

Trends und Potenziale für den Radtourismus

Nachlese zu den Vorträgen aus der Workshop-Reihe 2022

Wien, Dezember 2022

Impressum

Medieninhaber, Verleger und Herausgeber:

Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft, Stubenring 1, 1010 Wien

Autorinnen und Autoren: Richard Bauer Tourismusberatung

Gesamtumsetzung: BMAW, Sektion VIII

Fotonachweis Seite 6: Nadine Studeny Photography

Wien, 2022

Copyright und Haftung:

Auszugsweiser Abdruck ist nur mit Quellenangabe gestattet, alle sonstigen Rechte sind ohne schriftliche Zustimmung des Medieninhabers unzulässig.

Es wird darauf verwiesen, dass alle Angaben in dieser Publikation trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung des Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft und der Autorin/des Autors ausgeschlossen ist. Rechtausführungen stellen die unverbindliche Meinung der Autorin/des Autors dar und können der Rechtssprechung der unabhängigen Gerichte keinesfalls vorgeifen.

Rückmeldungen: Ihre Überlegungen zu vorliegender Publikation übermitteln Sie bitte an radtourismus@bmaw.gv.at

Inhalt

Vorwort	6
1 Überblick.....	8
1.1 Ausgangslage und Zielsetzung.....	8
1.2 Inhalte.....	8
2 Fachvorträge	10
2.1 Verändertes Urlaubsverhalten: Trends im Radtourismus und Sehnsüchte der künftigen Gäste, Mag. Richard Bauer.....	10
Urlaubsverhalten	10
Künftige Reisetemen.....	10
Entscheidungsverhalten.....	11
Gästepotenzial	11
Gästeansprache	11
2.2 Entwicklung innovativer betrieblicher Radangebote und Erfolgsbeispiele aus der Praxis, Mag. Ernst Miglbauer.....	12
2.3 Die neue digitale „Customer Journey“ im Spiegel von Angebot und Nachfrage, Thomas Froitzheim (D)	14
Informationsverhalten vor Reiseantritt	14
Orientierung vor Ort	14
Haustouren selbst erzeugen	15
Deutschland: Neue Qualitätskriterien für digitale Tourenvorschläge.....	16
2.4 Exkurs Österreich: Qualitätsgesicherte Daten aus der Verwaltung, DI Irmgard Mandl-Mair.....	17
Inhalte und Kommunikation mit der GIP und OSM-Community	17
Der Verein ÖVDAT.....	18
2.5 Beratungs- und Förderprogramm aktive Mobilität, Mobilitätsmanagement, E-Mobilität für Tourismus und Freizeit, Dietlinde Oberklammer, BSc., MA. und Ing. Marc Steinscherer, BSc.	19
2.6 Weiterführende Informationen zu spezifischen Inhalten	20
Rad-Tourismusstrategie Niederösterreich 2025.....	20

Radtourismus in Tirol: Schwerpunktaktionen 2022/23	20
Kampagne der Österreich Werbung	20
Initiativen von Radtouren in Österreich.....	20
Bett+Bike in Österreich	20
EuroVelo	20
Innradweg	20

Vorwort



Staatssekretärin
Susanne Kraus-Winkler

In den letzten Jahren haben sich die touristische Nachfrage und vor allem die Anforderungen und Bedürfnisse unserer Gäste stark verändert. Gerade der Radtourismus wird diesen neuen Bedürfnissen in vielen Punkten gerecht und so konnte trotz der Corona-Pandemie eine steigende Nachfrage beobachtet werden. Daher wurde im Jahr 2022 gemeinsam mit der Tirol Werbung und der Niederösterreich Werbung jeweils ein Workshop in Innsbruck und in Ybbs/Donau zu Trends und Potenzialen im österreichischen Radtourismus durchgeführt.

Zielsetzung war der gemeinsame Austausch zu aktuellen Entwicklungen und Herausforderungen im Radtourismus. Die wesentlichen Inhalte und Erkenntnisse dieser beiden Workshops sind hier nochmals als Nachlese zusammengefasst. Die nächste Radsaison beginnt bereits mit Anfang April nächsten Jahres und die Trendforschung zeigt, dass dieses touristische Segment weiterhin boomen wird. Es freut mich daher sehr, dass auch viele radaffine Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe diesen Trend erkannt haben und ihr Angebot immer mehr auf diese Zielgruppe ausrichten. Ein Zeichen dafür ist, dass bereits mehr als 670 Betriebe in Österreich das ADFC-Gütesiegel „Bett+Bike“ tragen.

Mit Hilfe dieser Nachlese zu den Workshop-Inhalten soll es gelingen, das regionale und betriebliche Angebot noch besser auf die Bedürfnisse unserer Radgäste auszurichten, damit einer erfolgreichen Radsaison in den kommenden Jahren nichts im Wege steht.

1 Überblick

1.1 Ausgangslage und Zielsetzung

Die Arbeitsgruppe Radtourismus hat in den letzten Jahren wichtige Meilensteine in der Angebotsentwicklung gesetzt. Durch die Vernetzung mit Angebotsträgern und Vermarktungsorganisationen (ÖW, LTOs, Regionen) ist diese Arbeitsgruppe ein gelungenes Beispiel für koordinierte Tourismusentwicklung. Durch eine B2B-Workshop-Reihe wurde diese Vernetzungskompetenz für eine innovative Produktgestaltung genutzt. Im Jahr 2022 wurden in Workshops mit der betrieblichen und regionalen Ebene aktuelle Angebotsentwicklungen erörtert sowie individuelle Markt-Chancen und Entwicklungsperspektiven aufgezeigt. Darüber hinaus wurden bundes- und landesweite Marketingaktivitäten aber auch Fördermöglichkeiten vorgestellt.

1.2 Inhalte

Auf den nachfolgenden Seiten sind die übergreifenden Fachvorträge zusammengefasst. Diese umfassen folgende Themenbereiche:

- Verändertes Urlaubsverhalten: Trends im Radtourismus und Sehnsüchte der künftigen Gäste: Mag. Richard Bauer
- Entwicklung innovativer betrieblicher Radangebote und Erfolgsbeispiele aus der Praxis: Mag. Ernst Miglbauer
- Die neue digitale „Customer Journey“ im Spiegel von Angebot und Nachfrage: Thomas Froitzheim (D)
- Exkurs (nicht im Rahmen der Workshops präsentiert!): Qualitätsgesicherte Daten aus der Verwaltung: DI Irmgard Mandl-Mair
- Beratungs- und Förderprogramm aktive Mobilität, Mobilitätsmanagement, E-Mobilität für Tourismus und Freizeit: Dietlinde Oberklammer, BSc., MA. und Ing. Marc Steinscherer, BSc.

Spezifische Inhalte sind online abrufbar. Dazu findet sich in dieser Unterlage eine weiterführende Linkliste zu folgenden Inhalten:

- Rad-Tourismusstrategie Niederösterreich 2025
- Radtourismus in Tirol: Schwerpunktaktionen

- Kampagne der Österreich Werbung
- Initiativen von Radtouren in Österreich und zu „Bett+Bike“
- Aktuelles vom Innradweg und zu EuroVelo

2 Fachvorträge

2.1 Verändertes Urlaubsverhalten: Trends im Radtourismus und Sehnsüchte der künftigen Gäste, Mag. Richard Bauer

Urlaubsverhalten

Die Gäste vom morgen kommen zum überwiegenden Anteil aus dem urbanen Raum. Dort zeigt sich am stärksten das veränderte Freizeitverhalten mit hoher Bedeutung des Fahrrades. Freie Zeit gewinnt für Menschen in allen Altersgruppen an Bedeutung, besonders stark ausgeprägt ist der Wunsch nach selbstbestimmter Zeit bei den jüngeren Generationen. An Bedeutung gewonnen hat der Stellenwert von Familie, von Gesundheit und Sicherheit.

Bei einem Radurlaub steht das gemeinsame Erleben mit der Familie, dem Partner und der Partnerin oder mit Freunden im Mittelpunkt. Die Wünsche und Erwartungen von Familien als Radgäste lassen sich folgend zusammenfassen

- Das gemeinsame Erleben steht im Mittelpunkt
- Familien sind sehr aufgeschlossen für Empfehlungen bei denen einzelne Angebotsbestandteile individuell gewählt werden können
- Wahrer Genuss bedeutet dabei ein intensives Eintauchen in die Lebenswelt vor Ort und die Region mit allen Sinnen wahrnehmen

Künftige Reisetemen

Reisetemen der Zukunft orientieren sich noch stärker als bisher an folgenden Themen

1. Genuss und Verpflegung
2. Wohlbefinden
3. Kultur und Unterhaltung
4. Spaß und Abenteuer

Entscheidungsverhalten

In der Entscheidungsfindung sind die jüngsten Familienmitglieder wichtige Multiplikatoren und die glaubwürdigsten Influencer. Entscheidungsfaktoren beim Radurlaub sind geordnet nach Wichtigkeit:

1. Das Radangebot
2. Das Angebot an Seen/Flüssen und Bademöglichkeiten
3. Eine attraktive Landschaft
4. Berge
5. Wanderwege

Vor Ort wird der Radurlaub von Familien besonders gerne mit Baden und Wandern kombiniert. Besonders wichtig ist für Familien ein ansprechendes Schlechtwetterprogramm, konkrete Routenvorschläge durch die Gastgeber, eine einfache Anreise und die Möglichkeit Ausrüstung zu mieten.

Gästepotenzial

Das Potenzial an Radfahrern wird bislang noch nicht ausgeschöpft. Aktuell gibt es alleine in Deutschland 5 Mio. Menschen, die einen Fahrradurlaub machen, davon bleiben allerdings 2/3 im Inland. Für Österreich wäre nach wie vor ein großer Markt vorhanden.

Gästeansprache

Kunden sind mittlerweile durch alle möglichen Medieneinflüsse extrem abgelenkt und gleichzeitig verunsichert. Täglich prasseln eine noch nie dagewesene Menge an Werbebotschaften auf Kunden ein. Dabei schenkt der überwiegende Anteil der Konsumenten den Marketingversprechungen keinen Glauben mehr. Die Aufnahmekapazitäten der Kunden stoßen völlig an die Grenzen: Der Großteil aller Informationen und Werbebotschaften verpuffen völlig. Dies trifft insbesondere auf den Tourismus zu, wo die emotionalsten Kaufentscheidungen getroffen werden. Daher gewinnen Empfehlungen von vertrauenswürdigen Kontakten immer mehr an Bedeutung und haben höheren Einfluss auf die Kaufentscheidungen als alle Marketingbotschaften und die eigene Meinung zusammen. Für Tourismusanbieter ist es in dieser Situation noch wichtiger, ein gutes Produkt zu bieten und in der Gästeansprache Inspiration zu geben. Gelingt es gleichzeitig konkrete Reiseanlässe die die emotionale Ebene ansprechen zu gestalten, führt dies zu hoher Aufmerksamkeit und lenkt die Nachfrage zu diesen Anbietern.

2.2 Entwicklung innovativer betrieblicher Radangebote und Erfolgsbeispiele aus der Praxis, Mag. Ernst Miglbauer

Vom ADFC 1995 eingeführt werden mit dem Label „Bett+Bike“ radfreundliche Gastgeber zertifiziert (www.bettundbike.de). Von über 5.600 ausgezeichneten Betrieben (Hotels, Pensionen, Ferienwohnungen, Appartements, Campingplätze) befinden sich 680 in Österreich. Das Interesse an „Bett+Bike“ hat mit der Corona-Pandemie auf Grund steigender Nachfrage im Radtourismus kräftigen Rückenwind erhalten. Sieben Mindest- und elf Kann-Kriterien sind zu erfüllen, von letzteren müssen zwei erfüllt sein.

Inzwischen bilden die „Bett+Bike“-Kriterien radtouristische Grundqualitäten ab. Viele Betriebe bieten darüber hinaus Qualitäten an wie das „Retter Bio-Natur-Resort“ in Pöllau-berg oder vor allem der „Rosentaler Hof“ in St. Jakob im Rosental, der sich als Landgasthof gänzlich und sehr erfolgreich auf Radgäste spezialisiert hat.

Genussradwander-Angebote für Familien sind für Betriebe und Destinationen ein aktuelles Thema. Doch unter den „Bett+Bike“-Gastgebern sind erst zarte Ansätze zu verzeichnen. In Österreichs „heimlicher Bett+Bike-Hauptstadt“ Bad Radkersburg arbeiten Gastgeber mit der Tourismusdestination im Aufbereiten von familienfreundlichen Angeboten zusammen, im Segment Mountain-Bike zeichnet sich das „Bike- & Skihotel Tauernhof“ durch vorzügliche Angebote am Standort (Verleih, Pumptracks, geführte Touren für Familien etc.) als auch in Kooperation mit den regionalen Trail-Anbietern aus.

Bett+Bike Österreich - Best Practice: Kooperation Tourismus - Bett+Bike-Gastgeber - Familien

Bad Radkersburg (Beispiel: Hotel Birkenhof)

Angebote, Radgäste und Radtouren

- Vielfalt an Radrouten (Standorttrouten), 2 geführte pro Woche (im Durchschnitt: 30 Gäste), über 150 geführte Radtouren pro Jahr;
- Radgäste (Region): ca. 60 % | Entwicklung seit 2020: ↗
- Standorttouren, Etappenradler (Drau-Radweg) geringer Anteil
- Top: Genuss-Radtouren (ca. 15), große Vielfalt ... 20 Packages
- Familien/Kinder:
 - Sonnenaufgangstour
 - Teich-Tour
 - AnRADeln Familien-Tour
 - Rätselralley mit Rad



RADTOUREN RUND UM BAD RADKERSBURG

Folgende beschilderte Radtouren können Sie gleich direkt von unserem Hotel in Bad Radkersburg an der Hotelrezeption erwerben.

Für Genussradler & Familien mit Kinder:
Sonnenaufgangs-Tour (18 km)
Teich-Tour (23,5 km)

Für sportliche ambitionierte Radfahrer & Genussradler mit E-Bike:

Partner-Tour (48 km)
Weinberg-Tour (54,5 km)
Panorama-Tour (49 km)



SONNENAUFGANGSTOUR - Die Kinder führen Regie

Die Sonnenaufgangstour führt durch die Bad Radkersburger **Murauen** Richtung Sicheldorf - Rastplatz Josefsquelle - Sicheldorfer **Fischteich** – Einkehr **Buschenschank** Martinecz in Sicheldorf, hausgemachte **Spezialitäten und Mehlspeisen** – **Kinderspielplätze** Weiter geht es nach Dedentiz, Zelting, Goritz - dazwischen Ausblicke auf **Schloss Oberradkersburg** und **nach Klöch**.

© alle Bilder Hotel Birkenhof, Bad Radkersburg

10

Im radtouristischen Segment „Genussradwandern für Familien“ sprießen die Ansätze noch spärlich. Nur eine Familien- und Kinder-Radrouten anzubieten greift zu kurz wie auch der alleinige Betriebsfokus auf Spiel- oder Verleihangebote. Genuss-Radwanderangebote für Kinder/Familien sind breiter anzulegen. Die Saison für Kinder- und Familien-Radangebote ist kurz, sie beschränkt sich im Wesentlichen auf die Monate der großen Sommerferien Juli und August. Grundanforderungen an Familien-Genussangebote sind nachfolgend dargestellt.

Radrouten

- Sichere Radrouten (kein Stress für Eltern)
- Vertaktete Familien- und kinderaffine Erlebnisangebote (Wasser, Baden, Spielen am Fluss, Buckelpiste Tunnel, Spielplätze, Geocaching, Eisdielen etc.) - lokale bzw. regionale Kooperation

Grundanforderungen an Mobilitätsschleife

- Kooperation mit Taxi-, Bus- und Shuttlediensten
- Intermodale Knoten Pkw/Bahn/Bus/Shuttle – „easy going“

Gastgeber

- Top-Gäste-Information zu den Kinder-/Familien-Radrouten (Erlebnisorte)
- Kinderfreundliche Haus-Angebote (Erlebnis-Spielplätze Wasser, Hotelgarten, Buckelpiste, Schlechtwetter-Angebote etc.)
- Vorteilhaft: originelle Nächtigungsangebote (Camping – Schlaffässer, Waggonhotels etc.)

Lokale / regionale Kooperationsangebote

- Bikeparks (Playgrounds, Kinder-Parcours etc.)
- Fahrtechnik-Kurse für Kinder- und Familien
- Erlebnisse am Wasser (Paddeln, Schlauchboot)

2.3 Die neue digitale „Customer Journey“ im Spiegel von Angebot und Nachfrage, Thomas Froitzheim (D)

Um einen Radreisegast optimal betreuen und bedienen zu können, sollte man dessen Gewohnheiten zur Vorbereitung und Durchführung einer Radreise kennen - in diesem Fall zur Vorbereitung und Durchführung einer Radreise. Daten dazu liefert die [ADFC-Radreiseanalyse 2022](#). Sie bezieht sich auf deutsche Radtouristen, schließt aber auch deren Auslandsverhalten mit ein.

Informationsverhalten vor Reiseantritt

Vor Reiseantritt informiert sich der Gast vorwiegend über das Internet, gefolgt von Empfehlungen von Freunden. Gleich danach folgen Apps, aber auch gedruckte Karten und Reiseführer sind mit etwa 40 bzw. 30 % bei der Vorbereitung einer Radreise immer noch sehr gefragt. Interessant ist, dass sich diese Anteile im Vergleich zum Vorjahr nicht wesentlich verändert haben. Das Internet hat leicht zugelegt, ebenso die App-Nutzung. Der Anteil der Karten- bzw. Reiseführernutzer ist jedoch kaum zurückgegangen. Auffindbarkeit und Qualität der Internet-Inhalte besitzen höchste Wertschätzung, aber auch gedruckte Karten, Reiseführer und journalistische Berichte haben nach wie vor ihre Bedeutung.

Orientierung vor Ort

Während der Radreise orientieren sich drei Viertel der Gäste vorwiegend an der Beschilderung, erst danach folgen Apps und das mobile Internet (beide etwa 60 %). Die gedruckten Karten halten sich auch hier mit etwa 48 % weiterhin sehr stark. Auffällig ist die hohe Nutzung der Tourismusinformation vor Ort (knapp 30 %). Die digitalen Medien sind auch hier deutlich im Vormarsch, aber sogar die Beschilderung konnte noch zulegen, und die gedruckten Radkarten konnten ihren Anteil gegenüber dem Vorjahr halten. Radfahrer orientieren sich vorab zunehmend digital, wollen aber auf eine Wegweisung nicht verzichten und nutzen auch immer noch die analogen Radkarten oder Radwanderführer.

Apps

Bei den verwendeten Apps hat [komoot](#) inzwischen eine Führungsrolle übernommen und konnte den Anteil auf fast 66 % steigern. [Google Maps](#) wird mit 63 % auch sehr stark genutzt, ist aber eigentlich keine Outdoor-Navi-App, sondern eher für Kfz-Fahrten und

Fußwege gedacht. Die hohe Nutzung im Radverkehr erklärt sich vermutlich aus den Gewohnheiten beim Autofahren und dem zu Fuß gehen. Mit weitem Abstand folgt dann eine weitere klassische Outdoor-App, nämlich Outdooractive mit 13 %. Regionale Apps von Tourismus-Regionen liegen mit 11 % knapp dahinter, haben aber im Vergleich zum Vorjahr etwas an Bedeutung verloren. Tourismus-Dienstleister sollten sich vor allem mit Apps wie komoot, Google Maps und Outdooractive auskennen, um ihre Gäste optimal servizieren zu können.

„Komootisierung“ des Tourismus

Viele Gäste lassen sich neben Streckenberechnungen von A nach B auch fertige Tourenvorschläge von Plattformen wie komoot liefern. Durch das Routing von A nach B werden dem Nutzer Strecken vorgeschlagen, die zwar zum Ziel führen, aber leider häufig auf suboptimalen Wegen (z.B. entlang von stark befahrenen Straßen). Die Suche nach bestimmten Tourenvorschlägen im Netz ergibt häufig nicht das gewünschte Ergebnis, und die von der Community angelegten „Highlights“ bei komoot erweisen sich oft als überarbeitungsbedürftig bis stellenweise sogar ungeeignet. Immer wieder werden dadurch Wegenutzungen ausgelöst, die für bestimmte Nutzerarten verboten sind, selbst, wenn das Portal auf diese Verbote aufmerksam macht. Hingegen haben es die qualitativ hochwertigen, aktuellen und autorisierten Angebote der Touristiker schwer, zum Gast durchzudringen. Selbst wenn eine touristische Region hervorragende Touren mit den zugehörigen digitalen Daten bereitstellt, ergibt sich häufig das praktische Problem, wie diese Daten auf das Smartphone oder GPS-Gerät des Nutzers gelangen können. Bei Plattformen wie komoot funktioniert dies durch automatische Synchronisierung von Internetportal und Smartphone-App - der Nutzer plant seine Tour im Netz und automatisch ist sie auf seinem Handy vorhanden. Für den Touristiker bietet sich die einfache Lösung an, seine digitalen Daten per E-Mail als gpx-Datei auf das Smartphone des Kunden zu schicken. Der Kunde öffnet seine E-Mail, darin den Anhang, und kann sich mit der App seiner Wahl navigieren lassen.

Haustouren selbst erzeugen

Viele Betriebe haben Haustouren vorbereitet, die sich auch als digitale Touren schnell und einfach erzeugen lassen. Wer nicht über komoot verfügt, kann dies ohne Anmeldung über das Internet-Portal „BRouter-web“ durchführen. Mit wenigen Klicks ist eine Tour auf der digitalen Karte erzeugt, die auch schnell korrigiert werden kann. Diese Tour wird als gpx-Datei abgespeichert und kann auf der eigenen Homepage zum Download bereitgestellt werden. So kann der Gast sich bereits vor seiner Anreise mit den Touren vertraut machen

und diese auf sein Smartphone oder GPS-Gerät laden. Vorteil für den Gast: Er erhält Touren in geprüfter und hochwertiger Qualität, fährt ohne Orientierungsschwierigkeiten vom Gastbetrieb aus los und wird auch direkt dorthin wieder zurückgeleitet.

Neue Adresssysteme nutzen

Beginnt die Tour nicht direkt beim Hotel, sondern beispielsweise an einem Wanderparkplatz, entsteht häufig die Schwierigkeit, dass dieser Wanderparkplatz keine Adresse hat, die man in ein Kfz-übliches Navisystem eingeben kann. Hier hilft beispielsweise das neuartige System „What3Words“, das inzwischen auch von zahlreichen Unternehmen wie Mercedes-Benz, DHL oder TomTom genutzt wird. What3Words hat die Welt in Quadrate von 3 × 3 m unterteilt und diese mit individuellen Namen gekennzeichnet, die aus drei Wörtern bestehen. „anzug.eulen.erdboden“ bezeichnet zum Beispiel einen Bereich der rückwärtigen Seite des Austria-Trend-Hotels in Innsbruck.

Digitale Hauskarte – schnell erstellt

Viele Informationen eines üblichen Hausprospekts können inzwischen auch in einer digitalen Hauskarte angeboten werden. Eine solche Hauskarte kann leicht selbst erzeugt werden - dazu dient das Projekt „uMap“, welches auf OpenStreetMap-Anwendungen beruht. Mit wenigen Clicks ist eine eigene Karte erzeugt, auf der man den eigenen Betrieb, POIs und Haustouren verdeutlichen kann, aber vor allen Dingen auch aktuelle Bedingungen wie Umleitungen, Sperrungen und saisonale Empfehlungen. Diese Karte kann dem Kunden direkt auf sein Smartphone oder an seinen PC geschickt werden, er kann sich daraus auch digitale Daten wie gpx-Dateien oder Links zu Touren herunterladen, die auf komoot, Outdooractive oder anderen Portalen hinterlegt sind. Diese Karten können zur Besucherlenkung beitragen.

Deutschland: Neue Qualitätskriterien für digitale Tourenvorschläge

Der Deutsche Tourismusverband (DTV) hat in seinem Fachausschuss „Qualität und Kundenorientierung“ Kriterien für die Qualitätskontrolle digitaler Tourenvorschläge erstellt. Mit dem Projektnamen „Route 3.0“ geht es nicht um die Strukturierung der Touren in den Datenbanken, sondern um die Ausspielung dieser Daten (bekannt als gpx-Datei) aus den Portalen an die Gäste. Der Gast soll qualitativ hochwertige Tourenvorschläge erhalten, die redaktionell geprüft wurden, präzise verlaufen und auf allen mobilen Endgeräten und Planungsplattformen funktionieren. Die Qualitätsprüfung ist so angelegt, dass sie mit kostenlosen, niederschweligen Internettools auch von den Touristikern selbst durchgeführt

werden kann, also auch unter Berücksichtigung von knappen Personalressourcen funktioniert. Sie wird in einigen Regionen Norddeutschlands bereits angewendet. Bestehende Redaktionssysteme können weiterhin eingesetzt werden, auch der Gast kann seine üblichen Anwendungen (Smartphone-Apps und GPS-Geräte) weiter nutzen. Die Daten sind so strukturiert, dass sie auch von Landesdatenbanken übernommen werden und sich in die internationale Qualitätsinitiative einfügen, die unter den Stichworten „DACH KG – Knowlegde Graph“ und „DZT-OpenData“ derzeit umgesetzt wird.

2.4 Exkurs Österreich: Qualitätsgesicherte Daten aus der Verwaltung, DI Irmgard Mandl-Mair

Mit der Graphenintegrationsplattform Österreich (GIP www.gip.gv.at) werden hochqualitative, harmonisierte und qualitätsgesicherte Daten für den KFZ Verkehr, Fußgänger und Radverkehr zur Verfügung gestellt. Die Daten werden ständig aktuell gehalten und unterliegen einer strengen Qualitätskontrolle. Die Verwaltungsgrundkarte basemap.at bildet diese Wege ab und ist frei verfügbar (www.basemap.at). Die Verkehrsauskunft Österreich (www.verkehrsauskunft.at) ist die darauf aufbauende multimodale Verkehrsauskunft, die die Basis für zahlreichen Routinganwendungen ist. Diese wird derzeit speziell für den Radverkehr dahingehend erweitert, sodass der Nutzer zwischen touristischen Radrouten, Mountainbike Trails und Single Trails unterscheiden und abfragen kann. Radrouting Tirol (www.radrouting.tirol) ist als Pilotanwendung bereits verfügbar, Österreich weit sind die Anwendungen mit Frühjahr 2023 zu erwarten. Ein Kriterienkatalog und Qualitätsprozesse garantieren für vollständige und aktuelle Datengrundlagen. In Kooperation mit den Tourismusregionen werden die Daten aktuell gehalten. Mit den Anwendungen der Verkehrsauskunft Österreich kann nicht nur die Tour selbst geplant werden, sondern auch die An- und Abreise. Die GIP und die VAO sind direkt mit dem Adressregister Österreichs verknüpft, sodass sichergestellt ist, dass die aktuellen Adressen berücksichtigt werden. Die GIP Daten stehen allen Nutzern als Open Government Data (OGD) Datensatz frei zur Verfügung (www.data.gv.at).

Inhalte und Kommunikation mit der GIP und OSM-Community

Für österreichische Betriebe und Tourismusanbieter ist es sinnvoll, speziell mit den GIP Koordinatoren der Länder zu kooperieren. Die dort gemeldeten Inhalte –Themenwege wie Rad- oder Wanderrouten, werden gemeinsam mit den Touristikern geprüft und übernommen. Zusätzlich können die Inhalte an die OpenStreetMap (OSM)-Community eingemeldet werden. Dazu reicht ein einfaches Aufrufen der OSM-Karte. Eintrag und Verlauf

von Themenwegen kann man sehr einfach mit „Waymarked Trails“ überprüfen. Sind Änderungen notwendig, könnte man dies grundsätzlich selbst vornehmen, dazu ist jedoch schon entsprechende Kenntnis notwendig. Einfacher ist es, sich an freiwillige Mitarbeiter aus der OpenStreetMap-Community zu wenden, die über einfache Anmerkungen direkt in der Karte erreicht werden können. In Niedersachsen haben jetzt erste Projekte „Mapper treffen Touristiker“ für hohes Interesse gesorgt.

Der Verein ÖV DAT

Das Österreichische Institut für Verkehrsdateninfrastruktur (ÖV DAT) ist auf Basis einer Vereinbarung zwischen dem Bund und den Ländern (Art.15a B-VG) gegründet worden und ist für den Betrieb, Wartung und Weiterentwicklung der GIP zuständig. Neben den 9 Bundesländern und dem BMK sind auch die ASFINAG, ÖBB, der Österreichische Städtebund und der Österreichische Gemeindebund Mitglied. Diese Strukturen garantieren, dass Österreich weit nach einheitlichen Datenstandards und Modellierungsvorschriften ein qualitativ hochwertiges und aktuelles Verkehrsreferenzsystem für alle Verkehrsmodi zur Verfügung steht. In den letzten Jahren wurde der Fokus auch auf das Thema Radfahren gelegt und die digitale Dateninfrastruktur dahingehend erweitert. Zukünftig kann in Österreich zwischen dem Alltagsradrouting, dem touristischen Radrouting, dem Mountainbiken und Single Trails unterschieden werden. Speziell eingerichtete Clearingstellen mit Vertretern aus den Tourismusregionen und den jeweiligen Tourismusabteilungen der Länder garantieren für eine gemeinsame und abgestimmte Vorgangsweise. In den Österreich weit eingerichteten Arbeitsgruppen werden strategische Erweiterungen und Anforderungen abgestimmt (www.gip.gv.at). Alle digitalen GIP Daten, insbesondere auch Radverkehrsdaten, sind auf der OGD Plattform Österreich (www.data.gv.at) für alle frei zugänglich.

2.5 Beratungs- und Förderprogramm aktive Mobilität, Mobilitätsmanagement, E-Mobilität für Tourismus und Freizeit, Dietlinde Oberklammer, BSc., MA. und Ing. Marc Steinscherer, BSc.

Klima**aktiv** mobil ist die Klimaschutzinitiative des Bundesministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK) im Mobilitätsbereich. Mit dem klima**aktiv** mobil Beratungs- und Förderprogramm „Mobilitätsmanagement für Tourismus und Freizeit“ unterstützt das BMK seit 2006 touristische Regionen, Freizeitorganisationen und Betriebe bei der Schaffung von nachhaltigen Mobilitätsangeboten. Das Programm setzt dazu auf eine Stärkung umweltverträglicher Mobilität im Tourismus- und Freizeitverkehr. Dies hat gleichzeitig positive Effekte auf die Tourismuswirtschaft sowie die regionale und ländliche Entwicklung.

Folgende Leistungen erhalten klima**aktiv** mobil ProjektpartnerInnen kostenlos:

- Persönliche Beratung zu: Fördermöglichkeiten, Antragsstellung, Weiterentwicklung von Projektideen und Folgeprojekten
- Ermittlung der Umwelteffekte (CO₂ Einsparungspotential)
- Vernetzung mit klima**aktiv** mobil Partner:innen
- Öffentlichkeitsarbeit: Vorstellung auf klima**aktiv** mobil Website, Newsletterbeitrag, Anführung als Best Practice

Im Rahmen von klima**aktiv** mobil stehen zwei Förderschienen zur Verfügung:

- Aktionsprogramm klima**aktiv** mobil – aktive Mobilität und Mobilitätsmanagement
- E-Mobilität für Betriebe, Gebietskörperschaften und Vereine

Folgende Maßnahmen werden unter anderem gefördert:

- Fahrradverleih
- Anschaffung von E-Bikes
- Shuttle Services
- Errichtung von Radwegen
- Radschnellverbindungen

Sie planen in umweltfreundliche Tourismusmobilität zu investieren? Sie haben bereits eine Projektidee? Dann lassen Sie sich vom klima**aktiv** mobil Beraterteam kostenlos beraten: Mehr Informationen sowie Kontaktdaten zu klima**aktiv** mobil Mobilitätsmanagement für Tourismus und Freizeit finden Sie [hier](#).

2.6 Weiterführende Informationen zu spezifischen Inhalten

Rad-Tourismusstrategie Niederösterreich 2025

Alle Informationen finden sich unter folgendem Link: [Die neue Rad-Tourismusstrategie Niederösterreich 2025](#)

Radtourismus in Tirol: Schwerpunktaktionen 2022/23

Alle Informationen zu den Schwerpunktaktionen der Tirol Werbung finden sich unter folgendem Link: <https://presse.tirol.at/radfahren-in-tirol/>

Kampagne der Österreich Werbung

Informationen zur Radkampagne der Österreich Werbung finden sich unter folgendem Link: <https://www.austriatourism.com/blog/die-radkampagne-der-oesterreich-werbung-startet-ins-vierte-jahr/>

Initiativen von Radtouren in Österreich

Die aktuellen Informationen finden sich unter folgendem Link: <https://www.radtouren.at>

Bett+Bike in Österreich

Die Qualitätsinitiative „Bett+Bike“ und der Weg zur Mitgliedschaft wird auf folgender Webseite beschrieben: <https://www.radtouren.at/service/bett-bike-betrieb-werden/>

EuroVelo

17 Langstreckenradrouten, die durch ganz Europa führen, bilden das Euro-Velo Netzwerk. Umfassende Informationen zu den fünf EuroVelo Routen die durch Österreich führen, sind hier abrufbar: www.eurovelo.at

Innradweg

Alle Informationen zum Innradweg sind hier abrufbar: <https://innradweg.com/php/portal.php>

Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft

Stubenring 1, 1010 Wien

+43 1 711 00-807773

radtourismus@bmaw.gv.at

bmaw.gv.at