

# **ADFC-Leitfaden** für rennradtouristische Produkt- und Angebotsentwicklung

**Erfolgreich Rennradtourismus entwickeln**

## Inhalt

<b>Einleitung .....</b>	<b>1</b>
<b>1. Zielgruppe .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Voraussetzungen für Rennradtourismus.....</b>	<b>2</b>
<b>3. Orientierung unterwegs .....</b>	<b>3</b>
<b>4. Das rennradtouristische Angebot.....</b>	<b>5</b>
<b>5. Events und Kooperationen .....</b>	<b>9</b>
<b>6. Marketing und Online-Communities.....</b>	<b>10</b>
<b>7. Checkliste: Der Weg zur Rennrad-Destination.....</b>	<b>12</b>

### *Hinweis:*

*Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Leitfaden die männliche Form verwendet. Es wird an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass diese ausschließliche Verwendung geschlechtsunabhängig verstanden werden soll.*

---



## Einleitung

Rennradtourismus ist ein neues Segment im Deutschlandtourismus. Das Interesse der Kunden daran ist stark gestiegen, aber es mangelt noch an Angeboten, sowohl auf lokaler, regionaler als auch auf bundesweiter Ebene. Dabei könnten die meisten deutschen Destinationen mit verhältnismäßig einfachen Mitteln Rennradtourismus anbieten. Allerdings ist Qualität gefordert, denn die internationale Messlatte liegt recht hoch. Dieser ADFC-Leitfaden soll Touristikern dabei helfen, eigene rennradtouristische Produkte und Angebote zu entwickeln.

## 1. Zielgruppe

### Der Rennradtourist

Rennradtouristen sind keine homogene Zielgruppe, denn sie unterscheiden sich deutlich in ihrem persönlichen Leistungsniveau und den damit verbundenen Ansprüchen. Dennoch lassen sich einige prägnante Merkmale feststellen: Etwa drei Viertel sind männlich, durchschnittlich knapp über 40 Jahre alt und verfügen über ein mittleres bis hohes Bildungsniveau mit einem tendenziell höheren Haushaltseinkommen (45 % verfügen monatlich über mindestens 3000 Euro netto).<sup>1</sup> Rennradtouristen sind anspruchsvoll, gesundheitsbewusst, fitness- und leistungsorientiert, überdurchschnittlich technikaffin und radeln gerne in Gruppen. Sie unternehmen durchschnittlich 2,6 Kurzurlaube pro Jahr in Deutschland mit einer Aufenthaltsdauer von durchschnittlich 8,5 Tagen. Ihrer gewählten Destination sind sie überwiegend treu und sie bevorzugen ein festes Quartier. Abwechslungsreiche Landschaften, gutes, gesundes Essen, komfortable Unterkünfte und ein positives Image der Destination innerhalb der Rennradlerszene sind ihnen wichtig.<sup>2</sup> Als Reisemotiv werden vor allem Training und längere Ausfahrten angegeben – sie verbringen täglich durchschnittlich rund fünf Stunden auf dem Rennrad.<sup>3</sup> Demgegenüber ist das Interesse an kulturellen Sehenswürdigkeiten der Region vergleichsweise gering.

<sup>1</sup> vgl. INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH (2008): Die Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse

<sup>2</sup> vgl. Schäfer, S. (2010): Rennradtourismus in deutschen Mittelgebirgen – eine Analyse der Rennradfahrer als touristische Zielgruppe, Diplomarbeit, Universität Trier

Gestützt werden die Daten durch:

Delius Klasing Verlag GmbH (2017): Mediadaten TOUR, /www.dk-mediasales.de/tour

Rommelmann, J. (2016): Rennradtourismus im Harz in Verkehrszeichen 3/16, Duisburg

<sup>3</sup> ADFC-Fachveranstaltungsreihe „Fahrradtourismus“ ITB 2017

## **Komfortable Unterkünfte**

Der überwiegende Teil der Rennradfahrer verbringt seinen Urlaub an einem festen Standort, lediglich 14 % unternehmen Etappenfahrten. Hotels und Pensionen sind mit 75 % die am häufigsten gebuchten Übernachtungsmöglichkeiten, in der Regel mit drei oder vier Sternen (95 %) und einem entsprechenden Komfort. Ein steigender Trend zu höherer Qualität und sportorientiertem Service ist im Laufe der letzten Jahre deutlich erkennbar. Regenerations- bzw. erholfördernde Angebote wie z. B. Sauna und Massage können das Beherbergungsangebot sehr gut ergänzen.<sup>4</sup>

## **Radsportorientierte Ernährung**

Drei Viertel aller Radsporttouristen legen Wert auf gutes Essen – damit liegt die Nahrung auf Platz eins der Gäste-wünsche.<sup>5</sup> Ein ausgewiesenes Angebot radsportorientierter Ernährung ist entscheidend und zwar vor, während und nach dem Training. Die Küche sollte vorwiegend naturbe-lassene, frische Lebensmittel verwenden und ihr Angebot auf einer Sportler-Speisekarte zeigen. Raffiniert präsentiert kann sich vegetarische oder vegane Küche (z.B. spezielle Smoothies) zum Alleinstellungsmerkmal eines Gastbetrie-bes entwickeln. Information, Beratung und Weiterbildung zum Thema Ernährung können begleitend zum Trainings-aufenthalt angeboten werden, z. B. als Abendveranstaltung unter dem Titel „Sportlergerechte Ernährung“.



Abb. 1: Meist ist mehr als nur ein Kaffee nötig, um den Kalorienbedarf zu decken.

## **2. Voraussetzungen für Rennradtourismus**

### **Attraktive Ziele in Deutschland**

Bei Rennradurlaub denkt man zunächst an Mallorca, Zypern oder andere südeuropäische Regionen, die sich in diesem Segment bereits einen Namen gemacht haben. Doch wo spurt Rennradler, wenn sie ihren Saisonstart im Frühjahr hinter sich haben? Wohin können sie einfach mit dem eigenen Rad anreisen und wo finden sie neue Strecken? Ruhige Straßen und asphaltierte Wege, die durch interessante Landschaften führen, gibt es in vielen deutschen Regionen. Daraus können attraktive Rennradziele entstehen.

### **Attraktive Touren auch im Mittelgebirge**

Rennradler mögen Steigungen. Es müssen nicht unbedingt die Alpen sein, denn ausreichende Höhenmeter können auch bei Touren im Mittelgebirge gesammelt werden und knackige Steigungsabschnitte sind dort ebenfalls vorhanden. Gerade der ständige Wechsel zwischen Auf und Ab ist für viele Radsportler wesentlich erfreulicher als monotones Gipfelerklimmen. Lange Anstiege eignen sich insbesondere für Trainingszwecke und sind ebenfalls beliebt. Wo es keine Steigungen gibt, muss Strecke her und die sollte landschaftlich interes-

<sup>4</sup> Delius Klasing Verlag (2013): Branchenstudie Radurlaub

<sup>5</sup> vgl. Schäfer, S. (2010): Rennradtourismus in deutschen Mittelgebirgen – eine Analyse der Rennradfahrer als touristische Zielgruppe, Diplomarbeit, Universität Trier

sant sein. Auch Rennradfahrer legen Wert auf eine naturnahe Umgebung, denn sonst kann man gleich zu Hause trainieren.

### Schnelles Fahren auf glattem Asphalt

Am besten rollen die schmalen Reifen der Rennräder auf gutem Asphalt. Splitt und vor allem Schlaglöcher sind Rennradfahrern ein Graus. Geschwindigkeit muss möglich sein, aber schmale, kurvige Wege haben auch ihren Reiz. Anhalten ist unerwünscht, schnelles Dahingleiten begeistert. Unübersichtliche Einmündungen sind gerade für schnelle Radler gefährlich. Für das Training optimal sind lange, übersichtliche Streckenabschnitte. Je weniger Ampelstopps drohen, desto kontinuierlicher läuft der Fahrtrhythmus.

Ruhe ist dabei Trumpf: Je weniger Lkw, Autos und Motorräder unterwegs sind, desto sicherer und stressfreier können Rennradfahrer ihre Tour genießen. Autofreie Rad- und Wanderwege locken zwar vielfach durch gute Asphaltierung, sind jedoch nur bedingt geeignet, denn je mehr langsamere Verkehrsteilnehmer auf der Strecke unterwegs sind, desto weniger ist schnelles Fahren möglich - Begegnungskonflikte bis hin zu Unfällen sind vorprogrammiert. Rennradfahrer brauchen also andere Strecken als die klassischen Radtouristen. Wer das regionale Straßen- und Wegenetz kennt, kann aber durchaus attraktive Rennradrunden zusammenstellen, die man als Ortsfremder selbst per Karte oder mit Navi kaum finden würde.



Abb. 2: Das wichtigste Element ist schon häufig vorhanden: ruhige Straßen.

## 3. Orientierung unterwegs

### Spezielle Wegweisung ist verzichtbar

Während der Streckenverlauf bei Rennrad-Events wie z. B. Radtourenfahrten (RTF) durch provisorische Schilder oder auch Bodenmarkierungen gekennzeichnet wird, ist eine permanente Wegweisung für touristische Rennradtouren nur schwer zu realisieren, aber auch nicht unbedingt notwendig. Rennradler orientieren sich in der Regel an der üblichen Kfz-Wegweisung, aber dadurch werden sie meist auf klassifizierten Straßen mit entsprechendem Autoverkehr geführt. Für die Erkennbarkeit bei schnellem Fahren müssten entsprechend große Rennrad-Wegweiser angebracht werden. Dies ist meist aus Kostengründen und aufgrund der Konkurrenz zu den bestehenden Schildern kaum zu realisieren. Bei kritischen Orientierungssituationen kann eine spezielle Rennrad-Wegweisung allerdings sehr hilfreich sein.



Abb. 3: Infotafeln können das Rennrad-Angebot sehr gut kommunizieren.

### Karte zur Planung

Auch dem Rennradtouristen kann die gute alte Papierkarte - allerdings als spezielle Rennradkarte - hervorragende Dienste erweisen. Mit keinem anderen Medium lassen sich Renn-

radtouren der Region so schnell erfassen, vergleichen und aussuchen. Dazu sind Höhenprofile mit Darstellung von Tourenlänge und Schwierigkeitsgrad unerlässlich. Eine kurze Tourenbeschreibung verdeutlicht den Streckencharakter. Vor allem die Unterscheidung von asphaltierten und nicht asphaltierten Strecken ist hilfreich, aber auch die genaue Kennzeichnung von Steigungen, Höhenangaben und topographischen Landmarken. Spezielle POIs wie Unterkünfte, Rast- und Reparaturmöglichkeiten ergänzen die Information. Unterwegs dient die Papierkarte - ausreichend geschützt vor Schweiß und Regentropfen - als Absicherung in der Trikottasche, falls die elektronischen Hilfsmittel ausfallen. Dazu sollte sie möglichst auf wasserfestem Material gedruckt sein. Viel Gebiet auf kleiner Karte: Um die weitläufigen Rennradtouren auf die Karte zu bekommen, muss in der Regel ein relativ kleiner Maßstab gewählt werden (1:100.000 statt des detailreicheren Maßstabs 1:50.000).

### Satelliten leiten unterwegs

Niemand hält unterwegs gerne an, um die Karte herauszuholen und sich zu orientieren. GPS-Geräte und Smartphones mit entsprechenden Apps können die Navigation präzise übernehmen. Zwar können Navis und Smartphones auch autark navigieren und besitzen häufig sogar einen speziellen „Rennrad-Modus“. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass dieses spontane Routing zwar geeignet ist, um wieder zum Ausgangspunkt zurückzufinden, aber nicht für eine wirklich attraktive Streckenauswahl taugt. Spätestens wenn das Navi über nicht asphaltierte Feldwege leitet, verliert der Pilot sein Vertrauen in seinen elektronischen Lotsen.



Abb. 4: Karten – das beste Mittel zur übersichtlichen Planung

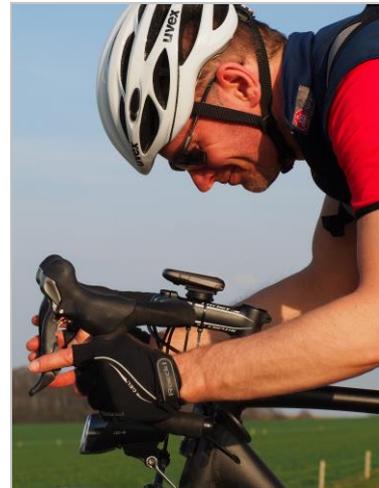


Abb. 5: GPS unterwegs

### Digitale Tourenvorschläge

Die auf der regionalen Karte aufgeführten Touren sollten auch digital zur Verfügung stehen, am besten direkt als Download von der Homepage der Tourismusregion oder der jeweiligen Leistungsträger. Fertige Tourenvorschläge findet der Nutzer auch in verschiedenen einschlägigen Tourenportalen im Internet (z. B. auf [quaeldich.de](http://quaeldich.de), [strava.com](http://strava.com) oder [gpsies.com](http://gpsies.com)), deren Qualität ist allerdings im Voraus schwer einzuschätzen. Für Übernachtungsbetriebe bietet es sich an, eigene digitale Haustouren zu entwickeln, damit die Gäste direkt von der Hoteltür aus starten können und dorthin auch wieder zurückfinden. Im Gegensatz zum festen Tourenverlauf auf Papierkarten sind digitale Touren sehr flexibel und können dem Kundenwunsch individuell angepasst werden. Auch die digitalen Touren sollten Informationen wie Gesamthöhenmeter, maximaler Steigungsgrad, Höhendiagramm, POIs, Schwierigkeitsgrade und kommentierende Details zum Streckenverlauf enthalten.

### Digitale Kompetenz vor Ort

Rennradfahrer sind dankbar für technischen Service. Mitarbeiter von Tourist-Informationen und Leistungsträger sollten deshalb in der Lage sein, ihren Kunden die digitalen Tourenvorschläge auf ihr Smartphone oder GPS-Gerät zu übertragen. Zu einem attraktiven Service gehören auch GPS-Leihgeräte mit fertigen Tourenvorschlägen und einer gut verständlichen Einweisung. Die textliche Beschreibung einer Tour mit Abbiege- und Entfernungshinweisen in Form von Roadbooks können ebenfalls bei Gastbetrieben und Tourist-Informationen ausgegeben werden, allerdings ist es aufwändig, sie zu erstellen. Roadbooks sollten Trikotaschenformat haben und zum Schutz vor Feuchtigkeit laminiert werden.



1	0,0	↙	<b>START</b> an der Ampelkreuzung in Marsberg <b>links über die Gleise Ri. Brilon (B 7)</b>
2	0,4	↘	2. Ampelkreuzung Marsberg <b>rechts Richtung Warburg / Scherfede</b>
3	0,9	↙	Abzweig in Marsberg <b>links Richtung Esenthö / Wünnenberg</b>
4	4,9	↑	Ortsmitte Esenthö <b>gerade Richtung Fürstenberg</b>
5	12,3	↙	Ortsmitte Fürstenberg <b>links Richtung Bleiwäsche</b>
6	17,4	↙	Abzweig an der Landstraße <b>links Richtung Bleiwäsche</b>

Abb. 6: Klassische Tourenhilfe - Roadbooks

## 4. Das rennradtouristische Angebot

### Geführte Touren sind das Besondere

Ein ganz besonderer Service des Radsportangebots sind gut geführte Touren, bei denen ein Guide langwierige Planung erspart und Service und Sicherheit bietet. Der Guide muss vor allen Dingen die Gruppe ansprechen, motivieren und leiten können. Radsportliche Qualitäten sind natürlich Grundvoraussetzung. Zudem dient er als Botschafter der Region, sollte auch regionale Besonderheiten kennen und die wichtigsten Fragen zu touristischen Höhepunkten beantworten können. Eine besondere Attraktion sind Touren mit ehemaligen Profis - oder mit dem Chef des Hauses.

#### Das sollten Guides beherrschen:

- ✓ Erste Hilfe und Notfallmanagement
- ✓ Gruppenleitung und Kommunikation
- ✓ Trainingslehre und Fahrtechnik
- ✓ Planung und Navigation
- ✓ Recht und Haftung
- ✓ Rennradtechnik und Ergonomie
- ✓ Guiding-Theorie (Zielgruppen, Angebotsentwicklung, Marketing)



Abb. 7: Mitglieder des ADFC Fachausschusses Fahrradtourismus bei der Befahrung der Rennradtour im Allgäu

## Touren und Training für draußen und drinnen

Rennradfahrer wollen persönliche Trainingsziele erreichen, aber natürlich auch die Highlights der Region kennenlernen: Wo ist der höchste Gipfel, der steilste Pass, die längste Runde? Diese Herausforderungen können auch durch zielgruppengerechte Tourenvorschläge geboten werden.

Die Gäste sind in der Regel schon mit wenigen Tourenvorschlägen zufrieden. Diese sollten eine geeignete Mischung für die jeweiligen sportlichen Anforderungen bieten: unterschiedliche Streckenlängen und Höhenmeter, verschiedene Trainingsarten etc.

Kürzere Runden (ca. 40-70 km) eignen sich für halbe Tage, z. B. für den An- oder Abreisetag, aber auch für Schlechtwetterphasen. Tagestouren liegen häufig bei 100-140 km (je nach Anteil der Höhenmeter). Als besondere Herausforderung empfiehlt sich eine lange Tour über 200 km oder mit entsprechenden Höhenmetern, die man zum Abschluss des Aufenthalts als Königsetappe anbieten könnte.

Wenn das Wetter gar nicht mitspielt, sind regionale Fitnessstudios mit spezialisierten Indoor-Cycling-Programmen eine gute Alternative. Auch der hoteleigene Trainingsraum sollte sich radsporttechnisch optimiert präsentieren mit Herzfrequenz-, Trittfrequenz- und Geschwindigkeitssensoren bis hin zu speziellen Watt-Messsensoren für die Leistungsdiagnostik. Hochwertige Leistungsmessungssensoren sind beispielsweise in speziellen Pedalen eingebaut und können zusammen mit den dazugehörigen Radsportcomputern vermietet werden (Garmin Vector-/Edge-Systeme) - ein fachgerechter Einbau und entsprechende Wartung sind Voraussetzung.



Abb. 8: Wie lang sollen Rennradtouren sein? Variable Touren sind gefragt, von Halbtagestouren bis zur Königsetappe.

### Strecken in Szene setzen

Lange Passstrecken sind für die meisten Rennradfahrer das Salz in der Suppe. Kilometerschilder, Höhenangaben und Bodenmarkierungen helfen, sich die Strecke optimal einteilen zu können, beispielsweise wenn sich spezielle Streckenabschnitte zum Intervalltraining eignen. Als technisches Highlight hilft ein „Stoppomat“, mit dem man auf einer fest installierten Strecke durch stationäre Zeitmessungen am Start und Ziel seine Leistungen anzeigen, dokumentieren und mit anderen Radsportfreunden über das Internet vergleichen kann ([www.stoppomat.de](http://www.stoppomat.de)).



Abb.9: Stoppomat – Leistungscheck vor Ort

**Achtung:** Das Anbringen von Wegweisung und Bodenmarkierungen auf offiziellen Straßen muss durch die jeweilige Straßenverkehrsbehörde genehmigt werden!

### Hilfe bei Notfällen und Pannen

Bei technischen oder menschlichen Notfällen während der Tour ist es sehr hilfreich, auf einen Notfall-Service zurückgreifen zu können. Das kann schon der einfache Abhol-Service des Hotels sein, aber auch ein spezieller Reparaturservice der regionalen Betriebe. Die Erste-Hilfe-Ausbildung des Guides stellt sicher, dass für eine medizinische Erstversorgung bei Notfällen und Unfällen während einer geführten Tour gesorgt ist. Eine Auffrischung des Erste-Hilfe-Kurses im Abstand von drei Jahren wird empfohlen.



Abb. 10: Hol- und Bringservice

### ADFC-Pannenhilfe

Exklusiv für Mitglieder bietet der ADFC die im Mitgliedsbeitrag enthaltene Pannenhilfe an. Dank der 24h-Stunden-Servicehotline bekommen ADFC-Mitglieder im Alltag, in der Freizeit oder auf Reisen durch die Vermittlung einer mobilen Pannenhilfe oder bei Bedarf eines Abschleppdienstes schnell und unkompliziert Hilfe. So kann die Fahrt mit dem Fahrrad entspannt fortgesetzt werden. Mehr Infos auf [www.adfc.de/pannenhilfe](http://www.adfc.de/pannenhilfe)

### Eigenes oder gemietetes Rennrad?

Was auf Mallorca Standard ist, wird in Deutschland eher selten angefragt: ein hochwertiges Rennrad zur Miete. Die meisten Urlauber reisen hier mit dem eigenen Kfz an und bringen ihr Rad mit. Abhängig von der Erreichbarkeit der Destination ist es sinnvoll auch die Bahn für die umweltbewusste Anreise in Betracht zu ziehen. Das eigene Rad bietet Verlässlichkeit, optimale Ergonomie und die gewohnte Ausstattung mit Komponenten (GPS, Sensoren, kleinen Taschen). Aber im Hinblick auf die Zusammenarbeit mit Testcentern, spezialisierten Radsportgeschäften oder professionellen Anbietern können auch Mieträder ein willkommenes Angebot sein, z. B. als Schnupperangebot für potenzielle Rennradtouristen oder als Praxistest für einen Neukauf. Mieträder sollten auf jeden Fall qualitativ hochwertig sein; pro Rad ist mit Investitionen von 1300 bis 2500 Euro zu rechnen. Die Räder sollten professionell ge-

wartet und regelmäßig ausgetauscht werden. Bei der Ausstattung sind Rennräder mit entspannter Sitzgeometrie und ausgeprägter Dämpfung zunehmend beliebter.

### Qualifizierter Coach und Personal Trainer für Touristen

Nicht nur zu Hause, sondern auch im Urlaub oder während eines Wochenendes bietet es sich an, seine radsportspezifischen Kenntnisse zu vertiefen. Ein qualifizierter Coach kann Wissen in unterschiedlichen Bereichen wie Trainingslehre, Fahrtechnik und Ernährung je nach Zeitbudget vermitteln. Ärzte aus der Leistungsdiagnostik bieten Trainingspläne an und Sportwissenschaftler stellen inzwischen auch Hobbysportlern ihre Kenntnisse zur Verfügung. Trainingsbetreuung bis hin zum Personal Training ist im Radsport inzwischen ein eigenständiger Markt. Dabei ist eine Vor-Ort-Präsenz nicht unbedingt notwendig. Radsportcomputer dokumentieren Trainingswerte und diese können mittels spezieller Software oder in Onlineportalen gesammelt und aufbereitet werden. Damit ist auch eine Online-Betreuung am Trainingsort möglich und kann bis zur Nachbereitung zu Hause reichen.

Beispiele für Radsport-Coaching und die entsprechenden Inhalte finden sich z.B. in Marcel Wüsts Radsportschule bei einem einwöchigen Trainingscamp auf Mallorca (<http://easy-tours.de/radreisen/marcel-wuest-radsportschule/>).



Abb. 11: Mieträder sollen hochwertig sein.



Abb.12: Rennradcoaching kann auch online durchgeführt werden.



### Buchbar machen

Aus den oben genannten Bausteinen lassen sich spezielle Rennrad-Pauschalen entwickeln, mit oder ohne Guide, vom Tagesausflug bis zu einem kompletten Trainingslager. Denkbar ist dabei ein Baukastensystem mit verschiedenen Leistungen, die auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten werden können. Rennrad-Pauschalangebote können so ein attraktiver, neuer Baustein des Destinationsmarketings sein.

Radsport-hotels im Süden Europas haben als Hauptprodukt geführte Touren für unterschiedliche Leistungsklassen im Angebot. Trainingscamps werden von Special-Interest-Magazinen, Radprofis, Sportwissenschaftlern und auch von Reiseveranstaltern durchgeführt. In Deutschland bietet z. B. vor allem die Bike Arena Sauerland ein „All-inclusive-Rennradtraining“ an ([www.bike-arena.de/rennrad](http://www.bike-arena.de/rennrad)). Reiseveranstalter mit Schwerpunkt Radsport sind z. B. [www.pedalo.com](http://www.pedalo.com), [www.bikespots.com](http://www.bikespots.com), [www.radissimo.de](http://www.radissimo.de) und natürlich der große Mallorca-Veranstalter [www.huerzeler.com](http://www.huerzeler.com).



Abb. 13: Kleine und große Events sind wichtige Angebote und lassen sich gut vermarkten.

**ADFC Bett+Bike Sport**

ist die ADFC-Qualitätsmarke für sportorientierte Radler- Beherbergung. Sie berücksichtigt sämtliche Wünsche und Anforderungen eines Rennradfahrers an seine Unterkunft. Sämtliche Informationen finden sich unter [www.bettundbike.de](http://www.bettundbike.de)

**Radsportprofis als Partner**

Im Radsport ist die Verbindung zum Profisport stark ausgeprägt. In fast keiner anderen Sportart kommt man so unmittelbar mit Profisportlern in Kontakt. Profisportler finden nach der Karriere auch im touristischen Sektor neue Betätigungsfelder. Einige Destinationen arbeiten mit ehemaligen Radprofis zusammen. Der Radprofi Jan Eric Schwarzer zeigt in seinem Haus in Sineu (Spanien/Mallorca), wie ein Gesamtangebot geschnürt werden kann. Als Sportwissenschaftler bietet er gezielte Trainingsplanung als touristisches Produkt an (<http://ma13.net/>). Der Radsportprofi Jan Ullrich bietet in verschiedenen Ländern Radcamps an. Mit ihm können Radsportler Ausfahrten und Wettkämpfe bestreiten ([www.janullrich.de](http://www.janullrich.de)).

**5. Events und Kooperationen****Events rund um das Fahrrad**

Um das Image einer Region als Rennrad-Destination aufzubauen oder zu pflegen, können Sportveranstaltungen wie Jedermann- und Lizenzrennen, RTF (Radtourenfahrten) oder Triathlon-Veranstaltungen bis hin zum Rennrad-Marathon sehr wirkungsvoll sein.

Für einen nachhaltigen Erfolg sollten folgende Faktoren berücksichtigt werden:

- durch Rundkurse mit unterschiedlichem Schwierigkeitsgrad (darunter ggf. auch Kinder-, Familien- oder Anfängerrouten) ein breites Teilnehmerfeld ansprechen
- Alleinstellungsmerkmale herausarbeiten, denn ein gewöhnliches Jedermannrennen allein wird kaum genug Teilnehmer anziehen
- zielgruppengerechte Vermarktung, z. B. durch Kooperation mit Radsportverbänden und regional aktiven Vereinen
- Verankerung der Veranstaltung in der Region, z. B. durch Aufbau eines breiten Partnernetzwerkes aus Sportvereinen, Verwaltung/Politik, Wirtschaft (z. B. Banken und Krankenkassen) sowie Medien
- anfangs eher kleine, sich entwickelnde Veranstaltungen in andere Events einbinden (z. B. Sport- oder Volksfest)
- attraktives Rahmenprogramm für Begleitpersonen, Touristen und nicht zuletzt für Einheimische schaffen
- Wiederholbarkeit sicherstellen (mindestens jährlich)

## Besser gemeinsam: Vernetzung und Partnerschaften

Wer ein Rennradtourismus-Netzwerk aufbauen will, sollte zunächst die regionalen Experten und Institutionen einbinden: Vereine, Leistungsdiagnostik-Zentren, Radprofis, Fitnessstudios und natürlich radsportbegeisterte Hoteliers. Ernährungsberater, Mental- und Koordinationstrainer können das Netzwerk ergänzen. Radsportler üben im Rahmen ihres Trainings gerne ergänzende Ausdauersportarten aus wie z. B. Laufen, Schwimmen, Rudern oder Bergsteigen. Ebenso steigen andere Ausdauersportler gerne aufs Rennrad, um ihr Training zu ergänzen. In kombinierten Angeboten sollte sich daher diese Wechselbeziehung widerspiegeln.



Abb. 14: Kooperationen mit Vereinen und Radhändlern zahlen sich aus.

## 6. Marketing und Online-Communities

### PR, Marketing und Vertrieb

Für ein Rennrad-Destinationsmarketing eignen sich zahlreiche Maßnahmen. Die Zielgruppe der Rennradtouristen ist tendenziell „online-affiner“ als andere Radurlauber. Besonders wichtig sind daher die zentrale Integration des Themas Rennrad in den Webauftritten der Destination mit eigener Bildsprache sowie das Einbeziehen der sozialen Medien (vor allem Facebook, Instagram, YouTube). Das Suchmaschinenmarketing (SEA - Search Engine Advertising) sollte optimiert werden, z. B. mit Google AdWords. Zum Onlinemarketing gehören z. B. Bannerschaltungen auf themenspezifischen Portalen (z. B. [www.quaeldich.de](http://www.quaeldich.de)) sowie die Abbildung der Touren in freien Tourenportalen ([www.strava.com](http://www.strava.com), [www.bikemap.net](http://www.bikemap.net), [www.outdooractive.com](http://www.outdooractive.com), [www.komoot.de](http://www.komoot.de)).

Im Hinblick auf einen ausgewogenen Marketingmix empfehlen sich zudem folgende Maßnahmen und Vertriebskanäle:

- Bereitstellung von Grundinformationen über das Rennradangebot: Touren, Karten, Unterkünfte, Services wie Guiding, Coaching, Fahrradvermietung zusätzlich zur eigenen Website, ggf. auch als Broschüre. Hier sollte vor allem die Information über die Touren so angelegt sein, dass man die Seiten einzelner Touren leicht entnehmen und in die Trikottasche stecken kann.
- Merchandising-Produkte wie z. B. Radtrikot, Radhose oder Trinkflasche mit dem Branding der Destination
- Zusammenarbeit mit Special-Interest-Zeitschriften (Journalistenreisen, Advertorials, Anzeigen)



Abb. 15: Infomaterial im Hotel Sommer, Allgäu



Abb. 16: Trinkflaschen als Merchandising-Artikel

## Treffpunkt Netz: Arbeiten mit Communities

Wie intensiv sich die Nutzer im Netz austauschen, zeigen die Erfolge von Sportportalen wie Strava, Runtastic oder Garmin Connect. Gerade in den letzten Jahren konnten die internetbasierten Plattformen mit den zugehörigen Smartphone-Apps starke Mitgliederzuwächse verbuchen. Die Plattformen dienen dem Erfahrungsaustausch, vor allem aber auch der Dokumentation und Analyse der eigenen Leistungen bis zur Erstellung des eigenen Trainingsplans. Nicht zu vergessen ist das Messen mit anderen Mitgliedern: selbst gefahrene Streckenabschnitte (z. B. Passfahrten) werden aufgezeichnet und als „Segmente“ in die entsprechenden Portale hochgeladen. Diese Segmente sind mit samt ihren Messwerten für andere Nutzer auf deren GPS-Geräten oder Smartphones sichtbar und somit eine Herausforderung, gegen die man antreten kann. Seinen eigenen Standort kann man im Internet veröffentlichen („Live-Tracking“). Wer möchte, kann gegen seine eigenen Erfolge ankämpfen („Virtual Partner“ auf dem GPS-Gerät). Regionen können in diesen Portalen selbst Informationen und Kommentare veröffentlichen. Allerdings ist hier Vorsicht geboten, denn Information ist wichtiger als Marketing und plumpe Werbung wird nicht selten umgehend bestraft.



Abb. 17: Dokumentation mit der App Runtastic Road Bike

Rennradfahrer teilen ihre Aktivitäten häufig auch auf Social Media-Kanälen wie Facebook, Instagram und Co oder nutzt spezielle Blogs. Auch hier bieten sich für Destinationen aktive Partnerschaften an. Eine gelungene Ergänzung zum Thema Rennrad auf der Website von Rheinland-Pfalz Tourismus ([www.gastlandschaften.de/urlaubsthemen/radfahren](http://www.gastlandschaften.de/urlaubsthemen/radfahren)) sind die Blogbeiträge bei radreporter.de ([www.radreporter.de/category/rennrad](http://www.radreporter.de/category/rennrad)).

Da das Gros der Rennradfahrer den Sport in Gemeinschaft ausübt, verbreiten sich positive (und erst recht negative) Erlebnisse sehr schnell in dieser gut vernetzten Zielgruppe. Die Bewertung der eigenen Destination in den sozialen Medien sollte also intensiv beobachtet und gepflegt werden. Empfehlungen aus dem Bekanntenkreis des Gastes sind nach wie vor die beste Werbung – dies gilt auch für den Rennradtourismus.

## 7. Checkliste: Der Weg zur Rennrad-Destination

### Vom niederschweligen Einstieg zur Rennrad-Destination

Ihre Destination bietet verkehrsarme Straßen mit guter Oberfläche? Beginnen Sie, mit Akteuren drei Rennradrouten zu planen. Diese werden in ein Tourenportal eingestellt, verlinkt und das erste Rennradangebot steht. Erweitern Sie Ihr Angebot mit geführten Touren durch Guides. Nach und nach wächst das Tourenangebot. Längst haben Sie sich entschlossen, Rennradtourismus als eigenes Angebot auf Ihrer Internetseite zu platzieren und bedienen aktiv Social Media-Kanäle. Ihre Gäste können nun hochwertige Rennräder aus dem Testcenter ausleihen. Übernachtet wird in ADFC Bett+Bike Sport-Betrieben, deren Gastgeber die Wünsche von Rennradfahrern aus eigenen Erfahrungen kennen. Regionale Rennsportveranstaltungen werden von Ihnen aktiv unterstützt. Sie präsentieren sich dort mit Ihren Angeboten, sind vielleicht Sponsor bei einem Team und präsentieren ein eigenes Radtrikot.

Jetzt suchen Sie für Ihre Destination weitere Akteure wie Radprofis, Sportwissenschaftler, Trainer und Vereine. Es gilt, Trainingspakete zu schnüren. Die Diskussion über Radsportcoaching und andere Betreuungsangebote ist eröffnet. Langsam wächst das Bewusstsein, die sportlichen Angebote unter einer Dachmarke zu vereinen. Sie laden Magazine zur Presereise auf dem Rennrad ein. Mithilfe der Kommunen können Sie Ihre Infrastruktur optimieren.

### Checkliste für Radsportregionen und -betriebe

#### Priorität 1 (notwendig):

- ✓ verkehrsarme Straßen mit guter Oberfläche

#### Priorität 2 (wichtig):

- ✓ bewegte, abwechslungsreiche Topographie
- ✓ Tourenvorschläge
- ✓ digitale Daten zu den Touren
- ✓ qualifizierte Guides
- ✓ aktive Leistungsträger
- ✓ ADFC Bett+Bike Sport-Betriebe
- ✓ Marketing und Vertrieb

#### Priorität 3 (nützlich):

- ✓ Rennradkarte
- ✓ Radsport-Events
- ✓ Radsportcoaching
- ✓ Mietradangebote
- ✓ aktive Internet- und Social Media-Präsenz
- ✓ Qualitätsmanagement Infrastruktur
- ✓ Pauschalen und Gruppenangebote

#### Priorität 4 (eventuell später anbieten):

- ✓ Radprofis als Angebotsträger
- ✓ Vernetzung mit anderen Ausdauersport-Leistungsträgern
- ✓ Entwicklung einer Dachmarke
- ✓ Radsport als Ganzjahresangebot



## Impressum

### Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V.

Mohrenstraße 69, 10117 Berlin

Tel. +49 (0)30 209 14 98-0

E-Mail: [kontakt@adfc.de](mailto:kontakt@adfc.de)

[www.adfc.de](http://www.adfc.de)

### Redaktion:

ADFC-Fachausschuss Fahrradtourismus

[www.adfc-tourismus.de](http://www.adfc-tourismus.de)

Herausgabe: Januar 2018

*Hinweis: Nachdruck der Inhalte, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Herausgebers. Dies gilt auch für die Aufnahme in elektronische Datenbanken und Vervielfältigung auf elektronischen Datenträgern.*

### Fotonachweise:

Titelbild/ Abb. 2/6/ Abschlussbild: Paul Masukowitz, Sauerland Tourismus e.V.

Abb.1/4/5/12/16: Thomas Froitzheim

Abb.3/7/8/14/15: Wolfgang Kromat

Abb. 9/11: Oliver Sollbach

Abb. 10: Franz Hitzelsberger

Abb. 13: Martin Muschler

Abb. 17: [www.itunes.apple.com](http://www.itunes.apple.com): Runtastic Roadbike GPS Touren

---