

Förderung des Fahrradtourismus im Großraum Braunschweig

Positionen des ADFC



Kurzfassung

Kurzfassung

Ausgangslage

Der Fahrradtourismus in Deutschland erfreut sich einer wachsenden Beliebtheit. Gerade in Zeiten der wirtschaftlichen Krise, in denen einzelne touristische Segmente von Stagnation oder sogar von Rückgängen gekennzeichnet sind, hat sich in den letzten Jahren gezeigt, dass im Fahrradtourismus die Zahl der Übernachtungen zugenommen hat. Insgesamt haben etwa 14,6 Mio. Deutsche schon einmal einen Radurlaub mit mindestens einer Übernachtung unternommen. 46,2 Mio. Deutsche unternehmen mehr oder weniger regelmäßig Radausflüge ohne Übernachtung¹. Laut dem Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr macht der Radtourismus einen Anteil von knapp 11 % an der Wertschöpfung des gesamten Tourismus innerhalb Deutschlands aus. Die starke Zunahme radtouristischer Angebote sorgt dafür, dass immer stärker an der Qualität der radtouristischen Angebote gearbeitet wird und gearbeitet werden muss.

Zielsetzung und Methodik des Auftrages

Das vorliegende Gutachten soll dazu dienen, den Fahrradtourismus in der Region Großraum Braunschweig zu fördern. Das Gutachten ist als Positionspapier (Leitlinien und Empfehlungen) konzipiert und soll den Auftraggebern als Arbeitsgrundlage für weitere Diskussionen in der Region dienen. Dabei geht es in erster Linie darum, die Naherholung (Freizeitradverkehr, Tages- und Wochenendradtouren in der Region) und den Fahrradtourismus unter Berücksichtigung aller Rad fahrenden Gruppen in der und in die Region hinein zu fördern. Die Verknüpfung zum Alltagsradverkehr soll dabei besondere Berücksichtigung finden. Durch die Verbesserung der Infrastruktur, der Kombination mit dem ÖPNV, des Services einschließlich der Tourenangebote, der Informationen, der Öffentlichkeitsarbeit und des Marketings soll das Aufkommen der Tages- und Übernachtungsgäste nachweislich gesteigert werden. Für die Untersuchung wurden Fachliteratur, Statistiken, Konzepte, Planungen, Präsentationen im Internet und Telefonate ausgewertet. Ergänzend wurden Telefoninterviews mit ausgewählten Experten der Region bzw. von Regionen als ausgewiesene Raddestinationen durchgeführt.

Auftraggeber: ADFC Niedersachsen e. V. ADFC Kreisverbände Region SON Braunschweig, Oktober 2013	
Bearbeitung:	
Böregio Büro für Stadt- und Regionalentwicklung Humboldtstr. 21 38106 Braunschweig Tel. 0531-2371455 Fax: 0531-2371799 E-Mail: info@boeregio.de Homepage: www.boeregio.de	plan&rat Büro für kommunale Planung und Beratung Humboldtstr. 21 38106 Braunschweig Tel. 0531-798203 Fax: 0531-77843 E-Mail: krause.plan-und-rat@t-online.de Homepage: www.plan-und-rat.de

¹ Vergleiche Trendscape, 2010: Marktstudie „Radreisen der Deutschen“, Köln.

Leitlinien zur Förderung des Fahrradtourismus im Großraum Braunschweig

Die Leitlinien zur Förderung des Fahrradtourismus im Großraum Braunschweig sind nach Themenfeldern untergliedert. Die Themenfelder umfassen die Bereiche „Radverkehrsnetze und Radverkehrsinfrastruktur“, „Vernetzung mit dem ÖPNV“, „Naherholung und Fahrradtourismus“ (einschließlich des Bereichs Service und Tourenangebote), „Koordination und Zuständigkeiten“ und „Öffentlichkeitsarbeit und Marketing“.

Themenfeld 1: Radverkehrsnetze und Radverkehrsinfrastruktur

Radverkehrsnetze sollten innerhalb eines Planungsraumes für alle Fahrten sichere, bequeme und möglichst direkte Wege anbieten. Die Integration von touristischen Radfernwegen oder regionalen Radrouten in ein Alltagsnetz bringt für alle Radfahrenden Vorteile und bündelt Ressourcen. Neben der Radverkehrsführung gehören zu einem Radverkehrsnetz attraktive und sichere Abstellanlagen für Fahrräder, Anknüpfungspunkte und Angebote zur Fahrradmitnahme im Personennahverkehr sowie eine aktuelle Wegweisung. Der Bereich Service umfasst zusätzliche Dienstleistungsangebote, die das Radfahren attraktiv machen, z. B. Fahrradstationen, Reparaturservice oder Fahrradverleihsysteme.

Leitlinien

Regionale Netzplanung	
L1	Ein wichtiges Ziel ist es, den Radverkehr als Bestandteil einer integrierten Verkehrs- und Mobilitätspolitik zu fördern.
L2	Die regionale Netzplanung ist das Ergebnis einer integrierten und strategischen Planung. Notwendig sind durchgängige alltagstaugliche Netze. Die touristischen Radfernwege und die freizeitorientierten lokalen Radrouten sowie kommunale Radverkehrsnetze sind integrale Bestandteile.
L3	In die regionale Netzplanung sind die überörtlichen touristischen und freizeitorientierten Verbindungen (N-Netz, Netz der Metropolregion, Radrouten mit überregionaler Bedeutung) integriert.
Integration der touristischen Radfernwege und regionalen Radrouten in Alltagsnetze	
L4	Die bestehenden kommunalen Radverkehrsnetze werden zu einem zusammenhängenden regionalen Radverkehrsnetz weiterentwickelt, die touristischen Radfernwege und die freizeitorientierten regionalen und lokalen Radrouten sind integraler Bestandteil des regionalen Radverkehrsnetzes.
L5	Innerhalb der Fahrradregion wird ein Radverkehrsnetz weiterentwickelt, das unabhängig von der jeweiligen Baulastträgerschaft regional einheitlich klassifiziert wird. Der Klasse 1 werden zugeordnet: Überregional bedeutsame Radfernwege, d. h. Radrouten von europa-, bundes- und landesweiter Bedeutung (EuroVelo-Routen, D-Routen, N-Netz). Der Klasse 2 werden zugeordnet: Radrouten von regionaler, vornehmlich auf einen Landkreis bezogener bzw. von landkreisübergreifender Bedeutung. Der Klasse 3 werden zugeordnet: Radrouten von lokaler Bedeutung. Diese beziehen sich vornehmlich auf einen Landkreis oder eine Stadt.

Radverkehrsinfrastruktur	
L6	Bei der Ausgestaltung der Radverkehrsinfrastruktur sind Qualitätsstandards zu definieren. Die einzelnen Netzbestandteile (Radwege, selbstständige Radwege, ländliche Wege (Feld- und Forstwege, Wirtschaftswege) sowie Fahren auf der Fahrbahn) sollten sich an aktuellen Richtlinien, Hinweisen und Empfehlungen orientieren, in denen der aktuelle Stand der Technik dargelegt ist (ERA 2010, RIN 2008, HRaS 2002).
Wegweisung	
L7	Die Fahrradwegweisung dient der Orientierung und der Standortbestimmung und stellt ein Markenzeichen für eine Radregion dar. Besonders wichtig ist sie für Ortsfremde wie Radtouristen.
L8	Die Qualität der Beschilderung ist im Rahmen eines Beschilderungsmanagements zu sichern. Eine baulastträgerübergreifende Koordinierung und Regelung der Zuständigkeiten ist zu gewährleisten. Hier ist insbesondere auf die Zuständigkeit bei der Pflege der Beschilderung zu achten.
Begleitinfrastruktur	
L9	Die Begleitinfrastruktur dient dem Witterungsschutz, der Orientierung und der Standortbestimmung und ist ein wichtiges Qualitätsmerkmal für eine Radregion. Sie ist nicht nur für Ortsfremde wie Radtouristen sehr wichtig, sie bietet einen zusätzlichen Komfort für Radfahrerinnen und Radfahrer.
Fahrradverleih	
L10	Standorte für den Fahrradverleih sind Qualitätsmerkmale für eine touristische Region und sollen in Kooperation mit den Leistungsträgern verstärkt angeboten werden.

Themenfeld 2: Vernetzung mit dem ÖPNV

Eine effiziente Förderung des Fahrradtourismus erfordert die Verknüpfung der Radrouten mit dem Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV). Die Flexibilität des Fahrrades als Zubringer und zur Nutzung im Zielgebiet wird mit der Eignung des ÖPNV für längere Distanzen und einer bequemen Beförderung bei schlechtem Wetter bzw. in Pannenfällen kombiniert. Touren mit unterschiedlichem Start- und Zielort werden vielfach erst durch die Nutzung des ÖPNV möglich.

Leitlinien

Kooperation von ÖPNV/ SPNV und Fahrrad	
L11	Die Schnittstellen des Schienenpersonenverkehrs (SPNV) und bedeutende Bus-Haltestellen sind mit den Radfernwegen und überregionalen Radrouten zu verknüpfen. Sie sollen verkehrssicher, gefahrlos und möglichst umwegfrei erreichbar sein.
L12	Für die effiziente Förderung des Radfahrens in ländlichen Regionen ist die Verknüpfung des Radverkehrsnetzes mit dem ÖPNV zu gewährleisten (intermodale Vernetzung).
Abstellmöglichkeiten an Bahnhöfen und Bushaltestellen	
L13	An Bahnhöfen und bedeutenden Bushaltestellen sind Fahrradabstellmöglichkeiten vorzusehen. Diese sind entsprechend der Qualitätsanforderungen an Fahrradabstellanlagen zu gestalten.

Mitnahmemöglichkeiten im ÖPNV/ SPNV	
L14	Die Mitnahmemöglichkeit von Fahrrädern im ÖPNV/ SPNV sollte gewährleistet sein.
Mobilitätsmanagement	
L15	Das Mobilitätsmanagement sollte auch den Fahrradtourismus berücksichtigen. Dies gilt vor allem für eine Stärkung des öffentlichen Verkehrs bei An- und Abreise der Touristen.

Themenfeld 3: Naherholung und Fahrradtourismus

Für den Freizeitverkehr steht, anders als beim Alltagsradverkehr, die Erholung im Vordergrund. Oftmals besteht jedoch ein fließender Übergang vom Alltags- zum Freizeitverkehr, zum Beispiel nach der Arbeit. Auf dem Weg zur Wohnung kann ein freizeitorientiertes Streckenangebot auch für Berufspendler attraktiv sein.

Um den Anforderungen an den Freizeitradverkehr und Radtourismus in einer Region zu entsprechen, muss die Güte der Radfernwege, der regionalen und lokalen Radrouten, des Mountainbikenetzes und der Rennradrouten entsprechend berücksichtigt werden. Den Wünschen der Radfahrerinnen und Radfahrer mit Pedelects bzw. E-Bikes sollte ebenfalls entsprochen werden.

Eine hohe landschaftliche Attraktivität, die mit kulturellen Sehenswürdigkeiten die Vielfalt einer Region präsentiert, ist eine der Grundvoraussetzungen, um bei Fahrradtouristen Anklang zu finden. Entlang der Strecken sollten neben der Begleitinfrastruktur auch eine fahrradfreundliche Gastronomie und ausreichend Übernachtungsmöglichkeiten vorhanden sein.

Leitlinien

Anforderungen an den Freizeitverkehr und den regionalen Fahrradtourismus	
L16	Die Anforderungen an den Freizeitradverkehr und den Fahrradtourismus in der Region sollten bei den Radfernwegen, den Radrouten und dem regionalen Radverkehrsnetz berücksichtigt werden. Die Wünsche der Zielgruppen sollten beachtet werden.
Mountainbike- und Rennradrouten	
L17	Das Angebot an Mountainbike- und Rennradrouten sollte in der Qualität gesichert werden. Darüber hinaus sollten die Angebote für Mountainbiker, Freerider, Downhiller und Rennradfahrer innerhalb und außerhalb des Großraumes Braunschweig besser vermarktet werden.
Elektromobilität (Pedelects, E-Bikes)	
L18	Die Elektromobilität sollte weiter unterstützt werden. Das regionale Netz sollte dahingehend ergänzt werden, dass Verleih-, Lade- und Akkuwechselstationen an den Radfernwegen liegen.
Beherbergungsbetriebe und Gastronomie	
L19	Die Entwicklung von radlerfreundlichen Unterkünften und Gastronomiebetrieben ist für die Region wichtig, um den besonderen Bedürfnissen der Radtouristen zu entsprechen. Vor allem an den Radfernwegen sollten in Abständen von 30 bis 35 km radlerfreundliche Unterkünfte und eine ausreichende Anzahl an Gastronomiebetrieben vorhanden sein. ² Aufgrund

² Vergleiche die ausführlichen Erklärungen bei Reiche, W., 2012: Fallbeispiel: Fahrradfreundliche Gastbetriebe Bett+Bike, 81-86, in: Dreyer, A./ Mühlnickel, R./ Miglbauer, E. (Hrsg.): Radtourismus. Entwicklungen, Potenziale, Perspektive, München.

	des höheren Aufkommens an Tagestouristen sollte die Anzahl in den Großstädten erhöht werden. Gastbetriebe an wichtigen Ausflugsgebieten sollten vom ADFC zertifiziert werden.
Zertifizierung von Radrouten und Regionen	
L20	Um die Qualität von Radrouten in der Region zu verbessern, sollte für den Weser-Harz-Heide Radweg eine Zertifizierung vom ADFC vorbereitet werden: Die Planungskosten für dieses Projekt sind bereitzustellen.

Themenfeld 4: Koordinierung und Zuständigkeiten

Die Koordinierung der Zusammenarbeit im Radverkehr (einschließlich des Tourismus) ist eine wichtige Aufgabe. Je besser die Zusammenarbeit zwischen den Akteuren ist, desto erfolgreicher stellt sich in der Regel eine Region für die Gäste dar. Die Finanzierung von Radverkehrsanlagen, aber auch von Maßnahmen innerhalb der Öffentlichkeitsarbeit und des Marketings, muss zwischen den regionalen Akteuren abgestimmt und der Öffentlichkeit dargestellt werden. Die Förderung des Radverkehrs braucht eine solide Basis, um die mit ihr verfolgten Ziele erreichen zu können.

Leitlinien

Koordinierung und Zuständigkeiten	
L21	Zur Förderung und Steuerung des Fahrradtourismus in der Region sind eine Institution und eine eindeutige Zuständigkeit für die Radfernwege festzulegen. Die Region braucht einen zentralen Ansprechpartner, der alle Routen im Blick hat und die nationale Vermarktung vorantreibt. Diese regionale Stelle ist mit Kompetenzen sowie ausreichenden Finanzmitteln auszustatten, damit sie handlungsfähig ist.
Qualitätsmanagement	
L22	Der einmal erreichte Standard im Radverkehr einschließlich des Radtourismus ist zu erhalten bzw. zu verbessern. Für dieses Qualitätsmanagement sind Personal und Finanzen bereitzustellen. Außerdem ist eine regionale Zusammenarbeit notwendig.

Themenfeld 5: Öffentlichkeitsarbeit und Marketing

Die Aufgabe des Marketings ist es, Produkte und Dienstleistungen so zu vermarkten, dass Radtouristen dieses regionale Angebot als wünschenswert wahrnehmen und dieses auch besuchen. Im Marketing geht es sowohl um strategische, als auch operative Maßnahmen. In der Strategie wird die längerfristige Positionierung einer Rad-Destination im Wettbewerbsumfeld festgelegt. Es wird entschieden, welche Kundengruppen mit welchem Produktportfolio auf welchen Märkten angesprochen werden sollen. Im operativen Geschäft werden die Vorgaben durch die Instrumente Produktpolitik mit einem entsprechenden Qualitätsmanagement, Preispolitik, Vertrieb und Kommunikation umgesetzt.

Leitlinien

Öffentlichkeitsarbeit und Netzwerke	
L23	Die regionale Kommunikation im Radverkehr, einschließlich des Radtourismus muss mit Kontinuität und als Daueraufgabe verstanden werden. Für die Region ist ein einheitliches Erscheinungsbild des Marketings für den Radtourismus einschließlich des Alltagsradverkehrs aufzubauen. Das geplante Fahrradportal für den Großraum Braunschweig hat die Aufgabe,

	die Öffentlichkeit kontinuierlich über Inhalte, Aktionen und Radtouren zu informieren. Ein Runder Tisch als Netzwerk zum Radtourismus in der Region ist einzurichten, um die Aufgaben zu diesem Thema mit allen beteiligten Akteuren zu bearbeiten.
Pauschalangebote, geführte Radtouren und Städtetourismus per Rad	
L24	Für die Region sind Pauschalangebote zu entwickeln, die das vorhandene regionale Radverkehrsnetz berücksichtigen und Sehenswürdigkeiten aus unterschiedlichen Städten präsentieren.
Marketing	
L25	Das Marketing für den regionalen Fahrradtourismus ist von einer touristischen Institution zu übernehmen. Für ein einheitliches Marketing ist eine Abstimmung zwischen den touristischen Institutionen empfehlenswert. Die Angebote und Produkte sind auf die Zielgruppen bezogen und erfolgen im Kontext mit der Tourismusmarketingorganisation des Landes. Das Alleinstellungsmerkmal der Region sollte durch den Weser-Harz-Heide Radweg weiterentwickelt werden und stellt einen Baustein im gesamten Image der Region dar.

Fazit

Das vorliegende Gutachten soll dazu dienen, den Fahrradtourismus im Großraum Braunschweig zu fördern. Die Untersuchung ist als Positionspapier in Form von fünf Themenfeldern mit entsprechenden Leitlinien und Empfehlungen konzipiert. Es soll den Auftraggebern als Arbeitsgrundlage für weitere Diskussionen in der Region mit dem Ziel dienen, die regionale Wertschöpfung in diesem touristischen Segment langfristig zu fördern. Um das Aufkommen der Tages- und Übernachtungsgäste zu steigern ist vor allem eine Verbesserung der Infrastruktur, die Verknüpfung mit dem ÖPNV, der Ausbau des Services, der Tourenangebote und der Öffentlichkeitsarbeit sowie das gezielte Einsetzen des Marketings notwendig. Abgeleitet von insgesamt 25 Leitlinien für den Fahrradtourismus und dem Status Quo in der Region, wurden über 20 konkrete und ausführliche Handlungsempfehlungen für die jeweiligen Themenfelder formuliert.

Das **Themenfeld 1** umfasst die Radverkehrsnetze und die Radverkehrsinfrastruktur. Ein wichtiger Punkt ist hier die Integration der touristischen Radfernwege und der regionalen Radrouten in das alltagsorientierte Radverkehrsnetz sowie die Aktualisierung und Weiterentwicklung dieses Netzes unter Beteiligung der Gebietskörperschaften sowie weiterer lokaler Akteure.

Empfohlen wird eine Klassifizierung der Radrouten, unabhängig von der jeweiligen Baulastträgerschaft. Der Klasse 1 werden zugeordnet: Überregional bedeutsame Radfernwege, d. h. Radrouten von europa-, bundes- und landesweiter Bedeutung (EuroVelo-Routen, D-Routen, N-Netz). Der Klasse 2 werden zugeordnet: Radrouten von regionaler, vornehmlich auf einen Landkreis bezogener bzw. von landkreisübergreifender Bedeutung. Der Klasse 3 werden zugeordnet: Radrouten von lokaler Bedeutung. Diese beziehen sich vornehmlich auf einen Landkreis oder eine Stadt.

Nicht nur aus Sicht der Radtouristen muss das vielfältige Angebot in der Region klar strukturiert werden. Radfernwege müssen sich deutlich von den regional und lokal bedeutsamen Radrouten abheben. Die zuständigen Institutionen mit Ansprechpartnern für die Pflege und Vermarktung der einzelnen Radfernwege und Radrouten müssen für die Radtouristen erkennbar sein.

Zukünftig werden die Anforderungen an die Radverkehrsinfrastruktur steigen. Die Unterhaltung und Sanierung vorhandener Radverkehrsanlagen sollte sich am aktuellen Stand der Technik orientieren, um zum Beispiel der Zunahme an Elektrofahrrädern gerecht zu werden. Die Planung für Radschnell-

verbindungen auf der Grundlage der Empfehlungen der Radverkehrsstrategie für die Metropolregion (Verbindungen von Braunschweig nach Wolfenbüttel, von Gifhorn nach Wolfsburg) sollte fortgesetzt werden. Für die Wegweisung gibt es zwar keine gesetzlich verbindlichen Vorgaben, die Orientierung an den Empfehlungen der FGSV sorgt jedoch für ein einheitliches Erscheinungsbild, eine bessere Orientierung und eine gute Nutzbarkeit. Im Vordergrund sollten hierbei die Radfernwege stehen. Die Begleitinfrastruktur (Infotafeln, Rastplätze/ Schutzhütten, Fahrradabstellanlagen) ist ein wichtiges Qualitätsmerkmal einer Radregion. Es sollte dafür Sorge getragen werden, dass die Begleitinfrastruktur entsprechend den Qualitätsanforderungen eingerichtet und verbessert wird.

Das **Themenfeld 2** hat die Vernetzung mit dem ÖPNV zum Thema. Die Schnittstellen des Schienenpersonenverkehrs (SPNV) und bedeutende Bus-Haltestellen sind mit den Radfernwegen und überregionalen Radrouten zu verknüpfen. Besonders der für Mountainbiker und Rennradfahrer attraktive Harz ist mit dem ÖPNV nur schwer zu erreichen. Um lange Anreisen zu vermeiden, wird daher häufig eine Anreise mit dem Auto vorgezogen. Zukünftig sollte der Fokus auf einer umweltgerechten An- und Abreise liegen. Dazu gehört auch die Mitnahmemöglichkeit von Fahrrädern, der Einsatz und die Kennzeichnung von Niederflurbussen als auch ein barrierefreier Zugang zu Bahnhöfen und Haltestellen. Der Einsatz von Fahrradanhängern bietet sich an, um auch Radfahrer-Gruppen mit dem ÖPNV zu befördern. Aufgabenträger, Kommunen, Touristiker und ÖPNV-Unternehmen der Region sollten hier stärker zusammenarbeiten.

Das **Themenfeld 3** befasst sich mit der Naherholung und dem Fahrradtourismus. Besonders für Städte wie Braunschweig, Wolfsburg, Gifhorn, Wolfenbüttel, Goslar, Peine und Helmstedt, die als besondere Entwicklungsaufgabe den Tourismus haben, gilt es ein Angebot für Radtouristen aufzubauen.

Durch die Region verlaufen eine Reihe von überregional bedeutsamen Radfernwegen und regional bedeutsamen Radrouten. Von radtouristischer Bedeutung sind die Radfernwege Weser-Harz-Heide Radweg, Aller-Radweg, D-Route 3/ Europaradweg (R1), die Volksbank Arena Harz, vier BikeParks und die Rennradrouten, die von einzelnen Gebietskörperschaften oder durch touristische Institutionen bereits vermarktet werden. Ein regional abgestimmtes Vorgehen oder eine regional zuständige Institution gibt es bisher jedoch nicht. Die Zertifizierung des Weser-Harz-Heide Radweges sollte vorbereitet und vom ADFC durchgeführt werden. Mittelfristig sollte die Region Großraum Braunschweig als ADFC-RadReiseRegion zertifiziert werden.

Das **Themenfeld 4** beschäftigt sich mit den Themen Koordinierung und Zuständigkeiten. Für die Region Großraum Braunschweig ist eine Institution mit Ansprechpartnern festzulegen, die mit Kompetenzen und Finanzmitteln für das Geschäftsfeld „Radtourismus“ ausgestattet ist, um die Vermarktung zielgerichtet durchzuführen. Der Qualitätsstandard muss durch Personal und Finanzen gehalten bzw. verbessert werden. Eine regionale Zusammenarbeit ist dringend zu organisieren.

Das **Themenfeld 5** befasst sich mit den Themen Öffentlichkeitsarbeit und Marketing. Die Öffentlichkeit ist über den Radverkehr und Radtourismus in der Region kontinuierlich zu informieren. Dabei geht es um den fachlichen Austausch über Inhalte, Aktionen und Radtouren. Ein Netzwerk ist aufzubauen und dient dazu, dass alle beteiligten Akteure zusammenarbeiten. Pauschalangebote sind zu entwickeln und in eine abgestimmte Marketingstrategie einzubinden. Zielgruppenspezifische Angebote sind zu entwickeln. Der Weser-Harz-Heide Radweg kann als Baustein und als thematischer Verbindungsweg angesehen werden, um die Sehenswürdigkeiten zu präsentieren und die Vielfalt der Region zu vermarkten. Als Potenzial der Region Großraum Braunschweig – und im Vergleich mit anderen Räumen – ist die Vielseitigkeit („für jede/n ist etwas dabei“) festzuhalten: Die Heide, das Mittelgebirge Harz, der Kontrast zwischen moderner Stadt Wolfsburg, der Industriegeschichte der Stadt Salzgitter und den historischen Städten Braunschweig, Wolfenbüttel und Goslar. Neben den vorhandenen Angeboten sollen auch Touren zwischen und in den Städten vermarktet werden.

Die Radrouten mit überregionaler Bedeutung, wie der Weser-Harz-Heide Radweg (RFW5), sollen als Premiumprodukt der Region ausgebaut und vermarktet werden. Der West-Ost-Radweg (RFW10) soll wegen dessen Bedeutung für das Radnetz als West-Ost-Verbindung und Anschluss an den Aller-Radweg (RFW 7) als überregionale Route ausgeschildert werden. Der Iron Curtain Trail als Bestandteil des EuroVelo-Netzes und wegen der überregionalen Bedeutung (Klasse 1) stellt ein enormes radtouristisches Potenzial dar, dass noch entwickelt werden muss.

Im Rahmen eines Benchmarkings hängen die Erfolgskriterien damit zusammen, ob eine touristische Institution mit Kompetenzen, personellen und finanziellen Mitteln ausgestattet ist. Hinzu kommt die professionelle und abgestimmte Zusammenarbeit zwischen den regionalen Akteuren, die festgelegte Ziele kurz und langfristig im Konsens umsetzen. Die Qualität des radtouristischen Angebotes muss kontinuierlich evaluiert und weiterentwickelt werden. Auch die Bevölkerung, als wichtiger Multiplikator der Region, sollte über ihre Vorstellungen befragt und einbezogen werden. Der ADFC kann in diesem Prozess eine wichtige Rolle in der Region übernehmen.