

**MG 2 Nutzung der räumlichen Lage und ihrer radtouristischen Möglichkeiten als USP mit entsprechender Vermarktung national und international.**

In den angrenzenden Bundesländern werden überregionale Radfernwege in ihrem Verlauf und mit den Anschlussmöglichkeiten nicht vermarktet. Für den Radtouristen endet die Radreise jedoch nicht an der Landesgrenze. Die regions- und länderübergreifende Vermarktung von Radwegen mit entsprechender Kooperation mit den verantwortlichen Tourismusmarketingorganisationen und Leistungsträgern bietet so einen erheblichen Vorteil. Das Saarland ist wegen der geringen Flächenausdehnung in der Vielfalt und im Angebot einer umfangreichen Auswahl an Radrouten eingeschränkt. Die räumliche Lage im Drei-Länder-Eck sollte deshalb noch stärker als bisher hervorgehoben und im Marketing betont werden. Überregionale Initiativen wie die VeloRoute SaarLorLux stellen ein USP dar, welches das Saarland von anderen Radreisedestinationen unterscheidet. Sowohl in den Broschüren als auch vor allem für internationale Touristen im Internet sollte deshalb die grenzüberschreitende Möglichkeit des Radelns betont und mit entsprechenden Infrastruktur-, Marketing- und Serviceangeboten unterstützt werden.

## 6. Zusammenfassung

Der Radtourismus gehört seit einigen Jahren zu den tragenden Säulen des Saarlandtourismus. Ausgehend vom Masterplan 2001, wurden deutlich **mehr als 10 Mio. EUR Investitionen** in Wegeinfrastruktur, Ausschilderung, Produktentwicklung und Vertrieb getätigt, um das Saarland als Fahrraddestination zu etablieren. **Über 22 Mio. EUR Umsatz** pro Jahr sind schon heute der Lohn für dieses Engagement. Da zudem alle Marktforschungsstudien weitere Wachstumschancen prognostizieren, ist ein konsequenter Ausbau des Radtourismus im Saarland mit Sicherheit Erfolg versprechend.

Das systematische Vorgehen bei der Angebotsentwicklung und im Marketing zeigt Wirkung: Innerhalb weniger Jahre ist es gelungen, eine sehr gute radtouristische **Wegeinfrastruktur**, bestehend aus Rad- (wander) -routen mit einer bundesweit anerkannt hervorragenden Beschilderung, aufzubauen. Die Verbesserungspotenziale in diesem Bereich bestehen daher in einer fahrradfreundlichen Infrastruktur, wie z. B. Tischen, Bänken und Abstellanlagen an den Radwegen, welche für eine Qualitätssicherung sorgen.

Auch die Ausstattung des Saarlandes mit **Bett & Bike-Betrieben** ist mittlerweile als gut zu bezeichnen. Waren im Jahr 2000 erst 16 Betriebe nach den ADFC-Kriterien für Radfahrer freundliche Unterkünfte klassifiziert, stieg die Zahl mit Stand März 2005 auf 50 Betriebe. Gleichwohl sind an einigen Routen Lückenschlüsse notwendig.

Auf konstant hohem Niveau werden in Saarland **Radsporevents** durchgeführt, die mittlerweile auch überregionale Bedeutung erlangt haben. Nicht nur hierdurch konnte sich die Region St. Wendel z. B. erfolgreich als Mountainbike-Destination etablieren.

Im **Marketing** sind vor allem seit dem Jahr 2003 verstärkte Aktivitäten zu verzeichnen. Printmedien, spezifische Informationen im Internet wurden geschaffen, die Präsenz auf relevanten Special Interest Messen erhöht, Pauschalen und Reiseangebote für Radtouristen kreiert. Nachdem damit die Grundlagen für ein radtouristisches Marketing geschaffen wurden, geht es nun um die stetige Perfektionierung in Marketing und Vertrieb, vor allem aber um die langfristige Entwicklung der **Marke SaarRadland**. Dazu gehören z. B. der Ausbau zielgruppenspezifischer Angebote (z. B. für Familien, Genussradler, Tourenradler etc.), eine Verstärkung der Kooperation mit Reiseveranstaltern und nicht zuletzt die Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Fernradwege des Landes und ihre Etablierung im nationalen und internationalen Markt.

Das Saarland zeichnet sich gegenüber anderen Destinationen durch seine unmittelbare Lage zu den beiden europäischen Nachbarländern Frankreich und Luxemburg aus. Der **grenzüberschreitende Radtourismus** ist aus diesem Grund besonders entwickelt worden. Mit der VeloRoute SaarLorLux entsteht eine attraktive Verknüpfung der Radrouten des Drei-Länder-Ecks. Die bereits begonnenen Kooperationen mit den Nachbarregionen bieten insbesondere im Radtourismus weitere große Entwicklungschancen.

Ein perfekter, auf die Zielgruppenbedürfnisse exakt zugeschnittener **Service** wird immer mehr zum entscheidenden Erfolgsfaktor im Tourismus generell und damit auch im Radtourismus. Auch hier wurde im Saarland der Grundstock gelegt, auf welchen nun unter anderem mit Lückenschlüssen bei der gastronomischen Versorgung an Fernradwegen, besser abgestimmten Öffnungszeiten von Serviceeinrichtungen und Gastronomie, dem Angebot einer One-Way-Fahrradmiete, der Kreation eines qualitativ hochwertigen „Saarlandrades“ und anderen Maßnahmen aufgebaut werden kann.

Wichtigste Aufgabe für die kommenden Jahre wird die **Aktivierung der Leistungsträger** (Beherbergung, Gastronomie, Fahrradverleih, Fahrradreparatur, Transport, Ausflugsziele etc.) sein **und die Verstärkung der Kooperation** mit und zwischen ihnen, so dass diese im Gesamtsystem Radtourismus ihre volle Kompetenz einbringen können.