



„Sattelfeste Altstädte?“

Radtouristische Inwertsetzung von historischen
Stadtkernen im Land Brandenburg



Impressum

Herausgeber:
Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg

Potsdam, Juni 2007

Konzeption und Text:
Dipl. Geographin
Andrea Tiffe

Fotos:
Andrea Tiffe
Landestourismusverband Brandenburg e.V.
Tourismus Marketing Brandenburg GmbH

Gestaltung:
Dipl. Geographin
Andrea Tiffe

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung in die Thematik	1
1.1 Zielstellung.....	2
1.2 Vorgehensweise.....	4
2. Grundlage	5
2.1 Begriffsklärungen zum Fahrradtourismus.....	5
2.2 Fahrradtourismus in Deutschland.....	7
2.3 Fahrradtourismus in Brandenburg.....	14
2.4 AG „Städte mit historischen Stadtkernen“.....	17
2.5 Fahrradtourismus in den historischen Stadtkernen.....	19
2.6. Weitere Begriffsklärungen.....	21
3. Bestandaufnahme	25
3.1 Aufbau und Struktur des Erhebungsbogens & Datengrundlage.....	25
3.2 Bewertung der Antworten & Gewichtungen.....	26
3.3 Anmerkungen zu den Erhobenen Inhalten.....	29
3.4 Darstellung der Daten in der Tabelle & Grundlagen ihrer Auswertung.....	31
4. Quantitative Auswertung der Bestandaufnahme	36
4.1 Anbindungen der Stadt.....	36
4.1.1 Radtouristische Erschließung.....	36
4.1.2 Anbindung an den Bahnverkehr.....	37
4.1.3 Zusammenfassung der Ergebnisse - Anbindung der Städte.....	38
4.2 Touristische Infrastrukturen.....	40
4.2.1 Radtouristische Infrastruktur.....	40
4.2.2 Stumme Stadtrundgänge.....	42
4.2.3 Zusammenfassung der Ergebnisse – Touristische Infrastruktur.....	43
4.3 Touristeninformation vor Ort.....	44
4.3.1 Informationstafeln.....	44
4.3.2 Tourist Information.....	45
4.3.3 Zusammenfassung der Ergebnisse – Touristeninformation vor Ort.....	47
4.4 Öffentlichkeitsarbeit.....	48
4.4.1 Internetpräsenzen – Auswertung der Erhebungsergebnisse.....	48
4.4.2 Mystery Checks – Auswertung der Erhebungsergebnisse.....	50
4.4.3 Zusammenfassung der Ergebnisse – Öffentlichkeitsarbeit.....	51
4.5 Zusammenfassung aller Teilerhebungen.....	52

Inhaltsverzeichnis

5. Handlungsempfehlungen	55
5.1 Allgemeine Handlungsempfehlungen – Anbindung der Stadt	55
5.1.1 Handlungsempfehlungen – Anbindung an einen Radweg.....	55
5.1.2 Handlungsempfehlungen – Anbindung an den Bahnverkehr.....	56
5.2 Allgemeine Handlungsempfehlungen – Touristische Infrastruktur.....	58
5.2.1 Allgemeine Handlungsempfehlungen – Radtouristische Infrastruktur...	58
5.2.2 Allgemeine Handlungsempfehlungen – Stumme Stadtrundgänge.....	68
5.3 Allgemeine Handlungsempfehlungen – Touristeninformation vor Ort.....	72
5.3.1 Allgemeine Handlungsempfehlungen – Informationstafeln.....	72
5.3.2 Allgemeine Handlungsempfehlungen – Tourist Informationen.....	77
5.4 Allgemeine Handlungsempfehlungen – Öffentlichkeitsarbeit	80
5.4.1 Allgemeine Handlungsempfehlungen – Webpräsenzen.....	80
5.4.2 Allgemeine Handlungsempfehlungen – Bearbeitung von Anfragen.....	83
6. Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung der untersuchten historischen Stadtkerne	86
6.1 Handlungsempfehlungen – Altlandsberg.....	90
6.1.1 Anbindung der Stadt Altlandsberg.....	90
6.1.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Altlandsberg.....	90
6.1.3 Touristeninformation der Stadt Altlandsberg.....	92
6.1.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Altlandsberg.....	93
6.1.5 Zusammenfassung Altlandsberg.....	95
6.2 Handlungsempfehlungen – Angermünde.....	96
6.2.1 Anbindung der Stadt Angermünde.....	96
6.2.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Angermünde.....	97
6.2.3 Touristeninformation der Stadt Angermünde.....	99
6.2.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Angermünde.....	100
6.2.5 Zusammenfassung Angermünde.....	101
6.3 Handlungsempfehlungen – Beelitz	103
6.3.1 Anbindung der Stadt Beelitz.....	103
6.3.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Beelitz.....	104
6.3.3 Touristeninformation der Stadt Beelitz.....	105
6.3.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Beelitz.....	107
6.3.5 Zusammenfassung Beelitz.....	108

Inhaltsverzeichnis

6.4 Handlungsempfehlungen – Dahme.....	110
6.4.1 Anbindung der Stadt Dahme.....	110
6.4.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Dahme.....	111
6.4.3 Touristeninformation der Stadt Dahme.....	112
6.4.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Dahme.....	114
6.4.5 Zusammenfassung Dahme.....	116
6.5 Handlungsempfehlungen –Doberlug- Kirchhain.....	117
6.5.1 Anbindung der Stadt Doberlug- Kirchhain.....	117
6.5.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Doberlug- Kirchhain.....	118
6.5.3 Touristeninformation der Stadt Doberlug- Kirchhain.....	119
6.5.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Doberlug- Kirchhain.....	120
6.5.5 Zusammenfassung Doberlug- Kirchhain.....	122
6.6 Handlungsempfehlungen – Gransee.....	124
6.6.1 Anbindung der Stadt Gransee.....	124
6.6.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Gransee.....	124
6.6.3 Touristeninformation der Stadt Gransee.....	126
6.6.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Gransee.....	127
6.6.5 Zusammenfassung Gransee.....	129
6.7 Handlungsempfehlungen – Kremmen.....	130
6.7.1 Anbindung der Stadt Kremmen.....	130
6.7.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Kremmen.....	130
6.7.3 Touristeninformation der Stadt Kremmen.....	131
6.7.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Kremmen.....	133
6.7.5 Zusammenfassung Kremmen.....	134
6.8 Handlungsempfehlungen – Kyritz.....	135
6.8.1 Anbindung der Stadt Kyritz.....	135
6.8.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Kyritz.....	135
6.8.3 Touristeninformation der Stadt Kyritz.....	137
6.8.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Kyritz.....	138
6.8.5 Zusammenfassung Kyritz.....	140
6.9 Handlungsempfehlungen – Luckau.....	141
6.9.1 Anbindung der Stadt Luckau.....	141
6.9.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Luckau.....	141
6.9.3 Touristeninformation der Stadt Luckau.....	143
6.9.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Luckau.....	145
6.9.5 Zusammenfassung Luckau.....	146

Inhaltsverzeichnis

6.10 Handlungsempfehlungen – Lübbenau	148
6.10.1 Anbindung der Stadt Lübbenau	148
6.10.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Lübbenau	148
6.10.3 Touristeninformation der Stadt Lübbenau	150
6.10.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Lübbenau	152
6.10.5 Zusammenfassung Lübbenau	153
6.11 Handlungsempfehlungen – Mühlberg/ Elbe	154
6.11.1 Anbindung der Stadt Mühlberg/ Elbe	154
6.11.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Mühlberg/ Elbe	154
6.11.3 Touristeninformation der Stadt Mühlberg/ Elbe	156
6.11.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Mühlberg/ Elbe	157
6.11.5 Zusammenfassung Mühlberg/ Elbe	158
6.12 Handlungsempfehlungen – Nauen	160
6.12.1 Anbindung der Stadt Nauen	160
6.12.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Nauen	160
6.12.3 Touristeninformation der Stadt Nauen	162
6.12.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Nauen	163
6.12.5 Zusammenfassung Nauen	165
6.13 Handlungsempfehlungen – Neuruppin	166
6.13.1 Anbindung der Stadt Neuruppin	166
6.13.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Neuruppin	167
6.13.3 Touristeninformation der Stadt Neuruppin	168
6.13.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Neuruppin	169
6.13.5 Zusammenfassung Neuruppin	171
6.14 Handlungsempfehlungen – Werder (Havel)	173
6.14.1 Anbindung der Stadt Werder (Havel)	173
6.14.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Werder (Havel)	174
6.14.3 Touristeninformation der Stadt Werder (Havel)	176
6.14.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Werder (Havel)	177
6.14.5 Zusammenfassung Werder (Havel)	179
6.15 Handlungsempfehlungen – Wusterhausen/ Dosse	180
6.15.1 Anbindung der Stadt Wusterhausen/ Dosse	180
6.15.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Wusterhausen/ Dosse	180
6.15.3 Touristeninformation der Stadt Wusterhausen/ Dosse	182
6.15.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Wusterhausen/ Dosse	183
6.15.5 Zusammenfassung Wusterhausen/ Dosse	184

Inhaltsverzeichnis

6.16 Handlungsempfehlungen – Ziesar	186
6.16.1 Anbindung der Stadt Ziesar	186
6.16.2 Touristische Infrastruktur der Stadt Ziesar	186
6.16.3 Touristeninformation der Stadt Ziesar	187
6.16.4 Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Ziesar	188
6.16.5 Zusammenfassung Ziesar	189
7. Zusammenfassung & Ausblick	191
Erhebungsbogen.....	193
Literatur- und Quellenverzeichnis	222
Abkürzungsverzeichnis.....	236

1. Einleitung in die Thematik

Fahrradtourismus gehört deutschlandweit zu den expandierenden touristischen Marktsegmenten mit zunehmender wirtschaftlicher Bedeutung. Die für die aktuelle Radreiseanalyse des ADFCs befragten Probanden gaben an, durchschnittlich 1.170 Euro für Radreisen ausgegeben zu haben. Somit konnten ca. 5 Mrd. Euro im vergangenen Jahr durch den Fahrradtourismus generiert werden.¹

Brandenburg zeigt sich als fahrradfreundliche und facettenreiche Destination. Dazu eignet sich die naturräumliche Ausstattung des Landes mit weiten Waldgebieten, einer Vielzahl an großen und kleinen Seen und Flüssen sowie den Natur-, Landschafts- und Großschutzgebieten hervorragend für den Radtourismus.

Für die radtouristische Entwicklung des Landes wurde das Radwegenetz seit Mitte der 90iger Jahren kontinuierlich ausgebaut. Heute ist Brandenburg durch zahlreiche regionale und überregionale Radwege sehr gut erschlossen. Dadurch kommt dem Fahrradtourismus als wachsendem Segment im Brandenburger Tourismus auch eine verstärkte wirtschaftliche Bedeutung zu, die jedoch noch nicht ausgeschöpft ist.

Mit der Eröffnung der Tour Brandenburg im Juli 2007 werden sich neue Entwicklungspotentiale für den Brandenburger Fahrradtourismus ergeben. Diese Rundtour erschließt als Deutschlands längster Radfernweg nicht nur nahezu alle Brandenburger Reisegebiete, sondern auch zahlreiche Sehenswürdigkeiten des Landes und ist somit als besonderes Highlight herauszustellen.

Der Brandenburger Städte- und Kulturtourismus ist ebenfalls ein erfolgreiches Tourismussegment. Obwohl sich die Nachfrage bisher hauptsächlich auf Potsdam beschränkt, konnten sich auch die 31 Städte der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ mit ihren attraktiven Stadtbildern und historischen Sehenswürdigkeiten im peripheren Raum des Landes behaupten.

Eine Vielzahl von Städten mit historischen Stadtkernen der AG werden künftig durch die Tour Brandenburg erschlossen und somit verstärkt auch von Radtouristen frequentiert. Die historischen Stadtkerne besitzen

eine große touristische Anziehungskraft und strahlen somit Entwicklungspotentiale aus. Mit dem wabenartigen Ausbau der Tour Brandenburg durch sechs „Historische Stadtkern- Routen“ soll das radtouristische Angebot des Landes durch neue thematische Routen erweitert werden. Somit hebt sich das „Radland Brandenburg“ von der wachsenden Konkurrenz ab.

Vor diesem Hintergrund und mit dem Ziel der radtouristischen Inwertsetzung der Städte mit historischen Stadtkernen, insbesondere in Hinblick auf die Entwicklung der Historischen Stadtkern- Routen, entstand der Anlass für die vorliegende Arbeit. Im Fokus der Untersuchungen standen die 16 Städte mit historischen Stadtkernen, die nicht unmittelbar durch die Tour Brandenburg, jedoch zukünftig durch die Historischen Stadtkern- Routen erschlossen sein können.

Am Beispiel dieser 16 Städte konnte eine Vielzahl der für den Fahrradtourismus notwendigen Voraussetzungen in den historischen Stadtkernen herausgestellt werden. Anhand einer für diesen Zweck durchgeführten Erhebung wurden die notwendigen strukturellen Gegebenheiten als „Ist- Zustand“ erfasst.

Die hieraus abgeleiteten Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung der historischen Stadtkerne beschreiben den gewünschten, auf weitere Städte übertragbaren Soll- Zustand. Im Mittelpunkt der Untersuchungen dieser historischen Stadtkerne standen die Anbindung bzw. die Erreichbarkeit der Städte, ihre touristische Infrastruktur sowie die Information der Touristen vor Ort und ihre Öffentlichkeitsarbeit.

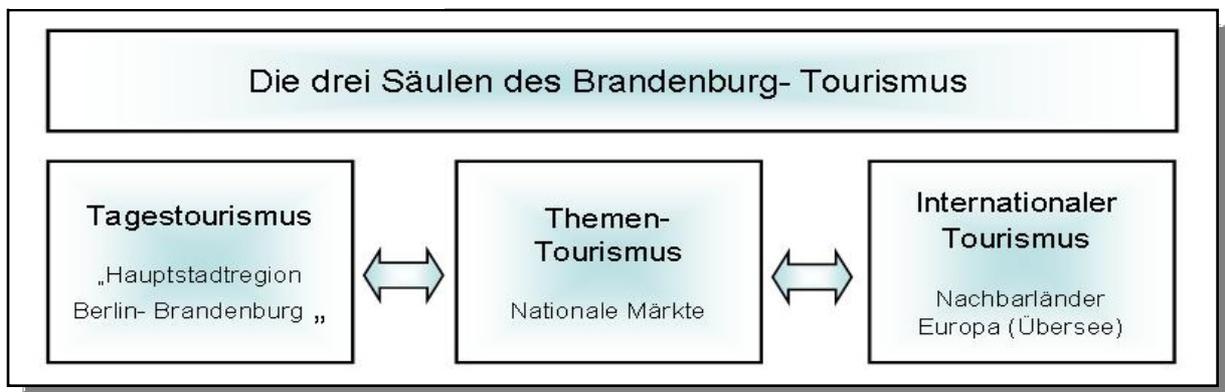
1. Einleitung in die Thematik

1.1 Zielstellung

Die Entwicklung des Tourismus in Brandenburg befindet sich in der einer Konsolidierungsphase. Neue Entwicklungspotentiale beziehen sich auf thematische Marktsegmente wie dem Erholungs- und Naturtourismus, dem Aktivtourismus (Rad-, Wasser-, Wandertourismus), dem Kulturtourismus, dem Gesundheits- und Wellnesstourismus sowie dem Tagestourismus. Im Vergleich der Zielgruppen kommt den Aktivtouristen, insbesondere den Rad- und Wassertouristen, in Brandenburg die größte Bedeutung zu.²

In der aktuellen Tourismuskonzeption des Landes Brandenburg werden drei Säulen des Brandenburger Tourismus beschrieben, um die Positionierung und die entsprechenden Strategien der Tourismuspolitik zu verdeutlichen (Abbildung 1).

Abbildung 1: Die Drei Säulen des Brandenburg- Tourismus



Quelle: MW 2006, S.28

Der Tagestourismus hat für Brandenburg quantitativ und ökonomisch die größte Bedeutung. Mit dem Thementourismus werden nationale Märkte für Kurzreisen und längere Aufenthalte angesprochen. Dabei stehen z. B. die schon genannten Marktsegmente im Mittelpunkt. In diesem Zusammenhang sind die naturräumlichen, infrastrukturellen und kulturellen Entwicklungspotentiale noch nicht ausgeschöpft.

Die dritte Säule des Brandenburg- Tourismus, der Internationale Tourismus, hat für diese Arbeit nur sehr geringe Bedeutung und wird hier ausgeblendet. Die Pfeile in der

Abbildung verdeutlichen die wechselseitige Abhängigkeit der einzelnen Säulen. So spielt der Fahrradtourismus auch für den Tagestourismus eine große Rolle.³

Die Ziele der Tourismuskonzeption sollen durch fünf Aktionsfelder (Abbildung 2) mit verschiedenen Maßnahmen bis 2010 erreicht werden. Die in der Konzeption beschriebenen Maßnahmen zur weiteren Professionalisierung der Themen- und Produktentwicklung stehen für diese Arbeit im Vordergrund.

Im Zusammenhang mit Radtourismus sollen diesbezüglich Maßnahmen hinsichtlich der einheitlichen Beschilderungen der Radwege, der Produktentwicklung an den Routen, der Ausrichtung der Gastgeber auf Radtouristen und der Angebotsgestaltung für Tagestouristen und vieles mehr umgesetzt werden.

Zudem sollen auch in Bezug auf die AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ Maßnahmen zur Entwicklung des Kulturtourismus durch neue Angebote geschaffen werden. Periphere, bisher noch zu wenig wahrgenommene Räume, sollen somit entwickelt werden. Diese Ziele haben hohe Priorität und werden kurz- bis mittelfristig umgesetzt.⁴

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass zielgruppengerechte und kundenorientierte Angebote entwickelt und vermarktet werden müssen, um langfristig im nationalen Wettbewerb konkurrenzfähig zu sein.

1. Einleitung in die Thematik

Um einen Beitrag zur Entwicklung des Brandenburger Fahrradtourismus zu leisten und um eine erfolgreiche Umsetzung der Historischen Stadtkern- Routen zu sicherzustellen, wurden vor diesem Hintergrund die vorhandenen Strukturen in den historischen Stadtkernen u. a. entsprechend den genannten Maßnahmen untersucht und Defizite erfasst.

Daraus abgeleitete Handlungsempfehlungen für deren radtouristische Inwertsetzung verfolgen das Ziel, den Brandenburger Fahrradtourismus zu professionalisieren. Die Notwendigkeit dazu begründet sich auch in den aus der zunehmenden Reiseerfahrung entstandenen Ansprüchen der Touristen an die Qualität der Infrastruktur und der Serviceleistungen.

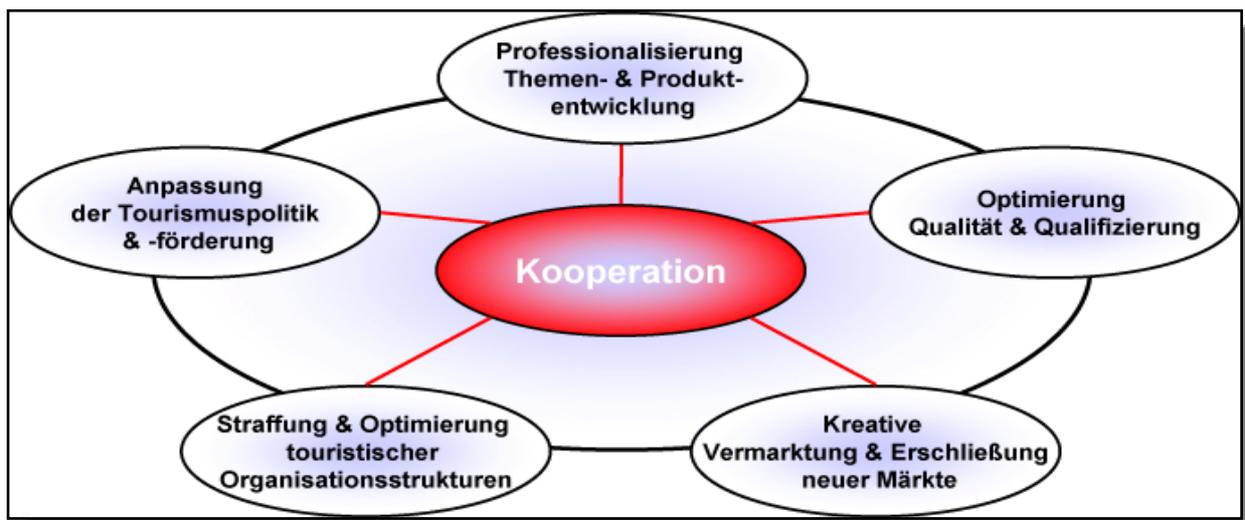
haltsgestaltung wurde vor allem in Zusammenhang mit Tagesausflügen berücksichtigt.

Vor diesem Hintergrund wurden die Städte der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ untersucht, die nicht durch die Tour Brandenburg erschlossen werden:

- Altlandsberg, Angermünde, Beelitz,
- Dahme, Doberlug- Kirchhain,
- Gransee, Kremmen, Kyritz, Luckau,
- Lübbenau, Mühlberg/ Elbe, Nauen,
- Neuruppin, Werder (Havel), Wusterhausen/ Dosse und Ziesar.

Die Stadt Potsdam wird nicht durch die Tour Brandenburg erschlossen, jedoch in dieser Untersuchung nicht berücksichtigt, da sie sich von den anderen Städten sehr stark unterscheidet.

Abbildung 2: Die fünf Handlungsfelder



Quelle: MW 2006, S.32

Radtourismus findet hauptsächlich im ländlichen Raum statt, so dass den Städten mit historischen Stadtkernen als „Anziehungspunkte“ in diesem Zusammenhang eine besondere Bedeutung zukommt.

Dass sich der Fahrradtourismus und auch Radfahren als Urlaubsaktivität zunehmend in Brandenburg etablieren, ist diversen Radreiseanalysen des Allgemeinen Deutschen Fahrrad- Clubs zu entnehmen⁵. Somit ist es ebenfalls Ziel dieser Arbeit, das Bewusstsein für und die Ausrichtung der Gastgeber auf den Fahrradtourismus und seine wirtschaftliche Bedeutung zu stärken. Auch die Entwicklung von Angeboten zur Aufent-

Vor allem das UNESCO- Welterbe der Landeshauptstadt konzentriert mit der Parkanlage Sanssouci und anderen historischen Bauten die kulturtouristische Nachfrage Brandenburgs.⁶

Beelitz hingegen ist durch den Urteil Busendorf an die Tour Brandenburg angebunden. Auf Grund der großen Distanz dieses Ortsteils zum Beelitzer historischen Stadtkern, wurde die Stadt in die Untersuchungen einbezogen.

1. Einleitung in die Thematik

1.2 Vorgehensweise

Die zu Grunde liegende Vorgehensweise bzw. Methodik dieser Untersuchung sowie ihre Grundlage sollen im Folgenden dargestellt werden. Sie orientiert sich hauptsächlich auf den von Scholles vorgegebenen Empfehlungen zum Aufbau einer planerischen Arbeit und gliedert sich wie nachstehend dargestellt in sieben Kapitel.⁷

1. Einleitung in die Thematik
2. Grundlagen
3. Bestandsaufnahme
4. Quantitative Auswertung der Bestandsaufnahme
5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne
6. Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung der untersuchten historischen Stadtkerne
7. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

1. Einleitung

Das erste Kapitel dieser Arbeit befasst sich mit der Einleitung in die Thematik. Die unter 1.2 im Kontext der Tourismuskonzeption des Landes Brandenburg herausgestellten Ziele dieser Untersuchung sind Grundlage der folgenden Betrachtungen. Sie ordnen diese Arbeit in die landesweite Tourismuspolitik ein. Gliederungspunkt 1.3 behandelt die Vorgehensweise dieser Arbeit.

2. Grundlagen

Im zweiten Kapitel werden die Grundlagen dieser Arbeit dargestellt. Anhand der Charakterisierung des Fahrradtourismus in Deutschland und Brandenburg wird die Bedeutung der radtouristischen Inwertsetzung der historischen Stadtkerne herausgestellt. Zudem werden einige zentralen Begriffe erläutert und definiert.

3. Bestandsaufnahme

Die zur Schaffung einer Datengrundlage durchgeführte Erhebung wird im dritten Kapitel behandelt. Sie dient im Zusammenhang mit der radtouristischen Inwertsetzung der

Stadtkerne zur Erfassung vorhandener Strukturen bzw. des Ist- Zustands. Der Aufbau und die Struktur des Erhebungsbogens sowie die abgefragten Inhalte und die Auswertungsmethoden werden in vier Gliederungspunkten dargestellt.

4. Quantitative Auswertung der Bestandsaufnahme

Unter Kapitel 4 werden die Erhebungsergebnisse dargestellt. Diese Auswertung kann auch als „Ist- Soll- Abgleich“ verstanden werden. Für jede Teilerhebung sowie für eine Zusammenfassung wurde dieses Kapitel mit fünf Gliederungspunkt unterteilt. Die Ausführungen sollen als kurze allgemeine Übersicht über die Erhebungsergebnisse verstanden werden. Auf die Details der Erhebung wird bei der Ableitung der Handlungsempfehlungen der Städte näher eingegangen.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

In diesem Kapitel werden Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung der historischen Stadtkerne gegeben. Sie sind auf andere Städte übertragbar und bilden die Grundlage für die dargestellten Maßnahmen in den behandelten Stadtkernen.

6. Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung der untersuchten historischen Stadtkerne

Anhand der im vorherigen Kapitel dargestellten allgemeinen Handlungsempfehlungen werden nun Maßnahmen für die untersuchten Stadtkerne abgeleitet und beschrieben.

7. Zusammenfassung & Ausblick

Im letzten Kapitel werden die wichtigsten Ergebnisse dieser Untersuchung zusammengefasst. Weiterhin wird ein Ausblick über den weiteren Handlungsbedarf gegeben.

¹ ADFC: Radreiseanalyse 2007

² MW 2006, S.25

³ MW 2006, S.28- 29

⁴ MW 2006, S.35 - 37

⁵ Vgl. Kapitel 2.2

⁶ MW 2006, S. 27; www.potsdam.de, eingesehen am 16.05.2007

⁷ FÜRST; SCHOLLES 2001, S.105- 106

2. Grundlagen

Die in diesem Kapitel gegebenen Erläuterungen sollen den Fahrradtourismus charakterisieren und seine Potentiale für das Land Brandenburg herausstellen. Dazu werden im ersten Gliederungspunkt einige Begriffe geklärt. Im Anschluss an diese Darstellungen wird die AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ kurz vorgestellt, um im Folgenden auf Fahrradtourismus in Städten, insbesondere in den historischen Stadtkernen einzugehen. Schließlich werden weitere notwendige Zusammenhänge und Begriffe erläutert.

2.1 Begriffsklärungen zum Fahrradtourismus

Im Folgenden werden hauptsächlich unter Verwendung der vom Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg und des Allgemeinen Deutschen Fahrrad Clubs gegebenen Literatur diese Begriffe geklärt:

- Fahrradtourismus und Radreise
- Ausflugsradverkehr und Radreiseverkehr
- Tagesausflug
- Anbieter- und Nutzerseite des Fahrradtourismus
- Hierarchie der Radwanderwege

Fahrradtourismus und Radreise:

Die Begriffe „Fahrradtourismus“, „Radtourismus“, „Radwandern“, „Radwanderverkehr“ und „touristischer Radverkehr“ werden oft synonym verwendet. Die folgende, eigene Definition des Begriffs „Fahrradtourismus“ wurde aus den Handlungsempfehlungen des Ministeriums für Wirtschaft und aus der Literatur des ADFCs abgeleitet.⁸

Fahrradtourismus sind mehrtägige Reisen und Tagesausflugsverkehre, bei denen das wichtigste Motiv das Fahrradfahren auf touristischen Radwegen ist.

Der ADFC führt diese Begriffsbestimmung in den Radreiseanalysen weiter und fügt für die Definition einer Radreise bzw. dem Radreiseverkehr hinzu, dass mindestens vier Übernachtungen inbegriffen sind und der Urlauber seine Zeit mehrheitlich im Sattel verbringt.⁹

Ausflugsradverkehr und Radreiseverkehr

In Zusammenhang mit dem Radwanderverkehr unterscheidet das Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg zudem den Ausflugsradverkehr und den Radreiseverkehr. Sie charakterisieren den Fahrradtourismus ebenfalls. In Abbildung 3 wird diese Unterscheidung veranschaulicht. Sie hat jedoch für diese Arbeit keine zentrale Bedeutung, da sich die Untersuchungen gleichermaßen an den Ausflugsradverkehr wie auch an den Radreiseverkehr richten.¹⁰

Tagesausflug:

Als Tagesausflug wird jedes Verlassen des Wohnumfeldes bezeichnet, mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das nicht als Fahrt von oder zur Schule, zum Arbeitsplatz, zur Berufsausübung vorgenommen wird, nicht als Einkaufsfahrt zur Deckung des täglichen Bedarfs (z.B. mit Lebensmitteln) und nicht einer gewissen Routine oder Regelmäßigkeit unterliegt (z.B. regelmäßige Vereinsaktivitäten im Nachbarort, tägliche Krankenhausbesuche, Arztbesuche, Behördengänge, Gottesdienstbesuche).

Tagesausflüge sind Tagesreisen, die im Unterschied zu den Tagesgeschäftsreisen privat motiviert sind.¹¹

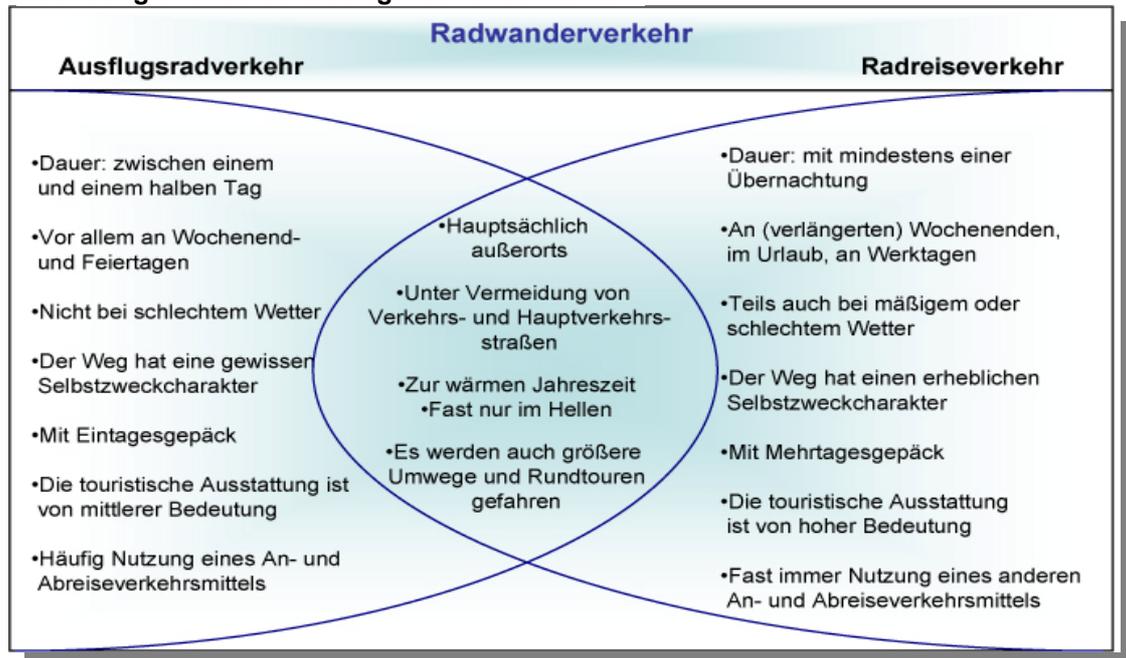
Anbieter und Nutzerseite des Fahrradtourismus:

Im Folgenden werden Anbieter- und Nutzerseite im Zusammenhang mit dem Fahrradtourismus unterschieden. Die vorliegende Arbeit befasst sich insbesondere mit der Anbieterseite.

Zur Anbieterseite gehören vor allem eine geeignete Wegeinfrastruktur und Wegweisungen, die gemeinsam die Grundlage der Anbieterseite bilden. Aber auch Informationstafeln und Begleitinfrastrukturen, wie die Bahn als Zubringerverkehrsmittel, die Gastgeber und Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung sowie kulturelle und naturräumliche Sehenswürdigkeiten gehören zur Anbieterseite im Fahrradtourismus. Der Radwanderverkehr bildet hingegen die Nutzerseite¹². Auf sie wird im nächsten Gliederungspunkt eingegangen.

2. Grundlagen

Abbildung 3: Unterscheidung Radwanderverkehr



Quelle: MW 2001, S. 5

Hierarchie der Radwanderwege:

In den Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des Radtourismus im Land Brandenburg werden Fernradwanderwege, Verbindungsradwanderwege und Regionalradwanderwege, die das Radwanderwegnetz bilden, unterschieden.

Die Fernradwanderwege sind die ranghöchsten touristischen Radwege mit einer Mindestlänge von 120 Kilometern, die durch mindestens zwei Regionen führen, eine wichtige räumliche und touristische Erschließungsfunktion besitzen und sich für eine Mehrtagestour eignen. Zu dieser Hierarchiestufe werden auch die Verbindungsradwanderwege Spree- Neiße und Elbe-Elster sowie der Verbindungsradwanderweg Oder- Spree gezählt. Sie verknüpfen Fernradwanderwege und ergänzen die touristischen Radwege im Land Brandenburg.¹³

Das Netz der Fernradwanderwege wird durch zahlreiche Regionalradwanderwege ergänzt. Sie geben Radtouristen die Möglichkeit außerhalb der Fernradwanderwege einzelne Landschaften zu entdecken und bieten zudem Tages- und Wochenendausflügen ein attraktives Angebot.¹⁴

Die Begriffe „Radfernweg“ und „Fernradwanderweg“ werden ebenfalls oft synonym verwendet. Der ADFC empfiehlt die Nutzung des Begriffs Radfernweg, da damit nicht nur Radwege nach der StVO gemeint sein können, sondern auch Straßen-, Feld- und Waldwege.¹⁵ Die genaue Unterscheidung der dargestellten Begrifflichkeiten hat beispielsweise Relevanz in der Prioritätensetzung in Fragen der Förderpolitik. Für diese Untersuchung haben sie jedoch keine Bedeutung.

Schließlich ist festzuhalten, dass Brandenburg über ein Radwegenetz mit insgesamt ca. 2.700 Kilometern Länge verfügt. Ungefähr 1.400 Kilometer davon verlaufen an Bundes- und Landstraßen. Diese Trassen werden für zahlreiche Radtouren genutzt.¹⁶

2. Grundlagen

2.2 Fahrradtourismus in Deutschland

Für die Darstellungen zum Fahrradtourismus in Deutschland wurden hauptsächlich die Radreiseanalysen des Allgemeinen Deutschen Fahrrad Clubs genutzt.

Abbildung 4 Gliederung der folgenden Darstellungen

Gliederung der folgenden Darstellungen

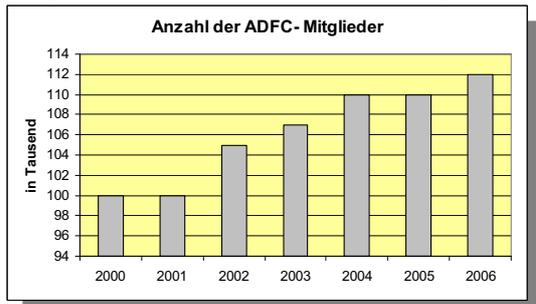
- Fahrradtourismus in Deutschland
- Nutzung des Fahrrads als Urlaubsaktivität
- Radreisen als Jahreshaupturlaub
- Geplante Radreisen
- Anzahl der Radreisen pro Jahr
- Pauschalreisen im Fahrradtourismus
- Übernachtungen der Radtouristen
- Anzahl der Bett & Bike zertifizierten Gastgeber
- Anzahl der Orte mit zertifizierten Betrieben
- Ausgabeverhalten der Fahrradtouristen
- Umsatz durch Fahrradtourismus
- Die beliebtesten Radreiseregionen
- Die beliebtesten Radfernweg
- Informationsquellen für Radreisen
- Fahrradmitnahme in der Deutschen Bahn
- Regionale Erfolgsstorys:
- Charakteristik der Radtouristen

Quelle: eigene Darstellung

Anmerkungen zu den Erhebungen des Allgemeinen Deutschen Fahrrad Clubs

Der ADFC führt jährlich Befragungen seiner Mitglieder durch, um auf diesem Wege Trends, Entwicklungen und Defizite auszumachen. Der Verband versendet mit der Mitgliederzeitschrift „RadWelt“ (vormals „Aktiv Radfahren“) Fragebögen. Zudem werden jährlich durch die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) einzelne Fragestellungen für den ADFC erhoben. Dabei werden bei jeder Umfrage Probanden der deutschen Bevölkerung über 14 Jahren befragt.

Diagramm 1: Anzahl der ADFC- Mitglieder



Quelle: diverse Radreiseanalysen

Diagramm 1 veranschaulicht die Anzahl der ADFC- Mitglieder der Jahre 2000 bis 2006. Die Anzahl der Probanden ist von Jahr zu Jahr unterschiedlich und wie dem nebenstehenden Diagramm zu entnehmen ist, in den Jahren 2000 bis 2005 von 100.000 auf 2006 112.000 Mitglieder gestiegen.

Für die Radreiseanalyse für das Jahr 2005 wurden 710 Fragebögen ausgewertet. Der ADFC gibt an, für jede Analyse zwischen 300 und 1350 Fragebögen ausgewertet zu haben¹⁷.

Da davon auszugehen ist, dass die Veränderungen in den Mitgliederzahlen mit den Wachstumstendenzen im Fahrradtourismus einhergehen, sind die Ergebnisse der Analysen aussagekräftig.

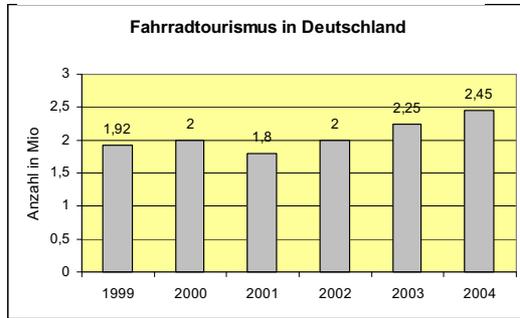
Zur Befragung dient ein standardisierter Fragebogen, der verschiedenste Informationen zum Radtourismus, die größtenteils im Folgenden dargestellt werden, erhebt. Die Ergebnisse werden jeweils für das Vorjahr zur Internationalen Tourismusborse in Berlin ITB im März vorgestellt.

Fahrradtourismus in Deutschland

Aus den Radreiseanalysen lässt sich ein Wachstumstrend im Fahrradtourismus verzeichnen, auf den sich mehr und mehr touristische Leistungsträger einstellen, für den es aber insgesamt nur ein unzureichendes Angebot gibt. Diese Tendenz lässt sich auf unterschiedliche Art belegen.

2. Grundlagen

Diagramm 3: Fahrradtourismus in Deutschland



Quelle: ADFC: diverse Radreiseanalysen

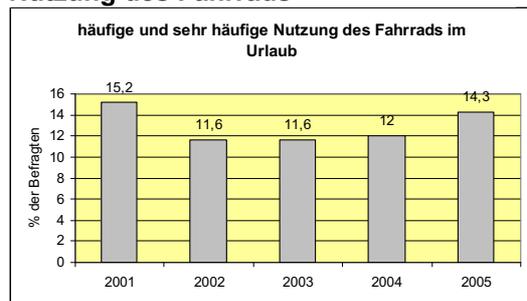
Das Diagramm zeigt, wie viele Millionen Deutsche über 14 Jahren in den Jahren 1999 bis 2004 eine Radreise unternommen haben. Schon 1999 haben 1,92 Mio. Deutsche eine solche Reise unternommen. Vergleichsweise haben im Vorjahr 400.000 Deutsche eine Schifffreise und 250.000 Deutsche einen Golfreise unternommen.

Das Fahrrad als Urlaubsreiseverkehrsmittel, also als Verkehrsmittel mit dem längsten Reiseanteil an Kilometern der Haupturlaubsreise, liegt noch vor dem Wohnmobil und der schon erwähnten Schifffreise.¹⁸ Da im Jahr 2006 der Erhebungsfragebogen u. a. bezüglich dieser Frage verändert wurde, gibt es für das Jahr 2005 keine Angaben.

Der geschätzte jährliche Umsatz, der durch den Fahrradtourismus erzielt wurde, lag nach Angaben des Deutschen Tourismusverbandes e.V. 2005 bei ca. 5 Milliarden Euro in Deutschland.¹⁹

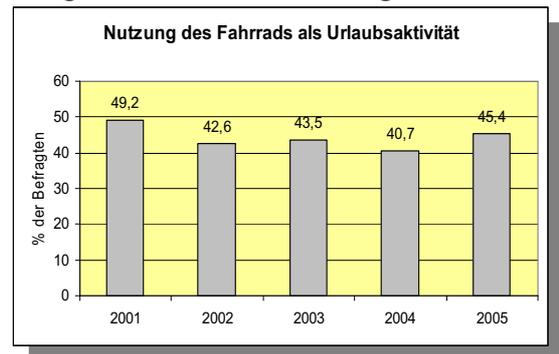
Nutzung des Fahrrads als Urlaubsaktivität

Diagramm 4: häufige und sehr häufige Nutzung des Fahrrads



Quelle: ADFC: diverse Radreiseanalysen

Diagramm 2: Fahrradnutzung



Quelle: ADFC: diverse Radreiseanalysen

Die Diagramme zeigen, wie viel Prozent der Probanden in den Jahren 2001 bis 2005 im Urlaub Fahrrad fahren.

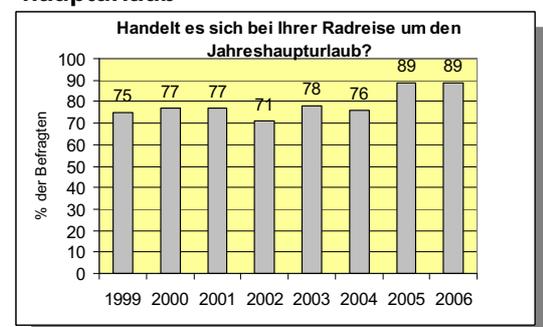
In Diagramm 5 zeigt, wie viel Prozent der Befragten Radtouristen in den Jahren 2001 bis 2005 das Fahrrad im Urlaub häufig bzw. sehr häufig nutzen.

Dass sich das Radfahren als Urlaubsaktivität nach dem Wandern und Schwimmen zur beliebtesten Aktivität entwickelt hat, kann den dargestellten Zahlen entnommen werden. Fahrradfahren als Urlaubsaktivität etabliert sich zunehmend.

Radreisen als Jahreshaupturlaub

Dass Fahrradtourismus zunehmend an Bedeutung gewinnt, zeigt sich auch darin, dass 2005 und 2006 für 89% der Befragten angegeben, dass es sich bei ihrer Radreise um den Jahreshaupturlaub handelte. Vergleichsweise machten im Jahr 2003 nur 78% diese Angabe.

Diagramm 5: Radreisen als Jahreshaupturlaub



Quelle: ADFC: diverse Radreiseanalysen

2. Grundlagen

Diagramm 5 zeigt, für wie viel Prozent der Befragten in den Jahren 1999 bis 2006 die Radreise Jahreshaupturlaub war.

Im Jahr 2003 verbrachten 46,1% der Befragten ADFC-Mitglieder ihren Jahreshaupturlaub in Deutschland. 2005 waren es schon 53,8%. 1,4 Millionen Deutsche über 14 Jahren unternahmen 2003 einen Kurzurlaub mit dem Rad.²⁰

Diese Zahlen unterstreichen ebenfalls die Wachstumstendenzen des Fahrradtourismus in Deutschland. Fahrradtourismus als noch relativ junges touristisches Phänomen stellt sich als Trend- und Wachstumsmarkt dar, dessen wirtschaftliches Potential oftmals unterschätzt wird.

Anzahl der Radreisen pro Jahr

In diesem Diagramm 6 ist mit jeder einzelnen Säule für den Zeitraum 2002 bis 2005 dargestellt, wie oft die Befragten eine Radreise im Jahr unternahmen. Auch in dieser Darstellung zeigt sich, dass Fahrradtourismus im Trend liegt.

Radtouristen unternehmen zumeist mehrere Radreisen im Jahr. Es wird deutlich, dass die Anzahl der Fahrradtouristen, die nur ein Mal bzw. mehr als zwei Mal im Jahr eine Radreise unternehmen relativ konstant ist. Festzuhalten ist zudem, dass die Anzahl

derjenigen gestiegen ist, die zwei Radreisen im Jahr unternehmen und dass die derjenigen, die gar keine Radreise unternahmen gesunken ist.

Pauschalreisen im Fahrradtourismus

Der Anteil der Pauschalreisen im Fahrradtourismus lag im Jahr 2005 bei ca. 10%²¹. Der ADFC bietet geführte Radtouren an, bei denen durchschnittlich 13 Radtouristen gemeinsam eine Strecke von ca. 60 Kilometern radeln. 2005 nahmen in Deutschland 211.540 Radler an Tages- und Mehrtagestouren teil.

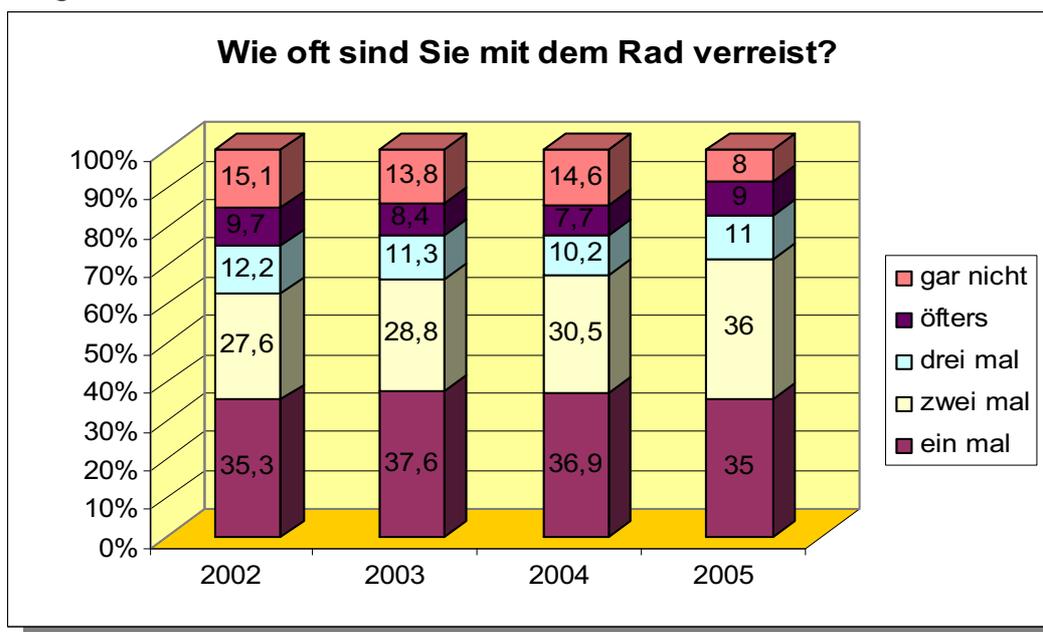
Im Vorjahr waren es 190.254 Radler, die die Angebote des ADFCs nutzten. Insgesamt fanden 15.938 geführte Radtouren statt. Davon waren 34,4% Feierabendtouren, 44% Tagestouren, 17,2% Halbtagestouren und nur 4,4% Mehrtagestouren. Der ADFC bietet z. B. im Katalog „Radreisen 2005“ 130 Reiseziele an, die pauschal gebucht werden können.

Zu den vom ADFC angebotenen Radtouren kommen ungezählte anderweitig organisierte Radtouren. Insgesamt ist auszumachen, dass die Nachfrage nach geführten Radtouren steigt. Dennoch organisieren ca. 90% der Touristen ihre Radreisen individuell²².

Übernachtungen der Radtouristen

Der Radreiseanalyse des Jahres 2000 kann entnommen werden, dass 1999 57,1% der befragten Radler in Hotels, Pensionen und Gasthöfen übernachteten.

Diagramm 6: Anzahl der Radreisen



Quelle: ADFC: diverse Radreiseanalysen

2. Grundlagen

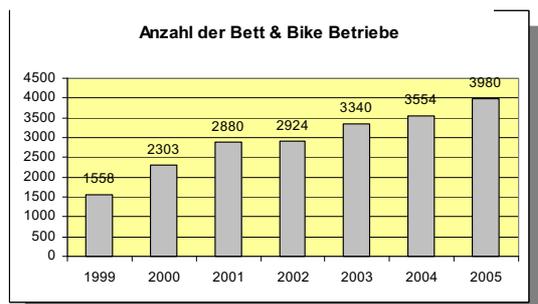
Weitere 17,2% verbringen die Nacht auf Campingplätzen. Dass Radtouristen zumeist mit drei Sternen ausgezeichneten Hotels nutzen, kann der Radreiseanalyse 2001 entnommen werden²³.

Anzahl der Bett & Bike zertifizierten Gastgeber

Der ADFC vergibt die Auszeichnung „Bett & Bike“ an Beherbergungsbetriebe, Campingplätze und auch Gastronomiebetriebe, die Fahrradtouristen als Zielgruppe ansprechen, indem sie sich an ihren Bedürfnissen orientieren und den notwendigen Kriterien zur Zertifizierung entsprechen.

Dass sich zunehmend mehr touristische Leistungsträger auf diese Zielgruppe einstellen, zeigt sich in der steigenden Anzahl der zertifizierten Bett & Bike Gastgeber.

Diagramm 7: Anzahl der Bett & Bike Betriebe



Quelle: ADFC: diverse Radreiseanalysen

Es kommt zum Wandel vom Anbieter- zum Käufermarkt und das Angebot wird größer.²⁴ Bett & Bike als Marke des ADFCs zeigt sich als erfolgreichste zielgruppenbezogene Marketingkooperation von Gastbetrieben in Deutschland²⁵.

Das Diagramm 7 zeigt die wachsende Anzahl der vom ADFC zertifizierten Bett & Bike Betriebe in Deutschland für die Jahre 1999 bis 2005.

Dass sich zunehmend mehr Beherbergungsbetriebe auf das Marktsegment Fahrradtourismus einstellen zeigt, dass die Anzahl der Bett & Bike Betriebe seit 1995 in 10 Jahren um mehr als das dreizehnfache von 216 auf 2910 Betriebe gestiegen ist.²⁶

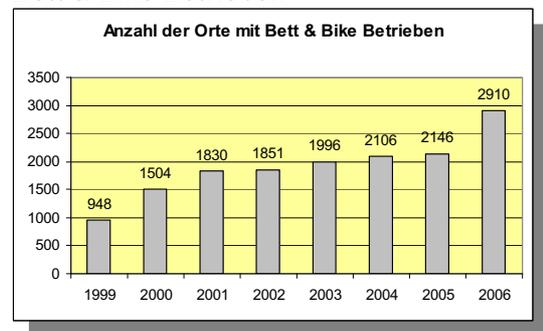
Anzahl der Orte mit zertifizierten Betrieben

Mit dem Ziel eines möglichst dichten Netzes an Bett & Bike zertifizierten Unternehmen zu entwickeln, ist die ebenfalls steigende Anzahl an Orten mit

zertifizierten Beherbergungen hervorzuheben. Seit 1996 stieg die Anzahl der Orte mit zertifizierten Unternehmen vom 984 auf 2910²⁷. Diagramm 8 veranschaulicht die wachsende Anzahl von Orten mit von ADFC zertifizierten Bett & Bike Betrieben in Deutschland für die Jahre 1999 bis 2006.

Bett & Bike als starke Marke setzt sich zunehmend durch und begünstigt die Städte als Übernachtungsorte, da sie in den vom ADFC herausgegebenen Gastgeberverzeichnissen vertreten sind.

Diagramm 8: Anzahl der Orte mit Bett & Bike Betrieben



Quelle: ADFC: diverse Radreiseanalysen

Ausgabeverhalten der Fahrradtouristen

Den Radreiseanalysen kann entnommen werden, dass die Hotellerie und Gastronomie überdurchschnittlich von den Radtouristen profitieren, da sie durchschnittlich ca. 20% mehr pro Tag ausgeben als durchschnittliche Touristen.²⁸

Den Ergebnissen einer radtouristischen Befragung im Havelland zu folge, lag die Höhe der Ausgaben schon 1996 über dem damaligen Durchschnitt und ist von der Dauer der Radreise abhängig. Radtouristen, die mehr als vier Stunden am Tag radeln, geben durchschnittlich 50% mehr aus als Radler, die weniger als vier Stunden im Sattel sitzen. Radtouristen, die an Wochenenden nur gelegentlich Radtouren unternehmen, geben für ihre Verpflegung mehr aus als Radler, die regelmäßig an den Wochenende Radtouren unternehmen.²⁹

2. Grundlagen

Die beliebtesten Radreiseregionen Deutschlands

Ranking von Platz 1 bis 5 wieder. Es wird deutlich, dass es einige Radreiseregionen wie z.B. Bayern, Franken, das Münsterland und vor allem Mecklenburg- Vorpommern gibt, die sich langfristig etabliert haben und

Abbildung 5: Die beliebtesten Radregionen

Die beliebtesten Radregionen Deutschlands							
Platz	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
1	M - V	M - V	M - V	M - V	M - V	M - V	M - V
2	Franken	Bayern	Bayern	Bayern	Franken	Franken	Franken
3	Bayern	Bodensee	Münsterland	Franken	Bayern	Bayern	Bodensee
4	Münsterland	Franken	Franken	Münsterland	Münsterland	Brandenburg	Brandenburg
5	Bodensee	Baden-Württemb.	Meckl. Seenplatte	Bodensee	Hessen	Meckl. Seenplatte	Münsterland

Quelle: eigene Darstellung aus ADFC: diversen Radreiseanalysen

sicherlich auch in den nächsten Jahren in diesem Ranking aufgenommen werden. Seit 2004 gehört Brandenburg zu den beliebtesten Radregionen Deutschlands.

In den Befragungen der Radreiseanalysen wurden die Probanden aufgefordert, den beliebtesten Radfernweg und die schönste Radreiseregion zu nennen. Abbildung 6 gibt für die Jahre 1999 bis 2005 jeweils die fünf

Die beliebtesten Radwanderwege Deutschlands

Abbildung 6: Die beliebtesten Radwege Deutschlands

Die beliebtesten Radwege Deutschlands							
Platz	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
1	Weser-radweg	Weser-radweg	Weser-radweg	Weser-radweg	Weser-radweg	Elbe-radweg	Elbe-radweg
2	Donau-radweg	Altmühl-radweg	Donau-radweg	Donau-radweg	Elbe-radweg	Weser-radweg	Weser-radweg
3	Altmühl-radweg	Elbe-radweg	Elbe-radweg	Elbe-radweg	Donau-radweg	Donau-radweg	Donau-radweg
4	Ostsee-küstenRW	Rhein-route	Altmühl-radweg	Ostsee-küstenRW	Altmühl-radweg	Altmühl-radweg	Oder-Neiße Radweg
5	Elbe-radweg	Donau-radweg	Main-radweg	Main-radweg	Main-radweg	Oder-Neiße Radweg	Ostsee-küstenRW

beliebtesten Radreiseregionen in einem

Quelle: eigene Darstellung aus diversen Radreiseanalysen

2. Grundlagen

Abbildung 6 zeigt für die Jahre 1999 bis 2005 jeweils die fünf beliebtesten Radfernwege in einem Ranking von Platz 1 bis 5. Die Radfernwege, die durch Brandenburg führen sind fett hervorgehoben. Aus dieser Darstellung kann entnommen werden, dass es einige etablierte Radfernwege, wie Donau-, Altmühl- und vor allem aber Elbe- und Weserradweg, gibt, die in den letzten Jahren immer wieder zu den drei meist genannten, d.h. beliebtesten Radfernwegen gewählt wurden.

Erstmals wurde der Elberadweg 1999 zu den fünf beliebtesten Radfernwegen gezählt. In den Jahren 2004 und 2005 wurde er mit Abstand der beliebteste Radweg. Auf die Plätze vier und fünf wurden unterschiedliche Radfernwege gewählt. Seit 2004 zählt auch der Oder-Neiße Radweg, der entlang der polnischen Grenze u. a. durch Brandenburg führt, zu den beliebtesten Radfernwegen Deutschlands.

In diesem Zusammenhang soll noch auf die Jahre der Eröffnungen einiger Radfernwege hingewiesen werden. So wurden der Weserradweg 1992, der Donauradweg 1990, der Altmühlradweg 1993, der Ostseeküstenradweg 1995 eröffnet.³⁰

In der Gegenüberstellung der beiden Rankings (Abbildung 5 und 6) gehen Mecklenburg-Vorpommern und Franken als beliebteste Radreiseregion und Elbe- und Weserradweg als beliebteste Radfernwege hervor.

Informationsquellen für Radreisen

In der Radreiseanalyse 2000 wurden die Probanden befragt, woher die Idee eine Radreise zu unternehmen stammt. Dabei gaben 15% an, dass sie durch Freunde auf die Idee gebracht wurden. 18% entnahmen die Idee aus einer Fachzeitschrift bzw. aus einem Radwanderführer (11%). Die meisten Befragten gaben jedoch an, dass sie selbst auf die Idee gekommen sind und nur 1% hat die Idee dem Internet entnommen³¹.

In Vorbereitung auf eine Radreise nutzen 57% der Befragten Printmedien und Informationen aus dem Internet. 8,1% nutzen ausschließlich das Internet und 33% ausschließlich Printmedien³².

Diesem Trend kommt die Broschüre „Deutschland per Rad entdecken“ entgegen. Sie entsteht in Kooperation zwischen der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) und dem ADFC. 2007 werden weit über 100 Radrouten in Deutschland vorgestellt. Die Broschüre hat eine Auflage von 500.000 Exemplaren. Davon erscheinen 50.000 Broschüren in englischer Sprache in mehr als 20 Ländern, um auch das wachsende Interesse ausländischer Radtouristen zu bedienen.³³

Nutzung der Deutschen Bahn

Aus den Radreiseanalysen kann entnommen werden, dass Radtouristen überdurchschnittlich häufig die Bahn zur An- und Abreise nutzen. 2005 fuhren nach einer Radtour ca. 42% der Touristen mit der Bahn nach Haus.³⁴

Bei der Auswahl des Anreiseverkehrsmittels wählen Radtouristen, insbesondere Individualreisende und in Gruppen Reisende, oftmals die Bahn.³⁵ Viele deutsche Destinationen sind jedoch auf Grund der Umwandlung vieler IC- zu ICE- Verbindungen für Radtouristen kaum noch erreichbar, da in den InterCityExpress- Zügen generell keine Fahrradmitnahmemöglichkeiten vorhanden sind.³⁶

Die Zahl der Fahrradmitnahmen in den Zügen des DB- Fernverkehrs ist in den Jahren 2003 bis 2005 von 270.000 auf 265.000 leicht gefallen. Im Jahr 2002 konnten hingegen 312.000 Fahrradmitnahmen gezählt werden.³⁷ Ursache hierfür ist, die Einführung des neuen Bahnticket- Preissystems, nach dem die Zahl der Bahnkunden und damit auch die Fahrradmitnahmen fielen.³⁸ Insgesamt ist festzuhalten, dass die Fahrradmitnahme im Fernverkehr der Deutschen Bahn nicht dem Aufwärtstrend im Fahrradtourismus folgt.

Dieser Zusammenhang verhält sich in Hinblick auf die Nachtzüge und die City Night Line Züge der Deutschen Bahn umgekehrt. In den Nachtzügen bzw. den City Night Line Zügen wurden 2002 11.884 bzw. 7.763 Fahrräder transportiert. Eine Zunahme der Fahrradmitnahmen kann bis 2005 ausgemacht werden. In den Nachtzügen wurden insgesamt 16.158 und in den City Night Line Zügen 20.258 Fahrräder transportiert. Damit hat sich die Zahl der Fahrradmitnahmen seit 2002 in den Nachtzügen um ca. 25% und in den City Night Line Zügen um weit mehr als 50% erhöht.³⁹

2. Grundlagen

Regionale Erfolgsstorys:

Im Folgenden sollen die kurz beschriebenen Erfolge im Fahrradtourismus in Deutschland die oben beschriebenen Entwicklungen verdeutlichen.

Fahrradtouristen machten schon vor mehr als sechs Jahren rund ein Drittel der Übernachtungen im Münsterland aus. Dort konnten mit dem Fahrradtourismus 6.000 Arbeitsplätze entstehen.⁴⁰

Auf dem Weserradweg konnte 2001 der millionste Radtourist gezählt werden.⁴¹ Klassische Radwege wie an Donau und Weser werden jährlich von 150.000 Übernachtungsgästen besucht. Im Zeitraum April bis Oktober 2002 betragen die Gesamtausgaben der Radtouristen und Tagesausflügler am Elberadweg 27,9 Mio. Euro.⁴²

Im Jahr 2004 konnte in den Gästezahlen an der Saale ein Spitzenwert von 280.000 Radtouristen, davon 43.000 Mehrtagestouristen gemessen und Ausgaben von 57€ pro Tag und 5 Tagen Reisedauer ermittelt werden. Allein damit ergab sich ein Umsatz von mehr als 12 Mio. Euro durch Radreisende, die mehrere Tage unterwegs waren.⁴³

Seit der Einweihung des Radfernweges zwischen Hamburg und Bremen verzeichneten die Gemeinden bis zu 40% höhere Übernachtungszahlen.⁴⁴

Im Jahr 2003 bezogen sich 68% der Anfragen an den Tourismusverband Oberlausitz auf radtouristische Fragen⁴⁵. Der Anteil der Radtouristen auf den Campingplätzen der Oberlausitz nahm deutlich zu und entsprach im Jahr 2004 70 bis 95%.⁴⁶

Dass radtouristische Angebote wie GPS gesteuerte Rad- und Mountainbiketouren, Fahrradtransportangebote und Radpauschalen von Busunternehmen legen deutlich zu.⁴⁷ Im Internet gibt es für Nordrhein- Westfalen eine umfassende Planungshilfe in Vorbereitung auf eine Radtour, die 2003 über 15 Mio. Zugriffe zählen konnte.⁴⁸

Charakteristik der Radtouristen

Um eine Charakteristik der Radtouristen zu erstellen bzw. die Nutzerseite des Fahrrad-tourismus zu beschreiben, konnten hauptsächlich aus diversen Radreiseanalysen der Jahre 2001 bis 2006, aber auch aus den Untersuchungen der ift Freizeit- und Tourismusberatung⁴⁹ verschiedene Merkmale zusammengetragen werden.⁵⁰

Reiseverhalten der Radtouristen:

- organisieren ihre Radreise zu 90% individuell
- übernachten bevorzugt in Hotels mit drei Sternen
- Radtouristen reisen zumeist mit der Bahn an und ab
- 40% der Radtouristen unternehmen mehr als eine Radreise pro Jahr
- Sie sind bereit bis zu 20% mehr auszugeben als durchschnittliche Touristen
- Radtouristen verbringen ihren Urlaub gern in Deutschland (2004: 53,8%)
- durchschnittlich dauert eine Tages-etappe ca. drei Stunden
- 23% der Radler sind mehr als 4 Stunden am Tag im Sattel unterwegs
- 6% radeln weniger als 1 Stunde
- Radtouristen, die weniger als 4 Stunden unterwegs sind, legen durchschnittlich Tagesetappen von 10 bis 20 Kilometer zurück
- leistungsorientierte Radtouristen, die weniger als 4 Stunden radeln, legen Strecken von 30 bis 50 Kilometer zurück
- gelegentlich Radelnde legen durchschnittlich 27 Kilometer zurück
- Touristen, die regelmäßig mit dem Rad fahren, legen 42 Kilometer zurück
- Radtouristen zeigen oft ein gesteigertes Umweltbewusstsein
- besitzen ein ausgeprägtes Gesundheitsempfinden
- ein Großteil der Befragten kehrt während einer Radreise ein

2. Grundlagen

Abbildung 7: Charakteristik der Radtouristen



Quelle: eigene Darstellung aus ADFC: diverse Radreiseanalysen

2.3 Fahrradtourismus in Brandenburg

Im nachstehenden Text wird zum einen kurz auf den Brandenburger Tourismus und zum anderen auf die radtouristische Eignung des Landes, insbesondere in Zusammenhang mit der Tour Brandenburg, eingegangen. Im Weiteren wird der Radtourismus in Brandenburg vorgestellt. Da die Erhebungsmethoden der aktuellen Radreiseanalyse verändert wurden, folgt am Ende ein kurzer Nachtrag.

Tourismus in Brandenburg

Wie der aktuellen Tourismuskonzeption entnommen werden kann, ist der Tourismus für Brandenburg mit 135 Mio. touristischen

Aufenthaltstagen und einem Bruttoumsatz von ca. 3,3 Mrd. Euro (2000 waren es 2,55 Mrd. Euro) zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor gewachsen.

Dazu trugen die rund 8,6 Mio. Übernachtungen (ohne Camping) und die ca. 3,17 Mio. Gästeankünfte bei, die wegen der starken Saisonalität hauptsächlich in den Sommerhalbjahren gezählt werden.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt derzeit bei 2,7 Tagen, so dass die Bedeutung der Kurzreisen zunahm. 94% aller gewerblichen Übernachtungen werden durch den Inlandsmarkt generiert. Dabei ist Berlin mit einem Anteil von ca. 19% wichtigster Quellmarkt für den Brandenburger Tourismus.

2. Grundlagen

Hinsichtlich der Aufenthaltsart konnte festgestellt werden, dass der Aktivtourismus (14%) und der Städte- bzw. Besichtigungs- und Veranstaltungstourismus (18%) an Bedeutung gewonnen haben. Wichtigste Aufenthaltsart ist der Erholungsurlaub (29%). Dabei wurden die meisten Aufenthalte im Rahmen von Kurzurlauben oder Wochenendtrips unternommen.

Da rund 78% aller Aufenthaltstage und ca. zwei Drittel des gesamten touristischen Umsatzes (2,12 Mio. Euro) dem Tagestourismus zuzuordnen sind, ist er wichtigstes Marktsegment mit erheblicher ökonomischer Bedeutung. 87% aller Tagesreisen sind dem Ausflugsverkehr zuzuordnen. 2004 wurden 35,7 Mio. Tagesausflüge unternommen.

Davon generierten die Brandenburger selbst 35,7 und die Berliner 35,6 Mio. Aufenthalte. Da ca. 30%, d. h. 40 Mio. Tagesreisen der Berliner nach Brandenburg führen, ist die Bundeshauptstadt somit wichtiger Quellmarkt.⁵¹

Radtouristische Eignung:

Brandenburg eignet sich aus verschiedenen Gründen als radtouristische Destination. Das Land ist wegen seiner Topographie und seinen Klimaeigenschaften aber auch wegen seinen landschaftlichen und kulturellen Eigenheiten für den Fahrradtourismus sehr geeignet.⁵²

Die Eiszeiten prägten Brandenburg. Endmoränen und Urstromtäler charakterisieren das Bundesland, das somit hauptsächlich flache und flach wellige Landschaften hervorbringt. Aber auch weite Waldgebiete und zahlreiche Seen, Flüsse, Bäche sowie Kanäle kennzeichnen das Land. Die großen Ströme Oder, Havel und Spree, die hohe Anzahl an Natur-, Landschafts- und Großschutzgebieten aber auch die geringe Besiedelung machen Brandenburg für Fahrradtouristen zum attraktiven Reiseziel.

Klimatisch ist das Land vom Übergangsklima und jährlich durchschnittlich 550 mm Niederschlägen geprägt. Insgesamt eignen sich die Monate Mai bis Oktober zum Rad fahren in Brandenburg.⁵³

Radtouristen geben als Motiv neben dem Rad fahren oftmals die Nähe zur Natur an. Mehr als ein Drittel der Fläche Branden-

burgs steht unter Naturschutz. Es gibt eine Vielzahl von Nationalparks, Biosphärenreservaten und Naturparks, die über touristische Radwege erschlossen sind.

Der Reichtum an Seen und Fließgewässern, aber auch kulturellen Sehenswürdigkeiten wie Schlössern, Burgen, Guts- und Herrenhäuser, Kirchen, Klöster, Parks zeigen, dass Brandenburg als Destination im Fahrradtourismus über große Potentiale verfügt, die weiter ausgeschöpft werden sollten.

Viele Städte, wie Cottbus, Frankfurt/ Oder, Rheinsberg, Neuruppin und allen voran Potsdam als UNESCO Welterbe, charakterisieren das Land und bieten städtische Highlights. Aber auch der Süden Brandenburgs mit seiner Braunkohletradition sowie der Spreewald bieten Besonderheiten. Die vorteilhafte Lage Berlins in mitten des Landes prädestiniert sich als gut erreichbarer Start und Zielpunkt für Radreisen.⁵⁴

Das weitläufige touristische Radwegenetz Brandenburgs stellt die Anbieterseite, bzw. Grundlage des bisherigen radtouristischen Erfolgs dar und bildet gleichzeitig die Voraussetzungen für die weitere Forcierung des Radtourismus in Brandenburg.⁵⁵

Tour Brandenburg:

Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang die Tour Brandenburg, die am 07.07.07 in Brandenburg an der Havel als längster Radfernweg Deutschlands mit 1167 Kilometern Länge (Marketingaussage 1111 Kilometer) eröffnet wird. Der Radweg erschließt als Rundweg fast alle Reisegebiete des Landes und damit zahlreiche Sehenswürdigkeiten. Die Tour Brandenburg führt entlang zahlreicher Flüsse und Seen, wie Elbe, Oder, Spree und Havel. Radtouristen werden auf dem Radweg durch neun Naturparks und Biosphärenreservate sowie durch 19 Städte der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ geführt.

Somit erschließt dieser Radfernweg ungezählte verschiedene Sehenswürdigkeiten des Landes. Die Tour spricht verschiedenste Reisemotive an und kann aufgrund ihrer erheblichen Länge mit großer Vielfalt aufwarten. So sind bis auf den Oder- Neißer Radweg sämtliche Fernradwanderwege über diesen Rundweg erreichbar.

2. Grundlagen

Abbildung 8: Tour Brandenburg



Quelle: LTV- Archiv

Die Tour Brandenburg ist sowohl für Tages-touristen als auch für Radwanderer geeignet, da sich die Möglichkeit anbietet, einzelne Teilstrecken z. B. mit anderen touristischen Wegen zu Routen unterschiedlicher Länge zu kombinieren.

Insbesondere im Zusammenhang mit der wabenartigen Erweiterung der Tour (auf die in Kapitel 5 näher eingegangen wird) durch sechs Historische Stadtkern- Routen birgt sie für das Land Brandenburg in Hinblick auf die radtouristische Weiterentwicklung großes Potential.⁵⁶

Fahrradtourismus in Brandenburg

Der Tourismuskonzeption des Landes kann entnommen werden, dass das deutsche Nachfragepotential der letzten drei Jahre im Marktsegment Fahrradtourismus bei 2 Mio. Touristen liegt und steigende Tendenzen zeigt. Der Anteil der Radtouristen am gesamten Gästeaufkommen Brandenburgs entspricht 1,8%. 0,5 Mio. Übernachtungen und ein Umsatz in Höhe 31 Mio. Euro konnten durch den Fahrradtourismus in Brandenburg generiert werden.⁵⁷

Mit den Ergebnissen der Studie „Tour de Brandenburg“ – Fahrradtourismus wird immer beliebter“ der Industrie- und Handelskammer Potsdam kann dieses touristische Marktsegment und seine Bedeutung genauer beschrieben werden. Für diese Studie wurde eine Umfrage durchgeführt, bei der circa 200 touristische Leistungsträger, insbesondere Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe entlang der Radwanderwege befragt wurden.⁵⁸

Aus dieser Studie wird deutlich, dass sich der Fahrradtourismus in Brandenburg etabliert hat und viele touristische Leistungsträger dieses Marktsegment erkannt haben. Sie orientieren sich beispielsweise mit speziellen Serviceangeboten neu und bieten Lunchpakete oder Mietfahrräder an.

82% der Befragten gaben an, dass der Fahrradtourismus in den letzten fünf Jahren an Bedeutung gewonnen hat und stetig wächst. 62% sehen in diesem Segment ein größeres wirtschaftliches Potential, dass sie sich bereits zu nutze machen konnten. Im Zusammenhang mit dem Ausbau des Radwegenetzes konnten 71% eine starke positive Geschäftsentwicklung und starke Zuwachsraten im Gästeaufkommen registrieren.

Dieser Trend setzt sich auch bei den Übernachtungszahlen fort. 75% der Befragten gaben an, dass sich die Übernachtungszahlen erhöht haben, bei 50% davon sogar wesentlich.

Entgegen dem insgesamt eher verhaltenen Optimismus der touristischen Leistungsträger in Brandenburg, zeigten sich die befragten Unternehmen wesentlich positiver gestimmt. 30% gaben an, dass sie ihre Mitarbeiteranzahl erhöhen konnten, während andere zumindest keine Personalkürzungen vornehmen mussten.

Die Aktivitäten der Tourismusmarketing GmbH Brandenburg, eine Vielzahl spezieller Broschüren für Radtouristen, ausführliches Kartenmaterial und zahlreiche Events werden als Gründe für die positive Entwicklung des Fahrradtourismus in Brandenburg genannt. Des Weiteren ist diese Entwicklung auch auf die erfolgreiche Arbeit des Allgemeinen Deutschen Fahrrad Clubs zurückzuführen, der auch als „Sprachrohr“ der

2. Grundlagen

Radfahrer, Defizite und Mängel aufzeigt und sich für erklärte Ziele einsetzt.

Wie des Weiteren den Radreiseanalysen, die im vorherigen Gliederungspunkt dargestellt wurden, zu entnehmen ist, ist der Elberadweg der beliebteste Radfernweg Deutschlands. Im letzten Jahr wählten die Befragten nach dem Elberadweg, den Weser-, Donau und den Oder-Neiße-Radweg als beliebteste Radfernwege.⁵⁹ 2004 und 2005 wurde Brandenburg an die vierte Stelle der beliebtesten Reiseregionen gewählt.

Um den Fahrradtourismus in Brandenburg weiter zu charakterisieren, ist zudem hervorzuheben, dass mehrere verschiedene politische Grundlagen zur Förderung des Radverkehrs umfassende Maßnahmen forcieren, um dieses Marktsegment auszubauen und zu festigen.

So wurde im Jahr 2000 vom Landtag Brandenburg ein Beschluss zur Forcierung des Ausbaus des Radwegenetzes mit Integration straßenbegleitender und touristischer Radwege verabschiedet. Der „Nationale Radverkehrsplan“ wurde im Jahr 2000 von der Bundesregierung veröffentlicht. Zudem richtete die Brandenburger Landesregierung 2003 eine interministerielle Arbeitsgruppe Radverkehr (IMAG Radverkehr) ein.

Sie erarbeitet Grundsätze und Schwerpunkte in der Radverkehrspolitik, dient der ressortübergreifenden Abstimmung der Bau- und Förderprogramme und geht auf die Empfehlungen der Bundesebene ein. Somit ist die IMAG Radverkehr hilfreiches Instrument zur Festigung des Fahrradtourismus, da viele Entscheidungen und Umsetzungen in der Verantwortung verschiedener Institutionen liegen, die auf diesem Wege eine gemeinsame Absprache finden.⁶⁰

Das Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg veröffentlichte zudem 2001 Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des Radtourismus, die für die vorliegende Arbeit eine wichtige Grundlage bilden. Diese Handlungsempfehlungen werden derzeit evaluiert und im kommenden Frühjahr veröffentlicht.

Nachtrag:

Da die Radreiseanalysen jährlich im März, d.h. nach Fertigstellung dieses Kapitels, auf

der Internationalen Tourismusbörse vorgestellt werden, konnten die neusten Zahlen in den Ausführungen nicht berücksichtigt werden.

Der Präsentation der Radreiseanalyse 2007 des ADFCs auf der Tourismusbörse entsprechend, ist zusammenfassend festzuhalten, dass sich alle dargestellten Entwicklungen im Fahrradtourismus insgesamt fortsetzen.⁶¹ Angemerkt wurde, dass sich die Grundgesamtheit der Befragten für die aktuelle Radreiseanalyse nicht mehr nur aus den durch die FUR befragten Probanden und den RadWelt-Leser beschränkt. So wurde mit dem bestellten Versand der Broschüre „Deutschland per Rad“ ein Fragebogen beigelegt.

Die Erhebungsergebnisse dieser Fragebögen wurden in der aktuellen Radreiseanalyse berücksichtigt. Somit gestaltet sich die Grundgesamtheit der Probanden heterogener und gewinnt an Aussagefähigkeit, da eine höhere Personenanzahl befragt wurde, die nicht zu den ADFC-Mitgliedern zählen, sich jedoch fahrradtouristisch interessieren.

Für die aktuelle Radreiseanalyse ist in diesem Zusammenhang anzumerken, dass Brandenburg nicht mehr unter die fünf beliebtesten Radregionen gewählt wurde. Der Elberadweg ist weiterhin der beliebteste deutsche Radwanderweg. Jedoch wurde kein weiterer Brandenburger Radweg unter die beliebtesten gewählt.⁶² Ursache hierfür wird, wie beschrieben, in der sich von älteren Analysen unterscheidenden Grundgesamtheit der Probanden gesehen.⁶³

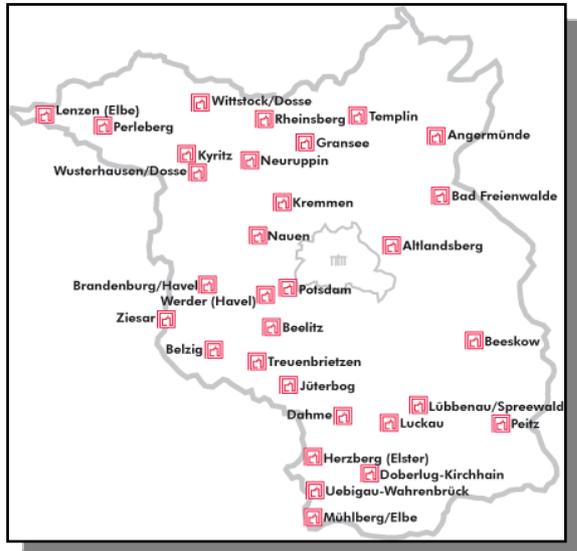
Diese Darstellung verdeutlicht aber auch die zunehmende Konkurrenz zwischen den Bundesländern im Fahrradtourismus und bedeutet, dass sich die touristischen Akteure dieses Segmentes auch zukünftig bemühen müssen.

2.4 AG „Städte mit historischen Stadtkernen“

Die folgenden Ausführungen dienen einer kurzen Darstellung der AG sowie des Tourismus in den Stadtkernen. Dazu wird eine Definition des Begriffs „Städtetourismus“ gegeben und Auszüge aus den Tourismuskonzeptionen dargestellt.

2. Grundlagen

Abbildung 9: Städte der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ im Land Brandenburg



Quelle: www.ag-historische-stadtkerne.de, eingesehen am 24.05.2007

Die AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ setzt sich derzeit aus 31 überwiegend kleinen und mittleren Städten zusammen.

Die folgend aufgezählten Städte entsprechen vor allem durch einen wesentlichen Bestand an historischer Bausubstanz den Aufnahmekriterien zur Mitgliedschaft in der AG.

- Altlandsberg, Angermünde, Bad Freienwalde,
- Beelitz, Beeskow, Belzig, Brandenburg an der Havel,
- Dahme, Gransee, Herzberg (Elster), Jüterbog,
- Kremmen, Kyritz, Lenzen (Elbe),
- Luckau, Mühlberg/ Elbe, Nauen,
- Neuruppin, Peitz, Perleberg, Potsdam,
- Rheinsberg, Templin, Treuenbrietzen,
- Uebigau- Wahrenbrück, Werder (Havel),
- Wittstock/ Dosse, Wusterhausen/Dosse,
- Ziesar und seit 2007 auch Lübbenau und Doberlug- Kirchhain.

Die 1992 durch die Mitwirkung des Ministeriums für Stadtentwicklung, Wohnen und Verkehr des Landes Brandenburg gegründete Arbeitsgemeinschaft verfolgt das gemeinsame Ziel, den Verfall der historischen

Bausubstanz im Sinne des städtebaulichen Denkmalschutzes und einer harmonischen gesamtstädtischen Entwicklung entgegen zu wirken bzw. zu pflegen.

Die Stadtkerne sollen weiterhin die kulturelle und historische Heimatidentifikation der Brandenburger erhalten und die nachhaltige Funktionsfähigkeit der Städte sichern. Die gemeinsamen Stadterneuerungen sollen die Stadtkerne zudem z. B. durch zweckmäßige Nutzungen wie regionaltypische Gewerbe der Bausubstanzen neu beleben.⁶⁴

Städtetourismus in Städten mit historischen Stadtkernen

Neben der Stadtsanierung und dem dazu notwendigen Erfahrungsaustausch dient die Zusammenarbeit auch der Förderung des Städtetourismus und damit der Erweiterung des touristischen Angebotsprofils des Landes. In den Jahren nach der Gründung dieser interkommunalen Gemeinschaft wurden die Stadtkerne umfangreich und aufwendig saniert und so deutlich aufgewertet.

Damit sank der Bedarf an Sanierungsmaßnahmen und eine viel versprechende Ausgangssituation zur städtetouristischen Inwertsetzung entstand⁶⁵. Dafür wurde 2000 die erste Marketingkonzeption erstellt und etwas später auch eine gemeinsame Marketingstrategie mit der Tourismus- Marketing Brandenburg GmbH entwickelt.

Für die weiteren Ausführungen soll zunächst eine Klärung des Begriffs „Städtetourismus“ gegeben werden, um im Folgenden näher auf den Städtetourismus in der AG einzugehen.

Abbildung 10: Tourismus in Städten



Quelle: DTV 2006, S.4

2. Grundlagen

Für den Begriff „Städtetourismus“ gibt es derzeit keine allgemein anerkannte Definition, die den unterschiedlichen Stadttypen gerecht wird und dieses Marktsegment entsprechend seinen Motiven räumlich und

zeitlich abgrenzt.⁶⁶ In den historischen Stadtkernen findet vorwiegend kulturorientierter Städtetourismus mit einem relativ kurzem Aufenthalt (1/2- 4 Tage) statt.⁶⁷

Historische Stadtkerne sind wichtige Erfolgsfaktoren des deutschen Tourismus und unterliegen einer starken Saisonalität. Die höchsten Nachfragen sind im Frühjahr und Herbst sowie an Feiertagen und zu Events zu erwarten.⁶⁸

In Zusammenhang mit dem Städtetourismus werden historische Städte als Baudenkmäler und Städte mit Baudenkmälern unterschieden. Die Städte der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ gehören zumeist den letzt genannten an und werden hauptsächlich von inländischen Touristen frequentiert. Mit dem Stadtaufenthalt werden oftmals weitere Aktivitäten wie Gastronomiebesuche und kulturelle Veranstaltungen verbunden.⁶⁹

Das deutsche Nachfragepotential der letzten drei Jahre im touristischen Segment Städtereisen liegt bei 7,1 Mio. Personen und zeigt stark steigende Tendenzen.

Der Anteil der Städtetouristen am gesamten Brandenburger Gästeaufkommen entspricht 5,8%. 1,1 Mio. Übernachtungen und ein Umsatz von 86 Mio. € wurden durch den Städtetourismus in Brandenburg generiert.⁷⁰

Grundvoraussetzung für den Städtetourismus in den Stadtkernen bilden die historischen Stadtkulissen. Für die touristische Inwertsetzung der Stadtkerne stehen demzufolge die architektonischen Schönheiten der Stadtbilder sowie die lokalen Gegebenheiten und Besonderheiten im Mittelpunkt der Angebotsgestaltung und Kommunikation. Die Aussicht auf eine erfolgreiche Umsetzung der Strategien erhöht sich durch attraktive Umgebungen und durch die günstige verkehrliche Erschließung.⁷¹

Die Tourismuskonzeption der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ wurden von der Lorenz Tourismusberatung GmbH (vormals Reppel und Lorenz Tourismus-Beratung)

entworfen und weitestgehend umgesetzt⁷². Sie haben maßgeblich zur touristischen Inwertsetzung und Profilierung der AG beigetragen und die folgenden Elemente für ein ansprechendes Altstadterlebnis entworfen und weitestgehend umgesetzt.

Um das touristische Stadterlebnis attraktiv zu gestalten, sind vor Ort Wegweisungen bzw. Leitsysteme durch die Stadtkerne sowie gute Serviceangebote notwendig. Zudem gestaltet sich ein abwechslungsreiches und interessantes Erlebnis dadurch aus, dass der historische Stadtkern lebendig wirkt und erlebbar gestaltet ist.

In Zusammenhang mit der Lebendigkeit der Stadtkerne sind wenige, aber attraktive Angebote sinnvoll, die die Aufmerksamkeit der Touristen auf sich ziehen. Um die Erlebbarkeit zu forcieren, ist es notwendig, die Städte bzw. ihre Sehenswürdigkeiten so zu erschließen, dass sich die Aufenthaltsqualität in der Stadt deutlich erhöht. Dazu tragen auch die Leitsysteme und Serviceleistungen in den historischen Stadtkernen sowie Marketingaktivitäten im Internet bei. Auf sie wird in den Handlungsempfehlungen in Kapitel 5 näher eingegangen.

Zudem wurden für touristische Marketingaktivitäten der AG z. B. ein Logo sowie Imagebroschüren und Faltblätter „Reisen in die Stadtgeschichte“ entwickelt. Des Weiteren werden der Öffentlichkeit kontinuierlich Aktivitäten vermittelt. So wird der Bekanntheitsgrad der Arbeitsgemeinschaft z. B. durch Auftritte auf Messen, durch regelmäßige Vorstellungen eines „Denkmals des Monats“ und der Beteiligung an den Kulturlandkampagnen erhöht. Aber auch Unterweisungstafeln an den Autobahnen und Infosäulen vor Ort tragen dazu bei.⁷³ Eingehendere Informationen können der Tourismuskonzeption entnommen werden.

2.5 Fahrradtourismus in den historischen Stadtkernen

Dass Fahrradtourismus ein stark expandierender Wachstums- und Trendmarkt ist, konnte den Darstellungen in Kapitel 2.2 und 2.3 entnommen werden. Für die AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ bedeutet dieser Trend die Nachfragepotentiale der AG

2. Grundlagen

zu nutzen bzw. neue Potentiale zu erschließen.

Ziel ist dabei auch die Umsetzung der in der Tourismuskonzeption beschriebenen Marketingziele der AG durch Entwicklung des Fahrradtourismus in den Stadtkernen. So sollen sich der Bekanntheitsgrad und die radtouristische Nachfrage erhöhen. Die Stadtkerne sind attraktive Erlebnis- und Begegnungsräume für Radtouristen.⁷⁴

Vor dem Hintergrund, dass das touristische Angebot bzw. die Angebotsvielfalt in vielen Städten mit historischen Stadtkernen nicht für einen ganztägigen Besuch ausreicht, ist eine thematische Verknüpfung des Fahrradtourismus bzw. des Stadterlebnisses sinnvoll. Im Sinne der fahrradtouristischen Entwicklung der Stadtkerne ist es notwendig, dieses Marktsegment als eigenständiges Schwerpunktthema herauszustellen, um zielgruppengerechte Produkte zu entwickeln.⁷⁵

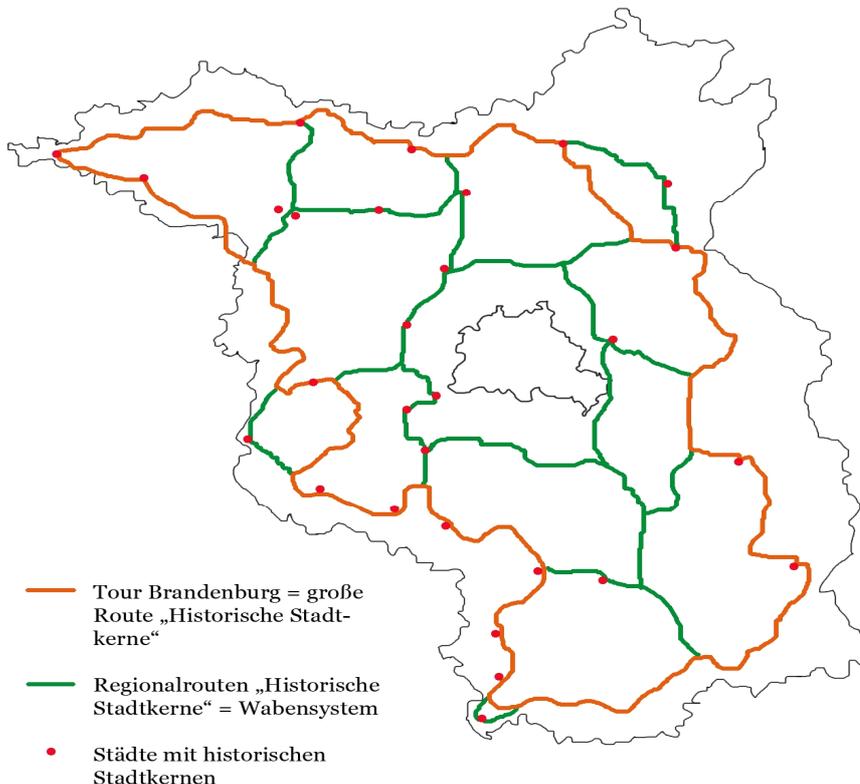
Dieser Notwendigkeit geht die Lorenz Tou-

rismusberatung GmbH durch die verstärkte Konzentration auf den Fahrradtourismus nach. Dazu werden derzeit sechs Historische Stadtkern- Routen entwickelt, die die Tour Brandenburg wabenartig erweitern. Somit sind zukünftig sämtliche Städte der AG erschlossen.

Die vorliegende Arbeit soll vor allem in diesem Zusammenhang die radtouristische Entwicklung der historischen Stadtkerne unterstützen. Mit der fahrradtouristischen Ausrichtung der Stadtkerne ergibt sich die Möglichkeit einer nachhaltigen Tourismusentwicklung.

Konkurrenzfähige Radwege benötigen zur Nachfragegenerierung attraktive Ziele und Highlights. Fahrradfahren als umweltfreundliche und langsame Methode der Fortbewegung vermeidet die Reduktion der regionalen Kultur auf Konsum- und Prestigeobjekte. Sehenswürdigkeiten können somit besser reflektiert werden und bleiben länger in positiver Erinnerung.⁷⁶

Schematische Darstellung: Radroutensystem „Historische Stadtkerne“ („Wabensystem“)



© 2006 Lorenz Tourismusberatung GmbH

Quelle: Projekt M
Lorenz
Tourismusbe-
ratung GmbH,
Stand
11.07.2006

2. Grundlagen

2.6. Weitere Begriffsklärungen

Fahrradtourismus findet in Brandenburg hauptsächlich im ländlichen Raum statt. So sind die historischen Stadtkerne Anziehungspunkte im Raum. Für ihre erfolgreiche radtouristische Inwertsetzung sind die Informationsvermittlung und verschiedene Infrastrukturen wie z. B. Abstellmöglichkeiten für Fahrräder und Leitsysteme notwendig. Hierzu wird im Weiteren vorab auf weitere Begriffe eingegangen, die für die Erhebung und in den folgenden Kapiteln verwendet werden. Anschließend wird kurz auf den Allgemeine Fahrradfahrer- Club e.V. und das Netzwerk „Aktiv in der Natur“ eingegangen.

Die vorhandenen Strukturen in den Stadtkernen werden für diese Arbeit durch einen Erhebungsbogen erfasst, der in vier thematisch unterschiedliche Teilerhebungen untergliedert ist.

- I Anbindung der Stadt
- II Touristische Infrastruktur
- III Touristeninformation vor Ort
- IV Öffentlichkeitsarbeit

I Anbindung der Stadt

In der vorliegenden Arbeit wird unter diesem Begriff die Erreichbarkeit der Stadt mit historischem Stadtkern über das Radwegenetz, d. h. auf touristischen Radwegen und mit der Bahn verstanden.

II Touristische Infrastruktur

In dieser Teilerhebung werden im ersten Abschnitt die radtouristischen Infrastrukturen und im zweiten die stummen Stadtrundgänge untersucht. Diese Betrachtungen sind räumlich auf den Bahnhof und die historischen Stadtkerne, zu deren Abgrenzungen Kartenmaterial vorliegt, beschränkt.

Die Formulierung „Radtouristische Infrastruktur“ meint hier zum einen die Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, zum anderen auch für Radtouristen sinnvolle Einrichtungen wie Schließfächer für die Satteltaschen, Fahrradgeschäfte, Fahrradvermietungen, Radstationen sowie fahrradfreundliche Unterkünfte. Aber auch das Wegeleitsystem und die Beschilderung der touristischen Radwege werden unter diesem Begriff zu-

sammengefasst und in der Erhebung teilweise separat betrachtet.

Die Begriffe „Radstation“, „Fahrradstation“ sowie „Fahrradservicestation“ und „Radservicestation“ werden in Diskussionsrunden und teilweise auch in der Literatur synonym verwendet. Radstationen bündeln mehrere Funktionen. So können beispielsweise Fahrräder und Satteltaschen in geschlossenen Räumen aufbewahrt werden.

Zudem gehören Klein- und Schnellreparaturen zum Serviceangebot, dass für Radtouristen auch weitere Leistungen wie beispielsweise die Vermittlung von Unterkünften umfasst. Da die Radstationen in Kapitel 5.2.1 eingehend dargestellt werden, wird hier auf weitere Ausführungen verzichtet und auf dieses Kapitel verwiesen.⁷⁷

Fahrradfreundliche Unterkünfte können vom ADFC zertifiziert werden, wenn sie die sieben Mindestkriterien erfüllen. Zertifiziert Gastgeber werden als „Bett & Bike“ Betriebe kommuniziert. Gastgeber können diese Zertifizierung erhalten, wenn sie zumindest gewährleisten können, dass

- Übernachtungen für nur eine Nacht möglich sind,
- die Fahrräder unentgeltlich sicher in einem abschließbaren Raum abgestellt werden können,
- für nasse Kleidung und Ausrüstung Trockenmöglichkeiten zur Verfügung stehen,
- Werkzeug für kleinere Reparaturen am Fahrrad und bei größeren Radpannen Information über Lage, Öffnungszeiten und Telefonnummern der nächsten Werkstatt vorhanden sind,
- Informationsmaterialien (regionale Radwanderkarten, Bus- und Bahnfahrpläne, usw.) bereit stehen und
- ein reichhaltiges Frühstück angeboten oder eine Kochgelegenheit vorhanden ist.⁷⁸

Im zweiten Abschnitt stehen die „stummen Stadtrundgänge“ im Mittelpunkt der Betrachtungen. Mit diesem Begriff werden Rundgänge durch die historischen Stadtkerne verstanden, die ihre verschiedenen

Sehenswürdigkeiten erschließen und somit außerhalb von Stadtführungen zu einem attraktiven Altstadterlebnis beitragen.

2. Grundlagen

Mit diesem Angebot zur Freizeitgestaltung soll zudem die Aufenthaltsqualität aufgewertet und verlängert werden.

Mit dem Begriff „Touristische Infrastruktur“ werden in dieser Arbeit die radtouristische Infrastruktur und die stummen Stadtrundgänge zusammengefasst verstanden.

III Touristeninformation vor Ort

„Touristeninformation vor Ort“ bezeichnet in der vorliegenden Arbeit zusammengefasst die Informationstafeln und die Tourist Informationen in den Stadtkernen.

„Tourist Informationen“, „Fremdenverkehrsämter“ oder auch „Stadtinformationen“ können unterschiedliche Organisationsformen haben und werden aus diesem Grunde unterschiedlich bezeichnet. Da die Differenzen aus nachfrageorientierter Sicht keine Bedeutung haben, werden sie in der vorliegenden Arbeit nicht unterschieden. Vordergründig der Begriff „Tourist Information“ genutzt. Alle untersuchten Städte verfügen über eine Tourist Information.

In diesem Zusammenhang betitelt der Begriff „i- Marke“ eine für drei Jahre gültige Zertifizierung der Tourist Informationen durch den Deutschen Tourismusverband e.V. (DTV). Dieses Qualitätssiegel ist eine Weiterführung des überarbeiteten Markenkonzepes der ATIS- Anerkennung (Anerkannte Touristinformationsstellen) für Tourist Informationen. Die i- Marke wird bundesweit durch den Erwerb eines Lizenzvertrages mit dem DTV an Informationsstellen vergeben, die eine bestimmte Zahl an Mindestkriterien zur Qualitätsprüfung erfüllen.

Der Vertrag regelt die Bedingungen der Überprüfung vor Ort sowie die Qualitätsverpflichtungen der Tourist Informationen.⁷⁹

IV Öffentlichkeitsarbeit

Diese Teilerhebung befasst sich mit den städtischen Internetseiten und der Auswertung der Mystery Checks. Die Selbstpräsentation der Städte für Radtouristen und als Mitglieder der AG in ihren Web- Portalen sowie bei die Bearbeitung touristischer, insbesondere radtouristischer Anfragen, wird in dieser Arbeit mit dem Begriff „Öffentlichkeitsarbeit“ zusammengefasst.

Für den zweiten Abschnitt dieser Arbeit wurde ein Mystery Check durchgeführt. Eine schriftliche Anfrage eines Radtouristen, der mit dem Rad anreisen und die Stadt erkunden möchte, wurde per E- Mail an die Tourist Informationen der Städte gesendet. Die Mystery Checks dienen dazu, aus unabhängiger Sicht detaillierte Aussagen zur Dienstleistungsqualität zu treffen. Durch die standardisierte Bewertung und Dokumentation der Ergebnisse in einer Excel- Tabelle, können Handlungsempfehlungen entwickelt werden, um künftig Fehler zu vermeiden.⁸⁰

Da sich in der vorliegenden Arbeit viele Angaben auf den Allgemeine Fahrradfahrer- Club e.V. und den Landestourismusverband Brandenburg e.V., insbesondere auf das Netzwerk „Aktiv in der Natur“ beziehen, werden diese im Folgenden kurz vorgestellt.

Allgemeiner Deutscher Fahrradfahrer- Club e.V. (ADFC)

Der Allgemeine Fahrradfahrer- Club e.V. befasst sich mit verschiedenen Themen rund um das Fahrrad fahren. Im Mittelpunkt steht die Förderung des Fahrradverkehrs in Deutschland. Ziele sind dabei u. a. die Interessenvertretung der Mitglieder, Verbraucherschutzfragen, die Förderung von Sicherheit und Umweltschutz im Verkehr, aber auch die ökologisch sinnvolle Verkehrsmittelwahl.

Der ADFC ist in vier Fachausschüsse (Radverkehr, Öffentlichen Verkehr, Technik sowie Tourismus), die die fachliche Arbeit unterstützen, gegliedert.⁸¹ Der Fachausschuss Tourismus befasst sich mit Fahrradtourismus in Deutschland, d.h. er setzt sich für die Zunahme des radtouristischen Ausflugs- und Urlaubsverkehrs und für entsprechende qualitative Angebote ein. Weiterhin bemüht sich der Verein um eine fahrradfreundliche Infrastruktur.

Im Mittelpunkt stehen hier vor allem die Radfernwege, ihre einheitliche Beschilderung und ihre Mindestqualitätsmerkmale, fahrradfreundliche Beherbergungsbetriebe, der Ausbau bzw. die Einrichtung von Fahrradmitnahmemöglichkeiten in umweltfreundlichen Verkehrsmitteln wie Bahn, Bus und Schiff. Um den Fahrradtourismus zu quantifizieren und um Trends auszumachen, wird, wie schon unter 2.2 beschrieben, jährlich eine Radreiseanalyse veröffentlicht.⁸²

2. Grundlagen

Netzwerk „Aktiv in der Natur“

Schwerpunktt Themen des Netzwerkes „Aktiv in der Natur“ sind Radtourismus, Wasser- und Wandertourismus. Das Netzwerk dient der Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur durch die nachhaltige Entwicklung der zukunftsfähigen Tourismusarten in Brandenburg.

Zudem soll es die überregionale Zusammenarbeit von Unternehmen und wirtschaftsnahen Organisationen im Tourismus stärken. Als Forum für Kooperation, Erfahrungsaustausch, Informationsvermittlung wird eine nachhaltige Tourismusentwicklung durch konkrete Projekte forciert.⁸³

Die touristischen Leistungsträger sollen nachhaltig durch gemeinsame entwickelte Serviceketten und vermarktungsfähige Produkte vernetzt werden.

Zudem stehen die Stärkung des „Wir-Gefühls“, Qualitätsoffensiven und Kampagnen zur themenorientierten Zertifizierung sowie die Optimierung des Informationsaustausches usw. im Mittelpunkt der Arbeit des Netzwerkes. Das Netzwerk ist eng an den Landestourismusverband Brandenburg e.V. angegliedert.

Das Netzwerk „Aktiv in der Natur“ ist organisatorisch eng an den Landestourismusverband Brandenburg e.V. gebunden. Dieser Verband vertritt, um eine nachhaltige Tourismusentwicklung zu unterstützen, die Interessen der Brandenburger Reisegebiete auf Landesebene und betreibt tourismuspolitische Lobbyarbeit.

Des Weiteren werden u. a. verschiedene nach innen gerichtete Marketing- und Qualitätsoffensiven organisiert. Zudem werden die Brandenburgische Tourismusakademie, ein EQUAL- Projekt zum Barrierefreien Tourismus durch den Verband koordiniert.⁸⁴

2. Grundlagen

⁸ MW 2006; ADFC: diverse Radreiseanalysen

⁹ ADFC 2004

¹⁰ MW 2001, S.5

¹¹ MASCHKE 2005, S. 13

¹² MW 2001, S.5

¹³ MW 2001, S.6, 8

¹⁴ MW 2001, S.8, 20- 21

¹⁵ Jennert, LTV, persönliches Gespräch, 20.10.2006

¹⁶ DELLMANN 2006: Vortrag: FahrRad!

¹⁷ ADFC 2004

¹⁸ ADFC 2000

¹⁹ DTV e.V. 2007

²⁰ ADFC: Radreiseanalyse 2005

²¹ ADFC 2006

²² ADFC 2004

²³ ADFC 2001

²⁴ NIETSCHE 2004

²⁵ ADFC 2005

²⁶ REICHE 2006, Vortrag Fahrradfreundliche Gastbetriebe

²⁷ REICHE 2006, Vortrag Fahrradfreundliche Gastbetriebe; ADFC 2006

²⁸ ADFC 2001

²⁹ IFT 1996

³⁰ ALBRECHT u. a. 2006

³¹ ADFC 2000

³² ADFC 2006

³³ ADFC 2005/ DpR 2007

³⁴ ADFC: diverse Radreiseanalysen

³⁵ BIERMANN u. a. 1996, S.100

³⁶ ADFC 2006

³⁷ ADFC 2006

³⁸ HÖHN, Gespräch, Deutsche Bahn AG, 04.04.2007

³⁹ ADFC 2006

⁴⁰ ADFC 2000

⁴¹ ADFC 2002

⁴² ADFC 2004

⁴³ ADFC 2005

⁴⁴ ADFC 2006

⁴⁵ ADFC 2004

⁴⁶ ADFC 2005

⁴⁷ ADFC 2005

⁴⁸ ADFC 2006

⁴⁹ IFT 1996

⁵⁰ Vgl. Kapitel 2.1

⁵¹ MW 2006, S.1- 12

⁵² DELLMANN 2006: Vortrag FahrRad!

⁵³ ADFC 2006

⁵⁴ MW 2001, S.5

⁵⁵ Vgl. Kapitel 2.1

⁵⁶ DpR 2007

⁵⁷ MW 2006, S.26

⁵⁸ NIETSCHE 2004

⁵⁹ ADFC 2006

⁶⁰ DELLMANN 2006: Vortrag FahrRad

⁶¹ ADFC 2007, ITB- Pressemitteilung

⁶² ADFC 2007, ITB- Pressemitteilung, 08.03.2007

⁶³ JENNERT, persönliches Gespräch, LTV, 08.03.2007

⁶⁴ AG 2005, S.1

⁶⁵ REPEL; LORENZ 2000, S.1

⁶⁶ DTV 2006

⁶⁷ LINSEN, persönliches Gespräch, MW, 03.03.2007

⁶⁸ HAEDRICH u. a. 1998, S.824

⁶⁹ REPEL; LORENZ 2000, S.9

⁷⁰ MW 2006, S.26

⁷¹ REPEL; LORENZ 2000, S.9

⁷² REPEL; LORENZ 2000

⁷³ REPEL; LORENZ 2000, S. 5- 7; AG 2005, S.1

⁷⁴ REPEL; LORENZ 2000, S.26

⁷⁵ REPEL; LORENZ 2000, S.29

⁷⁶ BIERMANN u. a. 1996, S.13

⁷⁷ www.radstation.de, eingesehen am 12.03.2007

⁷⁸ www.bettundbike.de, eingesehen am 15.01.2007

⁷⁹ www.deutschertourismusverband.de, eingesehen am 14.01.2007

⁸⁰ BORCHERT, Gespräch, LTV, Tourismusakademie, 10.11.2006

⁸¹ www.adfc.de, eingesehen am 04.01.2007

⁸² www.fa-tourismus.adfc.de, eingesehen am 04.01.2007

⁸³ SCHWALBE, Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 17.01.2007

⁸⁴ www.ltv-brandenburg.de, eingesehen am 08.12.2006

3. Bestandsaufnahme

In diesem Kapitel werden die Datengrundlage, der Aufbau des Erhebungsbogens sowie die Bewertungen und Gewichtungen der Fragen und Teilerhebungen dargestellt. Im Gliederungspunkt 3.3 werden einige Informationen zu den abgefragten Inhalten gegeben. Die erhobenen Daten wurden in eine Excel-Tabellen übertragen. Der letzte Gliederungspunkt geht in Zusammenhang mit dieser Datei auf die Darstellung der Daten und die Grundlagen ihrer Auswertung ein.

3.1 Aufbau und Struktur des Erhebungsbogens & Datengrundlage

Mit Hilfe eines Erhebungsbogens (der dem Erhebungsbogen zur Selbsteinschätzung entspricht – siehe hinten) wurden die Städte mit historischen Stadtkernen aus radtouristischer Sicht untersucht, um vorhandene bzw. fehlende und um gelungene bzw. mangelhafte Strukturen zu erfassen und um im Weiteren daraus Handlungsempfehlungen abzuleiten. Im Folgenden wird auf den Aufbau des Erhebungsbogens und auf seine Datengrundlage eingegangen.

Für die empirische Grundlage dieser Arbeit wurde ein Erhebungsbogen entwickelt, der sich in vier thematisch unterschiedliche Teilerhebungen I, II, III und IV gliedert. Sie sind jeweils in zwei Abschnitte nach Sachverhalten unterteilt. So thematisiert Teil I die Anbindung der Stadt an einen Radweg sowie die Erschließung durch den Bahnverkehr und Teil II die radtouristische Infrastruktur aber auch stumme Stadtrundgänge durch die Stadtkerne.

Hingegen beschäftigt sich Teil III mit der Touristeninformation vor Ort durch die Informationstafeln und die Tourist Information. Mit Teil IV wird die Öffentlichkeitsarbeit der Städte durch ihre Internetpräsenz und mit einem Mystery Check untersucht.

Datengrundlage

Für diese Erfassung wurde ein standardisierter Fragebogen als Erhebungsinstrument zur Beobachtung gewählt, da die Ergebnisse somit vergleichbar sind. Die Beobachtungsmethodik orientiert sich an dem von V. Dreier in „Datenanalyse für Sozialwissenschaftler“ gesetzten Rahmen, der für diese Zwecke interpretiert wurde. So konnte mit

dem Erhebungsbogen eine wissenschaftliche, direkte und strukturierte Beobachtung durchgeführt werden⁸⁵. Auf diese Art und Weise wurde ein Großteil der Strukturen aus Teil I, II und III erfasst.

Für Teil III waren ergänzend einige standardisierte Fragen, die in kurzen Gesprächen mit Mitarbeiteten der Tourist Information beantwortet wurden, notwendig. In diesen sehr kurzen Interviewsituationen wurden die Fragen entsprechend dem Erhebungsbogen nacheinander gestellt.

Einige Erhebungsinhalte wurden zudem durch Recherchearbeiten im Büro erfasst. So wurde die Zugfrequenz, die in Teil I thematisiert ist, mit Hilfe des Programms „Hafas“ der Deutschen Bahn aufgezeichnet. Für Teil IV wurden einerseits die Internetseiten der Städte abgerufen und andererseits wurden Mystery Checks ausgewertet.

Nach den Ortsbegehungen fanden zusätzlich in jeder Stadt formlose Gespräche mit den für Fahrradtourismus bzw. Tourismus oder Radwegebau Verantwortlichen statt (siehe dazu Anhang). Sie dienten zum einen der thematischen Vorstellung dieser Arbeit und boten die Möglichkeit zusätzliches und nützliches Hintergrundwissen zu generieren. Somit konnten auch schwieriger erfassbare Inhalte wie beispielsweise nähere Informationen zu tagestouristischen Angeboten für Radfahrer gesammelt werden.

Erhebungsbogen

Mit dem Frage- bzw. Erhebungsbogen werden die relevanten Konstrukte in Form von Frageformulierungen wiedergegeben. Bei der Entwicklung des Erhebungsbogens wurden erneut die von Dreier gegebenen Beiträge deren Hintergrund enthoben und hinsichtlich der Formulierung, Form und Folge der Fragen als Hilfestellung genutzt.⁸⁶

Für die Erfassung der Strukturen wurden geschlossene Entscheidungsfragen bzw. Fragen, die drei und mehr Antwortmöglichkeiten erlauben, gestellt. Verschiedene Inhalte wurden dabei genauer betrachtet, indem im Anschluss an eine Frage eine oder mehrere abhängige Bedingungsfragen gestellt wurden, die die gleichen Antwortmöglichkeiten erlauben.

Diese Detailfragen geben zusätzliche, genauere Aussagen über Sachzusammenhänge wieder. Bei der Beantwortung sind Mehrfachnennungen nicht möglich.

3. Bestandsaufnahme

Die Abbildung veranschaulicht ein Beispiel, in dem die zweite Frage nur dann folgt, wenn die erste positiv beantwortet werden konnte.

Weitere offene Fragen sind mit einem Smiley gekennzeichnet und erheben zusätzliche Informationen, die im Einzelnen sehr unterschiedlich ausfallen und demnach nicht mit der verwendeten Erhebungsstruktur zu vereinbaren waren. Sie sind stark von den individuellen Gegebenheiten vor Ort abhängig, sollen Zusatzinformationen liefern und sind zudem von der Bewertung ausgenommen.

Abbildung 11: Frageformulierungen des Erhebungsbogens

1. Wieviele Informationstafeln sind im Stadtkern vorhanden (außer Standorte am Bahnhof und Parkplatz)?		
> 4 Tafeln	<input type="checkbox"/>	1
2 – 4 Tafeln	<input type="checkbox"/>	0,5
1 – 0 Tafeln	<input type="checkbox"/>	0
Wenn mehrere Informationstafeln vorhanden sind, sind sie einheitlich gestaltet?		
Ja, weitestgehend	<input type="checkbox"/>	1
Teilweise	<input type="checkbox"/>	0,5
Nein	<input type="checkbox"/>	0

Quelle: Auszug aus eigenem Erhebungsbogen

In der Bewertung der Tourist Information im Teil III sind einige Fragen, in rotbrauner Schriftfarbe angegeben. Die Farbwahl soll Hinweis darauf geben, dass sie mündlich an einen Mitarbeiter des Informationsbüros gestellt wurden.

Da die Struktur und der Aufbau des Fragebogens mit genauen Formulierungen kaum subjektive Einflüsse ermöglicht, ist die Erhebung der Daten objektiv und weitestgehend unbeeinflusst vom Betrachter.

3.2 Bewertung der Antworten & Gewichtungen

Im Folgenden werden die Bewertung der Antworten und die Gewichtung der erhobenen Fragen und Teilerhebungen betrachtet.

Bewertung der Antworten

Zur Umsetzung der erhobenen Angaben bzw. der Daten zur computergestützten Auswertung, wurden jeweils ein Punkt bei positiver und null Punkte bei negativer Antwort bzw. 0,5 Punkte bei der teilweisen oder mäßigen Erfüllung der Fragestellung vergeben.

So gibt die erreichte Punktzahl als Zahlenwert Auskunft über die Erfüllung der in der Frage formulierten Anforderung.

Da die Fragen unterschiedlich bedeutsame Inhalte erfassen, ist eine Gewichtung der Fragen notwendig.

Fragen zu wichtigen Inhalten werden durch eine Gewichtung mit 1,5 (erreichter Punktwert der Antwort wird mit dem gewichtenden Wert 1,5 multipliziert) hervorgehoben. Umgekehrt werden eher weniger tragende Inhalte durch Fragen erhoben, die mit 0,5 auf gleiche Art geringer gewichtet sind.

Damit können bei positiver Beantwortung einer hoch gewichteten Frage maximal 1,5 Punkte und bei einer gering gewichteten Frage maximal 0,5 Punkte erreicht werden.

3. Bestandsaufnahme

Fragen, die die Präsentation des historischen Stadtkerns bzw. die Mitgliedschaft der Stadt in der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“, radtouristische Inhalte oder damit im engen Zusammenhang stehende Strukturen erfassen, sind hoch gewichtet. Wenn diesen Fragen abhängige Bedingungsfragen folgen, sind sie normal gewichtet.

Fragen, die eher weniger wichtige oder zusätzliche Inhalte erfassen, werden dagegen wie auch die Bedingungsfragen normal gewichteter Fragen gering gewichtet. Nur wenn nach einer normal gewichteten Frage vergleichsweise tragende Inhalte mit einer abhängigen Frage erhoben wurden, ist diese ebenfalls normal gewichtet.

Zur Veranschaulichung der Bewertung der Fragen und Gewichtung der Antworten ein Beispiel aus Teil III in Abbildung 12.

Gewichtung der Fragen

Die vier Teilerhebungen sind unterschiedlich tragend für Aussagen über die Städte und werden demnach ebenfalls, wie in Abbildung 13 dargestellt, unterschiedlich gewichtet.

Die Gewichtung der Teilerhebungen ist unabhängig davon, wie hoch die Anzahl Fragestellungen in den einzelnen Teilen ist. Vergleichsweise geringer gewichtet werden die Teilerhebungen bzw. Abschnitte die relativ einfach und mit geringem Mittelaufwand beeinflussbar sind.

Abbildung 12: Bewertung und Gewichtung der Fragen

12. Verfügt die Tourist Information über Schaufenster? → einfache Gewichtung x 1		
Ja	<input type="checkbox"/>	1
Nein	<input type="checkbox"/>	0
Wenn ja, sind die Schaufenster ansprechend gestaltet? → geringe Gewichtung x 0,5		
Ja	<input type="checkbox"/>	1
Nein	<input type="checkbox"/>	0
☺ Wenn nein, welche Mängel liegen vor?		
<hr/>		
Wenn ja, werden mit der Schaufenstergestaltung Hinweise für Radtouristen gegeben? → einfache Gewichtung x 1		
Ja	<input type="checkbox"/>	1
Nein	<input type="checkbox"/>	0
Wenn ja, wird mit der Schaufenstergestaltung auf die AG bzw. den historischen Stadtkern hingewiesen? → einfache Gewichtung x 1		
Ja	<input type="checkbox"/>	1
Nein	<input type="checkbox"/>	0

Quelle: Auszug aus eigenem Erhebungsbogen

3. Bestandsaufnahme

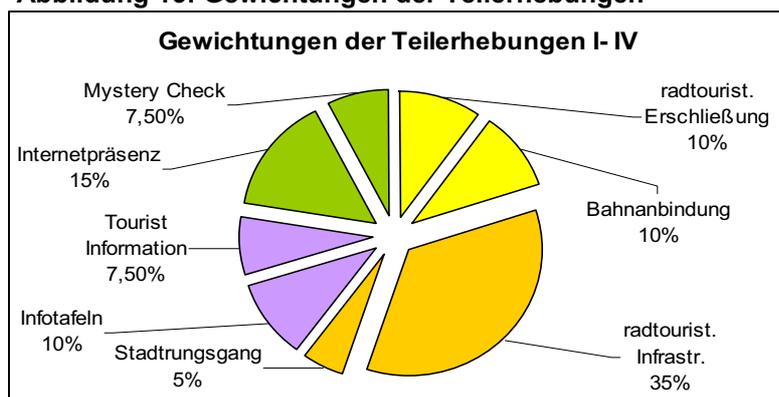
Da die Anbindung der Stadt (Teil I) und die touristische Infrastruktur (Teil II) maßgeblich über die radtouristische Nachfrage bzw. Attraktivität einer Stadt entscheiden, gehen diese Teilerhebungen zusammen mit einer Gewichtung von 60% in die Gesamtbewertung ein.

Ist eine Stadt schlecht bzw. nicht durch das Radwegenetz und den Bahnverkehr erschlossen und hat sich infrastrukturell wenig bzw. nicht ausreichend auf Radtourismus ausgerichtet, verlieren die in Teil III und IV erhobenen Sachverhalte an Bedeutung.

Die Notwendigkeit der qualitativen Touristeninformation vor Ort (Teil III) und Öffentlichkeitsarbeit (Teil IV) einer Stadt ist für diese Untersuchung grundlegend von ihrer Anbindung und der Infrastruktur vor Ort abhängig und insgesamt mit vergleichsweise geringeren Aufwendungen beeinflussbar. Auf Grund dessen gehen diese beiden Teile mit 40% in die Gesamtbewertung ein.

Die Anbindung der Stadt an touristische Radwege und den Bahnverkehr wird in der Erhebung mit jeweils 10% gewichtet, sodass Teil I insgesamt 20% in der Gesamtbewertung ausmacht.

Abbildung 13: Gewichtungen der Teilerhebungen



Quelle: eigene Darstellung

Die vor radtouristischem Hintergrund erfassten infrastrukturellen Voraussetzungen in den Städten (Teil II) gehen mit insgesamt 40% in die Gesamtbewertung ein und machen damit den größten Anteil aus. Die hohe Gewichtung begründet sich einerseits in der Anzahl der in dieser Teilerhebung, insbesondere im ersten Abschnitt, betrachteten unterschiedlichen Sachverhalte. Aber andererseits auch darin, dass diese z.T. nicht nur

vor radtouristischen Hintergrund maßgeblich für die touristische Attraktivität einer Stadt sind.

Im ersten Abschnitt steht die radtouristische Infrastruktur, die mit 35% in die Gesamtbewertung eingeht, im Mittelpunkt. Hier werden grundlegend notwendige Strukturen wie Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, für Radtouristen nützliche Einrichtungen, die Wegweisung und die Beschilderung der touristischen Radwege im Stadtkern usw. untersucht.

Die Bewertung der Stadtrundgänge durch die historischen Stadtkerne wurde im zweiten Abschnitt vorgenommen. Die stummen Stadtrundgänge tragen zur allgemeinen touristischen Inwertsetzung des Stadtkerns bzw. zu ihrer Erlebbarkeit bei. Da die Rundgänge keinen unmittelbaren radtouristischen Bezug haben, geht ihre Beurteilung mit einem vergleichsweise geringen Anteil von 5% in der Gesamtbewertung ein.

In Teil III wird im ersten Abschnitt anhand der Informationstafeln die Touristeninformation vor Ort bewertet. Die Tafeln sollen den Touristen außerhalb der Tourist Information Auskünfte vermitteln, um ihnen die Orientierung und den Aufenthalt in der Stadt zu erleichtern bzw. ein originelles und informatives Stadterlebnis durch gelungene Darstellungen ermöglichen. Die Bewertung der Informationstafeln geht mit 10% in die Gesamtbewertung ein.

Im zweiten Abschnitt wird die Tourist Information bewertet, die als Anlaufpunkt und Informationsquelle der Touristen vor Ort maßgeblich zu deren individuellen Betreuung beiträgt.

Da die Tourist Informationen die Anfragen, die in der nächsten Teilerhebung mit Hilfe eines Mystery Checks zur Beurteilung der Öffentlichkeitsarbeit beitragen, bearbeitet haben, wird die

Gewichtung dieser Abschnitte im Zusammenhang betrachtet.

Sie gehen mit jeweils 7,5%, zusammen mit 15%, in die Gesamtbewertung ein. Die Gewichtung des Mystery Checks bzw. der gesendeten Materialien begründet sich darin, dass im Einzelnen viele Details abgefragt werden, die mit einfachen Mitteln einzurichten sind und grundlegend zur Qualität der Informationsmaterialien beitragen.

3. Bestandsaufnahme

Da das Internet zunehmend als erste Informationsquelle vor der Reiseentscheidung und zur Reisevorbereitung genutzt wird und somit bei der ersten Imagebildung zunehmend an Bedeutung gewinnt⁸⁷, ist eine gelungene, aussagekräftige Internetpräsentation notwendig. So geht die Bewertung der Internetpräsenz einer Stadt, die in Teil IV im ersten Abschnitt untersucht wird, mit 15% in die Gesamtbewertung ein.

3.3 Anmerkungen zu den erhobenen Inhalten

Die in der Erhebung abgefragten Zusammenhänge stützen sich auf die in Kapitel 2 dargestellten Entwicklungen und Aussagen zum Fahrradtourismus und der AG sowie inhaltlich auf die Handlungsempfehlungen, die in Kapitel 5 gegeben werden. Zudem wurden die zu bewertenden Inhalte in detaillierten Diskussionen mit dem MW sowie dem LTV, insbesondere mit dem Netzwerk „Aktiv in der Natur“ erarbeitet. Da sie sich im Wesentlichen aus dem Erhebungsbogen erschließen, wird an dieser Stelle lediglich auf solche Sachzusammenhänge eingegangen, die Erläuterungen bedürfen.

Anbindung der Stadt

In dieser Teilerhebung steht die Erschließung der Städte durch touristische Radwege und durch den Bahnverkehr im Mittelpunkt.

Die Qualität der touristischen Radwege wurde in der Erhebung nicht berücksichtigt. Grund hierfür ist, dass diverse Radwege im Zuge der Radfernwege-zertifizierung eingehend untersucht werden und es sonst zu inhaltlichen Überschneidungen käme. Mit dieser Zertifizierung wird ggf. das Gütesiegel „ADFC-Qualitätsradroute“ vergeben. Der ADFC verfolgt damit das Ziel, deutschlandweite Qualitätsstandards durchzusetzen.⁸⁸

Da Radreisende zumeist die Bahn als Verkehrsmittel nutzen, wird im zweiten Abschnitt die Anbindung der Stadt an den Bahnverkehr betrachtet. Diese ist in der Frage, ob eine Stadt als Start oder Ziel einer Radreise in Frage kommt, entscheidend. Insbesondere touristische Streckenradwege, z. B. entlang von Flüssen, bedingen die An- und Abreise mit der Bahn, denn Start und

Ziel der Radreise liegen räumlich weit entfernt voneinander.⁸⁹

Da Berlin wichtiger Quellmarkt für den Brandenburger Tourismus, insbesondere auch für den Ausflugsverkehr ist, wird in dieser Untersuchung ausschließlich von Berlin ausgegangen. Die Betrachtung weiterer Quellgebiete wäre durchaus sinnvoll, würde jedoch den Rahmen dieser Arbeit überdehnen.⁹⁰

Zur Vereinfachung und Vereinheitlichung wurde Berlins zentral gelegener Hauptbahnhof als Bahnhof der An- und Abreise gewählt. Er ist vorteilhaft durch das dichte Netz der öffentlichen Nahverkehrsmittel erschlossen und gut erreichbar, so dass davon auszugehen ist, dass eine Anreise zum Hauptbahnhof relativ wenig Zeit in Anspruch nimmt.⁹¹

Vor diesem Hintergrund wurden die Anzahl der Bahnverbindungen und die Entfernung des Stadtkerns zum Bahnhof bewertet. Insbesondere wenn die Stadt über keinen eigenen Bahnhof verfügt, sind die Distanz zum nächsten Bahnhof und vor allem die Anbindung an einen touristischen Radweg, über einen Stadtbesuch bestimmend. In der Erhebung wurden ausschließlich der Sommerfahrplan 2006 genutzt und nur Züge, die die Fahrradmitnahme erlauben, einbezogen.

Davon ausgehend, dass Radreisende durchschnittlich Tagesetappen von ca. 40 - 60 Kilometern zurücklegen und dazu ca. 4 - 6 Stunden benötigen, wurde eine Abreisezeit vom Hauptbahnhof zwischen 9 und 12Uhr betrachtet. Damit ist gewährleistet, dass den Radreisenden nach der Ankunft in der Stadt genügend Zeit für die erste Etappe der Radreise zur Verfügung steht.

Nach der letzten Tagesetappe ist von einer Abreise aus den Städten zwischen 17 und 20Uhr zum Berliner Hauptbahnhof auszugehen. Bewertungen wurden für die Anzahl der Zugverbindungen in den An- und Abreisezeiträumen an Wochentagen und an Wochenenden vorgenommen.⁹²

Touristische Infrastruktur

Im Sinne der radtouristischen Inwertsetzung der historischen Stadtkerne sollten ausreichende Abstellanlagen für Fahrräder und Möglichkeiten zur Verwahrung der Satteltaschen der Radtouristen gegeben sein. Im Mittelpunkt dieser Beurteilung stehen die Standorte der Abstellanlagen und deren Bauart bzw. Nutzbarkeit.

3. Bestandsaufnahme

Bett & Bike zertifizierte Beherbergungsbetriebe tragen zur radtouristischen Inwertsetzung der Städte bei. Es wurden Punkte für zertifizierte Unternehmen in der Stadt und im Umkreis von bis zu 10 Kilometern (ca. 30 Minuten Fahrzeit mit dem Fahrrad) vergeben. Weitere Wertungen bekamen Campingplätze, wenn sie nicht weiter als 10 Kilometer vom Stadtkern entfernt sind.

Da mit Wohnmobil Reisende und andere Gäste der Campingplätze beispielsweise zur Erkundung der Region Fahrräder nutzen, wurden die Campingplätze in den Städten mit historischen Stadtkern bzw. ihrer Umgebung (bis 10 Km Distanz) erfasst.

Bei der Bewertung der Wegweisung bzw. des Wegeleitsystems standen die ausgewiesenen Ziele und die Beschilderungsstandorte im Mittelpunkt. Die innerörtliche Wegweisung und die Beschilderung der Radwege im Stadtkern ist unter Berücksichtigung der vom Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg gegebenen Handlungsempfehlungen für ein landesweit einheitliches touristisches Leitsystem bewertet worden.

Touristeninformation vor Ort

Der dritte Teil des Fragebogens erfasst die Information der Touristen vor Ort durch die Informationstafeln und die Tourist Information.

Abbildung 14: i- Marke



Quelle: www.deuschertourismusverband.de, eingesehen am 17.04.2007

Bei der Bewertung der Informationstafel werden die dargebotenen Inhalte, die An-

zahl Standorte der Tafeln und ihre einheitliche Gestaltung betrachtet. Die Darstellungen wurden in Hinblick auf ihre Aussagekraft beurteilt. Wertungen wurden vorgenommen, wenn der Stadtkern als sehenswerte Besonderheit hervorgehoben bzw. z. B. mit dem Logo auf die Mitgliedschaft in der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ hingewiesen wurde.

Zudem sind der Informationsgehalt für Radtouristen beispielsweise über einen touristischen Radweg oder über Sehenswürdigkeiten und Übernachtungsmöglichkeiten entlang des Weges aber auch Hinweise auf die Tourist Information berücksichtigt worden.

Abbildung 15: kreative Darstellung des Bett & Bike Logos



Quelle: Reiche, Vortrag: Bett & Bike Betriebe

Hinsichtlich der örtlichen Tourist Information wurde eine entsprechende Präsentation der Stadt und verschiedene Serviceleistungen bewertet. Eine qualitativ hochwertige Betreuung der Gäste kann bei den Tourist Informationen vorausgesetzt werden, die vom Deutschen Tourismusverband e.V. mit der i-Marketing Information zertifiziert wurden. Diese Auszeichnung wurde in der Punktvergabe berücksichtigt.

Öffentlichkeitsarbeit

Die Öffentlichkeitsarbeit, d.h. die Präsentation einer Stadt nach außen, ist vor allem bei der Auswahl des Reiseziels von entscheidender Bedeutung. Die Internetauftritte der Städte sollen informieren, helfen sich zu orientieren, einen ersten Eindruck vermitteln und dazu führen, dass sich Erwartungen bilden. Dazu wurde die Menüführung, d.h. die Unterbringung und Auffindbarkeit der Informationen, durch eine sinnvolle und übersichtliche Struktur, die einfach und schnell handhabbar sein sollte, bewertet.

3. Bestandsaufnahme

Viele Internetanwender nutzen eine Suchmaschine, um die gewünschten Informationen zu erlangen. Da die Suchmaschine „Google“ (www.google.de) im Vergleich zu anderen sehr häufig genutzt wird und qualitativ vergleichsweise gute Suchergebnisse hervorbringt, wurde sie für diese Erhebung genutzt.⁹³ Bewertet wurde, an welcher Stelle die Homepage der Stadt in der Ergebnisliste der Suchmaschine zu finden war.

Auch die übersichtliche und attraktive Darstellung der Gastgeber beispielsweise mit kurzen Beschreibungen und Fotos wurde bewertet.

Die eindeutige Kennzeichnung von Bett & Bike zertifizierten Betrieben (Beispiel in Abbildung 15) ist dabei berücksichtigt worden.

Mit den Mystery Checks wurde ein persönlicher Kontakt zur Tourismusinformationsstelle hergestellt, bei dem eine radtouristische Anfrage gestellt wurde. An alle Städte wurde dieselbe E-Mail versendet, in der die Absicht einer Stadtbesichtigung und Anreise mit dem Fahrrad an einem benannten Wochenende geäußert wurde. Die übermittelten Informationen, die als Anschauungsmaterial der Städte ebenfalls zur Reiseentscheidung beitragen, wurden im zweiten Abschnitt beurteilt.

Bewertet wurde die schnelle Bearbeitungszeit, die sich auf einen bis zwei Werktagen nach Erhalt der Anfrage beschränken sollte. Da nicht alle Städte nach der ersten Anfrage Informationsmaterialien schickten, wurde eine erneute sehr ähnliche Anfrage mit anderem Absender gestellt. Wurden Materialien erst auf diese Anfrage oder gar nicht zur Verfügung gestellt, wurde dies in der Bewertung berücksichtigt.

3.4 Darstellung der Daten in der Tabelle & Grundlagen ihrer Auswertung

Die Ergebnisse der Erhebung sind zur Datenanalyse in einer Excel-Tabelle, die im Anhang beigelegt ist, aufgenommen worden.

Für die Ergebnisse der Teilerhebungen I-IV wurden einzelne Tabellenblätter eingerichtet. Im Tabellenkopf sind die erhobenen Fragen beider Abschnitte und ihre Gewichtungsfaktoren dargestellt. Für jede Stadt wurden zwei Zeilen angelegt. In den gelb unterlegten Zeilen sind die Antworten zu den Fragestellungen als absolute Zahlenwerte, die dem Fragebogen entnommen wurden, gegeben (z. B. Altlandsberg abs.). Entsprechend den Gewichtungen der Fragen sind sie in der türkis unterlegte Zeile als gewichtete Werte angegeben.⁹⁴

Die neuen Mitglieder der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ Doberlug-Kirchhain und Lützenau sind separat und rosa unterlegt dargestellt. Fragestellungen, die sich auf die Mitgliedschaft in der AG oder auf die Präsentation des historischen Stadtkerns beziehen, wurden in diesen Zeilen ausgelassen.

Am Ende der Tabelle sind die erreichten Punktwerte der Abschnitte sowie die ebenfalls gewichteten Gesamtpunktzahlen dargestellt. Als anschauliche Hilfestellung zur Auswertung der Daten wurden im Anschluss daran die Ergebnisse ohne Berücksichtigung der Detailfragen (abhängige Fragen) und einige weitere separate Darstellungen angegeben.

Tabellenblatt Zusammenfassung I-IV

Im Tabellenblatt „Zusammenfassung I-IV“ sind in Tabelle 1 die Ergebnisse der Teilerhebungen I – IV für alle Städte, die in den einzelnen Tabellenblättern nachvollzogen werden können, dargestellt. Für jede Teilerhebung sind drei Spalten gegeben, in der die Ergebnisse der beiden Abschnitte sowie die Gesamtpunktzahl dargestellt sind. Im Tabellenkopf ist die Bezeichnung der Teilerhebung, sowie der Abschnitte gegeben. In der letzten Spalte ist die Summe der Gesamtpunktzahlen aller Teilerhebungen angegeben. Insgesamt konnten 173 Punkte erreicht werden.

Da die Städte Doberlug-Kirchhain und Lützenau erst seit 2007 Mitglied in der AG sind, wurden wie schon erwähnt, alle Fragen, die sich auf die Mitgliedschaft in der AG beziehen der Bewertung dieser Städte entnommen. Somit sind die zu erreichenden Gesamtpunktzahlen sowie die Summe der Ergebnisse aller Teilerhebungen geringer. Insgesamt konnten diese Städte 161 Punkte erzielen, ihre Ergebnisse sind in der Zeile „AG-korrigiert“ dargestellt. Unter Tabelle 1 sind die Gesamtpunktzahlen der Teilerhebungen zur Übersicht dargestellt.

3. Bestandsaufnahme

Tabelle 2 zeigt die normierten Ergebnisse der Teilerhebungen. Sie sind unterschiedlich gewichtet und gehen mit verschiedenen prozentualen Anteilen in die Gesamtbewertungen der Städte ein (siehe Zeile 38 und 39 „Gewichtung“ und „Maximalwert“).⁹⁵

Um die Erhebungsergebnisse handhabbarer zu gestalten, wurden sie auf den Wert 100 normiert. Ziel ist es, die Summen von 173 bzw. 161 Punkten mit diesem Wert gleichzusetzen. Bei der Normierung der Ergebnisse wurde von den unterschiedlichen Gewichtungen ausgegangen. Somit entsprechen die im Tabellenkopf angegebenen normierten Gesamtpunktzahlen der Teilerhebungen ihren Gewichtungen.

Um den Normierungsfaktor zu berechnen wurde die Gewichtung eines Abschnittes durch die Gesamtpunktzahl dieses Abschnittes dividiert. Im Anschluss wurden alle Punktzahlen der Städte in diesem Abschnitt mit dem Normierungsfaktor multipliziert. Ein veranschaulichendes Beispiel ist auf dem Tabellenblatt gegeben. Die Summe aller Gesamtpunktzahlen der Teilerhebungen I - IV ergeben nun zusammen den Wert 100.

Die ebenso berechneten Normierungsfaktoren der neuen Mitgliedsstädte unterscheiden sich aufgrund der geringeren Gesamtpunktzahlen und Summen von denen der alten AG-Mitglieder. Unter Tabelle 2 sind veranschaulichend die Normierungsfaktoren der alten und neuen Mitglieder der AG angegeben.

In den Tabellen 3 und 4 wiederholen sich diese Berechnungen. Tabelle 3 gibt die Ergebnisse der Teilerhebungen I - IV ohne Berücksichtigung der Detailfragen wieder. Detailfragen wurden genutzt, um auf bestimmte Sachverhalte näher einzugehen.⁹⁶ Diese Fragen sind in den Tabellenblättern der Teilerhebungen I- IV mit einem Sternchen (*) am Ende des Satzes gekennzeichnet und wurden in dieser Darstellung nicht berücksichtigt.

Gleiches gilt für Detailfragen, die nur in Bezug auf die neuen Mitglieder der AG nicht beachtet wurden und mit zwei Sternchen (**) hinter den Fragestellungen gekennzeichnet sind. Diese Betrachtungen finden bei der Auswertung der Erhebungsergebnisse Anwendung und dienen als Hilfestellung zur

Bestimmung der Kategorien (sehr gut, gut etc.).

Insgesamt konnten die Städte in dieser Betrachtung 121,5 Punkte erreichen. Hingegen konnten Doberlug- Kirchhain und Lübbenau 114 Punkte erlangen. In Tabelle 4 sind die normierten Ergebnisse aus Tabelle 3 gegeben. Im Anschluss sind die Normierungsfaktoren der Berechnungen zur Übersicht angegeben.

Tabellenblatt Diagramme I-IV

Im Tabellenblatt „Diagramme I- IV“ sind die Daten aus Tabelle 2 (aus Tabellenblatt „Zusammenfassung I- IV“) veranschaulicht. Unter „Diagramme – Auswertung der Teilerhebungen“ werden die Ergebnisse jedes Abschnittes sowie die Gesamtpunktzahlen der Teilerhebungen dargestellt. In diesen Säulendiagrammen sind die Ergebnisse aller Städte vergleichbar. Die Diagramme werden in Kapitel 4 ausgewertet.

Auf demselben Tabellenblatt finden sich unter „Diagramme- Auswertungen der einzelnen Teilerhebungen für jede Stadt“ Säulendiagramme für jede Teilerhebung, die in den Handlungsempfehlungen der Städte ausgewertet werden. Den Säulen ist jeweils der schwarz markierte maximal erreichbare Punktwert zur Veranschaulichung gegenüber gestellt.

In weiteren Säulendiagrammen dieser Art sind die Ergebnisse der Teilerhebungen für jede Stadt dargestellt. Sie finden sich unter dem Titel „Diagramme – Auswertungen aller Teilerhebungen für jede Stadt“ und werden ebenfalls für die Handlungsempfehlungen der Städte genutzt.

Tabellenblatt Auswertung I- IV

Im nächsten Tabellenblatt „Auswertung I- IV“ wurden zur Beurteilung der Ergebnisse aus Tabelle 2 (aus Tabellenblatt „Zusammenfassung I- IV“) vereinfachte Punkteübersichten erstellt, wodurch die Fülle von Daten dem interessierten Leser zugänglich gemacht werden sollen. Anhand dieser Übersicht sind die Bewertungen und Interpretationen der erhobenen Inhalte vollzogen worden.

Für jede Teilerhebung wurde eine Tabelle eingerichtet, in der die Bewertungen mit *sehr gut*, *gut*, *befriedigend* und *mangelhaft* bzw. *nicht ausreichend* den notwendigen Punktzahlen bzw. deren prozentualen Entsprechungen, wie in Tabelle 1 dargestellt zugeordnet sind.

3. Bestandsaufnahme

Für die Entwicklung der Punktübersichten zur Bewertung der Ergebnisse wurde Bezug auf die abgefragten Inhalte genommen. Die Skalierungen in drei bzw. vier Kategorien wurden in Zusammenhang mit den Handlungsempfehlungen und den notwendigsten Kriterien zur radtouristischen Inwertsetzung der Stadtkerne gebildet.

Somit wurden die für eine *sehr gute* bzw. *mangelhafte* Bewertung zu erreichenden Punktwerte festgelegt. Die weiteren Skalierungen für *gute* und *befriedigende* Urteile orientierten sich an Intervallen von circa 10 Punkten. Konnten in einem Erhebungsabschnitt nur wenige Punkte erreicht werden, wurde eine Skalierung in drei Kategorien vorgenommen. Ein Beispiel hierzu gibt die folgende Tabelle.

Tabelle 1: Bewertungsschema zur Auswertung der Erhebungsergebnisse Teil II

	Teil II					
	touristische Infrastruktur					
	Radtouristische IS		Stadtrundgang		insgesamt von 40	
Gewichtung	35		5		40	
Maximalwert	35,0	in %	5,0	in %	40,0	in %
sehr gut	> 21	> 60	> 4	> 80	> 24	> 60
gut	17,5 - 20,9	50 - 59,9	3,5 - 3,9	70 - 79,9	20 - 23,9	50 - 59,9
befriedigend	14,7 - 17,4	42 - 49,9	< 3,5	< 70	16,8 - 19,9	42 - 49,9
mangelhaft	< 14,7	< 42			< 16,8	< 42

Quelle: eigene Berechnung

Neben diesen Tabellen sind teilweise einzelne Betrachtungen zu den Abschnitten dargestellt. Beispielsweise wurden im Zusammenhang mit der radtouristischen Infrastruktur zur Veranschaulichung die Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, für Radtouristen nützliche Einrichtungen, die Wegweisung und Beschilderung der Radwege separat bewertet. In Zusammenhang mit der Touristeninformation vor Ort wurden die Informationstafeln im historischen Stadtkern sowie die Tafeln am Bahnhof und Parkplatz ebenfalls separat bewertet.

Dazu wurden jeweils aus den Tabellenblättern die erreichten Punktwerte entnommen und entsprechend der Skalierung ausgewertet. Diese Auswertungen wurden als veranschaulichende Hilfestellung für die Formulierung der Handlungsempfehlungen genutzt.

Teil I – Anbindung der Stadt

Hinsichtlich der Anbindung der Stadt (Teilerhebung I) bzw. der radtouristischen Erschließung wurden Städte, die durch einen touristischen Radweg erschlossen sind und über einen Radweg zwischen Bahnhof und Stadtkern sowie über eine Rundtour verfügen mit *sehr gut* bewertet. Städte, die ein Kriterium nicht erfüllen konnten, wurden mit *gut* beurteilt, da sie die die notwendigsten Anforderungen erfüllen (7 – 7,9 Punkte).

Die Skalierung der Ergebnisse der Anbindung an den Bahnverkehr berücksichtigt, dass ein Punkt nur von Städten erreicht werden konnte, die über keinen eigenen

Bahnhof verfügen. Damit liegt die Gesamtpunktzahl einer Stadt mit Bahnhof bei 9,5 Punkten. Städte, die von einer hohen Anzahl von Zügen nach und aus Berlin in den betrachteten Zeiträumen frequentiert werden und über zentrumsnahe Bahnhöfe verfügen, sind mit *sehr gut* einzuschätzen.

Städte, die 5,2 Punkte erzielten, erfüllen die notwendigsten Kriterien und wurden mit *gut* bewertet. Um zu begründen, wann eine Stadt *nicht ausreichend* erschlossen ist, wurden die zu erreichenden Punktzahlen der beiden Abschnitte addiert, die für die notwendigsten Anforderungen zu erreichen waren.

Teil II – Touristische Infrastruktur

Bei der Auswertung der Teilerhebung II wurden die radtouristische Infrastruktur und die Stadtrundgänge berücksichtigt. Da die Beurteilung der stummen Stadtrundgänge mit 5% gewichtet ist, hat sie in dieser Betrachtung nur geringe Auswirkungen.

Somit orientiert sich die Bewertung der touristischen Infrastruktur an den Punktstaffelungen, die für Auswertung der radtouristischen Infrastruktur im Folgenden eingehender dargestellt sind.

3. Bestandsaufnahme

Die Untersuchung der radtouristischen Infrastruktur ist sehr umfangreich, da eine große Anzahl verschiedener Sachverhalte betrachtet wird. Somit begründet sich, dass Städte, die 60% der Anforderungen (21 Punkte) erfüllen mit *sehr gut* beurteilt wurden. Erfüllt eine Stadt einen Großteil der Anforderungen, erzielte sie mindestens 26 Punkte. Davon ausgehend, dass nicht jede Stadt alle Anforderungen zur radtouristischen Inwertsetzung erfüllen muss, wurde die Abgrenzung zwischen *sehr guten* und *guten* Bewertungen am Erreichen von 21 Punkten (60% der Anforderungen) festgemacht.

Im zweiten Abschnitt dieser Teilerhebung wurden die stummen Stadtrundgänge durch die historischen Stadtkern untersucht.

Stadtrundgänge, die einem oder zwei der abgefragten Kriterien nicht entsprachen, erfüllten trotzdem 80% der Anforderungen und wurden mit *sehr gut* bewertet, da nur geringer Handlungsbedarf besteht. Städte, deren Rundgänge drei Anforderungen nicht genügten, erzielten 3,5 - 3,9 Punkte, wurden mit *gut* eingeschätzt und wies Handlungsbedarf auf Grund einiger Schwächen auf. Bewertungen mit weniger als 3,5 Punkte deuten auf erhebliche Mängel, so dass der Rundgang mit *mangelhaft* beurteilt wurde.

Teil III – Touristeninformation vor Ort

Konnten für die Informationstafeln mehr als 6,5 Punkte erzielt werden, entsprachen die Tafeln größtenteils den inhaltlichen und gestalterischen Ansprüchen und wurden mit *sehr gut* eingeschätzt. Eine Beurteilung mit *gut* wurde vorgenommen, wenn Informationstafeln an einem abgefragtem Standort fehlen.

Bestanden inhaltliche Mängel oder fehlten zwei Anforderungen an Schilderstandorte, wurden 45 - 54,9% der Kriterien erfüllt und eine Beurteilung mit *befriedigend* vergeben. Konnten weniger als 4,5 Punkte erzielt werden, bestanden mehrere verschiedene Defizite, so dass diese Tafeln mit *mangelhaft* beurteilt wurden.

Hinsichtlich der Tourist Information genügten Städte, die mehr als 5,6 Punkte erlangten, mehr als 75% der Anforderungen und sind somit mit *sehr gut* zu beurteilen. In diesem Erhebungsabschnitt wurden zahlreiche Detailfragen erhoben und viele Inhalte beziehen sich auf die radtouristische Ausrichtung

der Informationsstellen. Städte, die 63 - 74,9% der Anforderungen erfüllten, zeigten zumeist einige gestalterische Mängel bzw. Defizite hinsichtlich der radtouristischen Ausrichtung. Sie wurden mit *gut* beurteilt.

Städte, die 3,4 - 4,6 Punkten erzielten, wies größere Mängel auf, die sich insbesondere auf das Angebot für Radtouristen bezogen. Bewertungen mit weniger als 3,4 Punkten deuten auf umfangreichen Handlungsbedarf hin. Diese Tourist Informationen wurden mit *mangelhaft* beurteilt.

Für die Entwicklung der Skalierung für die Touristeninformation vor Ort wurden neben inhaltlichen Betrachtungen auch die Erhebungen genutzt, die die Detailfragen nicht berücksichtigen. Hierfür wurde der Mittelwert der Ergebnisse der neuen und alten AG-Mitglieder gebildet. Der Mittelwert wurde durch erreichbare Punktzahl dividiert, um den zu erreichenden Punktwert für *sehr gute* Beurteilungen festzulegen. Ein veranschaulichendes Beispiel dazu ist auf diesem Tabellenblatt eingefügt.

Teil IV - Öffentlichkeitsarbeit

Die zu erreichenden Werte für *sehr gute* Bewertungen der Internetauftritte und der Öffentlichkeitsarbeit insgesamt wurden ebenfalls mit Hilfe der Erhebungen bestimmt, die die Detailfragen nicht berücksichtigen.

Dass mit 6,7 - 9,4 Punkten bewertete Homepages mit *befriedigend* beurteilt wurden, ist einerseits in der Vielzahl der betrachteten Sachverhalte und andererseits in der hohen Punktzahl⁹⁷ begründet, die hierbei erreicht werden konnte.

Konnten bei der Auswertung der Mystery Checks mindestens 5 Punkten erzielt werden, wurden 66% der Anforderungen erfüllt. Sie sind mit *sehr gut* zu beurteilen. Diese Skalierung beruht auf der Vielzahl der Detailfragen, die hier erhoben wurden.

Auf dem Tabellenblatt „Auswertung I- IV“ ist schließlich auch eine Skalierung für die Gesamteinschätzung aller Städte gegeben. Die, die mehr als 65 Punkte erzielen konnten, wurden mit *sehr gut* bewertet. Die dargestellte Skalierung wurde anhand der addierten Punktwerte, die innerhalb der vier einzelnen Teilerhebungen für *sehr gute* Beurteilungen notwendig waren hergeleitet. Aber auch die Betrachtungen ohne Berücksichtigung der Detailfragen waren bestimmend.

3. Bestandsaufnahme

Detailbetrachtungen

Für die Erhebungsteile II- IV sind neben diesen Tabellen unter „Detailbetrachtungen“ einige weitere Tabellen gegeben. Auf den Tabellenblättern der Teilerhebungen sind neben den Auswertungen einige Teilbetrachtungen angegeben, die in diesen Tabellen zusammenfassend dargestellt sind. Um diese Darstellung zu vereinfachen wurden die Erhebungsergebnisse mit schwarzen und weißen Kugeln veranschaulicht.

Die Skalierungen der maximal erreichbaren Punktwerte dieser Detailbetrachtungen wurden den Skalen der Teilerhebungen angepasst und sind auf dem Tabellenblatt nebenstehend abgebildet. Sie dienen der Veranschaulichung und Formulierung der Handlungsempfehlungen der Städte.

⁸⁵ DREIER 1994, S.105- 106

⁸⁶ DREIER 1994, S.117- 121

⁸⁷ Vgl. Kapitel 2.2

⁸⁸ ADFC 2007

⁸⁹ BIERMANN u. a. 1996, S.100

⁹⁰ Vgl. Kapitel 2.3

⁹¹ BRACHER u. a. 1996, S.4

⁹² JENNERT, persönliches Gespräch, LTV, 10.09.2006, BIERMANN u. a. 1996; S.101

⁹³ GRIESBAUM u. a. 2002, S.19- 24

⁹⁴ Vgl. Kapitel 3.2

⁹⁵ Vgl. Kapitel 3.2

⁹⁶ Vgl. Kapitel 3.2

⁹⁷ Vgl. Tabellenblatt „I Öffentlichkeitsarbeit“

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Die folgenden Empfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne sind in Zusammenhang mit den Handlungsempfehlungen und der aktuellen Tourismuskonzeption des Ministeriums für Wirtschaft des Landes Brandenburg sowie den in Kapitel 2 dargestellten Grundlagen entwickelt worden. Zudem wurden Literatur der Lorenz Tourismusberatung GmbH, die eigenen Erhebungsergebnisse und Erfahrungen aus den dazu durchgeführten Ortsbegehungen einbezogen. Die eigenen Anregungen wurden in zahlreichen Gesprächsrunden, vor allem im LTV, diskutiert, um diese Empfehlungen zu entwickeln.

Entsprechend den Vorbetrachtungen ist die nachstehende Abfassung thematisch untergliedert und sehr vielfältig. Um den Rahmen der vorliegenden nicht zu überdehnen, werden für einige wenige Handlungsempfehlungen lediglich kurze Beschreibungen und Hinweise zu weiterführender Literatur gegeben. Alle Empfehlungen sollen als Vorlage zur Umsetzung vor Ort genutzt werden und sind aus diesem Grund stark praxisorientiert.

5.1 Allgemeine Handlungsempfehlungen - Anbindung der Stadt

Die folgenden Betrachtungen zur Anbindung der Stadt sind entsprechend der Erhebung zweifach untergliedert. Die Erfassung der Bahnanbindung und der Zugfrequenz dient weniger dazu Handlungsempfehlungen abzuleiten. Sie soll viel mehr die Erreichbarkeit der Städte charakterisieren.

5.1.1 Handlungsempfehlungen - Anbindung an einen Radweg

Hinsichtlich der radtouristischen Erschließung werden Handlungsempfehlungen vor dem Hintergrund gegeben, dass mit der möglichen Umsetzung der Historischen Stadtkern-Routen in den untersuchten Städten neue touristische Entwicklungspotentiale entstehen.

Anbindung der Städte an das touristische Radwegenetz Brandenburgs

Vierzehn Städte der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ sind zukünftig durch die Tour Brandenburg, die im Juli 2007 eröffnet werden soll, erschlossen. Die wabenartige Erweiterung der Tour Brandenburg und der damit verbundene Anschluss sämtlicher Städte der AG bedeuten neue bzw. weitere Entwicklungspotentiale für die in dieser Arbeit betrachteten historischen Stadtkerne (ausgenommen der Stadt Potsdam, siehe dazu Kapitel 1.1). Dieser Zusammenhang bildet den Rahmen bzw. den Anlass für die folgenden Betrachtungen.

Die von der Lorenz Tourismusberatung GmbH erarbeiteten sechs „Historischen Stadtkern-Routen“ sind jeweils ca. 300 bis 340 Kilometer lang und erschließen zumeist sieben historische Stadtkerne. Diese Routen bieten sich für Tages- und Wochenendausflüge bzw. in Kombination mit anderen Radwegen auch für längere Radreisen an. Derzeit wird über die Umsetzung der geplanten Routen beraten, deren Vermarktung, d.h. deren Produktgestaltung und Kommunikation ab 2008 forciert werden sollen.¹⁰⁵

Weitere Informationen zum Ausbau des Radwegenetzes in Brandenburg werden derzeit im Zuge der Evaluierung der Handlungsempfehlungen des Radtourismus durch die ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH erarbeitet. Die Veröffentlichung dieser Handlungsempfehlungen wird im Frühjahr 2008 erwartet.¹⁰⁶

Den historischen Stadtkern radtouristisch erschließen

Um den Fahrradtourismus in den Städten erfolgreich zu entwickeln, ist es notwendig, dass die historischen Stadtkerne möglichst optimal erschlossen sind und die touristischen Radwege durch die Ortsmitte führen. Ist dies nicht der Fall, ist es erforderlich, über Lösungen nachzudenken, wie Radtouristen durch die Stadtkerne geleitet werden können.¹⁰⁷

Bereits vor der Stadt sollte auf radtouristischen Informationstafeln an Rastplätzen, Aussichtspunkten und entlang der Radwege, die in die Stadt führen, auf den historischen Stadtkern aufmerksam gemacht werden. Um die Entscheidung für einen spontanen Stadtbesuch zu erleichtern, sind neben Informationen zum Stadtkern, Hinweise zu Radabstellmöglichkeiten, zur Aufbewahrung der Satteltaschen usw. in der

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Wegweisung und auf den Informationstafeln zu berücksichtigen.¹⁰⁸ Sinnvoll ist es, Fahrradtouristen an geeigneter Stelle vom Radweg in die Ortsmitte zu leiten. Umgekehrt muss auch der Weg vom Stadtkern zum Radweg ausgewiesen sein. Die Beschilderung des Stadtkerns ist somit unabdingbar.¹⁰⁹

Radweg zwischen Bahnhof und Stadtkern

Da die Bahnhöfe teilweise abseits des Stadtkerns befindlich sind, ist im Sinne der radtouristischen Inwertsetzung der Stadtkerne ein Radweg, der die Ortsmitte und den Bahnhof verbindet, für Fahrradtouristen, die die Bahn zur An- und Abreise nutzen, von grundlegender Bedeutung. Gemeinsam genutzte Fuß- und Radwege sowie eine Fahrspur auf der Fahrbahn sind ebenfalls denkbar. Der Weg sollte über einen ebenen gut befahrbaren Belag verfügen.¹¹⁰

Tagestouristische Angebote für Radtouristen

Wie der aktuellen Tourismuskonzeption zu entnehmen ist, sind rund zwei Drittel des Umsatzes (2,12 Mio. Euro), der durch den Tourismus in Brandenburg generiert wird, dem Tagestourismus zuzuordnen. Somit ist er, d.h. insbesondere der privat motivierte Ausflugsverkehr, ökonomisch wichtigstes Marktsegment, dem circa 78% aller Aufenthaltstage beizuordnen sind.¹¹¹

Um dieses Potential für die radtouristischen Inwertsetzung der Städte zu nutzen, sollten tagestouristische Angebote für Radtouristen zur Verfügung stehen. Zumindest eine ca. 20 – 60 Kilometer lange Rundtour mit Start und Ziel in der Stadt bzw. in unmittelbarer Nähe ist hierzu notwendig.

Um diese Angebote, d.h. diese Radwege für Tagestouristen zu etablieren, sollten sie über einen einprägsamen Namen und ein attraktives Ziel auf dem Weg verfügen.¹¹²

Des Weiteren ist eine ebene gut befahrbare Oberfläche sowie die vollständig Beschilderung nach den Handlungsempfehlungen des Ministeriums für Wirtschaft des Landes Brandenburg grundlegend. Mit entsprechenden Wegweisungen und Informationstafeln, insbesondere am Bahnhof, sollte die Rundtour schnell und ohne Umstände erreichbar sein.¹¹³

Es ist empfehlenswert, die Radwege für Vorschläge zur Aufenthaltsgestaltung mit einem Faltblatt in der Tourist Information, als Auslage in den Sehenswürdigkeiten, in den Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben (insbesondere Bett & Bike zertifizierten) sowie in den Fahrradvermietungen und Radstationen zu bewerben. Bei schriftlichen Anfragen von Radtouristen sollte das Faltblatt zur Verfügung gestellt werden. Darüber hinaus empfiehlt sich die Nutzung dieser Rundtouren als Grundbaustein zur Entwicklung radtouristischer Pauschalangebote.¹¹⁴

5.1.2 Handlungsempfehlungen - Anbindung an den Bahnverkehr

Der in Kapitel 3.3 dargestellten Ausgangssituation folgend, wird hier die Erschließung der Städte durch den Bahnverkehr betrachtet. Anlass hierfür sind viele Argumente, die bei der Verkehrsmittelwahl eines Radtouristen für die Nutzung der Bahn sprechen. Zur Vereinfachung und Vereinheitlichung wurde Berlins zentral gelegener Hauptbahnhof als Ankunfts- und Abreisebahnhof gewählt.

Die für diese Handlungsempfehlungen durchgeführte Erfassung der Bahnanbindung und der Zugfrequenz soll die Erreichbarkeit der Städte charakterisieren und dient weniger dazu Handlungsempfehlungen abzuleiten. Es wird auf zwei Studien verwiesen, die umfangreiche Handlungsempfehlungen enthalten. Diese wurden jedoch, um den Rahmen dieser Arbeit nicht zu überlasten, nicht auf die betrachteten Städte übertragen, sondern lediglich als Grundlage für die folgenden Zusammenhänge genutzt werden.

Handbuch zur Angebotsgestaltung SPNV und Fahrrad für den Freizeitverkehr

Das „Handbuch zur Angebotsgestaltung SPNV und Fahrrad für den Freizeitverkehr“ der Gesellschaft für Informatik, Verkehrs- und Umweltplanung mbH Berlin „enthält verkehrliche, organisatorische und technische Empfehlungen für ein attraktives Angebot zur Bildung von Transportketten von Schienenpersonennahverkehr (SPNV) und Fahrrad“.¹¹⁵

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Diese Studie entstand auf der Grundlage zahlreicher Untersuchungen in der Region Berlin- Brandenburg mit dem Ziel „mit der Förderung von `SPNV und Fahrrad´ im Freizeitverkehr auch die Entwicklung der regionalen Wirtschaftsstruktur durch den Fremdenverkehr [zu verfolgen]“ (BRACHER u. a. 1996, S.1).

In dieser Studie werden verschiedene Kriterien zu Bewertung eines Bahnhofs angeführt. Beispielsweise wird neben der städtebaulichen Integration des Bahnhofs auch die Lage der Bahnhöfe in den Zielgebieten betrachtet.¹¹⁶

Das vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung beauftragte Handbuch steht im Internet unter www.nationaler-radverkehrsplan.de zur Verfügung. Es vermittelt auch außerhalb des hier gesetzten Rahmens vielfältige Informationen. Sinnvoll ist es, die für die jeweiligen Städte umsetzbaren Handlungsempfehlungen zu übernehmen.

Im genannten Handbuch werden verschiedene Anforderungen von Radtouristen an den Freizeitverkehr formuliert. So wünschen Radtouristen, dass sie problemlos Angebote für die Rückfahrt bekommen, vor und während der Reise gut informiert sind und keine baulich- technischen Hindernisse am Bahnhof überwinden müssen. Darüber hinaus soll sichergestellt sein, dass ausreichende Mitnahmekapazitäten für Fahrräder im Zug zur Verfügung stehen.

Des Weiteren sollen die Bahnverbindungen für spontane Änderungen in der Planung der Reisenden mit günstigen Zugtaktungen unproblematisch sein. Die Gemeinsamkeit von Familien oder verschiedensten Gruppen ist zu ermöglichen.¹¹⁷

Es empfiehlt sich ein geschlossenes Informationssystem zu entwickeln, das Angebotsinformationen und Verhaltens- und Handhabungshinweisen berücksichtigt. Maßnahmen zur Nachfragersteuerung und Motivation sind zudem notwendig, um Fahrradtouristen als Kunden zu gewinnen bzw. weiterhin zu betreuen.¹¹⁸

Relevante Informationen zu Strecken, Bahnhöfen, Fahrplänen aber gegebenenfalls auch zu Sperrzeiten oder Engpässen bei der

Fahrradmitnahme in den Zügen, sollten den Touristen vor Reisebeginn gezielt dort zur Verfügung stehen, wo es eine radtouristische Nachfrage zu vermuten ist oder Autofahrer zur Nutzung der Bahn animiert werden können. In Kombination mit diesen Informationen sind weitere Hinweise zu attraktiven Radrouten, Sehenswürdigkeiten, Öffnungszeiten und ähnlichem sinnvoll.¹¹⁹ Es wird empfohlen, den Fahrradtouristen praktische Verhaltenstipps für die reibungslose Abwicklung des Transports zu geben. Dazu gehören z.B. Hinweise auf die Mehrzweckabteile am Bahnsteig.¹²⁰

Durch unterschiedliche Mitnahmekapazitäten treten zeitweilig Engpässe auf, die durch entsprechende Angebote umgangen werden können. Die Lenkung der Radtouristen auf bestimmte Züge zu bestimmten Zeiten ist über Empfehlungen und Angebote zur Tagesgestaltung in tragfähigen geeigneten Medien umzusetzen.¹²¹

Projekt „Umweltbahnhöfe Rheinland-Pfalz“
Zur Verbesserung der Verkehrsorganisation und Aufwertung des Schienenpersonennahverkehrs wurden in Rheinland- Pfalz eine Reihe von beispielhaften Verbesserungen vorangetrieben, die für Brandenburg beispielhaft sein können. Die Aufwertung kleiner Bahnhöfe, die nicht an den Hochgeschwindigkeitsstrecken gelegen sind, wurde u. a. mit dem Projekt „Umweltbahnhöfe Rheinland-Pfalz“ umgesetzt.¹²²

Ziel dieses Projektes ist es, den Bahnhof als verbindende Schnittstelle der Elemente Verkehr, Siedlung und Ökologie zu entwickeln, um dadurch die Potentiale der Bahn darzulegen. Es ist ratsam, die umsetzbaren Anregungen zur Umgestaltung der Bahnhofsbereiche aus diesem Projekt zu nutzen, um die Brandenburger Bahnhöfe attraktiver zu gestalten. Eine umfangreiche Darstellung des Themas steht unter http://www.tu-darmstadt.de/fb/bi/ifv/bs/publik/schrift/SR_B3.pdf zur Verfügung. Nochmals wird auf die fahrradfahrerfreundliche Bahnhofsgestaltung in den Handlungsempfehlungen zur touristischen Infrastruktur eingegangen.¹²³

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Unterschiedliche Angebotsdichten zu verschiedenen Reisezeiten

In erster Linie werden für Ausflüge mit dem Rad Bahnhöfe gewählt, die am Wohnort und am Zielbahnhof leicht genutzt und schnell erreicht werden können. Die Fahrzeit soll so kurz wie möglich sein, um den Erholungswert nicht zu beeinflussen.¹²⁴ Im Sinne einer relativ flexiblen Reisegestaltung und Fahrzeiten, die den Erholungswert der Reise nicht beeinträchtigen, ist es vorteilhaft, wenn die Städte mit historischen Stadtkernen zwischen 9 und 12Uhr wochentags wie auch an den Wochenenden durch zwei bis vier Zügen, die die Fahrradmitnahme erlauben, erreichbar sind.

Ortsmitte weniger als drei Kilometer vom Bahnhof entfernt. In Zusammenhang mit Städten, die nicht durch den Bahnverkehr erschlossen sind, gewinnt die Anbindung an touristische Radwege an Bedeutung. Diese Städte kommen zumeist nicht als Start oder Ziel einer Radreise in Frage und sind als Etappenziele zu etablieren.

5.2 Allgemeine Handlungsempfehlungen - Touristische Infrastruktur

Für die radtouristische Inwertsetzung der Stadtkerne sind im Sinne einer umfassenden Kundenorientierung verschiedene infrastrukturelle Voraussetzungen notwendig,

Abbildung 16: Themen der folgenden Handlungsempfehlungen

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Abstellmöglichkeiten für Fahrräder• Radstationen• Fahrradboxen• Wegeleitsystems• Fahrradvermietungen und Fahrradgeschäfte• Fahrradfreundlicher Bahnhof• Coporate Desian | <ul style="list-style-type: none">• Standorte der Abstellmöglichkeiten• Schließfächer für Satteltaschen• Kommunikation der Angebote• Beschilderung touristischer Radwegen• Bett & Bike Betriebe und Campingplätze |
|---|---|

Quelle: eigene Darstellung

Der Anreisezeitraum ermöglicht den Touristen, eine erste Etappe einer Mehrtagesfahrt zu absolvieren. Für Tagesausflügler bleibt ebenfalls genügend Zeit, um geeignete Radwege zu befahren und damit beispielsweise eine Einkehr in der Gastronomie zu verbinden. Ähnlich verhält es sich mit der Abreisezeit aus der Stadt mit historischem Stadtkern zum Berliner Hauptbahnhof zwischen 17 und 20Uhr an allen Tagen der Woche.

Der Bahnhof sollte von zwei bis vier fahrradfreundlichen Zügen angefahren werden. Ausgehend von dieser Zugtaktung bzw. dieses Zeitrahmens haben Fahrradtouristen nach der letzten Etappe ihrer Reise vor der Rückfahrt genügend Zeit für eine Einkehr.¹²⁵

Bei der Entscheidung über einen Stadtbesuch spielt die Entfernung des Bahnhofs zum historischen Stadtkern eine entscheidende Rolle. Im Idealfall ist die historische

für deren Einrichtung im Weiteren Handlungsempfehlungen gegeben werden.

Es wird auf die radtouristischen Strukturen und im nächsten Gliederungspunkt auf die stummen Stadtrundgänge eingegangen. Da die Darstellungen sehr umfangreich sind, folgt im Anschluss eine kurze Zusammenfassung.

5.2.1 Allgemeine Handlungsempfehlungen - Radtouristische Infrastruktur

Um Radreisende als Gäste in den historischen Stadtkernen empfangen zu können, ist es erforderlich, sich mit verschiedenen Infrastruktureinrichtungen auf ihre spezifischen Bedürfnisse als eigenständige Zielgruppe einzustellen.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Wie dargestellt, beziehen sich die folgenden Handlungsempfehlungen auf unterschiedliche Zusammenhänge.

Es muss grundsätzlich bedacht werden, dass es zum einen Möglichkeiten geben muss, die zumeist teuren Fahrräder abzustellen und zum anderen, das Reisegepäck sicher aufzubewahren. Hierzu sind verschiedene Lösungen möglich, die im Weiteren dargestellt werden.

3. Die Abstellmöglichkeiten müssen so angelegt sein, dass der Anlehnbügel, der Fahrradrahmen und zumindest ein Rad angeschlossen werden können, um es ausreichend gegen Diebstahl zu sichern.
4. Vor allem die Abstellanlagen, in denen Räder für längere Zeit aufbewahrt werden, müssen witterungsgeschützt, d.h. überdacht sein.

Abbildung 17: verschiedene Anlehnbügel, rechts Vorradklemmbügel



Quelle: eigenes Foto, Nauen, 22.09.2006 (links), ADFC 2006, FAF 6 (Mitte, rechts)

Abstellmöglichkeiten für Fahrräder

Grundsätzlich sollten für Einheimische wie auch für Touristen genügend Abstellmöglichkeiten für Fahrräder im historischen Stadtkern gegeben sein. Die Abstellanlagen dienen verschiedenen Bedürfnissen und sind demnach unterschiedlich auszustatten. Sie müssen auf den Fahrzweck, die erwartete Anzahl der abzustellenden Räder und die Abstelldauer abgestimmt sein. Die Abstellanlagen sollten sechs verschiedenen Ansprüchen genügen:

1. Das Rad muss schnell und ohne Anstrengungen in die Abstellanlage zu stellen sein.
2. Auch beladene Räder müssen so abgestellt werden können, dass sie dabei nicht beschädigt werden, nicht kippen und nicht wegrollen können.

5. Die Abstellmöglichkeiten sollten sich gut in Umfeld einpassen, übersichtlich gestaltet und jederzeit gut einsehbar sein.
6. Bei der Planung ist eine mögliche Erweiterung der Anlage zu berücksichtigen.¹²⁶

Die verschiedenen Abstellmöglichkeiten haben unterschiedliche Vor- und Nachteile. In jedem Fall sind Anlehnbügel (siehe Abbildung 15) verschiedenster Bauart, insbesondere jene mit Vorradklemmbügel, zum Abstellen der Fahrräder empfehlenswert, wenn ein ausreichender Seitenabstand gegeben ist. Sie weisen zahlreiche Vorteile auf.

- Fahrräder können auch mit Gepäck sicher abgestellt werden.
- Das Rad kann mit dem Rahmen und einem Rad an den Bügel angeschlossen und damit ausreichend gesichert werden.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

- Es steht genügend Abstand zwischen den Rädern zum Be- und Entladen sowie zum Ein- und Ausparken zur Verfügung.
- Fahrräder verschiedenster Bauart können gleichermaßen gut abgestellt werden.
- Anlehnbügel sind zumeist im Boden verankert und können sehr vielseitig gestaltet sein, so dass sie sich leicht in sensible Stadtkulissen integrieren lassen.
- Insbesondere die Anlehnbügel mit Vorradklemmbügeln ermöglichen, dass sich die Lenkstange nicht mehr drehen und das Rad nicht mehr wegrollen kann.¹²⁷

Vorradklemmbügel („Felgenkiller“) jeglicher Art (Abbildung, rechts) sind generell nicht zu empfehlen, da sie viele Nachteile haben und sollten gegebenenfalls durch Anlehnbügel ersetzt werden. Da lediglich dem Vorderrad mit einer kurzen Einspannlänge der Felge Halt gegeben wird, werden die Speichen leicht beschädigt und insbesondere beladene Räder kippen leicht um.

Zudem finden Räder mit breiten Reifen keinen oder zu wenig Halt. Nachteilig ist ebenfalls, dass sie oftmals nicht im Boden verankert sind und teilweise als eher unattraktive Werbeflächen genutzt werden.

Räder, die in Vorradklemmbügeln abgestellt sind, können nur unzureichend gesichert werden, stehen oft zu dicht nebeneinander und können demnach nur erschwert ein- und ausgeparkt, sowie be- und entladen werden.¹²⁸

Standorte der Abstellmöglichkeiten

Bei der Installation von Abstellmöglichkeiten ist nicht nur deren Bauart, sondern auch ihr Standort entscheidend. Die Standortauswahl orientiert sich grundsätzlich am Platzangebot, der Erreichbarkeit und der Nachfrage. Grundsätzlich sollten die Abstellmöglichkeiten immer dort installiert sein, wo sie für Ortsunkundige leicht und einfach auffindbar sind.¹²⁹

Bei der Wahl der Standorte für Abstellanlagen sollte von den touristischen Radwegen

und sonstigen für Touristen aber auch für den Alltagsfahrradverkehr interessanten und erfahrungsgemäß häufig genutzten Wegen und Plätzen ausgegangen werden.¹³⁰

Da der Marktplatz als zentraler, charakteristischer Platz einer Stadt von Touristen aufgesucht wird, sollten hier einige Abstellmöglichkeiten angeboten werden. Dezentrale Abstellmöglichkeiten sind vordergründig zum Abstellen der Räder für kurze Zeit gedacht. Sie sind beispielsweise entlang zentraler Straßen des Stadtkerns vor allem dann sinnvoll, wenn keine Abstellanlagen auf den zentralen Plätzen zur Verfügung stehen.¹³¹

Zudem sollten alle begehbaren Sehenswürdigkeiten wie Museen, Ausstellungen, Kirchen u.s.w. über Abstellmöglichkeiten, zumindest in sichtbarer Nähe, verfügen. Anderenfalls entscheiden sich Radreisende entweder gegen einen Besuch der Sehenswürdigkeiten oder sie stellen ihre Räder „wild“ ab.

Darüber hinaus sind großzügige Abstellanlagen auch vor größeren Freizeiteinrichtungen notwendig.¹³² Vor der Tourist Information, die im Sinne der radtouristischen Inwertsetzung der Stadtkerne, fahrradfreundlich gestaltet sein muss, sind Abstellmöglichkeiten, d.h. Anlehnbügel, zu empfehlen.¹³³

Zum Fahrradparken am Bahnhof bzw. zu den Ansprüchen an die Abstellanlagen am Bahnhof gibt es vielfältige Literatur. Die Anforderung, genügend überdachte, d.h. witterungsgeschützte, Abstellanlagen zu installieren, die gut einsehbar sind, ist grundlegend. Die Bahnhöfe werden vor allem vom pendelnden Verkehr genutzt und so sollte davon ausgegangen werden, dass die Räder für längere Zeit abgestellt werden. Auch hier werden, v.a. in Hinblick auf Diebstahlsicherung, Anlehnbügel mit Vorradklemmbügeln empfohlen.¹³⁴

Die Einrichtung von Fahrradabstellanlagen ist nachfrageorientiert zu bewerkstelligen. Wenn festgestellt werden kann, dass zu nachfragestarken Zeiten Fahrräder „wild geparkt“ bzw. neben den Abstellanlagen stehen, ist dies ein Indiz dafür, dass vorhandene Anlagen erweitert werden müssen. Umgekehrt haben Abstellmöglichkeiten einen ungünstigen Standort, wenn sie nicht oder kaum genutzt werden. In diesem Falle ist es sinnvoll, die Abstellanlagen neu zu platzieren.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Kann beobachtet werden, dass an bestimmten Plätzen vermehrt Räder „wild“ geparkt werden, ist zu empfehlen, weitere Abstellmöglichkeiten zur Verfügung zu stellen. Nimmt die Nutzung der Abstellmöglichkeiten im Stadtkern permanent überhand und wirkt somit im Stadtbild bestimmend, sind Lösungen zur Lenkung der Nachfrage, beispielsweise mit einer Radstation oder auch größeren Abstellanlagen, zu suchen.¹³⁵

Radstationen

Vordergründig sind Radstationen vor allem dann sinnvoll, wenn die Verkehrsträger Fahrrad und Bahn verstärkt verknüpft werden sollen. Fahrradstationen sind stark wohnortbezogen, d. h. sie sind dann sinnvoll, wenn die Nachfrage, die erfahrungsgemäß größtenteils durch die Einwohner der Stadt und eben nicht durch Touristen gegeben ist, einen so großen Umsatz generieren, dass sich die Stationen rentieren.

Oft befinden sich Fahrradstationen nahe dem Bahnhof und werden vor allem dann genutzt, wenn es einen Mangel an sicheren Abstellmöglichkeiten oder viele Diebstahlprobleme gibt.¹³⁶ Aber auch für Radtouristen sind Fahrradstationen ein attraktives Angebot in dem mehrere Angebote gebündelt werden. Die Fahrräder und Satteltaschen können in geschlossenen Räumen sicher und bewacht aufbewahrt werden und bieten die Möglichkeit, Klein- und Schnellreparaturen durchzuführen.

Radtouristen finden in Fahrradstationen Ansprechpartner, die auch Unterkünfte vermitteln und zudem verschiedene regionale Radwanderkarten und anderes Informationsmaterial zur Verfügung stellen. Die Vermietung von Fahrrädern sowie ein Rückhol-service gehören ebenfalls oft zum Service einer Fahrradstation.¹³⁷

In den historischen Stadtkernen ist die touristische Nachfrage saisonal sehr unterschiedlich und hat oft auch durch Veranstaltungen oder an Feiertagen starke Nachfrageunterschiede. Es ist zudem zu bedenken, dass sich der Fahrradtourismus in einigen untersuchten Städten erst seit kurzem entwickelt, so dass die Nachfrage zur Einrichtung einer Radstation bisher zu gering ist.

Kommunizierte Angebote, die der Nachfrage in Spitzenzeiten nicht gewachsen sind, sind ebenfalls wenig sinnvoll, da die Erwartungen der Gäste nicht erfüllt werden, so dass sie zumeist von einer erneuten Nachfrage absehen. Anzumerken ist des Weiteren, dass die erfolgreiche Umsetzung bzw. intensive Nutzung der Radstationen von den flexiblen Öffnungszeiten abhängig ist, die wiederum im Zusammenhang mit weiteren Angeboten über einen sinnvollen Personaleinsatz bestimmen.¹³⁸

Zusammenfassend ist es aus genannten Gründen nicht empfehlenswert, Fahrradstationen, die diesen Beschreibungen entsprechen, in den untersuchten Städten einzurichten. Zur radtouristischen Inwertsetzung der historischen Stadtkerne ist jedoch eine Lösung vor allem in Kooperation beispielsweise zwischen der Tourist Information und einem möglichst zentral gelegenen Fahrradgeschäft oder einer Fahrradvermietung denkbar.

Tourismusinformationsstellen, die Platz zur Aufbewahrung der Satteltaschen bzw. der Räder haben, die Werkzeug zur Verfügung stellen und Flickzeug anbieten, können leicht auch als Fahrradstationen genutzt werden. Dem weiteren Anspruch, Informationen zu vermitteln und Ansprechpartner zu sein, entsprechen sie in ihrer Funktion als Informationsstelle.

Für Städte, die durch touristische Radwege erschlossen sind, die erfahrungsgemäß stark von Radtouristen nachgefragt werden, empfiehlt sich die Einrichtung einer Radstation. Eine Schulung der Betreiber der Radstationen ist gegebenenfalls notwendig, um ihre „Gastgebermentalität“, d. h. ihr Verständnis für touristische Belange und Ansprüche verstärkt zu schulen und sie auf die Bedürfnisse der Fahrradtouristen einzustellen, um eine erfolgreich Betreuung zu gewährleisten.

Zudem ist einerseits die sichere Aufbewahrung der Satteltaschen zu gewährleisten und andererseits sollten die Öffnungszeiten grundsätzlich bei jeder kombinierten Lösung zur Einrichtung einer Radstation in der Hauptsaison flexibel und nachfrageorientiert gestaltet sein.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Schließfächer für Satteltaschen

Da sich die Einrichtung einer Radstation nicht für jede Stadt mit historischem Stadtkern empfiehlt, rückt eine weitere kombinierte Lösung in den Vordergrund der Betrachtungen. Um die Fahrräder, aber auch die Satteltaschen der Radtouristen sicher abstellen zu können, ist es alternativ zur Einrichtung einer Radstation auch möglich, im Stadtkern nahe den Fahrradabstellmöglichkeiten Schließfächer (auch Gepäckboxen¹³⁹) zur Verfügung zu stellen.

Schließfächer am Bahnhof oder in der Tourist Information sind ebenfalls möglich, stellen jedoch im Vergleich eine weniger flexible

Variante dar. Die Nutzung von Schließfächern bzw. des Angebots Satteltaschen oder auch Fahrräder in der Tourist Information aufzubewahren, ist an die Öffnungszeiten der Informationsstelle gebunden. Das Angebot sollte jedoch zumindest solange zur Verfügung stehen, bis andere Lösungen eingerichtet sind.

Abbildung 18: unterschiedliche Fahrradboxen und Schließfächer für Satteltaschen



Quelle: ADFC 2006, FAF6 (links), Fotoarchiv LTV- Archiv

Diese Lösung ist von Öffnungszeiten unabhängig, vergleichsweise wenig wartungs- und kostenintensiv und kann einfach installiert werden. Die Anzahl der Schließfächer sollte nachfrageorientiert sein und Möglichkeiten für Erweiterungen berücksichtigen. Es ist ein leicht auffindbarer und gut einsehbarer Standort im Stadtkern nahe den Abstellmöglichkeiten zu wählen.¹³⁹

Sinnvoll ist es, bei der Wahl dieser Lösung, in der Tourist Information Reparaturmaterial und Werkzeug für Radtouristen bereitzustellen. „Selbstreparaturstationen“ bieten Touristen Werkzeug für kleinere Reparaturen am Fahrrad sowie eine Luftpumpe zur Nutzung an. Die Werkzeuge sind frei verfügbar und gegen Diebstahl mit einem langen Draht an einem Ständer befestigt. Für solche Selbstreparaturstationen bieten sich solche Standorte an, die von Radtouristen frequentiert werden. Diesbezüglich sind beispielsweise Standorte an den Tourist Informationen oder nahe den Schließfächern sinnvoll.¹⁴⁰

Schließfächer am oder im Bahnhof sind ebenfalls möglich, aber weniger vorteilhaft, da sich der Bahnhof zumeist nicht in zentraler Ortslage befindet und zudem nicht sichergestellt ist, dass die Nachfrage zu jeder Zeit bedient werden kann.¹⁴¹

Fahrradboxen

Fahrradboxen unterschiedlichster Bauart sind ebenfalls eine Lösung, um auch beladene Räder sicher abzustellen. In Fahrradboxen können Räder eingeschlossen werden, so dass ein wirkungsvoller Diebstahlschutz gegeben ist. Sie funktionieren, wie auch die beschriebenen Schließfächer, zumeist mit Münzbetrieb. Auch für die Fahrradboxen ist die Standortwahl entscheidend, so dass möglichst ein leicht zugänglicher und auffindbarer Standort in zentraler Ortsmitte gewählt werden sollte. Fahrradboxen werden aber auch oftmals an Bahnhöfen zur Verfügung gestellt, um vor allem Einheimischen Möglichkeiten zu bieten, Fahrräder sicher aufzubewahren.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Bei der Entscheidung zur Anschaffung von Fahrradboxen sind mehrere Nachteile zu bedenken. Fahrradboxen haben von Modell zu Modell unterschiedliche Handhabungen, sind oftmals nur schwierig ins Stadtbild integrierbar, bedeuten hohe Anschaffungskosten, müssen bewirtschaftet werden und sind wartungsintensiv.

Auch während nachfrageintensiver Saisonzeiten ist eine ausreichende Anzahl von Fahrradabstellanlagen notwendig, die nur mit Fahrradboxen schwer zu gewährleisten sind. Fahrradboxen bieten nur wenigen Rädern Platz und sind somit auch in diesem Punkt nachteilig.¹⁴²

Es ist zusammenzufassen, dass aus genannten Gründen die Einrichtung von Fahrradboxen für Radtouristen in den betrachteten historischen Stadtkernen eine eher umständliche Lösung darstellt und nur ergänzend empfehlenswert ist, wenn keine Schließfächer zur Verfügung stehen.

Kommunikation der Angebote

Fahrradabstellanlagen, Radstationen und Schließfächer, aber auch Fahrradboxen bieten Touristen die Möglichkeit, sorglos den historischen Stadtkern erkunden zu können. Diese Angebote sind im Leitsystem und auf den Informationstafeln der Stadt zu berücksichtigen.

Die Tourist Information nimmt in der Kommunikation dieser Angebote eine bestimmende Rolle ein, denn hier kommt es zum direkten Gästekontakt. Das Informationsbüro ist oftmals erster Anlaufpunkt der Radtouristen und sollte diese Angebote verbreiten.

So ist es sinnvoll, wenn sich dazu Hinweise in den Informationsmaterialien, die auf Anfragen hin an Gäste gesendet werden, wieder finden. Insbesondere, wenn solche Angebote über die Möglichkeiten vor Ort schon vor dem Besuch einer Stadt bekannt sind, erleichtern sie den Aufenthalt und die Entscheidung für einen Stadtbesuch.

Hinweise auf die Möglichkeiten vor Ort sind auch auf den radtouristischen Informationstafeln außerhalb der Ortschaften an den touristischen Radwegen und Rastplätzen sinnvoll.

Wegeleitsystems

Im Sinne der „Harmonisierung des Leit- und Beschilderungssystems“ sind die touristischen Leitsysteme in den Stadtkernen nach den „Handlungsempfehlungen für ein landesweit einheitliches touristisches Leitsystem im Land Brandenburg“ zu gestalten.¹⁴³ Mit landesweit einheitlichen Wegeleitsystemen soll zum einen ein Wiedererkennungseffekt und zum anderen die touristische Positionierung Brandenburgs im nationalen und internationalen Wettbewerb gestärkt werden.¹⁴⁴

Die Informationsvermittlung durch touristische Leitsysteme beeinflusst das Image der Stadt, die Akzeptanz und die Kundenzufriedenheit der Gäste und dient der Erkundung der Städte mit historischen Stadtkernen. Ziel ist es auch, eine Verlängerung der Verweildauer herbeizuführen, um wirtschaftliche Effekte für den Einzelhandel und das Gastgewerbe durch den Zeitgewinn herbeizuführen.¹⁴⁵

Die Gestaltung der innerörtlichen Beschilderungen ist jedoch bisher sehr unterschiedlich, d.h. nicht einheitlich gestaltet worden. Grund hierfür sind unter anderem die nicht ausreichenden Rechtsvorschriften. Es ist dessen ungeachtet dringend ratsam, die nicht den Handlungsempfehlungen entsprechende Beschilderung bei Erneuerungsmaßnahmen zu ersetzen.

Sind die durch das Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg geförderten touristischen Wegeleitsysteme nicht nach dessen Handlungsempfehlungen angelegt, werden nach entsprechender Prüfung die Fördergelder zurückgefordert.¹⁴⁶

Grundsätzlich sollte das Wegeleitsystem einer Stadt so angelegt sein, dass sich Touristen, die auf gegebenenfalls unterschiedlichen Wegen in die Stadt gelangen, schnell und einfach orientieren können. Bei der innerörtlichen Beschilderung mit Objektschildern gilt das „Kontinuitätsprinzip“. Demnach muss ein touristisches Objekt oder ein touristischer Bereich als einmal aufgenommenes Ziel bis zum Erreichen auf allen Schilderstandorten wiedergegeben sein.¹⁴⁷

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Die sich daraus ergebende „Orientierungskette“ ist beginnend dort anzulegen, wo Touristen den Ort erreichen. Objektschilder sind demnach an den Ortseingängen, an Bahnhöfen und Parkplätzen den Standorten der Informationstafeln sowie an abzweigenden Hauptverkehrsstraßen anzulegen.

Die Beschilderungen setzen sich an den Knotenpunkten der Orientierung bis zum Erreichen der Ziele fort. Zudem ist die Informationsvermittlung am Bahnhof unerlässlich, da er als erster Orientierungspunkt angereister Gäste dient. Für Touristen, die mit dem Auto anreisen sind auf den Parkplätzen oder in sichtbarer Nähe Schilderstandorte aus gleichem Grund zu wählen.¹⁴⁸

Für die innerörtliche Beschilderung ist die Nutzung von Vollschildern mit Entfernungsangaben sinnvoll, Kurzschilder sind zu vermeiden. Ziele können zu Zielbereichen, wie z.B. einer „Hotelroute“ oder „Museen“, zusammengefasst und mit Vollschildern ausgewiesen werden (siehe Abbildung). Ein Hotelleitsystem bietet auch Radreisenden vor allem dann eine zusätzliche Orientierung, wenn die Schilderstandorte so gewählt sind, dass sie für sie gut sichtbar sind.¹⁴⁹

Den Handlungsempfehlungen folgend sind die Objektschilder, die Sehenswürdigkeiten oder Freizeiteinrichtungen ausweisen, moosgrün, die Beschilderung des Gastgewerbes hingegen minzgrün zu gestalten (siehe Abbildung).¹⁵⁰ Grundsätzlich sollten der Bahnhof im Stadtkern und der Stadtkern am Bahnhof sowie auf größeren Parkplätzen ausgewiesen sein.

Gleiches gilt für die Tourist Information und die Sehenswürdigkeiten. Es ist empfehlenswert, die Bett & Bike zertifizierten Gastgebers auf der Beschilderung durch das Logo zu kennzeichnen.¹⁵¹ Einschränkend ist zu beachten, dass mit Objektschildern lediglich Ziele ausgewiesen werden, die nicht schon durch Zeichen der StVO oder der Hinweiszeichen-Richtlinie beschildert sind.¹⁵²

Weitere Hinweise zur Ausführung der Beschilderung sind in den „Handlungsempfehlungen für ein landesweit einheitliches touristisches Leitsystem im Land Brandenburg“¹⁵³ (www.wirtschaft.brandenburg.de) gegeben.

Den genannten Handlungsempfehlungen folgend, setzt sich die Struktur eines Leitsystems aus Wegeleitsystem und Informationstafeln zusammen. Für letztere werden ebenfalls Hinweise gegeben, auf die in Kapitel 5.3.1 näher eingegangen wird.

Abbildung 19: Beispiel Beschilderung



Quelle: LTV- Archiv

Alle im Wegeleitsystem aufgenommenen Sehenswürdigkeiten sollten auch auf den Informationstafeln mit näheren Informationen, wie Beschreibungen oder Öffnungszeiten zu finden sein.

Beschilderung touristischer Radwegen

Die Beschilderung der touristischen Radwege ist innerhalb und außerhalb von Ortschaften nach den schon genannten Handlungsempfehlungen vorzunehmen, die in den „Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des Radtourismus im Land Brandenburg“ detaillierter dargestellt sind.¹⁵⁴

Die evaluierten Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des Radtourismus werden voraussichtlich im Frühjahr 2008 veröffentlicht. Auch in diesem Zusammenhang gilt, dass Fördergelder, die das Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg für Beschilderungen touristischer Radwege zur Verfügung gestellt hat, nach entsprechender Prüfung zurückgefordert werden, wenn die

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

genannten Handlungsempfehlungen nicht berücksichtigt wurden.¹⁵⁵

Die Einheitlichkeit der Beschilderung ist für Radtouristen von grundlegender Bedeutung, um eine zuverlässige, unverwechselbare und vertrauenswürdige Wegweisung zu garantieren, die einen hohen Wiedererkennungswert besitzt. Bei der Beschilderung der Radwanderwege sowie der tagestouristischen Rundtouren werden die Ortswegweisung mit Vollschildern und die Routenwegweisung mit Kurzschildern unterschieden.¹⁵⁶

Jede Ortswegweisung gibt maximal vier Ziele mit Kilometerangaben an. Die ebenfalls rechteckigen Kurzschilder enthalten das Routenlogo und den Leitlinien entsprechend ein Fahrradpiktogramm und einen Richtungspfeil. Sie werden als Zusatz unter den Vollschildern angebracht oder weisen als selbständige Schilder den Weg an Knotenpunkten und überall dort, wo keine Ortsangaben notwendig sind, den Radweg aus (siehe Abbildung).¹⁵⁷

Hinsichtlich der Schildergrößen für Voll- und Kurzschilder empfiehlt der LTV dringend, auf kleine und sehr kleine Schildergrößen zu verzichten.¹⁵⁸

Um Schließfächer, Radstationen, Fahrradboxen und Fahrradverleihe auszuweisen sind innerorts sowie außerorts die moosgrünen Vollschilder mit Piktogrammen aus Vorlagen des LTVs zu nutzen.

Die Verwendung von Kurzschildern ist in diesem Zusammenhang nicht sinnvoll. Auf Anraten des genannten Tourismusverbandes sind, die Schilderbreiten bei Ausweisungen an Radwegen den Ortswegweisungen anzupassen und im Sinne der Kontinuität schmaler zu gestalten.¹⁵⁹

Sollen Ziele, Sehenswürdigkeiten und Leistungsträger an touristischen Radwegen ausgewiesen werden, sind, wie in Abbildung 17 dargestellt, an oberster Position die Ortswegweisungen anzubringen. Darunter folgen die moosgrünen Beschilderungen der Sehenswürdigkeiten und folgend die Ausweisung der Leistungsträger. Kurzschilder für Radwanderwege können des Weiteren genutzt werden.

Insgesamt sollten an einem Standort nicht mehr als fünf Vollschilder angebracht werden, um die Übersichtlichkeit zu wahren.¹⁶⁰

Abbildung 20: Beschilderung des historischen Stadtkerns



Quelle: LTV- Archiv

Um auf touristischen Radwegen den historischen Stadtkern einer Stadt auszuweisen, empfiehlt der Landestourismusverband Brandenburg e.V. wie auch das Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg auf einem braunen amtlichen Schild mit dem Logo der AG auf die Stadt mit historischen Stadtkernen aufmerksam zu machen.

Diese Beschilderung (siehe Abbildung) wird zur Ausweisung der so genannten Top-Highlights, zu der alle historischen Stadtkerne zählen, genutzt. Soll ein historischer Stadtkern neben Ortswegweisungen und Objektschildern ausgewiesen werden, ist ein braun-weißes Schild gleicher Maße zwischen beidem anzubringen.¹⁶¹

Wird ein historischer Stadtkern nicht unmittelbar durch einen touristischen Radweg erschlossen, ist es, den in Kapitel 5.1.1 gegebenen Handlungsempfehlungen folgen, sinnvoll, Touristen in den Stadtkern zu leiten.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Auch hierzu ist die Nutzung der braun-weißen Schilder angebracht und sollte so angelegt werden, dass Reisende aus allen Richtungen in den Stadtkern geleitet werden. In diesem Falle ist es zudem notwendig, den touristischen Radweg im Stadtkern auszu-schildern. Hierzu ist eine Ortswegweisung mit Angaben zum nächsten

Fernziel und „zum Radweg“ mit Kilometerangaben zu nutzen. Anzumerken ist, dass auch hier die Kontinuitätsregel gilt und zudem das Logo des Radweges abgebildet werden kann.¹⁶²

Abbildung 21: Beschilderung eines Radweges im Stadtkern



Quelle: LTV- Archiv

Die Routenverlaufsschilder stellen den schematischen Verlauf eines Radweges dar und sind ergänzend sinnvoll. Des Weiteren empfiehlt es sich, an den touristischen Radwegen, auf Ortseingänge, die nicht mit einer gelben Ortstafel (Zeichen 310 StVO) ausgewiesen sind, mit Ortshinweistafeln (Zeichen 385 StVO) aufmerksam zu machen.¹⁶³

Fahrradvermietungen und Fahrradgeschäfte
In Hinblick auf die radtouristische Inwertsetzung der historischen Stadtkerne erweitern Fahrradvermietungen das Angebot, indem sie beispielsweise ohne Fahrrad angereisten Tagesausflüglern und anderen Stadtbesuchern, die Möglichkeit eröffnen, die Stadt und Umgebung mit dem Rad zu erkunden.

Die Vermietung kann durch Beherbergungsbetriebe, Fahrradgeschäfte oder der Tourist Information gewährleistet sein.

Es ist nicht nur empfehlenswert, tagestouristische oder andere pauschale Aufenthaltsangebote in Zusammenarbeit mit der Vermietung zu entwickeln, sondern auch für die Befahrung der tagestouristischen Radtouren sollten Fahrräder angeboten werden. Liegt die Stadt an einem „Streckenradweg“, ist die Gestaltung eines attraktiven Angebots von der Möglichkeit, die Mieträder an anderer Stelle zurückzugeben, abhängig.

Sind die Vermietungsgebühren geringer als die Kosten zur Fahrradmitnahme in der Bahn, bei begrenzten Fahrradmitnahmekapazitäten, wird Tagesausflüglern zudem eine kleiner Anreiz gegeben, ohne Rad anzureisen.¹⁶⁴

Das Angebot, Fahrräder vor Ort zu mieten, wird zumeist nur dann genutzt, wenn es schon während der Planungsphase vor Reisebeginn bekannt ist. Die Kommunikation dieser Angebote sollte ähnlich der der Radstationen und Schließfächern gestaltet sein. Attraktive Fahrradvermietungen zeichnen sich durch flexible Öffnungszeiten und der Möglichkeit, die Räder anderenorts zurückzugeben, aus. Die organisatorische Trennung von Ausgabe und Rücknahme der Räder von Wartungsarbeiten, erhöht die Flexibilität, denn so können Räder auch von nicht in Fahrradmechanik geschulten Mitarbeitern vermietet werden.¹⁶⁵

Fahrradgeschäfte erweitern das radtouristische Angebot der historischen Stadtkerne ebenfalls, da sie auch für Touristen Reparatur- und Serviceleistungen sowie fachliche Beratungen bieten. Es ist empfehlenswert, im Sinne der gegenseitigen Nutzenstiftung Kooperationen mit der Tourist Information aufzubauen. Eingehendere Hinweise dazu sind in Kapitel 5.3.2 dargestellt.

Im Zuge der fahrradtouristischen Entwicklungen der letzten Jahre, hat sich Bett & Bike zu einer starken Marke im Hotel- und Gaststättengewerbe etabliert.¹⁶⁶ Um diesen Trend fortzusetzen, ist es erstrebenswert, dass in den historischen Stadtkernen und entlang der touristischen Radwege, insbesondere der Fernradwege, ein dichtes Netz aus zertifizierten Unternehmen entsteht.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Dazu ist eine möglichst hohe Anzahl von Bett & Bike Betrieben sinnvoll, die sich nahe am bzw. maximal ca. 10 Kilometer (ca. 30 Minuten Fahrzeit) vom Radweg befinden sollten.¹⁶⁷ Städte mit Bett & Bike zertifizierten Betrieben sind in ADFC eigenen Beherbergungsverzeichnissen aufgenommen und haben damit einen Wettbewerbsvorteil. Die von den Betrieben zu erfüllenden Kriterien für die Zertifizierung sind mit relativ geringem Aufwand zu bewerkstelligen und unter www.bettundbike.de nachzulesen.

Es ist grundsätzlich empfehlenswert, dass Betriebe aktiv animiert werden, sich diese Zertifizierung zu Eigen zu machen, da somit ein vielseitiger Nutzen entsteht. Viele Radtouristen suchen gezielt nach Bett & Bike zertifizierten Unterkünften, da sie sich des individuellen Services sicher sein wollen und steigern somit die Nachfrage.¹⁶⁸

Es ist erstrebenswert, aktiv ein Netz aus Bett & Bike zertifizierten Unternehmen zu schaffen. Ab einer Anzahl von ca. 400 Bett & Bike zertifizierten Brandenburgischen Unternehmen, ist es möglich, ein separates Bett & Bike Gastgeberverzeichnis für das Land Brandenburg zu entwickeln. Sollten zertifizierte Beherbergungsbetriebe ausgewiesen sein, ist es, wie schon erwähnt, wünschenswert, dass sie unter Verwendung des Logos erkennbar sind, um den Wiedererkennungswert dieser Marke zu stärken.¹⁶⁹

Um die Planung der Radreise zu unterstützen und eine Einkehr zum „Tagesordnungspunkt“ zu machen ist schließlich anzumerken, dass die Kommunikation der zertifizierten Gastgeber grundlegend ist. So sollten die Angebote vielfältig, d.h. über die Tourist Information, die Informationstafeln und Wegweiser, aber auch über Flyer, Faltblätter usw. kommuniziert werden.¹⁷⁰

Fahrradfreundlicher Bahnhof

Der Bahnhof sollte so gestaltet sein, dass er für mobilitätseingeschränkte Menschen, für Reisende mit viel Gepäck oder Kinderwagen sowie Radfahrer problemlos nutzbar ist. Für den Alltagsverkehr gilt, sehr ähnlichen Ansprüchen zu genügen. Ist der Bahnhof für Radtouristen durch die mangelhafte barrierefreie Ausrichtung unattraktiv, wird auch von der touristischen Nutzung leicht abgesehen. Vielfältige Empfehlungen dazu, sind in der Literatur, beispielsweise im schon

angeführten „Handbuch zur Angebotsgestaltung SPNV und Fahrrad für den Freizeitverkehr“¹⁷¹ dargestellt.

Corporate Design

Es ist allen Städten mit historischen Stadtkernen zu empfehlen, ein eigenes Corporate Design¹⁷² nutzen, damit sich das unverwechselbare Erscheinungsbild im Gedächtnis der Nachfrager festigt und von anderen Städten unterschieden wird. Mit der Nutzung bestimmter Schriftarten, Farben, Logos oder Motiven usw. auf allen verwendeten Kommunikationsmitteln soll ein Wiedererkennungseffekt hervorgerufen werden (Abbildung). Mit den Gestaltungselementen verankert sich das gewünschte Image im Bewusstsein der Verbraucher.

Somit wird ein einheitliches, kontinuierliches Auftreten gefördert, dass individuell und glaubwürdig wirkt, vor allem dann, wenn die immer gleichen Gestaltungselemente in einer Vielzahl von Kommunikationsmedien genutzt werden.¹⁷³

So sollte das Corporate Design in den Städten mit historischen Stadtkernen vielfältig beispielsweise auf allen Gebiets- und Bereichstafeln sowie für Stadtbroschüren und auch für Gästeschreiben genutzt werden. Gleiches gilt in Bezug auf den stummen Stadtrundgang, für das dazugehörige Informationsmaterial und für die Objekttafeln an den Sehenswürdigkeiten.

Abbildung 22: Element des städtischen Corporate Designs, Gransee



Quelle: eigens Foto, Gransee, 26.09.2006

Es ist ratsam, alle Kommunikationsmedien, mit denen Gäste angesprochen werden, nicht nur einheitlich, sondern dem Corporate Design entsprechend zu gestalten.¹⁷⁴ Anzumerken ist jedoch, dass das Corporate Design nicht zu verwenden ist, wenn vorgegebenen Gestaltungsrichtlinien, insbesondere hinsichtlich der Wegweisungen, bestehen.¹⁷⁵

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

5.2.2 Allgemeine Handlungsempfehlungen - Stumme Stadtrundgänge

Ein stummer Stadtrundgang ermöglicht es allen Gästen der Stadt insbesondere den historischen Stadtkern individuell zu besichtigen. Außerhalb von Stadtführungen können Touristen mit einem originellen Stadtrundgang die Stadt individuell erkunden. Stadtrundgänge erhöhen die Aufenthaltsdauer sowie auch die Wahrscheinlichkeit einer Einkehr und eines erneuten Stadtbesuches.¹⁷⁶

Das Informationsmaterial über den Rundgang muss ansprechend wirken, die Neugier der Gäste auf den Stadtkern wecken und sie zu einem Spaziergang animieren. Eine attraktive Darstellung des Weges durch den historischen Stadtkern, zahlreiche Fotos, Abbildungen und kurze, aber aussagekräftige Texte zu Wissenswertem sollten im Faltblatt nicht fehlen. So führt es zum einen durch den Stadtkern und wirbt zum anderen für den Rundgang.¹⁷⁷

Abbildung 24: Objekttafel in Angermünde im städtischen Corporate Design



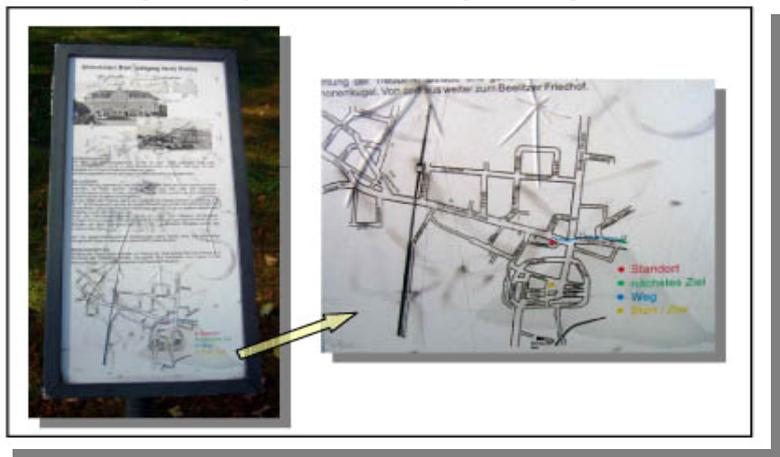
Quelle. eigenes Foto, Angermünde, 04.10.2006

Der in einem Faltblatt beschriebene Weg durch den historischen Stadtkern erschließt

seine Sehenswürdigkeiten und individuellen Besonderheiten. Zu den einzelnen Sehenswürdigkeiten werden im Faltblatt Informationen gegeben. Sagen, Erzählungen und Geschichten über die Stadt können mit dem Rundgang aufgearbeitet werden, so lange dieser somit nicht mit Informationen überladen ist.¹⁷⁸

Das ein historischer Stadtkern eine sehenswerte Besonderheit ist, muss aus dem Material klar hervorgehen.

Abbildung 23: Objekttafeln mit Wegweisung in Beelitz



Quelle: eigenes Foto, Beelitz, 25.09.2006

Das Informationsmaterial sollte auf den „Einstieg in Rundgang“ eingehen und einfach handhabbar sein. Sinnvoll ist es, das Faltblatt gegebenenfalls dem Corporate Design der Stadt entsprechend zu gestalten und auf die AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ zumindest mit dem Logo hinzuweisen.

Es ist empfehlenswert, dass sich auf den Informationstafeln dieselben Darstellungen wieder finden. In dem Fall, dass auch Museen, Ausstellungen oder ähnliches im Stadtrundgang aufgenommen sind, empfiehlt es sich, auch die Öffnungszeiten anzugeben.

Die stummen Stadtrundgänge werden nicht gesondert beschildert, sondern nutzen das touristische Wegeleitsystem der Stadt. An den Sehenswürdigkeiten sind Objekttafeln (siehe Abbildungen), die prägnante Erläuterungen enthalten, gut sichtbar direkt an die Objekte anzubringen.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Diese Schilder werten die Sehenswürdigkeiten einer Stadt für alle Zielgruppen auf, sollten einheitlich und gegebenenfalls im Corporate Design gestaltet sein. Objekttafeln erschließen die Sehenswürdigkeiten und sind eine sinnvolle Ergänzung zum touristischen Leitsystem der Stadt.¹⁷⁹

Um den Stadtrundgang zu veranschaulichen, ist es ergänzend nützlich, den Rundweg schematisch auf den Objekttafeln, wie auf nebenstehender Abbildung verdeutlicht, abzubilden. Wird die jeweils nächste und letzte Sehenswürdigkeit dargestellt, erschließt sich der Rundgang, wie z. B.

in der Stadt Beelitz, mit jeder „Station“. Markierungen auf den Wegen, denen Stadtbesucher folgen können, verbildlichen den Rundgang und sind ein originelles Beispiel. Dabei sollte ein für die Stadt bedeutendes Symbol aufgegriffen werden. Beispielsweise folgen Gäste der Stadt Hameln den Spuren des Rattenfängers, indem sie den auf die Wege gemalten weißen Ratten folgen und so den Stadtkern erkunden.¹⁸⁰

Das Faltblatt zum Stadtrundgang dient nicht nur zur Führung durch den Stadtkern, sondern auch zu seiner Kommunikation und Einladung. Die Informationsmaterialien sollten in den Tourist Informationen, in Museen, Ausstellungen, in den Radstationen, Fahrradvermietungen, aber auch bei den Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben ausliegen.

Zudem ist es sinnvoll den Rundgang auf den Informationstafeln in der Stadt und an Radwegen, aber auch im Internet, bei Anfragen und in der Stadtbroschüre und anderem Material vorzustellen.

Zusammenfassung

Zur radtouristischen Inwertsetzung der historischen Stadtkerne müssen ausreichende Möglichkeiten zur Verfügung stehen, um die zumeist teuren Fahrräder und das Reisegepäck der Radtouristen sicher abzustellen. Aus der dargestellten Auswahl möglicher in Frage kommender Lösungen, ist die Kombination von Schließfächern und Anlehnbügel, insbesondere solcher mit Vorradklemmbügeln, in verschiedenster Art für Radtouristen zu empfehlen.

In Städten mit erfahrungsgemäß hoher radtouristischer Nachfrage ist auch die Einrichtung einer Fahrradstation in Kooperation mit der Tourist Information und beispielsweise einem Fahrradgeschäft sinnvoll. Grundsätzlich sollen ausreichend Abstellanlagen auf dem Marktplatz, am Bahnhof, vor dem Tourismusbüro und vor den Sehenswürdigkeiten vorhanden sein. Dezentral angelegte Anlehnbügel ergänzen das Angebot.

In Hinblick auf die Wegweisungen ist die Einheitlichkeit der Beschilderung von grundlegender Bedeutung, um eine vertrauenswürdige und unverwechselbare Wegweisung mit Wiedererkennungswert zu garantieren.

Die Leitsysteme der Städte mit historischen Stadtkernen und die Beschilderung der touristischen Radwege sind nach den Handlungsempfehlungen für ein landesweit einheitliches touristisches Leitsystem im Land Brandenburg¹⁸¹ bzw. den Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des Radtourismus im Land Brandenburg¹⁸² zu gestalten.

Fahrradvermietungen und Fahrradgeschäfte erweitern das Angebot für Radtouristen in den historischen Stadtkern sinnvoll, indem sie z.B. die Entwicklung von Pauschalangeboten und Vorschlägen zur Gestaltung von Tagesaufenthalten ermöglichen und Reparatur- und Servicedienstleistungen anbieten.

Zur weiteren Ausrichtung auf den Radtourismus empfiehlt es sich, die Gastbetriebe zur Bett & Bike Zertifizierung zu animieren, um die radtouristische Nachfrage der Stadt zu erhöhen und um eine Netz aus Bett & Bike zertifizierten Unternehmen in Brandenburg voran zu bringen, für das ein separates Gastgeberverzeichnis entwickelt werden kann.

Ein stummer Stadtrundgang trägt zur Erlebarkeit der Stadtkerne bei und bietet allen Besuchern der Stadt außerhalb von Stadtführungen die Möglichkeit, insbesondere den historischen Stadtkern individuell zu erkunden. Dazu sind ein aussagekräftiges Faltblatt zur Kommunikation des Rundganges aber auch Objekttafeln an den Sehenswürdigkeiten sinnvoll.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

- ¹⁰⁵ SCHWALBE, Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 02.04.2007
- ¹⁰⁶ PRZYBYLA, Gespräch, MW, 25.04.2007
- ¹⁰⁷ JENNERT, persönliches Gespräch, LTV, 16.01.2007; BIERMANN u. a. 1996; S.100
- ¹⁰⁸ Vgl. Kapitel 5.3.1
- ¹⁰⁹ Vgl. Kapitel 5.2.1
- ¹¹⁰ BRACHER u. a. 1996, S.6
- ¹¹¹ Vgl. Kapitel 2.3
- ¹¹² Vgl. Kapitel 5.3.2 „Leitfaden Naturerlebnisangebote“
- ¹¹³ BRACHER u. a. 1996, S.4
- ¹¹⁴ Vgl. Kapitel 5.3.2 „Leitfaden Naturerlebnisangebote“
- ¹¹⁵ BRACHER u. a. 1996
- ¹¹⁶ BRACHER u. a. 1996, S.4- 5
- ¹¹⁷ Ebenda
- ¹¹⁸ BRACHER u. a. 1996, S.38
- ¹¹⁹ BRACHER u. a. 1996, S.38
- ¹²⁰ Ebenda
- ¹²¹ BRACHER u. a. 1996, S.39
- ¹²² AXTHELM 2004
- ¹²³ Vgl. Kapitel 5.2.1
- ¹²⁴ BRACHER u. a. 1996, S.4
- ¹²⁵ Vgl. Kapitel 3.3
- ¹²⁶ ADFC 2006, FAF 6, S.2- 3
- ¹²⁷ ADFC 2006, FAF 6, S.2- 3
- ¹²⁸ ADFC 2006, FAF 6, S.2- 3
- ¹²⁹ ADFC 2006, FAF 6, S.1
- ¹³⁰ JENNERT, persönliches Gespräch, LTV, 30.01.2007
- ¹³¹ SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 09.02.2007
- ¹³² ADFC 2006b, S.4
- ¹³³ DREYER; LINNE 2004, S. 33
- ¹³⁴ ADFC 2006, FAF 6, S.1
- ¹³⁵ SCHWALBE, persönliche sGespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 17.01.2007; ADFC 2006, FAF 6, S.7
- ¹³⁶ MVEL 2004, S.7- 9
- ¹³⁷ www.radstation.de, eingesehen am 03.01.2007
- ¹³⁸ SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 16.02.2007
- ¹³⁹ SCHWALBE, persönliches Gespräch LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 17.01.2007
- ¹⁴⁰ SCHWALBE, persönliches Gespräch LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 17.01.2007
- ¹⁴¹ JENNERT, persönliches Gespräch LTV, 16.01.2007; ADFC 2006, FAF 6, S.7
- ¹⁴² JENNERT, persönliches Gespräch LTV, 16.01.2007
- ¹⁴³ MW 2006, S.52
- ¹⁴⁴ MW 2000, S.5
- ¹⁴⁵ BEYER 1995, S.4- 5

- ¹⁴⁶ PRZYBYLA; LINSEN, persönliches Gespräch, MW, 26.01.2007
- ¹⁴⁷ MW 2000, S.12
- ¹⁴⁸ Ebenda; BEYER 1995, S.15
- ¹⁴⁹ MW 2000, S.12
- ¹⁵⁰ MW 2000, S.12
- ¹⁵¹ JENNERT, persönliches Gespräch LTV, 16.01.2007
- ¹⁵² MW 2000, S.12
- ¹⁵³ MW 2000
- ¹⁵⁴ MW 2001
- ¹⁵⁵ PRZYBYLA; LINSEN, persönliches Gespräch, MW, 21.02.2007
- ¹⁵⁶ MW 2001, S.28- 29
- ¹⁵⁷ MW 2001, S.28- 29
- ¹⁵⁸ JENNERT, persönliches Gespräch LTV, 10.05.2007
- ¹⁵⁹ JENNERT, persönliches Gespräch LTV, 10.05.2007; MW 2001, S.28- 29
- ¹⁶⁰ JENNERT, persönliches Gespräch LTV, 10.05.2007
- ¹⁶¹ JENNERT, persönliches Gespräch LTV, 10.05.2007; PRZYBYLA; LINSEN, persönliches Gespräch 11.05.2007
- ¹⁶² JENNERT, persönliches Gespräch LTV, 16.01.2007
- ¹⁶³ MW 2001, S.30
- ¹⁶⁴ BRACHER u. a. 1996, S.13
- ¹⁶⁵ BRACHER u. a. 1996, S.13
- ¹⁶⁶ Vgl. Kapitel 2.2
- ¹⁶⁷ SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 09.02.2007
- ¹⁶⁸ REICHE 2006, Vortragspräsentation „Bett & Bike“
- ¹⁶⁹ SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 09.02.2007
- ¹⁷⁰ SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 09.02.2007
- ¹⁷¹ BRACHER u. a. 1996

¹⁷² Der Begriff Corporate Design bezeichnet: „... die visuelle Darstellung eines Unternehmens nach innen und nach außen und ist eine Komponente der Corporate Identity einer Unternehmung, also Bestandteil der strategisch geplanten und operativ eingesetzten Selbstdarstellung und Verhaltensweise eines Unternehmens nach innen und außen auf Basis einer festgelegten Unternehmensphilosophie, einer langfristigen Unternehmenszielsetzung und eines definierten (Soll-) Images – mit dem Willen, alle Handlungsinstrumente des Unternehmens in einheitlichem Rahmen nach innen und außen zur Darstellung zu bringen“.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

¹⁷³ www.typolexikon.de/c/corporate-design.html, eingesehen am 11.02.2007

¹⁷⁴ REPEL, LORENZ 2000, S.46;
www.typolexikon.de/c/corporate-design.html,
eingesehen am 11.02.2007

¹⁷⁵ JENNERT, persönliches Gespräch LTV,
16.01.2007

¹⁷⁶ BEYER 1995, S.21

¹⁷⁷ REPEL, LORENZ 2000, S.15; S.42

¹⁷⁸ REPEL, LORENZ 2000, S.15

¹⁷⁹ MW 2000, S.11; BEYER 1995, S.20- 21

¹⁸⁰ www.hameln.de, eingesehen am
05.02.2007

¹⁸¹ MW 2000

¹⁸² MW 2001

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

5.3 Allgemeine Handlungsempfehlungen - Touristeninformation vor Ort

Im Fokus der nachfolgenden Handlungsempfehlungen steht die Information der Touristen vor Ort durch die Informationstafeln und die Tourist Information. Im Zusammenhang mit ihrer Gestaltungen sollen die Handlungsempfehlungen nicht als strikte Vorgaben, sondern Anregungen für kreative Lösungen verstanden werden.

5.3.1 Allgemeine Handlungsempfehlungen – Informationstafeln

Informationstafeln sind Bestandteil der touristischen Leitsysteme, dienen als Orientierungshilfe und sollen Auskunft über Angebote der Region, des Gebietes oder der Ortschaft für Touristen vermitteln. Ausführlichere Informationen zum Ort, den Sehenswürdigkeiten der Stadt und Umgebung, aber auch zu Ausflugstipps, den Veranstaltungen und anderen touristischen Einrichtungen sollen hier dargeboten werden. Da zur Nutzung der Informationstafeln beliebig viel Zeit zur Verfügung steht, besteht die Möglichkeit, Touristen umfangreich zu informieren, so dass den Tafeln eine tragende Bedeutung zukommt. Sie verdeutlichen den Reisenden aber auch den Stellenwert des Tourismus in der Region.¹⁸³

Unterschiedliche Informationstafeln

Den Handlungsempfehlungen des Ministeriums für Wirtschaft des Landes Brandenburg folgend, sollten auf den Informationstafeln alle Freizeitwegearten kartografisch mit der zugehörigen Infrastruktur dargestellt sein. Eine Beschränkung auf überregionale oder regionale Strukturen ist dabei möglich. Auf die dazugehörigen Infrastrukturen ist mit vorgegebenen Symbolen hinzuweisen.¹⁸⁴

Wie der genannten Literatur zu entnehmen ist, wird in Zusammenhang mit dem gewählten Maßstab des Kartenmaterials werden Regions-, Gebiets- sowie Bereichs- und Objekttafeln unterschieden. Die Vor- und

Rückseite einer Informationstafel kann für die Darstellungen einer Gebiets- und Bereichstafel genutzt werden.¹⁸⁵

Abbildung 25: Gebietstafel in Neuruppin



Quelle: eigens Foto, Neuruppin, 25.10.2006

Regionstafeln werden zur Darstellung eines Landkreises, eines Reisegebietes oder Großschutzgebietes mit Verkehrsanbindungen, touristischen Wegen und Zielen genutzt. Eine Stadt, ein Wald- oder Seengebiet mit Straßenverzeichnis wird auf Gebietstafeln mit weiteren touristisch relevanten Informationen dargestellt. Quelle: eigenes

Hingegen werden Bereichstafeln beispielsweise für einen Ortsteil oder eine Parkanlage genutzt, um den Touristen Informationen des Nahbereiches zu vermitteln. Die schon im Zusammenhang mit stummen Stadtrundgängen erwähnten Objekttafeln (siehe Abbildung 25) vermitteln Erläuterungen zu der Sehenswürdigkeit, an der sie angebracht sind. Grundsätzlich wird ein modularer Aufbau empfohlen. Die dem Standort der Tafeln angepasste Auswahl der Informationen soll nach einheitlichen Kriterien dargestellt werden.¹⁸⁶

Inhaltliche Gestaltung

Die folgenden Handlungsempfehlungen beziehen sich im Wesentlichen auf die inhaltliche Gestaltung der Gebietstafeln. Sie sind aber auch auf Bereichstafel übertragbar. Grundsätzlich ist es ratsam, einen Stadtplan zur Orientierung abzubilden, in dem neben dem aktuellen Standort auch die wichtigsten Sehenswürdigkeiten, die Tourist Information und Parkplatzmöglichkeiten angegeben sind. Weiterhin sind Informationen zum Tourismusbüro mit Öffnungszeiten und Kontaktmöglichkeiten notwendig.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

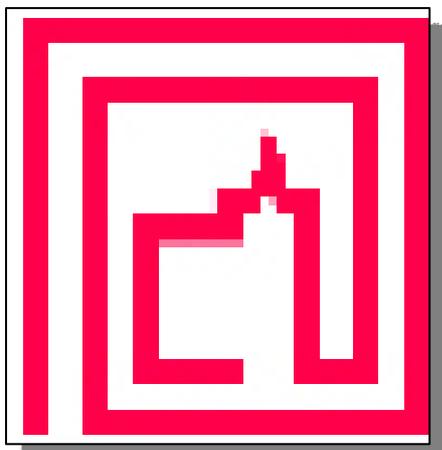
Ergänzend ist ein Foto der Infostelle sinnvoll. Informationen zu Sehenswürdigkeiten, die im Wegeleitsystem durch Wegweiser aufgenommen sind, sollten sich auf den Informationstafeln mit näheren Auskünften und den Öffnungszeiten wieder finden.¹⁸⁷

Wenn auf Grund der großen Anzahl der Sehenswürdigkeiten einer Stadt, nicht alle in der Wegweisung zu berücksichtigen waren, sollte die Darstellung der Sehenswürdigkeiten auf den Informationstafeln vollständig sein. Darüber hinaus ist es sinnvoll, auf Stadtführungen, insbesondere auf thematische Angebote wie beispielsweise Nachtwächterführungen in diesem Zusammenhang hinzuweisen.¹⁸⁸

Darstellung des historischen Stadtkerns

Um den historischen Stadtkern auf den Informationstafeln hervorzuheben, empfiehlt es sich, einige Informationen zu den Besonderheiten darzustellen. Kreative, beispielsweise grafische Darstellungen des Stadtkerns, die unabhängig vom Stadtplan abgebildet werden können, sind hierzu zweckdienlich. Ebenso wirkt die Darstellung der Sehenswürdigkeiten mit Fotos oder Zeichnungen sowie die Abbildung des AG Logos originell und veranschaulichend. Hier ist es zum einen passend, auf die Mitgliedschaft der Stadt in der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ zum anderen auch auf Wissenswertes zur Stadtgeschichte, zu historischen Besonderheiten, Erzählungen oder Sagen hinzuweisen.

Abbildung 26: Logo der AG



Quelle: www.ag-historische-stadtkerne.de, eingesehen am 15.05.2007

Es ist zudem in diesem Zusammenhang sinnvoll, Gäste auf den stummen Stadtrundgang aufmerksam zu machen. Der Rundgang könnte beispielsweise farblich als Weg durch den Stadtkern abgebildet und im Zusammenhang mit den Sehenswürdigkeiten beschrieben sein.

Dabei muss das Angebot, dass der stumme Rundgang die Möglichkeit bietet, den Stadtkern einfach und individuell zu erkunden, hervorgehen. Hinweise darüber, wo das zugehörige Faltblatt erhältlich ist, sind ebenfalls notwendig. Sollte der Rundgang z.B. durch die Objekttafeln oder Wegmarkierungen so organisiert sein, dass ein Faltblatt nicht unbedingt notwendig ist, sollte dies angemerkt werden.

Die Lorenz Tourismusberatung GmbH empfiehlt, dass der Titel der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ als Gütesiegel geprägt wird, um eine Wiedererkennung und die Bekanntheit

Abbildung 27: Info-säule in Mühlberg/ Elbe



der historischen Stadtkerne als touristische Attraktionen im Land Brandenburg zu fördern. Dazu wird u. a. die Nutzung des Logos auf diversen Informationsmaterialien nahe gelegt.¹⁸⁹ Zudem wurden in jeder Stadt mit historischem Stadtkern einheitlich gestaltete Informationssäulen aufgestellt, die

Quelle: eigenes Foto, Mühlberg/ Elbe, 19.09.2006

das städtebauliche Sanierungsgebiet und die AG vorstellen. Sie wurden jedoch in dieser Arbeit nicht berücksichtigt, da ihre Darstellungen nicht veränderbar sind und in jeder Stadt nur eine Säule vorhanden ist.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Thematische Gliederung der Informationen

Die thematische Gliederung bzw. ein modularer Aufbau der dargebotenen Informationen ist ein nützliches Muss. Insbesondere, wenn die Informationstafeln mehrere Sichtfenster haben, ist dies leicht zu bewerkstelligen. Sämtliche bildliche Darstellungen, wie Fotos und Zeichnungen, aber auch das Logo der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ unterstreichen die Informationen und stellen sie interessanter dar. Für Reisende nicht relevante Informationen oder uninteressante Werbeanzeigen sollten, wie auch leere Informationstafeln oder Tafeln mit ungenutzten Flächen, vermieden werden.

Ansprechende und Interesse erweckend Darstellungen, die beispielsweise nicht verblischen sind, sind ein unbedingtes Muss. Der gepflegte Zustand der Informationstafeln ist grundsätzlich zu gewährleisten.¹⁹¹

Die Abbildungen zeigen Informationstafeln aus Angermünde und aus Dahme. Die Informationen sind thematisch untergliedert und entsprechend den Handlungsempfehlungen abgebildet. Für die Gestaltung der Angermünder Informationstafeln wurde Corporate Design der Stadt genutzt. Die Informationstafeln der Stadt Dahme zeigen auf der Vorderseite Informationen zum Stadtplan, einigen Leistungsträgern usw. (Gebietstafel). Die Rückseiten werden jeweils für Beschreibungen des Schilderstandortes genutzt.

Abbildung 28: Informationstafeln in Angermünde



Quelle: eigenes Foto, Angermünde
04.10.2006

Äußere Gestaltung der Informationstafeln

Eine strikte Standardisierung zur Gestaltung der Informationstafeln ist in den angeführten Handlungsempfehlungen nicht gegeben.¹⁹⁰ In Bezug auf ihre Größe und dem verwendeten Material sollten sie dem Standort entsprechen und einheitlich gestaltet sein bzw. sich gegebenenfalls am Corporate Design der Stadt orientieren.

Standorte der Informationstafeln

Die Standorte der Informationstafeln sind so auszuwählen, dass sie für Ortsunkundige an gut sichtbaren Stellen leicht auffindbar sind. Den Handlungsempfehlungen des Landes ist zu entnehmen, dass die Tafeln an den Eingangsbereichen in einen Planungs- oder Erlebnisraum aufzustellen sind.¹⁹²

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Die Zahl der Informationstafeln ist von den Gegebenheiten im Stadtkern abhängig und muss individuell bestimmt werden. Jedoch hat sich mit der Besichtigung der Städte herausgestellt, dass zumeist mindestens fünf Informationstafeln notwendig sind. Damit ist gewährleistet, Gäste, insbesondere außerhalb der Öffnungszeiten der Tourist Information, ausreichend zu informieren. Standorte am Bahnhof, an Haupteinfahrtsstraßen, die in die Ortsmitte führen, im Stadtkern und an Knotenpunkten der Freizeitwege sind zu empfehlen.¹⁹³

Abbildung 29: Informationstafel in Dahme



Quelle: eigenes Foto, Dahme, 16.10.2006

Elektronische Informationssäulen

Ein zentraler Informationspunkt mit ausführlichen Informationen (Abbildung 32) zu verschiedensten Themen bzw. auch elektronische Informationssäulen (Abbildung 33), an der Touristen vielseitige Auskünfte selbst auswählen können, ist zusätzlich zu den gegebenen Handlungsempfehlungen zu empfehlen.

Abbildung 30: zentraler Infopunkt in Gransee



Quelle: eigenes Foto, Gransee, 26.0.2006

Dies gilt vor allem für Städte, die nicht nur ausschließlich von Radtouristen stark frequentiert werden. Dazu ist ein möglichst zentraler Standort auszuwählen.¹⁹⁴

Abbildung 31: elektr. Infosäule in Lübbenau



Quelle: eigenes Foto, Lübbenau, 26.0.2006

Information der Radtouristen

Derzeit entwickelt das Netzwerk „Aktiv in der Natur“ Gestaltungsvorlagen für radtouristische Informationstafeln, die in den Ortschaften, aber auch außerhalb an den touristischen Radwegen, an den Radwanderrastplätzen und Aussichtspunkten aufgestellt werden sollen. Die folgenden Darstellungen geben die diesbezüglichen Handlungsempfehlungen des LTVs bzw. insbesondere des Netzwerkes „Aktiv in der Natur“ wieder.¹⁹⁵

Vorgesehen ist die Gestaltung mit einem Lokal- und einem Regionalmodul sowie einem weiteren Modul zur Darstellung des touristischen Radweges auf einer Übersichtskarte. Die Gestaltungsvorlagen für diese Module bilden beispielsweise Platzhalter für Überschriften, Radtouren- Logos sowie Bild- und Textfelder. Nach diesen Vorlagen werden die Informationen thematisch untergliedert für Radtouristen abgebildet. Zur Veranschaulichung werden im Folgenden Entwürfe dieser Informationstafeln abgebildet.

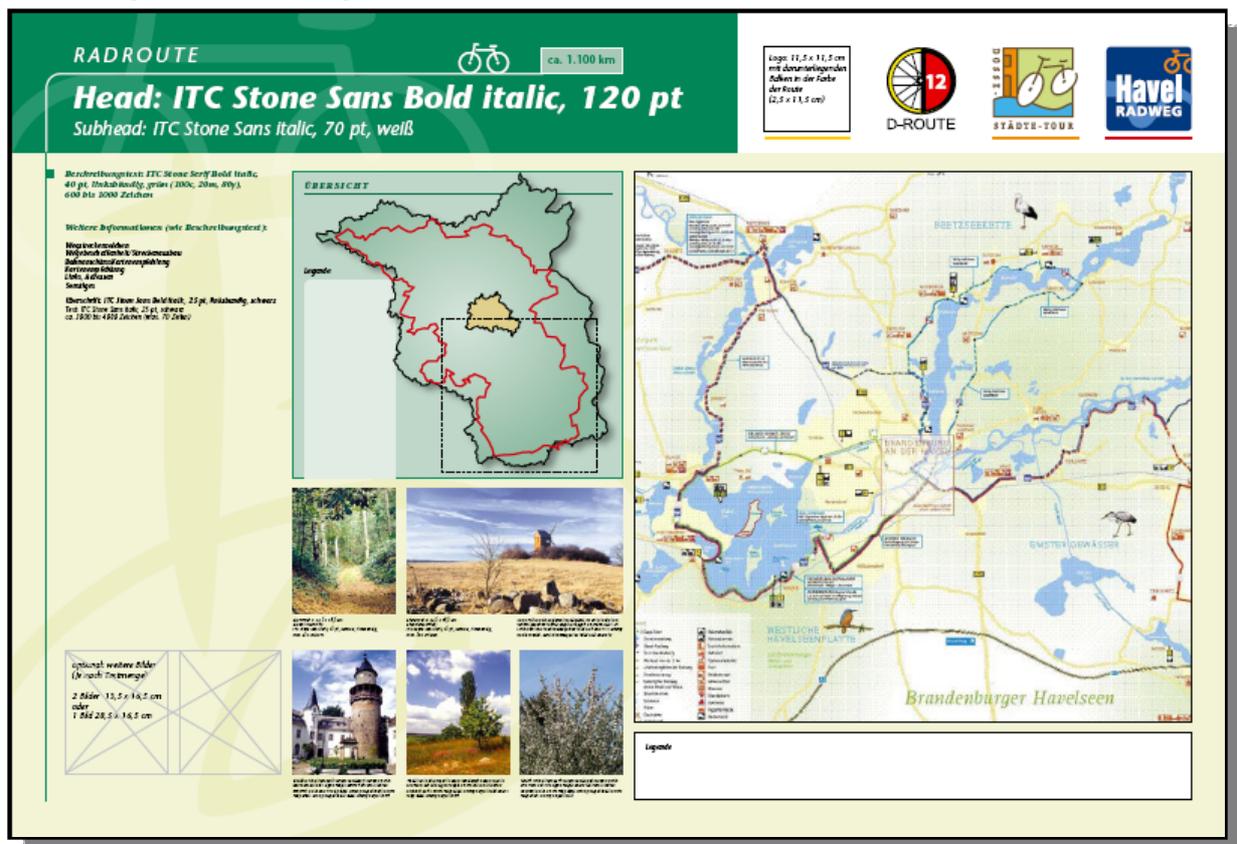
5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Um Informationen zum Radweg darzustellen, empfiehlt es sich, in einer Übersichtskarte den Streckenverlauf mit den Sehenswürdigkeiten am Radweg und den Rastplätzen darzustellen. Naturdenkmäler, historische Bauten oder beispielsweise auch Vogelsammelplätze, die mit dem Radweg erschlossen sind, sollten besonders hervorgehoben werden.

se zu Rundwegen von 20 – 60 Kilometern Länge, die sich für Ausflüge eignen, mit anschaulichen Beschreibungen darzustellen. Auch Tipps zu geführten Radtouren durch Stadt und Umgebung erweitern das radtouristische Angebot.

Darüber hinaus ist es auch an dieser Stelle sinnvoll, Informationen zu den Gastgebern am bzw. in der Nähe des Radweges (maximal 10 Kilometer Entfernung) zu geben, denn sie unterstützen die „Etappenplanung“, so dass eine Einkehr zum „Tagesordnungspunkt“ werden kann.

Abbildung 32: Entwurf Regionalmodul



Quelle: Netzwerk „Aktiv in der Natur“

Hinweise zu gastronomischen und Beherbergungsbetrieben am Radweg, die maximal 10 Kilometer entfernt sind, ergänzen das Informationsangebot sinnvoll. Unter Verwendung des Logos Bett & Bike zertifizierter Unternehmen sind diese hervorzuheben. Informationen zu den nächsten An- und Abreisemöglichkeiten mit der Bahn entlang des Radweges sind zudem hilfreich.

Besonders fahrradfahrerfreundliche bzw. Bett & Bike zertifizierte Betriebe sollten hervorgehoben werden.

Das Lokalmodul bietet die Möglichkeit die nächsten Ortschaften bzw. die nächste Ortschaft vorzustellen und auf die dortigen Angebote aufmerksam zu machen. Die Informationen sollten sich einerseits auf den Besuch des historischen Stadtkerns und andererseits auf die radtouristischen Infrastrukturen beziehen.

Das Regionalmodul dient der Darstellung der Region sowie ihrer Besonderheiten und Sehenswürdigkeiten. Um auch Tagestouristen anzusprechen, empfiehlt es sich Hinwei-

Es ist sinnvoll an dieser Stelle nach den schon beschriebenen Anleitungen, auf den

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

historischen Stadtkern hinzuweisen und seine Besonderheiten herauszustellen. Um Radtouristen den Besuch in den historischen Stadtkernen zu erleichtern, sollten möglichst viele nützliche Hinweise, beispielsweise die Möglichkeiten zur Aufbewahrung der Satteltaschen, zu Fahrradboxen und Radstationen sowie Bett & Bike Betrieben oder auch zu Fahrradgeschäfte gegeben werden. Vor allem, wenn der Radweg nicht unmittelbar durch den historischen Stadtkern führt, empfiehlt es sich, auf diesen Informationstafeln am Radweg und den Rastplätzen auf die historischen Stadtkerne hinzuweisen, um die Radler schon im Vorfeld auf ihn aufmerksam zu machen und Interesse zu wecken.

Dieses modulare System erlaubt es, Informationen auch nur mit einzelnen Modulen darzustellen. Aber auch eine Erweiterung des Informationsangebotes mit weiteren Modulen ist möglich. Anzumerken ist weiterhin, dass diese Informationstafeln bei der Zertifizierung der Radwege durch den ADFC¹⁹⁶ positiv berücksichtigt werden.

Werden auf den Informationstafeln in den historischen Stadtkernen bisher keine radtouristischen Informationen vermittelt, ist es sinnvoll, die radtouristischen Informationstafeln ergänzend aufzustellen. Aber auch die Nutzung der Rückseiten vorhandener Informationstafeln nach diesen Vorlagen ist möglich. Ist es nicht möglich, diese Varianten zu verwirklichen, sollten die beschriebenen radtouristischen Informationen thematisch gegliedert in die vorhandenen Darstellungen aufgenommen werden.

Ein gelungener Schilderstandort wird für die Stadt Dahme im Folgenden (Kapitel 5.3.3) abgebildet. Eine solche Lösung ist für Standorte radtouristischer Informationstafeln mit Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, Wegweisungen und Sitzgelegenheiten optimal.

5.3.2 Allgemeine Handlungsempfehlungen – Tourist Informationen

Die Tourist Information prägt als Aushängeschild und oftmals als erster Anlaufpunkt den ersten Eindruck der Gäste einer Stadt. Das Tourismusbüro soll professionell informieren und motivieren, das Stadterlebnis intensivieren und das Interesse für die touristischen Attraktionen der Region wecken.¹⁹⁷

Abbildung 33: Angermünder Tourist Information



Quelle: eigenes Foto, Angermünde, 04.10.2006

Vorteilhaft sind Standorte, die z. B. die auf Grund nahe gelegener Sehenswürdigkeiten oder Verkehrsknotenpunkten stark von Touristen frequentiert werden und gut mit dem Auto, dem Fahrrad und zu Fuß erreichbar sind. Das Informationsbüro muss eindeutig und auffällig gekennzeichnet und durch die auffällige Nutzung des „i-Symbols“ gut erkennbar sein.¹⁹⁸

Die i-Markte als Qualitätssiegel ist im Allgemeinen den Tourismusinformationsstellen zu empfehlen, die schon als „Ausgezeichnete Tourist Information“ zertifiziert wurden. Die zu erfüllenden Kriterien für diese Zertifizierung stehen im Internet unter www.deuschertourismusverband.de zur Verfügung.

Des Weiteren ist zu empfehlen, dass sich Informationsstellen, die 15 dieser Mindestkriterien erfüllen oder in Kur- und Erholungsorten gelegen sind, zertifizieren lassen.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Die i- Marke als Qualitätsauszeichnung verspricht dem Gast eine qualitativ hochwertige Betreuung und wird durch den Deutschen Tourismusverband e.V. vergeben.¹⁹⁹

In der Hauptsaison sollten die Öffnungszeiten der Informationsbüros zielgruppengerecht gestaltet sein, um eine hohes Maß an Kundenorientierung zu gewährleisten. An den Wochenenden sowie an Feiertagen sind flexible nachfrageorientierte Öffnungszeiten sinnvoll. Schließtage sind nötigenfalls an Wochentagen einzurichten, an denen die Tourist Information erfahrungsgemäß weniger stark frequentiert wird. Absprachen mit den Nachbarorten sind in diesem Falle sinnvoll.²⁰⁰

Gestaltung der Schaufenster und des Eingangsbereiches

Es empfiehlt sich, die Schaufenster der Tourist Info ansprechend und Neugier erweckend zu gestalten. Das heißt, dass aktuelle aussagekräftige Informationen thematisch gegliedert dargestellt werden, ohne dass das Schaufenster damit überladen wirkt.²⁰¹

Neben den Öffnungszeiten und Kontaktmöglichkeiten sollte auch auf die Informationstafeln sowie gegebenenfalls auf elektronische Informationssäulen oder zentrale Informationstafeln hingewiesen werden, um Reisenden auch außerhalb der Öffnungszeiten umfangreich zu informieren.

Darüber hinaus empfiehlt es sich entsprechend dem Platzangebot, auf den historischen Stadtkern, auf Stadtführungen sowie den stummen Stadtrundgang aufmerksam zu machen. Auf radtouristische Informationen zu den Radwegen und zu Angeboten wie Veranstaltungen oder Pauschalen sollte auch hier gesondert hingewiesen werden.

Darstellung der historischen Stadtkerne

Der Eingangsbereich der Tourist Info vermittelt beim Eintreten einen ersten Eindruck und sollte hell und freundlich gestaltet sein.²⁰² Den Gästen des Tourismusbüros sollten Informationen zum historischen Stadtkern so dargeboten werden, dass schnell deutlich wird, dass er eine sehenswerte Besonderheit ist.

Schon im Eingangsbereich sind Hinweise auf den historische Ortsmitte bzw. die Mitgliedschaft in der AG „Städte mit histori-

schen Stadtkernen“ sinnvoll, um die Touristen aufmerksam und neugierig zu machen. Aber auch die Broschüren und Faltblätter „Reisen in die Stadtgeschichte“ sowie der Altstadtpass sollten ansprechend und auffällig dargeboten werden.

Es empfiehlt sich in diesem Zusammenhang, Hinweise auf Stadtführungen gut sichtbar darzubringen. Hierbei bietet es sich auch an, auf den stummen Stadtrundgang aufmerksam zu machen und auch hierfür Faltblätter bereit zu halten.

Stadtplan

Um Gästen außerhalb eines persönlichen Gesprächs Orientierungsmöglichkeiten zu bieten, empfiehlt es sich, ihnen einen Stadtplan zur Verfügung zu stellen. In diesem sollten sich neben Informationen zu aktuellen Standort und den Sehenswürdigkeiten auch Hinweise zum Parkplatzangebot sowie zu touristischen Radwegen wieder finden. Vorteilhaft sind Karten, die auch die nähere Umgebung darstellen und radtouristische Informationen wiedergeben. So sind Hinweise auf Schließfächer für Satteltaschen, Radstationen usw. ergänzend sinnvoll. Informationen für andere Zielgruppen, wie Kanuten oder Wanderer, erweitern den Informationsfokus.²⁰³

Gestaltung einer „Radlerecke“

Radtouristen werden individuell angesprochen, indem eine gute Auswahl an Kartenmaterial in einer eigens für diese Zielgruppe gestalteten „Radlerecke“ mit Regalen oder Materialständern zur Verfügung steht. Dort sollten zudem verschiedene Informationsmaterialien zu touristischen Radwegen der Umgebung sowie zu Rundwegen, die sich für Tagesausflüge eignen angeboten werden. Hinweise auf Bett & Bike zertifizierte Betriebe der Stadt und Umgebung sind ebenfalls sinnvoll.²⁰⁴

Neben Informationen zu Radabstellmöglichkeiten in Radstationen oder Fahrradboxen und zur Aufbewahrung der Satteltaschen, ist die Werbung für radtouristische Angebote notwendig. Es empfiehlt sich mit Aushängen, Faltblättern usw. auf geführte Radtouren sowie Pauschalangebote und Fahrradvermietungen aufmerksam zu machen. Auch auf zur Verfügung stehendes Reparaturwerkzeug und Flickzeug sollte in der „Radlerecke“ hingewiesen werden. Anzumerken ist, dass für Radtouristen nur Informationen zu erreichbaren Zielen angeboten werden. Ausliegende Fahrpläne der Bahn erleichtern

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

die Reiseorganisation bzw. ermöglichen spontane Änderungen in der Reiseplanung.

Auch hier ist Werbung für verschiedene Veranstaltungen, wie beispielsweise für Sternfahrten, gemeinsame Touren oder auch Radrennen sinnvoll. Events sprechen zumeist sportliches Publikum an, von dem zu vermuten ist, dass sie sich auch im Urlaub aktiv betätigen und somit als potentielle Gäste der Stadt in Frage kommen.

Angebote entwickeln

Zur weiteren radtouristischen Ausrichtung der Tourist Info empfiehlt es sich, attraktive und konkurrenzfähige Angebote für Radtouristen anzubieten.²⁰⁵ Die touristischen Radwege und Rundtouren der Region sollten zur Angebotsgestaltung genutzt werden. Sinnvoll sind Pauschalangebote und Gestaltungsvorschläge für Aufenthalte, die sich sowohl an Tagesausflügler als auch an Übernachtungsgäste richten.²⁰⁶

Radtouristische Angebote können von privatwirtschaftlichen, gemeinwirtschaftlichen oder kommunalen Anbietern erstellt werden. Von den Privatwirtschaftlichen werden individuelle und begleitete Reisen angeboten. Zum Angebot der gemeinwirtschaftlichen oder kommunalen Anbieter gehören ebenfalls Pauschalen aber auch Stern- und Rundfahrten, geführte Tagestouren, Tourenvorschläge und Ähnliches.²⁰⁷

Zu unterscheiden sind hinsichtlich der Pauschalangebote geführte und individuelle Radtouren. Individuelle Pauschalen beinhalten die Organisation der Übernachtung und die Bereitstellung von Information- und Kartenmaterial. Das Angebot geführter Radtouren ist zumeist komplexer und beinhaltet neben der Organisation der Übernachtung, Vollverpflegung auch den Gepäcktransfer sowie Besichtigungen und eine Reiseleitung. Wie auch bei den individuellen Touren wird oftmals die An- und Abreise und auch die Fahrradvermietung organisiert.²⁰⁸

Im Mittelpunkt der Angebotsgestaltung von Tagesaufenthalten steht einerseits das Motiv Radfahren auf geeigneten Radrundwegen oder auch auf touristischen Radwegen, die die Region erschließen und andererseits der Aufenthalt in den historischen Stadtkernen. Dabei sollten bei der Entwicklung radtouristischer Angebote immer ein interessantes,

gut erreichbares Ziel und qualitative Zusatzprodukte gebündelt werden, die zusammen ein sehr gutes vermarktbares Angebot bilden. Attraktive Angebote verlängern den Aufenthalt in der Stadt.

Um sich von konkurrierenden Angeboten absetzen, ist es von großer Bedeutung, dass originelle Zusatzprodukte gewählt werden, deren Qualität gesichert ist. Hier kommen beispielsweise der Besuch einer Therme oder eines Restaurants in Frage. Aber auch Stadtführungen oder Besichtigungen von Museen oder Ausstellungen sind zur Angebotsgestaltung angebracht. Die Einbindung einer Fahrradvermietung bietet sich ebenfalls an.²⁰⁹

Der Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV) hat für die Entwicklung und Vermarktung von Naturerlebnisprodukten einen Leitfaden herausgegeben, der im Internet unter www.naturerlebnisangebote.de zur Verfügung steht und für die folgenden Darstellungen genutzt wird. In dieser Broschüre wird der Markt für Naturerlebnisprodukte, ihre Entwicklung und Vermarktung dargestellt. Ziel ist es, Leistungsträger, Orte und Regionen zur Produktentwicklung anzuregen, in deren Mittelpunkt das Naturerlebnis steht.²¹⁰ Diese Handlungsempfehlungen können leicht auf die Entwicklung radtouristischer Angebote übertragen werden.

In diesem Zusammenhang regt der DTV an, ein Alleinstellungsmerkmal bzw. eine regional einmalige Besonderheit hervorzuheben. So sollten die historischen Stadtkerne mit ihren sehenswerten Besonderheiten sollten nur als Start und Ziel dargestellt, sondern auch thematisiert werden. Erschließt ein Radweg beispielsweise ein Naturschutzgebiet, können die individuellen Schönheiten und Eigenheiten, die durch den Radweg erschlossen sind, eingebunden werden.

Zudem wird empfohlen, eine klar definierte Zielgruppe anzusprechen. Dazu geben die in Kapitel 2. 2 beschriebenen Merkmale und Bedürfnisse der Radtouristen umfangreiche Anhaltspunkte. Grundlegend ist, dass die aufgebauten Erwartungen an das Produkt erfüllt werden bzw. dass das Erlebnis darüber hinausgeht. In diesem Kontext wird auch angeregt, zuverlässige Partner mit qualitativ hochwertigen Produkten zu finden.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Hierzu bietet es sich an, z. B. Bett & Bike zertifizierte Betriebe, Radstationen und Fahrradvermietungen einzubeziehen. Zudem werden in den Empfehlungen auch Hinweise zur Preisgestaltung, zur Produktkommunikation sowie zum Vertrieb gegeben, die mit vielen Praxisbeispielen anschaulich verdeutlicht werden und Anregungen für eigene Ideen geben.

5.4 Allgemeine Handlungsempfehlungen – Öffentlichkeitsarbeit

Im Sinne der radtouristischen Inwertsetzung der historischen Stadtkerne und der umfassenden Kundenorientierung, werden im Weiteren in Bezug auf die Websites der Städte und der Bearbeitung von Anfragen Handlungsempfehlungen gegeben. Wie schon in der Einleitung der letzten Darstellungen angemerkt, sollen die gestalterischen Empfehlungen als Anregungen verstanden werden.

5.4.1 Allgemeine Handlungsempfehlungen – Webpräsenzen

90% der Radtouristen sind Individualreisende, organisieren ihre Radreisen selbst und stellen ihre Touren selbst zusammen. Hierzu dient das Internet oftmals als wichtige und erste Informationsquelle.²¹¹

Bei der Suche nach Informationen gewinnt das Internet als Informationsquelle an Bedeutung. Gleichzeitig wird die Menge an zur Verfügung stehenden Informationen zunehmend unübersichtlicher. Oftmals werden deshalb Suchmaschinen genutzt, um die gewünschten Informationen zu finden. Es ist entscheidend, dass die Internetauftritte der Städte in der Liste der Suchergebnisse unter den ersten Ergebnissen stehen, da statistisch gesehen nur die ersten drei Seiten der Suchergebnisse vom Nutzer betrachtet werden.²¹²

Da die Suchmaschine Google in Deutschland am häufigsten genutzt wird und zuverlässige Ergebnisse auflistet²¹³, sollte bei der

Eingabe des Stadtnamens als Suchbegriff, das städtische Webportal (www.stadname.de) an erster Stelle zu finden sein.²¹⁴

Erscheint die städtische Internetpräsentation nicht an erster Position in der Ergebnisliste, empfiehlt es sich zu prüfen, ob möglichst alle Inhalte der Stadtseiten suchmaschinenoptimiert sind. So sollten Informationen möglichst als eindeutige Inhalte in Textform hinterlegt werden (HTML oder XHTML). Andere Formate wie z. B. Flash-Animationen sind zwar optisch ansprechend, werden jedoch nicht von Suchmaschinen gelesen.

Ebenso sollten auf Frames basierende Webauftritte vermieden werden. Bei der Verwendung von Fotos und Abbildungen ist zu beachten, dass diese mit alternativen Texten gekennzeichnet werden. Diese sind dann - anders als die Bilder - durch Search Engines lesbar. Alle Seiten sollten durch klare, logische Titel, sinnvolle Meta Tags und Linkbeschreibungen sowie „lesbare“ URLs gekennzeichnet sein.

Sinnvoll ist es zudem, dass eine Vielzahl an eingehenden Links von seriösen externen Internetpräsenzen auf die städtischen Websites vorhanden sind. Dies erhöht den Page-Rank einer Seite in der Google-Ergebnisliste in gleichem Maße wie die zuvor angeführten Aspekte. Weiterhin wirkt sich eine Registrierung im Open Directory Projekt (DMoz)²¹⁵ positiv auf die Bewertung der Seite aus. Nach welchen expliziten Kriterien die Suchererfolge in der Ergebnisliste dargestellt werden, gibt Google jedoch nicht bekannt.²¹⁶

Menü der Webpräsenzen

Das Menü der Websites, d. h. das aktuell verfügbare Angebot von Funktionen, sollte klar und einfach strukturiert sein, so dass die gewünschten Informationen leicht auffindbar sind. Unabhängig davon, ob statische oder dynamische Menüs genutzt werden, ist die sinnvolle Auswahl und Bezeichnung der Menüfelder ausschlaggebend. Die farbliche Untersetzung, die originelle und ansprechende Gestaltung soll Neugier erzeugen, Interesse wecken und im idealen Fall dem Corporate Design der Stadt entsprechen.²¹⁷

Ein Menüpunkt „Tourismus“ auf der Startseite leitet die User zu den gewünschten Informationen.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Ob die Informationen zum Tourismus im jeweiligen Stadt-Portal dabei aus Datensätzen der städtischen Webpräsenz oder weiterführenden Links zu externen Tourismus-Websites resultieren, ist dabei, solange Übersichtlichkeit und einfache Handhabung gewahrt ist, irrelevant.

Radtouristische Informationen sollten im Menüpunkt „Tourismus“ unter „Radfahren“ oder einer ähnlich eindeutigen Menüfeldbezeichnung schnell und einfach zu finden sein. Ein Link zum Reiseland Brandenburg ist ebenfalls sinnvoll, denn mit diesem wird den Nutzern ein weiterer, größerer Überblick über die zur Verfügung stehenden Angebote ermöglicht.²¹⁸

Stadtplan und Hinweise zur An- und Abreise
Ein Stadtplan sollte den Usern zur Verfügung stehen, um ihre Reiseplanung zu vereinfachen und um ihnen eine erste Orientierung anzubieten. Da er aber auch für andere Zielgruppen der städtischen Website nützlich ist, sollte er durch die Navigation des Webauftritts mit wenigen Mausklicks auffindbar sein. Im Stadtplan sollten Informationen zur Tourist Information, zu den Sehenswürdigkeiten, Parkplatzmöglichkeiten oder anderen Punkten touristischen Interesses vorhanden sein. Links zu Kartensystemen sind hierzu ebenfalls möglich.²¹⁹

Empfehlenswerter ist es jedoch, den Stadtplan beispielsweise als interaktive Karte zu gestalten und einzelne, aktivierbare „Layer“ bzw. „Informationsschichten“ zu entwickeln. Diese dynamischen Applikation im Stil von Google-Maps können in die Website integriert werden. Die Layer stellen individuell abrufbare Zusatzinformationen, beispielsweise zu Restaurants, Campingplätzen, usw. dar, die bei Suchanfrage des Users entsprechend ins Kartenwerk integriert werden.²²⁰ Dabei können auch die Kontaktdaten für den Service eingeblendet werden.

Die Gestaltung solcher interaktiver Karten ist sehr kreativ und birgt viele Möglichkeiten. Zudem ist die thematische, übersichtliche Gliederung der Informationen auf diese Art gewährleistet. In diesem Gestaltungsschema sollten auch Hinweise zur Anreise mit der Bahn und mit dem Auto aufgearbeitet werden.

Informationen der Radtouristen

Im Sinne der radtouristischen Inwertsetzung der historischen Stadtkerne ist es zudem sinnvoll, Hinweise zur Anreise auf touristischen Radwegen zu geben. Hierzu könnte eine weitere Informationsschicht entwickelt werden, die zusätzliche, mit dem Hinweise zu den Bahnhöfen der Umgebung, den Rastplätze sowie zu den lohnenswerten Aussichtspunkten usw. am Radweg visualisiert. Zudem ein Bookmark zum Radnavigator (www.radeln-in-brandenburg.de) ein unbedingtes Muss.²²¹

Im idealen Fall sind alle weiteren radtouristischen Informationen unter einem gesonderten, ebenfalls gut auffindbaren, Menüfeld mit der Bezeichnung „Radfahren“ zusammengestellt. Vorschläge zur Gestaltung von Tagesausflügen mit individuellen und geführten Radtouren sind sinnvoll und sollten anschaulich beschrieben sein, um Neugier zu wecken, die Stadt und Umgebung mit dem Rad zu erkunden.

Um die Reiseorganisation des Weiteren zu erleichtern, sollten Informationen dazu, wo Fahrräder sowie Satteltaschen sicher abzustellen bzw. aufzubewahren sind, kommuniziert werden. In gleichem Zusammenhang sind Hinweise zu Fahrradverleihmöglichkeiten und Radstationen sinnvoll. Ergänzend ist es zur Reiseplanung sinnvoll, eine gute Auswahl an Radwanderführern, Rad- und Freizeitkarten oder anderer Literaturtipps vorzustellen.

Darstellung der historischen Stadtkerne

Informationen zum historischen Stadtkern als sehenswerte Besonderheit bzw. zur Mitgliedschaft der Stadt in der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ sollten für alle User der Internetseiten auf der Startseite und auch unter dem Menüpunkt Tourismus gegeben sein. In diesem Zusammenhang ist es sinnvoll, das Logo der AG zu nutzen, um zudem die Wiedererkennung zu stärken.²²²

Die originelle Darstellung des historischen Stadtkerns ist unabdingbar, da sie das Interesse und die Neugier für einen Stadtbesuch wecken soll. In Zusammenhang mit dem für die Darstellung eines Stadtplans gegeben Modellschemas, empfiehlt es sich, auch für die Illustration des historischen Stadtkerns sowie der Sehenswürdigkeiten aktivierbare Animationen oder Informationen entwickelt werden.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Grundsätzlich ist es zweckmäßig für eine ansprechende Gestaltung der Homepage im Sinne eines anspruchsvollen Webdesigns, zahlreiche Fotos, Darstellungen, Karten sowie sonstige Abbildungen zu nutzen. In diesem Zusammenhang sind die authentischen Darbietungen des Stadtkerns bzw. der Sehenswürdigkeiten mit Abbildungen, Öffnungszeiten usw. über einen Stadtbesuch entscheidend.

Darstellung der Gastgeberverzeichnisse

Vor allem für längere Radtouren sind die gastronomischen Angebote am Radweg für den Erfolg der Radtour entscheidend. Informationen zu den Gastronomen am bzw. in der Nähe des Radweges unterstützen die Etappenplanung, so dass eine Einkehr zum „Tagesordnungspunkt“ wird.

Abbildung 34: Logo Bett & Bike



Quelle: LTV- Archiv

So sollte das übersichtlich gestaltete Gastgeberverzeichnis die Leistungsträger einladend vorstellen. Das Verzeichnis sollte im Menü schnell zu finden sein und alle Beherrbergungen und Gastronomiebetriebe z. B. mit Fotos und kurzen Beschreibungen ansprechend vorstellen. Auch hier sind Bett & Bike zertifizierte Betriebe mit dem Logo zu kennzeichnen.

Es könnten Rubriken für Restaurants, Hotels, Campingplätze, usw. einrichtet werden, in denen sich Anbieter selbständig registrieren und die Daten mit Hilfe von Eingabemaschinen selbständig pflegen. Es könnten des Weiteren Bookmarks zu den Webpräsenzen der Leistungsträger eingerichtet

werden. Schlichte, einfache tabellarische Aufzählungen sind nicht empfehlenswert und wirken nicht professionell.²²³

Darstellung von Gestaltungsvorschlägen für Tagesaufenthalte

Vorschläge zur Gestaltung von Tagesaufenthalten erleichtern die Reisevorbereitung und damit auch die Entscheidung über das Reiseziel. Hier sollten Stadtführungen, der stumme Stadtrundgang, Gestaltungsvorschläge für Individualreisende sowie Pauschalangebote und weitere Angebote für ein attraktives Stadterlebnis vorgeschlagen werden.²²⁴

Um den Touristen einen ersten Eindruck zu vermitteln, könnten beispielsweise auch Audio- oder Video- Podcasts oder MP3's, d. h. Mediendateien, angeboten werden. Diese Formate könnten einfach herunter geladen und vor Ort mit einem MP3- Player oder iPod angehört werden.²²⁵

Darstellung der stummen Stadtrundgänge

Der stumme Stadtrundgang sollte einladend und so beschrieben sein, dass sofort ersichtlich ist, dass sich die Möglichkeit bietet, mit wenig organisatorischem Aufwand den Stadtkern individuell zu erkunden. Ein Abbildung des Falblattes und Hinweise, wo sie erhältlich sind, sind zweckmäßig. Insbesondere wenn der Rundgang auch ohne Falblatt zu begehen ist, sollte auf die Objekttafeln, Markierungen oder sonstigen Hinweise aufmerksam gemacht werden. Hierzu ist die Abbildung einer Objekttafel oder der Wegmarkierung sinnvoll.

Kontaktdatenverfügbarkeit der Tourist Information

Die Tourist Information muss im Menü des städtischen Portals schnell und einfach auffindbar sein. Öffnungszeiten, Kontaktmöglichkeiten per Telefon und E- Mail sowie die Adresse müssen unbedingt angegeben sein, damit Kontaktmöglichkeiten jederzeit gewährleistet sind.²²⁶

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

5.4.2 Allgemeine Handlungsempfehlungen – Bearbeitung von Anfragen

Für die Formulierung der folgenden Handlungsempfehlungen wurde, wie in Kapitel 3.3 beschrieben, ein Mystery Check durchgeführt. Die Handlungsempfehlungen sollen dazu dienen, insbesondere radtouristische Anfragen im Sinne einer hohen Servicebereitschaft kundenorientiert zu bearbeiten.

Da der Gast keine direkte Möglichkeit hat Rückfragen zu stellen, sollten die Anfragen gezielt bearbeitet und die Auswahl der gesendeten Materialien insgesamt gut ausgewählt sein, um nicht den Eindruck eines undifferenzierten Prospektversandes zu erwecken. Vor diesem Hintergrund ist es zweckmäßig, dass alle Anfragen schnell und zuverlässig, d.h. innerhalb von maximal zwei Werktagen bearbeitet werden. Vergeht mehr Zeit oder wird die Anfrage gar nicht beantwortet, schwindet das Interesse die Stadt zu besuchen, denn der Serviceanspruch wurde nicht erfüllt, so dass es zum vorzeitigen Gästeschwund kommt.²²⁷

Gestaltung des Anschreibens

Den zum Versand zusammengestellten Informationen sollte immer auch ein Anschreiben an den Gast beiliegen, das sich zum einen inhaltlich auf die Anfrage bezieht und zum anderen formalen Gestaltungskriterien entspricht.

Das Anschreiben sollte sich individuell an den potentiellen Gast richten, um ihn einzuladen und seine Neugier zu wecken. Formale Ansprüche, wie z. B. das korrekt ausgefüllte Adressfeld, die persönliche und richtige Ansprache sowie eine (digitale) Unterschrift gestalten die Ansprache individuell.

Es ist ratsam auf dem Anschreiben zumindest das Logo der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ abzubilden, um auf die historische Stadtkulisse hinzuweisen. Weitere regionale oder städtische Symbole, ansprechendes Briefpapier und die Nutzung des städtischen Corporate Designs werten das Anschreiben auf.²²⁸

Umso unverwechselbarer das Anschreiben gestaltet ist, umso ansprechender und individueller wirkt es. So unterstreicht beispielsweise die Nutzung von Bildern, wie Fahrrä-

dern, Kanus oder Wanderschuhe, die zur Zielgruppe passen, diesen Eindruck. Insgesamt sollte das Anschreiben nicht an ein offizielles Dokument mit strenger Formvorlage erinnern, sondern wie eine individuelle Einladung in die Stadt wirken.

In jedem Anschreiben sollte mit kurzen Darstellungen auf die Gegebenheiten und Angebote vor Ort aufmerksam gemacht werden und auf entsprechendes beiliegendes Material hingewiesen werden. Der inhaltliche Bezug auf die gestellten Fragen muss unbedingt genommen werden, so dass alle gestellten Fragen beantwortet sind.²²⁹ Bei radtouristischen Anfragen empfiehlt es sich, weitere Informationen beispielsweise über Sehenswürdigkeiten am Radweg, Pauschalen, demnächst anstehende interessante Events oder ähnliches zu übermitteln.

Hinweise auf Bett & Bike zertifizierte Betriebe und Möglichkeiten das Fahrrad und die Satteltaschen sicher abzustellen sind ebenfalls sinnvoll.

Schließlich sollte eine Einladung in die Tourist Information vor Ort und das Versprechen gern weitere Auskünfte zu erteilen im Anschreiben nicht fehlen.²³⁰ Der Hinweis auf einen Unkostenbeitrag muss so angebracht sein, dass der Leser freundlich und nicht aufdringlich, angesprochen wird.²³¹

Darstellung der historischen Stadtkerne

Aus dem übermittelten Material muss ich die Stadt unabhängig vom Reisemotiv des Interessenten als einladendes, attraktives Reiseziel hervorgehen. Hierzu sollten die Mitgliedschaft in der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ und die sehenswerten Besonderheiten der historischen Stadtkulisse herausgestellt werden. Dazu bietet sich beispielsweise die Übermittlung des Faltblattes „Reisen in die Stadtgeschichte“ der AG an. Es empfiehlt sich weiterhin, die wichtigsten Sehenswürdigkeiten vorzustellen und ihre Öffnungszeiten anzugeben.²³²

Stadtbroschüren und weitere Informationsmaterialien

Attraktive aussagekräftige Broschüren über die Stadt (Imagebroschüren, Leader+, usw.), die viele touristisch interessante Inhalte eingehender darstellen und nicht durch Werbeanzeigen überladen wirken, vermitteln dem Gast einen bildlichen Eindruck und ersten Vorgeschmack auf die Stadt.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

Zum einen sollte in den Broschüren die Stadt vorgestellt, zum anderen die vor Ort zur Verfügung stehenden Möglichkeiten dargestellt werden. Einladende Beschreibungen des historischen Stadtkerns und der Sehenswürdigkeiten dienen dazu den Leser anzusprechen und sein Interesse zu wecken. Sagen, Erzählungen oder historische Geschichten und andere Besonderheiten, die auch in den stummen Stadtrundgang aufgenommen werden können, stellen die Stadt als sehenswerte Einzigartigkeit heraus. Schließlich sollte auch auf den stummen Stadtrundgang hingewiesen und das zugehörige Falblatt beigelegt werden.²³³

Die Broschüre sollte auch genutzt werden, um Informationen für Radtouristen wie Wissenswertes zur Streckenführung touristischer Radwege, zu Sehenswürdigkeiten am Weg, Hinweise auf Fahrradabstellanlagen,

Möglichkeiten zur Aufbewahrung der Satteltaschen, Fahrradvermietungen und Radstationen in der Stadt usw. zu übermitteln.²³⁴ Zudem könnte in der Broschüre auch auf das Leitsystem, die Informations- und Objekttafeln hingewiesen werden.

Aus den übermittelten Materialien sollten des Weiteren nicht nur Hinweise zur Anreise mit dem Auto bzw. der Bahn, sondern auch mit dem Fahrrad gegeben werden. Ergänzend empfiehlt es sich, einen Stadtplan zur Verfügung zu stellen.

5. Allgemeine Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung historischer Stadtkerne

- ¹⁸³ MW 2000, S.10
¹⁸⁴ MW 2000, S.10
¹⁸⁵ MW 2000, S.10-11
¹⁸⁶ MW 2000, S.10-11
¹⁸⁷ SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 08.03.2007
¹⁸⁸ JENNERT; SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 08.03.2007
¹⁸⁹ REPEL; LORENZ 2000, S.35
¹⁹⁰ MW 2000, S.10
¹⁹¹ JENNERT; SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 08.03.2007
¹⁹² MW 2000, S.10
¹⁹³ REPEL; LORENZ 2000; S. 10
¹⁹⁴ JENNERT; SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 08.03.2007
¹⁹⁵ SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 08.03.2007
¹⁹⁶ Vgl. Kapitel 3.3
¹⁹⁷ REPEL; LORENZ 2000, S.11
¹⁹⁸ DREYER; LINNE 2004, S.33
¹⁹⁹ www.deutschertourismusverband.de, eingesehen am 17.04.2007
²⁰⁰ DREYER; LINNE 2004, S.34
²⁰¹ DREYER; LINNE 2004, S.36
²⁰² DREYER; LINNE 2004; S.36- 37
²⁰³ SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 18.04.2007
²⁰⁴ JENNERT; SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 23.04.2007
²⁰⁵ DREYER; LINNE 2004; S. 43
²⁰⁶ SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 18.04.2007
²⁰⁷ DSF 1997, S.168
²⁰⁸ DSF 1997, S.329- 330
²⁰⁹ SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 18.04.2007
²¹⁰ DTV 2005
²¹¹ Vgl. Kapitel 2.2
²¹² KOCH, persönliches Gespräch, Infopark AG, 10.04.2007
²¹³ GRIESBAUM u. a. 2002, S.16- 23; Vgl. Kapitel 3.3
²¹⁴ KOCH, persönliches Gespräch, Infopark AG, 10.04.2007
²¹⁵ D0mz ist ein sehr umfangreicher Link-Katalog des World Wide Web
²¹⁶ KOCH, persönliches Gespräch, Infopark AG, 10.04.2007
²¹⁷ KOCH, persönliches Gespräch, Infopark AG, 10.04.2007
²¹⁸ SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 22.02.2007

- ²¹⁹ SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 22.02.2007
²²⁰ KOCH, persönliches Gespräch, Infopark AG, 10.04.2007
²²¹ SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 22.02.2007
²²² REPEL; LORENZ 2000, S.12
²²³ KOCH, persönliches Gespräch, Infopark AG, 10.04.2007
²²⁴ SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 22.02.2007
²²⁵ KOCH, persönliches Gespräch, Infopark AG, 10.04.2007
²²⁶ KOCH, persönliches Gespräch, Infopark AG, 10.04.2007
²²⁷ BORCHERT, persönliches Gespräch, LTV, „Tourismusakademie“, 10.11.2006; DREYER; LINNE 2004; S.40
²²⁸ BORCHERT, persönliches Gespräch, LTV, Tourismusakademie, 07.12.2006; DREYER; LINNE 2004, S.94- 96
²²⁹ DREYER; LINNE 2004; S.40
²³⁰ BORCHERT, persönliches Gespräch, LTV, Tourismusakademie, 07.12.2006
²³¹ DREYER; LINNE 2004; S.39
²³² REPEL; LORENZ 2000, S.16- 17, A13
²³³ BORCHERT, persönliches Gespräch, LTV, Tourismusakademie, 07.12.2006
²³⁴ SCHWALBE, persönliches Gespräch, LTV, Netzwerk „Aktiv in der Natur“, 08.12.2006

6. Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung der untersuchten historischen Stadtkerne

Die folgenden Handlungsempfehlungen gehen aus den allgemeinen Handlungsempfehlungen (Kapitel 5) hervor. Sie sollen unbedingt in Zusammenhang mit den im letzten Kapitel geschriebenen Empfehlungen betrachtet und umgesetzt werden.

Zur Ableitung des notwendigen Handlungsbedarfs bilden die Erhebungsergebnisse der Städte die Grundlage und nahezu ausschließlich genutzte Quelle. Informationen zu den tagestouristischen Rundtouren wurden auch durch die Gespräche vor Ort gesammelt. Angaben über Bett & Bike Betriebe in den Städten wurden dem aktuellen Gastgeberverzeichnis des ADFCs entnommen.²³⁵

Die Handlungsempfehlungen beziehen sich auf das Datum ihrer Datengrundlage, d.h. der Erhebung. Bei der Ableitung der Handlungsempfehlungen der Städte wird dabei vorwiegend nur auf die durch die Bestandaufnahme ausgemachten Defizite eingegangen.

Für die Auswertung der Erhebungsergebnisse werden Diagramme abgebildet. Darin sind die Bewertungen der Städte, d. h. die erreichten Punktzahlen, in Form von Säulen den Maximalwerten, die schwarz markiert sind, gegenüber gestellt. Für die Zusammenfassung der Ergebnisse weitere Diagramme gegeben. Die vier blauen Säulen stellen darin die erreichten Punkte der einzelnen Bewertungsabschnitte dar. Die grau gekennzeichnete Säule zeigt die erreichte Gesamtpunktzahl, die sich aus den einzelnen Untersuchungen zusammensetzt.

Die Tabellen mit den Skalierungen zur Bewertung der Ergebnisse sind im Folgenden gegeben.

Da den touristischen Akteuren in den Städten jeweils nur die allgemeinen Handlungsempfehlungen (Kapitel 5) und die ihrer Stadt zur Verfügung gestellt werden, wiederholen sich Formulierungen, um eine Einheitlichkeit zu erreichen.

Tabelle 15: Skalierung der Ergebnisse Anbindung der Stadt

	Teil I					
	Anbindung der Stadt					
	Radtourist. Erschließung		Bahnverkehr		insgesamt von 20	
Gewichtung	10		10		20	
Maximalwert	10,0	in %	10,0	in %	20,0	in %
sehr gut	> 8	> 80	> 7	> 70	> 14	> 70
gut	7 - 7,9	70 - 79	5,2 - 6,9	52 - 69	12 - 13,9	60 - 69,9
nicht ausreichend	< 7,0	< 70	< 5,2	< 52	< 12	< 60

Quelle: eigene Berechnung

Tabelle 16: Skalierung der Ergebnisse - Touristische Infrastruktur

	Teil II					
	touristische Infrastruktur					
	Radtourist. IS		Stadtrundgang		insgesamt von 40	
Gewichtung	35		5		40	
Maximalwert	35,0	in %	5,0	in %	40,0	in %
sehr gut	> 21	> 60	> 4	> 80	> 24	> 60
gut	17,5 - 20,9	50 - 59,9	3,5 - 3,9	70 - 79,9	20 - 23,9	50 - 59,9
befriedigend	14,7 - 17,4	42 - 49,9	< 3,5	< 70	16,8 - 19,9	42 - 49,9
mangelhaft	< 14,7	< 42			< 16,8	< 42

Quelle: eigene Berechnung

6. Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung der untersuchten historischen Stadtkerne

Tabelle 17: Skalierung der Ergebnisse -
Touristeninformation vor Ort

	Teil III					
	Touristeninformation vor Ort					
	Informationstafeln		Tourist Information		insgesamt von 17,5	
Gewichtung	10		7,5		17,5	
Maximalwert	10,0	in %	7,5	in %	17,5	in %
sehr gut	> 6,5	> 65	> 5,6	> 75	> 11,4	> 65
gut	5,5 - 6,4	55 - 64,9	4,7 - 5,5	63 - 74,9	9,7 - 11,3	55 - 64,9
befriedigend	4,5 - 5,4	45 - 54,9	3,4 - 4,6	45 - 62,9	7,9 - 9,6	45 - 54,9
mangelhaft	< 4,5	< 45	< 3,4	< 45	< 7,9	< 45

Quelle: eigene Berechnung

Tabelle 18: Skalierung der Ergebnisse -
Öffentlichkeitsarbeit

	Teil IV					
	Öffentlichkeitsarbeit					
	Internetauftritt		Mystery Check		insgesamt von 22,5	
Gewichtung	15		7,5		22,5	
Maximalwert	15,0	in %	7,5	in %	22,5	in %
sehr gut	> 11,2	> 75	> 5	> 66	> 16	> 71
gut	9,5 - 11,1	63 - 74,9	4,2 - 4,9	56 - 65,9	13,5 - 15,9	60 - 70,9
befriedigend	6,7 - 9,4	45 - 62,9	3,4 - 4,1	45 - 55,9	11,5 - 13,4	51 - 59,9
mangelhaft	< 6,7	< 45	< 3,4	< 45	< 11,5	< 51

Quelle: eigene Berechnung

Tabelle 19: Skalierung der Ergebnisse -
Zusammenfassung

	Vergleich aller Städte
Maximalwert	von 100 Punkten / in %
sehr gut	> 65
gut	55 - 64,9
befriedigend	47 - 54,9
mangelhaft	< 47

Quelle: eigene Berechnung

7. Zusammenfassung und Ausblick

Die Bedeutung des Fahrradfahrens für Aktiv- sowie Familien- und Erholungsurlauber ist deutlich gewachsen ist. Der Brandenburger Fahrradtourismus ist ein Wachstumsmarkt, der im Trend liegt.

Viele touristische Leistungsträger des Landes haben das Marktsegment Radtourismus und sein wirtschaftliches Potenzial längst erkannt und gaben in einer Umfrage an, dass sie es sich bereits zu Nutzen machen konnten. Entgegen dem insgesamt eher verhaltenen Optimismus anderer touristischer Leistungsträger in Brandenburg, geht aus dieser Umfrage eine wesentlich positivere Stimmung hervor, die sich beispielsweise über steigende Übernachtungs- und Mitarbeiterzahlen freuen. Im Zusammenhang mit dem Ausbau des Radwegenetzes machten sie auf ihre sehr positiven Geschäftsentwicklungen und Zuwachsraten im Gästeaufkommen aufmerksam.

Fahrradtourismus findet in hauptsächlich im peripheren Raum statt. So bilden die 31 Städte der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ attraktive Erlebnis- und Begegnungsstätten bzw. Anziehungspunkte in Brandenburg. Um den Wachstumstrend zu stärken und auszubauen, wurden in dieser Arbeit Handlungsempfehlungen zur radtouristischen Inwertsetzung dieser Stadtkerne entwickelt. Dazu sind 16 Städte der AG anhand einer umfassenden Erhebung untersucht worden. Somit wurden vorhandene Strukturen erfasst und konkrete, übertragbare Handlungsempfehlungen für die historischen Stadtkerne entwickelt. Die in der Tourismuskonzeption beschriebenen Marketingziele der AG werden damit unterstützt.

Eine thematische Verknüpfung des Fahrradtourismus mit den historischen Stadtkernen ist im Sinne der Angebotsvielfalt vieler kleiner Städte mit historischen Stadtkernen sinnvoll. Der Bekanntheitsgrad und die radtouristische Nachfrage sollen sich erhöhen, so dass sich die Stadtkerne als attraktive Erlebnis- und Begegnungsräume für Radtouristen etablieren.

In Hinblick auf die Fragestellung im Titel dieser Arbeit – „Sattelfeste Altstädte?“ – wird mit dieser Untersuchung deutlich, dass in den meisten Stadtkernen umfangreicher

Handlungsbedarf notwendig ist, um sie zielgruppengerecht bzw. kundenorientiert zu gestalten und um somit die radtouristische Nachfrage zu erhöhen.

Mit einem standardisierten Erhebungsbogen wurde die Bestandsaufnahme, die in vier thematisch unterschiedliche Teilerhebungen untergliedert ist, durchgeführt. So ist die Erschließung der Städte durch das Radwegenetz und die Bahn erfasst worden. Zudem wurden die touristischen Strukturen vor Ort aufgenommen. Während der dazu durchgeführten Ortsbegehungen sind die Tourist Informationen und die Informationstafeln untersucht worden. Mit einer weiteren Teilerhebung wurde anhand der Websites und der Auswertung der Mystery Checks die Öffentlichkeitsarbeit der Städte beurteilt.

Aus der Erhebung gehen die Städte Lübbenu, Neuruppin, Angermünde, Werder (Havel) sowie Luckau mit den besten Ergebnissen, d. h. positiven Voraussetzungen zur weiteren radtouristischen Entwicklung hervor. Es ist jedoch anzumerken, dass lediglich diese fünf Städte mehr als der Hälfte der abgefragten Kriterien entsprechen konnten. Durchschnittlich wurden lediglich 42,5% der Anforderungen, die einer *mangelhaften* Beurteilung gleichkommen, erfüllt.

Insgesamt ist anzumerken, dass die meisten Städte ihren historischen Stadtkern nicht ausreichend präsentieren. Um die AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ als Gütesiegel über die Brandenburger Landesgrenzen hinaus zu prägen, besteht größerer Handlungsbedarf. Beispielsweise machen nur wenige Städte auf ihren Websites auf die Besonderheiten des historischen Stadtkerns aufmerksam.

Im Vergleich aller betrachteten Stadtkerne ist die radtouristische Ausrichtung sehr unterschiedlich ausgeprägt und macht einen insgesamt sehr umfangreichen Handlungsbedarf notwendig. Bis auf fünf Städte sind die untersuchten Stadtkerne durch das Radwegenetz und den Bahnverkehr gut erschlossen. Jedoch mehr als die Hälfte der untersuchten Städte verfügen z. B. nur über unzureichende radtouristische Infrastrukturen.

Um die beschriebenen Wachstumstrends in den historischen Stadtkernen zu stärken, müssen eine Vielzahl von Defiziten ausgeglichen werden, um das radtouristische Potential der Städte auszuschöpfen.

7. Zusammenfassung und Ausblick

Die hierzu formulierten Handlungsempfehlungen sind entsprechend umfangreich und auf andere Städte der AG übertragbar. Ihre Umsetzung empfiehlt sich vor allem in Zusammenhang mit der Tour

Brandenburg bzw. der Entwicklung der sechs Historischen Stadtkern- Routen, die für die betrachteten Städte neue radtouristische Entwicklungsimpulse bedeuten können.

In diesem Zusammenhang ergeben sich durch die thematische Verknüpfung von Städte- und Kulturtourismus mit dem Fahrradtourismus neue Entwicklungspotentiale. Sie sollten für weitere Produktentwicklungen und zur Präsentation des „RadLands Brandenburg“ genutzt werden, um sich gegenüber der wachsenden Konkurrenz mit neuen Alleinstellungsmerkmalen abzusetzen. Aus dieser Verknüpfung ergeben sich zudem auch für kleinere Städte Chancen zur erfolgreichen touristischen Entwicklung.

Mit dem Ziel der nachhaltigen Entwicklung des Fahrradtourismus, wird die Radfernwege-zertifizierung durch das Netzwerk „Aktiv in der Natur“ vorangetrieben. Ist die Zertifizierung der Radfernwege im Herbst 2007 beendet, verfügt Brandenburg als radtouristische Destination über ein weiteres

Alleinstellungsmerkmal, das im Sinne einer Qualitätsoffensive für die Weiterentwicklung des Brandenburger Radtourismus umgesetzt werden sollte.

Mit der Zertifizierung der Tour Brandenburg kann diese nicht nur als Deutschlands längster Radfernweg sondern auch mit einer Qualitätsgarantie vermarktet werden. In Zusammenhang mit der wabenartigen Erweiterung des Radfernwegs durch die Historischen Stadtkern- Routen ergeben sich weitere radtouristische Entwicklungsimpulse. Mit der Umsetzung der mit dieser Arbeit gegebenen Handlungsempfehlungen ist nicht nur die Qualität der Radwege garantiert, sondern auch die radtouristische Ausrichtung bzw. Kundenorientierung der Stadtkerne gesichert.

Im Fazit endet die vorliegende Arbeit mit einem positiven Blick in die Zukunft. Das radtouristische Potential der AG wurde erkannt, auch wenn noch nicht alle historischen Stadtkerne „sattelfest“ sind. Die Verknüpfung der Themen Stadt- und Kulturtourismus mit dem Fahrradtourismus birgt neue, viel versprechende Entwicklungsimpulse für den Brandenburger Tourismus.

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

Der folgende Erhebungsbogen bietet die Möglichkeit, weitere historische Stadtkerne einzuschätzen. Die Fragestellungen des Erhebungsbogens waren Grundlage der durchgeführten Bestandsaufnahme.

Für die Selbsteinschätzung werden nach den Fragestellungen der Teilerhebungen Bewertungsmaßstäbe gegeben. Sie berücksichtigen zur Vereinfachung keine Normie-

rungen, sondern gehen von den maximal erreichbaren Punktzahlen aus.

Da Normierungen und Gewichtungen, die in Kapitel 3 beschrieben sind, in die Berechnung der Bewertungsmaßstäbe eingegangen sind, können die Ergebnisse auf die Darstellungen dieser Arbeit übertragen werden.

I. ANBINDUNG DER STADT

RADTOURISTISCHE ERSCHLIEßUNG

1. Ist die Stadt durch einen touristischen Radweg erschlossen?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- Ja 1,5 ☺ welcher/ welche: _____
Nein 0

Wenn ja, erschließt dieser Radweg den historischen Stadtkern?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

2. Gibt es einen Radweg, der den Bahnhof und historischen Stadtkern miteinander verbindet?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- Ja 1,5
Nein 0

3. Gibt es eine 20 – 60km lange Rundtour, die sich für Tagesausflüge eignet, mit Start und Ziel in der Stadt?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- Ja 1,5
Nein 0

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

ANBINDUNG DER STADT DURCH DIE BAHN

4. Ist die Stadt durch den Bahnverkehr mit einem eigenen Bahnhof erschlossen?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- Ja 1,5
Nein 0

Wenn ja, wie weit ist der Bahnhof vom historischen Stadtkern entfernt?

→ einfache Gewichtung x 1

- Weniger als 3 km 1
3 - 5 km 0,5
mehr als 5 km 0

Wenn nein, wie weit ist der historische Stadtkern vom nächsten Bahnhof entfernt?

→ einfache Gewichtung x 1

☺ Welcher Bahnhof ist das: _____

- Weniger als 5 km 1
5 – 10 km 0,5
mehr als 10 km 0

5. Wie oft wird der Bahnhof wochentags zw. 9- 12Uhr von Zügen aus Berlin frequentiert, die die Fahrradmitnahme erlauben?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- > 4 Züge 1,5
 2 – 4 Züge 0,75
 0 – 2 Züge 0

6. Wie oft der Bahnhof wochentags zw. 17- 20Uhr von Zügen nach Berlin frequentiert, die die Fahrradmitnahme erlauben?

→ hohe Gewichtung x 1,5

17 – 20Uhr

- > 4 Züge 1,5
 2 – 4 Züge 0,75
 0 – 2 Züge 0

7. Wie oft wird der Bahnhof am Wochenende zw. 9- 12Uhr von Zügen aus Berlin frequentiert, die die Fahrradmitnahme erlauben?

→ hohe Gewichtung x 1,5

9 – 12Uhr

- > 4 Züge 1,5
 2 – 4 Züge 0,75
 0 – 2 Züge 0

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

8. Wie oft der Bahnhof am Wochenende zw. 17- 20Uhr von Zügen nach Berlin frequentiert, die die Fahrradmitnahme erlauben?

→ hohe Gewichtung x 1,5

17 – 20Uhr

- > 4 Züge 1,5
- 2 – 4 Züge 0,75
- 0 – 2 Züge 0

9. Wird der Bahnhof von Zügen des Fernverkehrs frequentiert, die die Fahrradmitnahme erlauben?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
- Nein 0

BEWERTUNGSMAßSTAB - ANBINDUNG DER STADT

	Teil I					
	Anbindung der Stadt					
	Radtourist. Erschließung		Bahnverkehr		insgesamt von 16	
Maximalwert	5,5	in %	10,5	in %	16,0	in %
sehr gut	> 4,4	> 80	> 7,35	> 70	> 11,2	> 70
gut	3,85- 4,3	70 - 79,9	5,46 - 7,34	52 - 69,9	9,6 - 11,1	60 - 69,9
nicht ausreichend	< 3,85	< 70	< 5,46	< 52	< 9,6	< 60

II. TOURISTISCHE INFRASTRUKTUR

RADTOURISTISCHE INFRASTRUKTUR

1. Sind im historischen Stadtkern größere Radabstellmöglichkeiten vorhanden?

→ hohe Gewichtung x 1,5

(☺ wo _____)

Anlehnbügel	<input type="checkbox"/>	1,5	☺ Anzahl	_____	In Nutzung:	_____
Fahrradboxen	<input type="checkbox"/>	1,5	☺ Anzahl	_____	In Nutzung:	_____
Vorradklemmbügel	<input type="checkbox"/>	0,75	☺ Anzahl	_____	In Nutzung:	_____
- „ - mit Lehnhilfe	<input type="checkbox"/>	1,5	☺ Anzahl	_____	In Nutzung:	_____
keine Abstellmgl.	<input type="checkbox"/>	0				

2. Sind auf dem Marktplatz Radabstellmöglichkeiten vorhanden?

→ hohe Gewichtung x 1,5

Anlehnbügel	<input type="checkbox"/>	1,5	☺ Anzahl	_____	In Nutzung:	_____
Fahrradboxen	<input type="checkbox"/>	1,5	☺ Anzahl	_____	In Nutzung:	_____
Vorradklemmbügel	<input type="checkbox"/>	0,75	☺ Anzahl	_____	In Nutzung:	_____
- „ - mit Lehnhilfe	<input type="checkbox"/>	1,5	☺ Anzahl	_____	In Nutzung:	_____
keine Abstellmgl.	<input type="checkbox"/>	0				

3. Sind im historischen Stadtkern dezentral angelegte Radabstellmöglichkeiten vorhanden?

→ hohe Gewichtung x 1,5

(☺ z.B. wo _____)

Anlehnbügel	<input type="checkbox"/>	1,5	☺ Anzahl	_____	In Nutzung:	_____
Fahrradboxen	<input type="checkbox"/>	1,5	☺ Anzahl	_____	In Nutzung:	_____
Vorradklemmbügel	<input type="checkbox"/>	0,75	☺ Anzahl	_____	In Nutzung:	_____
- „ - mit Lehnhilfe	<input type="checkbox"/>	1,5	☺ Anzahl	_____	In Nutzung:	_____
keine Abstellmgl.	<input type="checkbox"/>	0				

4. Sind Radabstellmöglichkeiten vor den begehbaren Sehenswürdigkeiten des historischen Stadtkerns vorhanden?

→ hohe Gewichtung x 1,5

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

☺ **Wenn ja, wieviele Abstellmöglichkeiten gibt es vor den Sehenswürdigkeiten?**

☺ **Wenn ja, welche Abstellmöglichkeiten gibt es?**

	Sehenswürdigkeit	Abstellmgl.	☺ Art der Abstellmgl.	☺ Anzahl
1		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>		
2		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>		
3		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>		
4		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>		
5		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>		
6		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>		
7		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>		
8		ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>		

Punkte Abstellmöglichkeiten vor den Sehenswürdigkeiten:

- weniger als 1/3 haben keine Abstellmöglichkeit 1,5
 1/3 bis die 1/2 haben keine Abstellmöglichkeit 0,75
 bis zu 50% haben keine Abstellmöglichkeit 0

5. Sind Radabstellmöglichkeiten vor der Tourist Information vorhanden?

→ **hohe Gewichtung x 1,5**

- Anlehnbügel 1,5 ☺ Anzahl _____
 Abstellboxen 1,5 ☺ Anzahl _____
 Vorradklemmbügel 0,75 ☺ Anzahl _____
 - „ - mit Lehnhilfe 1,5 ☺ Anzahl _____
 Sonstiges _____ ☺ Anzahl _____
 keine Abstellmgl. 0
 kein Bahnhof 0

6. Sind Radabstellmöglichkeiten am Bahnhof vorhanden?

→ **einfache Gewichtung x 1**

- Anlehnbügel 1 ☺ Anzahl _____
 Abstellboxen 1 ☺ Anzahl _____
 Vorradklemmbügel 0,5 ☺ Anzahl _____
 - „ - mit Lehnhilfe 1 ☺ Anzahl _____
 Fahrradaufhängungen 0,5 ☺ Anzahl _____
 Sonstiges _____ ☺ Anzahl _____
 keine Abstellmgl. 0

Wenn ja, sind die Radabstellmöglichkeiten überdacht?

→ **geringe Gewichtung x 0,5**

- Ja 0,5
 Teilweise 0,25
 Nein 0

7. Sind Schließfächer im/ am Bahnhof oder im historischen Stadtkern vorhanden?

→ **einfache Gewichtung x 1**

- Ja 1
 Nein 0

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

8. Ist in der Stadt ein Fahrradgeschäft vorhanden?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja, im Stadtkern 1
Ja, in der Stadt 0,5 ☺ wie weit ist es vom Stadtkern entfernt? ____ km
Nein, keinen 0

Wenn ja, können dort Fahrräder gemietet werden?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Wenn ja, wird das Fahrradgeschäft als Radstation genutzt?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Wenn ja, wie sind die Öffnungszeiten in der Hauptsaison?

→ einfache Gewichtung x 1

- Samstags und sonntags geöffnet oder Bereitschaft 1
nur Samstag geöffnet oder Bereitschaft 0,5
am Wochenende geschlossen 0

9. Ist in der Stadt eine Radstation vorhanden?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- Ja, im Stadtkern 1,5
Ja, in der Stadt 0,75 ☺ wie weit ist sie vom Stadtkern entfernt? ____ km
Nein, keine 0

Wenn ja, ist sie in den Wegweisungen des historischen Stadtkerns berücksichtigt?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja 0,5
Nein 0,25

Wenn ja, wie sind die Öffnungszeiten in der Hauptsaison?

→ einfache Gewichtung x 1

- Samstags und sonntags geöffnet oder Bereitschaft 1
nur Samstag geöffnet oder Bereitschaft 0,5
am Wochenende geschlossen 0

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

10. Ist in der Stadt eine noch nicht aufgenommene Fahrradvermietung vorhanden?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja, im Stadtkern 1
Ja, in der Stadt 0,5 ☺ wie weit ist sie vom Stadtkern entfernt? ____ km
Nein, keine 0

Wenn ja, ist sie in den Wegweisungen des historischen Stadtkerns berücksichtigt?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Wenn ja, wird die Fahrradvermietung als Radstation genutzt?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Wenn ja, wie sind die Öffnungszeiten in der Hauptsaison?

→ einfache Gewichtung x 1

- Samstags und sonntags geöffnet oder Bereitschaft 1
nur Samstag geöffnet oder Bereitschaft 0,5
am Wochenende geschlossen 0

11. Gibt es Bett & Bike Betriebe in der Stadt oder Umgebung (bis 10km Entfernung)?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- Ja 1,5
Nein 0

☺ **Wenn ja, wie weit sind die Bett & Bike Betriebe vom historischen Stadtkern entfernt?**

☺ **Wenn ja, sind die Bett & Bike Betriebe mit dem Logo als gekennzeichnet?**

<u>Bett & Bike Unterkunft</u>	<u>Entfernung zum SK</u>	<u>Kennzeichnung?</u>
_____	_____ km	ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
_____	_____ km	ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
_____	_____ km	ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>
_____	_____ km	ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>

12. Gibt es einen oder mehrere Campingplätze in der Stadt/ der näheren Umgebung (bis 10km Entfernung)?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

<u>Campingplatz</u>	<u>Entfernung zum SK</u>
_____	_____ km

13. Entspricht die Beschilderung der touristischen Radwege im historischen Stadtkern den Handlungsempfehlungen des Ministeriums für Wirtschaft?

→ **hohe Gewichtung x 1,5**

- | | | |
|--------------------------|--------------------------|------|
| Ja, durchgehend | <input type="checkbox"/> | 1,5 |
| Teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,75 |
| Nein, größtenteils nicht | <input type="checkbox"/> | 0 |
| Nicht ausgeschildert | <input type="checkbox"/> | 0 |
| Keine tour. Radwege | <input type="checkbox"/> | 0 |

14. Ist die Beschilderung der touristischen Radwege im Stadtkern gut sichtbar angebracht?

→ **geringe Gewichtung x 0,5**

- | | | |
|--------------------------|--------------------------|------|
| Ja, durchgehend | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,25 |
| Nein, größtenteils nicht | <input type="checkbox"/> | 0 |
| Nicht ausgeschildert | <input type="checkbox"/> | 0 |
| Keine tour. Radwege | <input type="checkbox"/> | 0 |

15. Ist der Bahnhof fahrradfreundlich bzw. barrierefrei gestaltet (Schieberampen, Fahrstuhl, usw.)?

→ **hohe Gewichtung x 1,5**

- | | | |
|--------------|--------------------------|-----|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |
| Kein Bahnhof | <input type="checkbox"/> | 0 |

☺ **Wenn nein, welcher Mangel liegt vor?**

16. Ist die Tourist Information am Bahnhof ausgeschildert?

→ **einfache Gewichtung x 1**

- | | | |
|--------------|--------------------------|---|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |
| Kein Bahnhof | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, ist die Beschilderung zielführend?

→ **geringe Gewichtung x 0,5**

- | | | |
|-----------------|--------------------------|------|
| Ja, durchgehend | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Weitestgehend | <input type="checkbox"/> | 0,25 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

17. Ist der historische Stadtkern am Bahnhof ausgeschildert?

→ einfache Gewichtung x 1

Schild „Historischer Stadtkern“	<input type="checkbox"/>	1
Schild „Altstadt“	<input type="checkbox"/>	0,5
Schild „Marktplatz“	<input type="checkbox"/>	0,5
Schild „Zentrum“	<input type="checkbox"/>	0,5
Schild Sonstiges _____	<input type="checkbox"/>	0,5
Keine Ausschilderung	<input type="checkbox"/>	0
Kein Bahnhof	<input type="checkbox"/>	0

18. Ist der Bahnhof im historischen Stadtkern ausgeschildert?

→ einfache Gewichtung x 1

Ja, weitestgehend	<input type="checkbox"/>	1
Teilweise	<input type="checkbox"/>	0,5
Nein	<input type="checkbox"/>	0
Kein Bahnhof	<input type="checkbox"/>	0

19. Ist ein touristischer Radweg am Bahnhof ausgeschildert?

→ hohe Gewichtung x 1,5

Ja	<input type="checkbox"/>	1,5
Nein	<input type="checkbox"/>	0
Kein Bahnhof	<input type="checkbox"/>	0

☉ Wenn ja, welche(r): _____

20. Ist die Tourist Information im historischen Stadtkern ausgeschildert?

→ einfache Gewichtung x 1

Ja	<input type="checkbox"/>	1
Nein	<input type="checkbox"/>	0

21. Ist ein Hotelleitsystem im historischen Stadtkern vorhanden?

→ einfache Gewichtung x 1

Ja	<input type="checkbox"/>	1
Nein	<input type="checkbox"/>	0

22. Ist ein Parkleitsystem im historischen Stadtkern vorhanden?

→ einfache Gewichtung x 1

Ja	<input type="checkbox"/>	1
Nein	<input type="checkbox"/>	0

23. Ist der historischen Stadtkern auf dem Parkplatz oder in sichtbarer Nähe ausgewiesen

→ einfache Gewichtung x 1

Ja	<input type="checkbox"/>	1
Nein	<input type="checkbox"/>	0

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

STUMMER STADTRUNDGANG

24. Gibt es einen stummen Rundgang durch den historischen Stadtkern?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Wenn ja, gibt es ein Faltblatt zum Stadtrundgang?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja 0,5
Nein 0

Wenn ja, ist der Stadtrundgang im Faltblatt kartographisch dargestellt?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja 0,5
Nein 0

Wenn ja, ist das Faltblatt attraktiv und ansprechen gestaltet?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja 0,5
Nein 0

Wenn ja, ist der Stadtrundgang so beschildert, dass man ohne Faltblatt erkunden kann?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja, durchgehend 0,5
Nein, größtenteils nicht 0

25. Sind an den Sehenswürdigkeiten Objekttafeln vorhanden?

→ einfache Gewichtung x 1

- | Sehenswürdigkeit | thematische Beschilderung: |
|------------------|---|
| _____ | ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> |
| _____ | ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> |
| _____ | ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> |
| _____ | ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> |
| _____ | ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> |

Punkte thematische Beschilderung vor den Sehenswürdigkeiten:

- Weniger als 1/3 haben keine thematische Beschilderung 1
1/3 bis die 1/2 haben keine thematische Beschilderung 0,5
bis zu 50% haben keine thematische Beschilderung 0

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

26. Haben die Sehenswürdigkeiten einheitlich gestaltete Objekttafeln?
 → einfache Gewichtung x 1

- Ja, weitestgehend 1
- Teilweise 0,5
- Nein 0

BEWERTUNGSMAßSTAB – TOURISTISCHE INFRASTRUKTUR

	Teil II					
	touristische Infrastruktur					
	Radtourist. IS		Stadtrundgang		insgesamt von 41	
Maximalwert	36,0	in %	5,0	in %	41,0	in %
sehr gut	> 21,6	> 60	> 4	> 80	> 24,6	> 60
gut	18 - 21,5	50 - 59,9	3,5 - 3,9	70 - 79,9	20,5 - 24,5	50 - 59,9
befriedigend	15,12- 17,9	42 - 49,9	< 3,5	< 70	17,22 - 20,4	42 - 49,9
mangelhaft	< 15,12	< 42			< 17,22	< 42

III. Touristeninformation vor Ort

INFORMATIONSTAFELN

1. Wieviele Informationstafeln sind im Stadtkern vorhanden (außer Standorte am Bahnhof und Parkplatz)?

→ **einfache Gewichtung x 1**

- | | | |
|--------------|--------------------------|-----|
| > 4 Tafeln | <input type="checkbox"/> | 1 |
| 2 – 4 Tafeln | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| 1 – 0 Tafeln | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn mehrere Informationstafeln vorhanden sind, sind sie einheitlich gestaltet?

→ **einfache Gewichtung x 1**

- | | | |
|-------------------|--------------------------|-----|
| Ja, weitestgehend | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

2. Sind Informationstafeln insgesamt aussagekräftig?

→ **hohe Gewichtung x 1,5**

- | | | |
|-------------------|--------------------------|------|
| Ja, weitestgehend | <input type="checkbox"/> | 1,5 |
| Teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,75 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, werden radtouristische Hinweise gegeben?

→ **einfache Gewichtung x 1**

- | | | |
|-------------------|--------------------------|-----|
| Ja, weitestgehend | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, wird auf die AG bzw. den historischen Stadtkern hingewiesen?

→ **einfache Gewichtung x 1**

- | | | |
|-------------------|--------------------------|-----|
| Ja, weitestgehend | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, wird auf die Tourist Information (Standort) hingewiesen?

→ **einfache Gewichtung x 1**

- | | | |
|-------------------|--------------------------|-----|
| Ja, weitestgehend | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

3. Sind am Bahnhof eine oder mehrere Informationstafeln vorhanden?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|------|--------------------------|---|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, sind die Informationstafeln insgesamt aussagekräftig?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|-------------------|--------------------------|-----|
| Ja, weitestgehend | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, werden radtouristische Hinweise gegeben?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|-------------------|--------------------------|-----|
| Ja, weitestgehend | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, wird auf die AG bzw. den historischen Stadtkern aufmerksam gemacht?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|-------------------|--------------------------|-----|
| Ja, weitestgehend | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, wird auf die Tourist Information (Standort) aufmerksam gemacht?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- | | | |
|-------------------|--------------------------|------|
| Ja, weitestgehend | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,25 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

4. Gibt es auf dem Parkplatz oder in Sichtweite eine oder mehrere Informationstafeln?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|-------------------|--------------------------|-----|
| Ja, weitestgehend | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, sind die Informationstafeln insgesamt aussagekräftig?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|-------------------|--------------------------|-----|
| Ja, weitestgehend | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

Wenn ja, werden radtouristische Hinweise gegeben?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja, weitestgehend 1
Teilweise 0,5
Nein 0

Wenn ja, wird auf die AG bzw. den historischen Stadtkern aufmerksam gemacht?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja, weitestgehend 1
Teilweise 0,5
Nein 0

Wenn ja, wird auf die Tourist Information (Standort) aufmerksam gemacht?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja, weitestgehend 1
Teilweise 0,5
Nein 0

5. Ist eine zentrale Informationstafel bzw. elektronische Infosäule im historischen Stadtkern vorhanden?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

TOURIST INFORMATION

6. Ist eine Tourist Information vorhanden?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja, im Stadtkern 1
Ja, in der Stadt 0,5
Nein 0

☺ **Gibt es eine Zusammenlegung einer Einrichtung mit der Tourist Information?**

- Ja
Nein ☺ **Wenn ja, mit welcher Einrichtung?** _____

7. Wie sind die Öffnungszeiten der Tourist Information in der Hauptsaison?

→ einfache Gewichtung x 1

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

Punkte für Öffnungszeiten (Schließtage an Wochentagen außer Acht gelassen):

Montag bis Sonntag	<input type="checkbox"/>	1
Montag bis Samstag	<input type="checkbox"/>	0,5
Montag bis Freitag	<input type="checkbox"/>	0

8. Ist die Tourist Information mit der i-Marke ausgezeichnet?

→ einfache Gewichtung x 1

Ja	<input type="checkbox"/>	1
Nein	<input type="checkbox"/>	0

9. Ist die Tourist Information im Innenbereich attraktiv gestaltet?

→ einfache Gewichtung x 1

Ja	<input type="checkbox"/>	1
Nein	<input type="checkbox"/>	0

☺ Wenn nein, welcher Mangel liegt vor?

10. Ist die Tourist Information von außen eindeutig gekennzeichnet?

→ einfache Gewichtung x 1

Ja	<input type="checkbox"/>	1
Nein	<input type="checkbox"/>	0

11. Wird im Eingangsbereich der Tourist Information auf die AG bzw. den historischen Stadtkern hingewiesen?

→ hohe Gewichtung x 1,5

Ja	<input type="checkbox"/>	1,5
Nein	<input type="checkbox"/>	0

12. Verfügt die Tourist Information über Schaufenster?

→ einfache Gewichtung x 1

Ja	<input type="checkbox"/>	1
Nein	<input type="checkbox"/>	0

Wenn ja, sind die Schaufenster ansprechend gestaltet?

→ geringe Gewichtung x 0,5

Ja	<input type="checkbox"/>	0,5
Nein	<input type="checkbox"/>	0

☺ Wenn nein, welche Mängel liegen vor?

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

Wenn ja, werden mit der Schaufenstergestaltung Hinweise für Radtouristen gegeben?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Wenn ja, wird mit der Schaufenstergestaltung auf die AG bzw. den historischen Stadtkern hingewiesen?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

13. Besteht die Möglichkeit, Fahrradtaschen in der Tourist Information zu verwahren?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- Ja 1,5
Nein 0

14. Liegen Materialien zur AG aus?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

15. Wird auf den Altstadtpass aufmerksam gemacht (z.B. gut sichtbares Verkaufsangebot)?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

16. Wird für Radtouristen interessantes Info- & Kartenmaterial aus Stadt, Umland und Reisegebiet angeboten?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

☺ wenn ja, wohin:

17. Werden geführte Radtouren angeboten?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- Ja 1,5 ☺ Material vorhanden: ja
Nur auf Anfrage 0,75 nein
Nein 0

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

Wenn ja, ist der historische Stadtkern in diese Tour einbegriffen?

→ **geringe Gewichtung x 0,5**

- Ja 0,5
Nein 0

18. Werden Pauschalangebote für Radtouristen angeboten?

→ **hohe Gewichtung x 1,5**

- Ja 1,5 ☺ Material: ja
Nein 0 nein

☺ **Wenn ja, welche:**

19. Gibt es für Radtouristen interessante Events?

→ **hohe Gewichtung x 1,5**

- Ja 1,5 ☺ Material: ja
Nein 0 nein

☺ **Wenn ja, welche Veranstaltungen gibt es:**

20. Kann man erfahren, wo man Radreparaturen angeboten werden?

→ **einfache Gewichtung x 1**

- Ja 1
Nein 0

☺ **Wenn ja, wo:**

21. Hängt in der Tourist Information ein Stadtplan aus?

→ **einfache Gewichtung x 1**

- Ja 1
Nein 0

Wenn ja, sind die Sehenswürdigkeiten angegeben?

→ **geringe Gewichtung x 0,5**

- Ja 0,5
Teilweise 0,25
Nein 0

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

wenn ja, ist Tourist Information, d. h. der Standort angegeben?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja 0,5
Nein 0

Wenn ja, sind Parkplatzmöglichkeiten angegeben?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja 0,5
Nein 0

Wenn ja, sind touristische Radwege angegeben?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

22. Werden regelmäßige Stadtführungen angeboten?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1 ☺ Material vorhanden: ja
Nur auf Anfrage 0,5 nein
Nein 0

Wenn ja, werden auch thematische oder ungewöhnliche Stadtführungen angeboten?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja 0,5 ☺ Material vorhanden: ja
Nur auf Anfrage 0,25 nein
Nein 0

☺ Wenn ja, welche Stadtführungen gibt es:

23. Werden in der Tourist Information Fahrräder vermietet?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

24. Werden Übernachtungen in Bett & Bike Unterkünfte vermittelt?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

☺ Wenn ja, in welche Hotels:

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

25. Werden Reparaturmaterial und Flickzeug für Radtouristen angeboten?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- Ja 1,5
 Nein 0

BEWERTUNGSMÄßSTAB – TOURISTENINFORMATION VOR ORT

	Teil III					
	Touristeninformation vor Ort					
	Informationstafeln		Tourist Information		insgesamt von 46	
Maximalwert	17,0	in %	29,0	in %	46,0	in %
sehr gut	> 11,05	> 65	> 21,75	> 75	> 29,9	> 65
gut	9,35 - 11,04	55 - 64,9	18,27 - 21,74	63 - 74,9	25,3 - 29,8	55 - 64,9
befriedigend	7,65 - 9,34	45 - 54,9	12,47 - 18,26	45 - 62,9	20,7 - 25,2	45 - 54,9
mangelhaft	< 7,65	< 45	< 13,05	< 45	< 20,7	< 45

IV. Öffentlichkeitsarbeit

INTERNETAUFTRITT

1. Auf welcher Position erscheint die städtische Website in der Ergebnisliste der Suchmaschine Google?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|------------------|--------------------------|-----|
| an erster Stelle | <input type="checkbox"/> | 1 |
| an 2 – 5 Stelle | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| später | <input type="checkbox"/> | 0 |

2. Werde auf der Website Hinweise zur Anreise mit dem Auto gegeben?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|------|--------------------------|---|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

3. Werde auf der Website Hinweise zur Anreise mit der Bahn gegeben?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- | | | |
|------|--------------------------|-----|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

4. Ist auf der Website ein Stadtplan zur Orientierung vorhanden?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|------|--------------------------|---|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, ist die Tourist Information eingegeben?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- | | | |
|------|--------------------------|-----|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, sind die wichtigsten Sehenswürdigkeiten angegeben?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- | | | |
|------|--------------------------|-----|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, sind Parkplatzmöglichkeiten angeben?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- | | | |
|------|--------------------------|-----|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

5. Wird auf der Startseite der Website auf die AG bzw. den historischen Stadtkern aufmerksam gemacht (Logo, ...)?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- | | | |
|------|--------------------------|-----|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

6. Ist auf Startseite der Website ein Menüpunkt "Tourismus" vorhanden?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- | | | |
|------|--------------------------|-----|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

☺ Wie ist der Link zum Tourismus auf der Website eingebettet?

- | | |
|---|--------------------------|
| Auf Stadthomepage gibt es einen Link zum Tourismus (extern) | <input type="checkbox"/> |
| Auf Stadthomepage gibt es Infos zum Tourismus (intern) | <input type="checkbox"/> |
| Sofortige Verlinkung zum Tourismus (extern) | <input type="checkbox"/> |
| Kein Link | <input type="checkbox"/> |

7. Wird unter dem Menüfeld Tourismus auf die AG bzw. den historischen Stadtkern aufmerksam gemacht?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- | | | |
|------|--------------------------|-----|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, wird in diesem oder anderem Zusammenhang näher auf historischen Stadtkern eingegangen?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|------|--------------------------|---|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

8. Wird auf die wichtigsten Sehenswürdigkeiten der Stadt aufmerksam gemacht?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|----------------|--------------------------|-----|
| Ja, weitgehend | <input type="checkbox"/> | 1 |
| nicht alle | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, sind die Sehenswürdigkeiten Interesse erweckend dargestellt?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- | | | |
|----------------|--------------------------|------|
| Ja, weitgehend | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,25 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, sind die Öffnungszeiten der Sehenswürdigkeiten angegeben?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- | | | |
|-------------------|--------------------------|------|
| Ja, weitestgehend | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,25 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

9. Gibt es Vorschläge zur Gestaltung von Tagesaufenthalten

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Wenn ja, sind diese auch für Radtouristen geeignet?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
einige 0,5
Nein 0

10. Wird auf Stadtführungen aufmerksam gemacht?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

11. Gibt es Informationen zum stummen Stadtrundgang

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

12. Werden die Gastgeber der Stadt und Umgebung angegeben?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Wenn ja, sind die Gastgeber ansprechend dargestellt (mit kurzer Beschreibung, Foto, usw.)?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja 0,5
Nein 0

13. Sind die Bett & Bike Unterkünfte als solche gekennzeichnet (Logo)?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- Ja 1,5
Nein 0
Keine 0

14. Sind die Campingmöglichkeiten der Stadt und Umgebung (bis 10km Entfernung) angegeben?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0
Keine 0

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

15. Steht die Tourist Information schnell zur Verfügung?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|-------------------|--------------------------|-----|
| 0 – 2 Klicks | <input type="checkbox"/> | 1 |
| 3 – 5 Klicks | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| mehr als 5 Klicks | <input type="checkbox"/> | 0 |
| keine Infos | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, ist die Tourist Information mit einem Foto dargestellt (zur besseren Wiedererkennung)?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- | | | |
|-------------|--------------------------|-----|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |
| Keine Infos | <input type="checkbox"/> | 0 |

16. Wird ein Kontakt zur Tourist Information per E- Mail angeboten?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|------|--------------------------|---|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

17. Wird die Telefonnummer der Tourist Information angegeben?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|------|--------------------------|---|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

18. Ist ein Link zum Reiseland Brandenburg (www.reiseland-brandenburg.de)?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|------|--------------------------|---|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

19. Ist auf der Website ein Menüpunkt für Radtouristen vorhanden?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- | | | |
|------|--------------------------|-----|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, ist dieser leicht und schnell zu finden?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|-------------------|--------------------------|-----|
| 0 – 3 | <input type="checkbox"/> | 1 |
| 4 – 6 | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| mehr als 6 Klicks | <input type="checkbox"/> | 0 |

20. Werden Radtouren durch die Stadt/ Region vorgeschlagen

→ hohe Gewichtung x 1,5

- | | | |
|------|--------------------------|-----|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

Wenn ja, werden diese Touren beschrieben?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

21. Wird auf geführte Radtouren hingewiesen?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- Ja 1,5
Nein 0

22. Wird auf für Radtouristen interessante Events hingewiesen

→ hohe Gewichtung x 1,5

- Ja 1,5
Nein 0

23. Wird auf eine Fahrradvermietung hingewiesen

→ hohe Gewichtung x 1,5

- Ja 1,5
Nein 0

Wenn ja, sind die Öffnungszeiten angegeben?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

24. Wird auf eine Radstation hingewiesen?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- Ja 1,5
Nein 0

Wenn ja, sind die Öffnungszeiten angegeben?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

25. Werden Pauschalangebote für Radtouristen dargeboten?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- Ja 1,5
Nein 0

26. Werden radtouristische Literaturtipps gegeben?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

27. Ist die Menüführung klar und einfach handhabbar (Informationen in der Menüstruktur, Auffindbarkeit der Informationen, u.s.w.)?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|-----------|--------------------------|-----|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Teilweise | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

28. Ist die Website insgesamt originell und ansprechend gestaltet?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|-------|--------------------------|-----|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Mäßig | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

AUSWERTUNG DER MYSTERY CHECKS

29. Wie schnell wurde die Anfrage beantwortet?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|----------|--------------------------|-----|
| 1-2 Tage | <input type="checkbox"/> | 1 |
| 3-4 Tage | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Später | <input type="checkbox"/> | 0 |

30. Wurde auf die erste Anfrage reagiert?

→ hohe Gewichtung x 1,5

- | | | |
|-------------------------------------|--------------------------|------|
| Ja, nach der ersten Anfrage | <input type="checkbox"/> | 1,5 |
| Nein, erst nach der zweiten Anfrage | <input type="checkbox"/> | 0,75 |
| Es kamen keine Informationen | <input type="checkbox"/> | 0 |

31. Liegt den Informationsmaterialien ein Anschreiben bei?

→ einfache Gewichtung x 1

- | | | |
|------|--------------------------|---|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, wird man persönlich und richtig angesprochen?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- | | | |
|------|--------------------------|-----|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Wenn ja, ist das Adressfeld korrekt ausgefüllt?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- | | | |
|------|--------------------------|-----|
| Ja | <input type="checkbox"/> | 0,5 |
| Nein | <input type="checkbox"/> | 0 |

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

Wenn ja, ist der Name des antwortenden Mitarbeiters/ Ansprechpartner angegeben?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja 0,5
Nein 0

Wenn ja, sind die Öffnungszeiten der Tourist Information angegeben?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja 0,5
Nein 0

Wenn ja, ist die Adresse der Tourist Information angegeben?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja 0,5
Nein 0

Wenn ja, wird die AG bzw. den historischen Stadtkern aufmerksam gemacht (Logo)?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Wenn ja, ist das Anschreiben attraktiv und ansprechend gestaltet?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
mäßig 0,5
Nein 0 ☺ Grund: _____

Wenn ja, wird auf das radtouristischen Interesse Bezug genommen?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Wenn ja, ist der Hinweise auf Unkosten freundlich und angemessen?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja 0,5
Nein 0

Wenn ja, ist das Anschreiben (digital) unterschrieben?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja 0,5
Nein 0

32. Wird eine Broschüre zur Stadt (diverse Imagebroschüren, Leader +, usw.) mitgeschickt?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

Wenn ja, wird auf die Mitgliedschaft in der AG hingewiesen?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Wenn ja, wird auf die Besonderheiten des historischen Stadtkerns aufmerksam gemacht?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Wenn ja, wird auf die wichtigsten Sehenswürdigkeiten der Stadt hingewiesen?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja 0,5
Nein 0

Wenn ja, werden Radtouren vorgeschlagen?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Wenn ja, werden die Radtouren beschrieben?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

33. Wird Material zum stummen Stadtrundgang zur Verfügung gestellt?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

34. Wird das Faltblatt „Reisen in die Stadtgeschichte“ zur Verfügung gestellt?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

35. Werden Materialien zum Reisegebiet zur Verfügung gestellt?

→ einfache Gewichtung x 1

- Ja 1
Nein 0

Wenn ja, ist die Stadt in der Broschüre gekennzeichnet?

→ geringe Gewichtung x 0,5

- Ja 0,5
Nein 0

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

36. Wird zusätzliches für Radtouristen interessantes Material zur Verfügung gestellt?

→ **hohe Gewichtung x 1,5**

- Ja 1,5
Nein 0

37. Werden Materialien zu nicht relevanten Themen gesendet?

→ **einfache Gewichtung x 1**

- Ja 0
Nein 1

38. Gibt es im Material Hinweise zur Anreise mit dem Auto?

→ **einfache Gewichtung x 1**

- Ja 1
Nein 0

39. Gibt es im Material Hinweise zur Anreise mit der Bahn?

→ **hohe Gewichtung x 1,5**

- Ja 1,5
Nein 0

40. Gibt es im gesendeten Material einen Stadtplan zur Verfügung gestellt?

→ **einfache Gewichtung x 1**

- Ja 1
Nein 0

41. Ist das Material in Hinblick auf die Anfrage insgesamt befriedigend?

→ **hohe Gewichtung x 1,5**

- Ja 1,5
Teilweise 0,75
Nein 0

BEWERTUNGSMÄßSTAB – ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

	Teil IV					
	Öffentlichkeitsarbeit					
	Internetauftritt		Mystery Check		insgesamt von 70	
Maximalwert	43,5	in %	26,5	in %	70,0	in %
sehr gut	> 32,63	> 75	> 17,16	> 66	> 49,7	> 71
gut	27,41 - 32,62	63 - 74,9	14,84 - 17,15	56 - 65,9	42 - 49,6	60 - 70,9
befriedigend	19,58 - 27,4	45 - 62,9	11,93 - 14,83	45 - 55,9	35,7 - 41,9	51 - 59,9
mangelhaft	< 19,58	< 45	< 11,93	< 45	< 35,7	< 51

Erhebungsbogen zur Einschätzung historischer Stadtkerne

BEWERTUNGSMAßSTAB – INSGESAMT

	Betrachtung I - IV	
Maximalwert	von 173 Punkten	in %
sehr gut	> 112,45	> 65
gut	95,15 - 112,44	55 - 64,9
befriedigend	81,31 - 95,14	47 - 54,9
mangelhaft	< 81,31	< 47

Literatur- und Quellenverzeichnis

- ALBRECHT, B.; AUDRITH, H.; BAUER, B.** u. a. 2006: RadFernWege Deutschland. Die attraktivsten Radtouren durch Deutschland. 4. Auflage. Rodingersdorf
- ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V.** (Hrsg.) 2007a: Deutschland per Rad entdecken. erfahren erleben genießen. Bremen
- ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V.** (Hrsg.) 2003: Potsdam Havelland. 2. Auflage. Bielefeld
- ARBEITSGEMEINSCHAFT „STÄDTE MIT HISTORISCHEN STADTKERNEN“** (Hrsg.) 2005: Reisen in die Stadtgeschichte. 29 historische Stadtkerne in Brandenburg. Potsdam
- AXTHELM, C.;** Fachgebiet Verkehrsplanung und Verkehrstechnik der Technischen Universität Darmstadt (Hrsg.) 2004: Umweltbahnhof Rheinland- Pfalz. Darmstadt (= Schriftenreihe des Instituts für Verkehr, Heft B3)
- BEYER, R.;** Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V. (Hrsg.) 1995: Leitsysteme durch die Stadt. Bonn (= DSSW Schriften, 20)
- BRACHER, T.; VON KRÜGER, B; THIEMANN- LINDEN, J.;** IVU Gesellschaft für Informatik, Verkehrs- und Umweltplanung mbH 1996: Handbuch zur Angebotsgestaltung SPNV und Fahrrad für den Freizeitverkehr. Berlin
- BRIEMANN. A.; HOFMANN, F.; STEINECKE, A.;** Europäisches Tourismus Institut GmbH (Hrsg.) 1996: Fahrradtourismus – Baustein eines marktgerechten und umweltverträglichen Tourismus. Trier (= ETI- Texte, Heft 8), S.32- 65; S.97- 113
- DEUTSCHES SEMINAR FÜR FREMDENVERKEHR BERLIN E.V.** (Hrsg.) 1997: Auf zwei Rädern zum Erfolg! Wachstumsmarkt Fahrradtourismus. Berlin
- DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E.V.** (Hrsg.) 2005: Leitfaden Natur – Erlebnis – Angebote. Entwicklung und Vermarktung. Bonn

Literatur- und Quellenverzeichnis

- DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E.V.** (Hrsg.) 2006: Städte- und Kulturtourismus in Deutschland. Bonn
- DIECKMANN, A.** 2004: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 12. Auflage, Reinbeck bei Hamburg
- DREIER, V.** 1994: Datenanalyse für Sozialwissenschaftler. Oldenburg
- FÜRST, D.; SCHOLLES, F.** (Hrsg.) 2001: Handbuch Theorien + Methoden der Raum- und Umweltplanung. Dortmund (= Handbücher zum Umweltschutz, Band 4)
- GRIESBAUM, J.; RITTBERGER, M.; BEKAVAC, B** 2002: Deutsche Suchmaschinen in Vergleich: AltaVista.de, Fireball.de, Google.de und Lycos.de, In: Information und Mobilität. Optimierung und Vermeidung von Mobilität durch Information. Proceedings des 8. Internationalen Symposiums für Informationswissenschaft. Konstanz
- HAEDRICH, G.; KASPER, C.; KLEMM, K.; KREILKAMP, E.** (Hrsg.) 1998: Tourismus-Management. Tourismus- Marketing und Fremdenverkehrsplanung. 3. Auflage. New York
- IFT INSTITUT FÜR FREIZEIT- UND TOURISMUSBERATUNG GMBH** (Hrsg.) 1996: Entwicklungsinitiative Mittlere Havel. Potentiale für eine umweltverträgliche Tourismusentwicklung am Beispiel des Fahrradtourismus. Auswertung, Darstellung und Interpretation der Ergebnisse einer Befragung von Radfahrern. Ravensburg
- IWAINSKY, A.; WILHELMI, W.; EICHHORN, N.** u. a. 1994: Lexikon der Computergrafik und Bildverarbeitung. Braunschweig, Wiesbaden
- KIEBLICH, H.; KRÜGER, H.; STÄDELE, T.:** Ministerium für Verkehr, Energie und Landesplanung des Landes Nordrhein- Westfalen (Hrsg.) 2004:Fahrradstationen in NRW – eine Idee wird Programm. Düsseldorf
- LESER, H.; HAAS, H.-D.; MOSIMANN, TH.** u. a.; Leser, H. (Hrsg.) 1997: Wörterbuch Allgemeine Geographie. 9. Auflage. Braunschweig

Literatur- und Quellenverzeichnis

- LINNE, M.; DREYER, A.** (Hrsg.) 2004: Servicequalität in Destinationen und Tourismus- Informationsstellen. Theorie – Praxis – Mystery Guest- Fallstudien. 3. Auflage. Hamburg (= Schriftenreihe Dienstleistungsmanagement: Tourismus, Sport, Kultur, 1)
- MASCHKE, J.;** Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (Hrsg.) 2005: Tagesreisen der Deutschen. München
- MENSENDIEK, J.; ROSINSKI, A.; ROTHERMUND, M.** 2004: Stammgastmarketing "... und der Gast gehört dir!". 1. Auflage. Meßkirch
- MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT DES LANDES BRANDENBURG** (Hrsg.) 2000: Handlungsempfehlungen für ein landesweit einheitliches touristisches Leitsystem im Land Brandenburg. Potsdam
- MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT DES LANDES BRANDENBURG** (Hrsg.) 2001: Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des Radtourismus im Land Brandenburg. Potsdam
- MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT DES LANDES BRANDENBURG** (Hrsg.) 2006: Tourismuskonzeption des Landes Brandenburg. Zeitraum 2006 – 2010. Potsdam
- MINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT, FORSCHUNG UND KULTUR DES LANDES BRANDENBURG** (Hrsg.) 2005: Leitfaden Kulturtourismus in Brandenburg. Potsdam
- NIETSCHE, B.;** Industrie- und Handelskammer Potsdam (Hrsg.) 2004: „Tour de Brandenburg“ – Fahrradtourismus wird immer beliebter. Potsdam
- PUBLICPRESS PUBLIKATIONSGESELLSCHAFT MBH** o.J.: Spreewald / Lausitz Radwanderkarte mit Ausflugszielen, Einkehr- & Freizeittipps. Geseke
- REICHE, W.;** ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD-CLUB E.V. 2005: Bett & Bike – fahrradfreundliche Gastbetriebe in Deutschland 8. Auflage. Berlin

Literatur- und Quellenverzeichnis

ROSELLEN, P.; SCHMIDT, A.; Lieder, R. (Hrsg.) 1998: Homepages mit Pep. Raffiniertes Web- Design für Einsteiger. 1. Auflage. Bonn

SACHSEN KARTOGRAPHIE GMBH DRESDEN 2003: Sängerstadt Finsterwalde Doberlug-Kirchhain und Umgebung. Dresden

STEYER, C. 2006: Märkische Stadtspaziergänge. Berlin

TOURISMUSVERBAND MÄRKISCH-ODERLAND E.V. o.J.: Kreuz und quer durch Märkisch-Oderland. Eggersdorf

VERKEHRSVERBUND BERLIN-BRANDENBURG GMBH (VBB) 2003a: Radwander- und Freizeitkarte Berliner Umland. 1. Auflage. Rülzheim/Pfalz / Berlin

VERKEHRSVERBUND BERLIN-BRANDENBURG GMBH (VBB) 2003a: Radwander- und Freizeitkarte Ruppiner Land. 1. Auflage. Rülzheim/Pfalz / Berlin

VERKEHRSVERBUND BERLIN-BRANDENBURG GMBH (VBB) 2003b: Radwander- und Freizeitkarte Südbrandenburg. 1. Auflage. Rülzheim/Pfalz / Berlin

VERKEHRSVERBUND BERLIN-BRANDENBURG GMBH (VBB) 2006: Radwander- und Freizeitkarte Uckermark. 1. Auflage. Rülzheim/Pfalz / Berlin

VERLAG ESTERBAUER GMBH 2005: Radkarte Prignitz. 1. Auflage. Rodingersdorf

Literatur- und Quellenverzeichnis

GRAUE LITERATUR:

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V. 2000: Radreiseanalyse 1999. Bremen

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V. 2001: Radreiseanalyse 2000. Bremen

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V. 2002: Radreiseanalyse 2001. Bremen

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V. 2003: Radreiseanalyse 2002. Bremen

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V. 2004: Radreiseanalyse 2003. Bremen

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V. 2005: Radreiseanalyse 2004. Bremen

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V. 2006: Radreiseanalyse 2005. Bremen

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V. 2007: Radreiseanalyse 2006. Bremen

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V. 2006b: FAF6: Fahrradparken – Vom Fahrradständer zum Abstellsystem. Bremen

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V. 2007b: Fahrrad- Urlaub weiterhin auf hohem Niveau. Pressemitteilung Internationale Tourismus Börse Berlin. Berlin

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V. 2006a: Landeskunde für Radler. Kurzinformation für die Radtour 3/2006. o.O.

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V.: Vortrag März 2006, Anforderungen an eine Radreiseregion. Wie reisen Radfahrer und was wünschen sie? ppt- Version

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V. o.J.: FAF3: Fahrradwegweisung. Bremen

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD- CLUB E.V. o.J.: Wichtige Information für fahrradfreundliche Unternehmen. Der neue Chefsessel. Bremen

Literatur- und Quellenverzeichnis

ALLGEMEINEN DEUTSCHEN FAHRRAD- CLUB E.V. o.J.: Wichtige Information für die fahrradfreundliche Verwaltung. Kraft des Amtes. Bremen

AMT DAHME/ MARK o.J.: Historischer Rundgang. o.O.

ARBEITSGEMEINSCHAFT „STÄDTE MIT HISTORISCHEN STADTKERNEN“ DES LANDES BRANDENBURG 1999: Geschäftsordnung. o.O.

ARBEITSGEMEINSCHAFT „STÄDTE MIT HISTORISCHEN STADTKERNEN“ DES LANDES BRANDENBURG 2006: Beschluss Nr. 04. Beelitz

ARBEITSGEMEINSCHAFT „STÄDTE MIT HISTORISCHEN STADTKERNEN“ DES LANDES BRANDENBURG 2006: Beschluss Nr. 05. Beelitz

ARBEITSGEMEINSCHAFT „STÄDTE MIT HISTORISCHEN STADTKERNEN“ DES LANDES BRANDENBURG o.J.: Reisen in die Stadtgeschichte – 29 Brandenburger historische Stadtkerne laden ein. Berlin

ARBEITSGEMEINSCHAFT „STÄDTE MIT HISTORISCHEN STADTKERNEN“ DES LANDES BRANDENBURG o.J.: Altstadtpass – Reisen in die Stadtgeschichte – Brandenburger historische Stadtkerne laden ein. Berlin

BEELITZER HEIMATMUSEUM o.J.: Historischer Stadtrundgang durch Beelitz. o.O.

BETHSCHNEIDER, J.; BICKMANN, S.; BROSCHE, N. u. a. 2004: Kriterien für Urlaubsregionen Erfolgsfaktoren im Fahrradtourismus. Trier

DELLMANN, R.: Vortrag Mai 2006, FahrRad in Brandenburg. Das Fahrrad im Alltags- und Freizeitverkehr- Umsetzung einer integrierten und nachhaltigen Verkehrspolitik in Land Brandenburg. pdf- Version

JENNERT, R.; SCHWALBE, M. 2007: Handbuch zur Radfernwege-zertifizierung des Allgemeinen Deutschen Fahrrad- Clubs e.V. 1. Auflage. o.O.

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005a: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Umsetzung des Tourismus- Marketingkonzepts. Altlandsberg. Berlin

Literatur- und Quellenverzeichnis

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005b: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Umsetzung des Tourismus- Marketingkonzepts. Angermünde. Berlin

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005c: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Umsetzung des Tourismus- Marketingkonzepts. Beelitz. Berlin

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005d: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Umsetzung des Tourismus- Marketingkonzepts. Dahme. Berlin

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005e: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Umsetzung des Tourismus- Marketingkonzepts. Gransee. Berlin

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005f: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Umsetzung des Tourismus- Marketingkonzepts. Kremmen. Berlin

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005g: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Umsetzung des Tourismus- Marketingkonzepts. Kyritz. Berlin

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005h: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Umsetzung des Tourismus- Marketingkonzepts. Luckau. Berlin

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005i: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Umsetzung des Tourismus- Marketingkonzepts. Mühlberg/ Elbe. Berlin

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005j: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Umsetzung des Tourismus- Marketingkonzepts. Nauen. Berlin

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005k: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Umsetzung des Tourismus- Marketingkonzepts. Neuruppin. Berlin

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005l: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Umsetzung des Tourismus- Marketingkonzepts. Werder (Havel). Berlin

Literatur- und Quellenverzeichnis

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005m: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Umsetzung des Tourismus- Marketingkonzepts. Wusterhausen/Dosse. Berlin

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005n: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Umsetzung des Tourismus- Marketingkonzepts. Ziesar. Berlin

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005o: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Bilanz des touristischen Marketings 2000 – 2005 und Zukunftsstrategie. Zusammenfassung Bilanz 2000 – 2005. Berlin

PROJEKT M LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2005p: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Radtourismus im historischen Stadtkern. Checkliste. Berlin

REICHE, W.: Vortrag 2006, Fahrradtourismus und Bett & Bike. ppt- Version

REPEL + LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 2000: AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. Touristische Marketingkonzeption. Berlin

REPEL + LORENZ TOURISMUSBERATUNG GMBH 1999: Städtetouristische Kurzportraits der Mitglieder der AG „Städte mit historischen Stadtkernen“. o.O.

SPREEWALD-TOURISTINFORMATION LÜBBENAU E.V. o.J.: Stadteinblicke in Lübbenau und Lehde. o.O.

STADT ANGERMÜNDE 2001: Angermünde – Reise in die Stadtgeschichte. Altkünkendorf

STADT ALTLANDSBERG 2005: Festschrift zur 775-Jahrfeier der Stadt Altlandsberg. o.O.

STADT ALTLANDSBERG o.J.: Altlandsberg – Rundgang durch den historischen Stadtkern. Fredersdorf

STADT KREMMEN o.J.: Kremmen – Ein Rundgang durch die historische Altstadt. o.O.

STADT KYRITZ o.J.: Kyritz an der Knatter – Ein historischer Stadtrundgang. o.O.

Literatur- und Quellenverzeichnis

STADT NAUEN o.J.: Stadtinformation – Stadtrundgang Stadt Nauen. o.O.

STADT WERDER (HADEL) 2004: Blütenstadt Werder (Havel) - Rundgang durch die historische Altstadt. 3. Auflage. Potsdam

STADT ZIESAR o.J.: Ziesar – Ein historischer Stadtrundgang. o.O.

STADTVERWALTUNG DOBERLUG-KIRCHHAIN IN ZUSAMMENARBEIT MIT DEM KULTURAMT DES LANDKREISES ELBE-ELSTER o.J.: Stadtrundgang Doberlug-Kirchhain. o.O.

TOURISMUSVERBAND NIEDERLAUSITZER LAND E.V. 2006: Luckau – Die Gartenstadt mit historischem Stadtkern. 3. Auflage. o.O.

TOURISMUSZENTRALE SPREEWALD o.J.: Reiseangebote Spreewald. o.O.

TMB TOURISMUS-MARKETING BRANDENBURG GMBH o.J.: RadLand Brandenburg 2006/2007. Berlin

Literatur- und Quellenverzeichnis

INTERNETQUELLEN:

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD-CLUB E.V.: www.adfc.de, eingesehen am: letzter Stand 17.05.2007

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD-CLUB E.V. FACHAUSSCHUSS FAHRRADTOURISMUS: www.fa-tourismus.adfc.de, eingesehen am: letzter Stand 17.05.2007

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD-CLUB E.V. LANDESVERBAND BADEN-WÜRTTEMBERG: www.bettundbike.de, eingesehen am: 13.04.2007

ALLGEMEINER DEUTSCHER FAHRRAD-CLUB E.V. NRW: www.radstation.de, eingesehen am 03.01.2007

AMT DAHME/ MARK: www.dahme.de, eingesehen am: 22.11.2006, letzter Stand 15.03.2007

BEINERT, W.: www.typolexikon.de, eingesehen am 11.02.2007

DEUTSCHER TOURISMUSVERBAND E.V.: www.deuschertourismusverband.de, eingesehen am: letzter Stand 17.04.2007

DEUTSCHE ZENTRALE FÜR TOURISMUS E.V.: www.deutschland-tourismus.de, eingesehen am: letzter Stand 17.04.2007

DROST, H.; GEURTS, S.: www.ag-historische-stadtkerne.de, eingesehen am: letzter Stand 24.05.2007

FLÄMING- SKATE GMBH: www.flaeming-skate.de, eingesehen am: 22.11.2006

FREMDENERKEHRSVEREIN OSTPRIGNITZ E.V.: www.knatter-dosseland.de, eingesehen am: 23.11.2006, letzter Stand 19.03.2007

GEMEINDE WUSTERHAUSEN/DOSSE: www.wusterhausen.de, eingesehen am: 22.11.2006, letzter Stand 26.03.2007

Literatur- und Quellenverzeichnis

GOOGLE GERMANY GMBH: www.google.de, eingesehen am: letzter Stand 20.04.2007

HAUPTAMT MÜHLBERG/ ELBE: www.muehlberg-elbe.de, eingesehen am: 23.11.2006,
letzter Stand 22.03.2007

LANDESTOURISMUSVERBAND BRANDENBURG E.V.: www.ltv-brandenburg.de, eingesehen
am: letzter Stand 13.05.2007

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT DES LANDES BRANDENBURG:
www.wirtschaft.brandenburg.de, eingesehen am: letzter Stand 14.05.2007

SPREEWALD-TOURISTINFORMATION E. V.: www.luebenau, eingesehen am: 22.11.2006,
letzter Stand 21.03.2007

STADT ALTLANDSBERG: www.altlandsberg.de, eingesehen am: 22.11.2006, letzter
Stand 13.03.2007

STADT ANGERMÜNDE: www.angermuende.de, eingesehen am: eingesehen am
22.11.2006, letzter Stand 13.03.2007

STADT BEELITZ: www.beelitz.de, eingesehen am: 22.11.2006, letzter Stand
14.03.2007

STADT GRANSEE: www.gransee.de, eingesehen am: 23.11.2006, letzter Stand
27.04.2007

STADT HAMELN: www.hameln.de, eingesehen am 05.02.2007

STADT KREMMEN: www.kremmen.de, eingesehen am: 23.11.2006, letzter Stand
19.03.2007

STADT LUCKAU: www.luckau.de, eingesehen am: 01.12.2006, letzter Stand
21.03.2007

STADT NAUEN: www.nauen.de, eingesehen am: 22.11.2006, letzter Stand
22.03.2007

Literatur- und Quellenverzeichnis

STADT NEURUPPIN: www.neuruppin.de, eingesehen am: 23.11.2006, letzter Stand 23.05.2007

STADT WERDER (HAVEL): www.werder-havel.de, eingesehen am: 23.11.2006, letzter Stand 26.03.2007

STADT ZIESAR: www.ziesar.de, eingesehen am: 23.11.2006, letzter Stand 26.03.2007

STADTVERWALTUNG KYRITZ: www.kyritz.de, eingesehen am: 23.11.2006, letzter Stand 19.03.2007

STADTVERWALTUNG DOBERLUG-KIRCHHAIN: www.doberlug-kirchhain.de, eingesehen am: 22.11.2006, letzter Stand 15.03.2007

TOURISMUS- MARKETING BRANDENBURG GMBH: www.radeln-in-brandenburg.de, eingesehen am: letzter Stand 10.05.2007

TOURISMUS- MARKETING BRANDENBURG GMBH: www.reiseland-brandenburg.de, eingesehen am: letzter Stand 18.05.2007

TOURISMUS- MARKETING BRANDENBURG GMBH: www.tmb-intern.de, eingesehen am: letzter Stand 18.05.2007

TOURISMUSVEREIN ANGERMÜNDE E.V.: www.angermuende-tourismus.de, eingesehen am: 22.11.2006, letzter Stand 13.03.2007

VERSCHÖNERUNGSVEREIN GRANSEE E. V.: www.gransee-info.de, eingesehen am: 23.11.2006, letzter Stand 27.04.2007

Literatur- und Quellenverzeichnis

PERSÖNLICHE GESPRÄCHE:

ACKERMANN, A.-E., Tourist Information, Werder (Havel), persönliches Gespräch am 13.09.2006

BORCHERT, K., Landestourismusverband Brandenburg e.V., Tourismusakademie, Potsdam, persönliches Gespräch am 10.11.2007

BORNER, L., Rathaus Luckau, persönliches Gespräch am 12.20.2006

BRESK, CH., Stadtverwaltung, Angermünde, persönliches Gespräch am 01.11.2006

BURGHARDT, K., Stadtsanierungsbüro, Altlandsberg, persönliches Gespräch am 01.11.2006

FLIES, M., Stadtmuseum „Alte Posthalterei“, Beelitz, persönliches Gespräch am 25.09.2006

FRÖHLICH, R., Planungsamt, Neuruppin, persönliches Gespräch am 25.10.2006

HANSLOCK, H., Tourist Information, Doberlug- Kirchhain, persönliches Gespräch am 06.10.2006

HEINRICH, G., Rathaus, Nauen, persönliches Gespräch am 22.09.2006

HOFMANN, M., Tourist Information, Mühlberg/ Elbe, persönliches Gespräch am 19.09.2006

HÖHN, ST., Deutsche Bahn AG, Berlin, persönliches Gespräch am 04.04.2007

HUFF, J., Tourismus- Marketing Brandenburg GmbH, persönliches Gespräch am 22.05.2007

JANSCHKE, H., Rathaus, Wusterhausen/ Dosse, persönliches Gespräch am 09.10.2006

Literatur- und Quellenverzeichnis

- JENNERT, R.**, Landestourismusverband Brandenburg e.V., Potsdam, letztes persönliches Gespräch am 24.05.2007
- KOCH, St.**, Infopark AG, Berlin, persönliches Gespräch am 10.04.2007
- KÜHNE, M.**, Tourist Information, Ziesar, persönliches Gespräch am 11.10.2006
- LINSEN, M.**, Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg, Potsdam, letztes persönliches Gespräch am 25.05.2007
- MÜLLER, H.**, Vorsitzender AG „Städte mit historischen Stadtkernen“, Luckau, persönliches Gespräch am 21.06.2006
- OLBRECHT, I.**, Rathaus, Kyritz, persönliches Gespräch am 18.09.2006
- OTT, M.**, Rathaus, Kremmen, persönliches Gespräch am 05.09.2006
- PÄTZIG, F.**, Rathaus, Dahme/ Mark, persönliches Gespräch am 16.10.2006
- PRZYBYLA, M.**, Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg, Potsdam, letztes persönliches Gespräch am 02.05.2007
- SCHWERICKE, F.**, Rathaus, Gransee, persönliches Gespräch am 26.09.2006
- SCHWALBE, M.**, Landestourismusverband Brandenburg e.V., Netzwerk „Aktiv in der Natur“, Potsdam, persönliches Gespräch am 25.05.2007
- WENZEL, H.**, Bürgermeister, Lübbenau, persönliches Gespräch am 10.10.2006

Abkürzungsverzeichnis

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS:

ADFC	Allgemeiner Deutscher Fahrrad- Club e.V.
AG	Arbeitsgemeinschaft „Städte mit historischen Stadtkernen“
ASM	Abstellmöglichkeiten für Fahrräder
Bett & Bike	fahrradfreundliche, vom ADFC zertifizierte Betriebe
Bhf.	Bahnhof
DpR	„Deutschland per Rad entdecken“ (ADFC)
DTV	Deutscher Tourismusverband e.V.
FAF	Fakten, Argumente, Forderungen (ADFC)
IS	Infrastruktur
IT	Informationstafel
TI	Tourist Information
ITB	Internationale Tourismusbörse Berlin
LS	touristisches Leitsystem
LTV	Landestourismusverband Brandenburg e.V.
MC	Mystery Check
MVEL	Ministerium für Verkehr, Energie, Landesplanung des Landes Nordrhein-Westfalen
MW	Ministerium für Wirtschaft des Landes Brandenburg
Öffentl.-Arbeit	Öffentlichkeitsarbeit
PP	Parkplatz
RRA	Radreiseanalyse des Allgemeinen Deutschen Fahrrad- Clubs e.V.
RW	Radweg
SK	Stadtkern
SRG	stummer Stadtrundgang
SWK	Sehenswürdigkeiten
tour.	touristisch
Touristeninform.	Touristeninformation vor Ort
ZR1	Zubringer- Radweg zum Europaradweg