

## Themenbereich: Tourismus

Diplom-Geographin Franziska Thiele

### *Revitalisierung von Radfernwegen am Beispiel des Weser-Radweges*

#### **Forschungsgegenstand:**

In dieser Arbeit wird untersucht, wie die Entwicklung eines etablierten touristischen Radfernwegs beeinflusst werden kann, um auf dem wettbewerbsintensiven Markt des Fahrradtourismus langfristig zu bestehen. Als Beispiel hierfür dient der Weser-Radweg, welcher zu den drei beliebtesten Radfernwegen in Deutschland gehört.

#### **Datengewinnung:**

Literaturrecherche, Desktop-Analysen, Primärdatenerhebung in Form einer schriftlichen Befragung



Radfernwege entlang von Flüssen erfreuen sich großer Beliebtheit. Die zunehmende Wettbewerbssituation im Fahrradtourismus stellt Destinationen vor die Aufgabe, sich ständig verändernden Marktbedingungen anzupassen. In dieser Arbeit wird der aktuelle Entwicklungsstand des Weser-Radweges evaluiert, um mögliche Ansatzpunkte einer Optimierung und Steigerung der Attraktivität, kurz: „Relaunch“ zu finden und so die Wettbewerbssituation langfristig zu stärken. Den drei Säulen Infrastruktur, Service und Vermarktung im fahrradtouristischen Marketing kommt dabei eine tragende Rolle zu. Eine attraktive Landschaft, die infrastrukturelle Ausstattung und ein grundlegendes Serviceangebot reichen allein in Zukunft nicht mehr aus. Qualitative Produkte und eine klare differenzierte Positionierung, die Förderung von Kooperationen und Produktinnovationen sowie die Inszenierung von Erlebnissen können dazu beitragen, dass die fahrradfreundliche Atmosphäre etablierter Radfernwege gefestigt wird.

Am Weser-Radweg schätzen die Fahrradtouristen vor allem die landschaftliche Attraktivität, die kulturellen Sehenswürdigkeiten und die komfortable Routenführung. Das vorhandene Potenzial des Weser-Radweges könnte durch eine gemeinsame und konsequente Vermarktung noch stärker und nachhaltiger genutzt werden. Dabei sollte nicht allein der Radweg im Mittelpunkt stehen, sondern auch die touristischen Möglichkeiten, die er in seinem Umfeld bietet. Die Einbeziehung attraktiver Themenrouten und die Darstellung und Vermarktung der regionalen Besonderheiten können dazu beitragen, dem Interesse der spezifischen Zielgruppen gerecht zu werden.

Bei der strategischen Ausrichtung für die Zukunft kann die Revitalisierung des Weser-Radweges als Qualitätsprodukt ein wesentlicher Erfolgsfaktor sein.

Die überregionale Zusammenarbeit aller an der touristischen Dienstleistungskette beteiligten Akteure ist bei der Etablierung eines tragfähigen Gesamtkonzeptes die größte Herausforderung.

*„Ein attraktiver Name macht noch lange keinen erfolgreichen Radweg. Langfristig gilt es, diese Bezeichnung mit Inhalten zu füllen und die regionalen Besonderheiten, landschaftlichen Highlights und kulturellen Akzente in einem Gesamtkonzept zu vermarkten.“*