehmenden Akteure empfinden ihre Ressourcen und Kompetenzen zur Realisierung nicht als ausreichend und wählen daher den Zusammenschluss mit Partnern in einem Netzwerk.

Visionen entstehen in kreativen Milieus² wie zum Beispiel im Gespräch an der Garderobe oder in der Kaffeepause bei einer Tagung in einem kleinen Kreis von drei bis fünf Personen, die durchaus sehr heterogene Ziele verfolgen können (vgl. BORKENHAGEN ET AL. 2004, S. 22). Der spontane Zusammenschluss durch die pure Erkenntnis, in Form einer Zusammenarbeit die Kräfte zu bündeln und die Aufgaben

² Seit 1984 beschäftigt sich die „Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs (GREMI)“ mit dem Untersuchungsgegenstand des „kreativen Milieus“. Ziel der Untersuchungen ist die Ursachenforschung für die unterschiedliche Innovationsfähigkeit und -tätigkeit verschiedener Regionen. Insbesondere werden die speziellen örtlichen Bedingungen als ‚gemeinsamer Nenner‘ von Regionen für deren endogen erzeugten Wohlstand und die unternehmerische Vitalität untersucht. Für weitere Ausführungen siehe FROMHOLD-EISEBITH 1995 in Geographische Zeitschrift 1995, Band 83, S. 30-47.

zu verteilen, kann in einer Region als positiver Impuls angesehen werden. Aus einer zunächst einmalig geplanten, projektbezogenen Zusammenarbeit kann später eine strategische, nachhaltige Zusammenarbeit werden (vgl. SARETZKI ET AL. 2002, S. 15).

2.3.2 Verbindungen

„The strength of weak ties.“

(Granovetter 1973, S. 1360)

Übersetzung der Autorin: „Die Stärke von schwachen Verbindungen.“

Aus formal-system-theoretischer Perspektive „[...] besteht ein Netzwerk, allgemein gesprochen, aus Knoten und Kanten. Knoten können Personen, Projekte oder Ereignisse sein, Kanten die Beziehungen zwischen den Knoten“ (GENOSKO 1999, S. 32). Sowohl die Akteure eines Netzwerkes wie die Beziehungen zwischen ihnen müssen in einem räumlichen Zusammenhang stehen. Knoten und Kanten in räumlicher Nähe spiegeln dementsprechend eine regionale Vernetzung wider, wobei die Region als subnationale räumliche Einheit definiert wird (vgl. GENOSKO 1999, S. 35).

Die Verbindungen zwischen den Knoten sind stark („strong ties“ GRANOVETTER 1973, S. 1361) oder schwach („weak ties“ GRANOVETTER 1973, S. 1361): „the strength of a tie is a (probably linear) combination of the amount of time, the emotional intensity, the intimacy (mutual confiding), and the reciprocal services which characterize the tie“ (GRANOVETTER 1973, S. 1361)³.

Starke Verbindungen („strong ties“) liegen vor allem im Familien- und Freundeskreis vor. Die Einstellungen, Wertungen, Bildung und Ausbildung sowie der soziale Status der in der Clique integrierten Akteure sind sehr ähnlich (vgl. GENOSKO 1999, S. 32). Zusätzlich findet man in diesen Netzwerken häufig eine große Dichte von interagierenden Akteuren. Wird eine starke Verbindung entfernt, sind die Akteure weiterhin über die anderen Mitglieder im Netz miteinander verbunden. Nach außen stellt sich so ein Zusammenschluss als quasi geschlossenes System dar.

In ‚weak-ties‘-Netzwerken sind die Verbindungen schwächer und sporadischer, die Gemeinsamkeiten der Akteure sind begrenzt. ‚Weak ties‘ sind Verbindungen zu flüchtigen Bekannten oder auch konkurrierenden Unternehmen, die man nur oberflächlich kennt. Diese Verbindungen verschaffen Zugang zu nicht-redundanten Informationen und integrieren die Akteure in ein Gesamtnetz (vgl. SCHEIDEGGER ET AL.

³ Übersetzung der Autorin: „Die Stärke einer Verbindung ist eine (vermutlich lineare) Kombination aus Zeit, emotionaler Intensität, (gegenseitigem) Vertrauen sowie den gegenseitigen Diensten, die die Verbindung charakterisieren.“

2004, S. 188). ‚Weak ties‘ stellen so genannte soziale Brücken zwischen einzelnen Netzwerkcliquen her. Sie sind die entscheidenden Verknüpfungen, die das soziale Netzwerk zusammenhalten (vgl. BRAUN ET AL. 2004, S. 16). Wird eine schwache Verbindung entfernt, verliert man die Verbindung zu einem größeren sozialen Netzwerk (vgl. BRAUN ET AL. 2004, S. 16). ‚Weak-ties‘-Netzwerke brauchen, um den Anschluss zu anderen Netzwerken herzustellen, so genannte **Gatekeeper**, welche in der vernetzten Region selbst ansässig sein können oder auch von außerhalb der Region engagiert werden (vgl. GENOSKO 1999, S. 43). Diese Schnittstellenkoordinatoren sind entscheidende Akteure in Netzwerken, die sich um den Austausch und die Koordination unterschiedlicher Ressourcen der Akteure bemühen (vgl. NISCHWITZ ET AL. 2001, S. 30). Die Rolle des Gatekeepers kann von verschiedenen Instanzen getragen werden.

Es wird davon ausgegangen, dass in ‚strong-ties‘-Netzwerken der Informationsaustausch und Kontakt quantitativ häufiger ist als in ‚weak-ties‘-Netzwerken. Mitglieder in einer starken Verbindung erhalten Informationen eventuell mehrfach, da unter allen Akteuren ein enger Kontakt besteht. „‚Strong ties‘-Netzwerke behindern eben wegen der großen Gemeinsamkeiten und Ähnlichkeiten der beteiligten Akteure das Eindringen neuer Ideen in solche Netzwerke, mit der Folge, dass regionale und gesamtwirtschaftliche Innovations- und Modernisierungsprozesse nicht in Gang kommen bzw. wenn sie in Gang gekommen sind, vorzeitig abgebrochen werden [...]“ (GENOSKO 1999, S. 33). Das Austauschpotenzial für Informationen und die Besonderheiten der Informationen, die ausgetauscht werden, ist daher in ‚weak-ties‘-Verbindungen deutlich höher (vgl. GENOSKO 1999, S. 33). Zusätzlich werden mehr Akteure erreicht. „[... Whatever] is to be diffused can reach a larger number of people, and traverse greater social distance [...], when passed through weak ties rather than strong“ (GRANOVETTER 1973, S. 1366).⁴

Die Vielzahl der im Geschäftsleben aufgebauten Kontakte stellen schwache Verbindungen dar. GRANOVETTER (1973) sieht daher das größte Austauschpotenzial an Informationen in einem Netzwerk mit schwachen Verbindungen und einem niedrigen Grad an Nähe der Beteiligten: „‚Weak ties‘ are more likely to link members of different small groups than are strong ones, which tend to be concentrated within

⁴ Übersetzung der Autorin: „Was auch immer verbreitet werden soll, kann eine größere Zahl an Personen erreichen und größere soziale Distanzen überwinden, wenn es eher durch schwache als durch starke Verbindungen weitergegeben wird.“

particular groups“ (GRANOVETTER IN GENOSKO 1999, S. 34).⁵ Weil schwache Bindungen zerbrechliche, strategische Verflechtungen darstellen, haben sie für innovative Organisationen eine besondere Bedeutung (vgl. GENOSKO 1999, S. 34).

2.3.3 Akteure

„Die Akteure bleiben autonom.“
(MEGERLE ET AL. 2000, S. 3)

„Ein strategisches Netzwerk ist eine Organisationsform, welche zwischen den Institutionen der Hierarchie [...] und dem Markt anzusiedeln ist [...]. In der Regel bleiben innerhalb der beteiligten Unternehmen die Hierarchien [...] unberührt“ (SARETZKI ET AL. 2002, S. 15). Mehrere Netzwerkpartner sind in loser Form miteinander verbunden. Der Zusammenschluss ist gekennzeichnet durch einen geringen Institutionalierungsgrad (vgl. MEGERLE ET AL. 2000, S. 3). Es kann sich bei der Zusammenarbeit um Unternehmen aus gleichen Arbeitsbereichen handeln, aber auch aus sehr unterschiedlichen Bereichen. Netzwerke können prinzipiell auf Grund des wachsenden Abstimmungsbedarfs zwischen konkurrierenden Akteuren entstehen (vgl. MEGERLE ET AL. 2000, S. 4).

Netzwerke stellen komplexe Organisationsformen dar. „[...] Durch] soziale Interaktionen entsteht ein System neuer Ordnung, das sich nicht aus individuellen Persönlichkeiten oder Verhalten erklären lässt“ (MEYER 1999, S. 8). Als Plattform des Austauschs und somit der sozialen Interaktion von einzelnen Akteuren ist eine grundlegende Voraussetzung für einen erfolgreichen Zusammenschluss die Vermittlung, der Aufbau und die Pflege eines umfassenden Vertrauens (vgl. BORKENHAGEN ET AL. 2004, S. 23). Netzwerke, die gut arbeiten, entwickeln auf Grund des gebildeten Vertrauens eine Eigendynamik zunehmender Institutionalisation, weil sie mit zunehmender Größe und Lebensdauer interne Regelsysteme ausbilden (vgl. FÜRST 2002, S. 26). Die Notwendigkeit für ein gegenseitiges **Vertrauen** wird unterstrichen durch geringe Sanktionsmöglichkeiten der Akteure bei Missachtung von gemeinsamen Beschlüssen (vgl. KNIELING 2003, S. 467).

Eine Zusammenarbeit im Sinne eines kollektiven Handelns verlangt eine Intensivierung der Interaktion in der Gestalt, dass ein Bewusstsein der Gemeinsamkeit entsteht, das für die Bearbeitung von Kollektivgütern „belastbar ist“ (FÜRST 2002, S. 21), und die Belange des Einzelnen weiter erkennbar bleiben. Für

⁵ Übersetzung der Autorin: Schwache Verbindungen vernetzen eher Mitglieder verschiedener kleiner Gruppen miteinander als starke Verbindungen, die sich innerhalb bestimmter Gruppen konzentrieren.

freiwilliges Zusammenarbeiten gilt, dass es umso besser funktioniert, je positiver das Verhältnis der Akteure zueinander ist und je weniger eng die Netzwerkmitglieder ihre Interessen definieren bzw. je mehr sie in kollektivem Gemeinwohl zu denken in der Lage sind (vgl. FÜRST 2002, S. 26). Außerdem ist der Faktor Reputation nicht zu unterschätzen: Unternehmen und andere Akteure treten eher in ein regionales Netzwerk ein, wenn sie erwarten, daraus Reputation gewinnen zu können (vgl. GENOSKO 1999, S. 54).

Die Ziele eines Netzwerkes stellen gleichzeitig wichtige Chancen für die Weiterentwicklung des Unternehmens und somit auch der Region dar. Neue Kontakte knüpfen, Informationen über aktuelle Themen austauschen, neue Märkte erschließen, die Erhöhung von Flexibilität und die Verteilung der Risiken sind hierbei nur einige Fakten, die vor allem in ländlichen Regionen zu einer gemeinsamen Win-Win-Situation führen können (vgl. BORKENHAGEN ET AL. 2004, S. 8). Netzwerke können auf Grund des Potenzials zur Mobilisierung von Selbsthilfekräften über die Funktionen der Akzeptanzbeschaffung, Kontrolle und Koordination hinausgehen. Sie haben jedoch eine andere Logik als traditionelle Partizipationsverfahren, weil sie kollektives Handeln organisieren und ausüben (vgl. FÜRST 2002, S. 19).

Die Erweiterung des Wahrnehmungsspielraums der individuellen Akteure und die Eröffnung von Handlungsperspektiven, die im Alleingang nicht denkbar gewesen wären, beschleunigen die Entwicklung von innovativen Ideen sowie deren Umsetzung. „Die Beziehungen zwischen den Akteuren sind wechselseitig. Jeder Partner nimmt durch seine Beteiligung an einem Netzwerk einen Zugewinn wahr. Dieser Zugewinn kann im materiellen Bereich genauso eine Rolle spielen wie im immateriellen“ (MEGERLE ET AL. 2000, S. 3).

Da ein Netzwerk einen freiwilligen Zusammenschluss von unterschiedlichen Akteuren darstellt, bleibt jedem Akteur immer die Möglichkeit, sich aus dem Netzwerk zurückzuziehen, wenn zum Beispiel die verfolgten Ziele nicht mehr den eigenen entsprechen. Diejenigen, die sich freiwillig in einem Netzwerk engagieren, haben somit die Möglichkeit von den Chancen zu profitieren, ohne ihre Autonomie aufgeben zu müssen.

2.3.4 ‚Die lernende Region‘

„Wissen ist ein zentraler Bestandteil innovativer Prozesse.“
(GENOSKO 1999, S. 38)

Innerhalb eines Netzwerkes gibt es durch die unterschiedlichen Hintergründe und Aktivitätsfelder der Akteure eine Vielzahl von Perspektiven, Erfahrungen

und Einstellungen. Die Zusammenarbeit im Netzwerk ist anders als im traditionellen Lernprozess nicht eine Aufbereitung von vergangenen Erfahrungen (vgl. BUTZIN 1999, S. 45 f.), sondern vielmehr ein Zusammenbringen von vielen verschiedenen Sichtweisen, was gerade die Kreativität eines Netzwerks begründet.

Der Bezug zur Region kann durch das so genannte ‚**tacit knowledge**‘ hergestellt werden: „Es [...] bezeichnet eine versteckte und personengebundene Komponente von Wissen und Fähigkeiten, die nur im face-to-face-Kontakt und auch hier nur nach Maßgabe von Vertrauen, wechselseitigem Verständnis und Häufigkeit der Kontakte, das heißt in funktionierenden sozialen Netzwerken vermittelbar ist“ (BUTZIN 1999, S. 45). Ein Lernprozess von und mit anderen ist daher als eine Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Zusammenarbeit anzusehen.

Eine langfristige Stabilisierung des Netzwerkes durch den oben erwähnten Gatekeeper gewinnt an Dringlichkeit, „[...] wenn ein wesentliches Merkmal derartiger Netzwerke in der wechselseitigen Aneignung von ‚tacit knowledge‘ durch die Netzwerk-Mitglieder besteht“ (GENOSKO 1999, S. 43). Laut BUTZIN (1999) und GENOSKO (1999) ist diese Art des Wissens für die Innovationsfähigkeit einer Region ausschlaggebend. „Lernfähigkeit stellt bereits ein Charakteristikum des innovativen Milieus dar“ (SARETZKI ET AL. 2002, S. 42).

Die Bereitschaft des Voneinanderlernens und gemeinsamen Weiterentwicklens der Region wird in der Literatur mit dem Ansatz der ‚**Lernenden Region**‘ erklärt. „Für die lernende Region werden Lernen und Wissen zu den strategischen Erfolgsfaktoren regionaler Entwicklung“ (SARETZKI ET AL. 2002, S. 42). Wissen kann als „nachwachsender Rohstoff“ (SARETZKI ET AL. 2002, S. 42) bezeichnet werden, der einer intensiven Pflege bedarf. Von- und miteinander Lernen - und somit das Teilen des vorhandenen Wissens - wird in diesem Ansatz als eine Chance angesehen.

Wer aufhört zu lernen, ist alt, sei er zwanzig oder achtzig. Wer immer lernt, bleibt immer jung. (Henry Ford)
--

Durch eine hohe Diversität von Akteuren wird das Netzwerk flexibel für unterschiedliche Ausgangssituationen. Denn „[...] Netzwerke, die für bestimmte Raum-Zeit-Situationen optimiert sind, [werden] sehr wahrscheinlich für die folgende, geänderte Umwelt kaum geeignet sein [...]“ (BUTZIN 1999, S. 45). So soll nicht die eine, beste Lösung Ziel der Zusammenarbeit sein, sondern vielmehr bietet das Konzept der lernenden Region den Ansatzpunkt, eine langfristige, Erfolg versprechende Gesamtlösung innerhalb der Netzwerkarchitektur zu suchen und somit auch auf zukünftige, unvorhersehbare Probleme angemessen reagieren zu können (vgl. BUTZIN 1999, S. 45). Das Konzept der ‚Lernenden Region‘ fördert durch eine interorganisationale und interregionale Zusammenarbeit neue

Lösungspotenziale in der Vernetzung mehrerer Organisationen und Regionen (vgl. BUTZIN 1999, S. 45).

Der Abbildung 3 zu Folge stellt die Lernende Region das Fundament in der sich verändernden Steuerungslogik der Region dar. Auf dieser Ebene ist die Entwicklung von Netzwerken förderlich. Die Wahrnehmung durch die Akteure, die Wissensteilung als Chance anzusehen, kann durch den Zusammenschluss im Netzwerk fundiert werden.

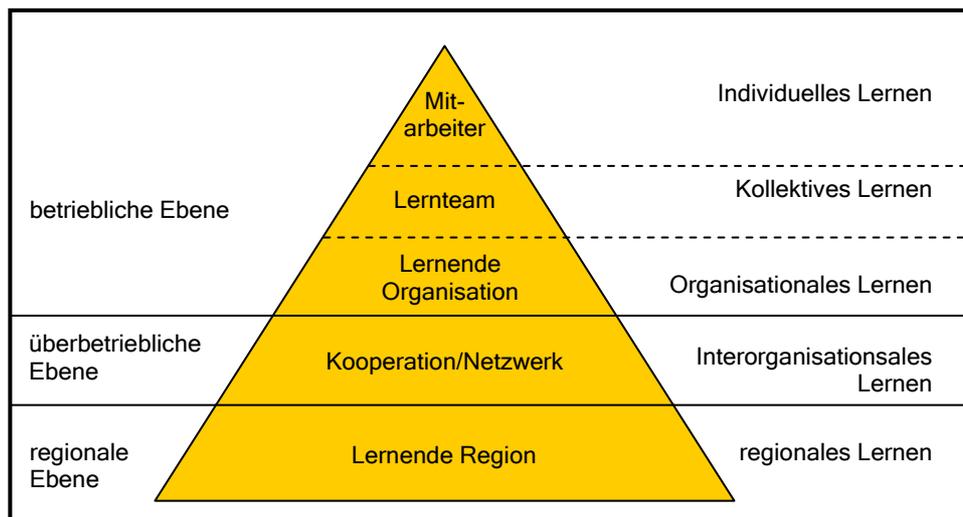


Abbildung 3 Ebenen des Lernens in der Lernpyramide (SARETZKI ET AL. 2002, S. 42)

Auf Grund des Rahmens dieser Arbeit kann das Konzept der ‚Lernenden Region‘ nicht ausführlich erläutert werden. Die ‚Lernende Region‘ scheint jedoch ein viel versprechendes Modell für die Erweiterung der regionalen Lösungsansätze darzustellen.

2.3.5 Transaktionskostenansatz

Kosten, die bei der Suche nach Informationen bzw. dem Kommunikationsprozess für eine Vertragsanbahnung, bei der Aushandlung zum

„[...] Aufgrund ihrer menschlichen Beschränktheit, ihres begrenzten Wissens, ihrer Neigung zu Fehlern werden in der wirklichen Welt Entscheidungssubjekte stets ineffizient handeln....Transaktionskosten sind das Resultat dieser Ineffizienz.“ (RICHTER ET AL. IN GENOSKO 1999, S. 44)

Vertragsabschluss oder auch der Abwicklung der gesamten Vertragsverhandlungen und der Überprüfung und Durchsetzung des Vertrages entstehen, nennt man **Transaktionskosten**. „Transaktionskosten entstehen, wenn nicht sämtliche für Transaktionen erforderlichen oder erwünschten Informationen frei verfügbar sind“ (FRITSCH 1998, S. 247). Diese Kosten müssen von den beteiligten Unternehmen getragen werden.

Das Gestaltungspotenzial einer Selbststeuerung innerhalb einer Region muss über Kooperationsstrukturen entwickelt werden. Diese bilden sich durch die Vernetzung von Akteuren, was aber durch die Freiwilligkeit der Teilnahme auf individuellen Kosten-Nutzen-Kalkülen der Akteure beruht (vgl. FÜRST 2001, S. 93). „Eine nachhaltige Zusammenarbeit in Form von Unternehmensnetzwerken sollte in Erwartung aller Beteiligten für jedes einzelne Unternehmen Transaktionskostensparnisse mit sich bringen“ (SARETZKI ET AL. 2002, S. 21). Akteure wählen Netzwerke als eine Organisationsform der Arbeitsteilung, weil diese unvollständig spezifizierte, weiche Beziehung eine gute Ausgangslage darstellt, um Transaktionskosten zu sparen. Grundsätzlich sind Netzwerke nicht auf umfangreiche Ressourcenausstattung angewiesen und können sich daher ohne Finanzaufwendungen autonom entwickeln (vgl. BENZ 2003, S. 511).

Transaktionskosten betreffen „[...] insbesondere reale Ressourcen, die erforderlich sind, um soziale (einschließlich ökonomische) Transaktionen durchführen zu können“ (GENOSKO 1999, S. 45). Obwohl viele Posten der Transaktionskosten nicht exakt quantifizierbar sind, ist offensichtlich, dass Netzwerke ein höheres Ausmaß an Arbeitsteilung zulassen. Entwickelt sich in einem System wechselseitiges Vertrauen, so führt das zum Beispiel zu einer Reduzierung der Überwachungs- und Durchsetzungskosten (vgl. GENOSKO 1999, S. 46). Die Ausweichmöglichkeit auf andere Netzwerkpartner stellt einen großen Vorteil für Transaktionen dar, weil dadurch nur geringe Abhängigkeiten entstehen. Eine langfristige Zusammenarbeit rechtfertigt das Engagement innerhalb eines Netzwerks (vgl. FRITSCH 1998, S. 248).

Ein weiterer Vorteil einer Zusammenarbeit im Netzwerk stellt das geteilte Risiko zwischen den Teilnehmern dar. Wenn als Verbund nach außen aufzutreten werden kann, ist die Gefahr des Scheiterns so auf vielen Schultern verteilt (vgl. GENOSKO 1999, S. 47). Zusätzlich reduzieren sich Such- und Verhandlungskosten auf Grund einer intensiven Austauschbeziehung. Würde ein Unternehmensnetzwerk nicht in diesem Sinne effizienter arbeiten, hätte es keinen Bestand. Insgesamt müssen die Transaktionskostenvorteile erwartete Transaktionskostennachteile überkompensieren, damit ein Netzwerkarrangement eingegangen wird und nachhaltigen Bestand hat (vgl. SARETZKI ET AL. 2002, S. 22). „Netzwerk-Partnerschaften generieren wechselseitige Abhängigkeiten. Dadurch kann opportunistisches Verhalten zumindest vermindert werden“ (GENOSKO 1999, S. 48). Überwachungs- und Durchsetzungskosten können durch das entwickelte Vertrauen relativ gering gehalten werden. Innerhalb interorganisationalen Lernnetzwerken kann im günstigsten Fall die gesamte Palette der Transaktionskosten durch eine gemeinsame Entwicklung von Projekten reduziert werden.

2.3.6 Raumplanung auf subnationaler Ebene

„Netzwerke bilden sich jenseits von nationalstaatlicher Souveränität als neue Formen gesellschaftlichen Handelns.“ (OHLHORST 2003a, S. 218)

„Kooperation und Konsensbildung haben einen hohen Stellenwert in der Diskussion über die Weiterentwicklung der Gesellschaft

und des Staates gewonnen“ (KNIELING 2003, S. 470). Wie bereits im Abschnitt 2.1 erwähnt, muss es im Sinne des Staates sein, den Regionen mehr Souveränität zu gewähren. „[... Die] Verwaltungsmodernisierung [trägt] dazu bei, die Rolle von Staat und Kommunen neu zu definieren“ (KNIELING 2003, S. 470). Bisher wurde die Steuerung der Regionalpolitik durch Festlegung von Leitbildern, Zielen und Programmen im förmlich beschlossenen regionalen Raumordnungsplan (Regionalplan, Landschaftsrahmenplan) festgelegt (vgl. BENZ 2003, S. 510).

Klassische hierarchische Steuerungsformen verlieren jedoch zunehmend an Wirksamkeit (vgl. KNIELING 2003, S. 470). Die Regionalplanung stößt dadurch schnell an ihre Grenzen. Wenn die Regionalplanung angepasst werden kann, entstehen für die verschiedenen Akteure Möglichkeiten, durch ihr Wissen die Region zu stärken (vgl. FREY 2003, S. 454). Daher verwundert es nicht, dass kooperative Handlungsformen bei den verschiedenen Abläufen der Regionalplanung vor allem bei freiwilligen Initiativen im Bereich des Nahverkehrs, der Wirtschaftsförderung, des Tourismus oder allgemein der Regionalentwicklung zum Einsatz kommen (vgl. KNIELING 2003, S. 463).

Bürger und Unternehmen bekommen in Verfahren der Kooperation und Partizipation neben dem Staat und den Kommunen eine Rolle im Netz von Mitspielern in einer Region (vgl. KNIELING 2003, S. 470). Die in der Region eingebetteten endogenen Potenziale erhalten durch die Neuvergabe von Aufgaben den ihnen gebührenden Stellenwert. „Die Bildung von Netzwerken zielt auf eine Steigerung der lokalen Handlungskapazitäten und betont einen Bedeutungszuwachs der subnationalen Ebene (Regionen und Kommunen)“ (OHLHORST 2003a, S. 218). Somit stellt diese Art der Zusammenarbeit eine gute Möglichkeit dar, den von oberster Staatsebene im Regionalplan niedergeschriebenen neuen Anforderungen auf regionaler Ebene gerecht zu werden und gleichzeitig für die Region wichtige Innovationen zu initiieren. Die Tendenz geht weg von hierarchisch geleiteten Steuerungssubjekten und -objekten hin zu Steuerungsimpulsen und Wirkungen in beide Richtungen. Netzwerke beschleunigen Innovationen und Entwicklungen und verbessern die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und Regionen (vgl. MEYER 1999, S. 5).

Verhandlungen und Vernetzungen sind für die Raumplanung typisch, da sie als Steuerungsform weder die hierarchische (Staat = Zwang) noch die materielle (Markt = Anreize/Tausch) sondern die persuasive Steuerung durch den Appell an Normen und Überzeugungen wählt (vgl. KNIELING 2003, S. 470).

Die Frage, ob mitgestaltbare Beteiligungsverfahren auch bewirken, dass sich auf regionaler Ebene neue regionale Selbststeuerungs-Formen entwickeln, was in der Literatur als ‚**Regional Governance**‘ (vgl. Abschnitt 2.3.7) bezeichnet wird, verbindet sich primär mit dem Thema Netzwerke (vgl. FÜRST 2002, S. 19).

2.3.7 Hemmnisse bei der Bildung von Netzwerken

Insgesamt ist festzustellen, dass Unternehmen durch Kooperation ihre Stärken und vor allem ihre Kapazitäten zusätzlich ausweiten können (vgl. GENOSKO 1999, S. 49). Durch eine organisierte Mobilisierung von Selbsthilfekräften, der Absicherung von zunehmender Unsicherheit in Zeiten des Umbruchs in der politischen Landschaft sowie dem Bewusstsein der großen Innovationskraft von Netzwerken können die „[...] entstehenden Fähigkeiten [des Netzwerks] größer [sein] als die Summe der Fähigkeiten der einzelnen Netzwerk-Mitglieder“ (CHESNAIS IN GENOSKO 1999, S. 59).

Ein Netzwerk erbringt für die Mitgliedsunternehmen wechselseitige Spezialisierungsvorteile und folglich Know-how-Vorsprünge (vgl. GENOSKO 1999, S. 54). Netzwerke stellen in diesem Sinne niemals zwecklose Zusammenschlüsse dar, sondern verfolgen mittels des endogenen Wissenspotenzials gemeinsame Ziele. Synergieeffekte aus einem Netzwerk lassen sich nur dann gewinnbringend nutzen, wenn alle Netzwerk-Mitglieder an einem Strang ziehen und gemeinsam an der Verbesserung der Zusammenarbeit in einer Region arbeiten.

In der Praxis existiert eine große Spannweite von Netzwerken. Diese reichen von vertraglich fixierten bis zu gänzlich informellen Formen der Zusammenarbeit. Netzwerke bieten Vorzüge bei der Entwicklung von Ideen, neuen Konzepten und Lernprozessen. Außerdem können sie das Auftreten einer Region nach außen bzw. die Wahrnehmung von Außenstehenden positiv beeinflussen. Allerdings stehen den Vorteilen einige Hemmnisse gegenüber, die nicht verschwiegen werden sollen.

Netzwerke verfügen über eine begrenzte Konfliktregelungs-Kapazität (vgl. FÜRST 2002, S 25 f.). Durch die freiwillige Teilnahme am Netzwerk und die Abhängigkeit von intakten Kommunikationsprozessen ist die gegenseitige Beeinflussung nur begrenzt möglich. Netzwerke weisen vor allem Defizite auf, wenn Vollzugs-Institutionen Netzwerkbeschlüsse nicht umsetzen wollen oder eigenwillig

Handlungsnormen und -prioritäten festlegen (vgl. FÜRST 2002, S. 25 f.). Überzeugungsarbeit und Verhandlungsgeschick sind auf Grund fehlender Möglichkeiten, Fehlverhalten oder mangelnde Motivation angemessen zu verfolgen, wichtige Grundvoraussetzungen. Fehlt es daran, ist es leicht möglich, dass das Netzwerk im Falle eines Konflikts einfach auseinander bricht.

Netzwerke entwickeln sich langsam, da das notwendige Vertrauen auf einer grundsoliden Basis gedeihen muss. Aus Angst, im Unternehmen erarbeitetes Know-How abzugeben, ohne dafür eine Gegenleistung zu erhalten, schotten sich weiterhin viele Unternehmen ab. Die durch ein Netzwerk entwickelbare Innovationsfreudigkeit von deutschen Betrieben ist daher besonders im Bereich klein- und mittelständischer Unternehmen sehr begrenzt (vgl. GENOSKO 1999, S. 39). Dabei liegt das Potenzial gerade in der Vermischung und Weitergabe des vorhandenen Wissens, um Innovationserfolge gemeinsam erzielen zu können (vgl. Abschnitt 2.3.4). Diese Erkenntnis ist noch nicht ausreichend weit verbreitet.

Das aktive Einbringen der einzelnen Akteure ist Voraussetzung für ein innovatives Netzwerk. Leider wird dies noch lange nicht in einem entsprechenden Maß praktiziert. Netzwerkmitglieder stoßen auf Grund von finanziellen oder personellen Engpässen immer häufiger an ihre Grenzen. Ein Engagement in einem Netzwerk wird schnell in Frage gestellt, wenn langfristige Erfolge im Netzwerk versprochen werden, aber nicht das kurzfristige Überleben des Unternehmens sichern können. Langfristige Interaktionsprozesse bedürfen daher einer gewissen Institutionalisierung. Ein organisatorischer Kern für die laufenden Geschäfte ist dabei ebenso wichtig wie verantwortliche Führungsstrukturen und Regeln (vgl. FÜRST 2002, S. 28).

Netzwerke bilden sich meist nicht aus endogenen Kräften heraus, sondern entstehen auf Grund handfester Krisen der regionalen Ökonomien. „Einige Autoren halten deshalb eine ‚gute Tracht Krise‘ (Bechtle) für die Ausbildung regionaler Netzwerke [für] schlagkräftiger als die regionale Implementierung krisenunabhängiger Innovationsprozesse“ (GENOSKO 1999, S. 31). Die Ausgangssituation, in der immer ein bereits bestehender Handlungsdruck in der Region zu Grunde liegt, wird also von exogenen Kräften angeschoben, was der Entwicklung von eigenen Innovationen kontraproduktiv entgegenstehen kann.

Die Gründung von Netzwerken ist oft abhängig von der Motivation und Weitsicht einzelner Initiatoren. Laut GENOSKO (1999) ist die Entstehung eines informellen Netzwerks entscheidend davon abhängig, ob bei den Unternehmen kooperative oder nicht kooperative Haltungen dominieren (vgl. GENOSKO 1999, S. 55). Die so genannten Promotoren sind vordringlich für das Zustandekommen von

interorganisationalen Netzwerken verantwortlich. Ein Mangel an dieser Art von Vorantreibern kann in einer Region ebenso negativ wirken wie Bürger, die nicht betroffen sind bzw. den Eindruck haben, sich in die Thematik nicht einbringen zu können (vgl. FÜRST 2002, S. 23).

Netzwerke stellen einen nach außen hin offenen Zusammenschluss von Akteuren dar. Eine Begrenzung von Teilnehmerzahlen ist hierbei nicht vorgesehen. Die Dynamik und der Ideenreichtum werden gerade durch die sehr heterogene Gruppe von Mitgliedern gestützt. Allerdings hat sich herausgestellt, dass „[je] größer die Zahl der Beteiligten ist, umso weniger gelingt es, die Prozesse innovativ und inhaltlich anspruchsvoll zu gestalten“ (FÜRST 2002, S. 24). Eine Arbeit in kleineren Gruppen mit fünf bis zehn Teilnehmern und einem abgegrenzten Projekten ist daher notwendig.

Die konventionellen Strukturen in der Regionalplanung sehen eine klare hierarchische Ordnungsfunktion vor, die die Handelnden in einem Netzwerk in ihrer Handlungsfreiheit einschränkt. Auch die Planerstellung und -umsetzung sind stark formalisiert, was ein informales kooperatives Handeln erschwert (vgl. KNIELING 2003, S. 472). Der Zwiespalt zwischen dem für die Regionalplanung wichtigen Erreichen des Gemeinwohls und den Interessen der im Netzwerk organisierten auch über die Regionsgrenzen hinaus denkenden und handelnden Unternehmen ist derzeit noch nicht gelöst.

„In der Regel entsteht ein gemeinsamer Regionsbezug nicht von innen heraus, sondern muss erst geschaffen werden“ (FÜRST 2003, S. 443 f.). Fehlendes Regionsbewusstsein kann ein Zusammenarbeiten in einem Netzwerk behindern. „Wenn der Bezug zur Region im Denken der kommunalen Akteure wenig ausgeprägt ist und die Region keinen besonderen Wert darstellt, wird es schwer, die Akteure für ein gemeinsames regionales Handeln zu motivieren [...]“ (KNIELING 2003, S. 473). Netzwerke können allerdings in der Grundidee zu einem stärkeren Regionalbewusstsein beitragen.

Gruppen benötigen Steuerung. In einem Zusammenschluss von Unternehmen, die auf freiwilliger Basis zusammenarbeiten, ist eine Führungsposition schwer zu füllen. Interne Mitglieder können den Anschein erwecken, sich einen eigenen Vorteil erarbeiten zu wollen. Externe werden häufig mit einer gewissen Skepsis aufgenommen. Trittbrettfahrer oder in Konfrontation zur Führung tretende Netzwerkmitglieder sind dann ebenso häufig wie eine mangelnde Eigenverantwortung bei der Umsetzung eines Projekts (vgl. FÜRST 2002, S. 29). Die in Abschnitt **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** behandelte ‚Regional Governance‘ kann gegebenenfalls Hilfestellung leisten.

2.4 ‚Regional Governance‘

Die bereits seit zwei Jahrzehnten zu beobachtende Trendwende von top-down-Regulierung⁶ und Planungsorientiertheit durch den Staat hin zu einer Prozess-, Dialog- und Akteursorientierung und Netzwerkbildung auf regionaler Ebene wird mit einer Bewegung „von Government zu Governance“ (OHLHORST 2003a, S. 218) bezeichnet.

Governance definiert allgemein eine Form der

Selbststeuerung, „[...] die im Kern auf der Kooperation zwischen Akteuren beruht, aber durch politische Führung und Management sowie durch formale Organisations- und Verfahrensregeln unterschiedlicher Art gestaltet wird“ (BENZ 2003, S. 505). Neue Themen und Problemlösungen müssen vernetzt bearbeitet werden, weil staatliches, kommunales oder privates Handeln allein dafür als unzulänglich erachtet werden (vgl. FÜRST 2002, S. 32).

Bei Governance handelt es sich nicht um ein festgelegtes Planungs- oder Steuerungskonzept oder ein Organisationsmodell. Vielmehr bietet sie einen Orientierungsrahmen für die Analyse und Bewertung von komplexen Planungs- und Steuerungsstrukturen (vgl. BENZ 2001, S. 56), die zwischen Akteuren mit unterschiedlichen Handlungslogiken (Markt = Wettbewerb; Staat = hierarchische Steuerung; Kooperation = assoziativ-kooperatives Verhalten) entstehen (vgl. FÜRST 2002, S. 32). Governance bietet durch die aus der Zusammenarbeit resultierenden synergetischen Effekte neue Regeln und Normen der Koordinierung zwischen Akteuren, wie sie angesichts der aktuellen Herausforderung erforderlich sind. Der Governance-Begriff findet mittlerweile breite Anwendung und bezieht sich auf neue regionale Handlungsformen wie interkommunale Kooperation, Städtenetze, regionalisierte Strukturpolitik, Public Private Partnership usw. Charakteristisch für diese neuartigen Governance-Formen ist vor allem das Zusammenwirken staatlicher und nicht-staatlicher Akteure (vgl. OHLHORST 2003a, S. 218).

Governance hat vor allem für den regionalen Bereich große Bedeutung gewonnen (vgl. FÜRST 2002, S. 32), denn „[...] die Spanne zwischen den Bedürfnissen der Menschen auf lokaler Ebene und den global zu beobachtenden Entwicklungstrends muss durch regionale Komponenten überbrückt werden“ (NISCHWITZ ET AL. 2001, S. 3). ‚Regional Governance‘ stellt den Bezug zur Region her. Sie basiert auf der „[...] konzeptionelle[n] Anforderung, hierarchische und kooperative Handlungsformen

„Das Konzept der ‚Regional Governance‘ bietet einen aktuellen theoretischen Bezugsrahmen, die Rolle von Staat und Kommunen neu zu definieren.“ (KNIELING 2003, S. 470)

⁶ Übersetzung der Autorin: Regulierung von oben nach unten.

[in der Region] intelligent zu verzahnen“ (KNIELING 2003, S. 471). „Kennzeichnend ist der Einbezug aller Akteure (wirtschaftliche, gemeinnützige und private), Prozesse und Strukturen, die die regionale Entwicklung steuern und koordinieren“ (KÖNIG 2005, S. 13). Im Gegensatz zur regionalen Selbststeuerung durch politisch-administrative Akteure, die kommunale Aufgaben in hierarchischen Strukturen bearbeiten, wird ‚Regional Governance‘ hauptsächlich durch eine weiche Form der Steuerung in Netzwerken geregelt (vgl. FÜRST 2003, S. 441). ‚Regional Governance‘ ist sogar eine Antwort auf die Defizite rein hierarchischer Steuerung. „Der Unterschied zu den sonst verwendeten regionalen Kooperationen liegt bei der netzwerkbasierter kooperativen Selbststeuerung, der Gemeinwohlorientierung, der Dauerhaftigkeit der Kooperation und der Einbindung von nicht staatlichen Akteuren“ (KÖNIG 2005, S. 13). Man findet keine Beziehung zwischen individuellen Akteuren sondern vielmehr eine horizontale Koordination zwischen einem variablen Kreis regionaler Netzwerke und Vertreterversammlungen. In der Regionalplanung versteht man „[...] darunter ein aufgeweitetes Modell staatlicher Steuerung [...], bei dem kooperative und auf Netzwerke aufbauende Steuerungsformen neben die gewohnten Instrumente der Regulation, Marktorientierung und Organisationsentwicklung treten“ (KNIELING 2003, S. 471). Um langfristige und leistungsfähige Steuerungsformen auf regionaler Ebene zu gewährleisten, müssen bottom-up⁷ (Konsensfindung) gebildete Governance-Muster durch top-down (Umsetzung) gestaltete Government-Strukturen ergänzt werden. Staatliche Einrichtungen erhalten eine gewisse Sonderstellung, damit die Belange des Gemeinwohls nicht vernachlässigt werden (vgl. KÖNIG 2005, S. 13). Die eingesetzte Institution ist mit der systematischen Problemfindung und -bearbeitung beauftragt und übernimmt insbesondere eine Ordnungsfunktion (vgl. FÜRST 2001, S. 94).

„Governance is the sum of many ways individuals, public and private, manage their common affairs.“
(Commission on Global Governance 1995)

⁸ Netzwerke sind in der Wissenschaft als Governance-Mechanismen erkannt worden. Die Zusammenarbeit von staatlichen Organisationen mit privatwirtschaftlichen Unternehmen und gegebenenfalls non-profit-Einrichtungen dient der gemeinschaftlichen Steuerung eines bestimmten Politikbereichs. Neben der Netzwerkbildung sind auch die integrierte Zusammenführung zentraler

7 Übersetzung der Autorin: Governance-Muster von unten nach oben.

8 Übersetzung der Autorin: Governance ist die Summe vieler verschiedener Arten und Weisen, auf denen Individuen, öffentlich und privat, ihr täglichen Angelegenheiten erledigen.

Steuerungsformen durch eine Kombination traditionell harter und neuer weicher Steuerungsansätze sowie der Aufbau von informellen Parallelstrukturen durch die Bildung informeller Kooperationsstrukturen parallel und teilweise auch in Konkurrenz zu etablierte politisch-administrativen Strukturen wichtige Elemente der ‚Regional Governance‘ (vgl. NISCHWITZ ET AL. 2001, S. 13). Die Souveränität des Staates wird hierbei explizit umdefiniert. Obwohl dem Staat die „[...] nominelle Führungsfunktion zugesprochen wird, die seine Bedeutung bei den vier Grundfunktionen Orientierung, Organisation, Vermittlung und Letztentscheidung betont, wird diese Entwicklung [...] als Zeichen für eine Schwächung des Staats gehalten“ (BOTZEM 2002, S. 5). Im Rahmen der Abgabe von Steuerungsgewalt erhält der Staat nun die Aufgabe der Koordination. Es geht also darum, den Regionen neue Handlungsmacht zuzugestehen und gleichzeitig verschiedenste Politikbereiche mit neuen Formen der Steuerung flexibler und offener für eine Mitarbeit zu gestalten.

Folglich ersetzt ‚Regional Governance‘ „[...] nicht einfach feste Institutionen durch Netzwerke, sondern kreiert eine Mischung aus harten und weichen Formen, die ein großes Handlungsspektrum für unterschiedliche Komplexitäts- und Konfliktstufen eröffnet“ (DILLER 2004, S. 271). Die große Herausforderung besteht darin, wie herkömmliche hierarchische Handlungsformen mit den neuen, kooperativen Strukturen intelligent und synergetisch vereint werden können. „An die Stelle der Fremdkoordination tritt bei *governance*-Formen immer stärker die Selbstkoordination, die allerdings für die externe Kontrolle offen bleiben muss“ (FÜRST 2001, S. 95). Ziel ist ein fruchtbares Zusammenspiel von politisch-administrativer Steuerung und gesellschaftlicher Selbstregulierung. Ein wichtiger Vorteil liegt bei der Legitimation der Selbstregulierung: Sollten private Akteure durch die Wahrnehmung der Handlungsautonomie losgelöst vom Staat operieren, können sie sich darauf verlassen, dass die von ihnen getroffenen Regelungen von politisch-administrativer Seite gestützt oder geschützt werden (vgl. BOTZEM 2002, S. 6f.).

‚Regional Governance‘ hat die Fähigkeit, sich von territorial gezogenen Grenzen loszulösen. So können sich Netzwerke im Bereich der Governance durchaus auch über Ländergrenzen hinweg entwickeln, wenn das für die Arbeit und Ziele eines Zusammenschlusses förderlich ist. ‚Regional Governance‘ „[...] beschreibt [...] eine geregelte [und] dennoch flexible Form kooperativer Politik, welche von den beteiligten Akteuren eine dauerhafte Anpassungs- und Lernfähigkeit verlangt“ (BENZ 2001, S. 58).

Deutschlandweit gibt es einige Beispiele für diese neuartige Steuerungsform. So wurde in der Region Stuttgart eine Kernorganisation ins Leben gerufen, die „[...] neben der strategischen Planung [auch] die Steuerung und Kontrolle der operativen

Tätigkeiten [überwacht], die in der Regionalpolitik überwiegend in Kooperation zwischen öffentlichen und privaten Akteuren ausgeführt werden“ (BENZ 2003, S. 509). Die durch Direktwahl legitimierte Regionalversammlung der Kernorganisation arbeitet im „Schatten der Hierarchie“ (BENZ 2003, S. 511), das heißt dass sie gerade da eingreift, wo vorhandene politische Instrumente Steuerungslücken aufweisen. Einerseits legt sie den Ordnungsrahmen für regionale Kooperation fest, andererseits zwingt sie durch ihre Aufsichtsfunktion die in der operativen Regionalpolitik beteiligten Kooperationspartner zum Gehorsam (vgl. BENZ 2003, S. 511). Sie übernimmt folglich die überwachende Funktion des Staates in einem Bereich, wo durch freiwillige Teilnahme und Heterogenität der Mitglieder eine Eigendynamik entstehen könnte, die nur bedingt steuerbar wäre. „Der Ausgleich zwischen kommunalen und Einzelinteressen erfolgt in Kooperation und Netzwerk“ (BENZ 2003, S. 512).

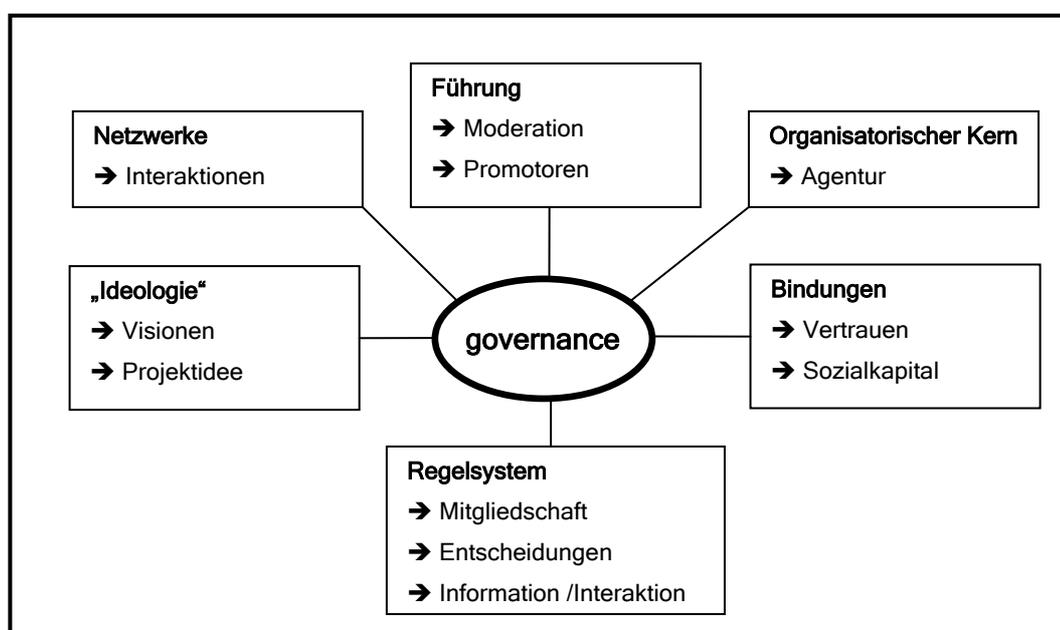


Abbildung 4 Struktur-Elemente von Governance (FÜRST o.J., S. 4)

Ob diese Art der gesellschaftlichen Problembearbeitung innerhalb eines institutionellen Rahmens für die Verbesserung von regionalen Strukturen einsetzbar sein kann, soll im Rahmen dieser Arbeit überprüft werden. Gerade in ländlichen Regionen bedarf es neuartiger Konzepte, um eingefahrene Handlungsmuster zu durchbrechen und die Motivation der Betroffenen durch eine Selbststeuerung zurück zu gewinnen. Governance bietet durch die neue Akteurskombination eine weiche Form der gesellschaftlichen Steuerung und somit eine effektive Lösung (vgl. FÜRST 2002, S. 32).

3 Fahrradtourismus

„Tagesausflüge - bei schönem Wetter, auf einem guten Fahrrad, mit Rückenwind - sind eine tolle Sache. Sie bleiben fit und sind an der frischen Luft. Aber wie alle schönen Dinge gehen sie auch zu Ende. Mit der Dämmerung geht es heimwärts.

Irgendwann wird Ihnen das nicht mehr reichen. Dann brauchen Sie mehr, das verlängerte Wochenende auf dem Fahrrad oder eben den ganz großen Fahrradurlaub. [...] Auf jeden Fall gilt für diese Art des Reisens ganz besonders, dass es den Horizont erweitert. [...] Das Hauptmotiv für Fahrradreisen aber heißt Freiheit. Die Freiheit, zu reisen, wohin man will. Radtouristen sind willkommene Gäste in der Fremde, denn sie wirken nicht bedrohlich.“

(JOYCE ET AL. 2000, S. 60)

„Der Tourismusmarkt ist - vor allem in Deutschland - eine Wachstumsbranche. Bei vielen Urlaubsaktivitäten wird das Fahrrad als Reisemittel gewählt“ (BMVBW 2004, S. 35). Für diese Entwicklung, die vor allem in den letzten fünf bis zehn Jahren drastisch an Bedeutung gewonnen hat, sprechen nicht nur das gesteigerte Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung. Viele Eigenschaften können dem Fahrrad zugesprochen

werden, die es gegenüber anderen Verkehrsmitteln eindeutig im Vorteil dastehen lässt: „einfach, bequem, auf Kurzstrecken (bis 6 km) schnell (sticht hier das Auto aus), jederzeit und individuell verfügbar, wirtschaftlich, kostengünstig, flexibel, unkompliziert in der Nutzung und schafft Bewegung“ (BMVBW 2004, S. 9). Fahrradfahren erweist sich immer größerer Beliebtheit, weil es von so gut wie jedem praktiziert werden kann. Eindeutige Stärken des Fahrrads sind seine Handhabbarkeit, die leichte Zugänglichkeit sowie die umfassende Einsetzbarkeit im Lebensumfeld.

Fahrradtourismus ist schon lange kein Trend mehr sondern eine etablierte Reiseart, die sich immer breiterer Beliebtheit erfreut. Der wachsende Wunsch nach mehr sportlicher Betätigung und der gesundheitsbewusster werdende Lebenswandel sowie der Drang nach mehr Naturnähe und die fortschreitende umweltbewusste Grundeinstellung haben den Fahrradtourismus in Zeiten der Entwicklung eines nachhaltigen Fremdenverkehrs zu einem wachstumsstarken Marktsegment gemacht. Fahrradtourismus spiegelt eine umwelt- und sozialverträgliche Urlaubsform wider. „Der Fahrradtourismus stellt grundsätzlich eine ideale Reiseform dar, um touristische Entwicklungen zu fördern, die den Zielen des ‚Sustainable Tourism‘⁹ gerecht werden“ (STEINECKE ET AL. 1996, S. 11). Zwar hat der

⁹ "Nachhaltiger Tourismus ist von den Grundsätzen der Erklärung von Rio über Umwelt und Entwicklung und den Empfehlungen der Agenda 21 geleitet. Er muss soziale, kulturelle, ökologische und wirtschaftliche Verträglichkeitskriterien erfüllen. Nachhaltiger

Fahrradtourismus großes Potenzial und sein Wirtschaftsfaktor ist erkannt worden, aber leider lassen manche Maßnahmen die Grundforderung der Nachhaltigkeit vermissen, da auch in diesem Sektor die allzu schnelle Mark (bzw. Euro) gewittert wird (vgl. FROITZHEIM 1996, S. 64). Da ein Großteil der radtouristischen Aktivitäten im ländlichen Raum stattfindet, wo der Wunsch nach Kontrasträumen, Erlebnissen, emotionaler Anregung aber auch nach Erholung und Natur sehr gut befriedigt werden kann, ist für die nachhaltige Entwicklung vor allem die Erhaltung des naturräumlichen Potenzials sowie der Ausbau der infrastrukturellen Gegebenheiten ausschlaggebend. „Das Fahrrad als ‚bewegtes‘ Standbein einer nachhaltigen Tourismusedwicklung kann so zum Kriterium für die Ernsthaftigkeit einer modernen, umweltgerechten Tourismusedwicklung in Deutschland werden“ (MEINUNG 1996, S. 96). Der begleitende Boom des Fahrradtourismus unterstreicht diesen Trend zum nachhaltigen Fremdenverkehr.

Die Entwicklung auf dem Tourismusmarkt macht deutlich, dass „[...] Globalisierungsprozesse und Preisverfall im Reisebereich seit einigen Jahren den Urlaub im eigenen Land in direkte Konkurrenz mit weltweiten Urlaubszielen [stellen]“ (BORKENHAGEN ET AL. 2004, S. 12). Fahrradfahren bietet durch die individuelle Bewegungsfreiheit und den geringen organisatorischen Aufwand eine sehr gute Alternative zu pauschalisierten Ferienreisen. Und tatsächlich liegt der Fahrradurlaub im Zeitalter des häufigeren, kürzeren Verreisens im Trend des Zweiturlaubs im eigenen Land. Für deutsche Fremdenverkehrsregionen mit entsprechender infrastruktureller Ausstattung stellt das erhebliche Nachfrage- und Wirtschaftspotenzial eine große Entwicklungschance dar. „Jeder zweite Deutsche schwingt sich bei seinem Inlandsurlaub inzwischen in den Sattel, um auf diese Weise reizvolle Naturräume und kulturelle Sehenswürdigkeiten zu erschließen. Damit ist der Fahrradtourismus auch zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor geworden“ (MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT 2001, S. 4).

Neben den ökonomischen Aspekten spricht die relative ökologische Verträglichkeit für die Weiterentwicklung des Fahrradtourismus im ländlichen Raum. Nebenwirkungen wie zum Beispiel die Reduzierung des touristisch motivierten, motorisierten Individualverkehrs sowie das Erlebarmachen der natürlichen und kulturellen Eigenarten einer Region stellen auch für die Einheimischen wichtige

Tourismus ist langfristig, d. h. in Bezug auf heutige wie auf zukünftige Generationen, ethisch und sozial gerecht und kulturell angepasst, ökologisch tragfähig sowie wirtschaftlich sinnvoll und ergiebig“ (forum umwelt und entwicklung,1999 auf http://www.bfn.de/0323_iye_nachhaltig.html).

Verbesserungen der Lebensqualität dar.

„Die Gefahr einer Reduktion der regionalen Kultur auf Konsum- und Prestigeobjekte ist durch das intensivere Erleben bei einer Fahrradreise nicht in dem Maße gegeben, wie bei einer Reise mit schnelleren Verkehrsmitteln“ (STEINECKE ET AL. 1996, S. 13).

**„Beim Fahrradreiseverkehr ist, stärker noch als beim Ausflugsverkehr, bereits der Weg das Ziel.“
(MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT 2001, S. 24)**

Regionen können sich durch die Öffnung für den Fahrradtourismus neu profilieren. Neben der Topographie stellen Faktoren wie landschaftliche Reize sowie die Nähe zu einem großstädtischen Einzugsgebiet vorteilhafte Schlüsselemente für eine Region dar. Zusätzlich bedarf es einer guten Zielgruppenkenntnis und dem Mut zu einem Angebot, das ständig zielgruppengerecht weiterentwickelt werden muss. Nicht zu unterschätzen ist der Kooperationsgeist, ohne den der Profit auf lange Sicht bei den anderen Akteuren bleibt: „[...] ein ‚Mitnaschen‘ ist kurz- und mittelfristig - wie Erfahrungen zeigen - kaum möglich“ (MIGLBAUER 1995, S. 348).

3.1 Entwicklung des Fahrradtourismus

**„Das Fahrradfahren, noch vor 20 Jahren nur ein touristisches Marginalangebot, bewegt heute Millionen.“
(MEINUNG 1996, S. 94 f.)**

Im Jahr 1995 schrieb MIGLBAUER Folgendes: „Das Fahrrad dürfte mit etwa 800 Millionen Stück das weltweit meistgenutzte Verkehrsmittel sein“ (MIGLBAUER 1995, S. 341). Inzwischen dürfte diese

Zahl weit überholt sein. Während das Fahrrad in der sich entwickelnden Welt als selbstverständliches Fortbewegungsmittel von allen Bevölkerungsschichten genutzt wird, war es in der industrialisierten Welt mit dem Fortschreiten des Wohlstands seit der Entwicklung des Automobils zum Arme-Leute-Fortbewegungsmittel degradiert worden. Allerdings erfährt das Fahrrad in den letzten Jahrzehnten eine ungeahnte Wiederbelebung.

Seit Jahren nimmt es schon die erste Position als Freizeitvehikel ein (vgl. MIGLBAUER 1995, S. 341). In den achtziger Jahren liegt - bezogen auf die alten Bundesländer - die Entdeckung des Fahrrads als Urlaubsverkehrsmittel begründet. „[...] Es] ist seit Mitte der achtziger Jahre der ‚neue Mittelstand‘, Lehrer und Freiberufler, mittlere und leitende Angestellte, die ein oder zwei Wochen im Jahr abseits der großen Durchzugsrouten dahinstrampeln“ (MIGLBAUER 1995, S. 359). In der DDR wurde der Ausbau radtouristischer Infrastruktur nicht gefördert, weil der Individualreiseverkehr von Seiten des Staates nicht erwünscht war. „Dennoch stellte das Radreisen mit Übernachtung auf Campingplätzen oder bei Freunden und Bekannten eine der wenigen Individualreiseformen der DDR dar“ (WACHOTSCH 2005, S. 39). Mit der

Wiedervereinigung wurde in Ostdeutschland nach und nach radtouristische Infrastruktur geschaffen. Bereits seit Mitte der neunziger Jahre gibt es eine breite Vielfalt an radtouristischen Angeboten. „Wurden zu Beginn der achtziger Jahre die wenigen durch die Lande ziehenden Radtouristen ob ihrer allsinnlichen Reiselust oder ihrer augenscheinlichen Mittellosigkeit noch als Exoten betrachtet, so wird inzwischen das Fortbewegen mit dem Fahrrad als neue Freizeit- und Urlaubsphilosophie von Reiseveranstaltern und Tourismusregionen angepriesen“ (MIGLBAUER 1995, S. 341). Für das touristische Produkt „Radfahren“ war auf Grund eines sich vollziehenden Wertewandels in der Bevölkerung hin zu einem stärkeren Gesundheits- und Fitnessbewusstsein sowie einem größeren Natur- und Kulturbedürfnis eine Erfolgsgeschichte vorprogrammiert. Dieser Trend kann umgekehrt wegen des Wunsches nach individueller Gesundheitsvorsorge und des Interesses an sportlicher Betätigung durch entsprechende Angebote für eine Sensibilisierung gegenüber Umweltproblemen genutzt werden.

Anfang der neunziger Jahre wird der Fahrradbestand in deutschen Haushalten auf 49 Millionen beziffert (vgl. STEINER 1999, S. 33), 1993 sogar für die alten und neuen Bundesländer auf insgesamt 60 Millionen Fahrräder (vgl. MIGLBAUER 1995, S. 344). Laut einer Pressemitteilung des Statistischen Bundesamts vom 1. Juni 2006 standen zu Beginn des Jahres 2005 63,3 Millionen Fahrräder in deutschen Haushalten. In 96% der Haushalte mit Kindern gibt es Fahrräder. Mit zunehmender Zahl der Kinder wächst auch der Ausstattungsgrad (vgl. STATISTISCHES BUNDESAMT 2006, S. 1). Insgesamt gibt es beträchtliche Unterschiede zwischen den Bevölkerungsgruppen: Ganz vorne in der Nutzung liegen Schüler, Jugendliche und Arbeitslose gefolgt von Rentnern unter 75 Jahren (vgl. DIW 2006, S. 1).

Weitere Fakten sprechen für das Erfolgspotenzial des Fahrrads: Im Gegensatz zu 8,9% (= 4,0 Millionen) im Jahr 1996 (vgl. STEINECKE ET AL. 1996, S. 16) nutzten im Jahr 2005 45,4% (= 21,7 Millionen) der Deutschen Urlauber das Fahrrad als Urlaubsaktivität (vgl. KEUTMANN ET AL. 2006, S. 3). Während 2004 in der Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (F.U.R.) 12,0% der Befragten angaben, das Fahrrad im Urlaub häufig bis sehr häufig zu benutzen, waren es 2005 bereits 14,3% (vgl. KEUTMANN ET AL. 2006, S. 3). Neben der Nutzung als Aktivität während der Reise fällt dem Fahrrad auch eine immer größere Bedeutung als Haupturlaubsaktivität zu. „Im Jahr 2000 haben schon mehr als zwei Millionen Deutsche eine Fahrradreise unternommen. Keine andere Urlaubsaktivität hat so hohe Zuwachsraten“ (BMVBW 2002, S. 4). Im Jahr 2004 verbrachten sogar schon 2,45 Millionen Deutsche ihren mehrtätigen Urlaub im Sattel (vgl. ADFC 2006).

3.2 Definitionen im Kontext Fahrradtourismus

Jede aktive Freizeitbeschäftigung ist populär. Fahrradfahren ist vor allem als touristische Alternative für den stagnierenden Inlandstourismus bedeutsam. Und Fahrradfahren ist „[...] zukunftssträftig, weil es parallele positive Interessenslagen [...] bei den deutschen Fremdenverkehrsstellen und dem Gewerbe, bei der Fahrradindustrie und beim touristischen Publikum in den interessantesten Altersgruppen (30-50 Jahre) [gibt]“ (MEINUNG 1996, S. 94). Außerdem ist Fahrradfahren in seiner variablen Gestaltungsfähigkeit sehr familienfreundlich, aber auch individualisierbar.

Verschiedene Aspekte beeinflussen den Erfolg des Fahrradtourismus. Einerseits wäre hier die Infrastruktur zu nennen, die in den letzten Jahren eine rasante Entwicklung gemacht hat. Andererseits ist die heterogene Gruppe der Radtouristen in Verbindung mit der jeweils individuellen Reisorganisation ein schwer zu erfassendes Klientel. Bisher ist das Bild vom Fahrradtourismus immer noch geprägt als „[...] Urlaub auf dem Sattel, als Durchzugstourismus von Gästen, die nur eine Nacht bleiben“ (MIGLBAUER 1995, S. 342).

Die folgenden Definitionen sollen aufmerksam machen auf einige Aspekte im Fahrradtourismus. Für touristische Destinationen ist es wichtig, die Eigenarten der Zielgruppe zu kennen. Noch 1996 schrieb HOFMANN (1996), dass der Radtourist „unbekannt und unterschätzt“ ist (HOFMANN 1996, S. 65). Damals stellt diese umwelt- und sozialverträgliche Art des Reisens ein relativ junges touristisches Phänomen dar. Inzwischen ist viel passiert in der radtouristischen Landschaft. Auf Grund des Rahmens dieser Arbeit werden nur einige wichtige Aspekte genauer erläutert.

3.2.1 Radwanderweg, Radfernweg

Radfernwege sind „[...] überregionale, beschilderte Radrouten, die sich für eine Mehrtagestour eignen.“
(HOFMANN ET AL. 2001, S. 8)

Eine der Hauptvoraussetzungen für ein erfolgreiches Engagement im Fahrradtourismus ist ein attraktives, intaktes Radroutennetz (vgl. LIEBSCH

2003, S. 145). Die Qualität eines Radwanderweges bemisst sich nicht nur aus seiner verkehrlichen Qualität, sondern „ganz wesentlich auch nach der Qualität der durchfahrenen Landschaften und der kulturellen Sehenswürdigkeiten [...], die er erschließt“ (MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT 2001, S. 11). Gerade in den ostdeutschen Bundesländern, die erst nach der Wiedervereinigung mit dem offensiven Ausbau des Radwegenetzes begonnen haben, war die Konzentration auf den Ausbau vorhandener Wege wichtig. „Da weitgehend vorhandene Wege genutzt werden

[können], bleiben auch die Eingriffe in die Natur begrenzt und der Realisierungsaufwand gering“ (FÖGE 1999, S. 18). Grundlegend kann festgehalten werden, dass „[...] Fahrradfahren [...] zu den besonders umweltfreundlichen Freizeitaktivitäten [gehört]. Eingeschränkt wird diese Umweltverträglichkeit durch die Neuanlage von Fahrradwegen (insbesondere durch die damit verbundene Oberflächenversiegelung)“ (STEINECKE ET AL. 1996, S. 12). Allerdings verbrauchen Fahrradwege im Gegensatz zu Straßen oder Autobahnen wenig Platz.



Abbildung 5 Landkarte D-Netz (Quelle: <http://www.nationaler-radverkehrsplan.de/neuigkeiten/images/d-netz-2004.jpg>)

Im **Nationalen Radverkehrsplan 2002-2012 FahrRad!** (NRVP, vgl. Abschnitt 3.3) werden insgesamt zwölf überregionale Radfernwege als D-Netz definiert (vgl. Abbildung 5). Das Netz verläuft zu ca. 95% auf vorhandenen und ausgewiesenen regionalen Radfernwegen. Diese Routen dienen vornehmlich dem touristischen Fahrradverkehr und können bei Integration in den Stadtverkehr auch vom Alltagsverkehr genutzt werden (vgl. BMVBW o.J., S. 41). Die Bundesregierung verlangt, dass die Länder das D-Netz als Bestandteil ihrer landesweiten Radwegenetze definieren und qualitativ weiterentwickeln (vgl. BMVBW o.J., S. 8 f.). Die auf Landesebene erstellten Landesradwegekonzeptionen existierten zum Teil schon vor dem NRVP und dienten somit als Grundlage für die Festlegung der Radfernwege oder sie gliedern die Vorgaben des Plans in die eigene Strategie mit ein. Zu diesen festgelegten Fahrradwegen kamen häufig von kreisfreien Städten und Landkreisen aus Eigeninitiative entwickelte Radwanderkonzeptionen, in die die Radfernwege der Landeskonzeption integriert wurden. Das auf Orts- und Landkreisebene geschaffene Angebot von Radwanderwegen bildet mit regionalen und überregionalen Radfernwegen somit ein Gesamtnetz, das sowohl Einheimische als auch Touristen ansprechen soll.

Sowohl Radfern- als auch Radwanderwege werden von Einheimischen und Touristen genutzt. Einen wesentlichen Unterschied dürfte die Tatsache darstellen, dass „[...] für Freizeit- und UrlaubsradlerInnen [...] landschaftliche und kulturelle Erlebnispunkte am Weg wichtig [sind], auch wenn dafür Umwege in Kauf genommen werden müssen. Diese werden jedoch von den Alltagsradlern kaum akzeptiert“ (MIGLBAUER 1995, S. 350). Außerdem benutzen Alltagsradler einen Fahrradweg aus logistischen Gründen (das Vorhandensein ist ein Vorteil), während Radreisende ohne das Angebot diese Strecke nicht befahren würden (hinreichende Bedingung).

Der Schwerpunkt dieser Arbeit liegt auf einem Radfernweg (Berlin-Kopenhagen). Für Radfernwege gibt es in der Literatur eine Vielzahl von Definitionen, die sich alle überschneiden, aber auch immer wieder neue wichtige Aspekte mit aufgreifen. Allgemein werden Radfernwege bezeichnet als „[...] überregionale, beschilderte Radrouten, die sich für eine Mehrtagestour eignen [...]“ (HOFMANN ET AL. 2001, S. 8). FROITZHEIM (1996) zu Folge sind Radfernwege „[...] kreisübergreifende, ausgeschilderte, touristische Verbindungen. Sie verbinden mehrere Ziele miteinander (,Radfernweg Hamburg-Bremen'), folgen geographischen Leitlinien (Donauradweg, Küstenweg, Gebirgskammweg) oder stehen unter einem bestimmten Thema (,100-Schlösser-Route', ,Tour de Baroque'), jeweils über größere Distanzen“ (FROITZHEIM 1996, S. 58). Zusätzlich beträgt laut FROITZHEIM (1996)

die Mindestbreite eines Fahrradwegs 2,00 m, da Radfahrer - genau wie Autofahrer auch - zu zweit nebeneinander fahren wollen (vgl. FROITZHEIM 1996, S. 57). Der ADFC e.V. (vgl. Abschnitt 3.4) Fachausschuss Tourismus hat folgende Kriterien für Radfernwege definiert (vgl. www.fa-tourismus.adfc.de/radfern.htm):

- eindeutiger und einprägsamer Name;
- Konzeption als Strecke, Rundkurs oder Netz;
- Mindestlänge: 150 km oder 2 Übernachtungen;
- durchgängige Befahrbarkeit (mit dem Fahrrad mit 20 km/h, 20 kg Gepäck und 28 mm Reifenbreite, aber auch mit Tandem oder Anhänger);
- empfohlene Mindestbreite von 2,00 m;
- Allwettertauglichkeit (sowohl nach langer Trockenheit als auch nach längerem Regen noch befahrbar);
- einheitliche und durchgängige Wegweisung in beide Fahrtrichtungen;
- naturnahe Routenführung;
- sichere Befahrbarkeit (möglichst geringe Belastung durch Autoverkehr);
- touristische Infrastruktur entlang der Route (Vorhandensein von Beherbergungsbetrieben, Schutzhütten, Gastronomie, Abstellanlagen, Bereitstellung touristischer Informationen, etc.);
- Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel mit Fahrradbeförderung;
- realistisches und zielgruppenspezifisches Marketing (zentrale Informationsstelle, Bereitstellung von Grundinformationen, Karten- und Radwanderführer, Pauschalen);
- regelmäßige Kontrolle/Wartung der radtouristischen Infrastruktur.

Zusätzlich stellt das Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg heraus, dass ein Weg eine wichtige räumliche und touristische Erschließungsfunktion haben sollte (vgl. MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT 2001, S. 8). Die Ausschilderung stellt hierbei einen nicht zu unterschätzenden Aspekt dar, weil diese den gegebenenfalls auch ohne Karte fahrenden Ortsunkundigen durch die Region bringen soll. Im Gegensatz zum Autofahrer müssen Radfahrer oftmals sogar innerhalb eines Landkreises mit einer sehr mannigfaltigen Wegweisungssystematik rechnen. Kriterien wie Einheitlichkeit, Lesbarkeit, Sicherheit vor Diebstahl und Verwitterung und Entfernungsangaben sind ebenso wichtig, wie eine unmissverständliche, farblich unterlegte Beschriftung mit Pfeilen und dem Bezug zum Fahrradfahren durch ein Fahrradsymbol.¹⁰ Eine intakte Ausschilderung kann auch Nichtradfahrern wichtige

¹⁰ Der ADFC Bundesverband hat im Rahmen des Fachausschusses Fahrradverkehr ein Merkblatt für Fahrradwegweisung entworfen (vgl. FAF3 auf http://www.adfc.de/38_1).

Hinweise über das touristische Angebot einer Region vermitteln. Daher sollte auf deren Pflege und Wartung besonderen Wert gelegt werden.

Die Erfüllung der genannten Kriterien eines Radfernwegs hat bisher keinen konkreten Erfüllungsgehilfen. Der Ausbau der Wege wurde in den letzten Jahren meist auf Grund von Fördermitteln und Eigenzuschüssen aus den Landkreisen/Kommunen gewährleistet. Allerdings hat sich herausgestellt, dass früher oft gewählte, wassergebundene Oberflächen sehr wartungsintensiv und anfällig sind. Das stellt zum Beispiel gerade im beliebtesten Radreiseland der Deutschen, Mecklenburg-Vorpommern, ein großes Problem dar, denn die Fahrradwege sind an vielen Stellen in schlechtem Zustand, obwohl ein Hauptstandbein des Tourismus auf dem Fahrradtourismus liegt.

Landkreise/Kommunen sind für die Instandhaltung und Wartung sowie Wegesicherungspflicht zuständig, was im Haushalt der Landkreise und Kommunen allerdings immer wieder auf Probleme finanzieller oder personeller Art stößt. Im Nationalen Radverkehrsplan (vgl. Abschnitt 3.3) werden Kooperationen und Netzwerke als Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Instandhaltung und Vermarktung genannt. „Produkte und Dienstleistungen im Bereich Radfernwandern sind nur erfolgreich, wenn Länder, Kommunen, Tourismusverbände, Hotel- und Gaststättengewerbe, Verkehrsunternehmen und Fahrradverbände zusammenarbeiten“ (BMVBW o.J., S. 41). Ziel dieser Arbeit besteht darin, herauszufinden, ob sich diese Art der Kooperationen auf regionaler Ebene von sich aus gebildet hat.

3.2.2 Radtourist

Grundsätzlich ist es wichtig, eine Unterteilung zwischen dem Alltagsradler und dem Freizeitradler vorzunehmen. Beim

„Der klassische Radtourist radelt in Flusstälern, um Seen oder an der Küste und bewundert die schöne Landschaft.“ (BRYSCHE 1996, S.32)

Freizeitradler (Radausflügler und -reisender) ist eine Tendenz dahin gehend zu erkennen, dass er das Fahrrad im Alltag deutlich mehr als der Rest der Bevölkerung benutzt (vgl. WACHOTSCH 2005, S. 69). Weitere grundsätzliche Unterscheidungskriterien sind die Gründe für den Gebrauch des Fahrrads sowie die Streckennutzung und den Anspruch an die Strecke. In Tabelle 1 wird versucht, die grundlegenden Unterschiede zwischen den einzelnen Gruppen offen zu legen. Diese Unterscheidung ist sinnvoll, um grundsätzliche Gegensätze in der Nutzung der Fahrradwegnutzung zu erläutern. Im Folgenden liegt die Konzentration auf dem Freizeitradfahrer. Der Typologie von MIGLBAUER (1995) folgend, die Radfahrer nach

touristischen Gesichtspunkten einteilt, werden Sportradler und Mountainbiker getrennt von Rad-Durchzugstourismus sowie Rad-Aufenthaltstourismus definiert (vgl. MIGLBAUER 1995, S. 346). Die ersten zwei Gruppen sind für diese Arbeit nicht von Interesse, da sie sich entweder dem Radsport verschrieben haben oder dem Trend des Mountainbikings nachgehen. Die Konzentration liegt auf den beiden letztgenannten Arten im Radreiseverkehr (Rad-Durchzugstourismus und Rad-Aufenthaltstourismus), dessen Zielgruppe hauptsächlich Radfernwege bzw. Radwanderwege (vgl. Abschnitt 3.2.1) zur Erholung nutzt. Diese Art zu reisen wird in den nächsten Jahren wichtiger werden. Laut Radreiseanalyse 2006 (vgl. Abschnitt 3.4) planen 3,1% (= 2 Millionen) der Deutschen in den nächsten drei Jahren ziemlich sicher mindestens eine Fahrradreise, für weitere 3,4 Millionen kommt ein Fahrradurlaub in diesem Zeitraum generell in Frage (vgl. KEUTMANN ET AL. 2006, S. 6).

Alltagsradfahrer Einheimische Radverkehr nicht touristisch	Freizeitradfahrer Einheimische/Besucher Radwanderverkehr/touristischer Fahrradverkehr	
	Ausflugsverkehr	Radreiseverkehr
innerorts	hauptsächlich außerorts	
direkte Wegeverbindung	unter Vermeidung von Verkehrs- und Hauptverkehrsstraßen	
abhängig vom Arbeitsweg	Dauer zwischen einem halben und einem Tag	Dauer mit mindestens einer Übernachtung
werktags	vor allem an Wochenend- und Feiertagen	an (verlängerten) Wochenenden, im Urlaub auch werktags
das ganze Jahr	zur wärmeren Jahreszeit	
abhängig vom Fahrradfahrer	nicht bei schlechtem Wetter	teils auch bei mäßigem oder schlechtem Wetter
morgens/abends	fast nur im Hellen	
direkter Weg	es werden auch größere Umwege und Rundtouren gefahren	
Arbeitsweg ist Mittel zum Zweck	der Weg hat einen gewissen Selbstzweckcharakter	der Weg hat einen erheblichen Selbstzweckcharakter
Handtasche/Bürotasche	mit Eintagesgepäck	mit Mehrtagesgepäck
touristische Ausstattung unbedeutend	die touristische Ausstattung ist von mittlerer Bedeutung	die touristische Ausstattung ist von hoher Bedeutung
ausweichen auf ÖPNV/PKW bei Regen	häufig Nutzung eines anderer An- und Abreiseverkehrsmittels	fast immer Kombination mit einem anderen An- und Abreiseverkehrsmittel

Tabelle 1 Radverkehr im Vergleich zu Radwanderverkehr (MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT 2001, S. 5 angepasst durch Autorin)

„Die Unterscheidung zwischen radtouristischer ‚Durchzugsregion‘ (vornehmlich Flusstäler) und radtouristischer ‚Aufenthaltsregion‘ (oft Seengebiete) entspricht jener des Wandertourismus zwischen Fernwanderwegen und Urlaubsregionen mit einem

profilierte Wanderwegenetz“ (MIGLBAUER 1995, S. 343). Der Durchzugstourist ist der typische Tourenradler, der sich auf einem Radfernweg fortbewegt und selten zwei Nächte an einem Ort übernachtet. Typisches Interesse dieser Gruppe ist die Verbindung von Natur, Kultur und regionaltypischer Küche mit dem Faktor Bewegung (vgl. MIGLBAUER 1995, S. 346). Der Rad-Aufenthaltstourismus sieht das Fahrrad als eine Hauptaktivität in der Region an und spricht daher laut MIGLBAUER (1995) vor allem Familien oder ältere Ehepaare mit einer festen Unterkunft an (vgl. MIGLBAUER 1995, S. 346). Eine Einteilung nach Altersgruppen scheint allerdings nicht sinnvoll, da es sich bei Radfahrern um eine sehr heterogene Gruppe handelt und eher die Frage nach der Reiseorganisation (vgl. Abschnitt 3.2.3) entscheidend ist.

Dem Radtouristen haftet weiterhin der Ruf des Billigtouristen an. „Radtouristen sind [jedoch] nicht aus Gründen der Sparsamkeit mit dem Fahrrad unterwegs, sondern weil es ihnen Spaß macht“ (BRYSCH 1996, S. 40). Zwar ist es richtig, dass der Raddurchreisende meist nur eine Nacht in der Region verbringt und somit die wirtschaftliche Wertschöpfung gering ausfallen könnte, jedoch muss auf folgende Aspekte gesondert hingewiesen werden: Da der Radtourist nur begrenzte Möglichkeiten hat, z.B. Nahrungsmittel zu transportieren, ist davon auszugehen, dass der Konsum die regionale Wirtschaft nachhaltig stärken kann. „In der Regel suchen Fahrradfahrer mehrfach am Tage Gaststätten auf [...]“ (FROITZHEIM 1996, S. 61). Laut RADREISEANALYSE 2006 stiegen außerdem nach Eröffnung des Radfernwegs Hamburg-Bremen die Übernachtungszahlen in den Gemeinden teilweise um 40% (vgl. KEUTMANN ET AL. 2006, S. 4). Zusätzlich spüren touristische Leistungsträger in den letzten Jahren den Trend, dass Fahrradfahrer, die den ganzen Tag unterwegs waren, sich abends gerne ein richtiges Bett und eine deftige Mahlzeit gönnen. Inzwischen sind die typischen Radwanderer nicht mehr mittellose Studenten, die auf dem Campingplatz schlafen. Vielmehr erfreuen sich immer mehr ältere Menschen an der Kombination Kultur, Natur und Bewegung. Es ist davon auszugehen, dass die durch den demographischen Wandel wachsende Zielgruppe der 50+ in den nächsten Jahren die Nachfrage im Fahrradtourismus bestimmen wird. „Im Zuge des demographischen Wandels wird der nichtmotorisierte Verkehr seine Bedeutung zumindest behalten, wenn nicht sogar ausweiten. Der Rückgang, der mit der geringeren Zahl von Kindern und Jugendlichen einhergehen wird, dürfte durch die Mobilität der immer zahlreicheren Älteren ausgeglichen werden“ (DIW 2006, S. 1). Bei einer Befragung auf dem Elberadweg stellte sich heraus, dass bereits vornehmlich ältere Fahrradfahrer auf dem beliebtesten deutschen Radfernweg unterwegs sind: über 65% der Befragten waren älter als 46 Jahre (vgl. MAGDEBURGER TOURISMUSVERBAND ELBE-BÖRDE-HEIDE E.V. 2004). Es ist eine Gruppe von Menschen, die sich Urlaub leisten kann und will und die bewusst die Kombination

aus Bewegung und Erlebnis wählt, ohne dabei auf Komfort zu verzichten. Mehrere Studien weisen inzwischen nach, dass „[...] es sich bei dem Radtouristen durchaus um ausgabefreudige Urlauber handelt. Die wirtschaftlichen Effekte sind somit nicht zu unterschätzen“ (STEINECKE ET AL. 1996, S. 13).

3.2.3 Reiseorganisation

„Da die Reisegeschwindigkeit [...] wesentlich geringer ist, wird das ‚Erfahren‘ einer Urlaubsregion im Sinne von aktivem Erleben gefördert.“
(STEINECKE ET AL. 1996, S. 12)

Auffällig ist, dass Radwanderer die Individualisten unter den Reisenden sind. Kaum eine andere Zielgruppe kommt so gut vorbereitet in ein Reisegebiet. Die

laut WACHOTSCH (2005) dabei am meisten verwendeten Materialien stellen zielgruppenspezifische Printprodukte wie Radkarten und Reiseführer dar. Außerdem ist das Internet eine immer wichtigere Informationsquelle. Des Weiteren wird das Gastgeberverzeichnis der Regionen zur Auswahl von Unterkünften und Angeboten verwendet (vgl. WACHOTSCH 2005, S. 72 f.).

Das Fahrrad bietet gegenüber dem Auto eine gute Alternative eines individuellen, spontanen und selbst bestimmten Reisens. Wie im Abschnitt 3 bereits erwähnt, stellt Fahrradtourismus zusätzlich eine gute Möglichkeit dar, den Individualverkehr in einer Region zu reduzieren. „Im Anreiseverhalten sind Radler anderen Naturnutzern häufig voraus, weil sie zu einem großen Teil das Erholungsgebiet auch mit dem umweltfreundlichen Fahrrad erreichen statt mit motorbetriebenen Fahrzeugen“ (WACHOTSCH 2005, S. 27). Viele Fahrradfahrer besitzen kein eigenes Auto und/oder nutzen die Möglichkeit der Deutschen Bahn, das Fahrrad zu transportieren. Durch dieses sich ergänzende Angebot entsteht für den Kunden keine Bindung an eine Region, in der das Auto geparkt ist,

„Radler nutzen bei Fahrradtouren überdurchschnittlich häufig die Bahn.“ (KEUTMANN 2006, S. 18)

sondern die Möglichkeit, jeweils vom nächsten Bahnhof die Heimreise anzutreten. „Das Radwanderwegenetz, soll es funktionieren, ist [also] notwendigerweise ein kombiniertes Radwander- und Schienennetz“ (MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT 2001, S. 23). Allerdings wird durch die kontinuierliche Umwandlung von IC- zu ICE-Verbindungen die Fahrradmitnahme im Zug sowie durch das Einstellen von ländlichen Verbindungen das Erreichen von Destinationen zunehmend erschwert (vgl. KEUTMANN ET AL. 2006, S. 18).

Da der Fahrradtourismus überwiegend durch „ein individuelles Urlaubsvergnügen“ (MIGLBAUER 1995, S. 358) definiert wird, ist die Reise meistens losgelöst von angebotenen Reiseveranstalterpauschalen organisiert. „[...] Pauschalen kommen

nur sehr schleppend in den vorwiegend individuell geprägten Markt“ (HOFMANN 1996, S. 68). Laut Radreiseanalyse 2006 liegt der Anteil der Pauschalreisen im Fahrradtourismus bei etwa 10%, während es große Unterschiede zwischen Inland und Ausland gibt (vgl. KEUTMANN ET AL. 2006, S. 7 f.).

Gute Gründe wie das individuelle Bestimmen der Etappenlänge und Aussuchen der gewünschten Unterkunfts-kategorie sind zusätzlich zum Radlertyp ausschlaggebend dafür, ob die eigene Organisation als Teil der gesamten Reise gesehen wird. Gründe, die laut KLEMM (1996) für eine Buchung einer Pauschalreise sprechen, sind Faktoren wie die Sicherheit, jeden Abend eine Unterkunft zu haben, der Preis des Angebots, Gepäcktransfer von Unterkunft zu Unterkunft sowie wenig Arbeit bei der Vorbereitung (vgl. KLEMM 1996, S.104). Trotz der geringen Nachfrage an Pauschalangeboten haben sich inzwischen viele Reiseveranstalter auf die Zielgruppe Fahrradfahrer spezialisiert und bieten weltweit geführte oder individuelle Radreisen an (vgl. www.fahrradreisen.de). „Einzelne Radreiseveranstalter konnten 2005 erneut zweistellige Zuwächse erzielen“ (KEUTMANN ET AL. 2006, S. 7). Das Angebot ist vielfältig. So ist es möglich, sowohl sternförmige Ausfahrten von einer Unterkunft als auch Fahrten entlang linearer Radfernwege zu buchen. Die hauptsächliche Zielgruppe der Radreiseveranstalter sind Radfahrer fortgeschrittenen Alters, die einen gewissen Komfort bei einer Reise erwarten.

„Die strukturellen Defizite im Beherbergungsbereich stellen [...] ein ernstzunehmendes Problem dar, da es sich bei Radtouristen um eine sozial überdurchschnittlich gut gestellt und somit relativ anspruchsvolle Klientel handelt.“ (BIERMANN 1996, S. 48)

Insgesamt ist ein eindeutiger Trend zu erkennen, dass die Erwartungen der Urlauber - bei individueller Organisation oder Pauschalreise - zunehmen: „Die Ansprüche der Radtouristen an inhaltliche Ausgestaltung, Erlebniswert, Landschaftsverträglichkeit und Wegequalität steigen“ (BEHM 1996, S. 120). Zusätzlich hat vor allem das Produkt Unterkunft höchste

Priorität für die Zufriedenheit der Kunden. Bei einer Befragung auf dem Elberadweg (vgl. WACHOTSCH 2005, S. 34) gaben 90% der Befragten an, dass sie Zimmer mit Dusche/WC sowie die Unterstellmöglichkeit für das Fahrrad auf ihrer Reise als sehr wichtig empfinden. Weitere Aspekte wie Ruhe, Frühstück sowie das Preis/Leistungsverhältnis werden von 80% der Befragten mit wichtig benannt. Ferner spielen laut MIGLBAUER (1995) Kooperationen der Unternehmungen bei Zimmer-Nachfragen und -Reservierung vor allem im Durchzugstourismus eine entscheidende Rolle (vgl. MIGLBAUER 1995, S. 356). Zwar kommt es immer mal wieder vor, dass ein Unternehmungenbetrieb das Bett nicht für eine Nacht vermieten will, aber die große Wiederholerquote in der Gruppe der Radreisenden belegt, „[...] dass man bei den Radtouristen allgemein von einer sehr

hohen Grundzufriedenheit ausgehen kann, solange das Angebot ein zufrieden stellendes Qualitätsniveau aufweist“ (BIERMANN 1996, S. 46).

3.3 Nationale Förderung

Als Beitrag zur nationalen Nachhaltigkeitsstrategie hat das Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (BMVBW)¹¹ im Jahr 2002 den **Nationalen Radverkehrsplan 2002-2012** herausgegeben, der unter dem Motto „FahrRad!“ Maßnahmen zur Förderung des Fahrradverkehrs in Deutschland erläutert. Der 98 Seiten umfassende Bericht beachtet den Fahrradverkehr im Alltag sowie im Urlaub und gibt einen Überblick über Lösungsstrategien und Möglichkeiten der Finanzierung zur Verbesserung des Fahrradverkehrs. Durch den Zusatz 2002-2012 ist der Förderung des Vorhabens ein klarer zeitlicher Rahmen gesetzt, den es kontinuierlich aber vor allem nach Ablauf der zehn Jahre zu überprüfen gilt.

Dass es eine deutschlandweite Fahrradkonzeption - sozusagen einen Masterplan - gibt, beweist, dass auch die Politik dem inzwischen von der Wirtschaft erkannten Trend zum Fahrrad folgt und den Fahrradtourismus stärker in den Mittelpunkt der Gesellschaft rückt. „Die Bundesregierung unterstreicht mit der Vorlage des Nationalen Radverkehrsplans ihren politischen Gestaltungswillen zur Förderung des Fahrradverkehrs als Teil einer nachhaltigen Verkehrsentwicklung“ (BMVBW 2002, S. 7). Durch eine Publikation der zu erreichenden Maßnahmen von höchster Ebene entsteht bei Kommunen, Landkreisen und Städten ein gewisser Handlungsdruck, der sich für die Förderung des Potenzials des Fahrrads in verkehrs-, umwelt-, gesundheits- und wirtschaftspolitischer Hinsicht mit Sicherheit nur positiv auswirken kann. „Nur wenn die Akteure in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft den Appell ‚FahrRad!‘ zu ihrer eigenen Sache machen, werden wir Erfolge haben“ (BMVBW 2002, S. 7).

Ein wichtiges Ziel dieses Fahrradkonzepts ist neben dem allgemeinen Bekanntermachen der Möglichkeiten des Fahrrads auf nationaler und internationaler Ebene mit Sicherheit auch, die alten und neuen Bundesländer durch den Ausbau der so genannten „Deutschlandrouten“ (vgl. BMVBW o.J., S. 43) fahrradtechnisch zusammenwachsen zu lassen. Das in Kooperation mit den Ländern, Tourismusorganisationen und dem ADFC e.V. (vgl. Abschnitt 3.4) entwickelte nationale Netz von Radrouten (D-Netz, vgl. Abbildung 5) hat zum Ziel, Deutschland

¹¹ Inzwischen Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS)

mit Fahrradwegen zu durchziehen, die einen Anschluss an die Vernetzung Europas sichern. Insgesamt gibt es zwölf geplante D-Routen, die zum Teil den gleichen Streckenverlauf mit sieben Euro-Velo-Routen nehmen. Das D-Netz ist derzeit ca. 10.200 km lang und erstreckt sich über das gesamte Bundesgebiet, von den Alpen bis zu den Küsten, von der Rheinroute bis zum Oder-Neiße-Radweg. Die Routen verlaufen zu ca. 95% auf vorhandenen und ausgewiesenen, regionalen Radfernwegen und sind miteinander vernetzt.

Während der Westen Deutschlands bereits in den 80er Jahren das Radfahren als touristisches Potential entdeckte, haben die neuen Bundesländer sehr unterschiedliche Strategien gewählt, um den Fahrradtourismus in den Regionen zu integrieren. Auf Erfahrungswerte der alten Bundesländer wurde dabei insofern zurückgegriffen, als dass der Ausbau der Radfernwege inzwischen fast ausschließlich mit asphaltierter Oberfläche vorgenommen wird, weil sich die wassergebundene Variante¹² bezüglich der Wartung als ungünstig erwiesen hatte. Außerdem erhielten die Radfernwege anstelle von Nummern von vornherein einen Namen mit regionalem Bezug, was aus Marketinggesichtspunkten sehr sinnvoll ist. Das dadurch attraktivere Binnen- und Außenmarketing legt nahe, dass den Bundesländern eine gewisse Pflicht den Radfernwegen gegenüber auferlegt wird, die neben dem Ausbau und der Instandhaltung auch die Routenkontrolle umfasst. Die Anrainerbundesländer des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen und ihre Förderungsstrategie werden in Kapitel 4.1 ausführlich beschrieben.

3.4 Der Allgemeine Deutsche Fahrradclub (ADFC e.V.)

Beim ADFC e.V.¹³ handelt es sich um einen eingetragenen Verein, der sich auf nationaler und internationaler Ebene für die Interessen der Fahrradfahrer einsetzt. „1979 gründet der Verkehrsberater Jan Tebbe mit 17 anderen am Verkehrsmittel Fahrrad Interessierten an seinem Wohnort Bremen den Allgemeinen Deutschen Fahrrad Club (ADFC)“ (www.adfc.de/2637_1). Seit seiner Gründung hat sich der Verkehrsclub zum größten europäischen Fahrradfahrerverband entwickelt. Zusätzlich zu Verbraucherschutzleistungen, dem unermüdlichen Einsatz für die

¹² Die wassergebundene Oberfläche ist die einfachste und in der Herstellung kostengünstigste Form der Oberflächenbefestigung. Auf die Tragschicht aus Schotter wird ein Gesteinsgemisch aufgebracht und verdichtet. Es verfestigt sich durch die Einwirkung von Wasser und „backt“ somit fest zusammen. (Quelle: www.frischerwindt.de/Lexikon/Lexikon_UVW/lexikon_uvw.html)

¹³ Im Folgenden als ADFC bezeichnet.

Natur und politischer Lobbyarbeit vertritt der eingetragene Verein inzwischen mehr als 112.000 Mitglieder in Deutschland. Neben der Bundesgeschäftsstelle in Bremen gibt es insgesamt 80 Geschäftsstellen und 450 aktive Gliederungen vor Ort. Zusätzlich wird mit allen Vereinen, Organisationen und Institutionen zusammengearbeitet, die sich für mehr Sicherheit und Umweltschutz im Verkehr einsetzen. Der ADFC, der sich selbst als „Partner im Radtourismus“ bezeichnet, erreicht mit seiner Pressearbeit fast 60 Millionen Deutsche (vgl. KEUTMANN ET AL. 2006, S. 2).

Der ADFC vertritt nicht nur die Interessen der Alltagsradler, sondern engagiert sich sowohl auf regionaler als auch auf nationaler und internationaler Ebene für die Weiterentwicklung und den Ausbau des Fahrradtourismus. „Radtourismus wird vom ADFC als Qualitätstourismus betrachtet [...]“ (STEINECKE ET AL. 1996, S. 21). Seit vielen Jahren engagieren sich Bezirks- und Ortsverbände des ADFC in Zusammenarbeit mit den öffentlichen Stellen für den Ausbau von Radrouten in allen Regionen Deutschlands. Dabei gilt es auch, die Einheimischen von den Vorteilen des Radtourismus zu überzeugen. „Touristisch bedeutsame Radfernwege tragen nachweislich in erheblichem Maße zu regionalen Einkommens- und Beschäftigungseffekten bei“ (BMVBW o.J., S. 42).

Das politische Engagement des Vereins hat zum Ziel, dem Fahrrad insgesamt einen größeren Stellenwert in den Köpfen der Politiker zu verschaffen. Vor allem in den letzten Jahren kann der ADFC auf diesem Gebiet Erfolge verzeichnen. So basiert der NRVP (vgl. Abschnitt 3.3) zum großen Teil aus Vorschlägen des ADFC. Im Juni 2006 wurde endlich das die deutlich schwächere Arbeitsgruppe der Grundsatzabteilung des BMBVS ablösende Referat Radverkehr mit neun Mitarbeitern im BMBVS geschaffen. Außerdem zeigt die begeisterte Teilnahme von rund 50 Mitgliedern des Bundestags bei der ersten Parlamentsfahrradtour Mitte September 2006 in Berlin, dass das Fahrrad endgültig auf der Agenda in Berlin angekommen ist: „Erfolgreiche Fahrradpolitik braucht nicht nur Geld, sondern auch Personen, die engagiert dahinter stehen - und auch ihr Image in die Waagschale legen“ (WRIGHT 2006, S. 1). Aktionen wie das in Kooperation mit der Bundesregierung und der AOK durchgeführte ‚Mit dem Rad zur Arbeit‘ beweisen, dass das Fahrrad auch als Lösungsinstrument für mehr Gesundheit entdeckt wurde.

Der ADFC bietet mit der Radreiseanalyse ein hervorragendes Messinstrument für die Fahrradnutzung. Die jährlich durchgeführte Analyse setzt sich zusammen aus Exklusivfragen in der Reiseanalyse der F.U.R., Daten von Kooperationspartnern, Erkenntnissen von ADFC-Gliederungen vor Ort sowie einer eigenen Befragung der Mitglieder des Vereins. Die Auswertung liefert Zahlen zur Nutzung des Fahrrads im

Alltag und in der Freizeit. Außerdem werden die bevorzugten Destinationen erfasst sowie das Reiseverhalten der Radfahrer untersucht.

Der ADFC ist selbst der größte Radtourenanbieter Deutschlands. Im Jahr 2005 haben 211.540 Teilnehmer bei 15.983 (+ 11,7% gegenüber 2004) vom ADFC organisierten Mehrtages-, Halbtages-, Tages- und Feierabendtouren insgesamt 319-mal die Erde umrundet. Zusammen genommen sind dies etwa 12,75 Millionen Kilometer. Das entspricht einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von mehr als 15% (vgl. KEUTMANN ET AL. 2006, S. 8).

Zur endgültigen Realisierung des D-Netzes (vgl. Abschnitte 3.2.1 und 3.3) sind noch erhebliche Anstrengungen notwendig. „Das Erfordernis einer Koordinierung von Herstellung, Erhaltung und Bewerbung des D-Routennetzes resultiert aus der noch vorhandenen Lückenhaftigkeit der Kenntnis über den gegenwärtigen Zustand der D-Routen, aus der starken Uneinheitlichkeit des gegenwärtigen Zustands der D-Routen hinsichtlich Wegeinfrastruktur und Wegweisung und aus der Vielfalt der Baulastträger sowie der Einrichtungen, die die Fahrradrouten konzipieren und bewerben“ (SCHNEEWOLF ET AL. 2006, S. 7). Der ADFC setzt sich daher für die Einrichtung einer bundesweiten Koordinierungsstelle zur Behebung umfassender Mängel in Abstimmung und Produktentwicklung ein. Die seit einigen Jahren vom ADFC verfolgte Initiative, eine übergeordnete Organisation zur Koordination der Angebote einzurichten, musste 2006 auf Grund der fehlenden Unterstützung der Bundesregierung vorerst auf Eis gelegt werden.

Als letzte hier zu nennende wichtige Maßnahme beteiligt sich der ADFC als Herausgeber maßgeblich an der in Kooperation mit der Deutschen Zentrale für Tourismus herausgegebenen Broschüre **„Deutschland per Rad entdecken“**. Dieses 90 Seiten umfassende Heft wird alle zwei Jahre aktualisiert und gibt Tourenvorschläge der wichtigsten Radfernwege sowie Radwandernetze in Deutschland. Das erfolgreichste Marketinginstrument für den deutschen Fahrradtourismus erschien im Jahr 2005 in der 5. Auflage mit 500.000 Exemplaren in Deutsch und Englisch und präsentiert insgesamt 140 Fahrradrouten im deutschen Bundesgebiet. Zusätzlich findet man wichtige Tipps und Tricks für die Planung und Informationsmöglichkeiten bezüglich Fahrradtourismus in Deutschland. Die Broschüre wird in 26 Ländern vertrieben.

3.5 Netzwerke im Fahrradtourismus

Im folgenden Abschnitt werden die genannten Einführungen zu Netzwerken und Fahrradtourismus vereint. Wie in den vorherigen Unterkapiteln gezeigt wurde, ist

eine Kombination dieser zwei sehr viel versprechenden Bereiche die logische Konsequenz für eine Verbesserung des Angebots im Fahrradtourismus. Es soll gezeigt werden, dass Vernetzung im (Fahrrad-)Tourismus ein sehr großes Potenzial für Regionen birgt.

Im Radtourismus gibt es bereits einige Beispiele für überregionale Vernetzungen. Im Münsterland stellen Pauschalangebote, die von Gemeinden in nachbarschaftlicher Kooperation erarbeitet werden, einen wesentlichen Erfolgsfaktor dar. Auch an der Donau und Elbe haben sich erfolgreiche Kooperationen gebildet. „Dort haben sich Arbeitsgemeinschaften aus kommunalen Gebietskörperschaften und regionalen Touristikstellen gebildet, die einen Radfernweg betreuen und vermarkten und in einer gemeinsamen Geschäftsstelle für den Radtouristen eine Anlaufstelle vorbehalten (z.B. AG Donauradweg, Weserbund)“ (BMVBW o.J., S. 41). Der Fahrradtourismus in Deutschland führt lokale und regionale Anbieter zu leistungsstärkeren, attraktiveren Einheiten zusammen.

Im Folgenden werden weitere Beispiele für eine erfolgreiche Vernetzung von touristischen Leistungsträgern genannt. Die Fallbeispiele betreffen auf der einen Seite die Zusammenarbeit während der Phase des Ausbaus (vgl. Arbeitsgruppe Berlin-Usedom, Abschnitt 3.5.1) sowie unterschiedliche Möglichkeiten das radtouristische Angebot zu vermarkten.

3.5.1 Fallbeispiel Arbeitsgruppe Berlin-Usedom

Bei der Arbeitsgruppe Berlin-Usedom¹⁴ handelt es sich um eine Kooperationsplattform, die die Entwicklung, den Ausbau und die Vermarktung des Radfernwegs Berlin-Usedom begleitet und unterstützt. Die AG ist ein Zusammenschluss von Vertretern aus den Kreisverwaltungen, den Tourismusverbänden der Länder, den regionalen Fremdenverkehrsverbänden, den Wirtschafts- und Verkehrsministerien der Länder sowie Vertretern der entsprechenden Berliner Senatsverwaltungen. Die AG wurde vom Zentrum für Technik und Gesellschaft (ZTG) ins Leben gerufen, das sich auf die Realisierung von interdisziplinären Projekten im Bereich Nachhaltigkeit, Nachhaltige Entwicklung, Mobilität und Weiterentwicklung von Kooperationstechniken konzentriert.

¹⁴ nachfolgend als AG bezeichnet.

Die betroffenen Landkreise haben laut des Fahrradbeauftragten der Landkreisverwaltung Barnim erkannt, dass „Radtourismus der Zukunftsmarkt überhaupt ist“ (INTERVIEW A-K, 1.08.2006). Eine explizite Konzentration auf diese Zielgruppe im touristischen Markt wird in den vier beteiligten Landkreisen unterschiedlich gehandhabt. „Eine Koordination für die gemeinsame länderübergreifende Planung war nicht vorgesehen und die zum Teil sehr engagierten Mitarbeiter/-innen der Kreisverwaltungen scheuten den Vorwurf des Übergriffs in fremde Zuständigkeitsbereiche. ‚Der Punkt, wo man länderübergreifend tätig wird, ist noch nicht erreicht‘ so lautete die Auskunft“ (JAIN ET AL. 2003, S.8).

„Der Punkt, wo man länderübergreifend tätig wird, ist noch nicht erreicht! so lautete die Auskunft.“ (JAIN ET AL. 2003, S.8)

Einigkeit bestand allerdings darüber, dass „[...] Radwege heute das Highlight sind. Früher hat sich kein Mensch dafür interessiert, jetzt merken Städte und Gemeinden, welches Potenzial dahinter steckt“ (INTERVIEW A-K, 1.08.2006). Der Ausbau des Radfernwegs Berlin-Usedom war somit ein gewolltes Vorhaben, dessen es an einer Koordinierung inklusive einer Finanzierung bedurfte. „Offensichtlich waren [die Akteure in den Regionen] erfreut, dass jemand das koordinieren will und das Geld dafür zur Verfügung steht. Aus den Landkreisen heraus hätte man für eine Koordination kein Geld locker machen können“ (INTERVIEW A-J, 11.09.2006).

Die AG entstand aus zwei unterschiedlichen Projekten: Es handelt sich einerseits um das vom BMBF geförderte Forschungsprojekt ‚**Raumpartnerschaften und Kontrasträume**‘. Ziel dieses Projekts war die Entwicklung von touristischen Projekten und Möglichkeiten, Stadt und Land im Bereich des Freizeitverkehrs stärker miteinander zu verknüpfen. Gleichzeitig ging es darum, den Freizeitverkehr sowie die Attraktivitäten des Nahraums nachhaltiger zu gestalten. Als zweite Initiative stellte das von der EU finanzierte Interreg III B Projekt ‚**Baltic+**‘ (vormals ‚Baltic Bridge‘) die engere Kooperation von Südschweden, Nordwestpolen sowie Nordostdeutschland in den Mittelpunkt. „Die Einführung von Raumpartnerschaften zwischen Kontrasträumen ist eins der zentralen Ziele [von ‚Baltic+‘], das gemeinsame Strategien für räumliche Ausgeglichenheit, Raumpartnerschaften, Maßnahmen für nachhaltige räumliche Entwicklung und die Integration von Regionen entlang transnationaler Korridore unterstützen will“ (OHLHORST 2004, S. 2). Die Moderation der AG Berlin-Usedom durch Frau Dörte Ohlhorst vom ZTG wurde aus dem Fördertopf von ‚Baltic+‘ gewährleistet.

Der Grundgedanke beider Projekte war, die Diskrepanzen zwischen Städten und ländlichen Regionen auszugleichen sowie eine gegenseitige Ergänzung durch einen stärkeren Fokus auf Kooperation zwischen den Regionen zu erreichen (vgl.

OHLHORST 2003b, S. 3). Der Radfernweg Berlin-Usedom stellt für die Berliner Bevölkerung eine direkte Verbindung zu ihrer, von der Presse oft liebevoll bezeichneten „Badewanne“ dar. Diese Beziehung der Hauptstadt zur östlichsten deutschen Insel besteht bereits seit über 150 Jahren. Die Attraktivität dieser Verbindung ist somit aus historischen Wurzeln gesichert. Bereits 1992 gab es erste Bestrebungen, die Verbindung zur Ostseeinsel zu schaffen. 1994 lag das erste Trassenkonzept vor. Seit 1998 wird an der Umsetzung des Projekts gearbeitet (vgl. KOCH 2005, S. 26). Allerdings war bis 2002 keine Abstimmung über die Trassenführung erfolgt (vgl. JAIN ET AL. 2003, S. 8). Die Realisierung des Radfernwegs ging auf Grund von unterschiedlicher Schwerpunktsetzung in den Landkreisen nur sehr schleppend voran.

Der zur Gründung der AG im November 2002 durchgeführte Workshop, an dem alle oben genannten Beteiligten und weitere an dem Thema Interessierte bereitwillig und motiviert teilnahmen, kam zu dem zentralen Ergebnis, „[...] dass die Kooperation über die Landesgrenzen hinweg noch erhebliche Defizite aufweist und viele Beteiligte Informationsdefizite insbesondere bzgl. Status, Umsetzungsstand und Finanzierungsmöglichkeiten des geplanten Radfernwegs konstatieren mussten“ (OHLHORST 2003b, S. 4). Fehlende Transparenz über die Schwerpunktsetzung der Landkreisarbeit sowie ein fehlender Austausch über die Ausbaufortschritte waren Hauptmängel in der Realisierung des Radfernwegs.

Aus dem Workshop wurde die AG initiiert, in der aus jedem Landkreis je ein Verantwortlicher für den Bau des Radwegs sowie ein Touristiker für die anschließende Vermarktung des Radfernwegs teilnahm. Ausgangspunkt der AG war die Erkenntnis, „[...] dass für die Entwicklung eines integrierten Konzepts Länder übergreifend verschiedene Akteure und Entscheidungsträger kooperieren müssen, deren Interessen sich nicht immer auf Anhieb überschneiden“ (OHLHORST 2003b, S. 4). Im April 2003 verschaffte sich eine kleine Gruppe von Experten bei einer Befahrung der gesamten Trasse erstmals einen Überblick über den aktuellen Zustand des Weges. In den darauf folgenden vierteljährlichen Treffen der AG tauschten die Akteure immer wieder den aktuellen Entwicklungsstand aus. Die Treffen waren nie unproduktiv und nur selten kontrovers, da ein grundsätzlicher Konsens über den Ausbau des Weges in der Region bestand (vgl. INTERVIEW A-J, 11.09.2006). „Das Länderübergreifende Netzwerk erleichtert es, gemeinsam und koordiniert aktiv zu werden, sich gegenseitig zu informieren und zu unterstützen, Know-how auszutauschen sowie die Gemeinden und Anbieter entlang der Trasse zu beteiligen und zu informieren“ (OHLHORST 2003b, S. 4).

Wie in Fahrradfahrerkreisen üblich, machten sich bereits im Jahr 2005 - noch vor der offiziellen Eröffnung des Radfernweges - einige wagemutige Fahrradwanderer auf, die Beschaffenheit des Weges zu testen. Der ADFC Berlin bot außerdem erstmals vom 25.-28. August 2005 die Ostseefahrt auf dem Radfernweg Berlin-Usedom an. Mit 120 Teilnehmenden hat sich die Zahl der Fahrradfahrer im Jahr 2006 bereits verdoppeln lassen. Die offizielle Eröffnung des Radfernweges steht allerdings immer noch bevor. Derzeit ist sie für Ende 2006 geplant. Laut Aussage der Moderatorin Ohlhorst „[...] wäre der Weg auch ohne die Arbeitsgruppe gebaut worden. Aber eine Koordinierung von einer AG ist unheimlich förderlich. Durch regelmäßige Treffen erhält das Projekt eine ganz andere Verbindlichkeit. Man sitzt sich gegenüber und diskutiert die Schwierigkeiten. Der eine weiß vom anderen“ (INTERVIEW A-J, 11.09.2006). Die Zusammenarbeit in der AG hat das Vorantreiben der Fertigstellung maßgeblich zu verantworten. Wünschenswert wäre die Entwicklung von langfristig formalen und inhaltlichen Strukturen der Zusammenarbeit unabhängig von der Moderatorin gewesen, die auch über den Projektzeitraum Bestand hätten. Auf Grund der streng verteilten Zuständigkeiten in den Landkreisen hat sich niemand gefunden, der die Verantwortung zur Weiterführung des Projektes mit allen Beteiligten übernehmen wollte.

Fazit: Das Beispiel der AG macht deutlich, dass eine Zusammenarbeit aller von der Route tangierten Landkreise und Akteure sehr förderlich ist. Eine Koordinierung für den Bau, die Fertigstellung und die anschließende Vermarktung sind Basis für einen Erfolg versprechende Initialisierung. Die Arbeit der AG beweist, dass es einen großen Bedarf für eine überregional organisierte Zusammenarbeit gibt. Die Einrichtung einer übergeordneten Koordinierungsstelle wäre sinnvoll.

3.5.2 Fallbeispiel ‚Bett & Bike‘

Die Initiative ‚Bett & Bike‘ wurde 1992/93 vom Bundesverband des ADFCs (vgl. Abschnitt 3.4) ins Leben gerufen. Bei ‚Bett & Bike‘ handelt es sich um ein Übernachtungsverzeichnis von Unterkünftenbetrieben, die sich durch die Zertifizierung bereit erklären, sich der Zielgruppe Fahrradfahrer zu öffnen. Das im Esterbauer-Verlag erschienene, 400 Seiten umfassende Gesamtverzeichnis Deutschland inklusive Landkarte kann ebenso wie die Länderverzeichnisse Baden-Württemberg, Bayern, Hessen/Rheinland-Pfalz/Saarland, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein im Buchhandel oder beim ADFC käuflich erworben werden. Bereits 1995 wurde das erste Verzeichnis - damals noch als ‚Rad & Bett‘ - herausgegeben. Die Zahl der vom ADFC zertifizierten

fahrradfreundlichen Beherbergungsbetriebe hat sich von 216 im Jahr 1995 auf über 4.238 Betriebe in 2.190 Orten Deutschlands im März 2006 gesteigert (vgl. KEUTMANN ET AL. 2006, S. 5). Im November 2006 konnte bereits der 4.740 Partnerbetrieb in die erfolgreichste zielgruppenbezogene Marketingkooperation Deutschlands integriert werden. „Im letzten Jahr legte der Osten mit 26 Prozent Zuwachs (= 122 Betriebe) auf nunmehr 589 deutlich zu“ (KEUTMANN ET AL. 2006, S. 1).

Die teilnehmenden Betriebe sind sich der ständig wachsenden Zielgruppe der Radtouristen bewusst. Die nötigen Umstellungen innerhalb der Betriebe, um dieser Zielgruppe gerecht zu werden, sind gering; das Wertschöpfungspotenzial jedoch enorm, da „[...] Fahrradfahrer nicht wie Wohnmobilisten wochenlang aus dem Kofferraum leben [können], sondern [...] sich täglich neu [versorgen]“ (ADFC BETT & BIKE DEUTSCHLAND 2005, S. 1). Alle Hotels, Gasthäuser, Pensionen und Ferienwohnungen können durch die Erfüllung weniger Kriterien die Auszeichnung „fahrradfreundlicher Gastbetrieb“ erhalten. Zusätzlich haben auch Campingplätze und Gastronomiebetriebe die Möglichkeit einer Zertifizierung. Jeder Eintrag enthält Informationen zu nahe gelegenen Radfernwegen. Damit haben es Fahrradfahrer leichter, eine für sie geeignete Unterkunft oder Gastronomieeinrichtung auf ihren Fahrradtouren zu finden.

Insgesamt gibt es für die Erlangung des Grades „fahrradfreundlicher Beherbergungsbetrieb“ sieben Mindestanforderungen und zehn zusätzliche Angebote, von denen mindestens zwei erfüllt werden sollen (vgl. ADFC BETT & BIKE DEUTSCHLAND 2006, S. 14).¹⁵ Die Aufnahme in das ‚Bett & Bike‘-Verzeichnis ist zusätzlich an die Zahlung eines je nach Größe des Betriebes gestaffelten Teilnahmebetrages gekoppelt. Diese Gebühren decken die Finanzierung des Drucks des Verzeichnisses. Ab ca. 300 teilnehmenden Betrieben pro Bundesland

¹⁵ Die Mindestanforderungen umfassen wichtige Kriterien wie die Aufnahme von Fahrradfahrern auch für **eine Nacht**, die sichere Unterbringung des Fahrrads in einem **abschließbaren Raum**, die **Trockenmöglichkeit** von Kleidung und Ausrüstung, das Angebot eines **reichhaltigen Frühstücks**, das Angebot von **Radwanderkarten/-führern** der Region, die Bereitstellung eines **Reparatursets** sowie eine Information über die nächst gelegene **Fahrradreparaturwerkstatt**. Das Angebot kann durch zusätzliche, freiwillige Angebote verfeinert werden, in dem man bereits bei der Anmeldung Informationen zur **umweltfreundlichen An- und Abreise** gibt, einen **Hol- und Bringdienst** für radelnde Gäste anbietet, eigene **Mietfahrräder** zur Verfügung stellt oder mit einem örtlichen Verleih kooperiert, Informationen zu **Tagesradtouren** in der Umgebung bereithält, einen **Gepäcktransfer** zur nächsten Unterkunft organisiert und diese gegebenenfalls auch reserviert, wichtige **Ersatzteile** bereitstellt, eine **Liste weiterer fahrradfreundlicher Betriebe** in der Region bereithält, ein **Lunchpaket** zum Mitnehmen anbietet sowie ein **Gästebuch** für Erfahrungen und Tipps von Fahrradwanderern auslegt.

kann über ein durch die Teilnahmebeiträge finanzierbares Landesverzeichnis nachgedacht werden.

Zu Beginn der Verzeichniserstellung haben die Initiatoren Unterkunftsinhaber angesprochen, die sie aus eigener Reiseerfahrung kannten. Durch eine zunehmende Professionalisierung der Arbeit und der Vergrößerung der Initiative ‚Bett & Bike‘ wird inzwischen versucht, durch eingeteilte Länderverantwortliche flächendeckend Unterkünfte in unterschiedlicher Qualität und Preislage zur Kooperation zu gewinnen. „Hier wünschen wir uns an Orten, in denen es bislang nur einen Drei- oder Vier-Sterne-Betrieb gibt, auch noch die eine oder andere fahrradfreundliche Pension oder einen Gasthof mit einfacheren Zimmern, um so allen Gruppen unter den Radtouristen entgegen zu kommen“ (KIRSCH 2005, S. 2). Erstrebenswertes Ziel wäre eine deutschlandweite Abdeckung, bei der für jeden Geldbeutel ein Angebot vorhanden ist. Derzeit gibt es vor allem im Osten Deutschlands in Zentral-Vorpommern, in West-Mecklenburg, im südwestlichen Brandenburg sowie in weiten Teilen Sachsen-Anhalts, Sachsens und Thüringens noch ‚Bett & Bike‘-freie Landstriche.

Bei ‚Bett & Bike‘ handelt es sich um ein passives Netzwerk von Unternehmungen. Die über den Eintrag hinausgehende Zusammenarbeit zwischen Betrieben ist zwar wünschenswert, jedoch kein notwendiges Aufnahmekriterium. Durch die Zertifizierung mit dem Qualitätsgütesiegel wird sowohl auf Anbieter- als auch auf Nachfragerseite für mehr Transparenz gesorgt. „Die Qualitätssicherung wird mit steigender Betriebszahl immer dringlicher“ (KIRSCH 2005, S. 2). Nach Aussage des Initiators von ‚Bett & Bike‘ Wolfgang Reiche „[...] nimmt mit der Größe [des Produktes] die Exklusivität von ‚Bett & Bike‘ [sicher] ab. Doch bei derzeit rund 54.000 gewerblichen Beherbergungsbetrieben in ganz Deutschland sind die Kapazitäten mit 4.100 ‚Bett & Bike‘-Betrieben [Stand 02/2005] noch nicht ausgereizt“ (KIRSCH 2005, S. 2). Weitere Länderverzeichnisse besonders für den ostdeutschen Raum sind der Zeit in der Bearbeitungsphase. Der Erfolg des Produktes ist nicht nur an der ständig wachsenden Teilnehmerzahl zu erkennen, sondern auch an der Internationalisierung der Idee. So arbeitet der ADFC seit 2006 mit Flandern an der Erstellung eines ‚Bett & Bike‘ Verzeichnisses. Weitere Länder wie Dänemark, Tschechien und Zypern haben bereits ihr Interesse signalisiert.

Fazit: Es kann zusammengefasst werden, dass die Marketingkooperation ein viel versprechendes Instrument ist, um die immer größer werdende Gruppe der Radreisenden anzusprechen. Die zunehmende Professionalisierung und das stetige Wachstum sind Indikatoren für den Erfolg des Produkts. Die Kooperation zwischen den Mitgliedsbetrieben ist allerdings noch ausbaubar.

3.5.3 Fallbeispiel Weser-Radweg (WeserKontor GmbH)

Die Weser ist nach dem Main der zweitlängste deutsche Fluss, der nur auf deutschem Bundesgebiet fließt. Der Flussverlauf ist anders als bei den Ursprungsflüssen Fulda und Werra weitgehend unverändert in seinem Flusslauf geblieben. Im Fahrradtourismus ist allgemein bekannt, dass Flusstäler sich durch die topographischen Gegebenheiten sehr gut für begleitende Fahrradwege eignen. Erste Initiativen den Radfernweg Weser auszubauen scheiterten, da die beteiligten vier Länder, 15 Landkreise und unzähligen Städte und Gemeinden sich nicht einigen konnten.

"Ein Fluss - Eine Region - Ein Verband"
Slogan des Weser Bunds

Im Jahre 1990 wurde der Weserbund gebeten, das Projekt „Radfernweg“ federführend zu initiieren und voranzubringen. Der Weserbund ist 1921 mit der

Zielsetzung entstanden, die Schiffbarmachung der Weser und die Verlängerung durch Kanalprojekte bis nach Süddeutschland nachhaltig zu gewährleisten. Der Slogan "Ein Fluss - Eine Region - Ein Verband" verdeutlicht die Handlungsmaxime für ein gemeinsames aktives Handeln zu Gunsten der Weserregion (vgl. www.weser.de/index.php?id=53). Auch heute steht die Weser als Fluss und Schifffahrtsweg unter den Gesichtspunkten Ökologie und Tourismus im Mittelpunkt der Aktivitäten des Weserbunds. Neben den Aufgaben des Erhalts und der Pflege der Landschaften entlang der Weser, dem Hochwasser- und Küstenschutz, der Verbesserung der Gewässerqualität und des Naturraums Weser sowie dem Ausbau der Nutzung der umweltfreundlichen und sicheren Wasserwege zur Entlastung der Verkehrswege zu Lande ist auch die Förderung von Rad- und Wanderwegen für die Erholung der Bevölkerung im Sinne der Landschaftspflege Bestandteil der täglichen Arbeit des Weserbunds (vgl. www.weser.de/index.php?id=53). „Seit 1992 hat der Weserbund in Zusammenarbeit mit den Ländern, Kommunen und Tourismusorganisationen den Weser-Radweg konzipiert und die laufende Betreuung, Koordination und Weiterentwicklung offiziell übernommen“ (WESERKONTOR 2006, S. 8). Auf Grund der gewünschten Gemeinnützigkeit der federführenden Organisation, die losgelöst von allen touristischen Leistungsanbietern in der Region agieren soll, wurde etwas später die WeserKontor GmbH gegründet und mit der Betreuung des Weser-Radwegs beauftragt.

Die länderübergreifend arbeitende GmbH hat seit 1990 beachtliche Erfolge zu verzeichnen. Obwohl zu Beginn wenig Wissen über Fahrradtourismus und die Bedürfnisse der Radfahrer vorhanden war, hat die Weser seit dem Ausbau des

Fahrradwegs sehr an Attraktivität gewonnen. „Die ersten ein zwei Jahre war der Weg nicht so erfolgreich, aber dann kam der Erfolg, da immer mehr Radtouristen den Weg entdeckt haben und auf dem Weg gefahren sind. In der Intensität, in der der Erfolg kam, wuchs auch die Bereitschaft vor Ort, sich mit dem Thema Fahrradtourismus näher auseinanderzusetzen“ (INTERVIEW A-I, 17.07.2006). Seit Ende der 90er Jahre rangiert der Weserradweg in der Radreiseanalyse des ADFC (vgl. Abschnitt 3.4) immer wieder unter den beliebtesten Radfernwegen Deutschlands. Nach Schätzungen des Weserbunds sind jährlich ca. 150.000 Radreisende auf dem Weser-Radweg unterwegs (vgl. INTERVIEW A-I, 17.07.2006).

Die Vermarktung des Weser-Radwegs gilt als vorbildhaft in der Fahrradbranche. Die übergeordnete Stelle WeserKontor GmbH mit der gesamten Verantwortung aber ohne eigene wirtschaftliche Interessen in Bezug auf das touristische Potenzial bringt der Region ein Zugpferd, das es so in Deutschland nicht noch einmal gibt. Die Zusammenarbeit mit allen Akteuren

„Ein Zusammenkommen nur um des Zusammenkommens Willen hat keinen Sinn.“ (INTERVIEW A-I, 17.07.2006)

entlang des Weges steht immer wieder im Mittelpunkt der punktuell projektbezogenen Netzwerkzusammenarbeit. „Die beteiligten Organisationen werden in Entscheidungsprozesse eingebunden. Es gibt keine Entscheidungen vom grünen Tisch. Es wird vor Ort organisiert, die Menschen werden eingebunden. Wenn es gegen die Verantwortlichen vor Ort läuft, macht das keinen Sinn“ (INTERVIEW A-I, 17.07.2006). Die Zusammenarbeit richtet sich immer an den aktuellen Bedürfnissen aus: Steht die Messesaison vor der Tür, wird über eine Kooperation nachgedacht. Sind Verbesserungen am Radfernweg notwendig, werden die zuständigen Kommunen und Landkreise angesprochen. Gibt es mal wieder eine deutschlandweite Publikation (z.B. ‚Deutschland per Rad entdecken‘, vgl. Abschnitt 3.4), wird mit den Zuständigen Kontakt aufgenommen, um eine detaillierte Planung vorzunehmen. Fehlt in einigen Regionen die Beschilderung, muss diese zu Beginn der Saison von den Zuständigen ersetzt werden.

Der Weserbund ist die zentrale Informationsstelle für den Fahrradweg. Ein Vorzeigeprodukt am Radfernweg Weser ist der ‚RADgeber‘. Hierbei handelt es sich um ein Verzeichnis aller teilnehmenden touristischen Leistungsträger sowie touristischen Attraktionen entlang des Radfernwegs. „Die Karte zum Weser-Radweg und der ergänzende ‚RADgeber‘ berücksichtigen die aktuellen Arbeitsergebnisse des Weserbundes“ (WESERKONTOR 2006, S. 8). Der ‚RADgeber‘ dient den Radlern zusammen mit der Karte als wichtige Stütze, um sich in der Region zu Recht zu finden.

Die Aufgabe der WeserKontor GmbH ist neben der Vermarktung des Fahrradweges auch die ständige Qualitätssicherung in den Regionen. Zu Beginn der Saison Anfang April werden daher zum Beispiel die Verantwortlichen in den Gemeinden, Kommunen und Städten schriftlich aufgefordert, die Beschaffenheit des Radfernweges bei einer Befahrung zu überprüfen und eventuelle Mängel gegebenenfalls auch in überregionalen Kooperationen auszugleichen. „Es gehört mit zum Erfolg des Radweges dazu, dass sehr pragmatisch an die ganze Sache herangegangen wird und immer wieder projektorientierte Netzwerke gebildet werden, um Probleme gezielt zu bearbeiten und zu lösen“ (INTERVIEW A-I, 17.07.2006).

Fazit: Eine aktive Mitarbeit aller Beteiligten ist Voraussetzung für das geschlossene Auftreten der Region. Bei der WeserKontor GmbH laufen alle Fäden zusammen. Eine überregional verantwortliche Organisation kann für Binnen- und Außenmarketing sehr förderliche Effekte haben. Eine unabhängige Organisation ist am Besten geeignet, als Zugpferd und Moderator für die touristischen Leistungsträger zu arbeiten. Die punktuelle Netzwerkbildung lässt Verbindlichkeit und gleichzeitig Eigenständigkeit der Betriebe zu. Das Beispiel der WeserKontor GmbH am Weser-Radweg ist in seiner Art einzigartig in Deutschland.

3.5.4 Fallbeispiel Radwanderpass Oranienburg

„Wir wollten nicht nur die Rücklichter der Fahrradfahrer sehen, sondern wir wollen, dass sie hier stoppen.“
(INTERVIEW A-D, 08.08.2006)

Der Radwanderpass Oranienburg wurde im Jahr 2003 vom Tourismusverein Oranienburg und Umland e.V. initiiert. Die Idee des Passes ist es, die Radfahrer zum Anhalten und bestenfalls auch Geldausgeben in der Region zu begeistern. Der Schwerpunkt liegt dabei

auf dem 122 Kilometer langen brandenburgischen Teilstück des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen, das komplett im Landkreis Oberhavel verläuft. Bereits beim Bau des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen gab es erste Überlegungen, was für ein Angebot man in Oberhavel schaffen könnte, um die Radwanderer länger in der Region zu halten.

Das Prinzip des Radwanderpasses ist einfach: Entlang oder in unmittelbarer Nähe der Trasse des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen wurden 24 touristische Leistungsträger als Stempelstationen gefunden. Die Radfahrer kaufen bei einem teilnehmenden Betrieb den Radwanderpass und erhalten bei jeder Station einen Stempel. Bis 2005 war der Pass käuflich zu erwerben. Da inzwischen zwei Stempelstationen Konkurs angemeldet haben, wurden im Jahr 2006 die

Restbestände gratis an die Radfahrer abgegeben. Wenn insgesamt zehn Stempel gesammelt wurden, erhält der Radfahrer durch Einschicken oder Abgabe des Passes einen bronzenen Radwander-Anstecker, bei 15 Stempeln einen silbernen sowie bei 20 Stempeln einen goldenen Anstecker. Zusätzlich wurde auf Grund des großen Zuspruchs eine Urkunde für die Teilnehmer entwickelt. Die ursprüngliche Idee der Einrichtung eines Bonussystems für die teilnehmenden Radfahrer konnte auf Grund der fehlenden Kooperationsbereitschaft der Leistungsträger nicht verwirklicht werden.¹⁶ In der vorliegenden Form bringt der Radwanderpass den touristischen Leistungsträgern nur Vorteile: Sie kaufen beim Tourismusverein Oranienburg eine bestimmte Anzahl der Radwanderpässe auf Kommissionsbasis. Sollte der Leistungsträger die Pässe nicht loswerden, nimmt der Tourismusverein sie wieder in Zahlung. Laut Aussage des Tourismusvereins Oranienburg bedarf es jedoch jedes Jahr eines neuen Aufrufs an die Stempelstationen.

Bei der Auswahl der Stempelstationen hat der Tourismusverein Oranienburg explizit darauf geachtet, dass man sich an diesen Orten „[...] gemütlich niederlassen, die Seele baumeln lassen und die Natur genießen kann“ (INTERVIEW A-D, 08.08.2006). Es handelt sich bei den teilnehmenden Betrieben sowohl um gastronomische Einrichtungen als auch um Unternehmungen oder touristische Sehenswürdigkeiten und Informationsstellen. Zusätzlich gibt der im DIN-A6-Format erschienene, acht Seiten umfassende Radwanderpass Informationen zu Übernachtungs- und Fahrradreparatur-/Verleihmöglichkeiten sowie zu den wichtigsten Tipps inklusive Sehenswürdigkeiten entlang des Radfernwegs.

Für den Zeitraum 2007-2009 ist als Vorbereitung auf die im Jahr 2009 in Oranienburg stattfindende Landesgartenschau eine Neuauflage des Radwanderpasses geplant. In dieser Neuauflage sollen zusätzliche Informationen wie zum Beispiel die vorhandenen ‚Bett & Bike‘-Zertifizierungen (vgl. Abschnitt 3.5.2) von Betrieben aufgenommen werden.

Fazit: Der Radwanderpass stellt ein sehr gutes Beispiel dar, wie man mit wenig finanziellem Aufwand ein System entwickeln kann, das den Aufenthalt in der Region attraktiver macht. Die Idee stammt aus der Region, um diese für den Gast attraktiver zu gestalten.

¹⁶ Im Elbe-Elsterland wurde ein Radwanderpass mit Rabattsystem eingeführt, was nachhaltig zur Umsatzsteigerung der Betriebe vor Ort beigetragen hat.

3.5.5 Zusammenfassung Netzwerke im Fahrradtourismus

Die gezeigten Beispiele machen deutlich, dass sich im Bereich Fahrradtourismus einiges bewegt. Ein Zusammenschluss von Leistungsträgern verspricht ein großes Potenzial. Die Ideen sind vielfältig, um das Angebot für den Radwanderer attraktiver zu gestalten. Auffällig ist, dass es sich bei allen genannten Netzwerken um Zusammenschlüsse handelt, die von oben initiiert wurden und bei denen eine treibende Gesellschaft/Organisation die Verantwortung trägt. Das wirft die Frage auf, ob eine solche übergeordnete Organisation bzw. Initialisierung notwendig ist, um die Erfolg versprechende Zusammenarbeit auch langfristig zu gewährleisten. Dieser Frage wird in Abschnitt 6 dieser Arbeit noch nachgegangen werden, wenn es darum geht, ob sich auf dem Radfernweg Berlin-Kopenhagen von selbst Netzwerke bilden konnten und welche Handlungsempfehlungen aus der vorgefundenen Situation entstehen. Die Vielzahl der genannten Beispiele verdeutlicht zumindest, dass großes Potenzial besteht.

3.6 Potenzial des Fahrradtourismus

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass der Fahrradtourismus ein wachsendes Segment mit hoher Wertschöpfung für regionale Anbieter darstellt, das allerdings stark von Qualität und Güte der touristischen Leistungsträger und Infrastruktur vor Ort abhängt (vgl. REMANN-HÄRING 2003, S. 83). Eine schlechte Erfahrung kann schnell ein negatives Bild auf eine gesamte Region werfen. Daher ist es legitim, dass der Nationale Radverkehrsplan eine Qualitätsoffensive via Fahrradtourismus fordert (vgl. BMVBW o.J., S. 8 f.).

Waren in der Anfangszeit noch „[...] skeptische Mienen bei den Gastwirten und Vermietern angesichts der Rentabilität des ‚Eine-Nacht-Tourismus‘ an der Tagesordnung, so haben die Tourismusbetriebe inzwischen [...] erkannt, dass die Fahrradfahrer der Rettungsanker für die vom Niedergang bedrohten Betriebe waren“ (MIGLBAUER 1995, S. 347 f.). So füllen Radfahrer oftmals offene Kapazitäten aus, die den Unternehmen vor Ort ansonsten keine Einnahmen bringen würden.

Die langlebige Infrastruktur ist genau wie die sparsame Natur- und Energienutzung vorteilhaft für die regionale Entwicklung. Durch die Verbesserung von vorhandenen Wegen entstehen Synergieeffekte für tägliche Benutzer und Touristen. Durch die heterogene Zielgruppe können entsprechende Angebote im Fahrradtourismus zu einer Zukunftssicherung des örtlichen und regionalen Tourismus führen (vgl. BEHM 1996, S. 120).

Ein weiterer Ausbau und vor allem die Erhaltung der Infrastruktur und Verbesserung der Vermarktung des vorhandenen Radwegenetzes birgt ein weit reichendes Potenzial für ländliche Regionen. Eine Vernetzung von Fremdenverkehrsverbänden mit Radreiseveranstaltern sowie der Bahn als umweltverträglichem Anreiseverkehrsmittel wären neben einer weiteren Vernetzung unter den touristischen Leistungsträgern wünschenswert (vgl. BRYSCHE 1996, S. 39). In der Kooperation und Vernetzung von Partnern wird auch deswegen ein großes Potenzial gesehen, weil ein geschlossenes Auftreten der Leistungsträger in einer Region und über die Regionsgrenze hinaus für den Freizeit- und Urlaubsverkehr, der vor allem als Beziehung zwischen Verdichtungsräumen (Bevölkerungsschwerpunkten) und ländlichen Räumen stattfindet, wichtig ist. Ein geschlossenes Auftreten ist umso wichtiger, da die Destination sich mit einem vielfältigen Angebot als ein Ganzes präsentieren kann und somit für die Quellgebiete interessant wird. Die attraktive Destination hat mehr Gewicht als viele Einzelangebote, die leicht übersehen werden. So genannte „[...] Raumpartnerschaften zwischen Verdichtungs- und Erholungsräumen lassen sich als emotional verankerte, dauerhafte, messbare Kooperationen zwischen Privaten, Unternehmern und staatlichen Akteuren verstehen“ (HEINZE 2003, S. 187). Derartige Raumpartnerschaften sind nur sinnvoll, wenn sie nicht auf hoher Ebene institutionalisiert werden sondern flexibel und dynamisch bleiben - „[...] wenn sie leben. Das erfolgt durch einsichtige praktische Verbesserungen auf lokaler und regionaler Ebene“ (HEINZE 2003, S. 201).

4 Der Untersuchungsgegenstand Radfernweg Berlin-Kopenhagen

„Die Idee kam aus dem Norden auf uns zu. Sie wurde dann in Oberhavel aufgegriffen und der Routenvorschlag hangelte sich im Endeffekt überraschenderweise am alten DDR-Fernwanderweg Cap Arkona-Zittau entlang. Der Weg war schon da - er wurde von Generationen vor uns schon genutzt.“

(HOFMANN, 08.08.2006)

Die Idee eines Radfernwegs von Berlin nach Kopenhagen hat viele Menschen begeistert. Eine eindeutige Zuordnung, wer nun der Erfinder gewesen ist, fällt im Nachhinein schwer. War es der Verein der Selbstständigen aus Hennigsdorf, die die Berliner zur Ankurbelung der lokalen Wirtschaft durch ihren Landkreis (Oberhavel) zur Ostsee bringen wollten und durch Druck von unten den Landrat in die Knie gezwungen haben (vgl. HOFMANN, 08.08.2006)? Oder

war es der Stralsunder Radreiseveranstalter ‚Die Mecklenburger Radtour‘, der aus eigener Erfahrung heraus dem Landestourismusverband empfahl, die Radwege mit Namen zu versehen, die einen Regionsbezug zulassen? Mit Sicherheit ist es der Mix aus allen Beteiligten, denn viele Erfinder sprechen für großes Erfolgspotenzial. Der Radfernweg ist „[...] nicht einfach ein Radweg unter vielen [...], sondern ein Erfolgsprodukt, mit dem sich Politiker, Leistungsträger und viele Anlieger identifizieren“ (WACHOTSCH 2005, S. 49).

Es bleibt zu überprüfen, ob der anfängliche Enthusiasmus in der Region angekommen ist, denn „[...] letztendlich kann kein radtouristisches, wie auch ganz allgemein kein touristisches Angebot erfunden werden, das von ‚selbst läuft‘“ (MIGLBAUER 1995, S. 342). Es bedarf großer Anstrengungen und personeller Zugpferde, die den Erfolg des Radfernwegs prägen. Die touristischen Leistungsträger sind eine Gruppe in der gesamten Kette der im Tourismus beteiligten Akteure. Wenn es Leistungsträger schaffen, ein ansprechendes Angebot zu kreieren und über die Landesgrenzen hinaus in die Vermarktung zu bringen, werden die Touristen Geld in der Region ausgeben. Radtourismus ist geeignet, nachhaltige Entwicklung innerhalb einer Region zu fördern. „Letztlich kommt es auf das stetige zielgruppenadäquate und strategische Gestalten, auf das Vorgehen mit Konzept und Mut zum Profil, auf das sensible und nachhaltige Handeln im Tourismusgeschehen und im touristischen Management an“ (MIGLBAUER 1995, S. 342).

Im folgenden Kapitel wird der Radfernweg Berlin-Kopenhagen vorgestellt. Im ersten Abschnitt geht es darum, allgemeine Informationen sowie die verschiedenen Förderungsmaßnahmen der Bundesländer zu beleuchten. Im zweiten Abschnitt wird

das methodische Vorgehen der Untersuchung inklusive einer Beschreibung des Untersuchungsgegenstands Radfernweg Berlin-Kopenhagen vorgestellt.

4.1 Allgemeine Informationen zum Radfernweg

Der Radfernweg Berlin-Kopenhagen verbindet die zwei Namen gebenden Metropolen Berlin und Kopenhagen. Er gilt als erster Radfernweg, der zwei Hauptstädte verbindet. Der Weg führt durch idyllische Regionen getreu dem Motto „Mit dem Fahrrad über Land und Meer“ (BIKELINE 2005, S. 5). Drei Tage vor der offiziellen Eröffnung des Fahrradweges im Jahr 2001 schrieb der Pressereferent des ADFC Berlin Benno Koch in sein Tagebuch: „Die Idee für einen Fahrradweg Berlin-Kopenhagen ist großartig. Wer aber den Standard eines ‚Radfernweges‘ mit ausgebauten, ausgeschilderten und möglichst autoarmen Wegen erwartet, wird zumindest vorerst enttäuscht. Wer auf Entdeckungsreise per Fahrrad gehen möchte, sollte es dennoch tun“ (KOCH 2001, S. 53). Trotz der strengen Empfehlung des ADFCs, den Zustand des Fahrradweges erst zu verbessern, wurde die neue Fahrradstrecke am 28. April 2001 offiziell in Rostock eröffnet.

Zwischen den zwei Metropolen durchquert der Radfernweg vornehmlich ländliche Regionen. „Gemeinhin wird der ländliche Raum generell als einer der prädestinierten Zielräume im Bereich der räumlichen Tourismusbeziehungen gesehen. Denn das, was der stressgeplagte Stadtbewohner an seinem Wohnort nicht findet, sucht er im Urlaub: Ruhe, Natur, wenig Verkehr usw.“ (BIERMANN 1996, S. 47). Entgegen der Annahme, dass eine Aneinanderreihung von Sehenswürdigkeiten von den Radfahrern gewünscht wird, sind „[...] spektakuläre Landschaftsformen [...] keine Grundvoraussetzungen für ein radtouristisches Zielgebiet“ (BIERMANN 1996, S. 48). Der gesamte Radfernweg zeichnet sich durch die vom Radfahrer gesuchte Naturnähe und unzählige Möglichkeiten für Aktivitäten aus: Gelegenheiten zum Baden und Genießen, kulturelle Höhepunkte sowie geschichtliche Zeugnisse säumen den Weg. Es ist von Anfang bis Ende ein „grün-blauer“ Fahrradweg: Grün wegen der Parks in Berlin und Kopenhagen und der Wälder und Landschaften, durch die der Radfernweg verläuft. Der Weg führt durch den Naturpark Stechlinsee im Ruppiner Land, den Müritz-Nationalpark im Süden Mecklenburg-Vorpommerns sowie durch den Naturpark Nossentiner in der Schinzer Heide. Blau ist er wegen des vielen Wassers der unzähligen Seen, Flüsse und schließlich der Ostsee.

**„630 grün-blaue Fahrrad-Kilometer und eine kurze Seereise“
(Flyer zum Radfernweg Berlin-Kopenhagen)**

Die drei Anrainerbundesländer in Deutschland Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern verfolgen eine sehr unterschiedliche Förderungspolitik, um ein attraktives Angebot auf dem Radfernweg bereitzustellen. Der Auf- und Ausbau des Radfernwegenetzes ist noch in keinem Bundesland abgeschlossen. Die unterschiedliche Prioritätensetzung hat in den letzten Jahren zu sehr unterschiedlichen Standards geführt. Während Mecklenburg-Vorpommern sehr früh nach der Wiedervereinigung mit dem Ausbau des Radwegenetzes eine Vorreiterrolle einnahm, kommt Brandenburg erst in den letzten Jahren, dafür aber mit schnellen Fortschritten, hinterher. In Berlin wiederum lag der Schwerpunkt lange Jahre auf der Schaffung von Infrastruktur für den Alltagsradverkehr.

Die durchfahrenen Landstriche sind sowohl in Deutschland als auch in Dänemark beliebte Urlaubsziele. Fünf Jahre nach der Eröffnung sind infrastrukturelle Lücken größten Teils geschlossen. Inzwischen ist der Radfernweg ab der Berliner Stadtgrenze auch ohne Fahrradkarte gut befahrbar. Die Ausschilderung ist durchgängig, wenn auch nicht einheitlich (in Mecklenburg-Vorpommern ist zum Beispiel die Beschilderung durch die unterschiedlichen Fördermaßnahmen sehr uneinheitlich; in Dänemark folgt der Fahrradweg der Ausschilderung der



Abbildung 6 Karte des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen
(Quelle: www.bike-berlin-copenhagen.com)

nationalen Fahrradroute Nr. 9). Eine Reservierung der Zimmer in der Hauptsaison ist auf Grund des großen Touristenandrangs sehr zu empfehlen.

4.1.1 Berlin

Berlin hat als Hauptstadt Deutschlands eine wichtige Vorbildfunktion zu erfüllen. Auf Grund der ursprünglichen Teilung der Stadt und der entstandenen Struktur der zwei Zentren nimmt Berlin eine sehr große Fläche ein. Die zurückzulegenden Wege sind dadurch weit, was die Attraktivität des Fahrrads für Alltagswege in Frage stellt. Dieser Trend machte sich auch bei Kurzreisen bemerkbar, wie eine Studie aus dem Jahr 1996 belegt: „Deutlich abgeschlagen [...] liegt [das Fahrrad] bei den Großstädtern auf dem letzten Platz noch nach dem Flugzeug und dem öffentlichen Personennahverkehr“ (BRYSCH 1996, S. 36). In den letzten Jahren ist jedoch ein eindeutiger Trend hin zu mehr Fahrradmobilität auch in Großstädten zu spüren.

Entgegen der eindeutigen Zielsetzung des Nationalen Radverkehrsplans (vgl. Abschnitt 3.3) hat die Stadt Berlin eine etwas andere Schwerpunktsetzung bei der Radverkehrsförderung gewählt. Ursprünglich war der Hauptschwerpunkt im Fahrradverkehr auf die Verkehrssicherheit gelegt worden, damit die Berliner Bürger das Fahrrad im Alltag sicherer nutzen konnten. „Radspuren auf den Fahrbahnen und vorgezogene Haltlinien sind das richtige Mittel für mehr Akzeptanz und mehr Verkehrssicherheit im Alltag“ (KOCH 2006, S. 3). Diese Konzentration beeinträchtigte den Ausbau der Radfernwege insofern, als dass bis heute nur wenige überregionale Fahrradwege in Berlin zufrieden stellend ausgeschildert sind.

„Gleichwohl stellen insbesondere größere Städte [...], die in ländlichen Regionen liegen und über ein hochwertiges kulturtouristisches Potenzial verfügen, wichtige Anziehungspunkte für den Fahrradtourismus im ländlichen Raum dar“ (BIERMANN 1996, S.45). Berlin hat mit dem es umgebenden Land Brandenburg, das in den letzten Jahren im Radwegebau sehr aktiv war (vgl. Abschnitt 4.1.2), eine prädestinierte Rolle für die Vermarktung eines überregionalen Fahrradtourismus. Diese Erkenntnis stellte sich auch auf politischer Ebene bald ein: Eine fahrradfreundliche Hauptstadt bietet nicht nur eine attraktive und sichere Infrastruktur bis zur Stadtgrenze, sondern greift auch regionsübergreifende Initiativen auf. Seit dem Jahr 2000 ist die Förderung des Radfahrens im Alltag und in der Freizeit auch in der Politik ein immer wichtigeres Ziel. Auf Vorschlag des ADFCs (vgl. Abschnitt 3.4) wurde damals erstmalig ein eigener Haushaltstitel für den Radverkehr geschaffen - heute stehen zusammen mit touristischen Fördermitteln rund fünf Millionen Euro pro Jahr zur Verfügung (vgl. KOCH 2006, S. 3). Erst in den

letzten Jahren ging es bei den städteplanerischen und vermarktungstechnischen Aktivitäten aggressiver um die Attraktivitätssteigerung des Fahrradfahrens als Freizeitaktivität. „Neben einem neu eingestellten Radverkehrsplaner arbeitet inzwischen ein ganzes Referat an der Umsetzung der Ende 2004 beschlossenen Radverkehrsstrategie. Die Umsetzung des künftig 660 Kilometer umfassenden Fahrradrouthenetzes nimmt immer deutlichere Konturen an [...]“ (KOCH 2006 S. 3).

Im Zuge des Ausbaus des Fahrradrouthenetzes erhält der Radfernweg Berlin-Kopenhagen im Jahr 2007 den lang ersehnten Anschluss ab dem Brandenburger Tor in Berlin Mitte. Seit der Eröffnung des Radfernwegs im Jahr 2001 beginnt die Ausschilderung ab der Stadtgrenze Berlins und zwingt Nichtortskundige dazu, mit öffentlichen Verkehrsmitteln aus Berlin herauszufahren, um den Radfernweg zu beginnen. Der damit Berlin verloren gehenden Kaufkraft der Radtouristen soll mit dem überfälligen Anschluss entgegen gewirkt werden.

Nach der Fertigstellung wird der Fahrradweg vom Berliner Zentrum am Reichstag 25 Kilometer fast ausschließlich direkt am Wasser entlang geführt. Das bedeutet eine enorme Aufwertung des Weges, da es eine ähnliche Streckenführung in keiner anderen deutschen Großstadt gibt. Der Radtourist fährt an Weddings Industriehäfen vorbei und über Kleingartensiedlungen nach Spandau. Bis zur Eröffnung sind allerdings noch einige Hürden zu nehmen. 2007 soll der Berliner Teil des Radfernwegs inklusive Beschilderung dann offiziell freigegeben werden.

4.1.2 Brandenburg

Brandenburg hat durch die relative Nähe der Hauptstadt Berlin eine gute Ausgangsposition für eine erfolgreiche Vermarktung des Fahrradtourismus. Nicht nur die Bewohner der Hauptstadt sollen auf die Attraktivität des Berliner Umlandes aufmerksam gemacht werden - vor allem die Besucher Berlins stellen ein großes wirtschaftliches Potenzial für die Zukunft des Brandenburger Tourismus dar. „Auch Berlin-Brandenburg wird als Raumpartnerschaftspotenzial wieder interessanter. Die touristische Nachfrage nach Brandenburger Zielen kommt aus Berlin, es gibt keine Alternative und beide Partner wissen das“ (HEINZE 2003, S.200).

Während es direkt nach der Wiedervereinigung noch keine eindeutigen Zuständigkeiten für den Fahrradtourismus gab, entwarf die Landesregierung in Kooperation mit dem ADFC im Jahr 1993 die erste Radwegekonzeption, die in der Folgezeit immer weiter angepasst wurde (vgl. INTERVIEW A-A, 7.8.2006). „Die Landesregierung hat die großen wirtschaftlichen Potenziale [des Fahrradtourismus] erkannt und erhebliche Fördermittel für den Bau von Fahrradwanderwegen

ausgereicht“ (MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT 2001, S. 4). Ziel war es, „[...] ein durchgängig befahrbares, hierarchisiertes und im Zusammenhang vermarktbare Radwanderwegenetz zu schaffen“ (MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT 2001, S. 22). Kernstück der Konzeption waren die flussbegleitenden Fahrradwege Oder-Neiße, Spree und Havel. Neben der landesweiten Konzeption haben sich auf der Ebene der Kommunen kleine lokale Initiativen gegründet, die den Bau von regionalen Fahrradnetzen vorantrieben (vgl. INTERVIEW A-A, 7.8.2006). Das Bundesland Brandenburg ist sehr bemüht, überregionale Radfernwege durch eben solche regionalen Fahrradwege zu verbinden. In einer 2001 herausgegebenen Broschüre des Wirtschaftsministeriums des Landes Brandenburg werden Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des Radtourismus im Land Brandenburg gegeben. Eine wichtige Forderung des Wirtschaftsministeriums stellt hierbei eine Landesgrenzen überschreitende Koordinierung von Betrieb und Vermarktung der einzelnen Fernradwanderwege dar (vgl. MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT 2001, S. 23).

Die Herangehensweise des Landes Brandenburg war sehr strategisch geprägt. Nachdem im November 1995 eine Bestandsanalyse zum Fahrradwegebau an Bundes- und Landstraße im Land Brandenburg veröffentlicht wurde, setzte man im Februar 2000 die Arbeit mit einer Bedarfsanalyse zum Ausbau von Fahrradwegen außerorts fort. Im Mai 2006 erschien die unter Einbeziehung der Landkreise entstandene Bedarfsliste für die Fahrradwege außerorts an Bundes- und Landstraße im Land Brandenburg. Ziel dieses integrativen Ansatzes ist es, den Anteil des Radverkehrs am Gesamtverkehr deutlich zu erhöhen, mehr Sicherheit für Fahrradfahrer im Schüler- und Schülerfreizeitverkehr zu erlangen sowie alternative Freizeit- und Tourismusangebote zu schaffen.

Brandenburg verfügt inzwischen über eine Vielzahl regionaler und überregionaler Fahrradwege. Das Fernradwanderwegenetz des Landes besteht aus acht Fernradwanderwegen und drei Verbindungsradwegen. Insgesamt handelt es sich um 2.521 km angebotene Fahrradrouen, während das reine Streckennetz (wegen Parallelverlauf von Radfernwegen) 2.008 km beträgt (vgl. MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT 2001, S.8). Die ‚**Tour Brandenburg**‘ wird 2007 mit einer Gesamtlänge von 1.111 km eröffnet - das entspricht dem drittlängsten Fernradwanderweg in Deutschland. „Außer der ‚Tour Brandenburg‘ überschreiten alle Fernradwanderwege des Landes an beiden Enden die brandenburgischen Landesgrenzen“ (MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT 2001, S. 8), was eine überregionale Vernetzung nach sich ziehen sollte.

Es wird deutlich, dass der Fahrradtourismus eines der Hauptthemen in der Landestourismuskonzeption darstellt. Es sind bereits Erfolge zu erkennen. Während

das Land Brandenburg in der Radreiseanalyse (vgl. Abschnitt 3.4) bei der Frage nach der beliebtesten Radregion bis zum Jahr 2003 nicht auftauchte, ist die rapide Verbesserung der Infrastruktur in der Platzierung von Rang 10 im Jahr 2004 auf Rang 4 im Jahr 2005 zu erkennen. Brandenburg hat durch innovative Ideen ein fast perfektes Radwegenetz vorzuweisen, was dem Land in Zukunft mit Sicherheit noch viel Zuspruch bringen wird.

Durch die im Jahr 2006 genehmigten GA-Mittel¹⁷ der InvestitionsBank des Landes Brandenburg zum Ausbau des Projekts ‚**Aktiv in die Natur**‘ konzentriert sich Brandenburg nun vornehmlich auf die Vernetzung und Clusterbildung von touristischen Leistungsträgern. Dieses neue Projekt geht einher mit einer veränderten Förderpolitik im Land Brandenburg. Während früher gerne das „Gießkannenprinzip“ zur Förderung von Projekten angewandt wurde, ist man in Brandenburg inzwischen zu einer gezielten Förderung von konkreten Projekten übergegangen: „Stärken stärken und Wachstum fördern“ (INFO-RADIO 29.10.2006, 12:22). Fahrradtourismus spielt neben Wassertourismus eine zentrale Rolle in dem Projekt ‚**Aktiv in die Natur**‘. Neben dem Ausbau fehlender Teilstücke auf den Radwegen soll sowohl die Initiative ‚Bett & Bike‘ (vgl. Abschnitt 3.5.2) mit eigenem Landesverzeichnis als auch die Zertifizierung der Radfernwege erreicht werden. Brandenburg verdeutlicht damit, dass die zentrale Rolle und das Zukunftspotenzial des Fahrradtourismus und seiner Vernetzung erkannt wurden.

In Brandenburg führt der Radfernweg Berlin-Kopenhagen durch den Landkreis Oberhavel. Dem Ausbau des Weges wurde in den letzten Jahren große Aufmerksamkeit beigemessen. Gut 90% der Strecke sind als Fahrradstraße oder als Fahrradweg neu ausgebaut worden und sehr gut befahrbar. Die restliche Strecke führt überwiegend auf ruhigen Nebenstraßen und nur an kurzen Abschnitten über verkehrsreiche Straßen (vgl. BIKELINE 2005, S. 6).

Für die Vermarktung des Radfernweges in Brandenburg ist der Tourismusverband Ruppiner Land zuständig. Alle Marketingaktionen des Regionalverbandes, die das Fahrradwegenetz betreffen, binden den Weg als „Sahnestück der Region“ (INTERVIEW A-C, 03.08.2006) mit ein. Überregional wird der Radfernweg als Hauptfahrradattraktion des Reisegebietes beworben, während bei regionalen Werbemaßnahmen die regionalen Fahrradwege im Mittelpunkt stehen (vgl.

¹⁷ GA-Mittel: Förderung der wirtschaftsnahen kommunalen Infrastruktur im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (Quelle: INVESTITIONSBANK DES LANDES BRANDENBURG, S. 1).

Radwanderpass des Tourismusvereins Oranienburg und Umland e.V. in Abschnitt 3.5.4).

4.1.3 Mecklenburg-Vorpommern

„In Mecklenburg-Vorpommern hat die Regierung gesagt, wir wollen Radfahrer.“
(INTERVIEW A-B, 01.09.2006)

Mecklenburg-Vorpommern nimmt in Sachen Fahrradtourismus eine Vorreiterrolle ein. „Als positives Beispiel für eine bundeslandübergreifende Konzeption in der Radwegeplanung und -umsetzung

kann Mecklenburg-Vorpommern angeführt werden. Die Landesregierung im norddeutschen Bundesland hat seit 1991 den Neu- und Ausbau von 1.800 km Fahrradwegen mit 108 Millionen DM gefördert [...]“ (MIGLBAUER 1995, S. 351). Anfang der 90er Jahre wurde vom Wirtschaftsministerium die erste Radwegekonzeption vorgelegt. Diese entstand mit dem Dazutun der Landkreise und touristischen Regionalverbände, die für Radwege geeignete Verbindungen vorschlugen, sowie der Hilfe von einigen Westdeutschen, die die Erfahrungen aus ihren Heimatregionen (vornehmlich dem „Radfahrmekka“ Nordrhein-Westfalen) einfließen ließen.

Ursprünglich umfasste das Radfernwegenetz 13 Routen, die ganz Mecklenburg-Vorpommern durchziehen sollten. Einige Routenverläufe gab es schon vor der Konzeption (z.B. Ostseeküstenradweg), andere wurden neu geplant und ausgebaut (vgl. INTERVIEW A-B, 01.09.2006). Zwar wurde schnell nach der Wiedervereinigung von Regierungsseite der Wille für eine Konzentration auf den Fahrradtourismus festgelegt, allerdings haperte es in vielerlei Hinsicht an der Umsetzung. So stand vom Landestourismusverband zu Beginn für nur 0,8% Radfahrer am touristischen Gästevolumen kein Geld für eine eigene Radbroschüre zur Verfügung (vgl. INTERVIEW A-B, 01.09.2006). Dieser Umstand beweist die anfänglich fehlende Kommunikation zwischen Landestourismusverband und Landesregierung, die auf politischer Ebene entschieden hatte, das Radwandern für Mecklenburg-Vorpommern ein Hauptstandbein werden sollte. Die dann losgelöst vom Tourismusverband entwickelte Broschüre entsprach in vielen Gesichtspunkten nicht den Anforderungen der Radfahrer (z.B. keine Information zur Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Personennahverkehr). Zusätzlich hat sich das mit wassergebundener Oberfläche ausgebaute Wander- und Radwegenetz als sehr wartungsintensiv erwiesen. Durch fehlende Gelder sind die Wege häufig in schlechtem Zustand. Das bedeutet für Mecklenburg-Vorpommern negative Werbung für eines der Tourismusstandbeine.

Die ursprüngliche Idee für den Radfernweg Berlin-Kopenhagen wird den Mecklenburgern zugesprochen. Die anfängliche Benennung der Wege durch Zahlen stellte sich bald als ungünstig heraus. Der Stralsunder Radreiseveranstalter ‚Die Mecklenburger Radtour‘¹⁸ schlug der Landesregierung und dem Landestourismusverband vor, Themenrouten zu entwickeln, die durch eine eindeutige Namensgebung Identität stiftend wirken sollten (vgl. INTERVIEW G-I, 16.10.2006). Berlin-Kopenhagen galt in dieser Phase der Umsetzung als ein Pilotprojekt.

Die Förderung, durch die mitunter bis zu 100% des Ausbaus finanziert wurde, ist inzwischen ausgelaufen und die Wartung der Wege personal- und kostenintensiv. Das große Netz an Radfern- und Radwanderwegen, das zusätzlich noch durch lokale Radwegenetze ergänzt wird, bedeutet einen hohen Instandhaltungsaufwand, dem das Land Mecklenburg-Vorpommern der Zeit nicht gerecht wird. Trotzdem ist Mecklenburg-Vorpommern seit einigen Jahren laut Radreiseanalyse 2006 (vgl. Abschnitt 3.4) die beliebteste Radreiseregion in Deutschland (vgl. KEUTMANN ET AL. 2006, S. 15).

Inzwischen wurde beim Landestourismusverband eine Radwegemeisterin eingestellt, die für die Überprüfung der Qualität der Wege ebenso verantwortlich ist wie für deren Vermarktung. Der Landestourismusverband publiziert drei verschiedene Radbroschüren, die die verschiedenen Radfahrertypen ansprechen sollen: Radfernwege, Radwandern und Rad-Rundtouren. In allen drei Broschüren finden sich vom Landestourismusverband entwickelte Pauschalen zu Tages- und Mehrtagestouren. Das Ziel von Seiten des Landestourismusverbands war ursprünglich, dass sich Hoteliers zusammenschließen und Pauschalen entwickeln sollten, um das Radwegenetz zu vermarkten (vgl. INTERVIEW A-B, 01.09.2006).

Inzwischen wurde das Radfernwegenetz auf sieben Wege reduziert, von denen es nur der Ostseeradweg unter die ersten zehn der beliebtesten Radfernwege Deutschlands schafft (vgl. KEUTMANN ET AL. 2006, S. 14). Der Ostseeküstenradweg stellt im Radfernwegenetz die erfolgreichste Route dar, obwohl dafür laut Auskunft des Landestourismusverbands kaum Werbung gemacht wird (vgl. INTERVIEW A-B, 01.09.2006). Der Radfernweg Berlin-Kopenhagen spiegelt im Gesamtradwegeangebot Mecklenburg-Vorpommerns folglich nur einen Radfernweg wider, der mit anderen gleichgestellt wird. Das Radwegenetz ist aus Sicht des Landestourismusverbands gut strukturiert und bedarf jetzt der Instandhaltung. „Es

¹⁸ Geschäftsführer Thomas Eberl gilt als Initiator des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen

bedeutet viel Arbeit, den 1. Platz in der RADREISEANALYSE zu halten“ (INTERVIEW A-B, 01.09.2006).

4.2 Methodisches Vorgehen

Das natürliche Angebot einer Region setzt sich zusammen aus Natur und Landschaft, kulturellem Angebot und Sehenswürdigkeiten. Die Aufgabe der touristischen Dienstleister vor Ort ist es, das vorhandene Angebot entsprechend zusammenzustellen und es den Kunden zu verkaufen. Bei der Durchführung einer Reise gibt es mehrere Glieder in einer Kette von Leistungen, die je nach Planungsphase der Reise von unterschiedlichen Akteuren betreut werden. Die Leistungsträger im touristischen Markt können nach vier (bzw. fünf) Reisephasen eingeteilt werden, die jeweils unterschiedliche Akteure betreffen (Reisevor- und -nachbereitung betreffen meist dieselben Personen).



Abbildung 7 Die touristische Dienstleistungskette (nach FEIGE ET AL. 2004, S. 27)

Der Schwerpunkt dieser Arbeit liegt auf einer Untersuchung von Vernetzungsstrategien der touristischen Leistungsträger, deren Hauptaufgabe das Angebot von Leistungen vor Ort ist. Die Auswahl fiel auf diese Gruppe der Leistungsträger, weil bisher kaum Untersuchungen zum lokalen Angebot vorliegen.

Für den Aufenthalt vor Ort ist eine Vielzahl von Angeboten für den Radtourismus relevant. Die radtouristische Infrastruktur stellt eine Grundvoraussetzung für die Erschließung der Region durch das Verkehrsmittel Fahrrad dar. „Ausgehend von der radtouristischen Infrastruktur, die als Voraussetzung für den Aufenthalt gut ausgebaut sein muss, sind neben den Radwegen insbesondere die Quartiere, die Dienstleistungen rund um das Fahrrad und die Mobilität sehr bedeutsam für den Aufenthalt mit dem Rad“ (DWIF 2004, S. 39). Wie in den Abschnitten 3.2.1 und 4.1 bereits dargelegt, ist der Radfernweg Berlin-Kopenhagen mit den angrenzenden lokalen Radwegenetzen in einem fortgeschrittenen Entwicklungszustand.

Im Folgenden werden allgemeine Überlegungen zum methodischen Vorgehen während des Forschungsaufenthalts erläutert. Zusätzlich werden Informationen zu den Untersuchungsorten gegeben. Anschließend wird erklärt, wie die Interviewpartner ausgewählt und der Gesprächsleitfaden und Fragebogen erstellt wurden. Als Letztes folgt der Zeitplan für die Durchführung der Interviews.

4.2.1 Allgemeine Überlegungen zum Methodischen Vorgehen

Fünf Jahre nach der Eröffnung des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen scheint ein guter Zeitpunkt gekommen, um durch eine Befragung zu überprüfen, ob sich touristische Leistungsträger vor Ort in Netzwerken zusammengeschlossen haben, um den Radfernweg attraktiver zu machen und den Weg und die Region besser zu vermarkten. Außerdem gilt es herauszufinden, ob es eventuell ein Potenzial für eine Zusammenarbeit im Rahmen von ‚Regional Governance‘ (vgl. Abschnitt **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**) gibt.

Radtouristische Untersuchungen werden häufig durch Befragungen von Radfahrern hinterlegt. Die Leistungsträger hingegen wurden bisher kaum beachtet. Der Schwerpunkt dieser Arbeit liegt auf einer anbieterbezogenen Analyse der beim Aufenthalt in der Zielregion beanspruchten touristischen Leistungsträger. Das Zusammenwirken der einzelnen Akteure und die erfolgreiche Verzahnung der unterschiedlichen Angebote machen im Endeffekt die Attraktivität einer Region aus. Gerade in der Querschnittsdisziplin Tourismus werden viele verschiedene Akteure eingebunden. Ein Zusammenarbeiten der unterschiedlichen Leistungsträger ist daher unabdingbar.

Auf Grund des begrenzten zeitlichen Bearbeitungsrahmens dieser Arbeit musste von einer Kompletterhebung aller Betriebe entlang des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen Abstand genommen werden. Die Untersuchung konzentriert sich auf den deutschen Teil des Radfernwegs. Von Seiten des Regionalverbands Ruppiner Land wurde wegen grundsätzlich sehr schlechter Rücklaufquoten von Fragebogen von einer schriftlichen Erhebung abgeraten. Stattdessen wurden beispielhaft zwei Städte entlang der Route ausgewählt, die beide als Etappenziel auf einer Mehrtagestour durch das deutsche Gebiet angefahren werden können. In beiden Städten wurden alle im Gastgeberverzeichnis aufgeführten für die Untersuchung wichtigen Betriebe kontaktiert (vgl. Abschnitt 4.2.3).

Wie aus dem Abschnitt 3.5 an Hand unterschiedlicher Beispiele ersichtlich, gibt es bereits eine Vielzahl verschiedener Initiativen, wie eine vergleichbare Zusammenarbeit im Radtourismus aussehen könnte. Die Befragung stellt keinen Anspruch auf Vollständigkeit - weder in Bezug auf die interviewten Gesprächspartner noch der akquirierten Informationen. Ziel war es, einen Gesamtüberblick über die Situation zu erhalten und daraus schlussfolgernd Handlungsempfehlungen für zu initiiierende Netzwerke zu geben.

4.2.2 Informationen zu den Untersuchungsorten

Bei den ausgewählten Orten handelt es sich um Fürstenberg/Havel in Brandenburg und Güstrow in Mecklenburg-Vorpommern. Beide Städte sind zentrale Punkte auf dem Radfernweg und gelten als Tore zur Mecklenburgischen Seenplatte. Einige Radreiseveranstalter bieten dem Trend zum Kurzurlaub folgend (vgl. KEUTMANN ET AL. 2006) das deutsche Teilstück des Radfernwegs von Berlin bis Rostock als Mehrtagesfahrradtour an. Die ausgewählten Städte bilden auf der Viertagesstrecke potentielle Übernachtungspunkte und sind jeweils innerhalb einer Tagesetappe von einem potentiellen Startpunkt (Hennigsdorf bzw. Oranienburg im Süden und Rostock im Norden) erreichbar. Die Distanz von Oranienburg bis Fürstenberg beträgt 65 Kilometer, von Rostock bis Güstrow 60 Kilometer.¹⁹

Die zwei Untersuchungsorte sind insgesamt sehr unterschiedlich. Fürstenberg ist klein und familiär und liegt am südlichen Rand der Mecklenburgischen Seenplatte kurz vor der Landesgrenze zu Mecklenburg-Vorpommern. Güstrow hingegen ist eine Stadt mit Industrie mitten im Land Mecklenburg-Vorpommern. Beide Städte verfügen über eine vom Fremdenverkehrsverein geführte Touristeninformation und über ein Schloss, dessen Potenzial auf Grund von Eigentumsverhältnissen überraschender Weise nicht für die Vermarktung der Stadt und Region verwendet wird. Die jeweiligen Chancen der zwei Städte sind recht unterschiedlich. Gerade darin bestand bei der Auswahl der Reiz, denn beide Städte sind sich des Fahrradfahrerpotenzials bewusst, verfolgen aber den örtlichen Umständen angepasste Strategien in der Vermarktung.

4.2.2.1 Fürstenberg/Havel

Fürstenberg liegt nur acht Kilometer vor der Landesgrenze zu Mecklenburg-Vorpommern im nördlichen Brandenburg, im Landkreis Oberhavel. Der im Jahr 1287 erstmals urkundlich erwähnte Ort beheimatet heute ca. 7.000 Einwohner. „Durch ihre Lage an der Grenze von Mecklenburg und Brandenburg war die Stadt nicht nur Schifferstadt sondern auch Handelsstützpunkt“ (www.stadt-fuerstenberg-havel.de). Die prominente Lage zwischen drei Seen bietet ein sehr gutes Potenzial für

„Ich bin die Mark durchzogen und habe sie reicher gefunden, als ich zu hoffen gewagt hatte...“
(THOEDOR FONTANE)

¹⁹ Bei einem gemütlichen Radeltempo von 14 bis 17 Stundenkilometern ist eine Distanz von 60 Kilometern in ca. vier Stunden überwunden, was ausreichend Zeit für Pausen, Besichtigungen und Picknick entlang des Radfernwegs gewährt.

touristische Angebote. „Der malerisch auf drei Inseln zwischen Rößlinsee, Baalensee und Schwedtsee gelegene Ort bildet das Herz eines ausgedehnten Wald- und Seengebiets in Nordbrandenburg. Die einzige Wasserstadt Deutschlands gehört zu der Region mit den besten Umweltwerten und den schönsten, saubersten Badeseen der Bundesrepublik“ (www.stadt-fuerstenberg-havel.de). Fürstenberg wird durch die exponierte Lage oft als das Tor zur Kleinseenplatte bezeichnet. Diese Region verbindet drei sehr beeindruckende Landschaften miteinander: das Ruppiner Land, die Mecklenburger Seenplatte und die Uckermark (vgl. www.jugendherberge.de/de/jugendherbergen/visitenkarte/jh.jsp?IDJH=646).

Die Stadt Fürstenberg liegt nur 80 Kilometer nördlich von Berlin direkt an der B 96. Durch die sehr gute Anbindung mit dem Zug per Regionalexpress 5, dem Fahrrad auf dem Radfernweg Berlin-Kopenhagen oder der Eiszeitroute Mecklenburgische Seenplatte, der Kutsche oder zu Pferde auf dem landesweiten Reit- und Kutschfernwegnetz, dem Schiff/Kanu/Boot auf der Bundeswasserstraße Obere Havel, den geschichtlichen Pfaden von Fontane, der Deutschen Tonstraße oder dem Auto über die B 96 ist für jeden Geschmack ein Anreiseverkehrsmittel garantiert. Auch die angesiedelten touristischen Leistungsträger haben das Potenzial der Region erkannt und freuen sich in der Hauptsaison über eine gute Auslastung. Jedoch ist es nicht möglich, innerhalb der kurzen Hauptsaison die Einnahmen für das ganze Jahr zu tätigen. Die Auslastung während der Nebensaison ist noch nicht zufrieden stellend, im Winter schließen viele Betriebe auf Grund der fehlenden Gäste.

Der Versuch, im Jahr 2006 den Grad eines offiziell anerkannten Erholungsortes zu erlangen, schlug unter anderem auf Grund der hohen Verkehrsbelastung fehl. Seit einigen Jahren wird über den Bau einer Umgehungsstraße nachgedacht, da 1.200 LKW pro Tag sehr stark zur Minderung der Lebensqualität beitragen (vgl. Interview F-O, 25.09.2006)²⁰. Jedoch ist die Realisierung dieses Projekts ungewiss.

Einige Sehenswürdigkeiten hat Fürstenberg neben der intakten Natur und dem großen Wasserreichtum zu bieten: Im Stadtzentrum befindet sich auf dem Marktplatz die inzwischen sanierte Stadtkirche. Unweit der B 96 gegenüber vom Schloss lädt der Stadtpark zu einem Spaziergang ein. Etwas außerhalb des Stadtkerns findet der Gast die Mahn- und Gedenkstätte des Frauenkonzentrationslagers



Abbildung 8 Stadtkirche Fürstenberg
(Foto: F. Osswald)

²⁰ Eine Liste aller Interviewpartner befindet sich im Anhang als Anlage 3.

Ravensbrück, die viele, vor allem internationale Besucher in die Region zieht.

Fürstenberg hat sich auf den Radverkehr eingestellt. Auf einer großen Tafel am Radfernweg Berlin-Kopenhagen (aus südlicher Richtung kommend) werden die wichtigen Sehenswürdigkeiten im nördlichen Teil der Region Oberhavel ebenso dargestellt wie der Streckenverlauf und die (allerdings veralteten) Kontaktdaten der Touristeninformation in Fürstenberg. Am südlichen Ortseingang steht zusätzlich eine Werbetafel mit einem Plan der Region, der allerdings auf Grund des Maßstabs vornehmlich für Autofahrer geeignet ist. Überall im Ort gibt es Fahrradständer. Neben dem Radfernweg Berlin-Kopenhagen führen auch der Radfernweg



Abbildung 9 Beschilderung Fürstenberg (Foto: F. Osswald)

Eiszeitroute Mecklenburgische Seenplatte, sowie lokale Radwege wie der Königin-Luise-Radweg und der Weihnachtsmannradweg durch den Ort. Die Radwege sind sehr gut ausgeschildert und werden größten Teils auf Nebenstraßen geleitet. Nur an der Schleuse muss man kurzzeitig die B 96 befahren. Das örtliche Leitsystem umfasst von der Stadt vorgeschriebene grüne und braune Schilder für Sehenswürdigkeiten und Beherbergung/Gastronomie. Zusätzlich gibt es ein Leitsystem der Draisine (rot-grün) und der Gedenkstätte (rosa). Außerdem werden die

verschiedenen Rad- und Reit-/Kutschwege durch eine jeweilige Beschilderung gekennzeichnet.

In Fürstenberg gibt es sehr unterschiedliche Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe. Einige Unternehmen haben sich zusätzlich zum touristischen Geschäft eine Nische gesucht, die die Existenz über den Winter sichert. Die Strukturen in Fürstenberg sind kleingliedrig. Das größte Hotel hat zehn Zimmer. Jedoch hat der lokale Fremdenverkehrsverein 155 Mitglieder. Der Vorsitzende des Vereins, der gleichzeitig der Tourismusbeauftragte der Stadt ist, und seine Mitarbeiter versuchen, das Angebot der Region zu bündeln und für den Touristen transparent anzubieten. Jährlich wird ein Gastgeberverzeichnis erstellt. Durch die Eröffnung der Touristeninformation inklusive Regionalladen im Jahr 2003 haben nun nicht nur Touristen sondern auch Einheimische eine Anlaufstelle für Informationen und die Möglichkeit regionale Produkte zu kaufen. Für Radfahrer gibt es die gängigen Fahrradkarten zum Kauf sowie kleine Faltblätter mit Informationen zu Radrouten in der Region. Pauschalen können wegen fehlender Mitarbeiterkapazitäten und aus Zeitmangel derzeit nicht angeboten werden. Für Messeauftritte wurde 2006 gemeinsam mit drei angrenzenden

Fremdenverkehrsvereinen eine Marketingkooperation gegründet. Durch die Zusammenarbeit können Kräfte gebündelt werden. Das Zusammenführen des vorhandenen Angebots in räumlicher Nähe bewirkt einen geschlossenen Außenauftritt und gleichzeitig durch entstehende Synergien die Werbung für eine großflächigere Region. Insgesamt gibt es einige innovative Ideen in Fürstenberg.

4.2.2.2 Güstrow

„Vergangenheit und Gegenwart, Architektur und Landschaft - sie gehen in Güstrow eine besonders lebenswürdige Verbindung ein.“
(www.bike-berlin-copenhagen.com)

Die Barlachstadt Güstrow (benannt nach dem gleichnamigen Bildhauer, Graphiker und Schriftsteller Ernst Barlach, der Güstrow zu seiner Wahlheimat erklärte) liegt zwischen Ostseeküste und Mecklenburgischer Seenplatte nur drei Tagesetappen

per Fahrrad oder zwei Autostunden von der Metropole Berlin entfernt. Im Jahr 2005 feierte Güstrow sein 777-jähriges Jubiläum. Mit rund 31.000 Bewohnern ist Güstrow die siebtgrößte Stadt in Mecklenburg-Vorpommern. Eine sehr schön hergerichtete historische Altstadt, ein Renaissance-Schloss, der Dom, der Natur- und Umweltpark mit dem spektakulären Aquatunnel, das Barlach-Atelierhaus, das Freizeitbad Oase - Güstrow ist in seiner malerischen Umgebung der touristische Höhepunkt im mittleren Mecklenburg. „Bedingt durch ihre zentrale Lage hat die Stadt Güstrow immer auch im Zentrum der historischen Ereignisse gelegen und war Knotenpunkt der Handelswege von Nord nach Süd, von West nach Ost“ (www.guestrow.de). Dieses Wegekreuz wurde durch den Kreuzungspunkt der Radfernwege Berlin-Kopenhagen und Hamburg-Rügen wieder belebt.

Das kulturelle Angebot verbunden mit der abwechslungsreichen Natur sind Wahrzeichen von Güstrow. Der Fremdenverkehrsverein wurde um 1990 ins Leben gerufen und arbeitet seitdem kontinuierlich an einer besseren Vermarktung des Angebots. Insgesamt sind 120 aktive Mitglieder im Verein. Der Fremdenverkehrsverein betreibt seit einigen Jahren die Touristeninformation. Neben herkömmlichem Informationsmaterial gibt es hier auch Produkte regionaler Anbieter. Im Jahr 2006 wurde den Touristen und auch den Einheimischen ein sehr umfangreiches Programm geboten: Angebote wie beispielsweise die Nachtwächterstadtführungen, das Inselfest, die Aufführung der Zauberflöte unter freiem Himmel, verschiedenste Konzerte und die 6. Güstrower Kunstnacht lassen Großstadtflair aufkommen.

Der Fremdenverkehrsverein hat sich entschieden, nicht dem territorialen Einzugsgebiet des regionalen Tourismusverbands Mecklenburgische Schweiz zu

folgen, sondern engagiert sich seit einigen Jahren als Mitglied im Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte, weil dadurch bessere Vermarktungschancen gesehen werden. Dem

„Erzeugter Herdentrieb ist immer ein Zeichen von Erfolg.“
Interview G-Q, 10.10.2006

Tourismusbarometer des Ostdeutschen Sparkassen- und Giroverbands zu Folge wird Mecklenburg-Vorpommern aus Verbrauchersicht in zwei große Teilbereiche eingeteilt: Ostseeküste mit Rügen und Mecklenburger Binnenland. Daher wünscht sich der Fremdenverkehrsverein die Reformierung der Regionalverbände, um somit gebündelte Kräfte für die Vermarktung einer Großregion zu erhalten (vgl. INTERVIEW G-Q, 01.09.2006).

Als einziges Gebiet in ganz Deutschland ist weder die Stadt noch der Landkreis Güstrow Mitglied in einem regionalen Tourismusverband. Dadurch wird versucht, den finanziellen Engpass im Haushalt des Landkreises zu überwinden, was sich allerdings auf die Außenwerbung bedeutend auswirkt. In der Region selbst entsteht durch dieses Verhalten Missmut, denn den regionalen Tourismusverbänden fehlen wichtige Mitgliedsbeiträge, obwohl sie die Stadt als Teil ihres Gebiets mitvermarkten müssen.



Abbildung 10 Karte am Radfernweg
(Foto: F. Osswald)

Auch Güstrow hat sich auf die Zielgruppe Fahrradfahrer eingestellt. In der Touristeninformation am Schloss gibt es einschlägiges Kartenmaterial zu kaufen. Zusätzlich ist ein gut ausgebautes lokales Radwegenetz vorhanden. Sowohl auf der Internetseite des Fremdenverkehrsvereins als auch im Gastgeberverzeichnis von Güstrow und in der Kurzinformation zur Stadt findet der Radtourist Hinweise zum Radfernweg Berlin-Kopenhagen. Die

Trasse des Radfernwegs führt vom Inselfsee im Südosten kommend auf einem Radweg entlang der großen Einfallstraße Plauer Chaussee, südlich um das Stadtzentrum herum und verlässt Güstrow in nordöstlicher Richtung. Der Radfernweg Hamburg-Rügen folgt derselben Trasse jedoch in entgegengesetzter Richtung.

Der Bahnhof und sein Umfeld wurden mit dem Ziel umgestaltet, „[...] die Attraktivität der Nutzung der Bahn, öffentlichem Personen- und Nahverkehr und Fahrrad zu erhöhen. Dazu wurde eine Kombination von Angeboten der DB, der Nutzung des zentralen Omnibusbahnhofes (direkt neben dem Bahnhof), der Schaffung von Bahn-and-Bike und Bahn-and-Ride Anlagen sowie der Tourismusinformaton entwickelt“ (www.guestrow.de). Nach Abschluss der Sanierungsarbeiten im Bereich des

„Umweltbahnhofs“ und der Innenstadt erhoffen sich sowohl die Stadt als auch die touristischen Akteure eine Steigerung der Attraktivität für den Tourismus.

4.2.3 Auswahl der Interviewpartner

Die Befragung der einschlägigen Akteure konzentriert sich vornehmlich auf Unterkunfts- und Gastronomiebetriebe, die beim Befahren von Radfernwegen ein wichtiges Glied zur Zufriedenstellung der Radtouristen darstellen. Zusätzlich wurden einige Fahrradgeschäfte und -reparaturwerkstätten sowie drei Reiseveranstalter zu ihrem jeweiligen Angebot befragt. Um einen besseren Überblick über die vorhandene Gesamtsituation und das Potenzial in den einzelnen Anrainerregionen des Radfernwegs zu bekommen, wurden neben den genannten Betrieben auch die zuständigen lokalen Fremdenverkehrsvereine, gegebenenfalls die Zuständigen beim Landkreis sowie die touristischen Regional- und Landesverbände in die Befragung mit einbezogen.

Für die Auswahl der Gesprächspartner wurden im Voraus einige Kriterien festgelegt. Es sollten nur für den Radverkehr relevante²¹ Betriebe innerhalb des Stadtgebiets der zwei Untersuchungsorte (Postleitzahlenbereich 16798 Fürstenberg, 18273 Güstrow) angeschrieben werden, um aus der Liste aller Betriebe eine möglichst geschlossene Stichprobengröße zu erhalten. Betriebe mit der genannten Postleitzahl, die jedoch in einem angrenzenden Ort lagen, wurden explizit von der Befragung ausgeschlossen. Zur Auswahl der Interviewpartner lagen folgende Quellen vor:

- Gastgeberverzeichnisse der Städte Fürstenberg und Güstrow für das Jahr 2006
- ‚Bett & Bike‘-Verzeichnis 8. Auflage 2005 sowie www.bettundbike.de
- Broschüre Radweg Berlin-Kopenhagen und die dazugehörige Internetpräsenz www.bike-berlin-copenhagen.com

Für die Auswahl der Quellen gibt es folgende Begründung:

1. Da es im Sinne eines touristischen Leistungsträgers ist, eine möglichst breite Gruppe von Touristen anzusprechen, wird davon ausgegangen, dass die Vielzahl der touristischen Leistungsträger in den Gastgeberverzeichnissen

²¹ Ferienwohnungen werden nur sehr selten von Radreisenden angenommen, da diese meist die Übernachtung für eine Nacht nicht anbieten. Daher wurden Ferienwohnung und -zimmer aus der Befragung ausgeschlossen.

aufgenommen ist. Das Gastgeberverzeichnis stellt für den ortsfremden Touristen eine gute Möglichkeit dar, sich einen Überblick über das Angebot zu verschaffen sowie die vorhandenen Unterkünfte ausfindig zu machen.

2. Das Verzeichnis ‚Bett & Bike‘ (vgl. Abschnitt 3.5.2) ist ein in Radfahrerkreisen bekanntes Werbemedium. Radfahrern sind die Kriterien von ‚Bett & Bike‘ weitestgehend bekannt. Die Zertifizierung eines Betriebs beweist, dass sich dieser für die Zielgruppe Radfahrer entschieden hat. Der Eintrag im Verzeichnis ‚Bett & Bike‘ wurde in allen Fällen zusätzlich zum Gastgeberverzeichnis getätigt.
3. Der Radfernweg Berlin-Kopenhagen inklusive einer Broschüre und die dazugehörige Internetseite www.bike-berlin-copenhagen.com wurde als Gemeinschaftsprojekt der Landestourismusverbände Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und dem Tourismusverband Østdansk Turisme in Dänemark realisiert. Neben einer detaillierten Streckenbeschreibung werden auch Unterkünfte entlang des Radfernweges sowie Ansprechpartner der lokalen Tourismusvereine aufgeführt.

Nicht zu Rate gezogen wurden die touristischen Internetseiten der Untersuchungsorte, die normaler Weise von den jeweiligen Tourismusvereinen betreut werden. Auch hier findet sich eine Auflistung der örtlichen Gastgeber. Eine Überprüfung nach Abschluss der Interviewphase hat ergeben, dass dadurch in Fürstenberg zwei Pensionen und in Güstrow zwei Hotels übersehen wurden, wobei eines der beiden Hotels zu einer im Ort ansässigen Hotelgruppe gehört, die in zwei anderen Interviews bereits kontaktiert wurden.

4.2.4 Erstellung von Gesprächsleitfaden & Fragebogen

Als Erhebungsmethode wurden wie bereits erwähnt qualitative Interviews der touristischen Leistungsträger ausgewählt. Die touristischen Akteure sind Experten bezüglich der vorliegenden Situation in der Region. Die Auswahl einer qualitativen Erhebungsmethode kann durch die in Abschnitt 4.2.1 erwähnte Gründe fundiert werden. Zusätzlich hat sich während der Vorbereitungen als sinnvoll erwiesen, neben dem Interview einen Fragebogen beantworten zu lassen, um unter anderem Informationen zu Unternehmenskennzahlen und die generelle Einstellung gegenüber Netzwerken zu erhalten. Die Kombination der beiden Untersuchungsmethoden gibt einen Überblick, inwiefern die touristischen Leistungsträger sich einerseits bereits konkret in die Region einbringen und wie sie andererseits allgemein gegenüber Netzwerken eingestellt sind. Als Grundlage für die Leitfaden- und Fragebogenerstellung diente die Sekundärliteratur SARETZKI ET AL.

(2002), welche sich mit der Vernetzung von kleinen und mittleren Unternehmen beschäftigt.

Für die Interviews wurde ein **Gesprächsleitfaden** (Anlage 1) entwickelt. Der Leitfaden sollte eine gewisse Vergleichbarkeit der Aussagen der Interviewpartner gewährleisten. Neben einem Abschnitt, in dem sowohl der Name des Gesprächspartners, Datum und Uhrzeit des Interviews eingetragen werden konnten, enthielt der Leitfaden Platz für eigene Anmerkungen zur Gesprächsatmosphäre sowie die einleitenden Worte zu Beginn des Interviews. Darin enthalten war auch das Einverständnis der Aufzeichnung des Gesprächs. Für die Auswertung der Daten stellt die Audioaufnahme ein wichtiges Hilfsmittel dar. Beim Mitschreiben gehen häufig wichtige Informationen verloren. Am Anfang des Gesprächs wurde der Gesprächspartner noch einmal gebeten, sich mit Namen und Firmenbezeichnung vorzustellen.

Der Gesprächsleitfaden enthält elf Fragen, die in jedem Interview gestellt werden sollten, sowie weitere Fragen, die nur gestellt wurden, falls sich die Möglichkeit ergab bzw. der Gesprächspartner sich als auskunftsfreudig erwies. Der Auskunftsgehalt des Leitfadens beruht größten Teils auf der Abfrage reiner Fakten. Grundsätzlich folgt der Gesprächsleitfaden der Logik, zu Beginn des Interviews eher leicht zu beantwortende Fragen zu stellen, um den Gesprächspartner Vertrauen fassen zu lassen. Im Mittelteil werden einige hypothetische Fragen eingebaut, die die Motivation einer Zusammenarbeit und das Potenzial einer Vernetzung abfragen. Im weiteren Verlauf werden die Antworten auf diese Fragen durch weitere Fragen zu reinen Fakten überprüft.

Der Leitfaden beginnt mit einer Frage zum bisherigen beruflichen Werdegang. Die folgende Frage beschäftigt sich mit dem Trend zum Radtourismus. Weitere Fragen überprüfen, ob der Gesprächspartner mit seinem Betrieb bereits netzwerkartige Kontakte im Befragungsort und entlang des Radfernweges hat sowie ob touristische Produkte in Zusammenarbeit mit anderen touristischen Leistungsträgern in der Vorbereitung sind. Die Frage nach dem Potenzial einer überregionalen Vernetzung erschien wichtig, da daraus ersichtlich wird, ob es Möglichkeiten gibt, die touristischen Leistungsträger für eine (überregionale) Produktentwicklung zu gewinnen. Des Weiteren wurde nach der Kooperation mit dem Fremdenverkehrsverein gefragt und nach der Existenz von Unternehmen/Organisationen, mit denen eine Zusammenarbeit nicht möglich ist. Gegebenenfalls schloss sich dieser Frage die Bitte nach einer Einschätzung an, ob eine übergeordnete Organisation als Hauptansprechpartner in der Vermarktung des Radfernweges als sinnvoll erachtet würde. Die Frage nach dem Angebot lokaler

Produkte sollte überprüfen, ob sich die Leistungsträger in der Region einbringen und z.B. andere lokale Anbieter in ihr eigenes Angebot eingliedern, um diesen ebenfalls ein Einkommen zu sichern. Das Gespräch schloss mit der Frage nach den Wünschen für die Zukunft. Es wurde versucht, die Fragen in chronologischer Reihenfolge abzuarbeiten, wobei immer individuell auf die Gesprächssituation eingegangen werden musste. Die Dauer des Gesprächs sollte 30 Minuten möglichst nicht übersteigen.

Die Gesprächspartner wurden gebeten, zusätzlich zu dem ca. halbstündigen Kurzinterview den komplementären **Fragebogen** zur generellen Einstellung gegenüber einer Netzwerkzusammenarbeit (Anlage 2) auszufüllen. Der Fragebogen wurde entwickelt, um neben Unternehmensdaten der Interviewpartner auch quantifizierbare Aussagen über die Einstellung gegenüber Netzwerken zu erhalten. Der Fragebogen wurde den Gesprächspartnern wenn möglich bereits bei der telefonischen Terminabsprache per Fax oder Email zur Verfügung gestellt, um die Zeit während des Interviews nicht durch das Ausfüllen des Fragebogens künstlich zu verlängern.

4.2.5 Zeitplan und Durchführung der Interviews

Bei der Durchführung der Interviews war es wichtig, den touristischen Leistungsträgern nicht unnötig Zeit zu blockieren, die eigentlich für die Bewirtung der Gäste benötigt wird. Als Befragungszeitraum wurde daher die Nachsaison ausgewählt.

Am 13. September 2006 (37. Kalenderwoche) wurden über den Landestourismusverband Brandenburg alle Anschreiben (Anlage 4) versandt. Die Briefumschläge enthielten ein zweiseitiges Anschreiben mit der Vorstellung der Autorin und Erklärungen zum Vorhaben sowie je ein Empfehlungsschreiben vom Landestourismusverband Brandenburg (Anlage 5) sowie von ‚Bett & Bike‘ (nur für Unterkunftsbetriebe), welche das Vorhaben voll und ganz unterstützten (Anlage 6). Im Anschreiben wurde angekündigt, in welchem Zeitraum die Interviews geplant waren.

Fürstenberg 39. KW: 25.-29.09.2006

Güstrow 41. KW: 09.-13.10.2006

Außerdem wurde mitgeteilt, dass in der 38. (Fürstenberg) bzw. 40. (Güstrow) Kalenderwoche telefonisch Kontakt zur Terminvereinbarung aufgenommen werde. Die 40. Kalenderwoche wurde für Gespräche nicht ausgewählt, da der Tag der

deutschen Einheit (3. Oktober) auf einen Dienstag fiel und durch den Brückentag ein erhöhtes touristisches Gästeaufkommen in den Regionen zu erwarten war.

Bei der Terminvereinbarung wurde darauf geachtet, jeweils 60 Minuten pro Gespräch einzuplanen. Die Gesprächspartner zeigten sich überwiegend sehr kooperativ und nahmen bereitwillig an dem ca. halbstündigen Gespräch teil. Die Interviews wurden mit dem Einverständnis der Gesprächspartner aufgezeichnet. Während der Gespräche wurde dem in Abschnitt 4.2.4 genannten Gesprächsleitfaden weitestgehend gefolgt.

5 Netzwerke auf dem Radfernweg Berlin-Kopenhagen

Die Auswertung der Erkenntnisse stellt die Zusammenführung von Theorie und Praxis dar. Es werden wichtige Ergebnisse der Interviews und Fragebögen mit den oben genannten theoretischen Grundlagen (vgl. Abschnitt 2) verglichen. Bei der Auswertung der Ergebnisse liegt die Konzentration auf den für die Arbeit relevanten Aspekten. Fragen, die nur zum besseren Verstehen der Gesamtsituation in den Untersuchungsorten dienten, werden nicht statistisch ausgewertet. Bei der Auswertung geht es nicht um alle möglichen sondern nur um alle befragten Leistungsträger, ohne dies jedes Mal explizit zu benennen.

Das Kapitel beginnt mit einer Einführung, die die Vorgehensweise bei der Auswertung beschreibt. Daran anschließend wird der Gesamteindruck der Situation und der Untersuchungsmethode erläutert, um überzuleiten zu der Bestandsaufnahme vorhandener Netzwerke. Die Einstellung gegenüber Netzwerken stellt ein wichtiges Element dar, um in der Zusammenführung schlussfolgernd zu analysieren, ob die nötigen Voraussetzungen für Netzwerke zu einer Eigeninitialisierung durch die Leistungsträger geholfen haben.

5.1 Vorgehensweise bei der Auswertung

Durch die Aufzeichnung der Gespräche war eine Transkription im Nachhinein möglich. Die Interviews wurden entlang des Gesprächsleitfadens transkribiert. Nicht immer konnten die Fragen in chronologischer Reihenfolge gestellt werden. Im Nachhinein war eine chronologische Einordnung möglich, was für eine Vergleichbarkeit der Daten sehr wichtig war. Die Transkription erfolgte im Telegrammstil. Ausschweifende Phrasen, die nicht direkt auf eine Frage antworteten, wurden entweder ignoriert oder als zusätzliche Informationen in einer extra Kategorie aufgenommen. Da den Gesprächspartnern eine Anonymisierung der Daten zugesichert wurde, musste bei der Transkription darauf geachtet werden, dass im Text keine Namen genannt wurden.

Als Instrument der Auswertung diente im weitesten Sinne die zusammenfassende Inhaltsanalyse nach MAYRING (2003). Eine Gegenüberstellung der Interviews war durch die oben beschriebene Ordnung des Datenmaterials nach den Fragen des Leitfadens sehr gut möglich. In einem ersten Schritt wurden die Analyseeinheiten bestimmt - diese entsprachen den grundlegenden Aussagen der Fragen des Gesprächsleitfadens (Die Kategorien zu dem Oberthema Kooperationen finden sich in der Auswertung im Abschnitt 5.3 wieder). Für eine bessere Vergleichbarkeit

wurden aus den Gesprächsprotokollen Fakten per Paraphrasierung extrahiert. Somit konnte in einem nächsten Schritt durch eine pure Bündelung der Aussagen per Auszählung eine quasi quantitative Auswertung der Daten vorgenommen werden. Im Anhang befindet sich in digitaler Form die für die Auswertung zu Grunde liegende Excel-Tabelle.

Obwohl bei der Fragebogenerstellung darauf geachtet wurde, wenig nominalskalierte Fragen (ja-nein) zu verwenden, war in der Auswertung dieses Skalenniveau grundlegend für die Vergleichbarkeit der Aussagen. So waren nur in seltenen Fällen komplette Phrasen ausschlaggebend für die Auswertung. Zusätzlich wurde bei der Auswertung der ausgezählten Aussagen darauf verzichtet, eine Aufgliederung der fehlenden Antworten zu spezifizieren. Die Prozentsätze beziehen sich also immer auf die Anzahl der ausschlaggebenden Stichprobe (19 = Fürstenberg, 16 = Güstrow, 35 = beide Untersuchungsorte). Zusätzlich zu den %-Angaben werden in Klammern die zu Grunde liegenden Verhältnisse dargelegt (Beispiel: $(4/19) = 4$ von 19 Fürstenberger Gesprächspartnern). Insbesondere beim Fragebogen gab es eine geringere Rücklaufquote, da nicht alle Gesprächspartner die Zeit zum Ausfüllen fanden. In diesem Fall wird auf die explizite Anzahl verwiesen.

5.2 Gesamteindruck

Die Befragung in den Untersuchungsorten ist sehr erfolgreich verlaufen. 80% der angeschriebenen Gesprächspartner (vgl. Tabelle 3) haben sich für die Befragung vor Ort zur Verfügung gestellt. Die Gesprächsatmosphäre war durchweg sehr freundlich. Die Interviewpartner haben sich die vorher angekündigten 30 Minuten gerne für die Untersuchung genommen. Nur bei einigen Gesprächspartnern merkte man, dass auch zu Beginn der Nebensaison noch immer Zeitnot herrscht. Ein Gesprächspartner war nicht zum besprochenen Zeitpunkt am Treffpunkt. Alle Gesprächspartner haben sich bereit erklärt, dass die Gespräche aufgezeichnet werden dürfen. Der größte Teil der Leistungsträger ist schon lange im Tourismus tätig. Einige Betriebe bemerkten den Rückgang der Touristenzahlen in den letzten Jahren. Die Bereitschaft für eine Vernetzung ist grundsätzlich da, wird aber trotz allem noch mit Skepsis begutachtet.

Die Erstellung des Gesprächsleitfadens hat bewirkt, dass die Gespräche in einer vorher festgelegten Struktur verlaufen und die qualitativen Informationen im Nachhinein vergleichbar bleiben. Die Strukturierung hat sich als sinnvoll erwiesen. Nur eine Frage (Frage 8) schien eine Dopplung der Informationen hervorzurufen.

Auffällig ist, dass der von Ostdeutschland bekannte Zusammenhalt zwischen den Menschen durch die Einführung des Kapitalismus und Wettbewerbsdrucks mehr und mehr verloren geht. Viele Unternehmen kämpfen sich so als Einzelkämpfer durch, wo früher die Vernetzung der einzige Ausweg aus einer schlechten wirtschaftlichen Lage gewesen wäre. Zusätzlich soll auf die nicht gewachsenen Strukturen der eingetragenen Vereine hingewiesen werden, die während der Zeit der DDR staatlich nicht geduldet wurden. Vereine waren meist an Großbetriebe gekoppelt und wurden somit im Rahmen der Ideologie staatlich vorangetrieben. So genannte Arbeitsgemeinschaften und Arbeitskreise (vergleichbar mit e.V.) hatten während der DDR den bedeutenden Nachteil, dass das losgelöste Engagement vom Staat Probleme mit sich bringen konnte. Daher müssen heutzutage der Bevölkerung die Vorteile eines Engagements in einem Verein (z.B. Tourismusverein) erst schmackhaft gemacht werden.

In Tabelle 2 werden jeweils die Anzahl der angeschriebenen Betriebe den im Endeffekt realisierten Interviews gegenüber gestellt. Bei einigen Betrieben ist die Zuordnung schwierig, da zwei oder mehr Kategorien für sie zutreffen. Dann wurde die Einteilung nach der größeren Relevanz für diese Arbeit vorgenommen.²² Insgesamt wurden 50 Betriebe angeschrieben. 80% der Angeschriebenen (40 von 50 geplanten Interviews) stellten sich für eine Befragung zur Verfügung. Des Weiteren wurden in Fürstenberg während des Aufenthalts vor Ort drei zusätzliche potentielle Gesprächspartner kontaktiert, die vorher nicht angeschrieben worden waren. Hierbei handelte es sich um ein Reiseunternehmen, das auch vor Ort Ferienwohnungen vermittelt, den Vorsitzenden des Radsportvereins, der neben dem Radsport auch für die Mitorganisation des Fürstenberger An- und Abradelns verantwortlich ist, sowie die Draisine in Fürstenberg, die auch Radfahrer als Zielgruppe hat und ein Ausflugsangebot vor Ort bietet. Alle zusätzlichen Gesprächspartner waren gerne spontan zu einem Interview bereit. Nicht mit allen Interviewpartnern war auf Grund von logistischen oder zeitlichen Gründen eine Vorortbefragung machbar. Von den 43 geführten Interviews wurden insgesamt vier per Telefon geführt. Eine Liste aller Gesprächspartner findet sich in Anhang als Anlage 3.

²² Hotel & Restaurant wurde der Kategorie „Hotel“ zugeordnet.

	Fürstenberg		Güstrow	
	angeschrieben	interviewt	angeschrieben	interviewt
Übergeordnete Stellen				
Landkreis/Stadt	1	1	1	1
Landestourismusverband	1	1	1	1
Regionaler Tourismusverband	1	1	2	2
Reiseveranstalter überregional ²³	1	1	(1)	(1)
Befragung vor Ort				
Fremdenverkehrsverein	1	1	1	1
Hotel	4	4	6	4
Pension	3	3	2	2
Jugendherberge/Gästehaus	1	1	4	3
Camping	1	1	0	0
Restaurant	3	3	5	1
Café	1	1	5	2
Fahrradgeschäft/-verleih	1	1	2	2
Reiseveranstalter lokal	1	1	1	1
Reisemittler/Ferienwohnungsvermittler	0	1	0	0
Radsportverein	0	1	0	(1) ²⁴
Freizeitangebot (Draisine)	0	1	0	0
enthaltene ‚Bett & Bike‘ Betriebe	1	1	3	2
Gesprächspartner gesamt	20	23 ²⁵⁾	30	20

Tabelle 2 Auflistung der Gesprächspartner nach Kategorien (Quelle: eigene Darstellung)

„Als ich das das erste Mal gelesen habe, dass man einen Radfernweg von Berlin nach Kopenhagen baut, da habe ich so gedacht, jetzt wissen sie nicht mehr, was sie mit den Fördermitteln machen sollen. Aber die Resonanz dieses Fahrradwegs ist - ich weiß gar nicht, wie ich mich da ausdrücken soll - das ist genial. Wer das gemacht hat, das war ein richtiger guter Schachzug!“ (Interview F-P, 25.09.2006)

Unter den touristischen Leistungsträgern entlang des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen besteht überwiegend Einigkeit: Fast alle befragten Leistungsträger gaben an, dass seit Eröffnung des Radfernwegs eine permanente Steigerung im

²³ Der Reiseveranstalter ‚Die Mecklenburger Radtour‘ bietet eine Radtour entlang des Radfernwegs von Berlin nach Kopenhagen an und betrifft daher beide Befragungsorte. In der Summe wird er allerdings nur einmal in Güstrow beachtet.

²⁴ Einer der Gesprächspartner ist stellvertretender Vorsitzender eines Radsportvereins. Auf diese Weise wurden Informationen zu lokalen Aktivitäten akquiriert. In der Summe der Gesprächspartner wird die Person jedoch nicht doppelt berücksichtigt.

²⁵ Drei Gesprächspartner wurden spontan vor Ort in die Befragung mit einbezogen.

Radfahreraufkommen zu verzeichnen ist. 16% der Fürstenberger Leistungsträger (3/19) meinen sogar, dass die wirtschaftliche Zukunft der Region im Radtourismus liegt. Radtouristen bringen im Gegensatz zu Wassertouristen²⁶ auf Grund der begrenzten Transportmöglichkeit Geld in die Region.

Insgesamt kann ein überwiegend positives Bild bezüglich der Auslastung der Betriebe gezeichnet werden. In Fürstenberg gaben 25% der Befragten (4/16) eine Auslastung von 50-75% an, weitere 44% (7/16) von 25-50% Auslastung. Ein Betrieb gibt eine Auslastung von 75-100% an, ein weiterer hatte im Jahr 2006 eine schlechte Auslastung zu verzeichnen (0-25%). In Güstrow verzeichnen 69% der Befragten (9/13)²⁷ eine Auslastung von 50-75%, weitere 23% (3/13) sind zu 25-50% ausgelastet. Da die Radfahrer meistens weder in kleinen noch in großen Betrieben statistisch erfasst werden, gibt es sehr unterschiedliche Aussagen über den Anteil der Radfahrer am Gesamtgästeaufkommen. Die Angaben der Leistungsträger rangieren von 3% auf das gesamte Jahr gesehen bis hin zu einem Betrieb, dessen Gästeanteil bei einer Jahresauslastung von 50-75% zu 80% aus Radfahrern besteht.

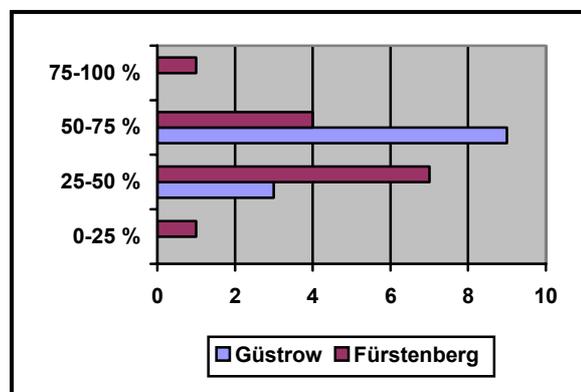


Abbildung 11 Prozentuale Jahresauslastung der touristischen Leistungsträger (Quelle: eigene Darstellung)

Die Erfahrung der Leistungsträger zeigt: Radfahrer kommen häufig spontan ohne Reservierung; nur Familien mit Kindern oder Gruppen buchen meist schon die Unterkünfte der gesamten Reise vor. Insgesamt gaben zwei Gesprächspartner an, dass ihrer Meinung nach viele Gruppen auf dem Radfernweg unterwegs wären (vgl. Interview G-H, 10.10.2006; Interview G-K, 11.10.2006). Nach Einschätzung der Befragten befahren nicht alle Radfahrer den Weg auf der ganzen Strecke von Berlin bis Kopenhagen. Viele Urlauber (und Einheimische) benutzen die Infrastruktur auch für Ausflüge in der Umgebung. Die Busunternehmen in Güstrow haben sich für die Sommermonate auf Radfahrer eingestellt und nehmen Fahrräder mit. Allgemein herrscht die Ansicht, dass es sich bei den Radfahrern um offene, gesprächige

²⁶ Hierbei wird vor allem auf Charterboottourismus Bezug genommen.

²⁷ Diese Gesamtzahl bezieht sich auf die Auswertung der Fragebögen, die nicht von allen Gesprächspartnern ausgefüllt wurden.

Menschen handelt, die sehr gut organisiert in die Region kommen. Die Zielgruppe ist grundsätzlich eine sehr heterogene Gruppe.

Als Hauptinformationsmedium vieler Radtouristen dient während der Fahrradtour eine Karte des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen. Neben einer Landkarte, Streckenbeschreibung und Informationen zum Radweg dient dieses Informationsmedium zusätzlich als Unterkunftsverzeichnis. In Radfahrerkreisen oft verwandte Karten werden vom Esterbauer Verlag sowie der Bielefelder Verlagsgesellschaft publiziert. Zusätzlich etabliert sich in letzter Zeit ein von Publicpress erarbeitetes Leporello. Die Broschüre Radweg Berlin-Kopenhagen wurde vom Landestourismusverband Mecklenburg-Vorpommern herausgegeben.

	Esterbauer Verlag ²⁸	Bielefelder Verlag ²⁹	Leporello Publicpress ³⁰	Broschüre Radweg Berlin-Kopenhagen ³¹
Fürstenberg	9 (31)	3 (3)	6 (7)	2 (2)
Güstrow	10 (19)	3 (3)	4 (6)	3 (4)

Tabelle 3 Anzahl verzeichneter Gesprächspartner im Vergleich zu allen verzeichneten touristischen Leistungsträgern auf verschiedenen Radfernwegkarten (Quelle: eigene Darstellung)

Es fällt auf, dass die Anzahl der in den Untersuchungsorten genannten Gesprächspartner sehr verschieden ist. Die Herangehensweise der Verlage ist grundsätzlich unterschiedlich: Der Esterbauer Verlag befährt die Wege selbst und recherchiert Übernachtungsmöglichkeiten in Zusammenarbeit mit Tourismusverbänden vor Ort. Dahingegen übernimmt die BVA die für die Broschüre Radweg Berlin-Kopenhagen vorrecherchierten Informationen vom Landestourismusverband Mecklenburg-Vorpommern. Der Eintrag in dieser

²⁸ Der Esterbauer Verlag führt nach eigenen Aussagen alle recherchierbaren touristischen Leistungsträger auf. Eingeschlossen werden hierbei Hotels, Herbergen, Gästehäuser, Pensionen, Privatzimmer, Ferienwohnungen, Jugendherbergen, Campingplätze.

²⁹ Die Einträge von Übernachtungsmöglichkeiten in der Karte der BVA entspricht weitestgehend der Broschüre des Landestourismusverbands Mecklenburg-Vorpommern, da die Informationen laut Aussage von Frau Schulz (Radwegemeisterin Mecklenburg-Vorpommern) an die BVA weitergegeben wurden.

³⁰ Laut Auskunft von Publicpress recherchieren die Außenmitarbeiter in Zusammenarbeit mit den Tourismusvereinen vor Ort die touristischen Leistungsträger.

³¹ Zu Beginn der Vermarktung des Radfernwegs wurde vom Landestourismusverband Mecklenburg-Vorpommern eine Broschüre im DIN A4-Format erarbeitet, die als Informationsmedium für Radfahrer dienen sollte. Der Eintrag in dieser Broschüre war für die Unternehmen kostenpflichtig. Die Broschüre enthält ähnliche Informationen wie die Karten, wurde aber - solange verfügbar - kostenlos an den Kunden abgegeben.

Broschüre war neben der Erfüllung der ‚Bett & Bike‘-Pflicht-Kriterien (ohne notwendige Zertifizierung) an einen Aufnahmebeitrag zur Finanzierung der Broschüre gekoppelt. Auch bei der Karte von Publicpress ist der Eintrag kostenpflichtig. Einige Betriebe verwiesen auf ihr begrenztes Werbebudget. Kleine Betriebe können sich einen Eintrag oft nicht leisten. Über die Karten des Radfernwegs hinausgehend wurden von den Güstrower Betrieben Einträge in Reiseführern von Dumont (2x), Polyglott, Marco Polo und Varta (je 1x) genannt.

In Fürstenberg hat die Arbeit des Fremdenverkehrsvereins Früchte getragen. Alle Beherbergungsbetriebe nehmen nach einschlägiger Überzeugungsarbeit des Vereins Radfahrer auch für nur eine Nacht auf. Obwohl in Güstrow insgesamt fünf Gesprächspartner angaben, dass sich einige Betriebe nicht für Radtouristen öffnen, scheinen auch hier alle befragten Beherbergungsbetriebe das Potenzial der Radtouristen erkannt zu haben und bieten grundsätzlich den Service der Eine-Nacht-Übernachtung an. Von allen Gesprächspartnern verlangen nur zwei Betriebe wegen des größeren Putzaufwands generell (für alle Gäste) einen Aufpreis (vgl. Interview F-K, 25.09.2006; Interview G-M, 12.10.2006). Kein Betrieb räumt den Radfahrern hingegen einen Rabatt ein. Ein Fürstenberger Gasthaus möchte äquivalent zum bereits erfolgreich über die Marinas verteilten Gutschein für Wassertouristen ab 2007 einen Gutschein über einen Cocktail für Radtouristen entwickeln, der in Verbindung mit einem Essen eingelöst werden kann.

Durch das Angebot regionaler Produkte können Unternehmen der Region sich gegenseitig zu einem Einkommen verhelfen. Der Vorsitzende des Fremdenverkehrsvereins Güstrow meint dazu: „Es ist gut, Unternehmen, die in der Region ansässig sind, im eigenen Existenzdasein zu unterstützen, weil jede Einrichtung, die bodenständig wird, Multiplikator für das gesamte Land ist“ (Interview G-Q, 10.10.2006). Die Frage nach dem Angebot regionaler Produkte stieß bei den meisten Gesprächspartnern zunächst auf Unverständnis. Bei näheren Erläuterungen stellt sich heraus, dass in Fürstenberg 52% und in Güstrow 44% der befragten Leistungsträger regionale Ware in ihrem Betrieb anbieten (F: 10/19; G: 7/16). Einige beziehen Obst, Gemüse und Backwaren von Betrieben aus der Region. Darüber hinaus sehen die touristischen Leistungsträger jedoch auf Grund des mangelnden regionaltypischen Angebots nur begrenzte Möglichkeit, mit einheimischen Anbietern zu kooperieren. Das könnte allerdings auch an der mangelnden Kenntnis der existierenden Produkte liegen, denn beide Touristeninformationen bieten in ihren Geschäftsräumen ein breites Sortiment unterschiedlichster Waren/Souvenirs.

Bezüglich der Zukunftswünsche war auffällig, dass sich 31% der Betriebe trotz der bereits recht hohen Anzahl von Radtouristen mehr Radfahrer als Gäste wünschen (11/35), was die offene Einstellung der Leistungsträger gegenüber dieser Zielgruppe erneut verdeutlicht. Hierzu bedarf es einerseits der Instandsetzung und -haltung des Radfernwegs inklusive Beschilderung (10/35), andererseits der Anpassung des Kartenmaterials an die Wegebeschaffenheit (2/35) und eine Bewerbung des touristischen Angebots abseits vom Radfernweg (4/35). Zusätzlich wird angeregt, Maßnahmen der Finanzierung des Radfernwegs auch über die anfängliche Förderung hinaus nachhaltig zu gestalten. Die Anpassung des Angebots (4/35) kann zu einer kontinuierlichen Auslastung (2/35) sowie längeren Aufenthalten (3/35) der Gäste führen.

Auswertung Fürstenberg

In Fürstenberg wurden insgesamt drei Gespräche mit übergeordneten Stellen zuzüglich eines überregional tätigen Reiseveranstalters sowie 19 Gespräche mit touristischen Leistungsträgern der Region geführt. Alle angeschriebenen Gesprächspartner haben sich für ein Gespräch zur Verfügung gestellt. Zusätzlich wurden vor Ort drei weitere Betriebe kontaktiert. Die Verteilung aller Gesprächspartner ist wie aus Tabelle 2 ersichtlich wie folgt: Fremdenverkehrsverein 1x, Hotel 4x, Pension 3x, Jugendherberge 1x, Camping 1x, Restaurant 3x, Café 1x, Fahrradgeschäft/-verleih 1x, Reiseveranstalter lokal 1x, Ferienwohnungsvermittler 1x, Radsportverein 1x, Freizeitangebot 1x.

Der überwiegende Anteil an touristischen Leistungsträgern (47% = 9/19) in Fürstenberg ist länger als zehn Jahre im Geschäft. Weitere 21% arbeiten zwischen fünf und zehn Jahren im Tourismus (4/19).

Immerhin 26% haben ihren Betrieb in den letzten fünf Jahren eröffnet bzw. übernommen (5/19). Zwei Betriebe

benennen in der Zielgruppe Radtouristen einen expliziten Grund für die Eröffnung (vgl. Interview F-A, 25.09.2006; Interview F-O, 25.09.2006), weitere drei Betriebe erkennen im täglichen Geschäft einen Mehrwert in dieser Zielgruppe und forcieren inzwischen die Bewerbung des Radfernwegs (vgl. Interview F-F, 26.09.2006; Interview F-H, 26.09.2006; Interview F-J, 26.09.2006).

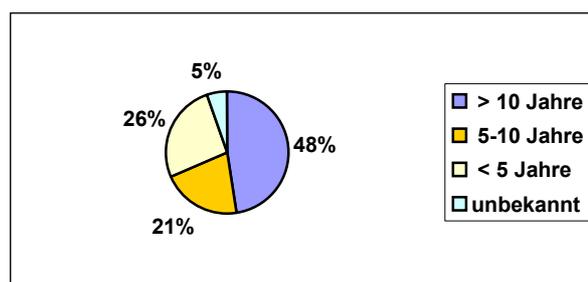


Abbildung 12 Dauer im Tourismus Fürstenberg
(Quelle: eigene Darstellung)

Die Hauptsaison in Fürstenberg ist genau wie in anderen Regionen Deutschlands ziemlich kurz, was die geringe durchschnittliche Jahresauslastung erklärt. Die Hauptbesucherströme konzentrieren sich auf die Ferienzeit im Sommer. Seit einigen Jahren sind die Radfahrer auch eine saisonverlängernde Gästegruppe. Da der Winter trotzdem lang bleibt, haben fast alle Einrichtungen als Erweiterung ihres Ursprungsprodukts zusätzliche Angebote, um neben den Gästen auch den Einheimischen ein Angebot zu bieten. Ein Hotel bietet einen Saunabetrieb, eine Kegelbahn und ein weiteres einen Essen-auf-Rädern-Service für Senioren in der Region. Die Jugendherberge kooperiert mit der angrenzenden Gedenkstätte Ravensbrück. Ein Gasthaus bietet durch seine Ostalgie-Einrichtung einen besonderen Anziehungspunkt. All diese Angebote sind einzigartig und auf unterschiedliche Zielgruppen gerichtet. Des Weiteren organisieren einige Leistungsträger über das Jahr verteilt eine Reihe von Veranstaltungen (z.B. Oktoberfest, Fürstenberger Wasserfest, Fasching, Frauentagsfeier, Lesungen etc.), die sowohl von Einheimischen als auch von Auswärtigen genutzt werden. So gibt es ein breit gefächertes Angebot, das unterschiedlichste Zielgruppen anspricht.

Obwohl gerade in der Hochsaison die Kapazität der Leistungsträger erschöpft ist, bieten einige Betriebe Zusatzleistungen für Radfahrer an. 26% der Befragten (5/19) organisieren einen Gepäcktransfer, wenn dieser von den Radfahrern gewünscht wird. Außerdem werden Pannenservice, Unterkunftsvermittlung und Kartenmaterial angeboten. Gut ein Viertel der Befragten (5/19) organisiert darüber hinaus spontan alles, was im Bereich des Möglichen ist.

Auswertung Güstrow

In Güstrow wurden insgesamt vier Interviews mit übergeordneten Stellen sowie 16 Interviews mit touristischen Leistungsträgern geführt. Die Verteilung der Gesprächspartner vor Ort ist in der Tabelle 2 bereits aufgeführt: Fremdenverkehrsverein 1x, Hotels 4x, Pension 2x, Jugendherberge/Gästehaus 3x, Restaurant 1x, Café 2x, Fahrradgeschäft/-verleih 2x, Reiseveranstalter lokal 1x. Vor allem die Gastronomen (es wurden nur drei von zehn beabsichtigten Interviews geführt) sahen keinen Sinn in der Befragung und stellten ihre Zeit nicht für das Gespräch zur Verfügung. Des Weiteren hatten zwei Hotels und ein Gästehaus keine Motivation, an der Befragung teilzunehmen.

Auffällig ist, dass auch in Güstrow viele der Befragten bereits sehr lange im Tourismus tätig sind. So sind 68% der befragten Leistungsträger (11/16) bereits seit zehn oder mehr Jahren im Geschäft, weitere 19% zwischen fünf und zehn Jahren

(3/16). In den letzten fünf Jahren haben zwei der Gesprächspartner ihr Geschäft eröffnet. Keiner dieser zwei nannte den Radfernweg als Grund für die Geschäftsaufnahme, aber bei einem Betrieb war zumindest die Zielgruppe Radfahrer von vorneherein

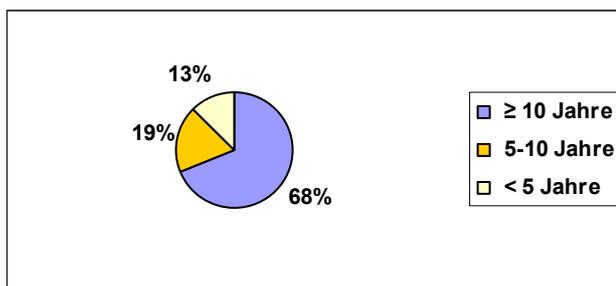


Abbildung 13 Dauer im Tourismus Güstrow
(Quelle: eigene Darstellung)

eingepflegt (vgl. Interview G-D, 11.10.2006). Einige Betriebe berichteten, dass seit Anfang der 90er Jahre ein Rückgang der Touristenzahlen und der Ausgabefreudigkeit der Touristen zu verzeichnen ist (vgl. Interview G-L, 10.10.2006; Interview G-O, 11.10.2006). Alle Betriebe waren sich hingegen einig, dass es eine stetige Zunahme an Radfahrern in den letzten Jahren gibt. Zwei Betriebe gaben an, dass ihrer Meinung nach 2005 und 2006 weniger Gäste mit dem Fahrrad unterwegs waren als 2004 (vgl. Interview G-M, 12.10.2006; Interview G-F, 14.10.2006). Als mögliche Gründe für 2006 wurden die WM und das daran anschließende heiße Wetter angegeben.

Einige Betriebe haben sich ebenfalls zusätzliche Angebote als Erweiterung ihres ursprünglichen Potenzials einfallen lassen. Zwei Gesprächspartner nutzen ihre Räumlichkeiten, um durch das Angebot von fachfremden Unternehmen ihre Angebotspalette zu erweitern: Ein Fahrradladen kooperiert mit der Hertz Autovermietung, ein Gästehaus stellt Fläche für einen örtlichen Fahrrad- und Kanuverleih zur Verfügung. Ein Betrieb hat die Stadt Güstrow angeregt, an den großen Einfallstraßen für die Gäste Infotafeln mit dem touristischen Angebot aufzustellen. Durch den Standort dieser Tafeln wird klar, dass sie als Zielgruppe hauptsächlich Autofahrer ansprechen. Zwei Betriebe bieten Seminarräume innerhalb ihres Hauses an.

Darüber hinaus bieten einige der Betriebe - wie aus Tabelle 4 ersichtlich - auf Grund der zusätzlichen Bedürfnisse von Radfahrern entsprechende Zusatzleistungen an. Zwei Betriebe haben für die Zielgruppe Radfahrer ihre Räumlichkeiten umgebaut, damit die Fahrräder besser untergebracht werden können. Unterstellmöglichkeiten für die Fahrräder sind

	Anzahl
Unterstellmöglichkeit	5
Pannenservice auf Anfrage	4
Reparaturmöglichkeit	4
Gepäcktransport auf Anfrage	4

Tabelle 4 Zusatzleistungen für Radfahrer
(Quelle: eigene Darstellung)

ebenso wichtig wie ein Pannenservice und die Reparaturmöglichkeit. Der Gepäcktransport stellt gerade für die in Abschnitt 3.2.2 genannte Gruppe der älteren Radtouristen ein wichtiger Zusatz dar.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass beide Regionen sich sehr gut auf Radfahrer eingestellt haben. Die Zusammenarbeit der unterschiedlichen Unternehmen wird im Folgenden näher untersucht.

5.3 Bestand vorhandener Netzwerke

In diesem Abschnitt wird es darum gehen, zu überprüfen, ob in den zwei Untersuchungsorten Netzwerke vorhanden sind. Wie im Kapitel 2 erklärt, sind Netzwerke Zusammenschlüsse von mindestens drei gleichberechtigten Akteuren, die durch einen unterschiedlich hohen

„Sich zusammenschließen zu größeren Einheiten ist wichtig, um eine kleinräumige Region besser vermarkten zu können. Kooperationen sollten nicht an Landesgrenzen festhalten, sondern sich an naturräumlich gegebenen Grenzen orientieren.“
(Interview F-S, 05.10.2006)

Institutionalisierungsgrad geprägt sind. In touristischen Regionen kann ein Fremdenverkehrsverein einen wichtigen Teil der Vernetzungsaufgabe übernehmen. Darüber hinaus gibt es allerdings noch die Möglichkeit, dass sich Unternehmen aus Eigeninitiative zu einer Zusammenarbeit entschließen.

Fremdenverkehrsvereine

Beide Untersuchungsorte verfügen über relativ mitgliederstarke Fremdenverkehrsvereine, die durch einen unterschiedlichen Aktivitätsgrad (bedingt durch personelle und finanzielle Kapazitäten) an der Verbesserung des touristischen Angebots in der Region arbeiten. Im besten Fall ist der Fremdenverkehrsverein der Vertreter der vorherrschenden Meinung im Ort und vertritt somit die Interessen der Mitglieder.

Als Hauptsprachrohr für die Mitglieder gilt die Jahreshauptversammlung. Das Zusammenbringen der touristischen Akteure stellt eine gute Möglichkeit dar, um über die Ideen und Planungen für das nächste Jahr zu beraten und die Leistungsträger in neue Projekte mit einzubeziehen. Außerdem dient das jährliche Treffen dem Austausch und besseren Kennenlernen der Akteure untereinander. Dem Verein geht durch nicht anwesende Mitglieder in der Hauptversammlung wichtiges Potenzial verloren.

Fürstenberg

Alle Gesprächspartner gehören zu den insgesamt 155 Mitgliedern des lokalen Fremdenverkehrsvereins. 73% der Befragten (14/19) geben die vom Fremdenverkehrsverein betriebene Touristeninformation und ihre Geschäftsstellenleiterin Frau Gröschl als Hauptansprechpartner für touristische Angelegenheiten an. Zwei Betriebe pflegen darüber hinaus Kontakte zum Regionalverband Ruppiner Land. Die Aktivitäten des Landestourismusverbands Brandenburg sind 21% der Befragten (4/19) vornehmlich vom Hörsagen bekannt. Das in Abschnitt 4.1.2 genannte Netzwerk ‚Aktiv in die Natur‘ ist in der Region zum Zeitpunkt der Gespräche nur einem Leistungsträger ein Begriff.

Da die Strukturen in Fürstenberg sehr kleingliedrig sind, ist das Potenzial an durch den Tourismus entstehenden Arbeitsplätzen begrenzt. Der Großteil der touristischen Leistungsträger ist Eigentümer des Betriebes und arbeitet so nur für den eigenen Profit. Wenige Betriebe haben mehr als ein bis Angestellte. Durch die Kleingliedrigkeit und die lokale Nähe im Ort sollte eine Zusammenarbeit zwischen den touristischen Leistungsträgern die Regel sein. Allerdings wurde in mindestens vier Gesprächen klar, dass die Zusammenarbeit nicht besonders gut funktioniert. Zwar gibt es seit der Eröffnung der Touristeninformation eine Verbesserung der Situation, aber es bleibt noch viel zu tun, um bessere Absprachen und eine gleichmäßigere Auslastung der Betriebe zu gewährleisten.

Während 47% der Leistungsträger (10/19) die Möglichkeit eines Einbringens bei regionalen Entscheidungen durchaus als gegeben ansehen und diese durch Teilnahme an der Jahreshauptversammlung des Fremdenverkehrsvereins wahrnehmen, beteiligen sich 21% der befragten Betriebe (4/19) nur sporadisch an der Jahreshauptversammlung des Fremdenverkehrsvereins, von denen die Hälfte außerdem keine Möglichkeit sieht, sich bei regionalen Entscheidungen einbringen zu können. 10% aller Leistungsträger (2/19) gaben an, dass die Zusammenarbeit mit dem Fremdenverkehrsverein recht schwierig ist.

Güstrow

Der Großteil der befragten Leistungsträger ist Mitglied im lokalen Fremdenverkehrsverein. Dieser wird von 81% der Befragten (13/16) auch als Hauptansprechpartner bei touristischen Angelegenheiten angesehen. Die beiden befragten Fahrradgeschäfte sehen keinen Sinn in einer Mitgliedschaft im Fremdenverkehrsverein. Die größeren Einrichtungen engagieren sich über die lokale Vereinsmitgliedschaft hinaus auch im Regionalverband Mecklenburgische Seenplatte.

Beachtenswert ist, dass auch in Güstrow 31% der befragten Unternehmen (5/16) eher sporadisch oder gar nicht an der Jahreshauptversammlung des Fremdenverkehrsvereins teilnehmen, weil der vom Verein gewählte Termin für die Versammlung nicht für alle Mitglieder attraktiv zu sein scheint. Zusätzlich wurden von 25% der normalerweise teilnehmenden Mitglieder (4/16) Zweifel an der Möglichkeit eines aktiven Einbringens an regionalen Entscheidungen geäußert. 37,5% der Mitglieder (6/16) gaben demgegenüber an, dass sie die Möglichkeit, sich bei regionalen Entscheidungen einzubringen, als gegeben sehen. Nur 31% der Mitglieder (5/16) waren über die Aktivitäten des Landestourismusverbands informiert.

Kooperationen im Ort

Auf Grund der langen Geschäftstätigkeit von vielen Betrieben sollte auf vorhandene Netzwerke unter den Unternehmern geschlossen werden können. Allerdings hat die Befragung gezeigt, dass es in beiden Regionen einige Einzelkämpfer gibt und dass das Potenzial einer Zusammenarbeit gerade in Sachen Marketing und Werbung noch nicht professionell ausgenutzt wird.

Fürstenberg

Eine herausragende Stellung in Sachen Netzwerk hat das Fahrradgeschäft in Fürstenberg. Als einziger Anbieter in der Region wird der Inhaber seit Übernahme des Geschäfts von allen touristischen Leistungsträgern als Hauptansprechpartner in Sachen Fahrrad genannt. Die nicht vertraglich fixierte Zusammenarbeit beruht insofern auf Gegenseitigkeit, dass der Inhaber des Fahrradgeschäfts im Gegenzug zur Vermittlung von Kunden Tag und Nacht seinen Service auch außer Haus anbietet.

Das jährliche An- und Abradeln wird in Zusammenarbeit mit dem Fremdenverkehrsverein, dem Radsportverein, dem Fahrradgeschäft und einem touristischen Leistungsträger organisiert. Kurz nach der Eröffnung des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen wurde zur offensiven Bewerbung des Radfernwegs zusätzlich mit dem Regionalverband Ruppiner Land für eine überregional angebotene Fahrradtour kooperiert.

Darüber hinaus gibt es keine formell fixierten Zusammenschlüsse von Leistungsträgern, um den Gästen ein gemeinsam entwickeltes, den Radfernweg betreffendes Produkt anzubieten. Eine Vermittlung von Gästen im Ort erfolgt neben dem Verweis auf die Touristeninformation individuell und spontan. Einige Leistungsträger vermitteln zu anderen in der Nähe gelegenen (vgl. Interview F-D,

09.10.2006), andere richten die jeweilige Empfehlung nach den Wünschen der Gäste. Allerdings ist eindeutig, dass die Fürstenberger Leistungsträger erkannt haben, wie wichtig eine Vermittlung ist, damit die Gäste im Ort bleiben und gegebenenfalls wiederkommen. Alle Gesprächspartner gaben an, dass sie alles in ihrer Macht Stehende versuchen, um die Gäste im Ort zu vermitteln.

Es ist auffällig, dass in Fürstenberg die durch die kleinräumige Struktur entstehende Familiarität eine relativ starke Cliqueswirtschaft nach sich zieht. Offensichtlich gibt es hier einen Zusammenhang der

„Wenn ich etwas mache, dann erstmal selbst. Das ist leider so in diesem Kleinstädtchen.“
(Interview F-N, 26.09.2006)

Herkunft, denn von 36% der nicht gebürtigen Fürstenberger (7/19) gaben immerhin 28% (2/7) an, dass eine Zusammenarbeit mit den Fürstenbergern schwierig bis unmöglich ist. Trotz wiederholter Initiativen stießen die Ideen bei den anderen Leistungsträgern und gegebenenfalls auch beim Tourismusverein auf Ablehnung. Interessant dabei ist, dass eine Integration der Nichtfürstenberger durch ein Engagement im Fremdenverkehrsverein offensichtlich verbessert werden kann, denn 51% der im Verein aktiven Auswärtigen fühlen sich gut im Ort integriert. Die Gründe für die schwierige Zusammenarbeit konnten im Rahmen dieser Arbeit nicht herausgefunden werden.

Trotzdem findet sich unter den touristischen Leistungsträgern in Fürstenberg eine relativ große Motivation zu einem Zusammenschluss mit anderen Unternehmen. 31% der befragten Leistungsträger (6/19) geben uneingeschränkt Motivation bekannt, weitere 26% (5/19) haben zwar Motivation, sehen aber keine Möglichkeit in Eigeninitiative das Netzwerk zu initiieren. Insgesamt wären also 57% der Befragten zu einem Zusammenschluss mit anderen zu motivieren, wenn Verlässlichkeit, Gegenseitigkeit und eine längerfristige Verpflichtung hinter einem möglichen Projekt stünden. Nur 21% der touristischen Leistungsträger (4/19) meinen, dass ihr Betrieb zu klein ist, und sehen dadurch keine Kapazität, an einer Kooperation mitzuwirken. Ein befragter Leistungsträger hat grundsätzlich keine Motivation.

Güstrow

In Güstrow haben alle touristischen Leistungsträger irgendwelche informellen Kontakte zu anderen Leistungsträgern. Oft bestehen diese Zusammenschlüsse durch jahrelang gewachsenes Vertrauen und beruhen auf Gegenseitigkeit. Grundsätzlich gibt es von 31% der Unternehmen (5/16) Motivation, gemeinsam mit anderen Betrieben neue touristische Produkte zu entwickeln. Weitere 12,5% der Leistungsträger (2/16) wären zu einer Zusammenarbeit dann bereit, wenn beide Seiten daraus profitieren könnten. Interessanter Weise ist trotz des großen Zuspruchs für eine Kooperation niemand bereit, die Initiative selber zu ergreifen. Für

die Erfüllung der Aufgabe einer Vernetzung wurde mehrmals auf den Fremdenverkehrsverein verwiesen, der sich allerdings durch begrenzte Mitarbeiterzahlen selber nicht in der Lage für eine Initialisierung sieht.

Auch in Güstrow scheint es Diskrepanzen zwischen Einheimischen und Zugezogenen zu geben. Ein wesentlicher Aspekt, der auffällig ins Auge sticht, ist, dass die großen touristischen Leistungsträger von Personen aus den alten Bundesländern aufgebaut wurden und geführt werden. Offensichtlich bietet der Erfolg (vor allem von Seiten der Einheimischen) Kapazität für Konkurrenzgedanken, denn eine Vermittlung von Gästen bei Überbuchung zu den großen Häusern und auch in umgekehrte Richtung wurde in keinem Gespräch explizit genannt. Die kleinen Einrichtungen vermitteln unter sich, während die großen Hotels sich gegenseitig die Gäste übermitteln. Darüber hinaus gaben 12,5% der Gesprächspartner (2/16) an, dass eine Zusammenarbeit mit den großen Hotels schwierig ist.

In Güstrow besteht ein Überangebot an Fahrradgeschäften, die zusätzlich mit der Konkurrenz der Billigfahrräder im Supermarkt zu kämpfen haben (vgl. Interview G-O, 11.10.2006). Oftmals rentierte sich eine Fahrradvermietung für Tagesgäste nicht mehr, da die sehr kosten- und personalintensive Wartung der Fahrräder neben dem Tagesgeschäft nicht rentabel ist. Die interviewten Fahrradgeschäfte pflegen keine aktive Kooperation mit touristischen Leistungsträgern. Trotzdem gibt es einige inoffizielle Kooperationen, die auf Grund von persönlichem Kontakt unter den Eigentümern oder der räumlichen Nähe zu Stande kommen.

Potenzial überregionale Vernetzung

Wie aus den Kapiteln 2 und 3.5 zu erkennen, ist eine Vernetzung von touristischen Leistungsträgern auch über regionale (Landes-)Grenzen hinaus durchaus attraktiv. Leistungsträger, die dieses Potenzial erkannt haben, können aktiv an einer überregionalen Vernetzung arbeiten. Trotzdem ist auffällig, dass in beiden Untersuchungsorten eigentlich kaum aktive überregionale Vernetzung stattfindet. Es soll darauf hingewiesen werden, dass eine stetige Kooperation einen logistischen Aufwand nach sich zieht, den vor allem kleinere Betriebe meist nicht ohne weiteres aufbringen können.

Fürstenberg

Die räumliche Zuordnung zu einem Regionalverband von Fürstenberg fällt schwer. Die Stadt gehört politisch zum Landkreis Oberhavel und somit zum Land Brandenburg. Das touristische Potenzial hingegen stellt die Kleinseenplatte dar, die

geographisch zur Mecklenburgischen Seenplatte gezählt werden kann. Laut Aussage eines lokalen Reiseveranstalters kommt der Großteil der Gäste wegen der Kleinseenplatte nach Fürstenberg: „Der Gast, der nach Fürstenberg kommt, sieht den mittleren Teil von Oberhavel nicht als sein Reisegebiet an. Das meiste, was nach Fürstenberg kommt, orientiert sich in die Kleinseenplatte hinein. 85% aller gemieteten Boote fahren nach Mecklenburg“ (Interview F-S, 05.10.2006). Eine überregionale Vernetzung über die Landesgrenzen hinaus wäre zu erwarten, scheint aber schwer realisierbar.

Insgesamt sehen 36% der touristischen Leistungsträger (7/19) ein Potenzial in einer überregionalen Vernetzung. Eigeninitiative könnten 57% der Unternehmen (4/7) aufbringen. 26% der Anbieter (5/19) meinen, dass kein Potenzial in einer überregionalen Vernetzung bestehe. Die Vernetzung sei Aufgabe der Touristeninformation und sie würde sich von selbst entwickeln, wenn wirklich Bedarf bestünde. Ein Unternehmen meinte, dass es für eine überregionale Vernetzung in Fürstenberg noch zu früh sei (vgl. Interview F-A, 25.09.2006).

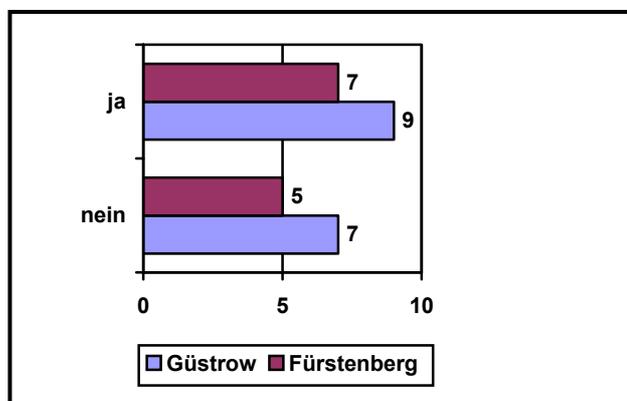


Abbildung 14 Potenzial einer überregionalen Vernetzung
(Quelle: eigene Darstellung)

Güstrow

Insgesamt gaben in Güstrow 56% der befragten Unternehmen (9/16) an, ein großes Potenzial in einer überregionalen Vernetzung von Leistungsträgern zu sehen. Überhaupt schien der größte Teil der Befragten an einer Zusammenarbeit auch über Regionsgrenzen hinaus durchaus Interesse zu haben. Gegen das Potenzial einer überregionalen Vernetzung sprachen sich einige kleinere Betriebe aus, denen vor allem in der Hauptsaison die Zeit und Mitarbeiterkapazität fehlen, neben dem Tagesgeschäft den logistischen Aufwand einer Vernetzung zu bewältigen.

Kooperationen entlang des Radfernweges

Viele der nicht vorbuchenden Radfahrer können morgens nicht einschätzen, wie viele Kilometer pro Tag gefahren werden. Für Radfahrer auf Radfernwegen stellt die Information, welche Sehenswürdigkeiten bzw. gastronomischen Einrichtungen und Beherbergungsbetriebe entlang des Weges zu finden sind, daher eine wichtige Zusatzleistung dar. Die Bereitstellung von solchen Informationen kann über einen

formalen Zusammenschluss von Betrieben professionalisiert werden. Außer den Jugendherbergen, die vornehmlich innerhalb der verbandseigenen Häuser vermitteln, unterhält kein Gesprächspartner aktive Kontakte zu touristischen Leistungsträgern entlang des Radfernwegs. Trotzdem wird bei Nachfrage von Kundenseite spontan über Internet oder Telefon bei den örtlichen Tourismusbüros eine Unterkunft gesucht (insgesamt 28% der Leistungsträger (10/35) bieten diesen Service an). Nur ein Betrieb bietet den Service einer Reservation entlang des Weges explizit an - allerdings ebenfalls ohne direkte Kooperationen mit anderen Unternehmen zu pflegen (vgl. Interview G-G, 12.10.2006). Als Begründung der fehlenden institutionalisierten Zusammenarbeit wurde mehrfach angegeben, dass der eigene Betrieb zu klein sei, keine Kapazität für dieses Engagement bestünde und man nicht in Konkurrenz von professionell arbeitenden Reiseveranstaltern treten wolle, die für einige Häuser in der Region die übergeordnete Vernetzung bereits übernehmen (vgl. Interview G-G, 12.10.2006). Vor allem kleineren Unternehmen entgeht die Chance, durch eine überregionale Vernetzung die Auslastungszahlen zu verbessern. Für größere Häuser würde so ein Service einen Zusatz darstellen, der häufig über das Angebot von Pauschalen bereits ausgereizt ist.

Kooperation mit Radreiseveranstaltern

Wie in Kapitel 3.2.3 bereits erwähnt, gibt es eine große Vielzahl von Radreiseveranstaltern, die sich auf die Zielgruppe Radfahrer spezialisiert haben. In beiden Untersuchungsorten gibt es Kooperationen mit Reiseveranstaltern.

Fürstenberg

Durch die Größe von Fürstenberg und die begrenzte Kapazität, Gruppen unterzubringen, arbeiten in Fürstenberg bisher nur 15% der Unternehmen (3/19) mit einem Radreiseveranstalter zusammen. Für weitere 15% (3/19) wäre eine Kooperation durchaus vorstellbar. 52% (10/19) haben keine Kooperation. Bei den bestehenden Kooperationen handelt es sich um zwei überregional tätige Reiseveranstalter: ‚Die Mecklenburger Radtour‘ und NAToURs Reisen. Letzterer hat nicht nur Radreisen in seinem Angebot.

Der lokale Anbieter von Kanutouren Nordlicht wurde nicht als Kooperationspartner von den touristischen Leistungsträgern genannt, obwohl das Unternehmen seit vielen Jahren erfolgreich Gäste in die Region bringt und auch für Einheimische Angebote bereithält.

Güstrow

Wie aus Abbildung 15 ersichtlich, arbeiten von allen Befragten 37,5% mit einem Radreiseveranstalter zusammen (6/16). Dagegen haben 50% der Befragten keine Kooperation mit einem Radreiseveranstalter (8/16). Vor allem der lokale Anbieter von Rad- und Kanutouren ‚Wanderer‘ profitiert von einer Zusammenarbeit und konnte in den letzten Jahren ein ständiges Wachstum der Nachfrage verzeichnen. Des Weiteren haben auch überregional und international agierende Radreiseveranstalter wie ‚Die Mecklenburger Radtour‘ und ‚Rotalis‘ Kontakte mit Betrieben in der Region.

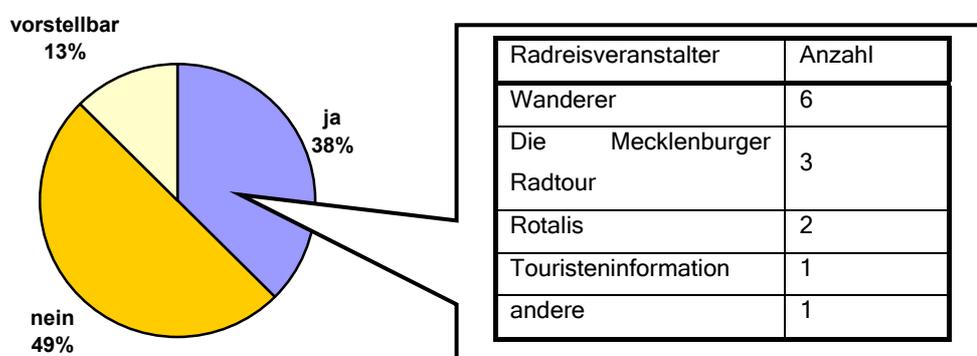


Tabelle 5 Zusammenarbeit mit einem Radreiseveranstalter in Güstrow (Quelle: eigene Darstellung)

Abbildung 15 Zusammenarbeit mit einem Radreiseveranstalter in Güstrow (Quelle: eigene Darstellung)

Pauschalangebote

Über das Basisangebot hinausgehend ist auch für kleine touristische Leistungsträger die Entwicklung von Pauschalangeboten ein lukrativer Zusatz.

„Die Sicherheit, nicht alles selber planen zu müssen und bei Müdigkeit in den Bus umsteigen zu können, ist für viele ältere Herrschaften sehr wichtig.“
Interview G-G, 12.10.2006

In diesen Angeboten werden mindestens zwei Leistungen kombiniert und für einen Gesamtpreis angeboten, aus dem die Einzelpreise nicht mehr erkennbar sind. Für einen Radreiseveranstalter entspricht die Entwicklung einer Pauschale einem Kernprodukt. Aber Radreiseveranstalter arbeiten bisher eher sporadisch mit kleineren Betrieben zusammen. Somit wären die kleineren Betriebe bei der Entwicklung auf sich selbst gestellt.

Fürstenberg

In Fürstenberg bieten derzeit nur 16% der touristischen Leistungsträger (3/19) Pauschalen an. Für weitere 21% der Unternehmen (4/19) wäre eine Entwicklung vorstellbar. 42% der Gesprächspartner (8/19) meinen hingegen, keine Kapazität für

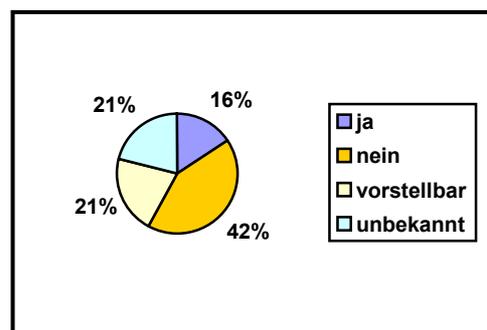


Abbildung 16 Angebot von Pauschalen
(Quelle: eigene Darstellung)

Pauschalen zu haben. Als grundlegendes Hemmnis wird immer wieder genannt, dass

die Betriebe zu klein seien. Ein Unternehmen gab an, dass Pauschalen für Radfahrer unnütz wären, da diese gerne ohne Vorbuchung spontan und unabhängig durch die Lande fahren (vgl. Interview F-D, 09.10.2006), was auch in der Literaturrecherche durch die Annahme von Pauschalangeboten dargelegt werden konnte (vgl. Abschnitt 3.2.3).

Das Thema einer Pauschalentwicklung wurde auf der Jahreshauptversammlung des Fremdenverkehrsvereins aufgegriffen, da die Entwicklung von Pauschalen die Kapazität des Einzelnen übersteigt. Allerdings sieht sich auch der Fremdenverkehrsverein auf Grund begrenzter Mitarbeiterkapazitäten derzeit nicht zu einer Entwicklung von Pauschalen in der Lage. Im Jahr 2007 wird ein erneuter Versuch gestartet. Nicht vorhandene Pauschalen werden durch die engen Kontakte zwischen den Leistungsträgern weitestgehend ausgeglichen. Bei einer konkreten Nachfrage von Kundenseite werden die bekannten Kontakte zur Vermittlung genutzt.

Güstrow

In Güstrow entwickelt die Touristeninformation in Kooperation mit den Mitgliedern des Fremdenverkehrsvereins Pauschalen, bewirbt und verkauft diese. Kleinere Häuser sind offensichtlich von diesen Angeboten bisher ausgeschlossen, denn nur drei Unternehmensebetriebe vertreiben ihre Pauschalen über die Information; sie haben die Entwicklung von Pauschalangeboten als gewinnbringend erkannt. Bei diesen Betrieben handelt es sich um die größten touristischen Einrichtungen im Ort, die durch entsprechende Mitarbeiterzahlen genügend Kapazitäten für eine Angebotsentwicklung haben. Die Pauschalen werden von diesen Betrieben auch losgelöst von der Touristeninformation vertrieben. Ein Betrieb spezialisiert das Angebot gerade in Anpassung an die veränderten Reisegewohnheiten auf Kurztrips. Desweiteren werden auch Fahrradpauschalen angeboten, um zu

überprüfen, ob es in diesem Marktsegment Potenzial für eine Kundenakquise gibt (vgl. Interview G-F, 14.10.2006).

Für eine gute Stimmung in der Region bedarf es bei der Entwicklung von Pauschalen eines Überdenkens der Konzentration auf einige wenige Betriebe. Es fehlt eine ausgewogene Bedienung von Seiten der Touristeninformation, dessen Aufgabe die Einbindung aller Vereinsmitglieder im Ort sein sollte.

Übergeordnete Organisation für die Vermarktung des Radfernwegs

Wie in Abschnitt 3.5.3 beschrieben, gibt es durchaus die Möglichkeit, die Vermarktung eines Radfernwegs einer übergeordneten Organisation zu übertragen. Gerade in ländlichen Regionen bietet es sich an, eine übergeordnete Organisation zu initiieren, die über das Radfahrangebot hinaus auch zur Vermarktung von weiteren Angeboten dienen kann.

Für die Vermarktung des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen sind bisher das Reisegebiet Ruppiner Land, der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern sowie der dänische

„Die eigenen Ressourcen sind begrenzt, Ideen und Motivation werden wachsen, wenn die Vermarktungsbrücke zur Zielgruppe durch eine Überorganisation geschlossen werden kann.“
(Interview F-K, 25.09.2006)

Tourismusverband Østdansk Turisme verantwortlich. Die Zusammenarbeit funktioniert auf Grund der vielfältigen Aufgaben der Verbände mäßig: Insgesamt gibt es keinen konkreten Ansprechpartner für Verbesserungsvorschläge von Kunden- und Unternehmensseite. Die kostenfreien Broschüren sind seit Mitte 2006 vergriffen. Im Moment gibt es neben dem Internet kein kostenfreies Informationsmaterial für den Radfernweg (vgl. Interview F-Q, 25.09.2006). Für die Überarbeitung der Internetseite ist derzeit kein Ansprechpartner zugewiesen, so dass mitunter Unterkünfte gelistet sind, die nicht mehr existieren. Die Internetseite gibt einen guten Überblick über die Streckenführung, stellt aber nur ein mittelmäßiges Werbemedium für Beherbergungsbetriebe dar.

Fürstenberg

Vermutlich auf Grund der kleingliedrigen Strukturen in Fürstenberg bewerteten 37% der befragten Leistungsträger (7/19) eine übergeordnete Organisation als sinnvoll. Benötigt wird laut Aussage der Befragten eine langfristig und kontinuierlich

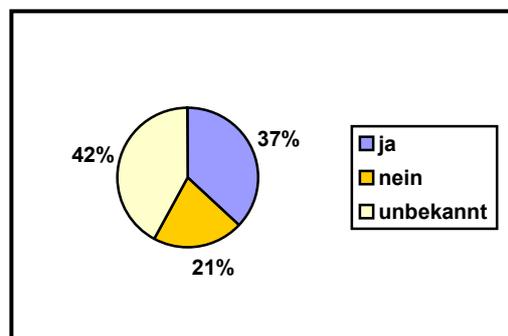


Abbildung 17 Übergeordnete Koordinierungsstelle Fürstenberg
(Quelle: eigene Darstellung)

arbeitende Koordinierungsstelle, die als Ansprechpartner und ausführende Organisation arbeitet. In der Region von Fürstenberg gibt es viele Ideen für zusätzliche Angebote, die den Radfernweg attraktiver machen könnten, aber die Kapazitäten sind gerade in der Hochsaison völlig erschöpft.

21% der touristischen Leistungsträger (4/19) sehen hingegen keinen Zugewinn in einer übergeordneten Organisation. Menschen vor Ort können ihrer Meinung nach die Vermarktung des lokalen Potenzials besser koordinieren. Außerdem wurde die Befürchtung geäußert, dass kleine Unternehmen durch eine Überorganisation kaputt gemacht würden. Die Vermarktung des gesamten Angebots entlang des Radfernwegs, der im Gegensatz zu einem flussbegleitenden Radfernweg keine vorgeschriebene „richtige“ Route hat, sei für eine Organisation, die nicht in der Region ansässig ist, nicht leistbar (vgl. Interview F-S, 05.10.2006).

Güstrow

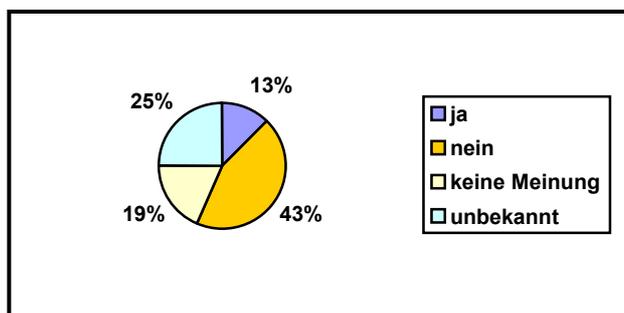


Abbildung 18 Übergeordnete Organisation Güstrow
(Quelle: eigene Darstellung)

In Güstrow wurde die Frage, ob für die Vermarktung des Radfernwegs eine übergeordnete unabhängige Organisation, die als Hauptansprechpartner fungiert, nötig sei, von 43% der Befragten überwiegend verneint (6/16), von denen 33% vor allem die Finanzierung einer solchen

Organisation in Frage stellten. Des Weiteren wurden auch hier Bedenken geäußert, dass eine ähnliche Organisation kleinräumige Strukturen zerstören würde. Nur 13% der touristischen Leistungsträger (2/16) sahen in so einer Überorganisation einen Vorteil.

Mitgliedschaft Fahrradnetzwerk

Die Mitgliedschaft in einem für die Zielgruppe Radfahrer initiierten Netzwerk verdeutlicht die Bereitschaft, sich der Zielgruppe zu öffnen. Wie aus Abschnitt 3.5.2 ersichtlich ist die Zertifizierung mit dem ‚Bett & Bike‘-Label ein eindeutiger Hinweis darauf, dass ein Leistungsträger das Potenzial der Zielgruppe Radfahrer erkannt hat. Allerdings ist das ‚Bett & Bike‘-Netz vor allem in Ostdeutschland noch nicht besonders engmaschig vertreten. Dies spiegelt sich auch in der Anzahl der ‚Bett & Bike‘- Betriebe in den zwei Befragungsorten wider.

Fürstenberg

Im Postleitzahlenbereich 16798 gibt es laut Auskunft unter www.bettundbike.de insgesamt sechs Einträge, von denen allerdings nur eine Unterkunft als Gesprächspartner mit Sitz in Fürstenberg/Havel Stadt ausgewählt wurde. Insgesamt war das Netzwerk bei 16% der befragten Leistungsträger (3/19) ein Begriff, weitere 26% (5/19) kannten das Produkt nur vom Namen.

In Oberhavel existiert darüber hinaus der in Abschnitt 3.5.4 genannte Radwanderpass, in dem zwei Fürstenberger Leistungsträger verzeichnet sind. Nur bei weiteren 11% (2/19) war der Pass bekannt, während 26% (5/19) noch nie davon gehört hatten. Laut Auskunft der teilnehmenden Touristeninformation wird der Radwanderpass durchschnittlich häufig gebraucht (vgl. Interview F-Q, 25.09.2006).

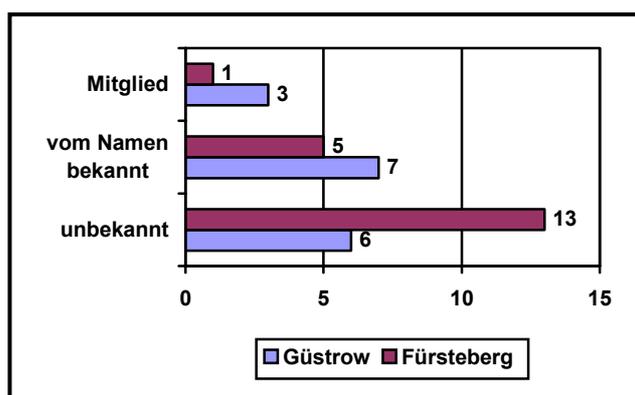


Abbildung 19 Bekanntheit ‚Bett & Bike‘
(Quelle: eigene Darstellung)

Güstrow

In Güstrow haben nur 19% der Einrichtungen (3/16) die Zertifizierung ‚Bett & Bike‘, von denen zwei an der Befragung teilnahmen. Weitere 44% der Betriebe (7/16) kennen das Gütesiegel ‚Bett & Bike‘ vom Hörensagen. Ein Leistungsträger ist zusätzlich Mitglied beim Förderkreis der norddeutschen Fernradwege (FDNF). Diese Vereinigung hat es sich ebenso wie ‚Bett & Bike‘ zum Ziel gesetzt, durch eine bundesweite Auszeichnung von Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben, die besonders radfahrerfreundlich sind, mehr Transparenz zu schaffen.

Für Zusammenarbeit nicht geeignet

Insgesamt scheint in beiden Untersuchungsorten relativ große Einigkeit unter den touristischen Leistungsträgern. In Fürstenberg meinten insgesamt 73% der Befragten (14/19), dass alle Unternehmen für eine Zusammenarbeit geeignet seien. Nur 16% (3/19) gaben an, dass eine Zusammenarbeit schwierig wäre. Laut Auskunft des Fremdenverkehrsvereins mussten einige Leistungsträger erst von der Sinnhaftigkeit einer Zusammenarbeit überzeugt werden. In Güstrow bietet sich ein ähnliches Bild. 69% der Befragten (11/16) antworteten auf die Frage, ob es nach Meinung der Gesprächspartner in der Region Unternehmen/Organisationen gibt, die

für eine Zusammenarbeit nicht geeignet sind, mit nein. 19% der Betriebe gaben jedoch an, dass vor allem die Zusammenarbeit unter den Gastronomen (2/16) aber auch mit den größeren Hotels (1/16) schwierig ist.

Zusätzliche Kooperationen

Im Tourismus gibt es eine Vielzahl von Möglichkeiten, wie touristische Leistungsträger gemeinsam Synergien erzeugen können, um das Angebot für den Kunden transparenter zu gestalten. In Fürstenberg wurde der Versuch einer Marketingkooperation zwischen angrenzenden Fremdenverkehrsvereinen realisiert (vgl. Abschnitt 4.2.2.1). In Güstrow gibt es einen von Leistungsträgern initiierten Messeausschuss. Seit ca. drei Jahren existiert dieser Messeausschuss, der die finanziellen Kosten von gemeinsamen Messeauftritten auch durch eine Aufteilung des personellen Aufwands auf mehreren Schultern verteilt. Initiiert wurde dieser Ausschuss von den Geschäftsführern der zwei größten touristischen Leistungsträger in Güstrow, um mehr Schwung in die Region zu bringen (vgl. Interview G-J, 10.10.2006). Es handelt sich dabei um einen Zusammenschluss von lokalen touristischen Leistungsträgern, die erkannt haben, dass man durch einen gemeinsamen Außenauftritt Ressourcen schonen und Kräfte bündeln kann. Der Ausschuss wurde unabhängig vom Fremdenverkehrsverein ins Leben gerufen, weil dieser keine (finanzielle und personelle) Kapazität für eine Initialisierung sah und außerdem die vom Ausschuss in Anspruch genommene Förderung des Landes nicht hätte beantragen können. Für die gemeinsamen Messeauftritte wurde ein Messestand angeschafft. Die Leistungsträger bezahlen einen der Unternehmensgröße angepassten Beitrag und erwerben damit das Recht, Informationsmaterialien auf dem Stand auszulegen. Außerdem wird der Stand auf Messen im Wechsel von unterschiedlichen Personen betreut, die dann immer geschlossen als Stadt Güstrow auftreten (vgl. Interview G-D, 11.10.2006).

5.4 Einstellung gegenüber Netzwerken

Der folgende Abschnitt stellt die Auswertung des Fragebogens in den Mittelpunkt: Der Fragebogen (vgl. Anlage 2) diente als Abfrage der Einstellung der Leistungsträger gegenüber Netzwerken. Sie wurden aufgefordert, die vorgegebenen Aussagen mit den Antwortkategorien 1-4 („stimme voll und ganz zu“ bis „stimme überhaupt nicht zu“) zu bewerten. Die insgesamt neun Aussagen überprüfen drei Faktoren:

- Aussagen 1, 3, 8, 9: Haben die Leistungsträger die notwendige Einstellung, die für eine Zusammenarbeit im Netzwerk vorausgesetzt wird (**Voraussetzung**)?
- Aussagen 2, 4, 7: Wie schätzen die Leistungsträger die Auswirkungen eines potentiellen Einbringens in einem Netzwerk ein (**Bedenken**)?
- Aussagen 5, 6: Welche Erkenntnisse haben die Leistungsträger über die Voraussetzungen einer künftigen Zusammenarbeit (**Zukunft**)?

Der Fragebogen wurde den Leistungsträgern wenn möglich vor dem Gespräch zur Verfügung gestellt. Nicht alle Befragten haben den Fragebogen beantwortet. In Fürstenberg stehen für die Auswertung 16 von 19 möglichen Fragebogen (84%) zur Verfügung, in Güstrow sind es 13 von 16 möglichen (81%).

Fürstenberg

Voraussetzung: In Fürstenberg gibt es bezüglich den Voraussetzungen für ein Netzwerk ein einheitliches Bild. 81% der befragten Leistungsträger (13/16) erkennen, dass ein Unternehmen, das von anderen dazulernt, im gleichen Maße bereit sein muss, Wissen und Erfahrungen an Partnerunternehmen abzugeben. Nur 13% meinen, dass man erlangtes Wissen nicht durch Gegenseitigkeit honorieren muss. 88% der Leistungsträger (14/16) sehen in Fürstenberg die Möglichkeit eines ehrlichen Informationsaustauschs. Für 81% (13/16) ist ein starkes Zusammengehörigkeitsgefühl für das Funktionieren einer engen Zusammenarbeit erforderlich. Außerdem meinen 56% der Leistungsträger (9/16), dass durch eine enge Zusammenarbeit Rivalitäten überwunden werden könnten, während 13% dieser Aussage sehr skeptisch gegenüber stehen.

Bedenken: Wie im Abschnitt 2.3.3 bereits erwähnt, stellt Vertrauen ein nicht zu unterschätzendes Gut bei der Netzwerkbildung dar. Ein Austausch mit anderen Leistungsträgern der Region wird daher durch Bedenken der Leistungsträger beeinflusst. In Fürstenberg meint die Hälfte der Leistungsträger (8/16), dass eine enge Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen der Region die Gefahr birgt, einseitig Wissen abzugeben, während die Partner sich bedeckt halten. Allerdings meinen 25% der Befragten (4/16), dass diese Gefahr nicht vorhanden sei, was auf ein bereits vorhandenes und potentiell ausbaubares Vertrauen in der Region schließen lässt. Die Gefahr, dass der eigene Einsatz größer als der Nutzen ist, sehen 44% der Leistungsträger (7/16), während der gleichen Anzahl dies nicht negativ auffällt. Interessant ist, dass trotz der Größe der Unternehmen in Fürstenberg mit 63% der größte Teil der Leistungsträger (10/16) nicht das Gefühl hat, dass eine enge Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen oder sonstige gemeinsame Initiativen Zeit koste, die eigentlich für die Gäste/Kunden benötigt wird.

Dies steht entgegen der häufig genannten Aussage, dass für Kooperation keine Kapazität vorhanden ist.

Zukunft: Der Wunsch nach einer Zusammenarbeit spiegelt sich zu einem gewissen Grad auch darin wider, dass 75% der Befragten (12/16) es immer schwieriger finden, Werbe- und Vertriebsmaßnahmen ohne Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen zu finanzieren. Außerdem meinen 63% der Leistungsträger (10/16), dass Innovationsideen in der Tourismusregion zukünftig eher von Verbänden zusammenarbeitender Unternehmen als von Einzelkämpfern ausgehen werden. Allerdings sehen 25% diesen Trend nicht.

Die Auswertung des Fragebogens für Fürstenberg ergibt eine sehr positive Einstellung der Leistungsträger gegenüber Netzwerken. Zwar gibt es einzelne Gegenstimmen, aber grundsätzlich ist eine förderliche Grundstimmung zu erkennen.

Güstrow

Voraussetzung: Auch in Güstrow hat der überwiegende Anteil der Leistungsträger die notwendige Einstellung, um in einem Netzwerk aktiv mitzuwirken. So erkennen 92% der befragten Leistungsträger (12/13), dass ein Unternehmen, das von anderen dazulernt, in gleichem Maße bereit sein muss, Wissen und Erfahrungen an Partnerunternehmen abzugeben. Außerdem schätzen 76% (10/13) die Mitunternehmer der Region so ein, dass ein schneller ehrlicher Informationsaustausch möglich ist. Ein starkes Zusammengehörigkeitsgefühl bewerten 76% (10/13) als wichtige Voraussetzung, für das Funktionieren einer engen Zusammenarbeit. Darüber hinaus meinen 61% der Leistungsträger (8/13), dass bei einer engen Zusammenarbeit Rivalitäten überwunden werden können, während 23% der Befragten die Rivalitäten auf Grund von fehlender Kommunikation als unüberwindbar ansehen (3/13).

Bedenken: Der positiven Einstellung zu den Voraussetzungen stehen Bedenken der einzelnen Leistungsträger gegenüber, die einen Einsatz in einem Netzwerk beeinflussen können. 61% der Leistungsträger (8/13) sehen die Gefahr, dass sie ihr Wissen abgeben, während sich die Partner bedeckt halten. Auch in Güstrow meinen 31%, dass sie ihr Wissen nicht teilen müssen, wenn andere Unternehmen das tun. Ebenfalls 61% der Befragten (8/13) gaben an, dass sie befürchten ihr Einsatz könnte größer als der daraus resultierende Nutzen sein. Allerdings wären 38% (5/13) trotzdem bereit, sich für eine Vernetzung der Region einzusetzen. Des Weiteren investieren 69% der Leistungsträger ihre Zeit lieber in die Gäste als in eine Zusammenarbeit, was sich auch an der Teilnahme bei der

Jahreshauptversammlung des Fremdenverkehrsvereins widerspiegelt. Hier wird deutlich, dass die Skepsis gegenüber Netzwerken weiterhin recht hoch ist.

Zukunft: Trotzdem haben einige Leistungsträger erkannt, dass ein Zusammenwirken zum Beispiel auf der Ebene des Marketings für den eigenen Betrieb förderlich sein kann. So meinen 69% der Befragten (9/13), dass es immer schwieriger wird, Werbe- und Vertriebsmaßnahmen ohne Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen zu finanzieren. Lediglich gegenüber der Aussage, dass Innovationsideen zukünftig eher von Verbänden zusammenarbeitender Unternehmen als von Einzelkämpferunternehmen ausgehen werden, sind nur 46% der Befragten (6/13) positiv eingestellt, während 38% (5/13) meinen, dass auch Einzelunternehmen Innovationsideen einbringen werden.

In Güstrow sind die Rivalitäten der Leistungsträger in einigen Aspekten spürbar. So werden von einem Großteil der Befragten Bedenken gegenüber einer Netzwerkzusammenarbeit geäußert, die auf fehlendem Vertrauen zu den anderen Leistungsträgern beruhen. Darüber hinaus ist aber doch erkennbar, dass die Vorteile einer Zusammenarbeit in den Köpfen der Leistungsträger angekommen sind und nun einer Plattform für die Weiterentwicklung bedürfen.

5.5 Zusammenführung Befragung & Fragebogen

Wie in Abschnitt 4.2.2 bereits erwähnt, sind die Untersuchungsorte grundsätzlich sehr unterschiedlich. Die Herangehensweise und die Möglichkeiten sind stark an die Kapazitäten vor Ort gebunden. Jeder Ort hat auf Grund der vorgegebenen Voraussetzungen andere Lösungsansätze und -potenziale, was das Entstehen beziehungsweise das Vorhandensein von Netzwerken anbetrifft.

Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass es von den zwei Untersuchungsorten ausgehend keine aktiven Vernetzungstendenzen der touristischen Leistungsträger gibt, die den Radfernweg Berlin-Kopenhagen im Besonderen betreffen. Allerdings gibt es informelle Kooperationen, die historisch gewachsen sind, sowie einen durch die Arbeit der Fremdenverkehrsvereine wachsenden Zusammenhalt. Die Vernetzung ist mitunter die Aufgabe der Fremdenverkehrsvereine. Natürlich sind sie bei der Entwicklung von Netzwerken maßgeblich auf die Kooperation der touristischen Leistungsträger in der Region angewiesen. Information und Kommunikation stellen hierbei nicht zu unterschätzende Güter dar. Außerdem wurden vor allem im Rahmen der Verbesserung der Vermarktung in Fürstenberg zwischen angrenzenden Fremdenverkehrsvereinen eine Messekooperation und in Güstrow durch die touristischen Leistungsträger ein Messeausschuss initiiert. Beide

Zusammenschlüsse haben die Außenwerbung auf Messen als Schwerpunkt, sind aber bisher nicht mit der Entwicklung von Angeboten und Pauschalen betraut.

Demgegenüber stehen die Auswertungen des Fragebogens, die aufzeigen, dass 45% der Leistungsträger (16/35) ein großes Potenzial in einer überregionalen Vernetzung sehen und insgesamt große Motivation kommunizieren, mehr Zusammenarbeit zwischen den Leistungsträgern zu veranlassen. Auch hier zeigen sich Unterschiede: In Fürstenberg haben die Leistungsträger offensichtlich erkannt, dass eine Zusammenarbeit notwendig wird. Immerhin 63% der Befragten gaben an, dass in gemeinsame Initiativen investierte Zeit keine verlorene Zeit ist. Außerdem ist merklich spürbar, dass der Wunsch nach Zusammenarbeit durch eine positive Einstellung fast aller Leistungsträger untermauert wird. Allerdings wird das Erfolgspotenzial durch recht starke familiäre Bande und Cliquenwirtschaft der einheimischen Leistungsträger gebremst. In Abschnitt 2.3.2 wurde bereits darauf hingewiesen, dass ‚strong-ties‘-Verbindungen das Eindringen neuer Ideen und dadurch regionale und gesamtwirtschaftliche Innovations- und Modernisierungsprozesse behindern (vgl. GENOSKO 1999, S. 33).

Andererseits fehlt in Güstrow weiterhin das Vertrauen, dass eine Vernetzung wirklich für jeden von Vorteil sein kann. Rivalitäten behindern eine kontinuierliche Zusammenarbeit. In Güstrow gibt es stärker noch als in Fürstenberg die Tendenz zum Einzelkämpferdasein. Vor allem gibt es eine große Diskrepanz zwischen den großen und den eher kleineren touristischen Leistungsträgern. Das Nichtmitgliedsein der Stadt und des Landkreises im Landestourismusverband kann hierbei mit Sicherheit auch Einfluss auf das Gesamtbild und die vorhandenen Strukturen nehmen. Die Kommunikation und der Informationsfluss sind durch diese Voraussetzungen gestört.

Die Aufgabe des Fremdenverkehrsvereins, die Leistungsträger zu vereinen, wird insofern untergraben, dass die Mitglieder die Jahreshauptversammlung nicht als Sprachrohr ansehen. Daran wird zusätzlich deutlich, dass Vereinsstrukturen in Ostdeutschland nicht geschichtlich gewachsen sind, sondern sich erst seit der Wiedervereinigung entwickeln. Es bedarf viel Überzeugungsarbeit und Motivationsmaßnahmen, um den Leistungsträgern eine aktive Rolle für Projekte im Ort übertragen zu können. Umso wichtiger ist es, dass der Fremdenverkehrsverein eine offene und liberale Struktur aufweist, die nicht durch viele bürokratische Hürden abschreckt.

Die fehlende Motivation der Mitglieder kann von Seiten des Fremdenverkehrsvereins nur durch die bei den Leistungsträgern wachsende Überzeugung aktiviert werden, dass die Initiativen und Ideen des Vereins gut sind

und auch verwirklicht werden. In Güstrow hat dies durch die vielen vom Verein organisierten Events im Jahr 2006 und die folgende Zufriedenheit durch eine bessere Auslastung der Leistungsträger begonnen. Leider fehlen den Vereinen jedoch die finanziellen und personellen Kapazitäten, um langfristig und kontinuierlich Angebote zu entwickeln, die alle Leistungsträger gleichberechtigt einbeziehen. Vor allem in den Bereichen, in denen Kapazitäten bei den Leistungsträgern fehlen, wird Potenzial durch eine Vernetzung der Leistungsträger erwartet.

6 Zusammenfassung & Handlungsempfehlungen

Nach der Auswertung der Ergebnisse wird nun ein Fazit gezogen sowie auf der Basis der vorgestellten theoretischen Grundlagen Handlungsempfehlungen ausgesprochen. Zusätzlich sollen die in Abschnitt 1.2 genannten Hypothesen hier überprüft werden.

1. Eine Vernetzung der touristischen Leistungsträger ist für eine integrierte Tourismusentwicklung im ländlichen Raum unabdingbar.
2. Netzwerke zwischen touristischen Leistungsträgern können durch den Radtourismus, der vornehmlich im ländlichen Raum stattfindet, zu einer Steigerung der Identifikation mit der Region führen.
3. Die Vermarktung des Radfernwegs durch eine übergeordnete Organisation birgt großes Potenzial für die touristische Entwicklung der Region.

Insgesamt war die Untersuchung ein großer Erfolg. Die Vorgehensweise und der Zeitplan haben sich als logisch und durchführbar erwiesen. Die Vernetzung der Leistungsträger wäre neben dem beschriebenen, inzwischen weit fortgeschrittenen infrastrukturellen Ausbau des Radwegesystems für die Verbesserung des Angebots förderlich. Allerdings machen die Ergebnisse der empirischen Untersuchung deutlich, dass es von Seiten der touristischen Leistungsträger bisher wenig Initiativen zu einer Vernetzung untereinander gibt. Auch die ursprüngliche Idee vom Landestourismusverband Mecklenburg-Vorpommern, dass sich in den Broschüren aufgeführte Leistungsträger eigenständig zu Netzwerken zusammenschließen, blieb unfruchtbar. Die genannten Gründe, dass erstens die tägliche Arbeit die Zeit für eine Angebotsentwicklung blockiert und zweitens ein Konkurrenzangebot zu Reiseveranstaltern vermieden werden soll, scheinen sinnvoll. Die sehr heterogene Gruppe der Radfahrer macht eine enge Eingrenzung für Produkte außerdem schwierig, da die Nachfrageseite viele verschiedene Interessen aufweist, denn den Einheits-Radfahrer gibt es nicht.

6.1 Überprüfung der Hypothesen

Wie in Abschnitt 3.2.2 dargelegt, gibt es typische Rad-Durchzugsregionen wie zum Beispiel Flusstäler und Rad-Aufenthaltsregionen wie zum Beispiel Seengebiete. Der

„Die Leute länger in der Region zu halten, ist die Schwierigkeit.“
(Interview G-C, 11.10.2006)

Radfernweg Berlin-Kopenhagen führt Radwanderer (Durchzügler) in Deutschland durch eine Aufenthaltsregion (Mecklenburgische Seenplatte). Beide Untersuchungsorte gelten als Tore zur Mecklenburgischen Seenplatte. Die Leistungsträger mussten erst von dem wirtschaftlichen Potenzial der Zielgruppe Radfahrer überzeugt werden, die vor allem in der Hochsaison einen zusätzlichen Arbeitsaufwand durch häufigere Aufbettung schafft. Ein Lernprozess hat eingesetzt. Inzwischen öffnen alle befragten Unterkunftsbetriebe der wachsenden Nachfrage folgend ihre Häuser auch für eine Nacht. Fernziel sollte es trotzdem sein, den Kunden die Attraktivitäten ab vom Radfernweg schmackhaft zu machen, um sie länger in der Region zu halten. Über die reine Vermarktung des Radfernwegs hinaus wäre es im Sinne aller Beteiligten auch das lokale Angebot mit einzubeziehen.

Bei der Untersuchung ist deutlich aufgefallen, dass die Motivation für eine bessere Vernetzung der Leistungsträger auch über Regionsgrenzen hinweg sehr groß ist. Die insgesamt recht positive Einstellung der Leistungsträger ist eine gute Voraussetzung für eine freiwillige Zusammenarbeit. Das wird auch an den in den Regionen vorhandenen oder während der Befragung entstandenen Ideen für eine Verbesserung des Angebots deutlich, die allerdings durchweg daran scheitern, dass kein touristischer Leistungsträger neben dem Basisangebot zusätzliche Produkte in Kooperation mit anderen initiieren kann. Das Zusammenbringen der Ideen und Motivation sowie das kontinuierliche Zusammenarbeiten können für die Regionen wichtige erste Schritte einer Vernetzung darstellen. Die Initiierung und Moderation eines Netzwerkes für nachhaltigen Tourismus setzt verschiedene Kenntnisse voraus. Dazu gehört eine umfassende Grundkenntnis der regionalspezifischen Historie und ein Gespür für gewachsene Strukturen, ein Wissen über bereits bestehende informelle Kontakte und Kooperationsbeziehungen und über hemmende Faktoren für Kooperationsvorhaben (vgl. OHLHORST 2003a, S. 222). Diese Arbeit gibt erste Auskünfte über die Situation und Kooperationsbereitschaft der Leistungsträger in Fürstenberg und Güstrow.

In beiden Untersuchungsorten existiert bereits seit langem eine ausgeprägte Tourismuskultur. Allerdings hat die Untersuchung ergeben, dass keine formale Vernetzung der Leistungsträger dafür verantwortlich ist. Vielmehr sind es seit Jahren gewachsene Strukturen, die ein gegenseitiges Aushelfen mehr oder weniger normal machen. Die große Motivation der Leistungsträger, durch eine Vernetzung ein

attraktiveres Angebot bereitstellen zu können, zeigt jedoch, dass die Vernetzung durchaus als förderlich angesehen wird. Somit kann Hypothese 1 insofern angepasst werden, dass eine Vernetzung der touristischen Leistungsträger für eine integrierte Tourismusentwicklung im ländlichen Raum förderlich aber nicht unabdingbar ist.

Das lokale Angebot kann man beziehen auf Infrastruktur und Sehenswürdigkeiten entlang des Radfernwegs oder genauso auf regionale Handwerker, Vertriebe von regionalen Agrarerzeugnissen sowie Spezialitätenanbieter der Region. Jedoch zeigt die Untersuchung, dass regionales Bewusstsein bei den Leistungsträgern zum Beispiel durch das Angebot regionaler Produkte nur eingeschränkt vorhanden ist. Wie im Abschnitt 2.3.7 aufgezeigt, ist es schwer, Akteure zu einem gemeinsamen Handeln zu motivieren, wenn der Bezug zur Region im Denken der Leistungsträger nicht verankert ist. Hierfür stellt der Radtourismus eine Lösung dar, da dieser sich besonders gut als Mittel zur touristischen Inwertsetzung von lokalen Erzeugnissen eignet. Radfahrer suchen auf der Reise regionaltypische Gegebenheiten (vgl. Abschnitt 3.2.2). Leistungsträger, die sich der Zielgruppe Radfahrer öffnen, sind über lange Sicht gezwungen, ihr Angebot anzupassen, beziehungsweise die Region stärker in den Mittelpunkt zu rücken. Gerne und oft fragen Radfahrer Leistungsträger nach Hinweisen zu regionalen Angeboten beziehungsweise typischen Agrarerzeugnissen. Durch eine Vernetzung regionaler Leistungsträger kann den Anforderungen der Radfahrer expliziter nachgekommen werden. Nur der Aufbau eines Beziehungsgeflechts in der Region mit kurzen Wegen und informellen Strukturen sichert die Diffusion von Ideen und somit die langfristige touristische Entwicklung. Eine Förderung der Zusammenarbeit mit lokalen Anbietern verdeutlicht auch den Einheimischen die Reichhaltigkeit des regionalen Angebots (vgl. Abschnitt 2.3.7). Folglich konnte Hypothese 2 als wahr bestätigt werden: Netzwerke zwischen touristischen Leistungsträgern können durch den Radtourismus zu einer Steigerung der Identifikation mit der Region führen.

Die momentane Vermarktung des Radfernwegs lässt einiges zu Wünschen übrig. Die Abstimmung zwischen den drei zuständigen Tourismusregionen läuft eher sporadisch. Das Material und der Internetauftritt sind veraltet. Die Tatsache, dass es kein Gratisinformationsmaterial mehr gibt, das die Touristeninformationen für die Bewerbung ihrer Region mit ihren Informationsunterlagen verschicken können, bedeutet grundsätzlich verlorenes Gästepotenzial, da Radfahren immer mehr Menschen begeistert und das Vorhandensein eines gut ausgebauten Radfernwegs positive Werbung für die Region sein könnte. Da die Koordinierung von drei Tourismusregionen schwierig ist, wird auf der Grundlage der

Untersuchungsergebnisse eine übergeordnete Vermarktungsorganisation für den Radfernweg eindringlich empfohlen. Der ADFC fordert bereits seit einigen Jahren für das deutschlandweite Radwegenetz eine übergeordnete Koordinierungsstelle zur Behebung umfassender Mängel in Abstimmung und Produktentwicklung. Eine in Anlehnung an die WeserKontor GmbH (vgl. Abschnitt 3.5.3) ins Leben gerufene Organisation scheint bis zur Einrichtung dieser Stelle für die überregionale Vermarktung des Radfernwegs sinnvoll. Folglich kann auch Hypothese 3 durch die Ausführungen zwar als zutreffend bezeichnet werden, wird aber im Folgenden auf Grund fehlender finanzieller und personeller Kapazitäten eingeschränkt:

Die Finanzierung einer übergeordneten Organisation ist schwierig. Gemeinden und Kreise haben meist kein Geld, um eine ähnliche Organisation ins Leben zu rufen. Die lokalen Fremdenverkehrsvereine und die Leistungsträger sind mit dem Tagesgeschäft ausgelastet. Die zunehmenden Stellenkürzungen auf Verwaltungsebene führen zu einer Konzentration auf die Pflichtaufgaben. Die wenigen Mitarbeiter haben keine andere Chance, als im Rahmen ihrer Möglichkeiten das Beste für die Region zu versuchen. Darüber hinaus dürfen die geäußerten Befürchtungen der lokalen Leistungsträger, dass eine Überorganisation kleine vorhandene Strukturen zerstören könnte, nicht unberücksichtigt bleiben. Aufgebaute Verbindungen zwischen den Leistungsträgern sind Grundlage für die Vernetzung einer Region, durch die ein geschlosseneres Auftreten nach außen erst möglich wird. Viele Ideen bleiben unverwirklicht, weil die Kraft und die Mitarbeiter fehlen. Diese Voraussetzungen verdeutlichen die Tatsache, dass eine Initialisierung einer übergeordneten Organisation nicht aus den Regionen zu erwarten ist.

Wie im Kapitel 2 bereits erwähnt, verändert sich momentan der Prozess der kommunalen Entscheidungsfindung in Deutschland. Die derzeitige Notwendigkeit, dass Kommunen für Aktivitäten auf Zustimmung von den Ländern warten müssen, erschwert die Entwicklung innovativer Prozesse. Die Umdefinierung von Verwaltungsaufgaben sowie die Abgabe von Entscheidungsgewalt und -freiheiten an die Kommunen gibt diesen (wieder) mehr Eigenverantwortung. Gerade in dieser Tatsache liegt für ländliche Regionen eine Chance: Viele wichtige Voraussetzungen für die Initialisierung einer Zusammenarbeit zwischen Leistungsträgern sind in der Region präsent. Durch die insgesamt recht positiven Beziehungen und die Motivation der Leistungsträger ist der Grundstein für eine fruchtbare Zusammenarbeit gelegt. Das bei den Leistungsträgern individuell vorhandene ‚tacit knowledge‘ (vgl. Abschnitt 2.3.4), was zum Beispiel für die Erstellung von Regionalradkarten sehr nützlich wäre, und die durch kreative Ideen unter Beweis gestellten Fertigkeiten und Spezialisierungen in den Regionen sind ebenso nützliche

Voraussetzungen für die Verbesserung der Zusammenarbeit wie die bestehende Möglichkeit eines zwanglosen Kontakts. So wäre die Überorganisation wünschenswert, muss aber aus genannten Gründen durch einen Umbau der vorhandenen Strukturen von in der Region vorhandenen Akteuren übernommen werden. Ein Zusammenwirken aller in einer Region möglichen Akteure erscheint daher insgesamt für das Wohl der Region sinnvoller als die Schaffung einer weiteren Organisation, die sich auf die Vermarktung des Radfernwegs spezialisiert. Die Motivation zu mehr Kooperation untereinander ist von Seiten der Leistungsträger laut der Ergebnisse der Untersuchung vorhanden.

6.2 Lösungsansatz ‚Regional Governance‘

Da die Tendenz hin zur Vernetzung auf Grund der positiven Eigenschaften von Netzwerken (u. a. Visionen als Ziele, lose, freiwillige Mitgliedschaft, Kombination von Autonomie und Verbindlichkeit, Vertrauensaufbau, geschlossener Außenauftritt) in den Regionen grundsätzlich befürwortet wird und aus der theoretischen Herleitung ersichtlich wurde, dass ein organisatorischer Kern für die laufenden Geschäfte von Vorteil ist, wird als Handlungsempfehlung die ‚**Regional Governance**‘ mit ihrer weichen Form der Steuerung in Netzwerken für die Verbesserung der Zusammenarbeit der touristischen Leistungsträger empfohlen. Wie im Abschnitt **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** beschrieben, ruft ‚Regional Governance‘ keine eigenständige Organisation ins Leben, sondern baut auf vorhandenen Institutionen durch die Umverteilung von Aufgaben und die Motivierung zur Selbstkoordination der Betroffenen auf. Gleichzeitig kann durch die engere Zusammenarbeit und das bereits vorhandene Vertrauen bisherigen Mängeln der Zusammenarbeit (unzureichender Austausch, geringer Informationsfluss, Distanz zwischen privaten und öffentlichen Akteuren, wenige Transparenz) entgegen gewirkt werden.

Im Falle der Untersuchungsorte erscheint die netzwerkartige Zusammenarbeit von wirtschaftlichen, gemeinnützigen und privaten Akteuren eine gute Möglichkeit, um vorhandene verkrustete Strukturen zu durchbrechen und gleichzeitig die verfügbare Motivation zu einer Förderung der Identifikation mit der Region zu nutzen. Zur Koordinierung der unterschiedlichen Absichten der Leistungsträger bedarf es einer regionsweit operierenden Instanz. Die Verwaltungen sind wie geschaffen für diese Aufgabe. Durch mehr Transparenz der verwaltungstechnischen Angelegenheiten könnte darüber hinaus eine größere Durchschaubarkeit der Aktivitäten auf regionaler Ebene erreicht werden. Es entstehen neue Akteurskonstellationen und Organisationsformen, die unter anderem bürgerschaftliches Engagement und eine

neue unternehmerische Kultur der Wirtschaft für die regionale Entwicklung verknüpfen (vgl. NISCHWITZ ET AL. 2001, S. 4). Durch die räumliche Nähe der verschiedenen Akteure erweist sich die Region als zentrale Ebene für eine adäquate Abstimmung der Koordination. Probleme und Ideen sollten direkt an der Basis vor Ort gelöst und bearbeitet werden.

Für diese moderne Art der Kooperation bedarf es einiger Neugestaltung der Interaktion zwischen den Akteuren. Grundsätzlich ist die Tendenz weg von einer relativ statischen Planung hin zu einem dynamisch-flexiblen Initiieren, Formen und Begleiten regionaler Entwicklung erkennbar (vgl. NISCHWITZ ET AL. 2001, S. 14). Gerade die Fülle der lokalen Unterschiede sowie der im Tourismus involvierten Instanzen macht es für die Verwaltung wichtig, motivierte Akteure einzubeziehen. Dies bedarf auch auf der Ebene der Verwaltung eines Lernprozesses, der die Initialisierung von Projekten vorsieht, dann aber die eingeteilten Akteure aktiv gestalten lässt, ohne durch Gesetze und Handlungseinschränkungen den innovativen Prozess zu behindern.

Ganz in diesem Sinne bewirkt ‚Regional Governance‘ durch eine Macht- und Kompetenzverschiebung im Bereich der Steuerung die Implementierung eines strategischen Prozesses in Richtung Nachhaltigkeit. Die Region wird sich durch diese Art der Zusammenarbeit von innen heraus stärken und dadurch „automatisch“ Angebote schaffen können, die auch für die untersuchte Zielgruppe interessant sein werden. Die Instrumente hängen stark von den regionalen und lokalen Rahmenbedingungen und der strategischen Ausrichtung einer Region ab. Grundsätzlich sind Moderationsverfahren und „Spielregeln“ Grundbestandteile im Werkzeugrepertoire. Die angewandten Instrumente orientieren sich an traditionellen Beteiligungsverfahren, müssen aber die Theorie mit der Praxis und wissenschaftlich empirischen Erkenntnissen verknüpfen können.

Durch die sich verändernden politisch-rechtlichen Rahmenbedingungen für räumliche Entwicklung seitens der Landes-, Bundes- und EU-Ebene und die sich dadurch anpassenden Fördermittelprogramme werden Regionen, die derzeit Governancestrukturen vor Ort testen, einen Vorteil haben. Allerdings hat eine erfolgreiche Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung nur dann eine Chance, wenn es gelingt, diese auf der lokal-regionalen Ebene flächendeckend zu etablieren.

6.3 Ideen für zu initiiierende Netzwerkgruppen

Beide Untersuchungsorte haben gute Voraussetzungen mit ‚Regional Governance‘-Konzepten langfristige Lösungen zu finden und dadurch die Transaktionskosten zu

senken (vgl. Abschnitt 2.3.5), was auf Grund der momentanen Haushaltslage der Verwaltungen durchaus förderlich wäre. Wie bereits erwähnt, sind während der Befragung in Kooperation mit den Gesprächspartnern einige Ideen für potentielle Projekte bezüglich des Radfernwegs entstanden, die im Folgenden kurz skizziert werden. Die Leistungsträger sind Hauptansprechpartner für die Gäste in der Region. Eine kontinuierliche Sammlung der Anregungen der Gäste kann für eine Region einen Wissensvorsprung darstellen. Die daraus resultierende Entwicklung von Projekten durch die Leistungsträger zur eigenständigen Verbesserung der Mängel wäre durchführbar, wenn durch ‚Regional Governance‘ kontinuierliche Treffen von Projektgruppen und somit ein regelmäßiges Feedback der Leistungsträger vorhanden wären (vgl. Abschnitt 3.5.1). Durch die Vergabe einer aktiven Rolle an die Leistungsträger zur Verbesserung der Gegebenheiten in einer Region ist auch die Verbesserung der Identifikation der Leistungsträger mit der Region zu bewirken. Außerdem kann durch diese Rollenvergabe und damit Verantwortungsübernahme eventuell die in der Jahreshauptversammlung sichtbar fehlende Motivation gesteigert werden. Grundsätzlich sei angemerkt, dass aus logistischen Gründen ein Arbeiten in Netzwerkgruppen mehr Sinn macht als immer alle Leistungsträger an einen Tisch zu holen. Die Mitgliedschaft in einer Netzwerkgruppe ist frei wählbar und dynamisch. Sollte sich für eine Idee kein Bearbeiter finden, so ist sie nicht reif für eine Bearbeitung. Die vorgestellten Ideen stellen insofern potentielle Initialisierungsarbeitsaufträge für die Gruppen dar, die allerdings alle ausbaufähig sind. Die Ideen sind sortiert nach Regionsbezug: die regionale Vernetzung ist Nahziel, während überregionale Vernetzungen als Fernziel nicht aus den Augen verloren werden sollten.

Regionale Ideen zur Verbesserung des Angebots

Für die Arbeit in einem Netzwerk ist es wichtig, Spielregeln aufzustellen. Daher ist es sinnvoll zu Beginn einer Zusammenarbeit ein Leitbild zu entwickeln. Das Leitbild stellt sozusagen den Leitfaden für die Arbeit dar, markiert das Ziel, das man in einer bestimmten Zeit erreichen möchte. Bei der Leitbildentwicklung ist das Mitwirken aller beteiligten Akteure wichtig, denn die Ausführung liegt während der folgenden Aktivitäten in ihrer Hand. Außerdem könnte in einer Netzwerkgruppe ein der Konkurrenz überlegenes Alleinstellungsmerkmal (Unique Selling Proposition (USP)) mit spezifischen Eigenheiten und Qualitäten der Region herausgearbeitet werden, die die Region von anderen abgrenzt. Die Übermittlung einer einheitlichen und klaren Botschaft über das touristische Produkt an den Kunden ist Fernziel eines Leitbilds und einer USP.

Die Auslastung der touristischen Leistungsträger in der Hochsaison ist gut. Was offensichtlich fehlt sind Angebote für die Nachsaison und den Winter. Eine Entwicklung derartiger Produkte ist jedoch von Seiten der Leistungsträger nicht allein zu erfüllen, da diese nach der anstrengenden Saison den Winter für die eigene Regeneration benötigen. Durch einen Zusammenschluss in einem Netzwerk können gemeinsam Produkte entwickelt und vermarktet werden. Das Potenzial einer solchen Kooperation ist gerade in Bezug auf die herausgearbeitete Zielgruppe der älteren Radfahrer für die wirtschaftlichen Effekte einer Region bedeutend.

Radfahrer sind allgemein als anspruchslose Kunden beschrieben worden. Die in der Wissenschaft vorhandene Kenntnis über die Bedürfnisse der sich neu strukturierenden Zielgruppe sollte bis zu den Leistungsträgern getragen werden. Eine Ausarbeitung von vorhandenen Fakten und dadurch die Distribution von wichtigem Wissen ist für alle Beteiligten in den Regionen sinnvoll.

Darüber hinaus sind Radfahrer durch kleine Extras für eine Region zu begeistern. Eine gern angenommene Zusatzleistung ist zum Beispiel eine persönliche Empfehlung von Unterkünften oder gastronomischen Einrichtungen in einer bestimmten Distanz vom Startort. Die Erstellung einer Liste von Unterkünften entlang des Radfernwegs könnte von einer Netzwerkgruppe übernommen werden, wenn die Touristeninformation hierfür keine Kapazitäten sieht. Eine Steigerung der reinen Information wäre die formellere Zusammenarbeit und das gegenseitige Empfehlen von Einrichtungen entlang des Radfernwegs. Hierzu gehört auch, ein Zimmer für die nächste Nacht zu reservieren, was bisher von fast keinem der befragten Leistungsträger angeboten wird.

Bei den Leistungsträgern besteht mitunter umfassendes Wissen über das vorhandene Radwegenetz. Viele Einheimische benutzen die Radwegestruktur für eigene Ausflüge. Nicht alle Radfahrer sind Radwanderer. Einige Gäste möchten gerne die Umgebung per Fahrrad entdecken und sind dabei auf Kartenmaterial oder Hinweise von Einheimischen angewiesen. Für die Erstellung von Halbtages- und Tagesausflügen sollten die Einheimischen mit ihrem ‚tacit knowledge‘ einbezogen werden, da so das Angebot viel interessanter gestaltet werden kann. Auch über diese Idee kann der Bevölkerung die Wichtigkeit ihres Wissens verdeutlicht und die Integration in der Region verstärkt werden.

Eine Ausschilderung ist sinnvoll, weil der Fahrradtourist nicht an Gemeinde-, Landkreis- oder gar Staatsgrenzen Halt macht. Lokale Sehenswürdigkeiten liegen nicht immer zwangsläufig direkt am Radfernweg. In Deutschland gibt es strenge Regeln, wie die Beschilderung auszusehen hat. Die bürokratischen Hürden sind ebenso wie die finanziellen für kleine Anbieter kaum überwindbar. Da es im Sinne

einer Stadt sein sollte, die Gäste in der Region zu halten, ist eine Ausschilderung des lokalen Angebots sehr wichtig. Ein in einer Netzwerkgruppe entwickeltes Konzept für eine Ausschilderung und die eventuelle Beantragung von Fördergeldern sollte von Seiten der Stadt/der Gemeinde Unterstützung finden.

Zur Realisierung einer effizienten Kommunikationspolitik ist ebenfalls ein Netzwerk durch einen Werbemittelpool anzuraten, der als Zusammenschluss von Leistungsträgern und Verwaltung so genannte Streuverluste durch Doppelwerbung abfängt und Werbebudgets bündelt. Durch gemeinsame Werbung können ebenfalls Transaktionskosten gesenkt werden. Die Bündelung von Ideen und Umsetzungspotenzial bietet für die Region wichtige Ansatzpunkte zur Verbesserung der eigenen Vermarktung.

Überregionale Ideen zur Verbesserung des Angebots

In Anlehnung an den Oranienburger Radwanderpass (vgl. Abschnitt 3.5.4) wurde eine Berlin-Kopenhagen-Card vorgeschlagen, bei der sich Leistungsträger zu einem kleinen Rabatt für Radwanderer bereit erklären und ihren Betrieb dadurch für potentielle Radfahrgäste interessant machen. Gerade in Anbetracht des bisher nicht vorhandenen Rabattsystems für Radfahrer könnte diese Idee attraktiv sein.

Zusätzlich wurde die Idee aufgeworfen, ein Ranking der Radfernwege durch die Kunden machen zu lassen. Dafür bedürfte es der Erstellung eines vergleichbaren Bewertungsschemas, das den Radfahrern auf der Strecke zur Verfügung gestellt wird. Als Kontaktstelle wäre hierbei wieder die übergeordnete Koordinierungsstelle anzusprechen. Besondere Highlights entlang des Radwegs könnten durch die Veröffentlichung der Ergebnisse positive Werbung erhalten. Als Vergleich gibt es auf der Internetseite des Hotelreservierungsservices (www.hrs.de) ein Beispiel der Kundenbewertung für Hotels.

Die Entwicklung eines Vouchers bedarf einer überregionalen Zusammenarbeit. Der Radtourist kauft fünf Übernachtungen in teilnehmenden Hotels/Pensionen und hat durch spontane Reservierung (zum Beispiel bis 15 Uhr) die Sicherheit einer Unterkunft. Für diese Idee bedarf es der oben genannten Ausarbeitung der Bedürfnisse der Radtouristen, denn ein Angebot nützt niemandem etwas, wenn es nicht gebucht wird. Außerdem bedarf dieses Angebots eines logistischen Aufwands, da die Einmalzahlung unter den teilnehmenden Leistungsträgern aufgeteilt werden muss.

Der Radfernweg weist sehr unterschiedliche Ausbaustände auf. Oft beschweren sich Radfahrer, wenn die Wegebeschaffenheit nicht ihren Ansprüchen entspricht. Da

es die Möglichkeiten der Länder übersteigt, alle Radwege in vorbildlichem Zustand anzubieten, erscheint es sinnvoll, in den von vielen Radtouristen genutzten Radwanderkarten Hinweise über die Wegebeschaffenheit zu verzeichnen und die Radtouristen somit auf schlechtere Passagen hinzuweisen. Bei einer derartigen Überarbeitung der Radkarten könnte auch das Angebot abseits vom Radweg eingearbeitet werden. Es ist sinnvoll, auf der Vorlage einer bereits vorhandenen Karte aufzubauen und das Wissen der Leistungsträger in der Region für die Ausarbeitung zu nutzen.

In einigen Radregionen haben sich touristische Leistungsträger zusammengeschlossen und bieten den Touristen einen Fahrradpool an: Bei den teilnehmenden Betrieben stehen gemeinsam angeschaffte Fahrräder bereit, die für Radtouren gemietet werden können. Da Radfernwege lineare und nicht kreisförmige Streckenführungen sind, stellt es einen guten Service dar, wenn man die gemieteten Fahrräder beim nächsten Leistungsträger wieder abgeben kann. Gepäcktransport, Pannenservice oder Rücktransport zum abgestellten Pkw sind neben der Erarbeitung von Ausflugsvorschlägen förderliche Zusatzangebote. Diese Idee bedarf einer überregionalen Zusammenarbeit, da Radfahrer schneller als Wandertouristen größere Distanzen überbrücken. Eine ähnliche Idee gibt es auch bezüglich der Synergien von Fahrrad, Boot und Bahn. So könnte man eine Tour anbieten, die etappenweise das Verkehrsmittel wechselt.

Zudem scheint es gerade in Anbetracht des demographischen Wandels sinnvoll, nach Überprüfung der realen Bedürfnisse der Zielgruppe Radfahrer über ein Pauschalangebot nachzudenken, das neben der Buchung der Unterkünfte auch den Gepäcktransport integriert. Insbesondere die Gruppe der (Jung-)Senioren ab 50 Jahren gelten hinsichtlich der Kaufkraft als besonders attraktiv. Pauschalangebote werden derzeit fast nur von Reiseveranstaltern angeboten, ohne dass die Leistungsträger untereinander kooperieren. Ein Zusammenschluss von Leistungsträgern könnte zu einer Umsatzsteigerung führen.

6.4 Fazit

Die vorliegende Arbeit hat deutlich gemacht, dass sich Netzwerke unter touristischen Leistungsträgern kaum aus Eigeninitiative entwickeln. Die Motivation zu einer (überregionalen) Vernetzung ist hingegen bei den befragten Leistungsträgern vorhanden. Allerdings sehen diese sich außer Stande neben dem Tagesgeschäft die Initiative für eine Vernetzung zu ergreifen. Zwar ist die Einrichtung einer für die Vermarktung des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen

verantwortlichen Überorganisation wünschenswert, kann aber auf Grund lokaler Befindlichkeiten nicht als Haupthandlungsempfehlung dieser Arbeit gesehen werden. Die ‚Regional Governance‘ stellt einen hervorragenden Ansatz dar, um verfügbare Strukturen durch die Förderung der vorhandenen Motivationen weiterzuentwickeln. Die Zusammenführung der oft sehr unterschiedliche Interessen vertretenden Akteure muss verschiedene Themen-, Handlungs- und Bedürfnisfelder integrieren.

Das Etablieren von Netzwerken aus unterschiedlichen Wirtschafts- und Lebensbereichen kann den Grundstein für einen langfristig gangbaren und erfolgreichen Weg legen. Die Dynamik und Flexibilität von Netzwerken, die durch die Möglichkeit des vorzeitigen Ausscheidens den Akteuren Autonomie gewähren, sind wichtige Voraussetzung für eine funktionierende Zusammenarbeit. Neu in diesem ganzen Prozess ist die zielorientierte und auch politisch gewollte langfristige strategische Ausrichtung auf Entwicklungsprozesse. Das kommt einer nachhaltigen Regionalentwicklung zu Gute.

Im Rahmen einer integrierten Regionalentwicklung ist auch die Produktentwicklung eine wesentliche Aufgabe. Die in Abschnitt 6.3 vorgestellten Ideen sind eine unvollständige Liste von möglichen Projekten, die die touristische Entwicklung einer Region voranbringen und gleichzeitig den Radtourismus attraktiver gestalten können. Die Vermarktung und die Distributionspolitik haben primär den Gast im Auge. Hierfür ist eine Kooperation mit Nachbarregionen und Gemeinden, die Zusammenarbeit mit Reisemittlern und -veranstaltern sowie den Betreibern des öffentlichen Personennahverkehrs notwendig. Diese Arbeit liefert Handlungsempfehlungen für mögliche Netzwerke, die attraktive Anreize für den Gast entwickeln können. Die Komplexität der Zusammenarbeit der am Tourismus beteiligten Akteure, die Überlappung der Betätigungsfelder sowie der heterogene Grad an Professionalität unterstreichen die Notwendigkeit eines kooperativen Netzwerkzusammenschlusses. Zusätzlich bedingt die zeitliche Komponente eine Handlungsnotwendigkeit, denn die Wiederbelebung von einmal eingestellten Bahnverbindungen, was derzeit vor allem im ländlichen Brandenburger Raum Thema ist, kann selten rückgängig gemacht werden. Im Gegensatz zu traditionellen, stark formalisierten Formen der Zusammenarbeit werden bei freiwilligen Netzwerken partnerschaftliche Beziehungen aufgebaut, die durch ein in der Zusammenarbeit wachsendes Vertrauen gekennzeichnet sind. Darüber hinaus ist die Entscheidungs- und Verantwortungsgemeinschaft der Akteure charakteristisch, die die Basis für weiterreichende Kooperationen in zeitlicher und räumlicher Dimension darstellt (vgl. JÄHNKE ET AL. 2000, S. 11 f.). Das vorhandene Vertrauen und die ausbaubare

Motivation stellen gute Voraussetzungen für die Umstrukturierung im Sinne einer ‚Regional Governance‘ dar.

Abschließend soll erneut auf die Vorrangstellung hingewiesen werden, die Regionen auf Grund der sich verändernden Förderpolitik (vgl. INFO-RADIO 29.10.2006, 12:22) zu Gute kommt, wenn sie sich heute an die ‚Regional Governance‘ wagen!

7 Quellen und weiterführende Literatur

7.1 Analog vorliegende Publikationen

- ADFC (1998): Handreichung zur Förderung des Fahrradtourismus, 2. Auflage, Bremen.
- ADRIAN, LUISE (2003): Regionale Netzwerke als Handlungskonzept. Erfolg versprechender Weg einer innovationsorientierten Regionalentwicklung?, Berlin.
- BÄTZING, WERNER/WINTERLING, ANDREAS (HRSG.) (2002): Nachhaltiger Tourismus in zentrennahen ländlichen Räumen. Leitideen, Konzepte und Umsetzungsstrategien für die „Oberpfälzer Juratäler“ zwischen Nürnberg und Regensburg, Erlangen.
- BEHM, DIPL.-BETRIEBSWIRT HANS ULRICH (1996): Perspektiven für den Fahrradtourismus in Deutschland. - In: BIERMANN, AXEL/HOFMANN, FRANK/STEINECKE, ALBRECHT (HRSG.): Fahrradtourismus - Baustein eines marktgerechten und umweltverträglichen Tourismus, Trier. S. 119-128.
- BENZ, ARTHUR/FÜRST, DIETRICH/KILPER, HEIDEROSE/REHFELD, DIETER (1999): Regionalisierung. Theorie - Praxis - Perspektiven, Opladen.
- BENZ, ARTHUR (2001): Vom Stadt-Umland-Verband zu „regional governance“ in Stadtregionen. - In: Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften, 2001, Band 40/41, S. 55-71.
- BENZ, ARTHUR (2003): Regional Governance mit organisatorischem Kern. Das Beispiel der Region Stuttgart. - In: INFORMATIONEN ZUR RAUMENTWICKLUNG, 2003, Heft 8/9, S. 505-512.
- BIERMANN, AXEL/HOFMANN, FRANK/STEINECKE, ALBRECHT (Hrsg.) (1996): Fahrradtourismus - Baustein eines marktgerechten und umweltverträglichen Tourismus, ETI-Texte Heft 8, Trier.
- BIERMANN, AXEL (1996): Fahrradtourismus im ländlichen Raum- ein neuer Markt für Winzer und Landwirte? - In: BIERMANN, AXEL/HOFMANN, FRANK/STEINECKE, ALBRECHT (HRSG.): Fahrradtourismus - Baustein eines marktgerechten und umweltverträglichen Tourismus, Trier. S. 45-55.
- BIESECKER, PROF. DR. ADELHEID/ELSNER, PROF. DR. WOLFRAM/GRENZDÖRFFER, PROF. DR. KLAUS (HRSG) (1999): Bremer Diskussionspapiere zur Institutionellen Ökonomie und Sozial-Ökonomie, Nr. 36, Bremen.
- BÖCHER, MICHAEL (2002a): Kriterien für eine erfolgreiche, nachhaltige Regionalentwicklung. - In: LANDESNATURSCHUTZVERBAND BADEN-WÜRTTEMBERG: Dokumentation Kongress Nachhaltige Regionalentwicklung im ländlichen Raum durch ehrenamtliches Engagement, 28.-29.01.2002, Hinterzarten.

- BÖCHER, MICHAEL (2002b): Nachhaltige Regionalentwicklung durch Kooperation? Erfolgsfaktoren für regionale Partnerschaften aus politikwissenschaftlicher Sicht. - In: MÜLLER, K./DOSCH, A/MOHRBACH, E/AENIS, T./BARANEK, E./BOECKMANN, T./SIEBERT, R./TOUSSAINT, V. (HRSG.): Wissenschaft und Praxis der Landschaftsnutzung. Formen interner und externer Forschungsk Kooperationen, Weikersheim. S. 65-75.
- BRYSCH, DIPL.-KFM. ARMIN (1996): Fahrradtourismus in der Stadt- Erfolgsfaktoren und Entwicklungspotenziale. - In: BIERMANN, AXEL/HOFMANN, FRANK/STEINECKE, ALBRECHT (HRSG.): Fahrradtourismus - Baustein eines marktgerechten und umweltverträglichen Tourismus, Trier. S. 32-44.
- BÜTOW, MARTIN (2005): Handbuch Netzwerkarbeit. Eine Hilfe zur erfolgreichen Arbeit in regionalen Netzwerken - für NetzwerkpartnerInnen und NetzwerkmanagerInnen, Stralsund.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU- UND WOHNUNGSWESEN (BMVBW) (o.J.): Nationaler Radverkehrsplan 2002-2012 FahrRad! Maßnahmen zur Förderung des Radverkehrs in Deutschland, Bonn.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU- UND WOHNUNGSWESEN (BMVBW) (2002): FahrRad! Informationen zum Radverkehr in Deutschland, Bonn.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU- UND WOHNUNGSWESEN (BMVBW) (2004): direkt. Verbesserung der Verkehrsverhältnisse in den Gemeinden. Fahrradverkehr. Erfahrungen und Beispiele aus dem In- und Ausland. Nr. 59, Bremerhaven.
- BUTZIN, PROF. DR. BERNHARD (1999): Lernende Region: Chance oder „Prinzip Hoffnung“? - In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS), 1999, 144, S.43-48.
- DIENEL, HANS-LIUDGER/MEIER-DALLACH, HANS-PETER/SCHRÖDER, CAROLIN (HRSG.) (2004): Die neue Nähe. Raumpartnerschaften verbinden Kontrasträume, Stuttgart.
- DILLER, CHRISTIAN (2004): Regional Governance im „Schatten der Hierarchie“. - In: RAUMFORSCHUNG UND RAUMORDNUNG, 2004, Heft 4/5, S. 270-279.
- DREYER, AXEL/KRÜGER, ARND (1995): Sporttourismus. Management- und Marketing-Handbuch, München.
- FEIGE, DR. MATHIAS/GLOGER, ANDREA/SCHULER, ALEXANDER/WACHOTSCH, ULRIKE (2004): Volkswirtschaftliche und arbeitsmarktpolitische Bedeutung des Radtourismus in Mecklenburg-Vorpommern sowie Marketinganalyse, Berlin.
- FREY, RENÉ L. (2003): Regional Governance zur Selbststeuerung territorialer Subsysteme. - In: INFORMATIONEN ZUR RAUMENTWICKLUNG, 2003, Heft 8/9, S. 451-462.
- FRITSCH, MICHAEL/KOSCHATZKY, KNUT/SCHÄTZL, LUDWIG/STERNBERG, ROLF (1998): Regionale Innovationspotenziale und innovative Netzwerke. - In: RAUMFORSCHUNG & RAUMORDNUNG, 1998, Heft 4, S. 243-252.

- FROITZHEIM, THOMAS (1996): Anforderungen an die fahrradtouristische Infrastruktur aus Sicht der Nutzer. - In: BIERMANN, AXEL/HOFMANN, FRANK/STEINECKE, ALBRECHT (HRSG.): Fahrradtourismus - Baustein eines marktgerechten und umweltverträglichen Tourismus, Trier. S. 56-64.
- FROMHOLD-EISEBITH (1995): Das „kreative Milieu“ als Motor regionalwirtschaftlicher Entwicklung. Forschungstrends und Erfassungsmöglichkeiten. -In: Geographische Zeitschrift, 1995, Band 83, S. 30-47.
- FÜRST, PROF. DR. DIETRICH (2001): Stadt und Region - Schwierigkeiten, die regionale Selbststeuerung nachhaltig zu machen. - In: DEUTSCHE ZEITSCHRIFT FÜR KOMMUNALWISSENSCHAFT, 2001, Band 40/41, S. 84-96.
- FÜRST, PROF. DR. DIETRICH (2002): Partizipation, Vernetzungen, Netzwerke. - In: MÜLLER, K./DOSCH, A/MOHRBACH, E/AENIS, T/BARANEK, E./BOECKMANN, T./SIEBERT, R./TOUSSAINT, V. (HRSG.): Wissenschaft und Praxis der Landschaftsnutzung. Formen interner und externer Forschungsk Kooperationen. Weikersheim. S. 19-34.
- FÜRST, DIETRICH (2003): Steuerung auf regionaler Ebene versus Regional Governance. - In: INFORMATIONEN ZUR RAUMENTWICKLUNG, 2003, Heft 8/9, S. 441-450.
- GAWRON, THOMAS/JÄHNKE, PETRA (2000): Kooperation in der Region - Einführung und Problemstellung. - In: JÄHNKE, PETRA/GAWRON, THOMAS (HRSG.): Regionale Kooperation - Notwendigkeit und Herausforderung kommunaler Politik, Erkner bei Berlin. S. 11-34.
- GENOSKO, JOACHIM (1999): Netzwerke in der Regionalpolitik, Marburg.
- GLÄSER, JOCHEN/LAUDEL, GRIT (2004): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, Wiesbaden.
- GRANOVETTER, MARK S. (1973): The Strength of Weak Ties. - In: American Journal of Sociology, 1973, Band 89, S. 1360-1380.
- HAEDRICH, PROF. DR. GÜNTHER/KLEMM, DR. KRISTIANE/LÜTTERS, DIPL.-KFM. HOLGER (2003): Das Ausflugsverhalten der Berliner 2003, Berlin.
- HARRER, DR. BERNHARD (1997): Fahrradausflügler - eine interessante Zielgruppe. - In: Jahrbuch für Fremdenverkehr, 1997, 40. Jahrgang, München, S. 131-142.
- HARRER, DR. BERNHARD/SCHERR, SILVIA (1999): Verhaltensweisen der Tagesausflügler in Abhängigkeit von Reisemotiv und Aktivität. - In: Jahrbuch für Fremdenverkehr, 1999, 42. Jahrgang, München, S. 5-38.
- HEINZE, G. WOLFGANG (2003): Raumpartnerschaften zwischen Ballungs- und Erholungsräumen. - In: INSTITUT FÜR MOBILITÄTSFORSCHUNG (HRSG.): Motive und Handlungsansätze im Freizeitverkehr, S. 185-201.
- HOFMANN, FRANK (1996): Fahrradtourismus im europäischen Markt - ökologisch nachhaltig und ökonomisch erfolgreich? - In: BIERMANN, AXEL/HOFMANN, FRANK/STEINECKE, ALBRECHT (HRSG.): Fahrradtourismus - Baustein eines marktgerechten und umweltverträglichen Tourismus, Trier. S. 65-69.

- HOFMANN, FRANK/FROITZHEIM, THOMAS (2001): Radfernwege in Deutschland. 5. überarbeitete Auflage, Bielefeld.
- INSTITUT FÜR MOBILITÄTSFORSCHUNG (2003): Motive und Handlungsansätze im Freizeitverkehr, Berlin Heidelberg.
- JÄHNKE, PETRA/GAWRON, THOMAS (HRSG.) (2000): Regionale Kooperation - Notwendigkeit und Herausforderung kommunaler Politik, Erkner bei Berlin.
- JOYCE, DAN/REID, CARLTON/VINCENT, PAUL (2000): Das große Buch vom Fahrrad, Bielefeld.
- KLEMM, DIPL.-GEOGR. HOLGER (1996): Fahrradtourismus in der Region Mosel/Saar - ein Vergleich der Pauschalradreisenden und der Individualreisenden. - In: BIERMANN, AXEL/HOFMANN, FRANK/STEINECKE, ALBRECHT (HRSG.): Fahrradtourismus - Baustein eines marktgerechten und umweltverträglichen Tourismus, Trier. S. 97-105.
- KNIELING, JÖRG (2003): Kooperative Regionalplanung und Regional Governance: Praxisbeispiele, Theoriebezüge und Perspektiven. - In: INFORMATION ZUR RAUMENTWICKLUNG, 2003, Heft 8/9, S. 463-478.
- KOLLMANN, GERHARD/LEUTHOLD, MARGIT/PFEFFERKORN, WOLFGANG/SCHREFEL, CHRISTIAN (HRSG.) (2003): Partizipation. Ein Reiseführer für Grenzüberschreitungen in Wissenschaft und Planung. Schriftenreihe Integrativer Tourismus & Entwicklung, Band 6, München-Wien.
- LIEBSCH, FRANK (2003): Städtetourismus, Wellnesstourismus, Fahrradtourismus, Meßkirch.
- LINDLOFF, KARSTEN/SCHNEIDER, LOTHAR (2001): Handbuch nachhaltige regionale Entwicklung - Kooperations- und Vernetzungsprozesse in Region, Landkreis, Stadt und Gemeinde, Dortmund.
- MAYRING, PHILLIP (2003): Qualitative Inhaltsanalyse, 8. Auflage, Weinheim bei Basel.
- MEINUNG, DIPL.-KFM. ADOLF (1996): Ein Volk fährt Rad. - In: BIERMANN, AXEL/HOFMANN, FRANK/STEINECKE, ALBRECHT (HRSG.): Fahrradtourismus - Baustein eines marktgerechten und umweltverträglichen Tourismus, Trier. S. 94-96.
- MEYER, STEFAN (1999): Kooperationen, Netzwerke und Querschnittssektoren als Entwicklungsimpulse in der Region. Das Beispiel der Altautoverwertung in Bremen. - In: BIESECKER, PROF. DR. ADELHEID/ELSNER, PROF. DR. WOLFRAM/GRENZDÖRFFER, PROF. DR. KLAUS (HRSG.): Bremer Diskussionspapiere zur Institutionellen Ökonomie und Sozial-Ökonomie, Nr. 36, Bremen.
- MIGLBAUER, ERNST (1995): Radtourismus als Element der regionalen Tourismusförderung. - In: DREYER, AXEL/KRÜGER, ARND (HRSG.): Sporttourismus. Management- und Marketing-Handbuch, München. S. 341-362.

- MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT - REFERAT TOURISMUS (2001): Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des Radtourismus im Land Brandenburg, Potsdam.
- MÜLLER, BERNHARD/WIECHMANN, THORSTEN/SCHOLL, WOLFGANG/BACHMANN, THOMAS/HABISCH, ANDRÉ (HRSG.) (2002): Kommunikation in regionalen Innovationsnetzwerken, München und Mering.
- MÜLLER, K./DOSCH, A/MOHRBACH, E/AENIS, T/BARANEK, E./BOECKMANN, T./SIEBERT, R./TOUSSAINT, V. (HRSG.) (2002): Wissenschaft und Praxis der Landschaftsnutzung. Formen interner und externer Forschungsk Kooperationen, Weikersheim.
- OHLHORST, DÖRTE (2003a): Steuerungsansätze im Freizeitverkehr durch regionale Kooperation und Netzwerkbildung. - In: INSTITUT FÜR MOBILITÄTSFORSCHUNG (HRSG.) : Motive und Handlungsansätze im Freizeitverkehr, Berlin Heidelberg. S. 213-225.
- OHLHORST, DÖRTE (2003b): Der Weg ist das Ziel... Radfernwanderwege als nachhaltige Verknüpfung kontrastreicher Regionen. - In: ZTG Themenschwerpunkt: Mobilität in sozio-technischen Systemen, Discussion Paper Nr. 07/03, Berlin.
- OHLHORST, DÖRTE (2003c): Radfernweg Berlin-Usedom: eine länderübergreifende Arbeitsgruppe bringt die Umsetzung voran, unveröffentlichter Textentwurf, Berlin.
- OHLHORST, DÖRTE (2004): Konzept für die Entwicklung und Organisation von Raumpartnerschaften als interregionale Kooperation zwischen Konträräumen. Zusammenfassung, Berlin.
- OSTDEUTSCHER SPARKASSEN- UND GIROVERBAND (HRSG.) (o.J.): Tourismusbarometer Jahresbericht 2005, Berlin.
- PAWELLEK, IRENE/SPENGLER-RAST, CHRISTA (2004): Spielregeln für Netzwerke. Wenn Unternehmen zusammenarbeiten. Wie Unternehmen zusammenarbeiten, Eschborn.
- PETERS, JÜRGEN (2002): Netzwerkmoderation durch wissenschaftliche Einrichtungen - das Beispiel der Diskussionsplattform Tourismus. - In: MÜLLER, K./DOSCH, A/MOHRBACH, E/AENIS, T/BARANEK, E./BOECKMANN, T./SIEBERT, R./TOUSSAINT, V. (HRSG.): Wissenschaft und Praxis der Landschaftsnutzung. Formen interner und externer Forschungsk Kooperationen, Weikersheim. S. 357-363.
- POLLMANN, BERNHARD (2004); Radfernwege in Deutschland, München.
- SARETZKI, ANJA/WILKEN, MARKUS/WÖHLER, KARLHEINZ (2002): Lernende Tourismusregionen. Vernetzung als strategischer Erfolgsfaktor kleiner und mittlerer Unternehmen. - In: WÖHLER, KARLHEINZ (HRSG.): Tourismus. Beiträge zu Wissenschaft und Praxis, Band 3, Münster.
- SCHEFF, JOSEF (1999): Lernende Regionen. Regionale Netzwerke als Antwort auf globale Herausforderungen, Wien.
- SCHNELL, PETER (HRSG.) (1999): Wirtschaftsfaktor Tourismus, Münster.

- STEINECKE, PROF. DR. ALBRECHT/HALLERBACH, DIPL.-GEOGR. BERT (1996): Fahrradtourismus - ein Bericht zur Forschungslage und zu den Forschungsdefiziten. - In: BIERMANN, AXEL/HOFMANN, FRANK/STEINECKE, ALBRECHT (HRSG.): Fahrradtourismus - Baustein eines marktgerechten und umweltverträglichen Tourismus, Trier. S. 7-32
- STEINECKE, ALBRECHT (HRSG.) (1995): Tourismus und nachhaltige Entwicklung: Strategien und Lösungsansätze. Einführung in das 4. Europäische Wissenschaftsforum, ETI-Texte Heft 7, Trier.
- STEINER, JÜRGEN (1999): Wirtschaftsfaktor Radtourismus. - In: SCHNELL, PETER (HRSG.) (1999): Wirtschaftsfaktor Tourismus, Münster. S. 33-38.
- SYDOW, JÖRG (HRSG.) (1999): Management von Netzwerkorganisationen: Beiträge aus der „Managementforschung“, Wiesbaden.
- SYDOW, JÖRG (1999): Management von Netzwerkorganisationen - Zum Stand der Forschung. - In: SYDOW, JÖRG (HRSG.): Management von Netzwerkorganisationen: Beiträge aus der „Managementforschung“, Wiesbaden, S. 279-315.
- WÖHLER, KARLHEINZ (HRSG.) (2002): Tourismus. Beiträge zu Wissenschaft und Praxis, Band 3, Münster.
- WRIGHT, HEIDI (2006): Radverkehrspolitik. Neues Selbstverständnis - und alter Stillstand. In: ADFC: Jahresbericht 2006. impuls. Das Aktiven-Magazin. Für Menschen, die sich im ADFC engagieren, Bremen.
- WÜSTEFELD, ANDREAS (2000): Fahrradtourismus - eine Aufgabe für das Regionalmarketing. Beispiel Dahner Felsenland (Biosphärenreservat Pfälzerwald). - In: GEOGRAPHISCHE RUNDSCHAU, 2000, Jahrgang 52, Heft 2, S. 16-20

7.2 Digital vorliegende Publikationen

- ADFC (2006): Pressemitteilung vom 09.03.2006 Urlaub mit dem Rad weiter Favorit, Bremen.
(www.nationaler-radverkehrsplan.de/neuigkeiten/news.php?id=1380, Zugriff 29.11.2006)
- ADFC BETT & BIKE DEUTSCHLAND (2005): Fahrradfreundliche Gastbetriebe. ADFC Kriterienkatalog für Beherbergungs- Gastronomie- und Campingbetriebe (FAF 7), Bremen.
(www.bettundbike.de/pdfdateien/BB-2KriterienListeGesamt.pdf, Zugriff 29.11.2006)
- ADFC BETT & BIKE DEUTSCHLAND (2006): Radurlauber sind beliebt! Das Bettenangebot für Radler steigt von Jahr zu Jahr..., Pressemitteilung 11.04.2006, Bremen.
(www.bettundbike.de/presse/pdf/PM-BBD-2006.pdf, Zugriff 29.11.2006)
- BOTZEM, SEBASTIAN (2002): Governance-Ansätze in der Steuerungsdiskussion. Steuerung und Selbstregulierung unter den Bedingungen fortschreitender Internationalisierung. - In: DISCUSSION PAPER FS I 02-106, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, Berlin.
(www.wz-berlin.de/ow/into/abstracts/i02-106.de.htm, Zugriff 29.11.2006)

- BORKENHAGEN, PETER/JÄKEL, LUTZ/KUMMER, ANDREAS/MEGERLE, ANDREAS/VOLLMER, LUTZ-MICHAEL (2004): Netzwerkmanagement, Berlin.
(www.abwf.de/main/publik/content/main/publik/handreichungen/lipa/92hand-8.pdf, Zugriff 29.11.2006)
- BRAUN, JAN/HENTSCHEL, GERRIT (2004): Einführungsvortrag: Komplexe Strukturen, Skript einer Powerpointpräsentation April 2004, Aachen.
(www-lti.informatik.rwth-aachen.de/lehre/Netzwerkanalyse/SS2004/kompl_sys_folien2.pdf, Zugriff 29.11.2006)
- BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU UND WOHNUNGSWESEN (BMVBW) (2004): Mobilität in Deutschland 2002 - Fahrradverkehr, Bonn.
(www.nationaler-radverkehrsplan.de/eu-bund-laender/bund/DF8590.pdf, Zugriff 29.11.2006)
- DELLMANN, REINHOLD (2006): Das Fahrrad im Alltags- und Freizeitverkehr - Umsetzung einer integrierten und nachhaltigen Verkehrspolitik im Land Brandenburg, FahrRad in Brandenburg, Fachkonferenz am 10.05.2006, Brandenburg.
(www.brandenburg.de/cms/media.php/lbm1.a.4401.de/FahrRad.pdf, Zugriff 29.11.2006)
- DIW BERLIN (2006): Pressemitteilung vom 1.11.2006 Fußgänger- und Fahrradverkehr gewinnen an Bedeutung, Berlin.
(www.diw.de/programme/jsp/presse.jsp?pcode=533&language=de, Zugriff 29.11.2006).
- FÖGE, MICHAEL (1999): Fördermittelantrag vom Landrat unterschrieben. - In: RADZEIT, 1999, Heft 4, S. 18.
(www.radzeit.de/uploads/12/26/radzeit99-4_72.pdf, Zugriff 29.11.2006)
- FÜRST, DIETRICH (o.J.): Regional Governance: Wahrnehmung und Erkenntnisse. Skript einer Powerpointpräsentation, Hannover.
(www.oeaar.at/OEAR_LuStextra_RegionalGovernance_Fuerst_2005_113KB.pdf, Zugriff 29.11.2006)
- HOFMANN, FRANK (1998): Fahrradtourismus: Baustein eines marktorientierte und nachhaltigen Deutschlandtourismus. Fakten, Fakten, Fakten ... und immer an den Gast denken, Bad Wildungen.
(members.aol.com/FrHofmann/hessen.htm, Zugriff 29.11.2006)
- JAIN, ANGELA/OHLHORST, DÖRTE/SCHMITHALS, JENNY/STEINBERG, GERNOT (2003): Freizeitverkehr attraktiv und nachhaltig gestalten - Konzepte und Umsetzung durch Akteursvernetzung. Zusammenfassung des Vortrags auf der ITB am 10.03.2003, Berlin.
(http://www.fvw.de/_pdf/jain_ohlhorst_schmithals_steinberg.pdf)
- KEUTMANN, ULF/FROITZHEIM, THOMAS (2006): Die Radreiseanalyse 2006. Siebte bundesweite Erhebung zum fahrradtouristischen Markt, Skript einer Powerpointpräsentation, Bremen.
(www.adfc.de/2919_1, Zugriff 29.11.2006)
- KIRSCH, ALEXANDRA (2005): ‚Bett & Bike‘-Projektleiter Wolfgang Reiche im Interview. - In: RADWELT ONLINE-ARCHIV, 2005, Heft 2, Bremen.
(http://www.adfc.de/2001_1, Zugriff 29.11.2006)

- KOCH, BENNO (2001): Auf der Suche nach dem Radweg Berlin-Kopenhagen. - In: RADZEIT, 2001, Heft 3, S. 50-53.
(www.radzeit.de/uploads/12/13/radzeit01_3.pdf, Zugriff 29.11.2006)
- KOCH, BENNO (2005): Auf dem Weg zur Badewanne der Berliner. - In: RADZEIT, 2005, Heft 4, S. 26-29.
(www.radzeit.de/uploads/210/112/RadZeit2005_4_Radweg_Berlin_Usedom.pdf, Zugriff 29.11.2006)
- KOCH, BENNO (2006): Die Summe der Erfolge. - In: RADZEIT, 2006, Heft 4, S. 3.
(www.radzeit.de/uploads/12/126/RadZeit2006-4-72dpi.pdf, Zugriff 29.11.2006)
- KÖNIG, KATHARINA/SEDLACEK, PETER (2005): „Regionenbildung“ Organisationsmöglichkeiten regionaler Kooperation. Studie im Rahmen der Erarbeitung des Regionalkonzepts für die Impuls-Region Erfurt-Weimar-Jena.
(www.impulsregion.de/bericht2005/FSU_Regionenbildung.pdf, Zugriff 29.11.2006)
- MAGDEBURGER TOURISMUSVERBAND ELBE-BÖRDE-HEIDE E.V. (2004): Ausgewählte Daten und Fakten zur Radlerbefragung 2005, Magdeburg.
(Radlerbefragung - Fakten 2005.doc)
- MEGERLE, ANDREAS/BAUMANN, SONJA/BOCHER, CHRISTINA/BREUNINGER, KRISTINA/BRÖGE, BURKHARD/CLEMENT, TORSTEN/HERTFELDER, STEFANIE/KABBECK, NADINE/TIPEI, ADINA (2000): Mythos Netzwerke? Die touristische Perspektive, Tübingen.
(tiss.zdv.uni-tuebingen.de/webroot/eg/egime01_W98_1/downloads/netzwerke/bericht.doc, Zugriff 29.11.2006)
- NISCHWITZ, DR. GUIDO/MOLITOR, DR. REIMAR/ROHNE, DIPL.-GEOGR. SILVIA (2001): Local und Regional Governance für eine nachhaltige Entwicklung. Sondierungsstudie Abschlussbericht, Wuppertal/Berlin.
(www.gsf.de/pt-gsf/bmbf/laufSchwp/soef/material/endber_nischwitz.pdf, Zugriff 29.11.2006)
- PLANERSOCIETÄT (2006): Leidfaden zur Koordinierung grenzüberschreitender und Baulastträger übergreifender Infrastrukturprojekte für den Radverkehr. Kurzfassung, Dortmund.
(www.nationaler-radverkehrsplan.de/eu-bund-laender/bund/DF10351-kurzfassung.pdf, Zugriff 29.11.2006)
- REMANN-HÄRING, TANJA (2003): Evaluierung der Angebots- und Vermarktungsseite am Beispiel des thematisierten Radwegs VIA DANUBIA, Diplomarbeit Universität Regensburg, Regensburg.
(ViaDanubia_Angebotsseite.pdf, zur Verfügung gestellt durch ADFC Bundesverband)
- SCHEIDEGGER, NICOLINE/OSTERLOH, MARGIT (2004): Netzwerkanalyse in der Organisationsforschung, Skript einer Powerpointpräsentation 08.06.2004, Zürich.
- SCHNEEWOLF, DR. RAINER/GRIMM, DIPL.-GEOGR. KATHARINA (2006): Analyse und Perspektiven der Bundesradrouten im Rahmen des Nationalen Radverkehrsplans. Forschungsvorhaben im Auftrag des

Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung im Rahmen des Nationalen Radverkehrsplans. Schlussbericht, Berlin.
(www.nationaler-radverkehrsplan.de/eu-bund-laender/bund/DF10408.pdf, Zugriff 29.11.2006)

STATISTISCHES BUNDESAMT (2006): Pressemitteilung vom 1. Juni 2006. Mehr als 63 Millionen Fahrräder in deutschen Haushalten, Wiesbaden.
(www.destatis.de/presse/deutsch/pm2006/p2230024.htm, Zugriff 29.11.2006).

VERKEHRSClub DEUTSCHLAND E.V. (2000): Fahrrad-Masterplan für Deutschland, Berlin.
(www.vcd.org/fileadmin/user_upload/redakteure/themen/rad_und_fussverkehr/VCD_Fahrrad_Masterplan.pdf, Zugriff 29.11.2006)

WACHOTSCH, ULRIKE (2005): Der Radtourist - Motivation, Aktivitäten, Erwartungen und Anforderungen an die touristische Infrastruktur und ihre Akteure. Eine Untersuchung auf der Grundlage einer Befragung von Radtouristen und Radausflüglern am Radfernweg Berlin - Kopenhagen, Magisterarbeit Universität Potsdam, Potsdam.
(Radtourismus.pdf, zur Verfügung gestellt durch Tourismusverband Ruppiner Land)

7.3 Internet

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRADCLUB E.V. (ADFC)
www.adfc.de/1942_1 (Radreiseanalyse 2005), Zugriff 29.11.2006
www.adfc.de/2001_1 (Interview Wolfgang Reiche), Zugriff 29.11.2006
www.adfc.de/2637_1 (ADFC-Chronik), Zugriff 29.11.2006
www.adfc.de/2919_1 (Radreiseanalyse 2006), Zugriff 29.11.2006
www.adfc.de/38_1 (Fahrradwegweisung), Zugriff 29.11.2006
www.adfc-berlin.de/bbbike/ (Berlin by Bike, Zugriff 13.12.2006)
www.fa-tourismus.adfc.de/radfern.htm (Kriterien für Radfernwege in Deutschland)

„BETT & BIKE“
www.bettundbike.de, Zugriff 29.11.2006

BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ
www.bfn.de/0323_itye_nachhaltig.html, Zugriff 29.11.2006

BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR, BAU UND STADTENTWICKLUNG: FAHRRADPORTAL
www.nationaler-radverkehrsplan.de/, Zugriff 13.12.2006

BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND TECHNOLOGIE
www.tuvpt.de/abgeschlossene-projekte/freizeitverkehrde.html, Zugriff 13.12.2006
www.freizeitverkehr.de/kontrast.shtml, Zugriff 13.12.2006

BUND FÜR NATURSCHUTZ (FORUM UMWELT UND ENTWICKLUNG)
www.bfn.de/0323_itye_nachhaltig.html, Zugriff 13.12.2006

DER RAD-REISE-SERVICE
www.rad-reise-service.de/tour407.html, Zugriff 13.12.2006

- DEUTSCHES JUGENDHERBERGSWERK
www.jugendherberge.de/de/jugendherbergen/visitenkarte/jh.jsp?IDJH=646, Zugriff 29.11.2006
- DIE MECKLENBURGER RADTOUR RAD- UND WANDERREISEN
www.mecklenburger-radtour.de/impressum.php, Zugriff 13.12.2006
- DIE RADREISENDATENBANK
www.fahrradreisen.de/, Zugriff 13.12.2006
- ELBERADWEG
www.elberadweg.de/frame/frameset.php?br=w3c&lg=de, Zugriff 13.12.2006
- FAHRRADAKADEMIE
www.fahrradakademie.de/index.php?id=232&PHPSESSID=535c13aae0e35e44df8f546fef592824, Zugriff 13.12.2006
- FAHRRADPOOL LAUSITZ
www.fahrradpool-lausitz.de/index.php, Zugriff 13.12.2006
- FÖRDERKREIS DER NORDDEUTSCHEN FERNRADWEGE, FAHRRADTOURISTIK GARTOW
www.fdnf.de/, Zugriff 13.12.2006
- FREMDENERKEHRSVEREIN GÜSTROW E.V.
www.guestrow-tourismus.de/, Zugriff 13.12.2006
- FRISCHER WINDT FÜR IHREN GARTEN FACHLEXIKON
www.frischer-windt.de/Lexikon/Lexikon_UVW/lexikon_uvw.html, Zugriff 13.12.2006
- MINISTERIUM FÜR INFRASTRUKTUR UND RAUMORDNUNG BRANDENBURG,
Pressemitteilung Nr: 141/205 vom 11.08.05
www.mir.brandenburg.de/sixcms/detail.php?id=219728&_siteid=70,
Zugriff 13.12.2006
- MOBILITÄT IN DEUTSCHLAND
www.kontiv2002.de/daten.htm, Zugriff 13.12.2006
- NATIONALER RADVERKEHRSPLAN
www.nationaler-radverkehrsplan.de/neuigkeiten/news.php?id=1380,
Zugriff 29.11.2006
- NEXUS - INSTITUT FÜR KOOPERATIONSMANAGEMENT UND INTERDISZIPLINÄRE FORSCHUNG;
BALTIC+
www.nexus-berlin.com/Nexus/Bereiche/Mobilitaet/baltic.html, Zugriff 13.12.2006
- OFFIZIELLE INTERNETSEITE ZUM RADFERNWEG BERLIN-KOPENHAGEN
www.bike-berlin-copenhagen.com, Zugriff 29.11.2006
- OHV! OHNE HAST VERWEILEN
www.ohnehastverweilen.de/index.htm, Zugriff 13.12.2006
- PRESSEDIENTST-FAHRRAD
www.pd-f.net/, Zugriff 13.12.2006
- RADREISEN-DATENBANK
www.fahrradreisen.de, Zugriff 29.11.2006

- RADTOURISMUS OBERHADEL, DER RADFERNWEG BERLIN-KOPENHAGEN IM KREIS OBERHADEL
www.info-oberhavel.de/fsindex.htm?tourism/radtour.htm, Zugriff 13.12.2006
- REISELAND BRANDENBURG
www.reiseland-brandenburg.de/index.html, Zugriff 13.12.2006
- STADT FÜRSTENBERG
www.stadt-fuerstenberg-havel.de, Zugriff 29.11.2006
- STADT GÜSTROW
www.guestrow.de, Zugriff 29.11.2006
www.guestrow.de/guestrow-fuer/touristen.html, Zugriff 13.12.2006
- TOURISMUSVERBAND MECKLENBURG-VORPOMMERN
www.auf-nach-mv.de/index.php?&PHPSESSID=90e8608934196ad90d9b506983a305ec
Zugriff 13.12.2006
- TOURISMUSVERBAND RUPPINER LAND E.V.
www.ruppinerreiseland.de/dbs24/web/, Zugriff 13.12.2006
- VELO:KONZEPT
www.velokonzept.de/index.php?id=189, Zugriff 13.12.2006
- VERZÄHNUNG IM LANDKREIS OBERHADEL
www.vzf-ohv.de/, Zugriff 13.12.2006
- WESER
www.weser.de/index.php?id=53, Zugriff 29.11.2006
- WESERRADWEG
<http://weser-radweg.de/index.php>, Zugriff 13.12.2006

7.4 Sonstige

- ADFC BETT & BIKE DEUTSCHLAND (2006): ‚Bett & Bike‘. Fahrradfreundliche Gastbetriebe in Deutschland, 9. Auflage, Berlin.
- BIKELINE (2005): Radtourenbuch Radfernweg Berlin-Kopenhagen, 3. überarbeitete Auflage, Rodingersdorf (Österreich).
- BROSCHÜRE ZUM RADWEG (2001): Radweg Berlin-Kopenhagen. 630 grün-blaue Kilometer durch Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und die dänischen Ostseeinseln. Mit dem Rad über Land und Meer, Rostock.
- BVA (HRSG.) (2004): Radweg Berlin-Kopenhagen. Radwanderkarte 1:75.000, 2. Auflage, Bielefeld.
- FLYER ZUM RADFERNWEG (o.J.): Radweg Berlin-Kopenhagen. 630 grün-blaue Kilometer durch Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und die dänischen Ostseeinseln.

- FÜRSTENBERG WASSERSTADT RUPPINER LAND (2006): Fürstenberger Seenland und Himmelpfort. Mecklenburgische Seenplatte. Urlaubstraum Urlaubsplaner & Gastgeber, Fürstenberg.
- GÜSTROW ERNST-BARLACH-STADT (2006): Gastgeberverzeichnis, Güstrow.
- INFO-RADIO (2006): Apropos Wirtschaft: Zukunftsperspektiven Brandenburger Regionen, 29.10.2006, 12:22 Uhr
(www.inforadio.de/radiotoread.do?pid=602&subpage=null&command=detailview&dataid=150081, Zugriff 13.12.2006).
- INVESTITIONSBANK DES LANDES BRANDENBURG (2006): GA-Ausbau der wirtschaftsnahen kommunalen Infrastruktur
(www.ilb.de/rd/data/GA_Infra_2006_Kurzinfo.pdf, Zugriff 13.12.2006)
- NATIONALER RADVERKEHRSPLAN (2002): Landkarte D-Netz
(www.nationaler-radverkehrsplan.de/neuigkeiten/images/d-netz-2004.jpg, Zugriff 13.12.2006))
- POTSDAMER NEUESTE NACHRICHTEN ONLINE (2003): ‚Der Radfahrer ist nicht der typische Schnitzel-Kunde‘ IHK-Studie: Trend zum Radurlaub in Brandenburg ungebrochen, Brandenburg-Berlin 25.09.2003
(<http://archiv.tagesspiegel.de/archiv/25.09.2003/759150.pnn>, Zugriff 13.12.2006)
- PUBLICPRESS (o.J.): Radwanderkarte Radweg Berlin-Kopenhagen mit Ausflugszielen, Einkehr- und Freizeittipps, 1:50.000, Geseke.
- DIE TAGESZEITUNG (2004): Rausradeln nach Brandenburg, taz Berlin lokal 25.04.2004, S. 22
(www.taz.de/pt/2004/05/25/a0276.1/text.ges,1, Zugriff 13.12.2006).
- WESERKONTOR (2006): Der ‚RADgeber‘ Radwandern an der Weser. Informationen. Wissenswertes. Nützliches, Bremen.

7.5 Gesprächspartner

Allgemein

Frau Anne Bernsdorf, Oranienburg
Frau Dörte Ohlhorst, Berlin
Frau Frederike Neubert, Güstrow
Frau Marianne Schulz, Rostock
Frau Nagel, Berlin (Telefoninterview)
Frau Nitschke & Frau Beynio, Güstrow
Herr Krause, Neuruppin
Herr Pietrowski, Eberswalde
Herr Raimund Jennert, Potsdam
Herr Ralf Rüdiger Heinrich, Bremen
Herr Werner Hoffmann, Hennigsdorf bei Berlin
Herr Wolfgang Reiche, Bremen
Herr Wolfgang Richter, Bremen

Fürstenberg

Frau Birgit Schiller, Fürstenberg
Frau Liebing, Fürstenberg
Frau Nasarenko, Fürstenberg
Frau Prehn, Fürstenberg
Frau Riensberg, Fürstenberg
Frau Ursel Karberg, Fürstenberg
Frau Yvonne Nägel, Fürstenberg
Herr Bechert & Frau Gröschl, Fürstenberg
Herr Intreß, Fürstenberg
Herr Jakowski, Fürstenberg
Herr Mario Oestreich, Fürstenberg
Herr Matthias Paul, Berlin
Herr Mauk, Fürstenberg
Herr Peter Alker, Fürstenberg
Herr Schonig, Fürstenberg
Herr Schröder, Fürstenberg
Herr U. Kietzmann, Fürstenberg
Herr Voitus, Berlin (Telefoninterview)
Joachim & Margret Behrens, Fürstenberg

Güstrow

Frau Dagmar Hinrichs, Güstrow
Frau Hübener, Güstrow
Frau Kleinkorte, Güstrow
Frau Löchner, Güstrow
Frau Manzke, Güstrow
Frau Osterloh, Berlin (Telefoninterview)
Frau Schmidt, Güstrow
Herr Bachmeier, Güstrow
Herr Camenz, Güstrow
Herr Dräger, Güstrow
Herr Hinz, Güstrow
Herr Karasch, Güstrow
Herr Katelhöhn, Güstrow
Herr Kleinschmidt, Güstrow
Herr Lewioda, Güstrow
Herr Sven-Erik Muskulus, Güstrow
Herr Thomas Eberl, Berlin (Telefoninterview)

8 Anhang

Anlagenverzeichnis

Anlage 1	Gesprächs-Leitfaden
Anlage 2	Fragebogen
Anlage 3	Liste der Gesprächspartner
Anlage 4	Anschreiben an Gesprächspartner
Anlage 5	Referenzschreiben Landestourismusverband Brandenburg
Anlage 6	Referenzschreiben ‚Bett & Bike‘
Anlage 7	CD (Interviewprotokolle, Auswertungstabelle)

Anlage 1 Gesprächsleitfaden

Gesprächs-Leitfaden

Befragungspartner: _____

Datum: _____ Uhrzeit _____

Eigene Anmerkungen zur Gesprächsatmosphäre / persönliche Eindrücke zur Gesprächssituation (positiv, offen, interessiert, reserviert, etc.)

Das **Ziel der Untersuchung** besteht darin herauszufinden, ob und in welcher Weise innerhalb der letzten fünf Jahre auf dem Radfernweg Berlin-Kopenhagen Netzwerke und Kooperationen entstanden sind. Das **Ziel des Interviews** ist es, die Rolle einzelner Akteure in der Tourismusregion zu beleuchten und Erkenntnisse über vorhandene Strukturen zu erlangen. Die Ergebnisse werden anonymisiert. Besteht Einverständnis mit einer Tonbandaufzeichnung?

Bitte stellen Sie sich mit Namen und Firmenbezeichnung vor.

1. Wie lange arbeiten Sie bereits in diesem Gebiet?

Wenn kleiner als fünf Jahre: Haben Sie Ihre Arbeit aufgenommen, weil der Radweg Berlin-Kopenhagen durch Ihren Ort führt?

2. Radtourismus ist „in“. Wie spüren Sie den Trend zu dieser Reiseart in Ihrer täglichen Arbeit?

Ist Ihr Unternehmen fahrradfreundlich?

Seit wann?

Wie viele Radfahrer frequentieren im Jahr Ihr Unternehmen?

Bieten Sie irgendwelche Zusatzleistungen für Radfahrer an (z.B. Gepäcktransport, Pannenservice)?

Gibt es Rabatte für Radfahrer?

Haben Sie das Gefühl, dass die Radfahrer zusätzliche Angebote benötigen, um den Radweg attraktiver zu finden (z.B. Reservation von Zimmern, Gepäcktransport, Reparaturservice)?

Wären Sie bereit, solche Angebote für die Radfahrer mit zu entwickeln?

3. Mit welchen touristischen Unternehmen arbeiten Sie in der Region bereits zusammen?

Kooperieren Sie mit dem zuständigen Tourismusverband? Sind Sie über die Aktivitäten des Landestourismusverbands informiert?

4. Haben Sie Kontakte zu anderen Einrichtungen entlang des Weges?

Arbeiten Sie gegebenenfalls mit einem anderen Unternehmen zusammen, um die Attraktivität Ihres Unternehmens und des Radfernwegs zu steigern?

Mit welchen (anderen) Unterkünften kooperieren Sie hier in der Region? (Vermitteln Sie an diese Gäste, wenn die eigenen Kapazitäten erschöpft sind?)

5. **Wie groß ist Ihre Motivation, mit anderen Unternehmern gemeinsam neue touristische Produkte zu entwickeln, die den Radfernweg attraktiver in der Vermarktung werden lassen?**
6. **Welches Potential sehen sie in einer überregionalen Vernetzung zwischen Leistungsträgern (z.B. unter Hotels zur Zimmervermittlung)?**
Denken Sie über eine Entwicklung von Pauschalangeboten nach?
7. **Sind Sie in einem Fahrrad-Netzwerk aktiv (z.B. Bett & Bike, Fahrradwanderpass Oranienburg)?**
Arbeiten Sie mit einem Radreiseveranstalter (Mecklenburger Radtouren, ADFC) zusammen?
8. **Gibt es für Sie einen zentralen Ansprechpartner für touristische Angelegenheiten in Fürstenberg/Güstrow?**
Wie bringen Sie sich bei regionalen Entscheidungen ein?
9. **Nehmen Sie mit Ihrem Unternehmen an Marketingaktionen wie dem „Anradeln“ des Tourismusverbandes teil?**
Haben Sie das Gefühl, eine Rolle in regionalen Entscheidungen zu spielen?
Beteiligen Sie sich an Entscheidungen über Verbesserungsmaßnahmen/Projekte auf dem Radfernweg?
Wurden Sie in die Erstellung der Karte einbezogen?
10. **Gibt es Organisationen/Unternehmen, die Ihrer Meinung nach für eine Zusammenarbeit nicht geeignet sind?**
Was meinen Sie: Ist für die Vermarktung des Radfernwegs eine übergeordnete unabhängige Organisation nötig, die als Hauptansprechpartner die Radfahrer in die Regionen bringt?

Was wünschen Sie sich für die Zukunft?
11. **Bieten Sie in Ihrem Unternehmen regionale Produkte an?**

Zusätzliche Fragen

- Zählt Ihre Stimme etwas bei Entscheidungen bezüglich des Radfernwegs?
Sie haben sich auf Radfahrer eingestellt: Was erschien Ihnen wichtig, bei dieser Umstellung?
Ihrer Meinung nach: Wer ist für den Erfolg von Berlin-Kopenhagen verantwortlich?
Wie schätzen Sie die Altersstruktur der Radwanderer ein?
Sind Sie Radfahrer?
Welche Unternehmen in Ihrer Region wären Ihrer Meinung nach nicht an einer Kooperation interessiert?
Welche Informationsmaterialien zu Berlin-Kopenhagen kennen Sie?
Was empfehlen Sie Radfahrern z.B. für Ausflüge in der Region oder im weiteren Verlauf des Weges? Gibt es einen Geheimitipp, den Sie gerne weitergeben?
Gibt es in Ihrer Region einzelne Personen, die sich mit höchstem Einsatz engagieren?
Was halten Sie von einem gemeinsamen Leitbild für Ihre Region?
Kennen Sie andere Radfernwege in ihrem Bundesland?
Wie ist Ihre Meinung zum Radfernweg Berlin-Kopenhagen?
Wie haben sich die Gästezahlen in den letzten Jahren entwickelt? Haben Sie einen Überblick, wie viele davon den gesamten Radfernweg Berlin-Kopenhagen bereisen?

Anlage 2 Fragebogen

Fabienne Julia Osswald, Nehringstraße 2, 14059 Berlin
Tel: 030-25798195, Mobil: 0171-1946696, Fax: 0721 - 151362845
Email: fosswald@fh-eberswalde.de

Sehr geehrte Damen und Herren Touristiker,

das Ziel der Untersuchung besteht darin herauszufinden, ob und in welcher Weise innerhalb der letzten fünf Jahre auf dem Radfernweg Berlin-Kopenhagen Netzwerke und Kooperationen entstanden sind. Das Ziel dieses ersten Fragebogens ist es, die Einstellung der einzelnen Akteure zu Netzwerken in der Tourismusregion zu beleuchten. Während des ausgemachten Termins werden weitere Fragen zu Netzwerken in der Region gestellt. Die Ergebnisse werden anonymisiert.

Für Rückfragen stehe ich Ihnen natürlich jeder Zeit zur Verfügung: Fabienne Osswald (Telefon: 030-25798195, Email: fosswald@fh-eberswalde.de). Ich bedanke mich für Ihre Kooperation.

Fabienne Osswald

Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen durch Angabe der erfragten Werte. Im zweiten Abschnitt bewerten Sie bitte mit einem Kreuz die für Sie entsprechende Aussage.

Name Ihres Unternehmens: _____

Datum: _____

Allgemeine Fragen:

Was ist Ihre Funktion im Unternehmen?

Wie lange arbeiten Sie bereits in diesem Gebiet?

Wie groß ist Ihr Unternehmen? (bitte entsprechendes ausfüllen):

Betten _____

Sitzplätze _____

Mitarbeiter _____

Wie ist die durchschnittliche Jahresauslastung Ihres Betriebes? (bitte einkreisen)

0-25% 50-75%

25-50% 75-100%

Wen möchten Sie mit Ihrem Angebot besonders ansprechen? (bitte ankreuzen)

1 Langzeittouristen

5 Tagesurlauber

2 Einheimische

6 Menschen aus der Region

3 Radtouristen

7 Individualreisende

4 Durchreisende

8 Familien mit Kindern

Bewertungsfragen:

Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen mit den für Sie passenden Noten:

1 = "stimme voll und ganz zu"

2 = "stimme zu"

3 = "stimme nicht zu"

4 = "stimme überhaupt nicht zu"

Aussage 1:

Ein Unternehmen, das von anderen dazulernt, muss im gleichen Maße bereit sein, Wissen und Erfahrungen an Partnerunternehmen abzugeben

1 2 3 4

Aussage 2:

Eine enge Zusammenarbeit mit Unternehmen unserer Region birgt die Gefahr, dass ich einseitig mein Wissen abgebe, während die Partner sich bedeckt halten.

1 2 3 4

Aussage 3:

Die meisten Unternehmer unserer Region sind Menschen, mit denen ein schneller, ehrlicher Informationsaustausch möglich ist.

1 2 3 4

Aussage 4:

Eine enge Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen unserer Region birgt die Gefahr, dass mein Einsatz größer als mein Nutzen ist.

1 2 3 4

Aussage 5:

In unserer Tourismusregion werden Innovationsideen zukünftig eher von Verbänden zusammenarbeitender Unternehmen als von einzelnen Unternehmen ausgehen.

1 2 3 4

Aussage 6:

Es wird immer schwieriger, Werbe- und Vertriebsmaßnahmen ohne Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen zu finanzieren.

1 2 3 4

Aussage 7:

Die enge Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen und sonstige gemeinsame Initiativen kosten mich Zeit, die ich eigentlich für meine Gäste/Kunden brauche.

1 2 3 4

Aussage 8:

Ein starkes Zusammengehörigkeitsgefühl ist für das Funktionieren einer engen Zusammenarbeit erforderlich.

1 2 3 4

Aussage 9:

Die meisten Unternehmer unserer Region sind in der Lage, bei enger Zusammenarbeit Rivalitäten zu überwinden.

1 2 3 4

Vielen Dank für Ihre Kooperation! Ihre Aussagen werden helfen, die Attraktivität des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen weiter zu verbessern.

Die Abschlussarbeit entsteht an der
Fachhochschule Eberswalde
Friedrich-Ebert-Straße 28
16225 Eberswalde

Betreuerinnen für Rückfragen:

Nicole Häusler (nhaeusler@fh-eberswalde.de)

Prof. Dr. Dagmar Lund-Durlacher (dlund-durlacher@fh-eberswalde.de)

Anlage 3 Liste der Gesprächspartner

Vorbereitende Interviews

	Unternehmensart	Ort	Datum
Interview A-A	Tourismusverband	Potsdam	07.08.2006
Interview A-B	Tourismusverband	Rostock	01.09.2006
Interview A-C	Regionalverband	Neuruppin	03.08.2006
Interview A-D	Tourismusverein	Oranienburg	08.08.2006
Interview A-E	Regionalverband	Güstrow	12.10.2006
Interview A-F	Regionalverband	Berlin (Telefoninterview)	18.10.2006
Interview A-G	Landkreis	Güstrow	01.09.2006
Interview A-H	Selbstständiger	Hennigsdorf bei Berlin	08.08.2006
Interview A-I	Werbefirma	Bremen	17.07.2006
Interview A-J	Entwicklungsgesellschaft	Berlin	11.09.2006
Interview A-K	Landkreis	Eberswalde	01.08.2006

Fürstenberg

	Unternehmensart	Ort	Datum
Interview F-A	Fahrradgeschäft	Fürstenberg	25.09.2006
Interview F-B	Ausflugsmöglichkeit	Fürstenberg	09.10.2006
Interview F-C	Beherbergung	Fürstenberg	09.10.2006
Interview F-D	Beherbergung	Fürstenberg	09.10.2006
Interview F-E	Reisemittler	Fürstenberg	09.10.2006
Interview F-F	Beherbergung	Fürstenberg	26.09.2006
Interview F-G	Gastronomie	Fürstenberg	26.09.2006
Interview F-H	Beherbergung	Fürstenberg	26.09.2006
Interview F-I	Beherbergung	Fürstenberg	26.09.2006
Interview F-J	Gastronomie	Fürstenberg	26.09.2006
Interview F-K	Beherbergung	Fürstenberg	25.09.2006
Interview F-L	Gastronomie	Fürstenberg	26.09.2006
Interview F-M	Beherbergung	Fürstenberg	25.09.2006
Interview F-N	Beherbergung	Fürstenberg	26.09.2006
Interview F-O	Gastronomie	Fürstenberg	25.09.2006
Interview F-P	Gastronomie	Fürstenberg	25.09.2006
Interview F-Q	Tourismusverein	Fürstenberg	25.09.2006
Interview F-R	Verein	Berlin (Telefoninterview)	06.10.2006
Interview F-S	Reiseveranstalter	Berlin	05.10.2006

Güstrow

	Unternehmensart	Ort	Datum
Interview G-A	Gastronomie	Güstrow	10.10.2006
Interview G-B	Beherbergung	Güstrow	11.10.2006
Interview G-C	Fahrradgeschäft	Güstrow	11.10.2006
Interview G-D	Beherbergung	Güstrow	11.10.2006
Interview G-E	Beherbergung	Güstrow	12.10.2006
Interview G-F	Beherbergung	Berlin (Telefoninterview)	14.10.2006
Interview G-G	Beherbergung	Güstrow	12.10.2006
Interview G-H	Gastronomie	Güstrow	10.10.2006
Interview G-I	Reiseveranstalter	Berlin (Telefoninterview)	16.10.2006
Interview G-J	Beherbergung	Güstrow	10.10.2006
Interview G-K	Beherbergung	Güstrow	11.10.2006
Interview G-L	Beherbergung	Güstrow	10.10.2006
Interview G-M	Beherbergung	Güstrow	12.10.2006
Interview G-N	Reiseveranstalter	Güstrow	12.10.2006
Interview G-O	Fahrradgeschäft	Güstrow	11.10.2006
Interview G-P	Gastronomie	Güstrow	10.10.2006
Interview G-Q	Tourismusverein	Güstrow	01.09.2006 & 10.10.2006

Anlage 4 Anschreiben an die Gesprächspartner

fabienne.julia.osswald, nehringstraße 2, 14059 berlin

fabienne.julia.osswald
nehringstraße 2
14059 berlin

tel.: 030 - 25 79 81 95
mobil: 0171 - 194 66 96
fax: 0721 - 151 36 28 45
email: fosswald@fh-eberswalde.de

16798 Fürstenberg/Havel

berlin, den 29. November 2006

**Netzwerke im Radtourismus
Befragung von touristischen Leistungsträgern**

Sehr geehrte Damen und Herren,
sehr geehrte/r Herr/Frau ...,

mein Name ist Fabienne Osswald und ich bin Studentin im Masterstudiengang Nachhaltiger Tourismus an der Fachhochschule Eberswalde. Derzeit schreibe ich meine Abschlussarbeit zu dem Thema „Netzwerke im Radtourismus“. Hierfür führe ich in Kooperation mit dem ADFC Berlin, Bett & Bike sowie den Landes-tourismusverbänden Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern und den örtlichen Tourismusstellen eine Befragung von touristischen Leistungsträgern entlang des Radfernweges Berlin-Kopenhagen durch. Ich konzentriere mich auf zwei Städte, die für eine Kurzreise eine Tagesetappe von einem potentiellen Start-/Zielpunkt entfernt liegen: Fürstenberg/Havel und Güstrow.

In der 39. Kalenderwoche vom 25. bis 29. September 2006 führe ich in Fürstenberg/Havel Interviews mit touristischen Leistungsträgern durch. Ihr

fabienne julia osswald
seite - 2 -

Unternehmen wurde mir in Absprache mit dem lokalen Tourismusverein als Gesprächspartner empfohlen. Auf diesem Wege möchte ich Sie als Geschäftsführer/Verantwortlicher Ihres Unternehmens bitten, mir für ein ca. halbstündiges Gespräch zur Verfügung zu stehen. Die Fragen beziehen sich auf Ihre Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen in der Region und entlang des Radfernweges Berlin-Kopenhagen sowie auf Ihr Engagement in der Region. Ihre Antworten fließen in anonymisierter Form in die Auswertung meiner Abschlussarbeit ein. Informationen von Praktikern stellen im Studienalltag ein nicht zu unterschätzendes Gut dar. Eine neutrale Befragung durch eine außen stehende Person wird zur Weiterentwicklung Ihrer Tourismusregion wichtige Hinweise geben. Sie würden also nicht nur mir mit Ihren Antworten sehr helfen!

Für Rückfragen können Sie sich jeder Zeit auch an meine Dozenten an der Fachhochschule Eberswalde wenden: Frau Nicole Häusler (nhaeusler@fh-eberswalde.de) und Frau Prof. Dr. Dagmar Lund-Durlacher (dlund-durlacher@fh-eberswalde.de, Telefon: 03334-657343) stehen Ihnen gerne zur Verfügung.

Ich werde in der 38. Kalenderwoche mit Ihnen telefonisch Kontakt aufnehmen, um das weitere Vorgehen zu besprechen. Ich hoffe auf Ihre Unterstützung! Für Fragen stehe ich Ihnen natürlich jeder Zeit gerne unter oben genannten Kontaktdaten zur Verfügung. Ich verbleibe

mit freundlichen Grüßen

Fabienne Julia Osswald

Anlage 5 Referenzschreiben Landestourismusverband Brandenburg

Potsdam, 13. September 2006

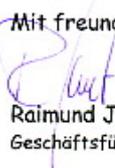
✓ **Unterstützung der Abschlussarbeit von Frau Fabienne Osswald**

Sehr geehrte Damen und Herren Touristiker,

die Studentin der Fachhochschule Eberswalde Frau Fabienne Osswald ist mit dem Vorhaben an uns herantreten, im Rahmen ihrer Abschlussarbeit eine qualitative Untersuchung auf dem Radfernweg Berlin-Kopenhagen durchzuführen. Das Thema der Abschlussarbeit lautet: „Netzwerke im Radtourismus - Potential einer linearen Vernetzung von Leistungsträgern auf Radfernwegen“. Der Landestourismusverband Brandenburg unterstützt die Arbeit, weil sie interessante Ergebnisse für den Ausbau von Netzwerken verspricht.

Gerne möchten wir auch Sie als Leistungsträger entlang des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen auffordern, sich für ein kurzes Interview zur Verfügung zu stellen. Die Ergebnisse werden helfen, die Vernetzung der Leistungsträger weiter zu konkretisieren. Wir hoffen auf Ihre Unterstützung!

✓ Mit freundlichen Grüßen


Raimund Jennert
Geschäftsführer LTV e.V.

Anlage 6 Referenzschreiben ‚Bett & Bike‘



ADFC Bett&Bike, Manteuffelstr. 60, 28203 Bremen



Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club

Fachausschuß Fahrradtourismus

Projekt „Bett & Bike“

Redaktion „Bett & Bike Deutschland“

Manteuffelstr. 60
28203 Bremen

Tel.: (0421) 758 90
Fax: (0421) 794 80 66
bettundbike@adfc.de
www.bettundbike.de

Bremen, 13. September 2006

Befragung der Unterkünfte entlang des Radfernwegs Berlin-Kopenhagen

Sehr geehrte Damen und Herren,

bereits vor zehn Jahren begann das Unternehmen „Bett & Bike“ – damals noch als „Rad & Bett“ – des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club (ADFC) mit seiner Arbeit. Inzwischen ist „Bett & Bike“ mit über 4.400 Partnerbetrieben zu einer der erfolgreichsten Marketingkooperationen im Fahrradtourismus herangewachsen. Alle Hotels, Gasthäuser und Pensionen können durch die Erfüllung weniger Kriterien die Auszeichnung „fahrradfreundlicher Gastbetrieb“ erhalten. Damit haben es Radfahrer leichter, eine für sie geeignete Unterkunft zu finden - umgekehrt erschließen sich die Gastgeber eine enorme Klientel: ca. 2,5 Millionen Deutsche verbringen jedes Jahr einen mehrtägigen Urlaub auf dem Fahrrad und benötigen dazu radlerfreundliche Unterkünfte.

„Bett & Bike“ ist ständig bemüht, sein Angebot noch weiter zu verbessern. Der Radtourist steht dabei im Mittelpunkt, aber die zahlreichen Leistungsträger stellen mit ihren Angeboten das erforderliche Netzwerk dar, auf das er sich verlassen kann. Daher ist es auch immer wieder interessant, herauszufinden, wie gut die „Bett & Bike“-Betriebe genutzt werden und wie viele Radtouristen wirklich gezielt auf dieses Angebot zurückgreifen.

Der ADFC geht immer wieder Kooperationen mit Hochschulen ein, die sich dem Fahrradtourismus zugewandt haben. Frau Fabienne Osswald von der Fachhochschule Eberswalde bearbeitet im Rahmen ihrer Masterarbeit das Thema „Netzwerke im Fahrradtourismus - Potential einer linearen Netzwerkbildung auf Radfernwegen“. Als Fallbeispiel hat sie sich den Radfernweg Berlin-Kopenhagen vorgenommen. An Hand eines Fragebogens sollen fünf Jahre nach der offiziellen Eröffnung des Radfernwegs entstandene Netzwerke analysiert werden. „Bett & Bike“ unterstützt diese Arbeit, da das Thema Netzwerke ein großes Potential auch für einen überregionalen Zusammenschluss von Unterkünften darstellt und damit das Angebot für Radtouristen verbessert. Wir wären Ihnen sehr dankbar, wenn Sie sich die Zeit für ein ca. halbstündiges Gespräch nehmen würden. Die Ergebnisse werden zu einer Verbesserung des Angebots auf Radfernwegen und damit sowohl den Nutzern wie den Anbietern dienen.

Vielen Dank im Voraus. Mit freundlichen Grüßen

Wolfgang Reiche
Geschäftsführer Bett & Bike Deutschland