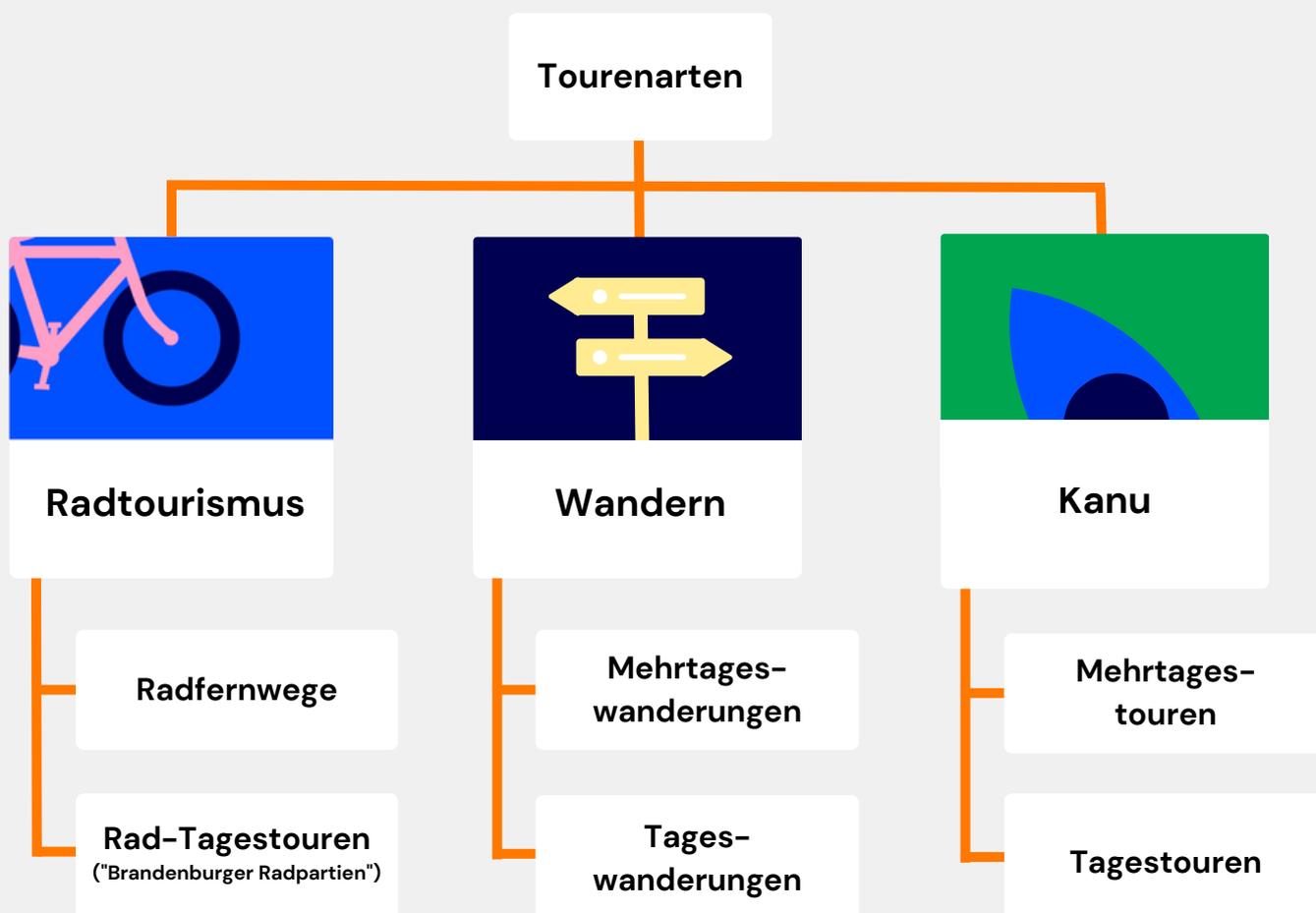


Tourencheck-Leitfaden für die Natur-Aktiv-Themen Rad, Wandern und Wasser



Das Kriterien-Konzept

„Die Checklisten dienen der Darstellung touristischer Themen wie Rad-, Wasser- und Wandertourismus und wurde in enger Zusammenarbeit zwischen TMB, dem Netzwerk Natur-Aktiv und den Reiseregionen zusammengestellt. Alle Touren dieser Kategorien sollten den hier genannten Mindest-Merkmalen entsprechen, um über die regionale und die Landesebene vermarktet zu werden. Die Checklisten dienen auch dazu, eine Mindestorientierung bei der Produktentwicklung zu geben. Eine noch höhere (Service)qualität kann angestrebt werden, bspw. durch Zertifizierungen/Klassifizierungen. Diese Checklisten bestehen seit 2017 und werden in zyklischen Abständen weiterentwickelt.“





Radfernwege (gemäß ADFC)

Für Radfernwege gibt es bisher keine eindeutige, deutschlandweite Definition. Wir orientieren uns an den Eigenschaften und Kriterien des ADFC:

- Eindeutiger Name des touristischen Produktes
- Eindeutig nachvollziehbare Konzeption als Strecke, Rundkurs oder Netz (mind. eine Übernachtung)
- Durchgängige Befahrbarkeit (Fahrrad mit 20 km/h, 20 kg Gepäck und 28 mm Reifenbreite, aber auch mit Tandem oder Anhänger)
- Empfohlene Mindestbreite von 2 Metern
- Allwettertauglichkeit (sowohl nach langer Trockenheit als auch nach längerem Regen noch befahrbar)
- Einheitliche und durchgängige Wegweisung in beide Fahrrichtungen (nach den Empfehlungen des ADFC oder der Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen FGSV – in Brandenburg: hbr)
- Naturnahe Routenführung
- Touristische Infrastruktur entlang der Route (Vorhandensein von Beherbergungsbetrieben, Schutzhütten, Gastronomie, Abstellanlagen, Bereitstellung touristischer Informationen, etc.)
- Anbindung an öffentlichen Verkehr mit Fahrradbeförderung (An- und Abreisemöglichkeiten, Fahrradmitnahmemöglichkeiten in Bus und Bahn entlang der Route)
- Realistisches und zielgruppenspezifisches Marketing: zentrale Informationsquelle, Bereitstellung von Grundinformationen, Tourenvorschläge für verschiedene Zielgruppen oder eindeutig definiertes Zielgruppenangebot, Karten- und Radwanderführer, Pauschalen, Präsentation im Internet, Buchungsmöglichkeit per E-Mail. Die Liste zentraler Ansprechpartner für einen Radfernweg muss ggf. durch das Netzwerk Aktiv in der Natur bzw. die Anrainer aktualisiert werden.
- Regelmäßige Wartung und Kontrolle der fahrradtouristischen Infrastruktur





Rad-Tagestouren („Brandenburger Radpartien“)

Die „Brandenburger Radpartien“ sind Empfehlungen für Ausflügler, die von ihrem Wohnort oder entfernt davon eine Tagestour mit dem Rad unternehmen. Die sog. „Regio- oder Sternradler“, die von ihrem Urlaubsort mehrere Radtouren in die Region unternehmen, sind ebenso eine wichtige Nutzergruppe, deren Nachfrage steigt. Mit der Einführung der Knotenpunktwegweisung in vielen Regionen Brandenburgs wird dieses Segment weiter zunehmen und die Entwicklung von Tagestouren forciert.

Tourenführung

- Start/Ziel sind eindeutig mit georeferenzierter Adresse (Parkplatz, Bhf.) und/oder ÖV-Anbindung (Wenn Bahnhof empfohlen, dann max. 5 km Entfernung und bitte auf Spitzenzeiten bspw. an Wochenenden achten. Im Speckgürtel Berlins lieber auf die S-Bahn-Anbindung ausweichen!)
- Länge: 10 – max. 90 km, bei Familien: 10 – max. 40 km
- Komfortable, durchgängige Befahrbarkeit ist gewährleistet (Wegebreiten, Unterbrechungen durch unnötige „Hindernisse“ etc.)
- Verkehrssicherheit: außerorts minimaler Anteil an Führung auf Straße, wenn dann max. ADFC Kategorie III (bis 1.500 KfZ/Tag), an Zielgruppe angepasst (insb. Familien!)
- Tour ist Landschaftserlebnis und mit touristisch relevanten Anlaufpunkten mit kundenfreundlichen Öffnungszeiten versehen
- Einkehrmöglichkeiten sind an der Tour vorhanden
- Weitere touristisch relevante Points of Interest (POI) sind in sinnvollem Abstand vorhanden, passen zum Thema der Tour und tragen zur touristischen Wertschöpfung bei. (Restaurants, Radvermietung, Touristinformationen, Sehenswürdigkeiten, Hofläden etc.). Diese POIs müssen im Tourism Data Hub hinterlegt sein.

Tourenzustand

- Ausschilderung: mindestens Zielwegweisung muss durchgängig vorhanden sein (die Tour muss nicht zwangsläufig mit eigenem Logo ausgeschildert sein!)
- Geeigneter Belag in gutem Zustand: Asphalt, wassergebundene Decke, auch fester naturnaher Ausbau (je nach Thema der Tour, Nutzergruppe), möglichst keine Schiebestrecken



Vermarktung & Tourism Data Hub-Eintrag

- Der Name der Tour ist authentisch und mit eindeutigem Bezug zur Streckenführung (auf mögliche Doppelungen im Land achten und starke Ähnlichkeiten vermeiden!)
- Digitale Infos: Die Routenführung muss auf einer digitalen Kartengrundlage im Internet zu finden und der GPS-Track der Route herunterladbar sein (bspw. Website der Tourismusorganisation des Reisegebietes, Verlinkung zu Outdoor-, Routingportalen – Infos sollten korrespondieren mit anderen Darstellungen, bspw. auf reiseland-brandenburg.de)
- Soweit Radvermietungen an der Strecke vorhanden sind, sind diese publiziert
- Die Darstellung enthält qualitätsvolle Fotos, die das Wesen der Tour vermitteln und DSGVO-konform sind
- Mindestens ein guter Kartentipp/Verlagsprodukt wird kommuniziert



Management

- Es existiert ein touristischer Hauptansprechpartner (Institution) für Endkunden für die Tour, der auch Kontakt mit Baulastträgern/Anrainerkommunen hält und Anregungen sowie Beschwerden der Kunden aufnimmt. Auch wenn die Tour sich über mehrere Reiseregionen erstreckt, haben sich die Anrainer auf einen Ansprechpartner geeinigt.
- Infrastruktur: für jeden kommunalen Tourenabschnitt gibt es einen Ansprechpartner in der jeweiligen Kommune, der dem o.g. Hauptansprechpartner bekannt ist (Anrainerliste existiert)
- Im Meldeportal [MAERKER Brandenburg](#) gibt es die Kategorie „touristische Rad- und Wanderwege“. Wenn alle Anrainerkommunen der Tour Teil des MAERKER-Systems sind, werden Kunden in der Darstellungen der Tour in on- und offline-Medien darauf hingewiesen, dass im MAERKER Hinweise zur Infrastruktur zu melden sind.
- Mind. alle drei Jahre erfolgt eine Befahrung unter Routenqualitäts-Gesichtspunkten mit kurzer Dokumentation. Diese wird den Anrainern an der Tour zur Verfügung gestellt. Ein „Kümmerer“ wird dazu benannt.
- Binnenkommunikation: u.a. Touristische Anbieter, Tourismusinformationen, Restaurants, Kultur- und Freizeiteinrichtungen erhalten schriftliche Informationen zur Tour mit Links, Inhalten der Tour etc. und regelmäßige Informationen bei Änderungen oder Neuigkeiten zur Tour.





KONTAKT

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

Babelsberger Straße 26, 14473 Potsdam

Dirk Wetzel

Teamleiter Marken- und Themenmanagement/
Stellv. Leiter Marketing

 0331-29873-789

 0331-29873-73

 dirk.wetzel@reiseland-brandenburg.de

 www.reiseland-brandenburg.de

Netzwerk Natur-Aktiv

 natur-aktiv@proagro.de

 [Netzwerk Natur-Aktiv](http://Netzwerk.Natur-Aktiv)
