



RAD.SH

Kommunale Arbeitsgemeinschaft zur
Förderung des Fuß- und Radverkehrs
in Schleswig-Holstein



RAD.SH

Leitfaden zum Qualitätsmanagement an touristischen Radrouten

Einleitung

Mit der Radstrategie „Ab aufs Rad im echten Norden“ setzt sich Schleswig-Holstein zum Ziel, im Radtourismus bis 2030 zu den Top 3 der beliebtesten Bundesländer zu gehören. Die erfolgreiche Verwirklichung dieses Ziels erfordert eine ganzheitliche Qualitätssicherung der touristischen Radrouten durch ein zentrales Qualitätsmanagement. Nur so kann eine hochwertige radtouristische Infrastruktur hergestellt werden, die eine Konkurrenzfähigkeit mit anderen Regionen gewährleisten und den Radtouristen ein vollumfänglich hochwertiges Angebot bieten kann.

Dieser Leitfaden zum Thema Qualitätsmanagement an touristischen Radrouten beschreibt:

- Die Aufgaben eines Qualitätsmanagements,
- mögliche Träger- und Organisationsstrukturen sowie
- erste Schritte für den Aufbau des Qualitätsmanagements

Dieses Papier soll Diskussionsanstöße liefern, weniger eine fertige Schablone. Die Koordinierungsstelle Radtourismus von RAD.SH unterstützt Sie gerne beim Aufbau. Melden Sie sich bei uns.

Wir danken der Eider-Treene-Sorge GmbH und dem Büro Lebensraum Zukunft für die Bereitstellung der Untersuchung „Erstellung eines Unterhaltungskonzeptes für den Eider-Treene-Sorge-Radweg“ (2022) auf deren Inhalten und konzeptionellen Ansätzen dieser Leitfaden erstellt wurde.

Inhalt

Warum braucht es ein zentrales Qualitätsmanagement?.....	3
Bestandsaufnahme.....	4
Aufgaben des Qualitätsmanagements	4
Eine Trägerstruktur finden.....	6
Kosten der Unterhaltung und der zentralen Ansprechstelle.....	9
Checkliste: Beginn der Stelle	10
Good Practice Beispiele.....	11

Warum braucht es ein zentrales Qualitätsmanagement?

Aktuell liegt Schleswig-Holstein laut der ADFC-Radreiseanalyse 2023 auf Platz 7 der beliebtesten Bundesländer im Radtourismus. Um Platz 3 zu erreichen, sind verstärkte Anstrengungen nötig. Vor allem muss die Qualität der Radrouten (Radfernwege oder Rad(reise)regionen) verbessert werden. Denn eine gute Infrastruktur ist ein entscheidender Faktor für Radtouristen. Probleme wie irreführende Beschilderung und schlecht befahrbare Passagen führen zu unzufriedenen Gästen, die nicht wiederkommen und negative Erfahrungen teilen.

Damit die radtouristischen Routen eine durchgängige gute Qualität aufweisen und Mängel zügig beseitigt werden, braucht es ein zentrales Qualitätsmanagement. Nur so kann die Instandhaltung von Radrouten auch über die Grenzen von Kreisen und touristischen Organisationen hinaus gelingen.

Für den Aufbau eines Qualitätsmanagements sind folgende Schritte notwendig:

1. Bestandsaufnahme
2. Aufgaben und Zuständigkeiten festlegen:
 - a. Infrastrukturmanagement – Sicherstellung der Qualität der Wege, der Wegweisung und der begleitenden Infrastruktur
 - b. Interne Kommunikation – Kontaktaufnahme- und pflege mit relevanten Akteuren
 - c. Außenmarketing – Betreuung einer zentralen Informations- und Ansprechstelle für Touristen
3. Trägerstruktur und Zuständige finden
4. Finanzierung sichern



Bestandsaufnahme

Bevor ein Qualitätsmanagement aufgebaut werden kann und sich Akteure zu einer Organisationsstruktur zusammenfinden, sollten die folgenden Fragen geklärt werden, um sich ein klares Bild vom Zustand der Radinfrastruktur zu machen.

1. Wer sind die relevanten Akteure?

Eine Liste mit allen Ansprechpartnern hilft, um einen Überblick zu schaffen, mit welchen Akteuren bereits eine gute Kooperation bestehen. Sie zeigt, in welche Richtung die Kontakte noch ausgebaut werden müssen. Ein stabiles Netzwerk für einen Radfernweg oder eine Radreiseregion ist eine unabdingbare Grundvoraussetzung, um die Unterhaltung über Kreisgrenzen hinweg sicherstellen zu können.

2. Wie ist der Ist-Zustand der Wege?

Durch das Büro Lebensraum Zukunft wurde eine detaillierte Befahrung aller Radfernwege in Schleswig-Holstein abgeschlossen. Es liegen daher detaillierte Daten zu allen Mängeln entlang der Radfernwege vor. Darüber hinaus lassen viele Regionen ihre zusätzlichen touristischen Radrouten regelmäßig befahren. Anhand dieser Daten können gezielte Maßnahmen getroffen werden, um den Zustand der Radrouten zu verbessern. Sollten Sie auf die Befahrungsergebnisse keinen Zugriff haben, melden Sie sich entweder bei Ihrer zuständigen Kreisverwaltung oder direkt bei der Koordinierungsstelle Radtourismus.

3. Wie ist der Zustand der begleitenden Infrastruktur?

Gibt es ausreichend Rastplätze? Wie ist der Ausstattungsgrad der Rastplätze? Gibt es genug Unterkünfte, Abstellanlagen etc.? Im Anhang befinden sich weitere Informationen zur Ausstattung begleitender Infrastruktur. Ein besonders wichtiger Punkt ist auch der Zustand der Wegweisung. Untersuchungen belegen, dass sich ein Großteil der Radreisenden trotz der steigenden Zahl digitaler Anwendungen nach wie vor eine lückenlose Ausweisung der Radrouten zur Orientierung wünscht.

Aufgaben des Qualitätsmanagements

Wenn ein Überblick über das Netzwerk sowie über die Begebenheiten der Radrouten besteht, sollte als nächster Schritt die spezifischen Aufgaben des Qualitätsmanagements des Radfernwegs oder der Radreiseregion definiert werden. Das Festlegen der Aufgaben und Zuständigkeiten ist wichtig, um die Qualität der radtouristischen Infrastruktur nicht nur für die nächsten Jahre zu verbessern, sondern diese auch langfristig sicherzustellen. Ein zentrales Qualitätsmanagement umfasst drei Hauptaufgabenfelder: das Infrastrukturmanagement, die interne Kommunikation und das Außenmarketing.

Diese drei Hauptaufgabenfelder müssten zentral bei einer zugewiesenen festen Ansprechstelle gebündelt werden und zusammenlaufen. Das bedeutet nicht, dass die zentrale Ansprechstelle alle drei Aufgabenfelder selbst wahrnehmen muss. Es besteht zum Beispiel die Möglichkeit,

Aufgabenbereiche von Dritten abdecken zu lassen. Es bedeutet aber, dass die feste Ansprechstelle über alle Aufgabenfelder Bescheid weiß und entsprechend mit allen Akteuren kommunizieren kann. Die Ansprechstelle sollte daher an erster Stelle Netzwerkarbeit betreiben. Folgend werden die drei Aufgabenfelder im Detail beschrieben.

Beim **Infrastrukturmanagement** geht es an erster Stelle darum, die Qualität der Wege, der Wegweisung und der begleitenden Infrastruktur sicherzustellen. Grundsätzlich sollen dabei bei allen Qualitätsverbessernden Maßnahmen die Qualitätsstandards für den Radtourismus berücksichtigt werden. Laut den Qualitätsstandards soll

- die Radwegweisung des touristischen Radnetzes mindestens einmal jährlich, möglichst vor Saisonbeginn kontrolliert und gewartet werden.
- der bauliche Zustand der Radwege und Begleitinfrastruktur alle drei Jahre kontrolliert werden. Bei wassergebundenen Wegen sind kürzere Intervalle vorzusehen.
- die touristischen Routen regelmäßig gepflegt (Räumung der Wege, Rückschnitt Bewuchs) werden, um eine ganzjährige Befahrung sicherzustellen.

Neben der Qualitätsüberwachung gehören weitere Aufgaben zum Infrastrukturmanagement. Darunter fallen unter anderem:

- Austausch mit den zuständigen Akteuren zur Planung qualitätsverbessernder Maßnahmen.
- Weiterleitung von Mängeln an die zuständige Stelle.
- Pflege der digitalen Daten zu den touristischen Radrouten.
- Sichtungsfahrt und Mängeldokumentation der touristischen Radrouten.

Einige der Aufgaben, wie die Sichtungsfahrten, können auch an Externe weitergegeben werden. Die Koordination dieser Aufgaben gehört trotzdem zum Infrastrukturmanagement. Die Aufgaben der **internen Kommunikation** umfassen:

- Kontaktaufnahme mit allen relevanten Akteuren.
- Agieren als Ansprechstelle für alle internen Akteure, wie Ansprechpersonen auf Kreis- oder Gemeindeebenen, touristische Organisationen oder Kommunen.
- regelmäßiger Informationsaustausch mit den radtouristischen Leistungsträgern.
- Veranstaltung von Sitzungen zur stetigen Weiterentwicklung und Anpassung des Angebots.
- Haushaltsplanung der touristischen Radroute.

Die Aufgaben der internen Kommunikation sollen von der Person übernommen werden, die als zentrale Ansprechstelle fungiert. Dies eignet sich besonders, da eine der Hauptaufgaben die aktive Kontaktaufnahme- und -pflege mit allen relevanten Akteuren ist. Somit wird ein wichtiger Grundstein für ein funktionierendes Netzwerk gelegt.

Die Aufgaben des **Außenmarketing** sind

- Betreuung einer zentralen Informations- und Ansprechstelle für Touristen.
- Anknüpfungspunkt zu übergeordneten touristischen Organisationen, wie der TA.SH, TMOs oder auch angrenzenden LTOs .
- Öffentlichkeitsarbeit inkl. Pflege von Websites, Karten etc.
- Entwicklung thematischer Angebote.

Je nach Begebenheiten ist es denkbar, dieses Aufgabenfeld bei bestehenden Tourist-Informationen an zentralen Orten anzusiedeln.

Eine Trägerstruktur finden

Nach der Definition der Aufgaben des Qualitätsmanagements ist es wichtig, eine geeignete Trägerstruktur zu finden. Die Trägerstruktur bündelt alle radtouristischen Akteure eines Radfernwegs oder einer Radreiseregion und sichert z.B. die Finanzierung des Marketings ab. Denn angesichts der Vielzahl und Diversität, der bei touristischen Radrouten zu beteiligende Akteure und den hierfür benötigten Ressourcen, müssen Zuständigkeiten fest zugeteilt sein.

Als „Trägermodell“ für einen Radfernweg sind verschiedene Strukturen denkbar. Vier mögliche Organisationsformen für die Zusammenarbeit kommunaler und touristischer Akteure sind denkbar: Der Zweckverband, der Verein, die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) oder die Anbindung an eine vorhandene Organisation.

1. Verein

Ein Verein vereint natürliche und/oder juristische Personen, die kollektiv ein spezifisches Ziel anstreben.

Vorteile

- Vereine können gemeinnützig sein und steuerliche Vorteile genießen, wenn sie bestimmten gemeinnützigen Zwecken dienen.
- Mitglieder haben Einfluss auf Entscheidungen.
- Die Gründung und Organisation eines Vereins sind oft weniger formell als bei anderen Rechtsformen.
- Vereine können soziale Bindungen zu wichtigen Akteuren schaffen.

Nachteile

- Ein Verein benötigt zur Eintragung mindestens 7 Mitglieder.
- Die Geschäftstätigkeit kann beschränkt sein, je nach den Zielen des Vereins.

Beispiel

- Trägerverein Mönchsweg e.V. – Mönchsweg

2. Zweckverband

Ein Zweckverband ist ein Zusammenschluss von mehreren juristischen oder natürlichen Personen, wie beispielsweise Gemeinden, Städten oder Landkreisen, um gemeinsame Ziele und Aufgaben effektiv zu bewältigen.

Vorteile

- Mitglieder können Ressourcen wie Finanzen und Fachwissen für gemeinsame Ziele bündeln.
- Zweckverbände ermöglichen es, Synergien zu nutzen und Kosten durch gemeinsame Projekte zu reduzieren

Nachteile

- Die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Mitgliedern mit unterschiedlichen Interessen kann komplex sein.
- Mitglieder müssen Kompromisse eingehen und können nicht immer eigenständig handeln.
- Die Gründung und Verwaltung eines Zweckverbands können bürokratisch sein.

Beispiel

- Zweckverband Tourismuszentrale Holsteinische Schweiz – Holsteinische Schweiz Rundtour

3. GmbH

Die GmbH stellt eine Unternehmensstruktur dar, die insbesondere für wirtschaftliche Betriebe konzipiert ist. Eine GmbH ist eine juristische Person, die es ermöglicht, ein Unternehmen zu gründen und zu betreiben, während die Haftung der Gesellschafter beschränkt ist.

Vorteile

- Eine GmbH kann wirtschaftliche Gewinne erzielen und Geschäftstätigkeiten ohne größere Einschränkungen ausüben.
- Eine GmbH ist eine eigenständige juristische Person, was klare rechtliche Trennung von den Gesellschaftern ermöglicht.
- Die GmbH-Struktur kann es einfacher machen, Investitionen anzuziehen

Nachteile

- Die Gründung und Verwaltung einer GmbH kann mit höheren Kosten und administrativem Aufwand verbunden sein.

- Es gibt spezifische rechtliche Anforderungen und Vorschriften für die Gründung und den Betrieb einer GmbH.
- Die Struktur einer GmbH kann weniger flexibel sein als bei anderen Rechtsformen, besonders wenn es um Entscheidungsfindung geht.

4. Vorhandene Organisation

An vielen Orten übernehmen bereits bestehende Einrichtungen und Organisationen die Verantwortung für einen oder mehrere Radfernwege in der jeweiligen Region.

Vorteile

- Eine bestehende Organisation kann bereits über Ressourcen und Personal verfügen, was zu Kosteneinsparungen führen kann.
- Die Integration des Qualitätsmanagements in eine bestehende Organisation kann zu Synergieeffekten führen, da gemeinsame Ziele verfolgt werden.
- Bestehende Organisation sind oft bereits an gut sichtbaren Standorten positioniert und leicht zugänglich, was die Verfügbarkeit von Informationen über den Radfernweg erhöht.

Nachteile

- Eigene Aufgaben und Prioritäten, könnten in Konflikt mit den Aufgaben des Qualitätsmanagements stehen
- Es könnten Interessenkonflikte auftreten

Beispiele

- Weserbergland Tourismus e.V. – Weser Radweg
- Regionalverband Ruhr – RuhrtalRadweg
- Celle Tourismus und Marketing GmbH – Aller-Radweg
- Herzogtum Lauenburg Marketing und Service GmbH – Alte Salzstraße, Elberadweg

Zusammenfassung

Die Wahl der Trägerorganisation sollte hauptsächlich unter Berücksichtigung der vorhandenen Umstände und beteiligten Akteure beurteilt werden. Generell zeigt die Erfahrung an anderen Radfernwegen, dass unterschiedliche Organisationen sinnvoll sein können.

Wenn die Strukturen es zulassen, empfiehlt RAD.SH die Ansiedlung der zentralen Ansprechstelle in einer bereits etablierten Organisation. Erfolgreiche Radfernwege wie der Weser Radweg und der Ruhrtal Radweg zeigen, dass dies ein sinnvoller Schritt sein kann. In bestehenden Organisationen existieren bereits wichtige Kontakte zu relevanten Akteuren, sodass dieses Netzwerk weiter ausgebaut und zur Unterhaltung der Radroute genutzt werden kann. Ein Kooperationsvertrag kann dabei die Zusammenarbeit und Finanzierung sicherstellen.

Wichtig bei der Nutzung einer vorhandenen Organisation ist, dass die Zuständigkeiten klar abgegrenzt werden. Die Unterhaltung darf keine Randaufgabe einer touristischen Organisation werden, sondern sollte mit einer genauen Aufgabenbeschreibung dem notwendigen Personal und der entsprechenden monatlichen Stundenzahl zugeordnet werden.

Kosten der Unterhaltung und der zentralen Ansprechstelle

Für das Infrastrukturmanagement eines Radfernweges oder einer ähnlichen umfangreichen touristischen Radroute können aufgrund von Erfahrungswerten etwa 10 Stunden pro Woche veranschlagt werden. Auch für die interne Kommunikation sollten pro Woche etwa 10 Stunden vorgesehen werden. Der zeitliche Aufwand der Personalstelle verringert sich vor allem für die Kommunikation in den Folgejahren, da zunächst ein größerer Aufwand in den Aufbau eines Netzwerkes gesteckt werden muss. Zu beachten ist, dass dies lediglich die Personalkosten darstellt. Kosten für die Wegeunterhaltung sind gesondert zu betrachten.

Die Kosten für das Außenmarketing hängen stark vom Marketingbudget ab. Je größer das Budget ist, desto mehr Ressourcen können für Marketingaktivitäten eingesetzt werden, einschließlich der Anstellung von Fachleuten. Auch der Wettbewerb spielt eine entscheidende Rolle. Wenn die Destination in einem stark umkämpften Markt tätig ist, kann es erforderlich sein, mehr Zeit und Aufwand in das Marketing zu investieren, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Auch die strategischen Ziele der Destination sind entscheidend. Wenn die Destination wachsen oder neue Märkte erschließen möchte, kann dies zusätzliche Ressourcen erfordern.

Vorteilhaft für das Außenmarketing ist, dass die Touristischen Organisationen in Schleswig-Holstein bereits über Marketingkenntnisse verfügen und das Thema Radtourismus von vielen Destinationen bereits ein Hauptthema ist. Auch die gute Erreichbarkeit von zentralen Ansprechstellen für die Touristen ist an vielen Orten bereits gegeben.

Checkliste: Beginn der Stelle

- Identifizieren Sie relevante Akteure:**
Ihr erster Schritt sollte darin bestehen, die relevanten Akteure zu identifizieren, die im Bereich Radtourismus ähnliche Ziele wie Sie verfolgen. Suchen Sie motivierte Mitstreiter:innen, die an einer Zusammenarbeit interessiert sind.

- Starten Sie ein Netzwerk:**
Ein effektiver Weg, Ihr Netzwerk aufzubauen, ist die Initiierung eines Runden Tisches. Hier können Sie Ihr Vorhaben vorstellen und vor allem die teilnehmenden Akteure für das Thema sensibilisieren.

- Wissensvermittlung und Überzeugungsarbeit:**
Zu Beginn ist es entscheidend, Wissensvermittlung und Überzeugungsarbeit zu leisten. Dies dient dazu, die relevanten Kreise, Ämter und Kommunen auf den Mehrwert der Radroute für die Region aufmerksam zu machen.

- Zusammenarbeit mit Partnern:**
Die Zusammenarbeit mit Partnern ist entscheidend für den Aufbau eines funktionierenden Netzwerks. RAD.SH und die Koordinierungsstelle Radtourismus unterstützen Sie gerne dabei, Ihr Netzwerk aufzubauen.

- Finanzierung von Personalstellen und Infrastruktur:**
Informieren Sie sich darüber, wie die Finanzierung von Personalstellen und die Instandhaltung der Infrastruktur sichergestellt werden können. Wenn Sie Beratung und Unterstützung bei der Beantragung von Fördermitteln benötigen, melden Sie sich bei RAD.SH. Wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung, um Sie zu unterstützen.

Good Practice Beispiele

Weser-Radweg

Der Weser-Radweg führt durch die vier Bundesländer Hessen, Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen und Bremen, von Hann. Münden bis Cuxhaven. Die vom ADFC mit 4-Sternen ausgezeichnete Qualitätsradroute landet bei der jährlichen ADFC-Radreiseanalyse stets auf Platz 1 oder 2 der beliebtesten Radfernwege. Und das, obwohl der Weg zu Beginn der 2000er Jahre noch schlechte Bewertungen erhielt. Um eine Qualitätsverbesserung zu erreichen, arbeiten die touristischen Partner gemäß einem Kooperationsvertrag zusammen. Der Weserbergland Tourismus e.V. übernimmt in Hameln als zentraler Akteur das Innen- und Außenmarketing. Auch die Weser-Radweg Infozentrale ist hier angesiedelt. Die sechs Kooperationspartner zahlen dafür laut Kooperationsvertrag unterschiedliche Beiträge an den Weserbergland Tourismus e.V., der den größten Anteil der benötigten Finanzmittel trägt. Die Landkreise und Kommunen übernehmen die Unterhaltung der Wegweisung und Wege selbst.

Aller-Radweg

Auch der Aller-Radweg organisiert sich über eine zentrale Ansprechstelle und ein gemeinsames Budget per Kooperationsvertrag, das bei der bereits bestehenden Celle Tourismus und Marketing GmbH angesiedelt ist. Die Celle Tourismus und Marketing GmbH (CTM) ist für die Vermarktung als Koordinierungsstelle zuständig. Sie stellt personelle Kapazitäten zur Verfügung, u.a. die Erreichbarkeit für den Gast in der Hauptsaison bis zu 54 Std./Woche, welche durch die Touristinformation Celle abgedeckt werden. Die CTM ist zentrale Informationsstelle hinsichtlich Streckenverlauf, Wegequalität, Kenntnis über Beschilderung, sämtlicher touristischer Eckdaten (Gastronomie, Unterkünfte, Sehenswürdigkeiten), Beschwerdemanagement, Koordinierung gemeinsamer Veranstaltungen, Aktualisierung und Pflege der Homepage, Begleitung von Presseanfragen, Online-Marketing und Social Media

Ruhrtalradweg

Der Ruhrtal Radweg zählt seit Jahren zu den beliebtesten Radfernwegen Deutschlands. Die Ruhrtal Radweg-Kooperationsgemeinschaft, bestehend aus 26 Anrainerkommunen, drei Landkreisen und verschiedenen Tourismusorganisationen, kümmert sich um den Weg. Der Regionalverband Ruhr übernimmt das Qualitätsmanagement und die Unterhaltung der Infrastruktur, während die Ruhr Tourismus GmbH das Marketing für den Radfernweg und die Region übernimmt. Die Kommunen sind für die Wegweisung verantwortlich. Das Marketing übernimmt die Ruhr Tourismus GmbH. Aus dem Jahresbudget, das aus den Beiträgen der Kooperationspartner sowie Anzeigen und Sponsorenzahlungen finanziert wird, wird eine volle Personalstelle für das Marketing des Weges finanziert. Finanziert wird das Qualitätsmanagement von der sogenannten RuhrtalRadweg-Kooperationsgemeinschaft. Seit Herbst 2007 sorgen außerdem die Ruhrtal Radweg-Ranger der Neuen Arbeit Arnsberg gGmbH

für das Wohlbefinden der Radtouristen auf einem 35 km langen Streckenabschnitt. Sie geben Orientierungshilfen, können kleinere Reparaturen vornehmen, geben Erstinformationen zu Arnsberg und können Erste-Hilfe leisten. Für weitergehende Informationen, größere Reparaturen oder „Problemfälle“ leiten die Ranger die Gäste an die entsprechenden Fachbetriebe weiter. Außerdem kümmern sich die Ranger darum, dass sowohl Beschilderung als auch Wegezustand auf dem Streckenabschnitt tadellos sind.

Mönchsweg

Der Mönchsweg verläuft durch die drei Bundesländer Bremen, Niedersachsen und Schleswig-Holstein. Der Trägerverein Mönchsweg e.V. in Schleswig-Holstein führt die zentrale Geschäftsstelle. In Bremen und Niedersachsen haben sich unterschiedliche Akteure zu einer Trägergemeinschaft zusammengeschlossen, die zusammen einen festen Finanzierungsbeitrag an den Trägerverein Mönchsweg e.V. zahlen. Die zentrale Geschäftsstelle wird vom Trägerverein beauftragt und durch das externe Büro „Lebensraum Zukunft“ geführt. Sie übernimmt hauptsächlich das Außenmarketing sowie die interne Kommunikation. Die Wartung der Radwegweisung obliegt den Landkreisen, die dies in unterschiedlicher Qualität durchführen. Für die Instandhaltung sind die entsprechenden Baulastträger zuständig. Die Erfahrungen am Mönchsweg zeigen, dass die touristischen Wege häufig nicht im Fokus der Akteure der öffentlichen Verwaltung liegen. Die Geschäftsstelle konnte die öffentlichen Verwaltungen durch intensive Kontaktaufnahmen für das Thema sensibilisieren. Eine intensive Kooperation konnte aufgrund hoher Kosten und Zeitaufwände jedoch nicht konstant aufrechterhalten werden.



Quellen und weiterführende Links

ADFC (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V.) (2017), ADFC-Empfehlung: Anforderungen und Gestaltung von Rastplätzen an Radrouten.

https://www.adfc.de/fileadmin/user_upload/Expertenbereich/Touristik_und_Hotellerie/Positionspapier/ADFC_Empfehlung_Rastplaetze.pdf

ADFC (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e.V.) (2021), ADFC-Radreiseanalyse 2021.

https://www.adfc.de/fileadmin/user_upload/Expertenbereich/Touristik_und_Hotellerie/Radreiseanalyse/ADFC-_Radreiseanalyse_2021_-_Handout.pdf

Aller-Radweg, Koordination und Vermarktung (2018)

https://egov3.heidekreis.de/somacos/buergerinfo/vo0050.asp?__kvonr=1827

Büro Lebensraum Zukunft UG, Eider-Treene-Sorge GmbH (2022), Erstellung eines Unterhaltungskonzeptes für den Eider-Treene-Sorge-Radweg.

https://eider-treene-sorge.de/de/Dokumente/Bericht-ETS-Unterhaltungskonzept-03_2023.pdf

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein (2020), Ab aufs Rad im echten Norden: Radstrategie Schleswig-Holstein 2030.

https://www.schleswig-holstein.de/DE/Fachinhalte/R/radverkehr/Downloads/radstrategie_Brosch%C3%BCre.pdf?__blob=publicationFile&v=1

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein (2021), Qualitätsstandards für den Radtourismus in Schleswig-Holstein.

https://www.schleswig-holstein.de/DE/Fachinhalte/T/tourismus/Downloads/qualitaetsstandards_radtourismus.pdf?__blob=publicationFile&v=5

Anlage Begleitende Infrastruktur:

Das Land empfiehlt die vom ADFC vorgeschlagene Ausstattung für Rastplätze an Radrouten.

Vorhanden sein soll außerhalb von Ortschaften etwa alle 15 km ein Rastplatz mit

- Ausreichender Grundfläche (empfohlen werden 150 – 200 m²)
- Sitzgelegenheiten für etwa 6 Personen
- Anlehnbügel: 3-5 Bügel mit ausreichend Abstand, sodass die Bügel beidseitig, auch von Fahrrädern mit Gepäcktaschen, genutzt werden können.
- Informationstafeln: Möglich sind Informationen zum Streckenverlauf, zu Gastronomie und Unterkünften, Bahnhöfen und besonderen Sehenswürdigkeiten. Wichtig ist ein einheitliches Design für eine Radroute
- Abfallbehältern
- Ggf. eine Schutzhütte, bestenfalls in Hauptwindrichtung.

Optional bieten sich an:

- Trinkwasserzapfstelle
- Sofabänke
- Reparaturstationen
- Toilette
- Kinderspielplatz

Wichtig bei der Rastplatz-Gestaltung ist, das vorhandene Angebot an Einkehrmöglichkeiten zu berücksichtigen. Gibt es zum Beispiel Cafés oder einen kleinen Ortskern mit Bänken und Abstellanlagen in unweiter Entfernung der Route, lohnt es sich vielleicht eher, in eine alternative Maßnahme zu investieren, als strikt alle 15 km einen Rastplatz zu errichten.

Neben der Installation ist auch der Unterhaltungsaufwand zu berücksichtigen, um die radwegbegleitenden Infrastrukturelemente in einem guten Zustand möglichst langfristig vorhalten zu können.

Impressum

Herausgeber: RAD.SH - Wolfskamp 49, 24113 Kiel www.rad.sh

Erstellung: Rebecca Bleumer, Dr. Thorben Prenzel, September 2023