

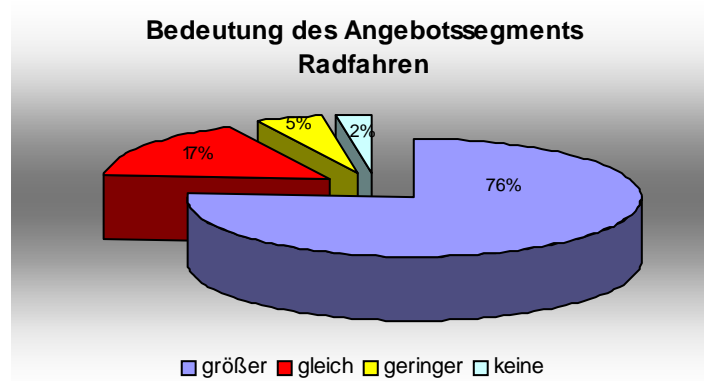
Radeln trotz der Tourismusflaute – Trend zum Fahrradurlaub ungebrochen Wachsende Bedeutung des Radtourismus für das Land Brandenburg

Radfahrende Gäste sind für Beherbergungs-, Gastronomie- und Campingbetriebe ein wachsender Kundenkreis. Sie zu gewinnen, bedarf in den meisten Fällen keiner großen Investition. Im Rahmen der Konjunkturumfrage Tourismus im Frühjahr 2003 hat die IHK Potsdam festgestellt, dass der Radtourismus für Brandenburg zunehmend an Bedeutung gewinnt. Daher wurden 124 Hotel- und Gastronomiebetriebe entlang der Radwanderwege nach ihrer Einschätzung befragt und 46 Antworten ausgewertet, die diesen Trend bestätigen.

Die Unternehmen sind sich einig:

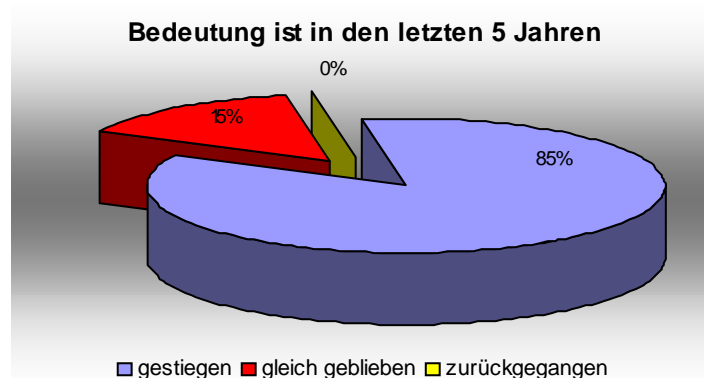
Der Radtourismus hat für über 70% der Unternehmen stark an Bedeutung gewonnen. Die Gründe sind eindeutig: Viele Unternehmen profitieren von dem sich entwickelnden Radwegenetz, welches sich inzwischen durch alle Reiseregionen Brandenburgs zieht und fahrradbegeisterte Urlauber in die Natur lockt. Die Marketingaktivitäten

der TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH in den letzten Jahre mit gezielten Broschüren zum Radtourismus, Kartenmaterial und Ausweisung von Unterkünften und Gastronomieangeboten sowie zahlreiche Aktivitäten wie z.B. die Internet Plattform www.bettundbike.de des ADFC haben das Angebotssegment wesentlich befördert.

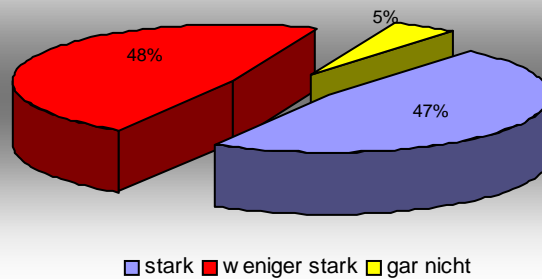


Für 85% der befragten Unternehmen hat sich die Bedeutung des Segments Radtourismus erst in den letzten 5 Jahren so stark

entwickelt. Viele Betriebe haben sich daher auf fahrradfreundlichkeit spezialisiert und bieten kleinere Services rund ums Rad an.



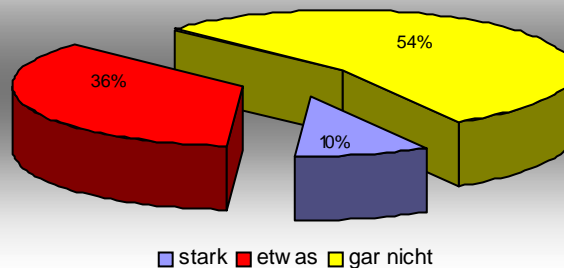
Der Ausbau des Radwegenetzes hat sich auf die Geschäftsentwicklung ausgewirkt



Der Ausbau des Radwegenetzes hat sich für 47% der Unternehmer sehr positiv auf die Geschäftsentwicklung ausgewirkt. Weitere

48% der Befragten schätzen die Auswirkungen weniger stark ein.

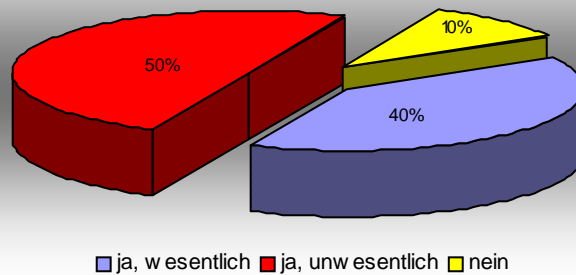
Steigerung der Arbeitskräfte durch das Klientel



Die positiven Auswirkungen des Radtourismus auf die Arbeitskräfte sind nicht ganz so deutlich. Dennoch verzeichnen über 40% der Unternehmen eine Steigerung ihres Arbeitskräftepotenzials durch gewachsenen

Radtourismus. Die Mehrheit von über 50% der Unternehmen konnten ihre Beschäftigtenzahlen immerhin stabil halten.

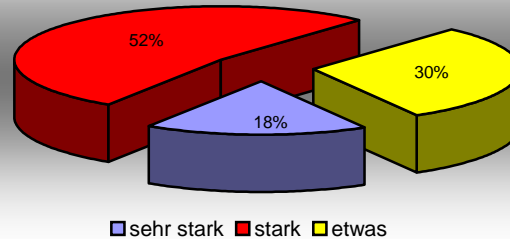
Steigerung der Übernachtungszahlen durch den Radtourismus



Die Übernachtungszahlen beweisen wiederum, dass der Radtourismus den Unternehmen Gäste bringt. 90% der Befragten konnten eine Zunahme der Übernachtungszahlen

feststellen. Davon sogar 40% mit einer wesentlichen Steigerung.

Die Schließung bestehender Lücken könnten sich wie folgt positiv auf die Geschäftslage auswirken



Alle befragten Unternehmen befürworten den Ausbau der Radwege, insbesondere die Schließung bestehender Lücken im Radwegesystem Brandenburgs. Der Lückenschluss vieler Radwanderwege könnte zu einer wesentlichen Attraktivitätssteigerung für das Land beitragen, und mehr Radtouristen anziehen die schon längst nicht mehr zu den zahlungsschwächsten Touristen zählen. Wesentliche Anregungen der Unternehmen beziehen sich auf eine bessere Beschilderung der Radwege sowie eine gezielte Beschilderung der Gaststätten und Hotels entlang der Radwege. Parallel dazu müsste der Ausbau des Wander- und Wasserwegenetzes gesichert werden, ein weiterer wichtiger Aspekt, der von vielen Unternehmen als Angebotssegment mit Zukunft und in Kombination mit dem Fokus Radtourismus hoch

eingeschätzt wird. Trotz der bereits erwähnten positiven Ansätze einer einheitlichen Vermarktung sprachen sich die Unternehmer für eine bessere Vermarktung, stärkere Vernetzung einzelner Angebote und eine durchgängige Versorgung entlang der Radwege aus. Die Anbindung an Mecklenburg Vorpommern außerhalb der Hauptstrecken, sowie Anschlüsse an überregionale Radwanderwege wie z.B. Berlin-Kopenhagen, könnte für viele Regionen ein Gewinn bedeuten und verhindern, dass Radtouristen auf direktem Wege nach Mecklenburg Vorpommern durchreisen. Eine fahrradfreundliche Ausrichtung vieler Betriebe entlang der Radwege könnte diese Potenziale zudem stärker nutzbar machen.

Durch diese Umfrage werden die in der Konjunkturumfrage vom Frühjahr 2003 erzielten Ergebnisse bestätigt, wonach durch eine stärkere Konzentration und dem Ausbau von Zusatzangeboten neues Kundenklientel erschlossen wird.

Spezialisierung auf serviceorientierte Dienstleistungsangebote und Konzentration auf bestimmte zukunftsweisende Angebotssegmente bieten vielen Unternehmen bessere Wettbewerbschancen.