

- Diplomarbeit -

Touristische Potentialanalyse des Raumes Ostwestfalen Lippe.
Rad- und Wandertourismus als Zukunftsperspektive für die Region?



Erstleser: Prof. Dr. Kagermeier
Zweitleser: Prof. Dr. Mohnheim

Mirco Johannes
Dammweg 23
28211 Bremen

Vorwort

Der Autor, gewann einen Einblick in die bestehenden Rad- und Wanderstrukturen der Region, durch die Erstellung eines Rad- und Wanderführers sowie die Mitarbeit an einer Radwanderkarte im Zuge eines Praktikums bei der AÜE-Umweltakademie. Gleichzeitig erwachte dadurch das Interesse an dem Raum Ostwestfalen Lippe.

Die Verknüpfung der beiden Interessensbereiche lag nahe und bildete damit den Grundstein dieser Diplomarbeit. Durch Gespräche mit dem Praktikumsleiter konnte das Thema konkretisiert werden. Ein besonderer Schwerpunkt bildete der Bereich des nachhaltigen Tourismus.

Ziel der Arbeit ist es die bestehenden Strukturen aufzuzeigen, zu analysieren, die nachhaltige Komponente des Wanderns und Radelns herauszuarbeiten und schlussendlich Handlungsempfehlungen in Hinblick auf eine einheitliche Tourismus-Strategie zu geben.

Trier, im Juni 2007

Mirco Johannes

Inhaltsverzeichnis

KARTENVERZEICHNIS.....	VI
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	VI
TABELLENVERZEICHNIS.....	VI
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	VIII
1 EINLEITUNG.....	1
2 OSTWESTFALEN LIPPE	3
2.1 Verkehrsinfrastruktur.....	4
2.1.1 Einzugsgebiet.....	6
2.2 Touristische Wander- und Radinfrastruktur.....	6
2.2.1 Wanderrouen.....	6
2.2.2 Radrouten.....	10
2.3 Wellness-Infrastruktur.....	13
2.4 Touristische Merkmale.....	14
2.5 Entwicklung des Tourismus nach 1949.....	19
2.6 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus.....	20
2.7 Analyse der Ergebnisse	22
3 STATUS QUO.....	24
3.1 Entwicklung und Organisationsform des Dachverbandes.....	24
3.2 Tourismuspotentiale und Kernkompetenzen der Region	25
3.2.1 Alle unter einem Dach?.....	27
4 TOURISTISCHE AUSRICHTUNG DER EINZELNEN KREISE	28
4.1 Vorstellung der Kreisverbände im Tourismus.....	28
4.2 Welche touristischen Konzepte verfolgen die Kreise?.....	29
4.2.1 Bielefeld Marketing GmbH	29
4.2.2 Pro Wirtschaft GT GmbH.....	30
4.2.3 Touristikgemeinschaft Wittekindsland e.V.....	31
4.2.4 Gesellschaft für Wirtschaftsförderung im Kreis Höxter MbH.....	31
4.2.5 Lippe Tourismus & Marketing AG.....	32
4.2.6 Mühlenkreis Minden-Lübbecke	33
4.2.7 Touristikzentrale Paderborner Land e.V.	33
4.2.8 An "OWL Marketing" orientiert oder eigener Weg?.....	34
5 WAS MACHT EINE GUTE RAD- UND WANDERREGION AUS?	35
5.1 Aktuelle Situation im Rad- und Wanderbereich.....	35

5.2	Strukturelle und Qualitative Anforderungen.....	36
5.2.1	An eine Radregion	36
5.2.2	An eine Wanderregion	41
6	THEORETISCHER TEIL: LEITFADEN FÜR EXPERTENGESPRÄCHE.....	48
6.1	Qualitative Sozialforschung.....	48
6.2	Methodische Vorgehensweise	50
6.2.1	Konzeptionelle Überlegungen.....	50
6.2.2	Zusammensetzung und Auswahl der Experten	51
6.2.3	Gesprächsleitfaden.....	53
6.2.4	Auswertung.....	56
7	PROBLEMFELDER UND SITUATIONSANALYSE.....	58
7.1	Auswertung zentraler Themenfelder	58
7.1.1	Regionale Identität	59
7.1.2	Regionale touristische Zusammenarbeit	61
7.1.3	Zusammenarbeit Rad- und Wanderstrukturen	70
7.1.4	Radeln und Wandern in der Region	76
7.1.5	Wellness-Radrouten und Hermannshöhen	92
7.1.6	Nachhaltiges Potential des Rad- und Wandertourismus	98
7.2	Endergebnisse der einzelnen Blöcke und weitere Verwendung.....	104
7.2.1	Verwendung der Ergebnisse	104
7.2.2	Endergebnisse der einzelnen Blöcke.....	104
8	ANALYSE UND BEWERTUNG DER WANDER- UND RADSTRUKTUREN DER EINZELNEN KREISE	113
8.1	Analyse der einzelnen Strukturen	114
8.1.1	Radstrukturen der Kreise	115
8.1.1.1	Bewertung Infrastruktur des Streckennetzes	116
8.1.1.2	Bewertung Beherbergungsbetriebe	120
8.1.1.3	Bewertung Tourist Informationen	123
8.1.1.4	Bewertung Lokales Internetportal	126
8.1.1.5	Bewertung Service	131
8.1.1.6	Bewertung des ÖPNV	135
8.1.1.7	Bewertung Freizeit und Natur	138
8.1.1.8	Endergebnis Radstruktur	141
8.1.2	Überregionale Wanderstrukturen	142
8.1.2.1	Bewertung Infrastruktur des Streckennetzes	143
8.1.2.2	Bewertung Beherbergungsbetriebe	146
8.1.2.3	Bewertung Tourist Informationen	149
8.1.2.4	Bewertung Lokales Internetportal	152
8.1.2.5	Bewertung Service	156
8.1.2.6	Bewertung des ÖPNV	159
8.1.2.7	Bewertung Freizeit und Natur	161
8.1.2.8	Endergebnis Wanderstrukturen	163
8.2	Mystery - Check.....	164
9	WANDER- UND RADTOURISMUS ALS GRUNDLAGE FÜR EINE NACHHALTIGE TOURISMUS- ENTWICKLUNG	168
9.1	Was ist eigentlich nachhaltiger Tourismus – eine Definition.....	168

9.2	Klimawandel Diskussion und umweltfreundlicher Tourismus	169
9.3	Nachhaltiger Rad- und Wandertourismus in der Region.....	171
9.3.1	Beurteilung der Experten.....	172
9.4	„Nachhaltige“Initiativen in OWL.....	174
10.	FAZIT – HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN UND ABSCHLIEßENDER AUSBLICK	177
10.1	Fazit.....	177
10.2	Handlungsempfehlungen.....	178
10.3	Kurzer Ausblick.....	181
11	LITERATURVERZEICHNIS	183

Kartenverzeichnis

1	Verkehrsinfrastruktur in Ostwestfalen Lippe	S. 4
2	Anflugsziele des Regionalflughafens Paderborn Lippstadt	S. 5
3	Hermannsweg	S. 8
4	Eggeweg	S. 9
5	Wellness-Radroute	S. 11
6	Weserradweg	S. 12
7	Emsradweg	S. 13
8	Bettenangebot- und Bettendichte in der Region Ostwestfalen Lippe nach Kreisen	S. 16

Abbildungsverzeichnis

1	Beherbergungsbetriebe- und Gästebetten in der Region Ostwestfalen Lippe	S. 15
2	Beherbergungsbetriebe in der Region Ostwestfalen Lippe nach Kreisen	S. 17
3	Betten in der Region Ostwestfalen Lippe nach Kreisen	S. 18
4	Betten in der Region Ostwestfalen Lippe nach Kreisen	S. 18
5	Auszug aus den Viabono Qualitätsanforderungen für Radwege	S. 38
6	Anforderungen an qualitative Wege	S. 43
7	Anforderungen an qualitative Wege	S. 44
8	Auszug aus den Viabono Qualitätsanforderungen für Wanderwege	S. 44
9	Das Interview als soziale Interaktion	S. 49
10	Themenböcke	S. 53
11	Wechselwirkungen der anthropogenen und natürlichen Faktoren in der Region	S. 104

Tabellenverzeichnis

1	Anteile Public – Private – Partnership OWL M’arketing GmbH	S. 25
2	Bewertungsraster Radelstrukturen	S. 39
3	Bewertungsraster Wanderstrukturen	S. 45
4	Beispiele eines Bewertungsrasters	S. 113
5	Beispiel einer Matrix	S. 114
6	Bewertungsüberblick über die Infrastruktur der einzelnen Streckennetze	S. 115
7	Bewertungsüberblick Beherbergungsbetriebe	S. 119
8	Bewertungsüberblick Tourist Informationen	S. 122
9	Bewertungsüberblick Lokales Internetportal	S. 125
10	Bewertungsüberblick Service	S. 130

11	Bewertungsüberblick ÖPNV	S. 134
12	Bewertungsüberblick Freizeit und Natur	S. 137
13	Endwertung Radstrukturen	S. 141
14	Ranking Radstrukturen	S. 141
15	Bewertungsüberblick Infrastruktur – Streckennetz	S. 142
16	Bewertungsüberblick Beherbergungsbetriebe	S. 145
17	Bewertungsüberblick Tourist Informationen	S. 148
18	Bewertungsüberblick Internetportal	S. 151
19	Bewertungsüberblick Service	S. 155
20	Bewertungsüberblick ÖPNV	S. 158
21	Bewertungsüberblick Freizeit und Natur	S. 160
22	Endwertung Wanderstrukturen	S. 162
23	Ranking Wanderstrukturen	S. 163

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
ADFC	Allgemeiner Deutscher Fahrrad Club
AG	Arbeitsgemeinschaft
AK	Arbeitskreis
BM	Bielefelder Marketing GmbH
BRR	BahnRadRouten
BSL	Biologische Station Lippe
BSS	Biologische Station Senne
BuB	Bett und Bike
BYPAD	Bicycle Policy Audit
EFRE	Europäische Fonds für regionale Entwicklung
EGV	Eggegebirgsverein e.V
FFSG	Fahrradfreundliche Städte und Gemeinden
GfW H	Gesellschaft für Wirtschaftsförderung im Kreis Höxter mbH
HH	Hermannshöhen
LTM AG	Lippe Tourismus & Marketing AG
MML	Mühlenkreis Minden-Lübbecke
ÖPNV	Öffentlicher Personen Nah Verkehr
OWL-M	OWL Marketing GmbH
OWL	Ostwestfalen Lippe
PGV	PlanungsGesellschaftVerkehr
PL	Paderborner Land e.V.
Pro GT	Pro Wirtschaft GT GmbH
TG W	Touristikgemeinschaft Wittekindsland e.V.
TW	Teutoburger Wald
TWT	Teutoburger Wald Tourismus e.V.
TWV	Teutoburgerwaldverein
VVOWL	Verkehrs Verbund Ostwestfalen Lippe
W PWM	Wanderverein Porta Westfalica-Mittelweser

1 Einleitung

Die Grundannahme dieser Arbeit geht davon aus, dass von der Ostwestfalen Lippe¹ Marketing GmbH eine Gesamtstrategie für den Raum OWL angestrebt wird.

Hierbei sollen die im Raum vorliegenden natürlichen Potentiale und infrastrukturellen Einrichtungen genutzt werden, wobei eine auf Qualität beruhende, touristische Entwicklung oberstes Ziel ist.

Aufgrund des sich noch im Planungsprozess befindlichen Konzeptes und der erst kürzlich erfolgten Neuorganisation des Verbandes müssen die einzelnen lokalen Akteure, vom Nutzen des Vorhabens überzeugt und vernünftig in das Gesamtkonzept integriert werden.

Aufbauend auf diesem Ansatz wird die primäre These dieser Arbeit gebildet:

Ein einheitliches Konzept für den Raum ist de facto nicht vorhanden; jeder touristische Akteur geht seinen eigenen Weg und fühlt sich nicht an ein die Region verknüpfendes Gesamtkonzept gebunden.

Dieses führt zu einer heterogenen Entwicklung der Region. Zum Einen in Gebiete die vom Tourismus profitieren und eine Weiterentwicklung ihres Potentials vorantreiben und zum Anderen in Gebiete die kaum oder keine touristische Entwicklung betreiben und diesen Bereich, aus unterschiedlichen Gründen, insgesamt vernachlässigen.

Eine Region kann aus heutiger Sicht jedoch nur auf dem nationalen Markt bestehen, wenn sie ein einheitliches, auf Qualität aufgebautes, gebündeltes Konzept verfolgt und sich durch ein klares Alleinstellungsmerkmal von anderen Regionen abgrenzt.

Die für die Region, auch von der OWL Marketing GmbH², identifizierten Potentiale des Raumes Ostwestfalen Lippe sind die Bereiche Wandern, Radfahren und Wellness.

Da der Begriff Wellness allgemein nicht flächendeckend vertreten wird bzw. sich auch und besonders in den Bereichen Radeln und Wandern niederschlägt, wird der Fokus auf diese Bereiche gelegt. Dieses bietet sich auch durch die fast durchgehend strukturelle Ausstattung der Region in Bezug auf Radeln und Wandern an.

Durch die zusätzliche Fokussierung auf die nachhaltige Komponente dieses Bereiches kann ein aussagekräftiges Alleinstellungsmerkmal gebildet und der nationale Bekanntheitsgrad erhöht werden.

Eine derartige regionale Entwicklung bedeute eine Reihe von notwendigen Veränderungen, die eine umfassende Voruntersuchung voraussetzen und sich an spezielle Qualitätsanforderungen richten müssen.

Diese Arbeit soll einen Überblick und Analyse über die nachhaltigen Potentiale Radeln und Wandern ermöglichen und zu Handlungsempfehlungen für die einzelnen Kreise führen.

¹ Im Folgenden OWL genannt

² Im Folgenden OWL-M

Der Aufbau der Diplomarbeit gliedert sich wie folgt:

Das Anfangskapitel der Untersuchung stellt das Untersuchungsgebiet Ostwestfalen Lippe vor. Hierbei wird eine kurze Potentialanalyse der verschiedenen Infrastrukturen durchgeführt und ein Überblick über die touristische Entwicklung in OWL nach 1949 gegeben.

Im folgenden Kapitel erfolgt eine Beschreibung der in OWL vorliegenden touristischen Strukturen. Anschließend daran, wird ein Überblick über Anforderungen an qualitative Rad- und Wanderstrukturen gegeben. Auf diesem Teil wurden Fragen des Experteninterviews und das im späteren Kapitel eingesetzte Bewertungsraster aufgebaut.

Als nächstes erfolgt die theoretische Einordnung der in der Untersuchung zum Einsatz gekommenen qualitativen Methode der Expertengespräche.

Ausgehend von dieser theoretischen Grundlage wurden Expertengespräche durchgeführt. Ein Überblick über die ausgewählten Gesprächspartner, die durchgeführte Auswertung und die Ergebnisse der Gespräche werden im Anschluss an das Theorie Kapitel wiedergegeben.

Darauf folgt eine Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise.

Die Bewertung erfolgt durch ein eigenes konzipiertes Raster, welches an die qualitativen Anforderungen an Rad- und Wanderregionen angelehnt ist.

An die Bewertungen anschließend erfolgt eine Verknüpfung der in der Region liegenden Rad- und Wanderstrukturen mit dem Bereich des nachhaltigen Tourismus.

Aufbauend auf die Potentialanalyse der Region, die Ergebnisse der Expertengespräche, der Verknüpfung der Region mit nachhaltigen Tourismus und der bewerteten Rad- und Wanderstrukturen werden im letzten Kapitel Handlungsempfehlungen definiert.

Als letzter Punkt wird ein Ausblick auf eine mögliche Entwicklung der Region gegeben.

Die Diplomarbeit kann in das Feld der Angewandten Freizeit- Tourismusgeographie eingeordnet werden. In der Arbeit werden folgende Untersuchungsmethoden angewendet: Expertengespräche, -interviews, Auswertungen von Untersuchungsberichten, Kartenmaterial, Sekundär- und Graue Literatur, ein E-Mail basierter Mystery - Check und ein eigenständig erstelltes Bewertungsraster für die Rad- und Wanderstrukturen in der Region.

Alle hier eingesetzten Untersuchungsmittel werden in den einzelnen Teilbereichen beschrieben und erklärt.

2 Ostwestfalen Lippe

Ostwestfalen Lippe oder abgekürzt OWL liegt im nordöstlichsten Teil des Bundeslandes Nordrhein Westfalen und grenzt an die Bundesländer Niedersachsen und Hessen. Das Gebiet hat eine Einwohnerzahl von 2,07 Mio. Einwohnern auf einer Fläche von ca. 6500km², was ungefähr einem Fünftel des Bundeslandes NRW entspricht. Die Region ist deckungsgleich mit dem zuständigen Regierungsbezirk Detmold, in welchem sich die Kreise Lippe, Gütersloh, Herford, Höxter, Minden-Lübbecke, Paderborn und die Kreisfreie Stadt Bielefeld befinden. (vgl. Bezirksregierung Detmold, 2006) Bei der Region OWL handelt es sich um ein polyzentrisches Gebiet mit den beiden Oberzentren Paderborn und Bielefeld, den Mittelzentren Detmold, Gütersloh, Herford, Minden, Bad Salzuflen und zahlreichen Städten und Gemeinden mit unter 50.000 Einwohnern (vgl. OWL Marketing, 2002 (a), Seite 2-3).

Im Gegensatz zu anderen Regionen Deutschlands zeichnet sich OWL durch eine ausgeprägte Heterogenität der einzelnen Gebiete aus. Ausschlaggebend für dieses Phänomen ist eine 1947 durchgeführte, verwaltungstechnische Neuordnung. Im Zuge dieser wurde das bis dato unabhängige Fürstentum Lippe, mit dem früher zur preußischen Provinz Westfalen gehörenden Regierungsbezirk Minden zusammengelegt und in das neu geschaffene Bundesland NRW integriert wurde (vgl. Landschaftsverband Westfalen-Lippe, 2007). Durch dieses Konstrukt stehen sich in OWL die traditionell katholisch geprägten südlichen Gebiete Paderborn und Herford³, das ehemalige Fürstentum Lippe und die evangelischen nördlichen Gebiete mit Bielefeld als Zentrum gegenüber. Die ausgeprägte Verbundenheit mit der seiner jeweiligen „Heimatregion“ verhindert eine Identifikation der einzelnen Gebiete mit der Region OWL (vgl. Erzbistum Paderborn, 2004, S. 1).

Die einzigartige naturräumliche Ausstattung OWL konnte erst durch den Zusammenschluss dieser unterschiedlichen Gebiete entstehen. Aus dem Blickwinkel der jeweils eigenen historischen und religiösen Hintergründe der Gebiete betrachtet bietet die Vereinigung Vorteile gegenüber anderen Regionen, da die Vielfalt unter einer einheitlichen Destination vermarktet werden kann. Die Heterogenität der Region besteht nicht allein in politischer und kultureller Hinsicht, sondern spiegelt sich auch in der geographischen Beschaffenheit des „Konglomerats“ OWL wieder.

Durch verschiedenste Landschaftsmerkmale bietet die Region einen Raum vielfältiger touristischer Attraktionen. Unter den naturräumlichen Haupteinheiten befindet sich hier u.a. der östliche Teil des Teutoburger Waldes, das östliche Wiehengebirge, Eggegebirge und Eggetal, die Paderborner Hochfläche, die Warburger Börde, und das Wesertal.

³ Hochstift Paderborn

Weite Bereiche dieses Raumes sind Teile von Naturparks und Naturschutzgebieten, in welchen eine Vielzahl von Mooren, Seen und Quellen liegen. Da die Landschaftsvielfalt bei den Kernkompetenzen bezüglich des Tourismus eine nicht zu unterschätzende Rolle spielt ist diese positive hervorzuheben.

2.1 Verkehrsinfrastruktur

Im folgenden Abschnitt werden die verschiedenen Verkehrsverbindungen in der Region beschrieben und daraus potentielle Einzugsgebiete herausgearbeitet.

Durch die zentrale und günstige Lage OWL's in Deutschland und Europa ist ein Anschluss an bedeutende Verkehrswege gegeben.

Karte 1: Verkehrsinfrastruktur in Ostwestfalen Lippe



Quelle: Ostwestfalen – Lippe, 2007

Hierbei wäre als eine wichtige PKW- und LKW- Verbindung die A2 zu nennen die aus Köln kommend den Raum in Ost-West Richtung durchkreuzt und in Richtung Berlin führt. Durch die Autobahnen A33 und A30 wird der Raum mit den wichtigen Nord-Süd- Verbindungen der A1 und der A7 verbunden. Die A30 ermöglicht außerdem eine schnelle Anbindung an die europäische Metropole Amsterdam.

2 Ostwestfalen Lippe

Verschiedene Fernverkehrstrassen der Bahn liegen ebenfalls im Gebiet OWL's. Zu nennen wären die Strecken ICE 10, ICE 51, IC 55 und IC 77 welche östliche Städte wie Berlin, Dresden und Weimar mit wichtigen westlichen Zielpunkten verbinden.

Mit dem Regionalflughafen Paderborn-Lippstadt, mit einem Passagieraufkommen von 1.27 Mio. Personen im Jahr 2006, besteht zusätzlich ein Anschluss an nationale und europäische Business- und Urlaubsziele (vgl. Flughafen Paderborn, 2006).

Karte 2: Anflugziele des Regionalflughafens Paderborn-Lippstadt



Quelle: Flughafen Paderborn, 2007

2.1.1 Einzugsgebiet

Der gute Anschluss an bedeutende Verkehrswege, und die gute Vernetzung dieser mit wichtigen nationalen und europäischen Zentren, erschließt für die Region OWL ein großes Einzugsgebiet und ermöglicht eine schnelle Erreichbarkeit für potentielle Gäste.

Wichtige bevölkerungsreiche Einzugsgebiete für Tages- oder Kurz- Urlauber sind im Westen das Rhein- und Ruhrgebiet oder auch die benachbarte Niederlande, im Norden das Osnabrücker Land, Bremen und Hamburg, im Osten der Großraum Hannover und im Süden die Rhein Main Region mit der Metropole Frankfurt.

Der Regionalflughafen Paderborn-Lippstadt ermöglicht auch Gästen aus weiter entfernt liegenden Städten einen Kurzbesuch in der Region; auf dem nationalen Markt wären Frankfurt, Nürnberg und München zu nennen.

Gestützt werden diese Aussagen durch eine von der Universität Trier angefertigte Studie über die „Wirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbranche Ostwestfalen Lippe“.

2.2 *Touristische Wander- und Radinfrastruktur*

Die Region OWL ist bemüht, die Qualität des touristischen Angebots zu steigern, und setzt hierbei auf verschiedene Kernkompetenzen. Sie verfügt über ein herausragendes Netz an Wander- und Radwegen, welche die kulturellen und natürlichen Sehenswürdigkeiten der Region miteinander verbinden. Das regionale Dachmarketing der OWL-M wird den Aussagen des 1. Teutoburger Wald⁴ Tourismustages zufolge, mittlerweile von vielen Orten und Unternehmen gestützt. Ein Ausbau der Zusammenarbeit wird angestrebt. Der Tourismustag soll (seit 2006) als jährliches Forum den Touristikern in der Region dazu dienen, die Qualität der Angebote sicher zu stellen und sich auszutauschen.

2.2.1 Wanderwegen

Der Teutoburger Wald weist eine Vielfalt an Wanderwegen auf: „Das Angebot reicht von Rundwander- und Streckenwegen, über Themenrouten wie dem Mühlensteig, bis hin zu Teilen von Fernwanderwegen wie dem Europäischen Fernwanderweg E1“ (vgl. Strategischer Rahmenplan EFRE 2007-2013 Modellregion Ostwestfalen Lippe, 2007, s. 66).

Die unterschiedlichen Landschaftstypen mit jeweils eigenen Beschaffenheiten können Ansprüche verschiedenster Wandertypen befriedigen. In dieser Landschaft gelegene Wanderwege bieten Touren durch Heidelandschaften und Flusstäler und somit ein hohes (wandertouristisches) Potenzial welches durch gezielte Vermarktung und eine Steigerung der

⁴ Im Folgenden TW genannt

bestehenden Qualität der Wege zukünftig weiter ausgeschöpft werden soll (vgl. Strategischer Rahmenplan EFRE 2007-2013 Modellregion OWL, 2007, S. 66).

Eine Besonderheit der Region besteht darin, dass im Zuge der Vermarktung und des Bemühens um eine Steigerung der Attraktivität für Touristen die Erreichbarkeit wichtiger Wanderwege durch den ÖPNV gewährleistet ist. Zusätzlich wurden an Start- bzw. Endpunkten der Rundwege Parkplätze geschaffen.

Wanderherbergen entlang der Hermannshöhen können sich um das Gütesiegel „Wanderer willkommen“ bewerben, welches eine hohe Servicequalität garantieren soll.

Bewertungskriterien hierfür sind unter anderem die gute Lage der Unterkunft, vitaminreiches Essen oder auch die problemlose Aufnahme von Wanderern für eine Nacht. Zusätzlich werden von vielen Betrieben Gepäcktransporte angeboten, um den Gästen das Wandern zu erleichtern (vgl. Spürbare Wege, S.16-17, 2005).

Im Folgenden seien exemplarisch einige herausragende Wanderwege vorgestellt:

Die mit den regionalen Wegen vernetzten **Hermannshöhen**, bestehend aus dem Hermannsweg und dem zertifizierten Eggeweg (s.u.) und führen auf einer Länge von 226 km vom Münsterland ins Sauerland. Die Strecke führt fast vollständig durch Naturparkgebiete. Die Hermannshöhen führen über traditionsreiche Kammwege und wurden bereits im Mittelalter als Handelswege genutzt, wodurch auch historische Bauwerke sich auf den Wegen befinden. vgl. Spürbare Wege, S.9 u. S.11, 2005).

Von den beiden Abschnitten dieser Strecke ist der **Hermannsweg** der Längere. Er führt auf 156 km Wegstrecke von Rheine über den Kamm des Teutoburger Waldes nach Velmerstot. Er gilt als einer der schönsten Höhenwege Deutschlands und eröffnet dem Wanderer viele Sehenswürdigkeiten, so z.B. das Hermannsdenkmal, die Externsteine und die Dörenther Klippen. Seiner Schönheit zum Trotz ist der Hermannsweg noch nicht mit dem Gütesiegels „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“ ausgezeichnet. Obwohl die Verantwortlichen schon für den Herbst 2005 mit einer Zertifizierung rechneten, dauern die Verhandlungen aufgrund zweier Passagen, die den Qualitätskriterien des Deutschen Wanderverbands nicht entsprechen, weiter an (vgl. Spürbare Wege, S.13-15, 2005).

Karte 3: Hermannsweg



Quelle: Naturpark-Eggegebirge, 2007

Der wesentlich kürzere **Eggeweg**, der den zweiten Teil der Hermannshöhen ausmacht, hat diese Kriterien bereits im Jahr 2004 erfüllt und wurde als erster Wanderweg der Region mit dem Gütesiegel „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“ versehen (vgl. Wanderbares Deutschland, 2007).

Der Eggeweg führt auf einer Strecke von 70 km von den Externsteinen bei Horn-Bad Meinberg bis Obermarsberg. Seine gesamte Länge, die etwa 1% der Europäischen Fernwanderoute E1 ausmacht, führt durch den Naturpark Eggegebirge und südlicher Teutoburger Wald. Er steht in einer langen Tradition historischer Handels- und Heeresstraßen und kann, neben grandiosen Aussichten, mit einzigartigen historischen Schätzen aufwarten (vgl. Schwaney, 2007).

Karte 4: Eggeweg



Quelle: Naturpark-Eggegebirge, 2007

Unter vielen weiteren Wanderwegen seien an dieser Stelle die Folgenden genannt:

Der **Eichenweg** schlängelt sich mit einer Länge von 210 km an den Grenzen des Kreises Gütersloh entlang. Er ist von allen 13 Städten und Gemeinden des Kreises erreichbar. Die Namengebende Eiche ist das Wahrzeichen der Höfe in der Region (vgl. HCC Verl, 2007). Entlang des Wiehen- und Wesergebirges verläuft der **Mühlensteig**. Diese Wanderroute mit einer Länge von 67 km ist als Themenroute einzustufen und führt an zehn Mühlen vorbei, die die Eckpunkte dieses Weges bilden.

Als Letzte Route sei hier der **Wittekindsweg** genannt, der mit einer Länge von 95 km von Osnabrück nach Porta Westfalica führt. Auf den Spuren des Sachsenkönigs Wittekind führt dieser Weg über den waldreichen Kamm des Wiehengebirges. Mit seinen beeindruckenden Aussichten gehört der Wittekindsweg zu einem der beliebtesten Wanderwege Norddeutschlands.

2.2.2 Radrouten

Ostwestfalen Lippe genießt den Ruf eine Radregion zu sein, von daher kommt es der Region zugute, dass Fahrradurlaube im Trend liegen. Dieses zeigt sich auch an der Zahl von rund 2 Mio. Deutschen, die in den nächsten drei Jahren eine Radreise unternehmen wollen.

Das Radwegnetz ist ähnlich ausgeprägt, wie das der Wanderwege, und sowohl mit Wirtschaftswegen als auch mit dem ÖPNV verknüpft. Auch hier wird Attraktivität durch die vielfältige Topographie gewährleistet und gerade für Tourenradler besticht die Region durch unterschiedlichste Routen (vgl. OWL Marketing GmbH, 2005, S.16-17).

Auch das Serviceangebot ist auf die Bedürfnisse von Radurlaubern angepasst. Dies betrifft nicht nur Gasthöfe und Fahrradverleiher entlang der Routen, sondern auch der ÖPNV hat sich darauf eingestellt: Dieses zeigt sich zum Beispiel an den im Laufe der Jahre entstandenen Radstationen. Die Region ist weiterhin um eine Optimierung des Angebots bemüht, dieses zeigt sich beispielsweise in der Bereitstellung von modernen Navigationsgeräten und dem Angebot von Gepäcktransporten. Abgesehen von vereinzelt Punkten, die der Ausbesserung bedürfen, wird die Infrastruktur als insgesamt als gut bewertet. Die zukünftige Entwicklung konzentriert sich auf die Optimierung von Service und Qualität (vgl. Strategischer Rahmenplan EFRE 2007-2013 Modellregion OWL, 2007, s. 66).

Im Folgenden werden einige Vorzeige-Routen im Raum OWL vorgestellt. Die nachfolgenden Wege sollen beispielhaft für alle in der Region liegenden Routen, die die Attraktivität des Gebietes ausmachen, stehen.

Die **Wellness-Radroute**⁵ wird von der OWL-M als Fitness, Fun und Fahrradfahren rund um den Teutoburger Wald beworben. Diese Aussage versucht die Bedürfnisse verschiedener Radfahrer-Typen anzusprechen und sie in einem Angebot zu vereinen.

Es handelt sich hierbei um ein dichtes und gut ausgebautes Radwegenetz, das gemäß den Gegebenheiten der Region mit abwechslungsreichem Naturpanoramen aufwarten kann. Die Wellness-Radroute ist ein Rundkurs auf insgesamt 500 km Länge, der nach eigenem Belieben, Lust und Kondition durch Querverbindungen variiert werden kann.

Die OWL-M weiß hierbei die vielfachen Vorzüge der Region zu nutzen:

Auf der einen Seite lockt man den Touristen mit den Erlebnis-Möglichkeiten rund um Kultur, Geschichte und Natur, und auf der anderen Seite nutzt man die Reputation der Wellness-Region OWL. In 30 Orten entlang der Strecke befinden sich Wellnessangebote, dazu gehören fünf große Heilbäder und neun staatlich anerkannte Luft- und Kneippkurorte. Die Angebote reichen, dem offiziellen Prospekt zufolge, vom Thermalbad über Sauna und Massagen bis hin zur traditionellen Chinesischen Medizin (vgl. Wellness-Radroute, 2007).

⁵ Im Folgenden "WELL" genannt

Die Route ist gut beschildert und weist etliche Info-Kästen auf, um Radfahrern die Orientierung zu erleichtern. Die Informationen beziehen sich auf spezielle örtliche Angebote, Übernachtungsmöglichkeiten unter dem Aspekt der „Radfahrerfreundlichkeit“ und natürlich Adressen von Reparaturstellen und medizinischen Einrichtungen (vgl. Wellness-Radrouten, 2007).

Karte 5: Wellness-Radrouten



Quelle: Fahrradtouren, 2007

Zu den Vorzeige-Projekten gehören auch die so genannten **BahnRadRouten**⁶. Namentlich sind dies die Teuto-Senne-, die Weser-Lippe- und die Hellweg-Weser-Route. Der Name des Projektes lässt bereits vermuten, dass interessante Strecken hier mit der Bahn verbunden werden. Dank guter Ausschilderung müssen die Streckenabschnitte nicht detailliert geplant werden, es besteht die Möglichkeit Bahn- und Radreise zu kombinieren. Auch bei unvorhergesehenen Ereignissen schafft dieses Projekt Abhilfe: Bei Ermüdung, schlechtem Wetter, Pannen oder Unfall kann der Radreisende die nächste Station schnell und ohne großen Aufwand erreichen. Damit lassen sich je nach Bedürfnis und Neigung sportlich anspruchsvolle Strecken vermeiden, oder auch gezielt auswählen. Zudem lassen sich Tagesrouten von einem festen Standort aus unternehmen, und es besteht die Möglichkeit eine sehr lange Strecke mit dem Fahrrad zu bewältigen und den Hin- oder Rückweg per Bahn zu reisen.

Bei der Weser-Lippe-Route beispielsweise ist der nächste Bahnhof in der Regel nicht weiter als 5km von der Strecke entfernt. Die gepriesene Spontaneität, durch welche das Radfahren

⁶ Im Folgenden durch „BRR“ abgekürzt

bereichert wird, steht leider im Gegensatz zu den Möglichkeiten der Bahn, denn mehr als 5 Fahrräder können schon zu Problemen führen und die Homepage weist ausdrücklich darauf hin, dass Gruppen vorab angemeldet werden sollten (vgl. Bahnradrouten, 2007).

Gleich zwei der beliebtesten Fernradrouten Deutschlands führen durch die Region: Der *Weserradweg* und der *Emsradweg*. Beide Routen folgen in ihrer gesamten Strecke dem Verlauf des Flusses, von dessen Ursprung bis zur Mündung ins offene Meer.



Der **Weserradweg** führt auf einer Länge von 500 km von Hann. Münden bis zur Wesermündung in die Nordsee. Der Weg verläuft überwiegend abseits der Hauptverkehrsstraßen. Die Strecken sind mit jedem Fahrrad und auch von untrainierten Fahrern zu bewältigen, aufgrund der gut ausgebauten Wege und der geringen Steigung entlang der gesamten Strecke.

„Der Weserradweg gehört zu den besten Radwanderwegen in Europa. In Umfragen des ADFC wurde der Weser-Radweg mehrfach zum beliebtesten Radwanderweg in Deutschland gewählt!“ (Weser-Radweg, 2007)

Quelle: Weserbergland-Tourismus, 2007

Karte 7: Emsradweg



Der **Emsradweg** beginnt an der Emsquelle in Hövelhof am Fuße des Teutoburgerwaldes und erreicht nach 379 km Emden. Die Ems verbindet fünf Urlaubsregionen, von der jede ihren unverwechselbaren Charakter hat. Auch auf dieser Route gibt es annähernd keine Steigungen, sie bleibt immer in unmittelbarer Nähe der Ems. Der Radweg eignet sich also auch für Familien mit Kindern, da es keine anstrengenden Passagen gibt.

Quelle: Hoevelhof, 2007

Eine engmaschige Vernetzung der hier vorgestellten Wege ist durch Rundkurse und weitere in der Region liegende Themenrouten gegeben.

2.3 *Wellness-Infrastruktur*

Neben der Reputation als Wander- und Radregion, genießt OWL auch den Status einer Gesundheitsregion. Die Region verfügt nicht nur über die Hälfte aller Kliniken NRWs, sondern obendrein bilden Moore und Heilwässerquellen die Grundlagen für einen ausgeprägten Wellness-Tourismus geschaffen. In zahlreichen Heilbädern und Luftkurorten wird mit modernen therapeutischen Einrichtungen Gesundheitskompetenz geboten (vgl. Strategischer Rahmenplan EFRE 2007-2013 Modellregion OWL, 2007, S.66).

Der Grund für die Vielzahl von Bädern und Kurorten liegt in der geologischen Beschaffenheit der Region. In der frühen erdgeschichtlichen Entwicklung kam es im Zuge der Gebirgsbildung zu Verwerfungen und Brüchen in der Erdkruste, durch welche Wasser, teils äußerst mineralhaltig, an die Erdoberfläche drang (vgl. Bielefeld Info, 2007). Die Vielzahl der

hierbei entstanden Quellen ist charakteristisch für die Region und die Menschen begannen früh, die gesundheitsfördernde Wirkung der Quellen zu nutzen.

Aufgrund des 1995 stattgefundenen Strukturwandels im Gesundheitsbereich fand ein Beschäftigtenrückgang im Kurwesen und im Gastronomiebereich der Region statt. Die Gesundheitsreform führte ebenso zu einem starken Rückgang der Übernachtungszahlen in den Heilbädern (vgl. Middendorf, 1999, S.1). Die Region konnte bis 1994 eine weit über den Landesdurchschnitt liegende Auslastung der Heilbäder vorweisen, bedingt durch die Bäderkrise sank diese unter 40% und erst im Jahr 2000 konnte dieser Wert wieder überschritten werden.

Zurückzuführen ist der erneute Anstieg durch neue Marketingstrategien, in denen die landschaftlichen und kulturellen Vorzüge der Region eingebunden werden. Die Betonung des „Wellness – Aspektes“ und alternative Heilkonzepte trugen zusätzlich zu dem erneuten Anstieg bei (vgl. Becker et al., 2002, S.40-41).

So wurde zum Beispiel das Projekt „TeutoWellness50Plus“ ins Leben gerufen, mit dem erklärten Ziel, den Wellness- und Gesundheitstourismus der Gesundheitsregion Teutoburger Wald/OWL zu fördern. Hierbei haben sich 45 Partner zu einer Qualitätsgemeinschaft zusammengeschlossen, zu denen Hotels, Pensionen, Wellness- und Freizeitanbieter und Touristeninformationen gehören. Diese haben sich auf gemeinsame Qualitätsstandards sowie eine exakt definierte Servicepalette geeinigt. Hierbei soll bei aller medizinischen Kompetenz das „angestaubte“ Kurort-Feeling durch Genuss und Erlebnis ersetzt werden. Dieses Angebot, das bis Dezember 2004 durch das Ministerium für Wirtschaft und Arbeit des Landes NRW gefördert wurde, richtet sich an Senioren und kann stellvertretend für die Bemühungen der Region gesehen werden, das bestehende Potential zu nutzen und zu vermarkten (vgl. Teutoburger Wald Tourismusmarketing, 2007).

2.4 Touristische Merkmale

Der folgende Abschnitt beschreibt die touristische Infrastruktur OWL's, als Ausgangsmaterial dient ein durch die Fremdenverkehrsgeographie Trier erstellter Bericht über die „Wirtschaftliche Bedeutung der Region Ostwestfalen Lippe“ aus dem Jahre 2002.

Im nationalen Vergleich befindet sich Ostwestfalen Lippe unter den Gebieten mit den höchsten Übernachtungszahlen, nur sieben andere Regionen weisen im Jahr 2000 höhere Übernachtungszahlen aus. Darunter sind Gebiete wie die Schleswig Holsteinische Nord- und Ostseeküste oder Städte wie Berlin und Hamburg. (vgl. Becker et al., 2001, S.122)

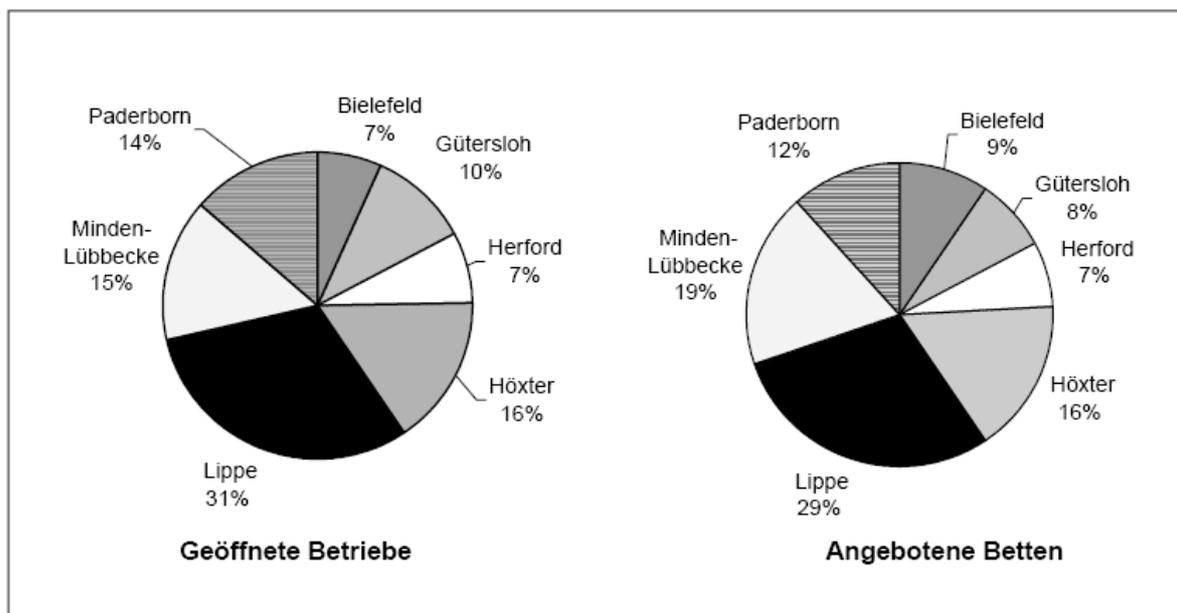
Bei einer Übernachtungszahl von rund 6,3 Mio. im Jahr 2004, entfallen auf die in der Region liegenden Heilbäder 3.2 Mio. Übernachtungen. Trotz der Einsparungen im Gesundheitswesen und einen dadurch bedingten Rückgang von 1.3 Mio. im Zeitraum von 1995 bis 2000 haben die Heilbäder immer noch die größte Anziehungsfaktor auf die Urlauber in der Region (vgl. Bezirksregierung Detmold, 2006).

Aus diesem Grund wird die Region auch unter „Heilgarten“ Deutschlands vermarktet, welches zum Einen auf die naturräumlichen Besonderheiten und zum Anderen auf die große Anzahl von Kur- und Heilorten hinweisen soll (Bezirksregierung Detmold, 2007).

Außerhalb OWL und NRW ist die „Marke“ jedoch kaum bekannt, ähnlich verhält es sich mit dem die Region prägenden Mittelgebirge, dem Teutoburger Wald. (vgl. Becker et al., 2001, S.122)

Was die Anzahl der geöffneten Beherbergungsbetriebe betrifft, so kommt OWL auf 898 Betriebe mit insgesamt 42.961 Gästebetten. Die Verteilung unterscheidet sich jedoch stark zwischen den einzelnen Kreisen. Die drei Kreise mit den meisten Betrieben und dem größten Bettenangebot, Minden-Lübbecke, Höxter und Lippe vereinen in beiden Bereichen über 60% des gesamten Angebotes. (vgl. Becker et al., 2001, S. 48)

Abb. 1: Beherbergungsbetriebe und Gästebetten in der Region Ostwestfalen-Lippe nach Kreisen, Stand Dezember 2000

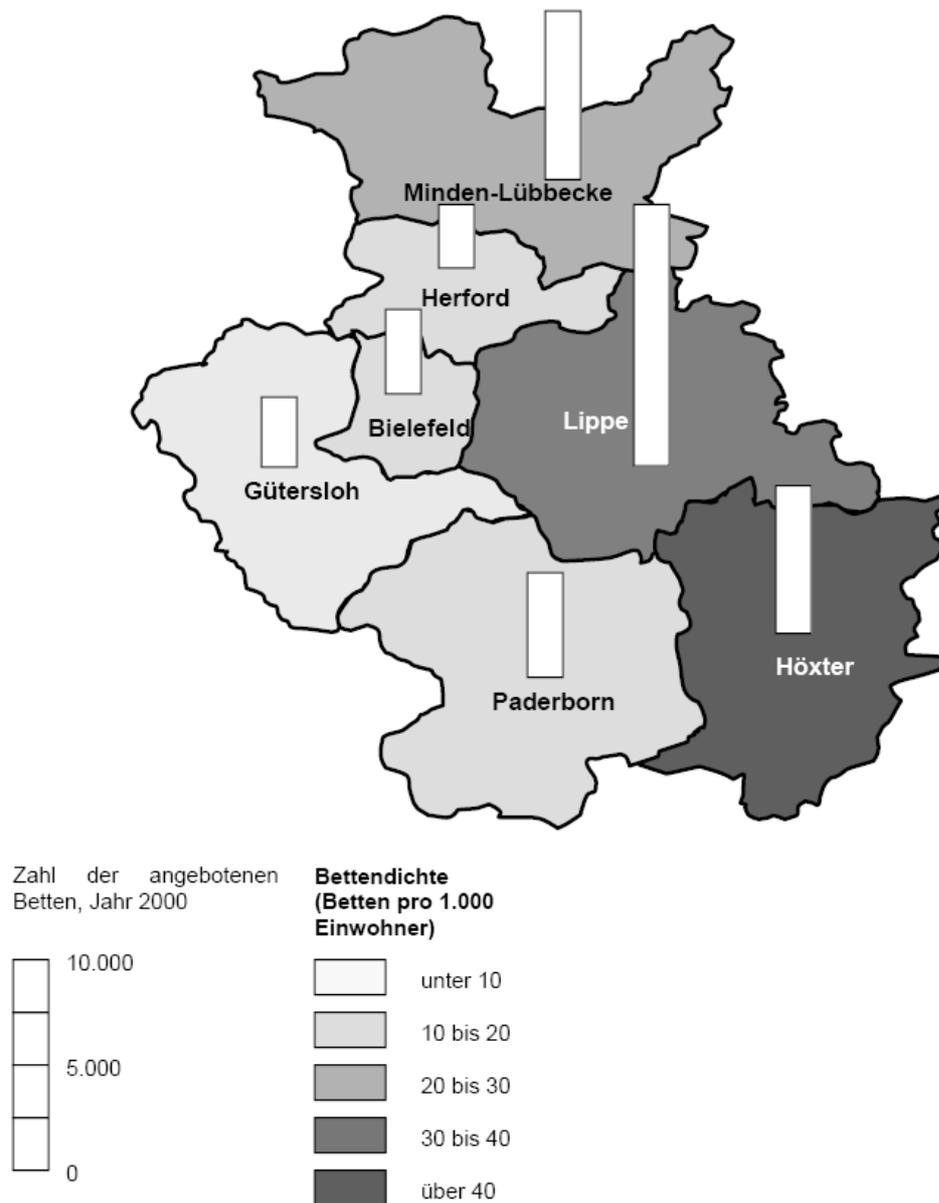


Quelle: Wirtschaftliche Bedeutung der Region Ostwestfalen Lippe 2002

2 Ostwestfalen Lippe

Die unterschiedliche Verteilung wird auch durch die Betrachtung der Bettendichte (Betten pro 100 Einwohner) deutlich, hier liegen die drei genannten Kreise zwischen 20% und 40% (vgl. Becker et al., 2001, S. 64).

Karte 8: Bettenangebot und Bettendichte in der Region Ostwestfalen-Lippe nach Kreisen



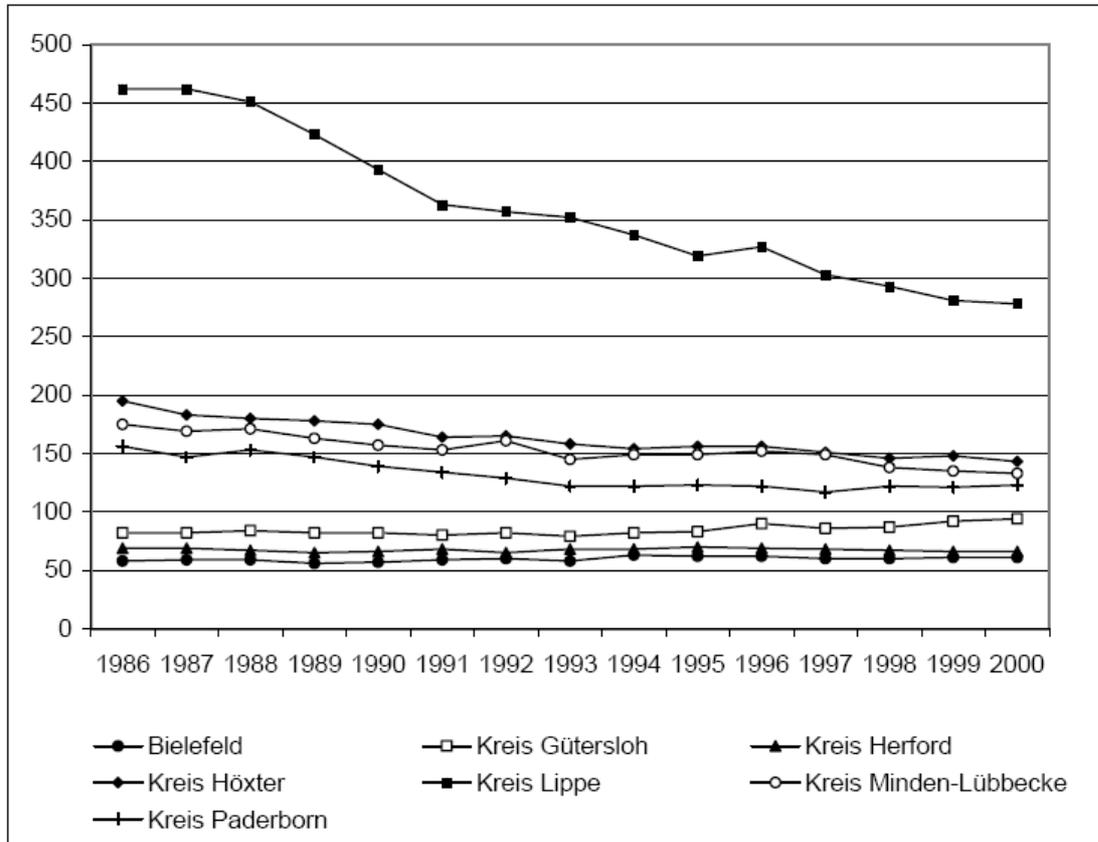
Quelle: Wirtschaftliche Bedeutung der Region Ostwestfalen Lippe 2002

Ähnlich wie in vielen anderen Gebieten Deutschlands kann in OWL ein Rückgang der Beherbergungsbetriebe beobachtet werden, in den Jahren 1986 – 2000 fand vor allem im Kreis Lippe (-40%) als auch in den Kreisen Höxter, Minden Lübbecke und Paderborn ein

2 Ostwestfalen Lippe

starker Rückgang statt, lediglich im Kreis Gütersloh konnte ein geringer Zuwachs verzeichnet werden (vgl. Becker et al., 2001, S. 65).

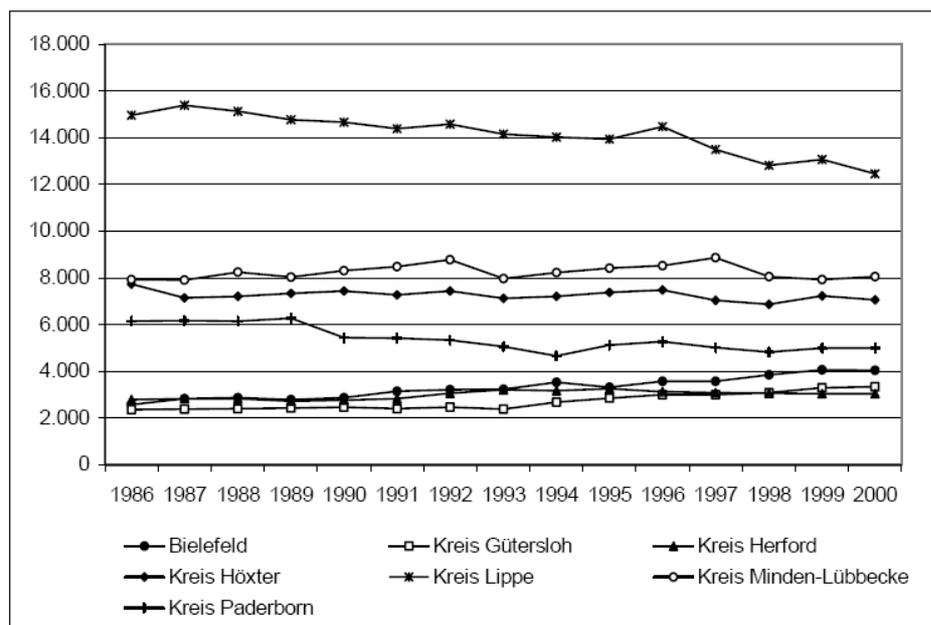
Abb. 2: Beherbergungsbetriebe in der Region Ostwestfalen-Lippe nach Kreisen



Quelle: Wirtschaftliche Bedeutung der Region Ostwestfalen Lippe 2002

Was die Bettenanzahl betrifft, so kam es in den Kreisen Höxter, Paderborn und Lippe zu einer deutlichen Verminderung, im Gegensatz dazu konnten die Kreise Gütersloh Herford und die Stadt Bielefeld einen Anstieg der Bettenzahl verzeichnen (vgl. Becker et al., 2001, S. 66).

Abb. 3: Betten in der Region Ostwestfalen-Lippe nach Kreisen



Quelle: Wirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbranche Ostwestfalen-Lippe, LDS – NRW 2001

Die Bettenauslastung ist am höchsten in den Kreisen Minden-Lübbecke (51%) und Höxter (45%), was auf den Kurverkehr und konkret auf die gute Auslastung der Kurkliniken in den Heilbädern Bad Driburg und Bad Oeynhausien zurückzuführen ist.

Gegensätzlich dazu verhält es sich in den Gebieten in denen kein Kurverkehr stattfindet also in der Stadt Bielefeld und dem Kreis Gütersloh.

Abb. 4: Betten in der Region Ostwestfalen-Lippe nach Kreisen

	Geöffnete Betriebe	Angebotene Betten	Betten-dichte*	Aus-stattung**	Auslastung
Bielefeld	61	4.028	12,5	90,1	33,6
Gütersloh	94	3.334	9,7	88,4	31,3
Herford	66	3.029	11,9	92,0	39,7
Höxter	143	7.065	45,3	91,5	45,0
Lippe	278	12.462	34,1	91,8	40,5
Minden-Lübbecke	133	8.049	24,9	94,9	51,0
Paderborn	123	4.994	17,2	92,0	40,4
Ostwestfalen-Lippe	898	42.961	20,9	92,1	41,8

* Betten pro 1.000 Einwohner

** Anteil der Gästezimmer mit Bad und/oder Dusche sowie WC (Stand 1999)

Quelle: Wirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbranche Ostwestfalen-Lippe, LDS – NRW 2001

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass OWL auch im Deutschlandvergleich hohe Besucherzahlen vorweisen kann, die Gäste sich jedoch in erster Linie in den Kreisen aufhalten die über Kurbetrieb und Heilbädern mit entsprechenden Kliniken verfügen.

Das zeigt sich vor allem im Vergleich der Beherbergungsbetriebe, der Bettenzahlen und der Auslastung der Betriebe.

Insgesamt verfügt die Region jedoch über eine gut ausgebaute Beherbergungsinfrastruktur und eine hohe Urlauberintensität.

2.5 Entwicklung des Tourismus nach 1949

Das Potenzial der Heilquellen und des gesunden Klimas der Region wurde schon früh erkannt und genutzt, was sich auch am Ursprung des Wellness-Tourismus im 17ten Jahrhundert zeigt. Die Umwälzung der politischen Struktur nach dem zweiten Weltkrieg wirkte sich erheblich auf die Tourismus-Region OWL aus. Wie eingangs erwähnt, war es nach dem Zusammenschluss der verschiedenen Kreise erstmals möglich, unterschiedlichste Regionen einheitlich zu vermarkten.

In den fünfziger Jahren initiierte Regierungspräsident Heinrich Drake, den Gesamtcharakter OWLs und dessen Vermarktungsmöglichkeiten vor Augen, die Umstrukturierung des Fremdenverkehrs in der Region. Daher wurde der Dachverband ‚Verkehrsverband-Ostwestfalen-Lippe e.V. - Teutoburger Wald - Wiehen- und Eggegebirge-Weser‘ durch 400 Gründungsmitglieder ins Leben gerufen (vgl. Kesper, 1989, S. 5). Erstmals wurde der Begriff ‚Teutoburger Wald – Heilgarten Deutschlands‘ geprägt und intensiv als Werbeslogan genutzt. Im Laufe der sechziger Jahre und der Intensivierung des Wettbewerbs erdachte der Verband Werbekonzepte, die sich an spezielle Zielgruppen richteten (vor allem Familien und Senioren), um so auf der Basis des vorhandenen Potentials eine Nische zu besetzen. Die Konzepte wurden auf Grundlage des 1963 erschienenen Gutachtens ‚Situation und Entwicklungsaspekte des Fremdenverkehrs in Ostwestfalen‘ vom Deutschen Wissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr DWIF an der Münchner Universität entworfen (vgl. Kesper, 1995, S. 369-370).

Seit 1970 zeichneten sich zweierlei Entwicklungen ab. Zum Einen wurde eine kommunale Umstrukturierung eingeleitet, wodurch neue Verwaltungseinheiten entstanden die große Teile der Fremdenverkehrsarbeit übernahmen.

Zum Anderen arbeitete der Dachverband verstärkt marktorientiert und präsentierte sein Tourismusprodukt auf Reisemessen in Deutschland und den Niederlanden. Hierdurch sollte starke Präsenz in allen Bereichen gezeigt werden um so neue Kunden in die Region zu locken. Dennoch führte die rezessive Wirtschaftslage zur Schließung vieler privater Kurheime in den Jahren 1974-1976 (vgl. Kesper, 1995, S. 370-372).

1981 fand eine einschlagende Veränderung in der Erfassung von Statistiken statt:

Betriebe die weniger als neun Gästebetten aufwiesen fielen nicht in die Erhebungen, dadurch kam es zu einem Einbruch der Übernachtungsstatistiken. Bei einer geschätzten Zahl von

mindestens 4.127 Betten dieser Kleinbetriebe wird schätzbar, wie stark sich dieser Einbruch in den Statistiken auswirkte (vgl. Becker et. al., 2002, S.106). In den Achtzigern wurden Landeszuschüsse für Werbung gekürzt. Diesen Rückschlag balancierte der ‚Verkehrsverband-Ostwestfalen-Lippe e.V. - Teutoburger Wald - Wiehen- und Eggegebirge-Weser‘ durch eine Anhebung der Mitgliederbeiträge aus. 1986 wurden 120 Wirtschaftsunternehmen als Mitglieder gewonnen, die den Verband und dessen neuen Slogan „Toi, Toi, Teu – Urlaubsglück im Teutoburgerwald“ förderten. Der Rahmen des Gesamtkonzepts lautete nun erstmals „Geschichtsnahe Erholung“ (vgl. Kesper, 1995, S 372-374).

Obwohl in den Neunzigern mit den neuen Bundesländern eine starke Konkurrenz auf den Markt trat, vermochte die Region OWL von Kurzreisen zu profitieren und stellte 1991 mit 9 Millionen Übernachtungen einen neuen Rekord auf. Der Dachverband OWL-M wurde 1993 in Kooperation mit dem Dachverband ‚Verkehrsverband-Ostwestfalen-Lippe e.V. - Teutoburger Wald - Wiehen- und Eggegebirge-Weser‘ gegründet. Ziele waren das Image der Region auch in Zukunft zu optimieren und gleichzeitig eine Förderung der Identifikation der einzelnen Kreise mit OWL voranzutreiben (vgl. Kesper, 1995, S.376).

Im Zuge der Gesundheitsreform von 1995 erfuhr die Region neuerlich einen Rückgang der Übernachtungszahlen und büßte 8% der Arbeitsplätze im Kurwesen ein (vgl. Middendorf, 1999, S.1). Im Übergang vom alten ins neue Jahrtausend änderte der Verband seinen Namen in Teutoburger Wald Tourismus e.V. Seit dem Jahr 2000 werden vom Land NRW nur noch einzelne Projekte des Verbandes gefördert, was zu einer weiteren Stagnierung der Besucherzahlen führte, seither nehmen die Besucherzahlen kontinuierlich ab. Seit 2006 findet alljährlich der Teutoburger Wald Tourismustag statt, um die Kernkompetenzen der Region zu optimieren, die Zusammenarbeit der einzelnen Mitglieder zu koordinieren und das Tourismusangebot zu verbessern.

2.6 Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Zur Einschätzung der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für die Region OWL ist die Erhebung einer Reihe von Statistiken notwendig. Neben der Anzahl der Übernachtungen in Betrieben wie Pensionen und Hotels müssen Aussagen über die Ausgabenstruktur der Gäste gemacht werden, um den erzielten Umsätzen einen Geldwert beizuordnen und letztlich einen Vergleich mit andern Wirtschaftszweigen ziehen zu können (vgl. Becker et. al., 2002, S. 104).

Im Jahr 2000 wurden für das Reisegebiet Teutoburger Wald, welches mit OWL gleichzusetzen ist, 6.627.539 Übernachtungen ermittelt, bei durchschnittlichen Ausgaben von 95,10€ pro Tag und Person, was im Gebiet NRW etwas unter dem Durchschnitt liegt (104,20 €), welcher wiederum durch Gebiete wie Düsseldorf und Köln in die Höhe getrieben wird.

Im direkten Vergleich mit anderen Reisezielen in Deutschland steht der Teutoburger Wald mit einem guten Durchschnittswert da. Bei den genannten Zahlen errechnet sich so ein Umsatz von ca. 630 Mio. € In den zu Rate gezogenen Statistiken sind keine Kleinbetriebe mit 8 oder weniger Betten einbezogen, durch welche nochmalige Einnahmen in einer Höhe von 29,6 Mio. € hinzukommen. Schließlich erreicht die Camping-Touristik Bruttoumsätze von zusätzlichen 13 Mio. € Weiterhin sei erwähnt, dass die Tagesausgaben pro Person und Tag bei Gästen von Kleinbetrieben sich auf 53,70 € und bei Campinggästen auf 19,40 € belaufen. Nach Abzug der Mehrwertsteuer ergeben diese Zahlen für die Region OWL Nettoumsätze von 605 Mio. € (vgl. Becker et. al., 2002, S.105-109).

„Aus dem Einkommen der ersten und der zweiten Umsatzstufe ergibt sich das Einkommen der Gästeübernachtungen insgesamt, das in Ostwestfalen-Lippe eine Gesamthöhe von 367 Mio. € erreicht.“ (Becker et. al., Wirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbranche in Ostwestfalen-Lippe, Trier, 2002, S.104)

Hierzu seien die folgenden Begriffe erklärt:

1. Wertschöpfungsquote: gibt prozentual den Anteil des Nettoumsatzes an, der unmittelbar zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen wird (vgl. Becker et. al., 2002, S. 133).

2. „Einkommenswirkung der ersten Umsatzstufe (EW1): Einkommenswirkungen, die von den Ausgaben der Übernachtungsgäste direkt ausgehen, d.h. Nettoumsatz \times Wertschöpfungsquote“ (vgl. Becker et. al, 2002, S.131).

3. „Einkommenswirkung der zweiten Umsatzstufe (EW2): Differenz zwischen Nettoumsatz und Einkommen der 1. Umsatzstufe wird für Vorleistungen bzw. zur Aufrechterhaltung der touristischen Dienstleistungsqualität verwendet, d.h. (Nettoumsatz – EW1) \times Wertschöpfungsquote“ (vgl. Becker et. al, 2002, S.131).

Der oben genannte Wert (367 Mio. €) trägt 0,98% zum Volkseinkommen OWLs bei, und liegt damit deutlich höher als der Durchschnitt von NRW (0,64%), jedoch niedriger als der Bundesdurchschnitt (1,28%). Dieser Wert wird nur durch Übernachtungstourismus erreicht und bezieht sich auf Statistiken des Jahres 2000.

Zur Erfassung des Tagesausflugtourismus greifen die aktuellsten Daten auf das Jahr 1993 zurück und wurden von der DWIF erhoben. In der Annahme, dass sich die Anzahl der Tagesausflüge und Geschäftsreisen bis zum Jahr 2000 nicht wesentlich verändert haben, tragen diese 1,84% und 0,14% zum Volkseinkommen bei, was eine Summe von 2% ergibt. Hieraus ergibt sich für OWL ein Beitrag durch den Tourismus von 3%, wodurch er zu einem bedeutenden Wirtschaftszweig wird (vgl. Becker et. al., 2002, S. 112 - 113).

Hochgerechnet ergeben sich 13.852 Arbeitsplätze durch den Tourismus, worin Vollzeit-, Teilzeitbeschäftigte und saisonale Aushilfen enthalten sind. Dies unterstreicht die Wichtigkeit des Wirtschaftszweigs Tourismus.

Bei einer Umfrage des Professors Kreilkamp - im Rahmen der „Qualitativen und quantitativen Analyse der Informationsbedürfnisse von Kunden und Nichtkunden“ - nach bekannten Urlaubszielen in NRW nannten 23% der Befragten die Region Teutoburger Wald, der damit an siebter Stelle liegt (vgl. Kreilkamp, 2000, S. 19).

Der Anteil von Gästen aus dem Ausland lag in NRW bei 35.628.600 Übernachtungen bei 16%, was höher als der Bundesdurchschnitt ist (12%). Besonders interessant für NRW und OWL sind hierbei die Märkte USA, Skandinavien, Niederlande und Großbritannien/Irland (vgl. Kreilkamp et. al., Endbericht, 2000, S. 31).

Die Bemühungen des Paderborner Landes⁷ beispielsweise um den Britischen Markt haben sich ausgezahlt. So verbuchten die Herbergen allein im Dezember 2005 einen Zuwachs von 64% bei den britischen Gästen. Diese Entwicklung verdanken sie in erster Linie der Präsenz der Touristikzentrale auf internationalen Reisemessen in London. Aber auch die Aktivität auf den Märkten von Belgien und den Niederlanden habe sich bemerkbar gemacht (vgl. Geschäftsbericht 2005 Touristikzentrale Paderborner Land e.V., 2005, Anhang).

2.7 Analyse der Ergebnisse

Ostwestfalen Lippe verfügt in vielerlei Hinsicht über touristisches Potential, welches die Region im bundesweiten Vergleich kompetenzfähig macht. Dies basiert zum Einen auf den geographischen Gegebenheiten, die hier in einer Urlaubsdestination dicht nebeneinander vorliegen. Bedeutend ist hierbei auch die Verknüpfung optimaler Verkehrsverbindungen, sei es durch Autobahn, Bahnstrecken oder den internationalen Anschluss durch den Flughafen Paderborn-Lippstadt. Bereits in der Vergangenheit – seit der Wende zum 20ten Jahrhundert - wurden Wanderwege durch eigenständige Vereine kultiviert. Dem prämierten Eggeweg beispielsweise kam zu Gute, dass der in Altenbeken gegründete Eggegebirgsverein e.V.⁸ sich bereits seit über hundert Jahren um die Erschließung, den Ausbau und die Pflege des Wanderpfades bemühte und so die Erlangung des Gütesiegels „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“ keiner besonderen Anstrengung bedurfte.

Hinderlich bei der Vermarktung der Urlaubsregion ist die fehlende Identifikation der jeweiligen Kreise mit dem Teutoburger Wald, was nicht zuletzt an eigenen Möglichkeiten der Identifikation und der partiellen Ferne zum eigentlichen Waldgebiet liegt. Der historisch gesehen junge Zusammenschluss dieser Regionen findet nur schleichend Einzug in die Köpfe der Menschen. Durch die Neugründung des Teutoburger Wald Tourismus e.V., die Initiierung des Teutoburger Wald Tourismustages und die Bemühungen der OWL-M im Gesamten soll

⁷ Im Folgenden PL genannt

⁸ Im Folgenden EGV genannt

dem entgegen gewirkt werden, so dass in Zukunft bedeutende Unternehmen bei der Vermarktung der Urlaubs-Region kooperieren. Etwaige Krisen - wie die Kürzung von Förderungsmitteln und die Gesundheitsreform von 1995, wodurch die Heilbäder und Kurorte Verluste hinnehmen mussten und Arbeitsplätze abgebaut wurden - schmälern nicht den Wert des Tourismus für die Region, welcher sich im Volkseinkommen und auf dem Arbeitsmarkt niederschlägt.

Im Endeffekt bleiben die Kernkompetenzen durch die zentrale Lage und die naturräumliche Vielfalt gewahrt. Man hat die Bedeutung der Branche Tourismus für die Region erkannt und arbeitet auf eine Optimierung des Angebots hin, man weiß die Attraktivität zu steigern und will sich im nationalen Vergleich behaupten.

3 Status Quo

Im Folgenden Kapitel wird auf den Status Quo des Dachverbandes OWL-M eingegangen. Dazu wird zum Einen die geschichtliche Entwicklung und heutige Organisation des Dachverbandes vorgestellt und zum Anderen die von der OWL-M in der Region gesehenen Potentiale und Kernkompetenzen beschrieben.

Anschließend daran wird die Identifikation der einzelnen Kreise mit der Region und dem Dachverband dargestellt.

3.1 Entwicklung und Organisationsform des Dachverbandes

Die 1993 gegründete OWL Marketing GmbH⁹ ist ein Gemeinschaftsunternehmen der Kreise Gütersloh, Herford, Höxter, Lippe, Minden-Lübbecke, Paderborn, der Stadt Bielefeld und der regionalen Wirtschaft, durch den Verein „Unternehmen für OWL-Marketing“ repräsentiert wird.

Generell sieht die OWL-M es als ihre Aufgabe an, OWL im Standortwettbewerb der Regionen voran zu treiben, sie als leistungsstarken Wirtschaftsraum, attraktiven Lebensraum und ebensolche Urlaubsregion zu profilieren.

Als die OWL-M gegründet wurde, gehörte der Tourismus noch nicht zu ihren Aufgabenfeldern. Der Einstieg in diese Branche kam in Zusammenarbeit mit dem Teutoburger Wald Tourismus e.V.¹⁰ zur Profilierung der Region. Als NRW dann im Jahr 2000 die Förderungsgelder für den Verein einstellte (damals jährlich 300.000 DM) und ein NRW Tourismusverband gegründet wurde, an den die Mitglieder jährlich 40.000€ Beitrag zu zahlen haben, bedurfte es einer Neuorientierung und einer Anpassung an die Rahmensituation des TWT, was 2002 zu einer Bürogemeinschaft mit der “OWL-M” führte und letzten Endes zur Liquidierung des Vereins und zur Eingliederung des Tourismus-Marketing in die “OWL-M” als eigenständiger Bereich.

Die OWL-M ist eine Public-Private-Partnership. Als solches wird die Mobilisierung privaten Kapitals und Fachwissens zur Erfüllung staatlicher Aufgaben bezeichnet. Die Anteile an der GmbH setzen sich wie folgt zusammen:

⁹ Im Folgenden OWL-M genannt

¹⁰ Im Folgenden TWT genannt

Tabelle 1: Anteile Public-Private-Partnership OWL Marketing GmbH

50 % Anteil	50 % Anteil
„Unternehmen für OWL-Marketing e.V.“	Gebietskörperschaften
Mitglieder sind neben der Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld und der Industrie- und Handelskammer Lippe zu Detmold sowie der Handwerkskammer Ostwestfalen-Lippe zu Bielefeld ca. 95 Unternehmen aus OWL	Bielefeld Marketing GmbH Kreis Gütersloh Kreis Herford Kreis Höxter Kreis Lippe Kreis Minden-Lübbecke Kreis Paderborn

Quelle: Ostwestfalen-Lippe, 2007

Der Vorstand der „Unternehmen für OWL-Marketing e.V.“ und die Vertreter der Gebietskörperschaften bilden das Entscheidungsgremium der Gesellschafterversammlung. Die Geschäftsführung wird in inhaltlichen und konzeptionellen Fragen von Fachbeiräten beraten.

3.2 Tourismuspotentiale und Kernkompetenzen der Region

Das Tourismuspotential der Region zu nutzen, erfordert zuerst die erfolgreiche Herausstellung der Besonderheiten und Attraktivität des Raumes. Beispielsweise gibt es viele Mittelgebirgsregionen in Deutschland, die beliebig austauschbar seien. Eine Hervorhebung der Region ginge nur „[...] mit Leuchttürmen in Kombination mit einer besonders guten Werbung“ (Westermann).

OWL-M setzt beispielsweise auf die Hermannshöhen und den Wellness- und Gesundheitsbereich als Eckpfeiler der Werbung. Die einzigartige Verknüpfung der Kernkompetenzen Radeln, Wandern und Wellness wird hierbei ausgenutzt, weil es kaum Regionen gibt, „[...] die über Gesundheitswandern verfügt.“ (Westermann).

Der erste Teutoburger Wald Tourismustag im November 2006 thematisierte unter anderem die Möglichkeiten und Notwendigkeiten bezüglich der Anpassung der Servicequalität an die steigenden Bedürfnisse der Gäste. Es wurden Strategien für die Zukunft besprochen, die auf ein gemeinsames Dachmarketing der Region zielen.

Dabei wurde den Beteiligten bewusst, dass der Reisende gewisse und Individuelle Bedürfnisse befriedigen will und dass ihm dabei räumliche Grenzen gleichgültig sind. Es wurde begrüßt, dass bereits zu diesem Zeitpunkt viele Unternehmen und Orte den Dachverband unterstützen und die Touristiker zukünftig noch stärker zusammen Arbeiten wollen (vgl. Ostwestfalenlippe, 2007).

Frau Westermann bestätigte, dass es der OWL-M gelungen sei, viele Gesprächspartner zusammenzubringen, so dass ein Austausch von Information stattfinden kann und das gemeinschaftliche Entwickeln von Strategien vorangetrieben wird. Sie bemängelt jedoch, dass es mit eineinhalb besetzten Stellen nicht möglich sei, „[...] *die Welt zu bewegen und es ist momentan die zentrale Aufgabe, dafür zu sorgen, dass alle in der Region miteinander kommunizieren.*“ (Westermann)

Man einigte sich während des Tourismustages darauf, dass die Angebote in den Kernbereichen Radfahren, Wandern, Wellness, Event- und Kulturtourismus ausgebaut und optimiert werden sollen.

Sehr erfolgreiche Musterbeispiele seien die Hermannshöhen, die Wellness-Radroute und TeutoWellness50Plus. Es sollen neue regionale Projekte geschaffen werden, die sich an diesen Erfolgskonzepten orientieren.

Bereits heute bewirbt die OWL-M die touristischen Kernkompetenzen äußerst intensiv, mit allen zur Verfügung stehenden Medien. Dies beginnt bei Broschüren und Prospekt, beinhaltet eine starke Internetpräsenz der einzelnen Routen, sowie das Schalten von überregionalen Anzeigen. Hierbei besteht aber das finanzielle Problem, dass eine Anzeige in „Deutschland per Rad entdecken“ beispielsweise 6.000€ kostet und so knapp die Hälfte des Werbebudgets verschluckt. Des Weiteren steht zu wenig Personal zur Verfügung, um allein schon Kreativität und Zeit aufzubringen oder gewisse Zuständigkeiten zuzuweisen, durch die z.B. oben genanntes Problem bewältigt werden könnte..

Die Geschäftsführerin des Landesverbands NRW Tourismus e.V., Prof. Dr. Ute Dallmeier, betonte auf dem 1. Tourismustag, dass die Qualität des Dienstleistungsbereiches zu wahren und zu verbessern sei, da diese ausschlaggebend für einen zweiten Besuch des Gastes in der Region sei (vgl. Ostwestfalen-Lippe, 2007).

3.2.1 Alle unter einem Dach?

Allgemein lässt sich sagen, dass sich die einzelnen Kreise – auf touristischer Ebene – mit dem Konstrukt Ostwestfalen identifizieren. Die einzelnen Verbände sind Mitglied der OWL-M und arbeiten gemeinsam an dem Profil der Region. Dabei darf nicht unterschlagen werden, dass einige Touristiker, Verbände und Regionen ihre Zusammenarbeit auch auf andere Verbände konzentrieren: Zum Beispiel ist manche Stadt nicht nah am eigentlichen Teutoburger Wald, sondern sieht sich als Teil des Weserberglandes (K6)¹¹. Es ist offensichtlich, dass das politische Konglomerat hier aufgrund der geographischen Gegebenheit nicht richtig greifen kann. In manchen Kreisen ist die Bevölkerung gespalten (K2), wo sich die Ortschaften am Rand nicht OWL zugehörig fühlen.

Die Dachmarke wird von vielen befürwortet (K1, K4, K5, K6, K7), sei es nun da der Name des Kreises im neuen Namen der Region enthalten ist oder der Kreis im Zentrum der Region liegt. Es bleibt aber die Frage bestehen, ob der Name Teutoburger Wald oder Ostwestfalen-Lippe zu bevorzugen ist (K6). Die Tatsache, dass es auch nach 50 Jahren noch keine einheitliche Tageszeitung für die Region gibt, verdeutlicht, dass noch „[...] *alte Strukturen in den Köpfen vorhanden sind.*“ (K3)

Politische Regionen sind nicht mit touristischen Räumen gleichzusetzen. Viele Verbände und Kreise fahren trotz der Mitgliedschaft in der OWL-M zweigleisig und kooperieren mit Verbänden, die in anderen politischen Regionen liegen, mit denen aber gemeinsame Identifikationsmerkmale vorhanden sind. Trotz dieser „[...] *verständlichen Zugehörigkeitsgefühle zu näher liegenden Marken[...]*“ (Westermann) sei zu beachten, „[...] *welche Marke die Bekanntere ist. Im Hinblick auf das Varus-Jubiläum und ähnliche Dinge, ist dies der Teutoburger Wald.*“ (Westermann).

Die Akzeptanz des Konstrukts OWL, auch in touristischer Hinsicht, ist gewachsen und wird durch die Bemühungen der OWL-M noch weiter zunehmen. Die klar definierten Vorteile der Partnerschaft mit der GmbH sind den meisten Kreisen und Verbänden bewusst und so wird das Zusammengehörigkeitsgefühl der einzelnen Parteien in Zukunft durch das Ausmustern alter Denkstrukturen (hoffentlich) weiterhin verstärkt, eine notwendige und von vielen Seiten angestrebte Maßnahme, um wettbewerbsfähig im nationalen Vergleich zu bleiben.

¹¹ Die Abkürzungen K1 usw., stehen für die einzelnen Kreise, werden hier aber anonymisiert wiedergegeben. Die Abkürzungen werden im späteren Kapitel nochmals aufgegriffen bzw. sind aus diesem entnommen.

4 Touristische Ausrichtung der einzelnen Kreise

Einführend in dieses Kapitel erfolgt eine Vorstellung der in der Region OWL aktiven Kreistourismusverbände. Darauf aufbauend soll ein Überblick zu der touristischen Ausrichtung der einzelnen Kreise gegeben werden.

Im letzten Punkt soll herausgestellt werden, inwiefern sich die Ausrichtung der einzelnen Kreise mit der von der OWL-M angestrebten deckt oder auseinander geht.

4.1 Vorstellung der Kreisverbände im Tourismus

Im kreisfreien **Bielefeld** wird das Tourismusmarketing von der Stadt übernommen. Zur „*Bielefeld Marketing GmbH*“ gehört im Service- und Dienstleistungsbereich auch die städtische Touristinformation. Hier sind Wirtschafts- und Tourismusförderung von einander getrennt, im Gegensatz zum Kreis **Gütersloh**, wo die Tourismusförderung in die öffentliche Verwaltung integriert ist. Die *Pro Wirtschaft GT GmbH* verrichtet hier das Tourismusmarketing und „[...]ist angetreten, die hohe Qualität des Standortes Kreis Gütersloh für die Zukunft zu erhalten und nach Kräften zu fördern“ (Pro-Wirtschaft-GT, 2007).

Der Kreis **Herford** wird von der Marketingorganisation „*Touristikgemeinschaft Wittekindsland e.V.*“ vertreten, welcher auf der Basis einer öffentlich-rechtlichen Partnerschaft zwischen den Kommunen und der Tourismusbranche arbeitet. (vgl. Touristikgemeinschaft Wittekindsland, 2002, S.3). „*Die Touristikgemeinschaft Wittekindsland e.V. bezweckt die Förderung des Fremdenverkehrs in der Region Wittekindsland im weitesten Sinne*“ (Touristikgemeinschaft Wittekindsland e.V., Geschäftsbericht, 2005, S.3).

In **Höxter** wird seit 2003 unter dem Begriff Kulturland Kreis Höxter Regional- und Tourismusmarketing betrieben. Obwohl eigenständig organisiert, fällt Tourismusförderung unter regionale Wirtschaftsförderung. Hier ist die „*Gesellschaft für Wirtschaftsförderung im Kreis Höxter mbH*“¹²) tätig (vgl. „GfW H“öxter, 2002, S.2, S. 25-26).

Im Kreis **Lippe** wurde ein Wirtschaftsunternehmen in Form einer Public-Private-Partnership mit dem Namen *Lippe Tourismus & Marketing AG* gegründet, um die Wirtschaftskraft durch Integration der Förderung in das Tourismusmarketing zu stärken. Die Verantwortlichen verstehen Wirtschaftsförderung als ganzheitliche Aufgabe (vgl. Lippe Tourismus & Marketing AG, Organigramm, 2005).

Um die Wirtschaftskraft im Kreis **Minden-Lübbecke** zu stärken, existiert hier eine Touristische Arbeitsgemeinschaft unter dem Namen „*Mühlenkreis Minden-Lübbecke*“,

¹² Im Folgenden “GfW H” genannt

welcher als Marke nicht nur im Bereich Tourismus tätig ist. Tourismusmarketing ist hier in die Kreisverwaltung integriert im Amt für Wirtschaftsförderung und Tourismus.

Der Wirtschaftsfaktor Tourismus wird im Kreis **Paderborn** von einem Verein unter Obhut des Kreises, der „*Touristikzentrale Paderborner Land e.V.*“, verwaltet.

4.2 Welche touristischen Konzepte verfolgen die Kreise?

In diesem Punkt wird ein Überblick über die touristischen Schwerpunkte und Ausrichtungen der jeweiligen Kreise gegeben. Grundlage für diesen Überblick bilden Geschäftsberichte, Internetseiten der Verbände und Expertenaussagen aus Kapitel 7. Die Stadt Bielefeld und die Kreise werden separat beschrieben. Den Schlusspunkt dieses Abschnittes bildet ein Vergleich mit dem von der OWL-M angestrebten touristischen Konzept für das Gebiet.

4.2.1 Bielefeld Marketing GmbH

Die Stadt Bielefeld nennt sich selbst die Grüne Metropole OWL, aufgrund der Einbettung in den TW und legt einen Schwerpunkt auf qualitativen Städtetourismus (vgl. Teutoburger Wald Tourismusmarketing, 2007). Zu diesem Zweck hält die Bielefelder Marketing GmbH¹³ ein breites Spektrum an Serviceangeboten bereit und bietet dem Kunden an, individuelle Angebote zu konzipieren. Es werden ständig Städteführungen angeboten und neu entwickelt. Im Jahr 2006 standen, 18 Themenführungen zur Auswahl, die sowohl historisch, als auch sportlich und kulinarisch überzeugen sollten.

Des Weiteren versucht die „BM“ mit der Tourist-Card zu locken, in der Bus und Bahnfahrten im Stadtgebiet sowie Ermäßigungen zu Kinos und ausgewählten Attraktionen und Museen enthalten sind. Die teuerste Kategorie ist ein Drei-Tage-Ticket für max. vier Personen bei einem Preis von 26 €

Auf einem Tourismusforum, das im März 2007 zum fünften Mal stattfand, wurde wiederholt erörtert inwiefern man auf neue und veränderte Bedürfnisse der Gäste eingehen kann und muss (vgl. Bielefeld Marketing, 2007).

Die Stadt profitiert von ihrem Ruf als Tagungsstadt. „[...] die günstige Innenstadtlage aller relevanten Einrichtungen macht Bielefeld als Tagungs- und Kongressdestination *interessant*“ (Bielefeld Marketing Geschäftsbericht, 2006, S. 12). Da der Teutoburger Wald durch das Stadtgebiet führt, ist Kongressveranstaltern und –Teilnehmern gleichermaßen eine entspannende Abwechslung zum Geschäftsstress geboten. Dazu bietet die „BM“ eine breite Palette an Serviceangeboten an. Hier wird darauf verwiesen, dass Geschäftsreisen einen hohen Anteil am Volkseinkommen haben.

¹³ Im Folgenden „BM“ genannt

Im Expertengespräch wurde von Seiten der “BM” nicht näher auf den Stellenwert von Geschäftsreisen für die Stadt Bielefeld eingegangen. Vielmehr wurde der Hohe Stellenwert des Hermannsweges betont: *„Bielefeld kann mit dem Hermannsweg punkten. [...] aktive Vermarktung und verschiedenste Projekte; Anbindung an ÖPNV“* (Bollhorst).

Radfahren wird im Gegensatz zu Wandern als flüchtiges Potential gesehen was sich auch in nicht vorhandenen Angeboten, wie z.B. Pauschalen, ausdrückt.

4.2.2 Pro Wirtschaft GT¹⁴ GmbH

Die Pro Wirtschaft GT GmbH¹⁵ unterstützt den Tourismus des Kreises, indem sie eine Plattform für viele lokaler Anbieter stellt und attraktive touristische Angebote vermittelt - sei es für die Bürger des Kreises, Touristen oder Geschäftsreisende. Auf der Internetpräsenz der GmbH wird in der Rubrik Freizeit & Tourismus eingangs schlagwortartig mit der Vielseitigkeit der Erlebnis- und Entspannungsmöglichkeiten geworben. Unter dem Slogan *„Egal, was Sie wollen: Alles da - und Sie auch!“* (Pro-Wirtschaft-GT, 2007) wird dem Besucher alles nur Erdenkliche in Bezug auf den Kreis Gütersloh versprochen.

Ähnlich der Stadt Bielefeld, setzt Gütersloh gezielt auf seine Vorzüge als Tagungsstandort und preist ebenfalls die Vorzüge der Region an, die zur Entspannung dienen sollen. Die Pro GT hebt diesen Status der Stadt/Region Gütersloh als Alternative zu Standorten in Großstädten durch gute Verkehrsanbindungen, faire Preis-Leistungs-Verhältnisse und zahlreichen Möglichkeiten des kostenfreien Parkens hervor. Die Broschüre *„Tagungen zum Erlebnis gestalten“* soll helfen, die entsprechenden Leistungsanbieter zu ermitteln, allerdings wird an dieser Stelle nicht der Service angeboten, die Tagung für den Veranstalter zu koordinieren (Pro-Wirtschaft-GT, 2007).

Für den Kreis spielen der Rad und Wanderbereich im touristischen Sektor eher eine untergeordnete Rolle, beide werden aber als wichtig für den Freizeitbereich der Bürger eingeschätzt. Jedoch werden sowohl Radeln als auch Wandern als einen für die Region OWL wichtigen Tourismusfaktor angesehen was auch die Hervorhebung auf der Internetseite des Verbandes zeigt (Pro-Wirtschaft-GT, 2007).

Aussagen von Frau Stöner von der Pro GT unterstützen die primäre Ausrichtung des Kreises auf Geschäftstouristen: *„...Für Kreis Gütersloh Wandern und Radeln im Bezug auf den Tourismussektor untergeordnet – Geschäftstourismus wichtiger“* (Stöner).

Die Pro GT bemüht sich, die Vorzüge der Region - über die Stadtgrenzen hinaus - im nationalen Wettbewerb durchzusetzen. Obwohl der Kreis in dieser Hinsicht gespaltenen Meinung ist, sind alle Orte und Gemeinden Mitglied in der OWL-M und bauen zum Teil auf ein ähnliches Konzept, um von der Partnerschaft zu profitieren (vgl. Kapitel 8.1.4).

¹⁴ GT ist die von der GmbH gewählte Abkürzung für Gütersloh

¹⁵ Im Folgenden mit Pro GT abgekürzt

4.2.3 Touristikgemeinschaft Wittekindsland e.V.

Die Satzung der Touristikgemeinschaft Wittekindsland e.V.¹⁶ beschreibt die Aufgaben des Vereins wie folgt:

Im Vordergrund stehen die Koordinierung touristischer Aktivitäten, gemeinsames Touristisches Marketing, „[...]sowie die Vertretung der Interessen des Wittekindslandes in und gegenüber Verbandsgrernien und überörtlichen Trägern von Tourismuspolitik und Tourismuswirtschaft“ (Touristikgemeinschaft Wittekindsland e.V., Geschäftsbericht, 2005, S.3).

Das Wittekindsland Herford baut auf verschiedenen Grundlagen des Tourismus auf. Natürlich besteht auch hier der Anschluss an bekannte Rad- und Wanderwege, wobei gerade der Sachsenweg und die Wittekindstour als historische Themenrouten, betreffend auf den für die Vermarktung des Kreises Namengebenden Sachsenkönig, hinweisen. Besonders wichtig scheint hier aber die Lage des Wittekindlandes im Zentrum des „Heilgarten Deutschlands“ zu sein. Geworben wird hier diesbezüglich mit vorhandenen Historischen Bauernbädern und modernen Kuranlagen. Des Weiteren stehen auch die Moorbäder, Schwefel- und Jodquellen im Zentrum dieser Vermarktung (vgl. Teutoburger Wald, die Erlebnisregion, Prospekt 2005, S. 50). Neben den genannten benannten Potentialen scheint aber ein Hauptschwerpunkt des Kreises in dem Feld des Geschäftstourismus zu liegen. Herr Rührup von der TG W beschreibt dieses folgendermaßen: „*Enge Vernetzung mit dem Bereich der Wirtschaft, Geschäftsreisen, Messen, wird eine hohe Bedeutung innerhalb Kreis Herford beigemessen [...]*“ (Rührup). Für die Region wird ein auf Rad- und Wandertourismus bestehendes Konzept als angemessen betrachtet (vgl. Kapitel 8.1.4)

4.2.4 Gesellschaft für Wirtschaftsförderung im Kreis Höxter MbH

Im ländlich strukturierten Kreis Höxter spielt der Fremdenverkehr auch außerhalb der Gastronomie- und Hotelbranche eine große Rolle. Die bei der Gesellschaft für Wirtschaft im Kreis Höxter angesiedelte „Corveyer Land Touristik“ versucht durch gezielte Marketingstrategien eine Steigerung des Bekanntheitsgrades der Urlaubsregion auf dem deutschen und ausländischen Markt zu erreichen.

Die “GfW H” wirbt nicht nur durch zahlreiche Printmedien, auf überregionaler und internationaler Ebene, sondern war 2002 auf sechs Touristik- und Verbrauchermessen vertreten, davon je zwei in Deutschland, Belgien und den Niederlanden. Die beiden letztgenannten stellen unter den Herkunftsländern ausländischer Touristen die meisten Besucher (vgl. “GfW H”öxter, Jahresbericht, 2002, S. 21-24).

¹⁶ Im Folgenden TG W genannt

Die Eckpfeiler des Tourismus liegen hier in Angeboten von Wandern, Radfahren und Wellness in Verbindung mit kulturellen Aspekten des „Kulturlandes“. Diese werden auf der Webadresse des Kulturland Kreis Höxter, mit dem Aufhänger „Erholsam, sportlich, kulturell“ vorgestellt und beworben (vgl. Kulturland, 2007).

Mit dieser Ausrichtung fügt sich der Kreis gut in die Marketingstrategie der OWL-M ein, obwohl Höxter sich aufgrund geographischer Nähe eher dem Wesergebirge zugehörig fühlt als dem Teutoburger Wald und aus eben diesem Grund auch mit anderen Verbänden über die Grenzen Ostwestfalen-Lippes hinaus kooperiert (vgl. Kapitel 8.1.3)

4.2.5 Lippe Tourismus & Marketing AG

Der Kreis Lippe ist eine historisch gewachsene und kulturell stark verflochtene Region. Die Lippe Tourismus & Marketing AG¹⁷ ist der Ansicht, dass die Region zu einem touristischen Geheimtipp in Deutschland werden kann. *„Dazu ist es notwendig, Kräfte zu bündeln und Parallelstrukturen zu vermeiden“* (Lippe Tourismus & Marketing AG, Geschäftsbericht, 2005, S. 3). Die strategische Grundausrichtung des Marketings beläuft sich auf das Schaffen der Marke „Lippe“ und darauf, Bekanntheit und Image der Region zu verbessern. Die LTM AG legt hohen Wert darauf, die Kooperation mit der OWL-M intakt zu halten und die innenmarketingtechnischen Maßnahmen so abzustimmen, dass eine Zuordnung zu der Destination Teutoburger Wald nicht gefährdet wird. Hierzu soll die Wanderregion Lippe qualitativ verbessert werden, auch im Hinblick auf den wichtigen Partner „Hermannshöhen“, der ein entscheidender Faktor im Wandertourismus der Region OWL ist. Auch im Bereich Radtourismus wurde 2005 Optimierung angestrebt, indem eine völlig neue Route in Zusammenarbeit mit dem Kreis Lippe und dem ADFC Lippe initiiert wurde. Die Aktualität des Themas Radtourismus wurde erkannt, und das Handeln postwendend engagiert daran ausgerichtet. Auch der Bereich Kultur wurde im Zuge der „Weserrenaissance“¹⁸ neu aufbereitet und es wurden erste Ansätze zur Verbesserung der Bereiche Wellness und Gesundheit gefunden, auf denen in Zukunft aufgebaut werden soll.

Da die Region seit Langem unter einem Investitionsstau leidet, müssen innovative Wege gefunden werden, um dem entgegen zu wirken. Nur durch die Etablierung der Marke Lippe als Qualitätsmaßstab kann die Region im Wettbewerb bestehen (vgl. Lippe Tourismus & Marketing AG, 2005, S. 3).

Die Verantwortlichen der LTM AG gehen aber in ihrer Strategie einen Schritt weiter:

¹⁷ Im Folgenden LTM AG genannt

¹⁸ Entlang der Weser, ihrer Neben- und Quellflüsse hat sich in der Zeit zu Beginn des 16. Jahrhunderts bis Mitte des 17. Jahrhunderts ein spezieller Stil in Architektur und Möbelstücken entwickelt, der im wesentlichen Elemente der italienischen und westeuropäischen Renaissance vereint (vgl. Schloß Brake, 2007) Quelle: http://www.wrm.lemgo.de/renaissance_a.htm

„Wesentlich für die Zukunft wird dann sein, unter der eingeführten Marke neue Angebote zu kreieren, um nicht nur bestehende Bedürfnisse zu erfüllen, sondern neue zu wecken und somit Trendsetter zu werden“ (Lippe Tourismus & Marketing, 2005, S. 3).

4.2.6 Mühlenkreis Minden-Lübbecke

Neben der Kernkompetenz Wellness/Gesundheit, die in diesem Kreis stark im Vordergrund steht, baut der Mühlenkreis Minden-Lübbecke¹⁹ auf den Bereichen Wandern und Radfahren auf und hat hier, was regionale Routen betrifft, neben den Vorzügen des Weser- und Wiehengebirges vor allem Themenwege wie der Mühlensteig, welchen der MML errichtet hat, und die äquivalente Mühlenroute zu bieten (vgl. Mühlenkreis, 2007).

Was touristische Produktentwicklung angeht, führt der Kreis seit 2000 das LandArt-Festival durch, bei dem über 100 Veranstaltungen die Besucher innerhalb von zwei Wochen durch das ganze Kreisgebiet führen und künstlerische Attraktionen und Workshops anbieten. So gelang es 2004, *„[...] versteckte Schätze einem breiten Publikum zu erschließen und dies über besondere Programmschwerpunkte zu erreichen“* (Touristische Arbeitsgemeinschaft Mühlenkreis Minden-Lübbecke, Geschäftsbericht 2005, S.2).

Um die Region besser vermarkten zu können, sei es in Broschüren, auf Messen, in Anzeigen und anhand anderer gedruckter Medien, fand man 2004 ein Regionales Symbol (Mühle) mit der sich die Bürgerschaft identifizieren konnte und die auch für Reisende einen Erkennungswert hat (vgl. Touristische Arbeitsgemeinschaft Mühlenkreis Minden-Lübbecke, Geschäftsbericht 2005, S.2).

Herr Hundt vom MML beschreibt die touristische Arbeit des Kreise wie folgt:

„Im Bereich Radwandern auf die Zielgruppe Best-Ager ausgerichtet, ideale Voraussetzungen“ (Hundt)

„Weiterer wichtiger Aspekt ist der Bereich des Gesundheitstourismus“ (Hundt)

4.2.7 Touristikzentrale Paderborner Land e.V.

Die Touristikerzentrale Paderborner Land e.V. kennzeichnet sich durch einen erheblichen Arbeitsaufwand auf ausländischen Messen, wo sie gezielt um ausländische Besucher wirbt. Dies führte in den vergangenen Jahren zu großem Erfolg; gerade was die Gäste aus Großbritannien angeht, konnte ein deutlicher Zuwachs erreicht werden. Herr Hoffmann sieht einen Teil des Erfolges auf dem Englischen und Niederländischen Markt darin begründet, dass *„Sämtliche Prospekte und Broschüren auch in niederländisch und englisch vorhanden“* (Hoffmann) sind.

Die beiden Standbeine Wandern und Radfahren wurde 2005 besonders ausgebaut, wobei auf die Verbesserung der Qualität des bereits bestehenden Angebots geachtet wurde, aber es

¹⁹ Im Folgenden MML genannt

wurde in diesem Jahr auch ein neuer Rundkurs eröffnet, die Paderborner Landroute. Diese führt auf 260 km an vielen Sehenswürdigkeiten der Region vorbei und auch „[...] *gezielt in die Innenstädte, um die Produkte der lokalen Gastronomie verköstigen zu können*“ (Touristikzentrale Paderborner Land e.V. Geschäftsbericht, 2005, S. 2). Die PL arbeitet darauf hin, die Paderborner Landroute zukünftig als primäres Angebot des Kreises im Radtourismus anbieten zu können. Zu diesem Zweck wurden spezielle Pauschalarrangements geschaffen (vgl. Paderborner Land, 2007)

Um das Standbein Wandertourismus zu fördern, ging man intensive Kooperationen mit dem EGV und dem Deutschen Wanderverein ein. Der Eggeweg wurde intensiv beworben, sowie der überregionale Westfalen Wanderweg. Des Weiteren wurden regionalen, qualitativen Wegen wie den Altenbekener Rundwanderwegen „Bahn und Quellen“ hierbei berücksichtigt (vgl. Touristikzentrale Paderborner Land e.V. Geschäftsbericht, 2005, S. 2).

Gewissermaßen Pionierarbeit leistete die PL in der Anwendung von GPS-Geräten, die an Wanderer und Radfahrer ausgeliehen werden, und im digitalen Zeitalter zur uneingeschränkten Orientierung verhelfen. Dem entsprechend bietet die Webadresse Karten und Wege zum Download an und verfügt allgemein über eine ebenso starke Internetpräsenz, sowie sie auch in anderen Medien Wert auf einen professionellen Auftritt legen (vgl. Touristikzentrale Paderborner Land e.V. Geschäftsbericht, 2005, S. 2).

4.2.8 An OWL-M orientiert oder eigener Weg?

Die von der OWL-M für die Region identifizierten Kernkompetenzen Wandern, Radeln und Wellness werden von den einzelnen Kreisverbänden auf OWL bezogen als adäquat angesehen. Dieses touristische Ausrichtung wird jedoch nicht in allen Kreisen verfolgt. Die touristischen Einheiten “BM”, TG W und Pro GT sehen ihren Schwerpunkt eher im Geschäftstourismus. Im Fall der Stadt Bielefeld wird jedoch auch die Wichtigkeit des Bereiches Wanderns bzw. des Hermannsweges betont. In Bezug auf die TG W stellt der Gesundheitsbereich ein weiteren Schwerpunkt dar. Die touristischen Arbeitsbereiche der übrigen Organisationen decken sich mit den Kernkompetenzen der OWL-M.

Insgesamt kann festgestellt werden, dass sich ein Großteil der touristischen Organisationen an den von OWL-M erkannten Schwerpunkten orientiert oder wenigstens diese für die Region im Ganzen als wichtig ansieht.

5 Was macht eine gute Rad- und Wanderregion aus?

Bei der Bewertung einer Region hinsichtlich der Qualität im Wander- und Radtourismus ist eine Vielzahl von Faktoren zu beachten. Anders als vermutet, sind nicht allein die Güte der Wegnetze und Routen ausschlaggebend. Stattdessen muss flächendeckend betrachtet werden, in welcher Weise Dienstleistungen mit den Ansprüchen dieser Sparte des Tourismus harmonieren bzw. vorhanden sind. Dieses wird im Folgenden Punkt ausgeführt.

5.1 Aktuelle Situation im Rad- und Wanderbereich

Keine Urlaubsaktivität weist so hohe Zuwachsraten auf wie das Radwandern.

Die Branche ist stark mit naturräumlich ansprechenden Regionen verknüpft und besitzt für diese ein hohes touristisches Potential. Um jenes weiterhin zu gewährleisten muss eine hohe Qualität gewahrt bleiben. Im Jahr 2000 haben 2 Mio. Deutsche eine Radreise unternommen und gaben 20% mehr Geld aus als der Durchschnitt aller Urlauber. Der Anteil des Radfahrens an Urlaubsaktivitäten liegt mit 65% außer Konkurrenz (vgl. Nationaler Radverkehrsplan 2002-2012, 2002, S. 40).

Auch 2006 blieb der Fahrradtourismus mit 21 Mio. Deutschen ab 14 Jahren, die das Fahrrad zumindest nutzten, auf hohem Niveau. 2, 2 Mio. Deutsche beabsichtigen in den Jahren 2007-2009 eine Radreise zu unternehmen. 64% der Radurlaube sind Haupturlaubsreisen (vgl. ADFC, 2007).

Auch der Wandertourismus kann durch entsprechende Statistiken bestechen.

Dementsprechend sind 70 % deutscher (und auch österreichischer) Touristen im Urlaub zu Fuß unterwegs (vgl. Brämer, 1998, S.255). Die Wandergewohnheiten von 34,4 Mio.

Deutschen reichen von oftmals bis gelegentlich. Einer von drei Wanderern ist hierbei über zwanzig, aber unter vierzig Jahren. Das verdeutlicht, dass ein möglicherweise bestehendes Image als „Tourismus für Senioren“ unberechtigt ist. Vielmehr rückt der sportliche Aspekt in den Vordergrund. Circa 40% der Wanderer haben Abitur und einen Hochschulabschluss erreicht, was trotz des Arbeitsmarktes darauf hinweist, dass es sich hierbei um eine besser verdienende Schicht handelt. 90% der Wanderer kehren auf ihren Touren in Gasthöfen und Pensionen, zum Übernachten und Speisen ein und leisten dort ihren Beitrag zum Volkseinkommen (vgl. Touristisches Konzept Hövelhof, 2006, S.53).

Deutschland verfügt bundesweit über mehr als 190.000km Wanderwege (vgl. Becker et. al., 2002, S.9).

Wandern ist und bleibt eine der beliebtesten Urlaubsaktivitäten der Deutschen, und wird als Verkörperung von Fitness, Sport, Freiheit und Wohlbefinden angesehen. Der Trend geht verstärkt zu jüngeren Menschen (vgl. Brämer, 1998, S.263).

Die Annahme, dass Touristen vermehrt über hohe Bildung verfügen, führt zu der Schlussfolgerung, dass sie in Zukunft vermehrt hohe qualitative Anforderung an eine Region stellen. Dazu zählen grundlegende Leistungen wie Gastronomie, Unterkunft und Unterhaltungsangebot, wie auch die Erhaltung und Ausschöpfung des naturräumlichen Angebots (vgl. Steinecke, 2000, S.11).

Dies ist ebenso zu beachten, wie die Sicherung und Optimierung der Qualität von Rad- und Wanderwegen. Diese Qualitätsstandards werden durch die Pluralität der individuellen Identifikation schwer berechenbar, was durch den steigenden Anteil ausländischer Reisender noch verstärkt wird (vgl. Kagelmann, 1998, S.59).

Ein Gast, dessen Bedürfnisse an eine Region nicht befriedigt werden, wird dieser kaum eine zweite Chance geben, sondern sich stattdessen alternative Urlaubsziele für zukünftige Reisen suchen. Erfahrungsberichte wird dieser an seinen Bekanntenkreis kommunizieren, dadurch kommt auf einen enttäuschten Gast eine undefinierbare Zahl potentiell verlorener Gäste. Bei der Erhebung von Urlaubsstatistiken wird sich dies niederschlagen und andere Regionen im Wettbewerb verstärken.

5.2 Strukturelle und Qualitative Anforderungen

Was die Bewertung der Qualität einer Region hinsichtlich der Eingangs genannten Punkte angeht, gibt es verschiedenste Organisationen, Projekte und Vereine die sich zum Ziel gemacht haben, diese zu kontrollieren und somit Anregungen für Optimierungen zu geben. Dieses Kapitel geht auf die Anforderungen ein und stellt die eigens erstellten Bewertungsbögen vor, auf deren Grundlage der Autor die Region OWL schließlich in Kapitel 9 bewertet.

5.2.1 An eine Radregion

Im Bezug auf Deutschland gesehen bestehen noch einige Probleme bei der Ausschöpfung des Potential Radwandertourismus. Nur wenige der 125 deutschen Fernwege sind durchgehend von guter Beschaffenheit und nur selten miteinander verknüpft. Die Länder entwickeln noch zu wenige Konzepte um dieser Situation Abhilfe zu verschaffen. Was die Beschilderung der Wege angeht, bestehen starke qualitative Unterschiede, was oft auf ein mangelndes Budget zurückgeführt werden kann. Wichtig ist aber vor allem, dass das Serviceangebot von Gastronomie und Hotels den Touristen befriedigen kann (vgl. Nationaler Radverkehrsplan 2002-2012, 2002, S. 40).

„Radfernwege sollen ihrem Zweck entsprechend für Radfahrer ein hohes Maß an Sicherheit, Attraktivität und Komfort Attraktivität aufweisen, [...], was die Führung eines Radfernweges auf stark befahrenen Straßen ohne gesonderte Radverkehrslage ausschließt“ (Nationaler Radverkehrsplan 2002-2012, 2002, S. 41).

Es bestehen eine Reihe von Kriterien die auf den Wegen gelten sollten, um gewisse qualitative Standards zu gewährleisten. Kriterien sind zum Beispiel:

Die familienfreundliche - kindgerechte Gestaltung, eine ausreichende Breite für Überholmanöver, eine durchgängige Befahrbarkeit, die Orientierung an touristisch reizvollen Strecken und die Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel (vgl. Nationaler Radverkehrsplan 2002-2012, 2002, S. 41).

„Um den spezifischen Ansprüchen der Fahrradurlauber gerecht zu werden, wurde vom Allgemeinen Deutschen Fahrradclub (ADFC) ein Kriterienkatalog [...] für fahrradfreundliche Übernachtungs- und Gastronomiebetriebe [...] erstellt“ (Ratgeber für Klassifizierungssysteme im Tourismus, 2005, S.16).

Betriebe, die den Qualitätskriterien entsprechen, erhalten das Gütesiegel „Bett&Bike“ und werden in diversen Anbieterverzeichnissen sowie der Datenbank „RadHotel“ aufgenommen (vgl. Ratgeber für Klassifizierungssysteme im Tourismus, 2005, S.16).

Kriterien werden in erster Linie vom ADFC und dem Verband Viabono aufgestellt und kontrolliert. Das vom Autor konzipierte Bewertungsraster hat sich an diesen Richtlinien orientiert und die aus Sicht des Autors wichtigsten Kriterien integriert. Aufgrund der persönlichen Mitarbeit bei der Erstellung der ADFC Regionalkarte für OWL, im Zuge des Praktikums bei der AÜbE Umweltakademie, haben die dort angewendeten Kriterien für Radinfrastrukturen das Bewertungsraster, des Autors, zusätzlich geprägt. Dabei ist zu beachten, dass diejenigen Kriterien ausgewählt wurden, die maßgebend für eine gute *touristische* Route sind und den Vorgaben des ADFC entsprechen. Die Karte²⁰ diente hierbei auch zur Verifizierung der in den Expertenbeurteilungen getätigten Aussagen.

Im Folgenden wird beispielhaft eine Auflistung aus dem Bewertungskatalog von Viabono aufgeführt. Anschließend werden die vom Autor erstellten Bewertungstabellen präsentiert.

²⁰ Die ADFC – Regionalkarte OWL liegt der Diplomarbeit bei

Abb. 5: Auszug aus den Viabono Qualitätsanforderungen für Radwege

Infrastruktur

- + Gutes, vernetztes Radwege- und Radroutenetz. Außer in reinen Wohngebieten finden sich gesondert ausgewiesene (außerorts wenn möglich durch Grünstreifen getrennte) Radwege und Radrouten. (Radwege sind straßenbegleitende Radwege; Radrouten sind Radfernweg, Radwanderwege und radtouristische Routen.)
- + Differenziertes Angebot an Radwanderwegen mit reichhaltigen Auswahlmöglichkeiten und einer überdurchschnittlichen Routenvielfalt sowie zahlreichen definierten Radtouren-Zielen.
- + Qualitatives und einheitliches Beschilderungssystem entsprechend den Vorgaben des „Merkblattes zur wegweisenden Beschilderung für den Radverkehr“ der Forschungsgesellschaft für Strassen- und Verkehrswesen (siehe: <http://www.fgsv-verlag.de>).
- + Unterstützung der Möglichkeit der GPS-gestützten Nutzung der Radwanderwege.
- + Bedarfsgerechte ÖPNV-Anbindung der Radetappen-Ziele und aktive Kommunikation derselben (inkl. angemessener Anzahl an Radmitnahmeplätzen) sowie Angebot von ausreichend sicheren und wettergeschützten Radlerparkplätzen an frequentierten Ein-/Ausstiegspunkten der Radreisenden.
- + Berücksichtigung von Naturschutzaspekten insbesondere bei jahreszeitlicher und naturräumlicher Besucherlenkung.
- + Es gibt über das Radfahren hinausgehende weitere natur- und landschaftsorientierte Angebote.

Quelle: Viabono, 2007

5 Was macht eine gute Rad- und Wanderregion aus?

Tabelle 2: Bewertungsraster – Radelstrukturen

Streckennetz	Ja	Nein
1. Gut vernetztes Radwege- und Routennetz – Routen lassen sich abkürzen		
2. Routennetz ist größtenteils asphaltiert und somit gut befahrbar und allwettertauglich		
3. Mindestbreite von 2.50m wird bei reinen Radwegen eingehalten		
4. Radnetz verläuft größtenteils nicht auf dem Straßennetz		
5. Wenn Benutzung des Straßennetzes dann eigenständige Radwege?		
6. Wenn kein eigenständiger Radweg, dann ruhige Verkehrslage (max. 1 Auto pro 10sek.)		
7. Einheitliche Beschilderung		
8. Durchgehende Beschilderung		
9. Kreisübergreifende Beschilderung		
10. Schützhütten sind außerhalb der Städte vorhanden		
11. Bei familienfreundlichen Radwegen werden größere Steigungen vermieden		

Beherbergungsbetriebe	Ja	Nein
1. Fahrradfreundliche Unterkünfte sind vorhanden – Bett and Bike Betriebe		
2. Ausreichend Einkehrmöglichkeiten direkt am Radweg oder in seiner unmittelbaren Nähe (< 1 km), entweder sichtbar oder beschildert unter Angabe der Öffnungszeiten und des Ruhetages.		
3. Fahrradausleihservice wird mehrheitlich angeboten		
4. Gepäcktransfer wird mehrheitlich durch örtliche Beherbergungsbetriebe angeboten		

5 Was macht eine gute Rad- und Wanderregion aus?

Tourist Informationen	Ja	Nein
1. Tourist Infos verfügen über radspezifische Informationen – Radkarten, Routenvorschläge		
2. Bei Problemen können die Touristinformationen weiterhelfen – Unterkunftssuche, nächste Reparaturmöglichkeit etc		
3. Spezielle auf Radler abgestimmte Pauschalangebote sind vorhanden und werden beworben		
4. Geführte Fahrradtouren (durch ausgebildete Führer) werden angeboten		
5. Veranstaltung von diversen Radevents während der Saison		

Lokales Internetportal	Ja	Nein
1. Internetportal weist bereits auf der Startseite Themenschwerpunkt Radreisen		
2. Bestellmöglichkeit von Info- und Kartenmaterial		
3. Tourentipps sind vorhanden		
4. Angebotspakete können per Internet gebucht werden		
5. Links zu „Bett & Bike“- sowie Viabono-Gastgebern und generell Einkehrmöglichkeiten sind vorhanden		
6. Kontaktdaten zu den Infostellen		
7. Link zum ÖPNV		
8. GPS gestützte Routen sind ausgewiesen und können „gedownloadet“ werden		

Service	Ja	Nein
1. Der Gast hat die Möglichkeit sein Fahrrad sicher zu verwahren – vorwiegend in Städten; Fahrradparkhäuser, Fahrradboxen etc.		
2. Fahrradausleihen und Reparaturbetriebe sind regelmäßig am Streckennetz vorhanden		
3. Bei Problemen kann sich der Gast an eine zentrale Nummer wenden – Touristinformation, spezielle Hotline		
4. Es besteht die Möglichkeit GPS Geräte auszuleihen – Tourist Infos oder Beherbergungsbetrieben		
5. Es gibt spezielle Radelbusse die in der Hochsaison verkehren		

ÖPNV	Ja	Nein
1. Bedarfsgerechte ÖPNV-Anbindung der Radetappen-Ziele und aktive Kommunikation derselben		
2. In Bussen besteht größtenteils die Möglichkeit der Fahrradmitnahme		
3. In Bahnen ist Fahrradmitnahme die Regel		
4. Angebot von ausreichend sicheren und wettergeschützten Radlerparkplätzen an frequentierten Ein-/Ausstiegspunkten der Radreisenden		

Freizeit und Natur	Ja	Nein
1. Touristische Routen befinden sich in abwechslungsreicher und reizvoller Landschaft – nicht durch Industriegebiete etc....		
2. Ausflugslokale sind in angemessenen Abständen vorhanden		
3. Naturräumliche- und kulturräumliche- Sehenswürdigkeiten sind im Routennetz integriert		
4. Berücksichtigung von Naturschutzaspekten insbesondere bei jahreszeitlicher und naturräumlicher Besucherlenkung		

Quelle: Eigene Darstellung

5.2.2 An eine Wanderregion

In den folgenden Tabellen werden beispielhafte Kriterien von „Wanderbares Deutschland“ bezüglich Qualitätswegen und Qualitätsgastgebern aufgeführt. Die Annahme, dass dies die höchstmöglichen Auszeichnungen sind, impliziert, dass eine Erfüllung aller (erforderlichen) Kriterien die entsprechenden Objekte als „optimal“ bewertet, d.h. dass bereits eine geringere Auswahl ausreichend wäre, um einen Weg bzw. eine Region gut und qualitativ zu bewerten. Die eigenen Bewertungsraster orientieren sich unter Anderem an diesen Kriterien. Obwohl sie nicht in ihrer Gesamtheit von dem Autor übernommen wurden, verdeutlichen diese Kriterien, was für eine gute Wanderregion und ihre Dienstleistungsbetriebe (Gastronomie und Hotels) wichtig ist. Gerade im Bereich der prozentualen Bewertungen von Wegen kann, für nicht prämierte Wege²¹, fast nie eine Beurteilung des Wegzustandes von Experten getroffen werden.

²¹ Ein nach den Kriterien von „Wanderbares Deutschland“ prämierter Weg stellt z.B. der Eggeweg dar, dieser erfüllt damit automatisch alle Anforderungen.

5 Was macht eine gute Rad- und Wanderregion aus?

Zusätzlich zu den oben genannten Kriterien wurden noch Anforderungen der Naturqualitätsmarke Viabono miteinbezogen. Es bestehen eine ganze Reihe von Kriterien, die auf den Wegen gelten sollten, um gewissen qualitativen Standards zu entsprechen. Qualitativ hochwertige Wanderwege sollten beispielsweise einen hohen Vernetzungsgrad aufweisen, über ein gutes Wanderleitsystem verfügen sowie kulturelle und natürliche Sehenswürdigkeiten einbinden.

Im Folgenden werden beispielhaft Tabellen aus den Bewertungskatalogen von „Wanderbares Deutschland“ und Viabono aufgeführt. Anschließend werden die vom Autor erstellten Bewertungstabellen repräsentiert.

Gemäß der Arbeit und Zielsetzung von „Wanderbares Deutschland“²² sind diese und die Viabobo Kriterien maßgebend für die eigene Erhebung.

²² Ein Kooperationsprojekt vom Deutschen Tourismus Verband e.V. und dem Deutschen Wanderverband

Abb. 6: Anforderungen an qualitative Wege

Qualitätsweg Wanderbares Deutschland Wahlkriterien	
Wegeformat	Grenzwert
1. naturbelassene Wege erdig, grasig bzw. landschaftstypisches Oberflächenmaterial	mindestens 1.000 m zählt doppelt ab 2.000 m
2. befestigte Wege mit Feinabdeckung Oberfläche aus Feinmaterial mit Korngröße unter 16 mm	neutrale Wertung
3. schlecht begehbare Wege z.B. aufgeschüttete, lose Bruchsteindecke (Korngröße über 16 mm)	höchstens 300 m
4. Verbunddecken Asphalt, Beton, Pflaster auf der Gehspur	höchstens 500 m
5. Pfade Gehspur von weniger als 1 m Breite	mindestens 500 m zählt doppelt ab 1.500 m
6. auf befahrenen Straßen einschließlich ungesicherter Fahrbahnquerungen	höchstens 50 m
7. neben befahrenen Straßen bis zu einem Abstand von einer Straßenbreite zum Fahrbahnrand	höchstens 300 m
Wanderleitsystem / Besucherlenkung	Grenzwert
8. nutzerfreundliche Markierung nach Markierungsrichtlinien für „Qualitätswege Wanderbares Deutschland“	lückenlos, fehlerfrei und eindeutig
9. Wegweiserstandorte mit Entfernungsangaben	mindestens 2
10. Vernetzung mit anderen markierten Wanderwegen	mindestens 2
Natur / Landschaft	Grenzwert
11. Abwechslung im Großen wechselnde Landschaftsformationen	mindestens 3
Kultur	Grenzwert
17. gefällige Ortsszenen z.B. Altstadtstraßen, repräsentative Gebäudezeilen, Marktplätze	mindestens 1 (mehr zählt doppelt)
18. regionale kulturelle Sehenswürdigkeiten z.B. Burgen, Klöster, Kirchen, historische Anlagen	mindestens 1 (mehr zählt doppelt)
19. nationale Baudenkmäler z.B. Schlösser, Dome, Weltkulturerbe	mindestens 1 (zählt doppelt)

Quelle: Qualitätsweg „Wanderbares Deutschland“, Bewertungsbroschüre 2006

Abb. 7: Anforderungen an qualitative Wege

Zivilisation	Grenzwert
20. intensiv genutztes Umfeld z.B. Gewerbegebiete, Kläranlagen, massive Stromtrassen, Windkraftanlagen	höchstens 300 m
21. Gasthäuser wenn ab mittags und an 5 Tagen pro Woche geöffnet	mindestens 1
22. Haltepunkte für ÖPNV, PKW z.B. Haltestellen für Bus und Bahn, Wanderparkplätze	mindestens 1

Kernkriterien	
Ein „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“ muss die Kernkriterien komplett erfüllen.	

	Grenzwerte
1. naturbelassene Wege	mindestens 35% der Gesamtstrecke
2. schlecht begehbare Wege	höchstens 5% der Gesamtstrecke höchstens 1.500 m am Stück
3. Verbunddecken	höchstens 20% der Gesamtstrecke höchstens 3.000 m am Stück
4. auf befahrenen Straßen	höchstens 3% der Gesamtstrecke höchstens 300 m am Stück
5. neben befahrenen Straßen	höchstens 10% der Gesamtstrecke höchstens 3.000 m am Stück

Quelle: Qualitätsweg „Wanderbares Deutschland“, Bewertungsbroschüre 2006

Abb. 8: Auszug aus den Viabono Qualitätsanforderungen für Wanderwege

- + Unterstützung der Möglichkeit der GPS-gestützten Nutzung der Wanderwege.
- + Bedarfsgerechte ÖPNV-Anbindung der Wanderziele und aktive Kommunikation derselben sowie Angebot von ausreichend Wanderparkplätzen an frequentierten Ein-/Ausstiegspunkten der Wanderer.
- + Zielgruppendifferenzierte Wege-Angebote (z.B. Kinderwagen-geeignete Wege, etc.).
- + Berücksichtigung von Naturschutzaspekten insbesondere bei jahreszeitlicher und naturräumlicher Besucherlenkung.
- + Es gibt über das Wandern hinausgehende weitere natur- und landschaftsorientierte Angebote.

Quelle: Viabono, 2007

5 Was macht eine gute Rad- und Wanderregion aus?

Tabelle 3: Bewertungsraster - Wanderstrukturen

Streckennetz		
1. Gut vernetztes Wandernetz – Routen lassen sich abkürzen		
2. Einheitliche Beschilderung		
3. Durchgehende Beschilderung		
4. Wegweiserstandorte mit Entfernungsangaben mindestens 2		
5. Kreisübergreifende Beschilderung		
6. Bei familienfreundlichen Wegen werden größere Steigungen vermieden		
7. Schützhütten sind in regelmäßigen abständen vorhanden		

Beherbergungsbetriebe		
1. Wandererfreundliche Unterkünfte sind vorhanden – klassifizierte „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ des Deutschen Wanderverbandes		
2. Ausreichend Einkehrmöglichkeiten in unmittelbarer Nähe (< 500 m) entlang der örtlichen Hauptwanderwege, entweder direkt sichtbar oder beschildert unter Angabe der Öffnungszeiten und des Ruhetages.		
3. Gepäcktransfer wird mehrheitlich durch örtliche Beherbergungsbetriebe angeboten		

Tourist Informationen		
1. Tourist Infos verfügen über wanderspezifische Informationen – Wanderkarten, Routenvorschläge		
2. Bei Problemen können die Touristinformationen weiterhelfen – Unterkunftssuche etc		
3. Spezielle auf Radler abgestimmte Pauschalangebote sind vorhanden und werden beworben		
4. Geführte Wandertouren (durch ausgebildete Führer) werden angeboten		
5. Veranstaltung von diversen Wanderevents während der Saison.		

5 Was macht eine gute Rad- und Wanderregion aus?

Lokales Internetportal		
1. Internetportal weist bereits auf der Startseite Themenschwerpunkt Wandern		
2. Bestellmöglichkeit von Info- und Kartenmaterial		
3. Tourentipps sind vorhanden		
4. Angebotspakete können per Internet gebucht werden		
5. Links zu „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ und Viabono-Gastgeber, Einkehrmöglichkeiten		
6. Kontaktdaten zu den Infostellen		
7. Link zum ÖPNV		
8. GPS gestützte Routen sind ausgewiesen und können „gedownloadet“ werden		

Service		
1. Der Gast hat die Möglichkeit sein Ausrüstung sicher zu verwahren – vorwiegend in Städten Schließfächer etc		
2. Es gibt ausreichend Bezugsquellen für das nötige Wander-Equipment, sowohl zum Kauf als auch zur Ausleihe/Miete (z.B. Stöcke, etc.)		
3. Bei Problemen kann sich der Gast an eine zentrale Nummer wenden – Touristinformation, spezielle Hotline		
4. Es besteht die Möglichkeit GPS Geräte auszuleihen – Tourist Infos oder Beherbergungsbetrieben		

ÖPNV	Ja	Nein
1. Bedarfsgerechte ÖPNV-Anbindung der Wanderetappen-Ziele und aktive Kommunikation derselben		
2. Angebot von ausreichend Wanderparkplätzen an frequentierten Ein-/Ausstiegspunkten der Wanderer		

5 Was macht eine gute Rad- und Wanderregion aus?

Freizeit und Natur		
1. Touristische Routen befinden sich in abwechslungsreicher und reizvoller Landschaft – nicht durch Industriegebiete etc....		
2. Mindestens einen bewirtschafteten Gasthof /Gaststätte /Wandererhütte je 20 km direkt an den Hauptwanderwegen.		
3. Naturräumliche- und kulturräumliche- Sehenswürdigkeiten sind im Routennetz integriert		
4. Berücksichtigung von Naturschutzaspekten insbesondere bei jahreszeitlicher und naturräumlicher Besucherlenkung		
5. Regionale kulturelle Sehenswürdigkeiten z.B. Burgen, Klöster, Kirchen, historische Anlagen mindestens 1	X	
6. Gefällige Ortsszenen z.B. Altstadtstraßen, repräsentative Gebäudezeilen, Marktplätze mindestens 1	X	
7. Nationale Baudenkmäler z.B. Schlösser, Dome, Wasserspiele, Weltkulturerbe mindestens 1	X	

Quelle: Eigene Darstellung

6 Theoretischer Teil: Leitfaden für Expertengespräche

Das Komplexe und mehrschichtige Thema dieser Untersuchung und die daraus abgeleiteten Handlungsempfehlungen erfordern verschiedene Untersuchungsmethoden.

Neben der Auswertung von Literaturquellen und Karten, kommt der qualitativen Sozialforschung eine wichtige Bedeutung in Bezug auf die gewählte Thematik zu.

Insbesondere die Methode der Experteninterviews und deren Analyse, nehmen hier eine entscheidende Funktion wahr, indem sie Erfahrungen und Beurteilungen verschiedenster Akteure auf unterschiedlichsten Ebenen wiedergeben und gleichzeitig gegeneinander in Beziehung setzen.

6.1 *Qualitative Sozialforschung*

Experteninterviews sind eine Sonderform des offenen Interviews und werden in der Regel anhand eines Leitfadens durchgeführt, sie lassen sich wie oben schon dargelegt in den Bereich der qualitativen Sozialforschung einordnen.

Diese ist dadurch gekennzeichnet, dass ihr keine mathematischen Rechenmodelle zu Grunde liegen. Vielmehr geht es darum, qualitative Einflussgrößen zu bestimmen und den Einfluss dieser auf den Untersuchungsgegenstand zu analysieren und darzustellen (vgl. Berekhofen et al, 2001, S.268-269).

Vor allem in einem Gebiet, in dem die theoretische Basis des Untersuchungsgegenstandes gering ist, kaum fundierte Analysen vorliegen oder das Forschungsfeld in seinen Strukturen noch nicht hinlänglich bekannt ist, empfiehlt sich der Einsatz von qualitativen Verfahren. Primäre Aufgabe der Methode ist das Offenlegen von Zusammenhängen und Bezügen. Im Zentrum stehen hierbei Beziehungen, Verhältnisse, Strukturen und Systeme des Untersuchungsobjektes (vgl. Klemme, 2002, S. 84).

Sozialwissenschaftliche Methoden haben gemein, dass ihre Untersuchungsobjekte, also Personen, Gruppen etc., im Gegensatz zu naturwissenschaftlichen Objekten, auf das Forschungsansinnen reagieren können.

Das ist auch der Grund dafür, dass Antworten bei Experteninterviews nicht automatisch dem entsprechen was der Befragte denkt oder tut. Ursache hierfür ist die Neigung vieler Befragter Antworten zu geben, die sie in der vorliegenden Situation für erwünscht halten.

Bei jedem Interview handelt es sich um eine soziale Interaktion, welche durch wechselseitige Erwartungen und Interessen bestimmt wird. Eine soziale Interaktion ist niemals nur auf reinen Wissensaustausch beschränkt, sondern dient vielen Zwecken gleichzeitig.

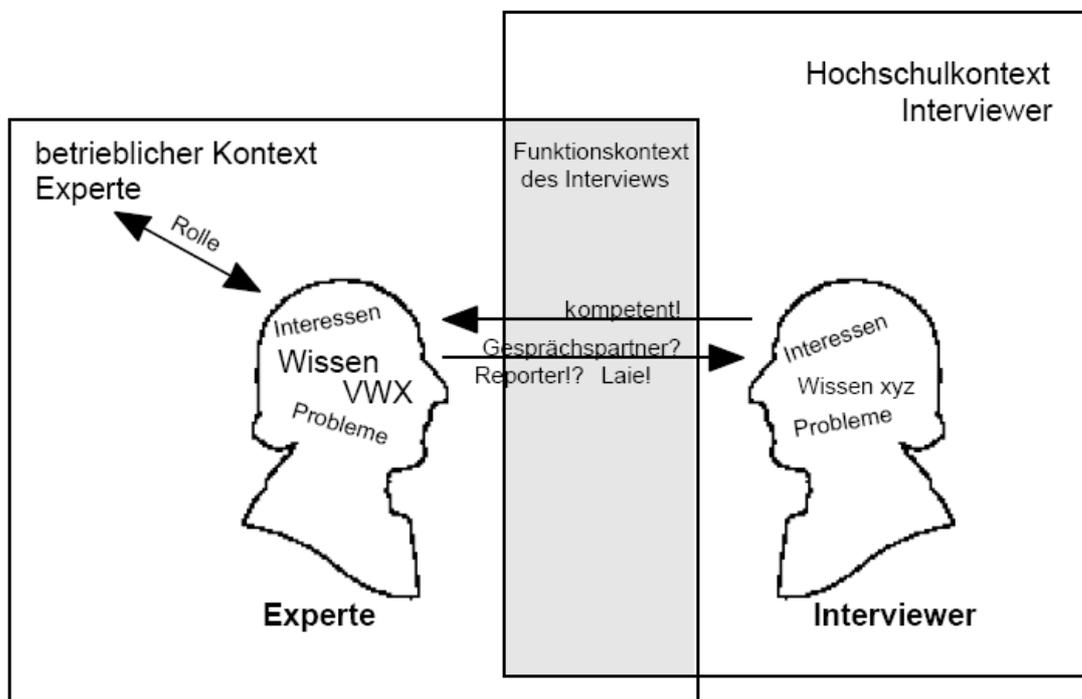
Die befragte Person steht immer in einem institutionellen Kontext, in dem sie eine spezifische Rolle wahrnimmt. Der Interviewer wird unter bestimmten Voraussetzungen empfangen die durch den institutionellen Kontext geprägt sind, diese werden als Funktionskontext des Interviews bezeichnet. Geprägt wird dieser Kontext durch berufliche Funktion (z.B. PR Chef), betriebliche Zwänge (Betriebsgeheimnisse usw.), Wertvorstellungen etc., welche für den Befragten die Grenze des Interviews bilden (vgl. Mieg & Näf, 2005, S. 4-5).

Bei der Planung und Ausführung eines Interviews sollte man diese Überlegungen mit einbeziehen und sich grundlegend auf seinen jeweiligen Gesprächspartner vorbereiten. Ein weiterer wichtiger Baustein bei der Vorbereitung ist auch die Aneignung eines Grundwissen und von Fachausdrücken des Forschungsgegenstandes bzw. des Aufgabenfeldes des jeweiligen Experten.

Bei fehlendem Wissen kann es leicht geschehen, dass der jeweilige Experte den Interviewer als Laie ansieht und ihm anstatt von Hintergründen und Erfahrungen zu berichten, nur eine Einführung in das jeweilige Fachgebiet vermittelt.

(vgl. Mieg & Näf, 2005, S.6)

Abb. 9: Das Interview als soziale Interaktion



Quelle: Mieg & Näf

Viel wurde in diesem Abschnitt über Experten geschrieben aber wodurch zeichnet sich ein so genannter „Experte“ aus?

Im soziologischen Verständnis haben Experten eine Rolle inne, welche an gesellschaftlichen Entscheidungs- und Gestaltungsprozessen beteiligt ist. Aus psychologischer Sicht ist ein Experte derjenige, der ein besonderes Wissen über einen bestimmten Sachverhalt besitzt und sich entsprechende Fähigkeiten angeeignet hat. Dieses geschieht aufgrund von Training und langjähriger Erfahrung (vgl. Mieg & Näf, 2005, S.7).

Experteninterviews ermöglichen es die exklusiven Wissensbestände von Experten im Kontext ihrer verantwortlichen Zuständigkeit zu erfahren, wenn nach einem Entwurf, Implementierung und Kontrolle von Problemlösungen geforscht wird (vgl. Pfadenhauer, 2002, S. 117).

Zielgruppe bei touristischen Forschungsfragen bilden Leistungsanbieter und Entscheidungsträger des entsprechenden Gebietes (vgl. ;Meier, 1993, S.529).

Bei der Auswahl der Gesprächspartner sollte auf eine gegebene Meinungsvielfalt geachtet werden. Unter diesem Gesichtspunkt erscheint es sinnvoll auch „Außenseiter“ (z.B. ADFC oder Wanderverbände) in die Befragungen mit einzubeziehen, um hierdurch zusätzliche Einsichten zu erhalten (vgl. Böhler, 1992, S.31).

6.2 Methodische Vorgehensweise

Im Folgenden wird eine Übersicht über die empirische Untersuchung anhand von Expertengesprächen in der Region Ostwestfalen – Lippe gegeben, welche auf die vorhergegangenen theoretischen Überlegungen und Erklärungen aufbaut.

6.2.1 Konzeptionelle Überlegungen

Wie schon in der Einleitung aufgeführten Problemstellung, wird davon ausgegangen, dass uneinheitliche touristische Entwicklungskonzepte der einzelnen Akteure vorliegen und die eigentlichen Potentiale Wandern und Radeln nicht ausreichend genutzt werden. Ein weiterer Gesichtspunkt der Problemstellung liegt in der regionalen Verknüpfung der beiden Tourismusbereiche mit nachhaltigen Potentialen, worin ein großes Zukunftspotential und Alleinstellungsmerkmal für Ostwestfalen – Lippe gesehen wird.

Großflächige Untersuchungen und andere vergleichbare Studien, mit dem hier behandelten Schwerpunkt der Radel- und Wanderstrukturen, liegen für den Raum nicht vor. Daher kommt es gerade hier auf die Hilfe und Mitarbeit der einzelnen Tourismusakteure und Entscheidungsträger an, da gerade diese über das nötige Wissen und Erfahrung verfügen und so wichtige Einschätzungen und Wahrnehmungen liefern können.

Mit Hilfe von qualitativen Methoden, hier insbesondere Expertengespräche, soll ein Überblick über die bestehenden Beziehungen der einzelnen Akteure zur Gesamtregion OWL

gegeben, einzelne Tourismuskonzepte beleuchtet und eine Bewertung der Radel- und Wanderstrukturen, gerade in Hinblick auf eine nachhaltige Ausrichtung, vorgenommen werden.

Die Aktualität der Potentiale Radeln und Wandern kann man zum Einen an den Prioritäten des Tourismustages vom 15. November 2006 feststellen, bei dem sowohl Wandern als auch Radeln zwei von vier Hauptpunkten stellten und zum Anderen an der am 23. Januar ins Leben gerufene Arbeitsgemeinschaft Radtourismus erkennen.

Aufgrund der teilweise sensiblen und kontroversen Bereiche, gerade im Zuge des kommunalpolitischen Teils der Arbeit, sind eine behutsame Vorgehensweise, und flexible und offene Methoden nötig.

All diese Bereiche werden von Expertengesprächen erfüllt, was weiterhin für eine Anwendung dieser spricht (vgl. Klemme, 2002, S.85).

Im Vorfeld der Untersuchung erfolgte mittels eines Anschreibens eine erste Kontaktaufnahme zu den ausgewählten Experten. In dem Schreiben wurde die Thematik der Arbeit vorgestellt und die Notwendigkeit von persönlichen Gesprächen zur Ergänzung der theoretischen Forschung und Fertigstellung der Arbeit geschildert.

Alle Angeschriebenen zeigten, trotz eigener dringender Termin, ein großes Interesse am Thema und eine hohe Gesprächsbereitschaft.

Der ersten postalischen Kontaktaufnahme folgte ein Telefonat zur genaueren Terminierung der Gespräche.

Ein thematischer Vergleich der gewonnenen Ergebnisse der Leitfadengestützten Interviews, soll zu einer Schärfung des Problembewusstseins des Forschers führen (vgl. Bogner & Menz, 2002, S.37).

6.2.2 Zusammensetzung und Auswahl der Experten

Bei der Auswahl der Experten wurde versucht eine heterogene Zusammensetzung zu erreichen, indem sowohl behördliche Vertreter (OWL-M, Touristiker und Radbeauftragte) als auch Außenstehende Personen (ADFC, Wanderverbände, Naturparke und ein Verleger) interviewt wurden. Außerdem wurde versucht alle Kreise gleichstark in die Untersuchung zu integrieren.

Im Bereich der Wanderstrukturen wurden Experten aus drei Wandervereinen, einem Naturpark, eine biologische Station und Frau Erdmann befragt, welche bei der Planung der Hermannshöhen²³ beteiligt war.

²³ Im Folgenden HH genannt

Die einzelnen Kreistouristiker und die OWL-M wurden ebenso zu den Wanderstrukturen befragt, jedoch reichte Ihr Wissen nicht aus um dieses Themenfeld aus ihrer Sicht adäquat bewerten zu können.

Aufgrund der oben beschriebenen Einteilung lassen sich die befragten Experten in drei Ebenen gliedern, der lokalen, der Kreis- und der regionalen Ebene.

Angestrebt wurde eine von innen nach außen gerichtete Untersuchung.

Ausgangspunkt waren lokale Akteure, welche sich aus drei kommunalen Rad- und Sachverständigen, einer biologischen Station und einer Einzelpersonen zusammensetzten. Auf Kreisebene wurden sieben Touristiker und vier Radbeauftragte der verschiedenen Landkreise miteinbezogen, wobei alle befragten Kreise Mitglieder der OWL-M sind.

Hervorzuheben ist noch Herr Schäfer von der Tourist Information Paderborn.

Formell gehört er zu den lokalen Akteuren, aufgrund seines außerordentlichen Wissens über die Fahrradstrukturen des Kreises Paderborn wurde er jedoch in diesem Bereich zu den Kreisvertretern gezählt.

Weiterhin auf Kreisebene agieren die Mitglieder des ADFC, von denen vier in dieser Untersuchung befragt wurden, wobei zwei ADFC Mitglieder auch dem Landesvorstand NRW angehören.

Die drei befragten Wandervereine arbeiten zum Teil kreisübergreifend, in Kooperation mit verschiedenen Kreisen und Vereinen, entlang der von Ihnen betreuten Wanderwege, dadurch sind diese zu den regionalen Akteuren zu zählen. In diesem Zusammenhang muss auch Frau Erdmann genannt werden, die aufgrund ihrer Mitarbeit an den Kreisübergreifenden HH, damals als OWL-M Angestellte, auch zu den regionalen Akteuren gehört. Frau Erdmann wurde aber nur in die Bewertung der Wanderstrukturen miteinbezogen und wird hier nur der Vollständigkeit halber aufgeführt.

Auch Herr Dresbach von dem VerkehrsVerbund Ostwestfalen Lippe²⁴, welcher die Kreisübergreifenden Bahn Rad Routen mitgeplant hat und weiter für diese zuständig ist, fällt unter die regionalen Sachverständigen.

Den Abschluss auf regionaler Ebene bildeten die beiden Naturparke und die Bereichsleiterin des Tourismusverbandes der OWL-M.

Im Vorfeld wurden ein Pretest mit unbeteiligten Personen durchgeführt um den entworfenen Gesprächsleitfaden zu testen und in Hinblick auf folgende Gespräche zu optimieren.

Außerdem wurde nach Abschluss jedes offiziellen Gespräches eine Analyse und Auswertung durchgeführt, um dadurch eine Grundlage und Vorbereitung für weitere Interviews zu ermöglichen.

Ab dem 10. März 2007 wurden erste Interviews geführt, abgeschlossen wurden die Expertengespräche mit dem letzten Interview am 15. April 2007. Insgesamt wurden 29

²⁴ Im Folgenden als VVOWL bezeichnet

Personen befragt. In zwei Fällen fand ein Gespräch mit zwei Personen statt, welches aber aufgrund der Zusammenarbeit der Gesprächspartner eine logische Vorgehensweise bedeutete. Aufgrund von Terminschwierigkeiten einiger Akteure wurde diese entweder per E-Mail oder telefonisch befragt. Hierzu zählen Herr Diekmann vom Straßenamt des Kreises Höxter und Frau Erdmann.

6.2.3 Gesprächsleitfaden

Der Leitfaden eines Expertengesprächs dient zur Orientierung, er führt sozusagen durch das Gespräch ohne es zu weit einzuengen. Der Leitfaden dient dabei als Gedächtnisstütze und gibt die grobe Struktur des Gesprächs vor.

Ein solcher Leitfaden sollte alle wichtigen Fragen beinhalten, Einleitungen in die einzelnen Frageblöcke geben und wichtige Überleitungen liefern. (vgl. Mieg & Näf, 2005, S. 14)

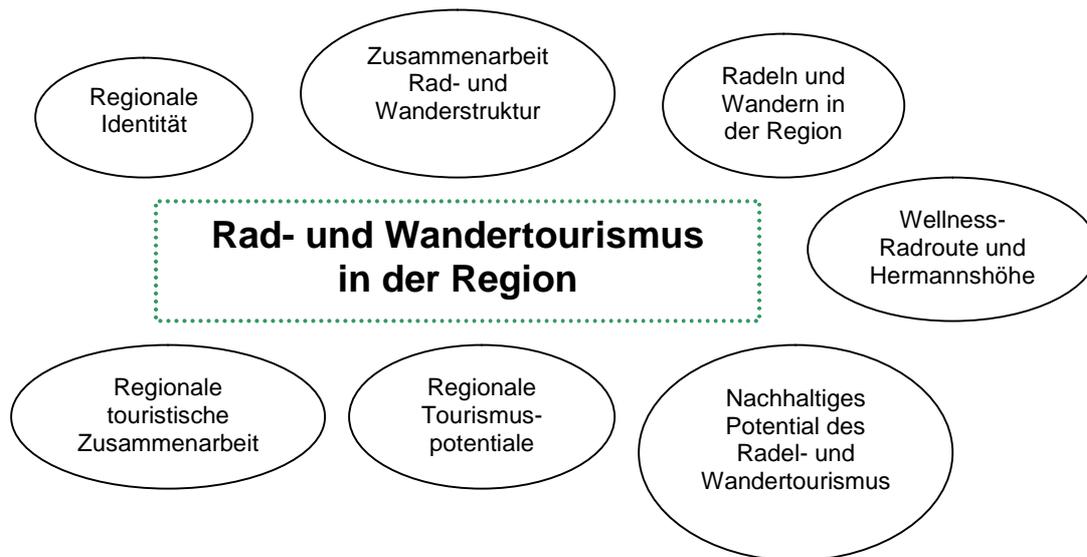
Der Interviewleitfaden soll sicherstellen, dass sich der Interviewer nicht in irrelevanten Themen verliert und erlaubt zugleich den Experten die eigene Sicht der Dinge einfließen zu lassen (vgl. Meuser & Nagel, 2002, S.77).

Wie in den vorherigen Punkten hervorgehoben, setzt die Konzeption eines Experteninterviews einschlägiges Wissen des Forschungsgegenstandes voraus, gleiches gilt auch insbesondere für die Gestaltung des Gesprächsleitfadens (vgl. Pfadenhauer, 2002, S.121).

Ebenso wie ein bestimmtes Vorwissen, beeinflusst die Auswahl der Experten, der Gesprächsthemen und Frageformulierungen die Ergebnisse der Untersuchung.

Ausgehend von der Fragestellung der Arbeit, Literaturstudien, Diskussionen mit Hr. Spittler vom AuBE Umweltbüro und durch die Mitarbeit an der ADFC Karte Ostwestfalen Lippe wurden folgende Themenblöcke der Untersuchung in der Region Ostwestfalen Lippe bestimmt:

Abb. 10: Themenblöcke



Quelle: Eigene Darstellung

Umfang und Art der Themenblöcke sind je nach Ebene des Gesprächspartners unterschiedlich ausgeprägt, es wurde jedoch versucht eine kontinuierliche Strukturierung der Fragenblöcke beizubehalten.

In den beiden einführenden Blöcken werden allgemeine touristische Punkte und Potentiale der Region angesprochen.

Der erste Block „Regionale Identität“ befasst sich mit der gefühlten regionalen Zugehörigkeit der einzelnen Tourismusverbände und der Begriffsdefinition des Raumes OWL.

Der zweite Block „Regionale touristische Zusammenarbeit“ dreht sich um Einschätzungen zum Tourismusverband, Kreisübergreifende Vermarktung, sowie die Arbeit und Kooperationen mit anderen touristischen Akteuren.

„Nicht-Touristiker“ sind kein Bestandteil des ersten Blockes. Im zweiten Block tragen sie nur insofern etwas dazu bei, wenn sie durch ihre Tätigkeit mit touristischen Strukturen zu tun haben. Auf Wunsch einiger Experten wurden ihre Aussagen in den ersten beiden Blöcken anonymisiert. Um ein Hervorstechen ihrer Aussagen zu vermeiden, wurden beide Blöcke im gesamten anonym behandelt und den einzelnen Gesprächspartnern Abkürzungen zugeordnet. Der dritte Block „Regionale Tourismuspotentiale“ befragt die einzelnen Experten nach bestehenden Tourismuskonzepten, Einschätzungen von Potentialen und möglichen Alleinstellungsmerkmalen.

Im weiteren Verlauf der Untersuchung werden explizit die Radel- und Wanderstrukturen OWL, ihr zukünftiges touristisches Potential und mögliche Verknüpfung und Nutzen in Verbindung mit dem Bereich Nachhaltigkeit behandelt.

Im dritten Block „Radel- und Wanderstrukturen“ erfolgt eine Einschätzung der bestehenden Strukturen der einzelnen Regionen und des Gesamtgebietes durch die einzelnen Experten.

Diese Einschätzungen werden später durch die Analyse der OWL Fahrradkarte und Befragung der einzelnen Tourist Informationen ergänzt und ausgewertet.

Der vierte Block „Touristisches Potential von Radel- und Wandertourismus“ erfragt die Beurteilung der touristischen Entwicklung der beiden Potentiale in der Region und den Stellenwert, auch in Hinblick als mögliches Alleinstellungsmerkmal, der ihnen beigemessen wird.

Der letzte Block hinterfragt, ob die interviewten Experten eine mögliche Verknüpfung der Bereiche Radeln und Wandern mit nachhaltigen Aspekten sehen und wie sie diese als mögliche zukünftige Ausrichtung Ostwestfalen Lippes einschätzen.

In den meisten Fällen wurden Antworten durch direkte Fragestellungen erreicht, andere Ergebnisse ergaben sich im Verlauf der geführten Gespräche.

6.2.4 Auswertung

Die mittels Tonbandgerät aufgezeichneten Gespräche und dabei erfolgten Notizen wurden, mittels der interpretativen Auswertungsstrategie für Leitfadenorientierte Experteninterviews, nach Meuser und Nagel ausgewertet (vgl. Meuser & Nagel, 2002, S.80-84).

Die genannte Strategie soll eine Vergleichbarkeit der einzelnen Texte ermöglichen, da jeder Interviewtext zunächst das Protokoll einer unverwechselbaren, besonderen Interaktion und Kommunikation darstellt (vgl. Meuser & Nagel, 2002, S.80).

Durch nun gegebene Vergleichbarkeit werden Aussagen der Interviewpartner nicht mehr einzeln behandelt, sondern thematischen Bereichen zugeordnet und miteinander in Relation gesetzt, um so Gemeinsamkeiten und Gegensätze herauszustellen.

Des Weiteren werden Ergebnisse und Aussagen der geführten Gespräche in einzelnen Kapiteln verwendet, um bestimmte Abschnitte mit adäquatem Hintergrundwissen zu belegen und Zusammenhänge aufzudecken.

Im zweiten Kapitel werden Antworten von Touristikern benutzt, um Touristische Entwicklungskonzepte in der Region und angestrebte Entwicklungstendenzen der einzelnen Kreise aufzuzeigen und mit Hintergrundwissen zu untermauern.

Um diese Ergebnisse zu erreichen, muss eine Reihe von Arbeitsschritten durchgeführt werden:

1. Transkription

Hierbei werden die aufgezeichneten Gespräche transkribiert, wobei der Umfang der Ausführung davon abhängt, wie sehr sich der Diskursverlauf inhaltlich mit dem gefragten Leitbild deckt.

Je höher der Deckungsgrad, desto ausführlicher ist die Transkription, bei unwichtigen oder nicht zum Gefragten passenden Antworten, werden nur kurze und selektive Passagen übernommen.

2. Paraphrase

Mittels der Paraphrase wird das durch die Interviews erlangte Wissen festgehalten. Dieses geschieht durch Wiedergabe und Zusammenfassung des Gesagten, also der Experten Meinungen, Urteile, Beobachtungen und Deutungen, durch eigene Wortwahl.

Um eine Verengung des thematischen Vergleiches zwischen den Interviews auszuschließen, muss die Paraphrase der Chronologie des Gesprächsverlaufes folgen.

3. Überschriften

In diesem Schritt kommt es zu einer Verdichtung des gesammelten Materials, indem den paraphrasierten Passagen Überschriften gegeben werden.

Die Art der Überschriften richtet sich nach der Terminologie der Interviewten.

Passagen können einer oder mehreren Überschriften zugeordnet werden, je nachdem wie viele Themen in der Passage angesprochen werden.

Die Säkularisierung von einzelnen zusammenhängenden Passagen ist erlaubt und notwendig, da hier eine Analyse eines bestimmten Teils des Wissen des Experten durchgeführt wird. Dieser Schritt markiert das Ende der auf den einzelnen Interviews basierenden Analyse.

4. Thematischer Vergleich

In diesem Punkt beginnt eine Auswertung, die über die einzelnen Texteinheiten hinaus geht. Die Vorgehensweise dieses Arbeitsschrittes ähnelt dem vorhergegangenen, wobei hier nach thematisch vergleichbaren Textpassagen aus verschiedenen Interviews gesucht wird. Ähnliche oder gleiche Passagen, aus verschiedenen Interviews, werden einander zugeordnet und ihre Überschriften vereinheitlicht. Dadurch können Unterschiede, Gemeinsamkeiten und Widersprüche herausgestellt werden.

Auch in diesem Schritt sollte an einer textnahen Kategorienbildung festgehalten werden.

5. Konzeptualisierung

Die Vorgehensweise der Konzeptualisierung besteht aus einem Prozess der Kategorienbildung wobei eine Ablösung von den Texten und der vom Interviewten benutzten Terminologie erfolgt.

Die Gemeinsamkeiten der verschiedenen Aussagen werden kategorisch dargestellt.

Aufbauend auf den gebildeten Kategorien wurde ein Schaubild zur Verdeutlichung der Zusammenhänge entwickelt.

Wenn nötig, werden in diesem Schritt allgemeine von Interviewpartnern verwendete Termini in Fachtermini übersetzt.

6. Theoretische Generalisierung und Interpretation

Nebeneinander stehende Informationen werden in diesem Schritt zu Sinnzusammenhängen verknüpft. Untersuchungsergebnisse werden interpretiert und als Zwischenergebnisse formuliert, angelehnt an vorher aufgestellte Hypothesen und Untersuchungsfragen.

Direkte Expertenzitate werden im Folgenden verwendet um Ergebnisse und Zwischenergebnisse zu verstärken und Meinungen der Interviewpartner realitätsnah darzustellen.

Aussagen der Gesprächspartner sind kursiv im Text hervorgehoben und werden im Ganzen anonymisiert dargestellt.

7 Problemfelder und Situationsanalyse

Die in der Einleitung aufgestellte These (vgl. Kapitel 1) soll in diesem Abschnitt durch die im vorherigen Kapitel formulierten Arbeitsschritte untermauert werden.

Dazu werden die Einstellung, Gemeinsamkeiten und Gegensätzlichkeiten der am Tourismus bzw. in Rad- und Wanderbelangen involvierten Personen aufgezeigt.

Von den genannten Arbeitsschritten werden im Folgenden die letzten beiden Schritte „Konzeptualisierung“ und „Theoretische Generalisierung und Interpretation“ ausführlich dargestellt, alle anderen Schritte wurden bereits bearbeitet und befinden sich zum Teil im Anhang (Leitfaden, Paraphrasierung etc.).

Das folgende Kapitel ist in zwei aufeinander folgende Abschnitte gegliedert.

Im Ersten wird aufbauend auf die zentralen Aussagen der gesammelten Gespräche eine thematische Auswertung durchgeführt. Anschließend werden im nächsten Schritt die Zwischenergebnisse der einzelnen Blöcke zu Endergebnissen zusammengefasst, welche einen generellen Überblick und Einblick in Motivationen und Einstellungen der Akteure ermöglichen sollen. Außerdem wird die weitere Verwendung der einzelnen Phrasen und Ergebnisse erläutert.

7.1 *Auswertung zentraler Themenfelder*

Die Analyse der Experteninterviews erfolgt in Anlehnung an den erstellten Gesprächsleitfaden, die sechs benannten Themenblöcken²⁵ und die beschriebenen Auswertungsschritte.

Von den sieben Blöcken bildeten die Bereiche „Zusammenarbeit Rad- und Wanderstrukturen“, „Radeln und Wandern in der Region“, „HH und Wellness-Radroute“ und „Nachhaltiges Potential des Rad und Wandertourismus“ die Hauptthemenfelder.

Der Fokus in diesen Hauptthemenfeldern liegt auf den bestimmenden Motiven und Interessen für eine Zusammenarbeit/Fokussierung bezüglich der Rad- und Wanderstrukturen. Des Weiteren werden Probleme und Potentiale von zwei die Region verbindende Premiumwegen hervorgehoben und eine Einschätzung der Verbindung von „Nachhaltigkeit“ und Rad- und Wandertourismus gegeben.

Durch die Eingangspunkte „Regionale Identität“ und den Fragen zur „Regionalen touristischen Zusammenarbeit“ sollen Meinungen und Positionen der in der Region agierenden herausgestellt und regionale Tendenzen beleuchtet werden.

²⁵ Vgl. Abbildung 10

Soweit möglich, wurde eine eindeutige Zuordnung der Antworten im Kontext des jeweiligen Akteurshintergrundes²⁶ gegeben.

Aufgrund des verschiedenen Hintergrundwissens und Tätigkeitsfelder der Experten können diese allgemein in Touristiker, Rad- und Wanderexperten unterteilt werden. Wie sich in den vorbereitenden Arbeitsschritten gezeigt hat, ähneln sich die Positionen in den Akteursgruppen, so dass sich eine Gliederung nach gemeinsamen Tätigkeits- bzw. Wissensfeldern anbietet. Der Dachverband wird in den Blöcken in denen er behandelt wird separat aufgeführt, meistens am Ende der einzelnen Punkte, damit soll eine ergänzende Betrachtungsebene ermöglicht werden.

Innerhalb der einzelnen Expertengruppen besteht eine Subordnung, in welcher die einzelnen Experten nach ihrem jeweiligen Verflechtungsgrad²⁷ geordnet sind.

Hervorzuheben wäre noch, dass im Bereich „Regionale Identität“ eine generelle Trennung, bis auf eine Ausnahme, zwischen Touristikern und Rad- und Wanderexperten vorgenommen wurde. Der Grund hierfür ist, dass Fragen zur regionalen Identität speziell an Kreisverbände gerichtet waren, um deren Verbundenheit und Kooperation mit der Region bzw. dem Dachverband zu zeigen.

Im Bereich „Regionale Zusammenarbeit“ sind nur einige „Nicht-Touristiker“ vertreten, da diese seltener in vorherrschende regionale Tourismusstrukturen involviert sind und deshalb zum Teil keine Auskünfte über touristische Kooperationen geben konnten.

Um einen genauen Überblick der einzelnen Teile zu ermöglichen und ein „erschlagen“ werden durch Zitate zu vermeiden, erfolgt am Ende jedes Abschnittes eine kurze Zusammenfassung, welche gleichzeitig die Analysegrundlage für 7.2 bildet.

7.1.1 Regionale Identität

Grundlegende Frage dieses Punktes war die, ob die Kreisverbände sich als **Teil von OWL** sehen. Im Prinzip sehen sich alle Verbände als Teil der übergeordneten Region.

Aussagen wie „[...]hundertprozentig als Teil von OWL“ (K4) oder „[...]mitten drin“ (K7) belegen dieses.

Zwischenergebnis 1: Alle Kreise fühlen sich formell als Mitglieder der Region OWL.

Die **geographische Lage** ist ein bestimmendes Motiv, weshalb sich einige Kreise oder Teile, nicht ausschließlich zur Region OWL zugehörig fühlen.

²⁶ Kommune, Kreisverband, Regionalverband, ADFC, Naturparke, Wandervereine und spezielle regionale Akteure

²⁷ Kreis-, Regional- und Lokalebene

Dieses trifft vor allem auf Gebiete zu, die nicht in direkter Nähe zum Teutoburger Wald (im Folgenden durch TW abgekürzt) liegen und andere bekannte touristische Destinationen in direkter Nachbarschaft haben.

Das führt zur **Zusammenarbeit mit anderen touristischen Regionen**, aber zum Teil auch zu Kooperationen mit dem heimischen Verband und auswärtigen, was sich auch in doppelten Mitgliedschaften niederschlägt. Neben dem regionalen Verband der Ostwestfalen Lippe Marketing ist das Weserbergland ein bedeutender Partner einiger Akteure, wobei hier die *„Weser als vernetzendes Glied“* (K4) fungiert, oder allgemein *„[...]geographische Gründe“* (K6) als ausschlaggebendes Argument angeführt werden.

In Fällen, in denen touristische Infrastrukturen verschiedene Gebiete verbinden, sind Kooperationen sinnvoll, oftmals dann auf Kreisebene. *„Den Gast interessiert dieses nicht“* (K3), auf welchem Gebiet er sich bewegt er *„will ein gutes Angebot“* (K3).

Zwischenergebnis 2: Je weiter die Entfernung zum TW, desto eher zählen sich einzelne Gebiete zu anderen Kreisen und Dachmarken. Dieser Prozess wird durch gemeinsame und markante Landschaftsbilder unterstützt.

Ein weiteres Zeichen für die teilweise nicht sehr starke Identifikation mit der Region OWL ist die Uneinigkeit in Bezug auf die **Bezeichnung der Region**.

Kreise die *„sehr Nah am TW sind, hätten es lieber gesehen, wenn es weiter unter der Marke TW gelaufen wäre, andere die weiter weg sind, befürworten die Bezeichnung OWL“* (R1).

Befürworter der Bezeichnung TW berufen sich auf eine Absprache im Arbeitskreis der Touristiker, nach der man die Region *„[...]Nur unter TW vermarkten“* (K3) kann. Ein weiteres Plus ist der höhere Bekanntheitsgrad, welcher sich auch in folgender Äußerung *„Alleinstellungsmerkmal der Region ist der Teutoburger Wald“* (K7) niederschlägt.

Ein Experte, der den Namen OWL für die Region bevorzugt sieht den Teutoburger Wald als Höhenzug *„der zwar eine sehr hohe geschichtliche Bekanntheit hat aber nicht unbedingt allein dadurch eine touristische Kernkompetenz hätte“* (K4).

Der Name OWL wird jedoch von mehreren Kreisverbänden als *„marketingtechnisch problematischer Begriff“* (K1) eingestuft.

Die Diskussion über einen geeigneten Namen für die Region ist keineswegs neu, aber nach wie vor nicht abgeschlossen. Teil dieser Diskussionen sind auch ausgleichende Namensvorschläge wie *„Teutoburger Wald Land oder TW Region“* (K1), wobei diese *„Idee schon 15 Jahre alt“* (K1) ist.

Hintergründe für das uneinheitliche Auftreten und Selbstbild der Region liegen in geschichtlichen Prozessen (Vgl. Kapitel 1), welche in dem *„[...]politischen Konstrukt“* (K2) der Region ihren Ausdruck fanden.

Ausführungen, die diese Zerrissenheit noch verdeutlichen sind:

- „Nicht gelungen, den Begriff eine regionale Identität zu geben“ (K1)
- „Orte am Rand fühlen sich nicht als Teil von OWL“ (K2)
- „Hat sich noch nicht soviel getan mit dem Zusammenwachsen der Mentalitäten“ (K2)
- „Alte Strukturen in den Köpfen vorhanden. Zeigt grundsätzlich das touristische Regionen nicht unbedingt politische Regionen sind“ (K3)
- „Problematisch ist, dass einige Gemeinden sich nicht richtig als Teil von OWL fühlen, sich eher zum Wesergebiet zugehörig fühlen“ (K4)
- „Alle in einem Topf zu bekommen ist schwierig“ (K7)

Zwischenergebnis 3: Die Diskussion über eine für Alle angemessene Bezeichnung der Region ist ein weiterer Beleg für die hier vorherrschenden unterschiedlichsten Einstellungen und Ansichten gegenüber dem umfassenden politischen Gebilde OWL. Auch die abschließenden Aussagen bezeugen das heterogene Bild der Region.

7.1.2 Regionale touristische Zusammenarbeit

Im ersten Block wurden die Touristiker der Kreise und einer Gemeinde erläuternd dargestellt, daran anschließend folgen Rad- und Wanderexperten die mit regionalen touristischen Prozessen zu tun haben und folglich dessen im Bereich der touristischen Zusammenarbeit involviert sind.

Der erste Abschnitt betrifft ausschließlich Touristiker, hier ist eine Unterteilung in einzelne Gruppen nicht notwendig.

Der Bereich der regionalen touristischen Zusammenarbeit wird stark durch die Beziehungen und Erwartungen der touristischen Akteure zur OWL-M geprägt, um das Bild abzurunden erfolgt abschließend eine Betrachtung aus Sicht des Dachverbandes.

Aussagen zu den **Motiven und Erwartungen** an den Dachverband der OWL-M bilden den Einstieg in den Bereich der regionalen touristischen Zusammenarbeit.

Verallgemeinernd könnte für alle Beteiligten gesagt werden, dass diese die Dachmarke für gemeinsame Projekte, Marketing, Verbesserung der Zusammenarbeit und Entwicklung von Angeboten nutzen möchten bzw. hierin einen Sinn für die OWL-M sehen.

Bestimmte Aussagen belegen die Einstellung der einzelnen Touristiker:

- „Gleichzeitig hoffen Sie, dass Projekte die im Kreis entwickelt werden, vom Verband flankiert, gestützt und mit beworben werden“ (K4)
- „[...]angeschlossen um über Marke Werbung zu betreiben, alleinige Vermarktung ist schwierig, kostenintensiv.“ (K5)
- „Erhoffen sich grundsätzlich über die Partnerschaft effektiv, koordiniert miteinander auf Kreisebene zu arbeiten und nicht gegeneinander“ (K1)

- „Aufgaben der OWL-M, Bündelung der Potentiale“ (K6) oder „Mitgliedschaft in der OWL-M ergeben sich Vorteile, können sich aktiv in verschiedene Projekte einbringen“ (K2)
- „[...] kann sich in Kernkompetenzen mit denen der OWL-M identifizieren und kann sich zusätzlich in verschiedenen Arbeitskreisen/Gremien einbringen“ (K4)

Andere Experten hingegen sahen neben genannten Motiven, **Lobbyarbeit** als eine weitere wichtige Aufgabe der OWL-M an. Von zwei Gesprächspartnern wurde es klar angesprochen:

- „[...]unterstützen in der touristischen- und Lobbyarbeit d.h. zum Beispiel das sie auch mit daran arbeiten, dass Fördermittel im Bereich Tourismus anders verteilt werden, das es gerade gerückt wird“ (K3)
- „das gewisse Serviceaufgaben auf Regionalebene vom Verband wahrgenommen werden, Kontakt zum Landesverband, Wahrnehmung von Interessen des Tourismus in Übergeordneten Organisationen und Institutionen“ (K4)

Ebenso sind Motive auf lokaler touristischer Ebene für eine Mitgliedschaft im Dachverband erkennbar. Ein lokaler Touristiker, der auf Radtourismus setzt, begrüßt es deshalb, dass die OWL-M „jetzt mehr aufs Rad fahren setzen“ (L5) will, und „findet sich dort wieder“ (L5).

Zwischenergebnis 4: Erwartungen und Motive der einzelnen Touristiker liegen zum Einen darin, Synergien, Vernetzungen und Kooperationen zu nutzen und zum Anderen darin, dass sich der Dachverband für ihre gemeinsamen Interessen, durch Lobbyarbeit auf höheren Ebenen einsetzt.

Im nächsten Schritt geht es um die **Beziehung zur OWL-M**, dabei werden sowohl touristische Akteure als auch „Nicht-Touristiker“ beachtet. Dadurch sollen Motive aufgezeigt werden, weswegen unterschiedliche Akteure eine Identifizierung und Zusammenarbeit mit dem Verband als schwierig einstufen.

Touristiker:

Kommentare die sich auf das Verhältnis zum Dachverband beziehen, oder eine allgemeine Einschätzung der momentanen Situation liefern, können kaum bis gar nicht zusammengefasst werden.

Was von mehreren Experten übereinstimmend geäußert wurde ist, dass der Verband durch erfolgte Veränderungen, Handlungsfähigkeit eingebüßt hat und auf kurze Sicht keine Besserung erwartet wird. Ein Experte bezog sich in erster Linie auf die erfolgten **Veränderungen**, wonach *„Kreise in OWL so stark geworden sind, weil die Region immer schwach war“*, jahrelang *„Hort der Glückseligkeit als das Geld vom Land NRW noch reichlich floss“* (K1). Daraus resultiert auch das Problem, dass sich die *„OWL-Marketing im Tourismusbereich in einer schwierigen Situation[...]“* (K1) befindet, da *„[...]kein Potential, weder Geld noch Personal“* (K1). Von anderer Seite wurde noch einmal auf die finanzielle Situation eingegangen, wobei vor *„einigen Jahren in einer Diskussion mit den Landräten eine Erhöhung des Kapitals für die OWL-M angeregt wurde, jedoch abgelehnt wurde, OWL-M hat ein bestimmtes Budget, kann aber nicht viel damit machen“* (K3)

Im Zusammenhang mit den angesprochenen Veränderungen fiel eine bemerkenswerte Aussage eines Experten, der sich den *„Regionalverband so stark“* (K3) wünschen würde, dass *„er das Marketing für die gesamte Region erledigt [...]Kreise sind politische Grenzen, die keine Destinationen darstellen“* (K3). Seine weitere Vision sieht eine *„starke Dachmarke und eine starke Dachorganisation Teutoburger Wald, die das gesamte Budget [...], kriegt und die Arbeit abnimmt“* (K3).

Auch **Probleme und Versäumnisse** der OWL-M wurden aus Sicht einiger Experten geschildert:

- *„Man muss die Basis mitnehmen für eine erfolgreiche regionale Arbeit“* (K4)
- *„Problem, wenn einer der ein Produkt sieht worüber TW steht, der wird den Kreis als Region des TW nicht registrieren. Das und einige hausgemachte Fehler haben dazu geführt das der Verband eingegangen, ausgetrocknet worden ist“* (K4)
- *„Also generelles Problem ist Projektbezogenheit und Konzentration auf wenige Prestige-Projekte; Rest bleibt außen vor“* (K5)
- *„Früher mehr Mitarbeiter, dadurch andere Förderung, mehr Projekte“* (K5)
- *„Früher war OWL-Marketing für Messe Koordination zuständig, so unter einer Dachmarke, heute keine Kapazitäten mehr frei für diese Aufgabe“* (K5)

Allgemein gesprochen ist die *„Arbeit der OWL-M als regionaler Verband ausgereizt, bei den vorhandenen Mitteln“* (K7).

Folgende Äußerung, *„[...]stellte sich nicht die Frage der Mitgliedschaft, touristische Arbeitsgemeinschaften sind vom Land vorgegeben“* (K6), verdeutlicht die allgemeine Einstellung eines Gesprächspartners gegenüber dem Dachverband.

Auch auf lokaler touristischer Ebene sind Probleme bekannt:

- „Probleme bekannt. Finanzierung, reden jedes Jahr wieder über die Finanzierung“ (L5)
- „Da läuft es einfach nicht rund schon seit Jahren, erst selbstständig als Teutoburger Wald bekannt jetzt in OWL-M integriert“ (L5)
- „[...]trotzdem brauchen wir eine Region wie OWL oder besser gesagt TW“ (L5)

Zwischenergebnis 5: Dachverband ist durch Wegfall von Finanzen und den insgesamt knappen finanziellen Mittel in seiner Handlungsfreiheit stark eingeschränkt – führte zum Verlust von Handlungsfeldern. Weitere Fehler waren die Ausklammerung der Basis. Die Vision eines starken Dachverbandes der Aufgaben der Kreisverbände übernimmt wurde von einem Experten geäußert.

Rad- und Wanderexperten:

Rad- Wanderexperten konnten nur zum Teil ergiebige Kommentare über eine **Beziehung zur OWL-M** geben, da sie nur zum Teil durch direkte touristische Zusammenarbeit, beratende Tätigkeiten oder Mitarbeit in Arbeitskreisen mit dem Dachverband zu tun haben.

Dabei handelt es sich in den getroffenen Aussagen, zumeist um Rad- und Wanderstrukturen und deren Förderung durch die OWL-M.

Wie sich herausgestellt hat, arbeiten Wanderexperten häufiger mit dem Dachverband und einzelnen Kreisverbänden zusammen.

Radexperten:

Ebenso wie die Touristiker, sehen Radexperten die schwache Finanzkraft als eines der größten Hemmnisse für eine erfolgreiche Entwicklung des Dachverbandes an:

- „Fördermittel vom Land, Beiträge waren egal –Mittlerweile haben sich die Förderprinzipien verändert, zur Anschubfinanzierung gibt es Geld, aber jetzt 50 zu 50, also Hälfte vom Land und die andere von den Partnern“ (R8)
- „Problem der OWL-M ist mangelnde Finanz- und Personal- Ausstattung“ (K13)
- „Was soll man mit wenigem Personal machen, wenn kein Geld da ist [...], müssen ja alles machen“ (K15)

Weitere Schwierigkeiten der OWL-M sind nach Ansicht eines Experten die „sezessionistischen Dinge, die hier immer noch stattfinden, die machen es schwierig die Region unter Teutoburger Wald zu vermarkten“ (R8) Dieses ist besonders gut zu erkennen am „Projekt der HH, die eigentlich im gemeinsamen Konsens mit der ganzen Region unter diesem Namen vermarktet werden soll, aber im Südbereich schon wieder raus gefallen ist und rein unter Eggeweg vermarktet wird“ (R8).

Weitere durch Gesprächspartner identifizierte **Schwierigkeiten und Probleme** für den Dachverband sind:

- *„Vorschlag Radveranstaltung listen und verbreiten durch OWL[...], personell nicht möglich; dann durch Praktikantin durchgeführt“ (K13)*
- *„Ähnliches Beispiel Internetseite wer pflegt die wenn es um Thema Radfahren geht, vernünftige Links setzen. WELL hervorgehoben, andere Routen müssen gesucht werden und sind veraltet“ (K13)*
- *„Sind unterbesetzt, verwalten sich selber“ (K15)*
- *„WELL, wird beworben, das einzige was OWL-M als regional übergreifendes macht. Kreise waren gar nicht miteinbezogen, Orte dachten das OWL-M, das schon machen und man sich um nichts kümmern müsste“ (K14)*

Von der OWL-M wird die Vermarktung der Region von allen Experten als eine der wichtigsten **Aufgaben** angesehen:

- *„Vermarktung im Radtourismus bei der OWL-M richtig“ (R8)*
- *„Überörtliche Vermarktung ist grundlegend wichtig für OWL, dass sie überhaupt stattfindet, einzige Organisation die sich übergeordnet vernünftig darum kümmert“ (R8)*
- *„Vermarktung durch OWL-M sinnvoll, wenn etwas vernünftiges angeboten wird. Adresse Teutoburger Wald ist in der Touristischen Landschaft ein Begriff“ (K13)*
- *„Sieht Vermarktung durch OWL-M als positiv an“ (K11)*
- *„Vermarktung ist grundsätzlich da gut aufgehoben, aber sie schaffen es nicht“ (K15)*
- *„Vermarktung Fahrrad Tourismus über OWL-M, ist ja Sinn und Zweck des Verbandes [...], wenn Sie das auf der Radebene vernünftig hinbekommen, dann ist sie gut aufgehoben“ (K17)*
- *„Vermarktung bei OWL-M richtig angesiedelt, wenn Region schon OWL heißt, es sollten sich jedoch alle darin wieder finden“ (K14)*

Von den einzelnen Gesprächspartnern wurden auch **allgemeine Kommentare** über den Dachverband geäußert.

Ein Experte beurteilt die stattgefundenen Veränderungen im Tourismusbereich als positiv und sieht dieses vor allen Dingen an der *„Marke OWL[...], wichtig dass man diese hat ansonsten kann man nichts machen im Tourismus“ (R8)*. Für Ihn ist es auch wichtig, dass neben der Ausrichtung der Region auf den Wandertourismus der Fahrradbereich mit *„der Wellness Route, welche ein großes Rückrat des Radtourismus in der Region darstellt“ (R8)* ergänzt und gefördert wird.

„Die Zusammenarbeit ist aus meiner Sicht sehr positiv“ (K11) steht für einen Akteur zusammengefasst, für die reibungslose Kommunikation mit der OWL-M.

Ein weiterer Experte sieht die Region in Bezug auf die Förderung des Radtourismus oder hier speziell auf die WELL bezogen *„im falschen Dachverband, WELL seit vorigen Jahr erst in der Zeitschrift Deutschland per Rad entdecken drin“* (K15).

Als wichtige **Neuerung** wurde von dem Großteil der Experten der vor kurzem ins Leben gerufene Arbeitskreis Radtourismus genannt. Der Arbeitskreis wird von den Experten durchweg als positiv gesehen, nur wenige sind skeptisch ob die Initiative von Dauer ist:

- *„Arbeitskreise von der OWL-M als Chance für die ganze Region, für alle Beteiligten“* (K9)
- *„AK bei der OWL-M gut angesiedelt, hält eine zentrale Anlaufstelle für sehr wichtig“* (K16)
- *„Neue Arbeitsgemeinschaft, Workshop zum Tourismustag, Idee ist daraus entstanden, so Austausch untereinander“* (K13)
- *„AK Rad, Sinn und Engagement der OWL-M, Dinge zu vereinheitlichen, Qualitätssicherung und Innovationen vorstellen, Austausch der Mitglieder“* (K12)
- *„Jeder Kreis hat seine eigenen Produkte aber der Austausch darüber, Innovationen, Absprachen über Qualitäten, Qualitätssicherung ist ganz wichtig“* (K12)

Zwischenergebnis 6: Die Finanzierung wurde auch hier als eines der größten Probleme des Dachverbandes eingestuft - Weitere Schwierigkeiten sind sezessionistische Bestrebungen einiger Kreise, die personelle Unterbesetzung und eine nötige Verstärkung der Radstrukturen. Aufgaben des Verbandes sollten im überregionalen Marketing liegen. Die WELL wurde in mehreren Punkten thematisiert. Die Einrichtung des Arbeitskreises Radtourismus wurde hervorgehoben und positiv gewertet.

Wanderexperten:

Im Gegensatz zu den meisten Radexperten kann hier festgestellt werden, dass eine enge Verflechtung, fast aller, Wanderexperten mit touristischen Kreisverbänden und dem Dachverband besteht.

Jedoch unterscheiden sich die einzelnen **Motive** im Groben. Es ist auffällig, dass versucht wird bestehende Schnittpunkte und damit vorhandene Synergien zu nutzen:

- *„OWL-M und Wanderverein arbeiten zusammen wenn Neuerungen vorgenommen werden und Events anstehen.“* (R2)
- *„Mehr Veranstaltungen als früher, Präsenz durch mehr Events..., durch Tourismusverbände organisiert“* (R2)
- *„Arbeiten mit Tourismusverbänden und OWL-M zusammen, Möglichkeit um Finanzen aufzubessern.“* (R4)

- „Dafür Erstellung von Wanderwegen, Wanderkarten und Herausgabe von Wanderführern.“ (R4)
- „Enge Zusammenarbeit mit Kreisverband stellt Ihnen einen Stand zur Verfügung, verkaufen auf Veranstaltungen Ihre Karten und machen Werbung für den Kreis.“ (R3)
- „Haben seit der Gründung des Vereins mit diesem zu tun, damals Tourismus Verband TW. Jetzt OWL-M, arbeiten mit denen ganz eng zusammen, ganze Kiste mit den Prospekten wanderbare Wege, vermarkten diese mit, bei sämtlichen Anfragen.“ (R3)
- „Zusammenarbeit mit der OWL-M, gemeinsames Projekt, die HH – Eggeweg und Hermannsweg.“ (R6)

Neben den Vorteilen, welche aus einer Zusammenarbeit mit den einzelnen Kreisverbänden und dem Dachverband gezogen werden, wurde auch **Kritik** geäußert.

Ein Gesprächspartner merkt an, dass er die „Arbeit der Verbände gut im touristischen Bereich“ (R4) findet, aber sie „sollten im Wanderbereich den Wanderverbänden die Führung überlassen“ (R4). Andere schließen sich diesem Punkt an. OWL-M wollte eine „größere Anzahl von Schildern an den HH“ (R3), dies wurde abgelehnt, da „sie sich nicht von jemanden vorschreiben lassen wollen wie sie beschildern sollen“ (R3).

Des Weiteren wurden noch **Schwierigkeiten und Probleme** des Dachverbandes diskutiert und inwiefern sich diese hemmend auswirken.

Aus Sicht eines Experten sträubt sich ein bestimmter Wanderverein, dieser „sperrt sich gegen OWL-M, stur, Weg müsste umgelegt werden um Qualitätssiegel zu bekommen, aber wollen sie nicht“ (R3).

Auch wurde noch einmal die finanzielle Situation der OWL-M von einem Experten thematisiert, welche früher ausreichend war durch „Finanzierung vom Land Nordrheinwestfalen und zusätzliche Mitgliederbeiträge“ (R6) aber heute durch alleinige „Finanzierung durch die Kreise viel zu gering“ (R6) ist.

Für ihn ist das eigentliche Problem, dass „OWL-M im Schraubstock zwischen einerseits mangelnden Finanzmitteln und andererseits der isolationistischen Politik einiger Kreise, ist daran kaputt gegangen auf gut deutsch“ (R6).

Zwischenergebnis 7: Nutzen Verknüpfungspunkte zu Tourismusverbänden und dem Dachverband – z.T. enge Zusammenarbeit. Sollten nach Meinung der Experten sich nicht zu sehr in Wanderbelange einmischen. Auch hier Finanzierung als Kernproblem des Dachverbandes, unterstützt durch isolationistische Kreise.

Im letzten Unterpunkt, der regionalen touristischen Zusammenarbeit, wird auszuloten versucht, inwieweit die aktiven touristischen Akteure sich eine **gemeinsame Vermarktung** vorstellen können, oder ob diese nach Ihrer Meinung schon besteht.

Dieser Punkt ist speziell auf Touristiker zugeschnitten. Rad- und Wanderexperten bleiben außen vor, da davon ausgegangen wurde, dass wenig Erfahrung und Wissen über dieses Gebiet besteht.

Einer gemeinsamen Vermarktung stehen alle befragten Touristiker positiv gegenüber:

- *„Kooperationen da wo es sich von den Inhalten anbietet und es sich für Leistungsträger lohnt.“ (K1)*
- *„Regionalverband so stark, dass er das Marketing für die gesamte Region erledigt, Kreise sind politische Grenzen die keine Destinationen darstellen.“ (K1)*
- *„Generelles Konzept für die Region nötig“ (K2)*
- *„Kreisübergreifende Vermarktung zum jetzigen Zeitpunkt möglich.“ (K2)*
- *„Heilgarten Deutschlands als Klasse Vermarktung“ (K3)*
- *„Einheitliche Vermarktung ist auf Grund des heterogenen Angebotes sehr schwierig“ (K4)*
- *„Thema [...], z.B. Radeln, Wandern oder Gesundheit, da könnte man eine sinnvolle Kooperation finden“ (K4)*
- *„Sieht Notwendigkeit einer regionalen Vermarktung“ (K5)*
- *„Eine solche Vermarktung wäre zum jetzigen Zeitpunkt möglich[...], Kreis würde sofort mitmachen“ (K5)*
- *„Kreisübergreifende Vermarktung wäre projektbezogen möglich“ (K6)*
- *„Gemeinsame Kreisübergreifende Vermarktung findet in den Wander- und Radprojekten statt. Radbroschüre ist der erste Schritt dorthin“ (K7)*
- *„Kirchturmdenken noch zu weit verbreitet, im Kleinen aufschlüsseln“ (K7)*

Vorteile einer **Zusammenarbeit im Bereich der Vermarktung** werden unter anderem in finanziellen Einsparungen gesehen. Nach Ansicht eines Touristikers kommt die Region ohne *„ganzheitliche Konzepte[...], nicht weiter, gerade wenn es um Fördergelder geht“ (K2)*. Ein anderer Gesprächspartner sieht in der regionalen Vermarktung die Notwendigkeit *„in Zeiten knapper Mittel, nach außen als Einheit Kosten zu sparen“ (K5)*.

Themenfelder in denen sich ein gemeinsames Marketing anbieten würde, sehen verschiedene Touristiker in bestehenden Rad- und Wanderprodukten wie den HH oder der Wellness - Radroute.

Aussagen wie, die *„Wellness - Route wäre ein Potential was man überregional betreiben könnte, vermarkten könnte“ (K3)* oder auch folgendes Zitat *„Gemeinsame Vermarktung schon zum Teil mit HH [...]" (K6)*, stehen für die überregionale Nutzbarkeit der Produkte. Eine weitere Chance für eine regionale Vermarktung sehen zwei Touristiker in dem EFRE Förderprogramm der EU. Hierzu müsste die OWL-M ein regional übergreifendes *„Entwicklungskonzept für die Region erstellen“ (K5)* welches somit ein *„Konzept für die*

ganze Region“ (K2) darstellt. Von beiden Touristikern wurde die Förderung als sehr wichtig eingestuft.

Die Reichweite einer gemeinsamen Vorgehensweise wird zum Teil auch noch als problematisch eingestuft. Zum Einen wird es aufgrund „des heterogenen Angebotes“ (K1) der Region als kompliziert angesehen und zum Anderen wäre es „ganz allgemein schwierig, da jeder Verband/Kreis gewisse Vorgaben (auch politische) und Schwerpunkte hat“ (K6). Auf den Punkt gebracht wird es schwierig „alle in einem Topf zu bekommen“ (K7).

Zwischenergebnis 8: Eine gemeinsame Regionale Vermarktung wird von allen Beteiligten als möglich angesehen - gerade im Rad- und Wanderbereich und in Bezug auf eine EFRE. Finanzielle Einsparungen sind ein Hauptmotiv. Trotzdem werden Schwierigkeiten darin gesehen alle „in einen Topf zu bekommen“.

OWL Marketing

In Bezug auf die **Regionale Identität** und Zuwendung zum Dachverband werden die Aktivitäten einiger Mitglieder relativ kritisch betrachtet, danach machen „*einzelne Kreise, Tourismusverbände nach wie vor ihr eigenes Ding*“.

„*Finde es nicht gut, ist aber verständlich*“ dass einige „*sich eher dem Weserbergland zugehörig fühlen als dem TW*“.

In Hinblick auf den Bekanntheitsgrad einer Marke sollte man schauen welche diese ist „*gerade in Hinblick auf die nächsten zwei, drei Jahren, mit Varus-Jubiläum und ähnlichem*“.

OWL Marketing setzt verstärkt auf Qualität und spezielle **Angebote**, um so eine Attraktivitätssteigerung gegenüber Ihren Mitgliedern zu erreichen.

Gerade wenn es darum geht „*die einzelnen Mitglieder zusammen an einen Tisch zu holen, damit alle sich auszutauschen und gemeinsame Strategien entwickeln*“, geschieht einiges in der Region, wie z.B. am Arbeitskreis Radtourismus zu sehen ist. Kommunikation ist ein zentrales Anliegen, dadurch wird versucht die „*Kräfte die es durchaus gibt in ganz OWL, auf der Ortsebene genauso wie auf der Kreisebene gebündelt einzusetzen*“. Ein weiteres Angebot ist die „*Informationsbereitstellung durch den Verband*“ welches seit kurzem für Partner der OWL-M angeboten wird.

Die durch die OWL-M genannten **Probleme** des Verbandes gehen im Großen und Ganzen einher mit den geäußerten Einschätzungen der touristischen Akteure.

Die mangelnde finanzielle Ausstattung und Unterstützung des Dachverbandes wird dabei als zentraler und hemmender Faktor gesehen. Ursache hierfür ist, dass „*TW Tourismus Verband bis Ende der neunziger Jahre vom Land besonders gefördert wurde, jährlich 300.000 DM*“, durch erfolgte Gründung eines Landesverbandes der NRW Tourismus fielen diese Gelder weg und jetzt müssen sie jährlich [...] 40.000€ Mitgliedsbeitrag“ bezahlen. Zum Zeitpunkt der

Umstrukturierung „*hätte man die Mitgliedsbeiträge die immer gering waren verdoppeln oder verdreifachen müssen um den Standard zu halten*“.

Die geringe finanzielle Ausstattung bedingt gleichzeitig den personellen Missstand, mit „*anderthalb Stellen, kann man nicht die Welt bewegen*“.

Zwischenergebnis 9: Einzelne Tourismusverbände orientieren sich wenig an OWL Marketing. Versuchen die einzelnen Mitglieder zu vernetzen und zu integrieren – Kommunikation als Hauptaufgabe. Probleme des Verbandes liegen in den unzureichenden finanziellen Mitteln und dadurch bedingten Personalmangel.

7.1.3 Zusammenarbeit Rad- und Wanderstrukturen

In diesem Block sollen die einzelnen Kooperationen und Partner auf unterschiedlichen Ebenen verdeutlicht werden. Ein Hauptanliegen ist es, die in der Region vorherrschende Vernetzung der, im Rad- und Wanderbereich, aktiven Akteure hervorzuheben.

Touristiker

Bei den Touristikern zeigt sich, dass wenn regionale Radexperten auf Verwaltungsebene vorhanden sind, diese auch die direkten Ansprechpartner in Fahrradbelangen bilden. Im Bereich des Wittekindslandes Herford sind „*Herr Nieling und Herr Schmädig [...] für den Bereich Radfahren zuständig*“ (Rührup), wobei sie sich über die „*Arbeitsgruppe zur AG Fahrradfreundliche Städte und Gemeinden*“ (Rührup) austauschen, in der Herr Rührup „*punktuell die Interessen des Tourismus*“ einbringt.

Im Bereich Paderborner Land, besteht im Radbereich eine **Zusammenarbeit** mit Herrn Schäfer von der Tourist Information Paderborn. Dieser hat keine offizielle Anstellung als Radbeauftragter des Kreises, aber durch sein umfangreiches Wissen über die lokalen und überregionalen Radstrukturen ist er als solcher anzusehen.

Eine weitere enge **Kooperation** besteht mit den Wanderverbänden, „*wobei der Eggegebirgsverein hervorzuheben wäre*“ (Hoffmann).

Im Bereich der Radstrukturen gehen einige Wege in die Hellweg Region über, „*es bietet sich von daher eine Kooperation an*“ (Hoffmann).

Im Mühlenkreis Minden-Lübbecke liegt eine Verzahnung mit dem Radexperten im Haus vor, wobei Herr Kipp „*eigentlich im Bereich Kreisentwicklung zuständig, für viele Projekte und Koordinierungsaufgaben*“ (Hundt) ist. Herr Kipp ist „*zu dem Bereich durch das landesweite Beschilderungssystem gekommen, hat im Zuge dessen für den Kreis die Aufgabe der Koordinierung zwischen Straßenbaulastträgern, Gemeinden übernommen*“ (Kipp), versucht „*die Dinge zum Radverkehr zu koordinieren*“ (Kipp).

Von Seiten der Lippe Tourismus und Marketing AG „*sind Hr. Kaub und Herr Brinkmann vom ADFC Ansprechpartner*“ (Klamann) im Radsektor. Herr Kaub ist Radbeauftragter des

Kreises und sitzt im gleichen Haus. Mit beiden besteht eine „gute Kommunikation und Zusammenarbeit“ (Klamann).

Im Bereich Wandern eher keine Zusammenarbeit mit den Wandervereinen. „Wandervereine [...], wollen sich nicht in Ihre Bereiche reinreden lassen, alte Strukturen; ändern sich aber auch nach und nach, verjüngen sich“ (Klamann). „Es gab mal einen AK Wandern vom Kreis Lippe aber nichts Konstruktives von den Wandervereinen[...]“ (Klamann). Im Gegensatz dazu ist die „Zusammenarbeit mit Naturpark sehr gut in Bezug auf Wanderrouen, Angebote, Lippe Marketing nutzt das Naturpark Logo“ (Klamann).

Für die „GFW H“ ist in Radbelangen Herr Diekmann vom Straßenverkehrsamt der Ansprechpartner, dieser „kümmert sich um überregionale Radwege, also alles was mit den landesweiten Beschilderungsnetz und ähnlichem zu tun hat“ (Krajewski). Kooperationen finden zum Beispiel im Bereich des Weserrenaissance Weges „wurden vom Straßenverkehrsamt angesprochen, ob der Weg aus touristischer Sicht noch Sinn macht [...]“ (Krajewski) statt.

Beim Wandern besteht eine Zusammenarbeit mit „dem EGV, dieser pflegt die Wege und kümmert sich im Allgemeinen um die Infrastruktur“ (Krajewski).

Bielefeld Marketing arbeitet auf städtischer Seite mit Herrn Fabian als „Ansprechpartner für touristische Belange“ (Bollhorst) zusammen. Einen Austausch mit anderen Partner etwa über die AG FFSG besteht nicht. Eine weitere Kooperation besteht mit dem ADFC ist aber „nicht sehr ausgeprägt“ (Bollhorst). „Wenn es um Radtouren geht, dann werden sie auch gefragt [...]Tauschen sich projektbezogen aus“ (Bollhorst), aber ein „Kontakt ist immer da“ (Bollhorst).

Ständiger „Austausch zwischen ADFC, Verwaltung und BM [...]“ sieht sie als „nicht vorteilhaft AN, man kann sich mit solchen Sitzungen wirklich verrennen“ (Bollhorst).

Im Bereich des Gütersloher Landes ist Frau Stönner von der Pro GT selber Ansprechpartnerin für Kommunen „wenn es sich um übergreifende“ (Stönner) Radbelange handelt. Bei infrastrukturellen Fragen „arbeiten sie mit den jeweils zuständigen Ämtern bzw. Kommunen zusammen“ (Stönner)

Im Wanderbereich liegt eine Zusammenarbeit mit dem „Teutoburger Wald Verein und Westfälischem Heimatbund“ vor. Insgesamt klappt der Austausch mit den Partnern auf den jeweiligen Gebieten.

OWL-M kooperiert im Wanderbereich mit „Wanderverein TW, läuft ganz passabel“ (Westermann). Die Personen mit denen sie zusammenarbeiten „[...] das haut hin“ (Westermann) aber es „gibt zwei, drei richtige Hardliner, Kritiker, aber Mehrheit [...]“ (Westermann) gehört nicht dazu.

Zwischenergebnis 10: Es bestehen enge und gute Kooperationen der einzelnen Touristikern mit Ihnen am nächsten stehenden Radbeauftragten. Art der Zusammenarbeiten wie z.B. mit dem ADFC oder Wanderverbänden unterscheiden sich von Kreis zu Kreis. Im Radbereich scheint eine bessere Verzahnung und Kommunikation, mit Ansprechpartnern, vorzuliegen als im Wanderbereich.

Radexperten

Im Fall der VVOWL ergibt sich eine ganze Reihe von Kooperationspartnern mit denen sie auf verschiedenen Ebenen zusammenarbeiten. Verknüpfungspunkt sind hierbei die von der VVOWL initiierten Bahn Rad Routen.

Direkte Partner der Bahn Rad Routen sind zum einen die Kreise durch die die Routen gehen, sie sind *„übergeordnete Partner und bilden zusammen mit den Zweckverbänden die Steuerungsgruppe der Bahn Rad Routen“* (Dresbach).

Kooperation mit den Kreisen klappt nach Herrn Dresbach ausgezeichnet.

Weiterer Partner ist die OWL-M; welche im gleichen Haus ihren Sitz haben, *„bietet sich an, dass man sich gegenseitig verzahnt“* (Dresbach). Aus Bielefelder Sicht wäre noch die BM zu nennen, welche aber *„wie viele Marketing Organisation kein Geld haben, nimmt “BM” aber immer mit ins Boot, gute Zusammenarbeit, liefern z.B. oft Bilder für Prospekte oder ähnliches“* (Dresbach).

Arbeiten im Bereich der Bahn Rad Routen aber auch mit außerregionalen Partnern zusammen, so wird auch *„das Diepholzer Land genauso, wie der Hellweg in Soest als auch der lippische Bereich um Lemgo und Detmold herum“* vermarktet, sieht dieses im *„Gegensatz zu HH“*. Für Ihn muss jeder *„strahlen können, wenn einer auch nur Hundert Meter Strecke an einer “BRR” liegt [...]“* (Dresbach). Im Bereich Bielefeld besteht auch eine enge Kooperation mit dem hiesigen ADFC, Zusammenarbeit ist *„traditionell gut“* (Dresbach).

Auf örtlicher Ebene gibt es auch eine enge Zusammenarbeit *„mit Dorfgemeinschaften Marketingorganisationen oder wer auch immer Vor Ort zur Verfügung steht“* (Dresbach), im Zuge von Ihnen initiierten Festen entlang der Routen, um eine *„Win - Win Situation für beide Partner zu schaffen“* (Dresbach).

Das Amt für Verkehr Bielefeld arbeitet je nach Aufgabenfeld *„mit BM und ADFC“* (Fabian) zusammen. Mit dem ADFC wurden die *„10 Bielefelder Touren – touristische Wege mit ADFC ausgearbeitet und erneuert bzw. ausgedünnt. Schwachpunkte beseitigt, schlechte Strecken herausgenommen und S-Bahn und Bahn Haltpunkte mit Touren verbunden“* (Fabian). Im Bereich der Bahn Rad Routen sprechen sie sich ab, *„[...] soweit es Straßen betrifft“* (Fabian), es ist ein *„dynamischer Prozess, erkennbar[...]“* (Fabian). Enge Zusammenarbeit mit ADFC, sichtbar *„unter anderem im Arbeitskreis Rad hier, Verwaltung, Amt für Verkehr und ADFC“* (Fabian).

Herr Schäfer, der bei der Tourist Information Paderborn arbeitet hat bei infrastrukturellen Belangen *„Ansprechpartner beim Kreis im Tiefbauamt, Hr. Block“*. Wichtig da *„gute*

Infrastruktur für ein gutes Fahrradnetz Voraussetzung ist“ (Schäfer). „Weiterhin Zusammenarbeit mit Polizei, Verwaltung, ADFC“ (Schäfer). Außerdem noch Zusammenarbeit mit Paderborner Land. „Kommunikation klappt, keine Verbesserungsvorschläge, kennen sich mittlerweile“ (Schäfer).

Herr Schäfer plädiert schon länger für eine *„Teilnahme an der AG Fahrradfreundliche Städte und Gemeinden wird aber aus finanziellen Gründen abgelehnt“ (Schäfer).*

Während der Konzipierung des Senne Parcours wurde ein Arbeitskreis *„zwischen Gemeinde Hövelhof, Verkehrsverein und Biologischer Station Senne, drei waren die Fördergeber“ (Westhof)* eingerichtet. Über den Senneradweg bei dem Hövelhof die Geschäftsführung innehat, arbeitet er mit den Anrainergemeinden zusammen.

Weitere Kooperationen bestehen mit dem ADFC und der Biologischen Station Senne.

Der ADFC ist *„sehr gut und manchmal auch sehr kritisch“ (Westhof)*, in ihrem Gebiet wird *„der Emsradweg[...] von ADFC Leuten abgefahren“ (Westhof).*

Mit der biologischen Station Senne²⁸ besteht *„ständiger Kontakt, Senne Parcours, Ihren besten Radweg haben sie mit der biol. Station entwickelt“ (Westhof)*, sie *„Arbeiten sehr eng zusammen, versuchen jetzt auch ein gemeinsames Projekt auf die Beine zu stellen, ein Informationszentrum am Emsradweg“ (Westhof).*

Herr Nieling vom Planungsbüro Herford wird in seiner Arbeit direkt von *„Herrn Schmeding unterstützt[...], passionierter Fahrradfahrer und Wanderer ist, befindet sich in Altersteilzeit, sehr engagiert war, viel in den einzelnen Gemeinden“ (Nieling).* Behördlicher

Ansprechpartner ist *„Herr Flachmeier beim Bauamt“ (Nieling).* Die Kommunikation klappt ausgezeichnet. Herr Schmeding befindet sich *„im Moment in Gesprächen mit Städten und Gemeinden [...] Frage stellen wie es mit dem Rad-Wegebau aussieht“ (Schmeding).*

Zusammenarbeit mit ADFC nicht unkompliziert, da *„unterschiedliche Sichtweisen, Wirklichkeit und Wunsch klaffen auseinander“ (Schmeding)*, würde es *„begrüßen, wenn ADFC sich direkt an das Planungsbüro wenden würde“ (Schmeding).*

Herr Kaup als Fahrradbeauftragter in Lippe befindet sich in direkter *„Abstimmung mit den Trägern der einzelnen Routen WELL – OWL-M, Bahnradrouten – VVOWL, Römerroute Münsterland Touristik“ (Kaup)*, um *„Einverständnis für Änderungen einholen“ (Kaup)* zu können. Die AG FFSG ist ein intern ablaufendes Verfahren, er ist *„bemüht darum die 16 Städte und Gemeinden des Kreises zu beteiligen“ (Kaup).* Zusammenarbeit geschieht dort im Zuge eines *„Projektbegleiteten Arbeitskreis[...], Touristiker und Techniker[...], Treffen zwei- bis dreimal im Jahr“ (Kaup).*

Herr Schuh als Fahrradbeauftragter der Stadt Bünde, arbeitet auf Stadtebene sehr gut mit dem ADFC Herford zusammen. Bünde hat an BYPAD Programm teilgenommen, hierbei sollen alle am Radverkehr beteiligten an einen Tisch gebracht werden, über Moderation sollen unterschiedliche Sichtweisen näher gebracht und Zusammenarbeit verstärkt werden. Bünde

²⁸ Im Folgenden BSS genannt

führt auch nach Ende des offiziellen Programms mit *„der vorher auch schon beteiligten Planungsgesellschaft Verkehr²⁹ aus Hannover weiter“* (Schuh). *„PGV wurde von der Stadt Bünde beauftragt Moderation weiterzuführen. Zweimal im Jahr Treffen des bestehenden Kreises aus Politikern, Verwaltung, Fahrradfahrern (ADFC, RC Olympia...) und Polizei“* (Schuh).

Durch Steuerung von außen ist eine bessere Kontrolle möglich und *„Problematiken die die einzelnen Parteien sehen erschließen sich auch den anderen, die normalerweise nichts mit diesen zu tun haben“* (Schuh). Insgesamt ist es ein *„sehr konstruktiver Arbeitskreis[...], Gute Zusammenarbeit, Meinungen werden ausgetauscht“* (Schuh), durch *„unterschiedliche Sicht der Dinge können Programme schnell und auf breiter Basis fußend angegangen werden“* (Schuh).

ADFC Lippe haben eine Kooperation mit dem WDR *„ist durch die WELL entstanden“* (Neugebauer), haben *„Seit Fünf oder Sechs Jahren einwöchige Touren mit zwanzig Leuten in der Region mit verschiedenen Schwerpunkten wie Industriekultur, Genussradeltour“* (Neugebauer). Touren mit dem WDR erhalten eine *„Große Resonanz, auch bei den anderen Touren, schöne Bilder, abgestimmt auf die Kameralleute. Gute Werbung für die Region“* (Neugebauer).

Kommunikation mit dem Fahrradbeauftragten des Kreises *„klappt hervorragend[...], Wenn was ist macht er es“* (Neugebauer).

ADFC Herford ist in kommunikative Prozesse nur über AG FFSG beteiligt, *„dann auch ADFC eingeladen, ansonsten kein Austausch“* (Folke).

ADFC Gütersloh, ist über den AK Radtourismus in kommunikative Prozesse über die Radstrukturen eingebunden, der AK ist *„noch im Anfangsstadium, Ansätze sind gut“* (Schröder), sieht hierin eine Möglichkeit das Kirchturmdenken in der Region zu beenden. ADFC Bielefeld, sieht es als schwierig an eine Abstimmung zu erreichen, wenn zum Beispiel eine Route kreisübergreifend geplant werden soll, findet es *„Deswegen gut, dass es für den Radverkehr die Arbeitsgemeinschaft Radtourismus bei der OWL-M gibt“* (Dingerdissen), ist eine *„Chance für alle Beteiligten“* (Dingerdissen). Um etwas zu bewegen, muss eine Vernetzung der einzelnen Akteure vorhanden sein, *„diese ist zum Beispiel in Bielefeld nicht optimal“* (Dingerdissen), hier müssten BM, Amt für Verkehr und ADFC zusammenarbeiten. Beispiel hierfür sind die *„Sitzungen zur Überarbeitung der Bielefeld Radwege, die in Kürze in die Zeitung kommen[...], wäre sehr gut gewesen wenn außer AfV und ADFC auch jemand von der BM dabei gewesen wäre, haben eine andere Sicht der Dinge“* (Dingerdissen). *„An der Stelle arbeitet ADFC, setzt euch zusammen, ihr müsst zusammen arbeiten. ADFC weiß wer Gute Ansätze hat, aber diejenigen wissen aber nicht voneinander bzw. von den Ansätzen“* (Dingerdissen).

²⁹ Im Folgenden PGV genannt

Weitere Zusammenarbeit mit der VVOWL im Bereich der Bahn Rad Routen, sehr effektiv durch „Steuerungsgruppe in denen die Kreise sind, verteilen die Arbeit weiter“ (Dingerdissen).

Zwischenergebnis 11: Radakteure sind in ein Geflecht verschiedenster Kooperationen und Partnerschaften eingebunden. Bei VVOWL als Routenbetreiber und Fahrradbeauftragten ist dieses am ausgeprägtesten. Hier bestehen Verzweigungen auf Tourismus-, Verwaltungs- und Vereinsebene. ADFC arbeitet in Arbeitskreisen mit Verwaltungs- und Tourismusakteuren zusammen. AG Radtourismus und Fortsetzung des BYPAD Programm werden als Chance zur Steigerung des Austausches und Zusammenarbeit gesehen, da hier Probleme liegen und gute Ansätze anderen oftmals nicht bekannt sind. Kommunikationprozesse werden größtenteils als gut angesehen.

Wanderexperten

Konzeption der HH „erfolgte durch Teutoburger Wald Verein und OWL-M“ (Klemme), sie haben hierbei mit dem Dachverband zusammengearbeitet.

Des Weiteren bestehen teilweise Abstimmungen mit anderen Wanderverbänden wie z.B. mit dem EGV.

Der Wanderverein Porta Westfalica-Mittelweser ist „Mitglied im Norddeutschen Wanderverband, da 80% der Wege in Niedersachsen“ (Meier) sind.

Sie sprechen sich wegen des Streckenverlaufes mit dem Dachverband ab und arbeiten ansonsten „mit anderen Verbänden sporadisch zusammen“ (Meier).

Hängen auch mit Naturpark Terra Vita zusammen[...], es hakt ein bisschen, da Wesergebirge [...] auf Karten des Naturparks falsch bezeichnet wurden“ (Meier).

Auf Seiten des Kreises ist Herr Hundt Ansprechpartner und auf lokaler Ebene die Stadt Porta Westfalica, „kurzer Draht, wenn etwas getan werden muss, wird bescheid gesagt und dann wird das von städtischen Angestellten geregelt“ (Meier).

„Kommunikation klappt, eng verzahnt, kurze Wege gerade auf kleiner Ebene“ (Meier)

Fahrradbelange wie Streckenbezeichnungen werden mit dem ADFC geregelt.

Der EGV stimmt sich „ab und zu mit Teutoburgerwaldverein³⁰“ (Kappe) und mit anderen Vereinen, die den Rothaarsteig und Westfalenwanderweg betreuen ab.

Kooperieren auch mit den „Landräten z.B. mit denen aus Höxter und Paderborn, wurden von diesen Gebeten ihre Karten zu bearbeiten und vertreiben diese“ (Kappe).

Biologische Station Lippe³¹ kann die Mehrzahl der Maßnahmen nur „in Abstimmung mit den Zuwendungsgebern“ (Füller) durchführen. Kooperationspartner ergeben sich durch Struktur der Station, hier sind „Waldbauern, Landwirte, Kreis und Naturschutzverbände“ (Füller) eingebunden. Haben „mit allen ein relativ gutes Verhältnis, insbesondere mit

³⁰ Im Folgenden TWV genannt

³¹ Im Folgenden BSL genannt

Naturschutzbund aber auch mit den Landwirten, hier läuft es auf persönlicher Ebene“ (Füller). Weitere Zusammenarbeit im Bereich der Vermarktung des neuen Wanderführers mit Herrn Kieper und dem Lippe Tourismus und der Marketing AG. Der Wanderführer „ist in Zusammenarbeit mit der Lippe Tourismus Marketing entstanden“ (Füller).

Der Naturpark Eggegebirge südlicher Teutoburger Wald, arbeitet im Bereich der HH eng mit der OWL-M zusammen, „wo etwas gemacht wird, wird untereinander abgestimmt“ (Scholz). Weitere enge Zusammenarbeit mit „den beiden Wandervereinen, EGV und TWV, ergibt sich einfach zwangsläufig“ (Scholz). „Es gab früher Probleme mit dem TWV, aber nie mit dem EGV. Jetzt jüngere Führungscrew, [...], seit dem geht es wieder. Mittlerweile klappt die Zusammenarbeit“ (Scholz).

Terra Vita hat in OWL Absprachen mit dem Kreis Minden-Lübbecke. Ansonsten bestehen noch Kooperationen „bei der Erarbeitung der Routen mit Leuten zusammengesetzt z.B. mit Herrn Frank vom Umweltamt“ (Kluttig).

Herr Kieper ist durch seine Wanderführer auf die Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern angewiesen. Sein geplanter Eggeweg Wanderführer ist „alleine nicht zu stemmen, müssen diesbezüglich mit dem Naturpark und Eggergebirgsverein sprechen“ (Kieper). Auch bezüglich seiner Ausbildung zum Naturwanderführer gab es Kontakte zum Naturpark Eggegebirge und südlicher zum Teutoburger Wald.

Zwischenergebnis 12: Wanderverbände stehen durch Konzeption und Pflege von Wegen, untereinander in Kontakt und arbeiten diesbezüglich projektbezogen mit Verwaltungen u. Touristikern zusammen. BSL durch Mitgliederstruktur in Kontakt zu anderen Akteuren, zusätzliche Zusammenarbeit mit Hr. Kieper und dem Lippe Tourismus durch den Wanderführer. Naturparke durch Wanderwege in Kontakt mit Wandervereinen. Der Naturpark Eggegebirge über die HH in Zusammenarbeit mit der OWL Marketing. Die Zusammenarbeit im Wanderbereich wird meistens als reibungslos beschrieben.

7.1.4 Radeln und Wandern in der Region

Im folgenden Block wird ein Überblick über verschiedene Bereiche, der in der Region liegenden Rad- und Wanderstrukturen gegeben. Neben dem touristischen Potential von Radeln und Wandern, werden zukünftige Entwicklungen diskutiert, die Möglichkeit eines OWL um spannenden Rad- und Wandernetzes angesprochen und vorbildliche Routen und Initiativen von den Experten genannt.

Die Punkte „OWL umspannendes Rad- und Wandernetzes“ und „Zukunftspotential von Radeln und Wandern“ sind in erster Linie an Touristiker gerichtet. Dagegen bilden „Zustand

des Streckennetzes“ und „AG Fahrradfreundliche Städte und Gemeinden“ speziell an Rad- und Wanderexperten gerichtete Abschnitte.

Bezüglich der AG FFSG haben sich auch Touristiker hierzu geäußert, aber wenn dann am Rande und in Verbindung mit anderen Themen.

OWL-M ist nur von der Thematik „Potential von Radeln und Wandern“ betroffen.

Touristiker:

Das touristische **Potential von Radeln und Wandern** wird von den Touristikern überwiegend positiv gesehen und als bedeutsamer Faktor ihrer Kreise und der Region OWL eingeschätzt:

Die Kreise Herford, Gütersloh und die Stadt Bielefeld sehen eine OWL weite Ausrichtung als richtig an. Im Falle ihres Gebietes schätzen Gütersloh und Herford den Bereich des Geschäftstourismus als gleichbedeutend oder sogar wichtiger ein, Bielefeld sieht sich im Bezug zum Radtourismus als benachteiligt an, bzw. misst dem Wandertourismus eine größere Bedeutung bei:

- *„Potential für die Region ist gegeben, wenn auch kein außergewöhnliches. Wandern und Radeln sind verbindende Elemente“ (Rührup).*
- *„HH eines der touristischen Produkte und WELL“ (Rührup).*
- *„Wandern und Radwandern insgesamt durchaus richtig angesiedelt in der Region Ostwestfalen Lippe oder Teutoburger Wald“ (Rührup)*
- *„Wandern kein bedeutendes Thema, nur für Verbandsgemeinde Rödinghausen“ (Rührup).*
- *„Enge Vernetzung mit dem Bereich der Wirtschaft, Geschäftsreisen, Messen, wird eine hohe Bedeutung innerhalb Kreis Herford beigemessen, in der Region keine“ (Rührup).*
- *„Für Kreis Gütersloh Wandern und Radeln im Bezug auf den Tourismussektor untergeordnet – Geschäftstourismus wichtiger“ (Stönner).*
- *„Können mit Radfahren und Wandern gut leben - Themen in Gütersloh, aber hier eher auf Ausflügler fokussiert“ (Stönner).*
- *„Über herausragende Projekte wie HH ist es möglich sich besser national zu positionieren wodurch TW nicht mehr als kleiner Gebirgszug wahrgenommen wird“ (Stönner).*
- *„Top Trails (Eggeweg), die zehn besten deutschen Wanderwege werden zusammen vermarktet – Chance für die Region“ (Stönner)*
- *„Radtourismus in Bielefeld schwierig, da Radler schnell wieder aus der Stadt [...], brauchen Kooperationen in diesem Bereich“ (Bollhorst).*
- *„Bielefeld kann mit dem Hermannsweg punkten. [...] aktive Vermarktung und verschiedenste Projekte; Anbindung an ÖPNV“ (Bollhorst).*
- *„Derzeitige Gewichtung auf HH, WELL und Wellness 50+ ist richtig“ (Bollhorst).*

Weiterhin deutlich wird, dass alle drei Gebiete die HH als eines der Touristischen Produkte herausstellen. Zwei Experten heben diesen Bereich positiv für sich hervor. Auch die WELL wird von Frau Bollhorst und Herrn Rührup als regionales Produkt genannt.

Die Kreise Paderborn, Minden-Lübbecke, Höxter und Lippe sehen sich ganz klar als Rad- und Wanderregionen, wobei der jeweilige Schwerpunkt je nach Gebiet variiert und zum Teil noch durch andere ergänzt wird:

- *„Paderborner Land hat den Ruf als Radfahrregion. Initiator der Kaiserroute, dadurch auch Imagegewinn“ (Hoffmann).*
- *„Zeitung hat mal so etwas geschrieben wie, Paderborner Land der Radfahrhimmel links der Egge“ (Hoffmann).*
- *„Sinnfeld Höhenweg, 144 km, Rundweg, kann im PL gut vermarktet werden. Gute Resonanz, wird GPS technisch aufgenommen“ (Hoffmann).*
- *„Sämtliche Prospekte und Broschüren auch in niederländisch und englisch vorhanden“ (Hoffmann).*
- *„Region hat ein heterogenes touristisches Angebot hier, Wandern ist für die Region ein ganz wesentliches Angebot, im Kreis Teilkompetenz“ (Hundt).*
- *„Im Bereich Radwandern auf die Zielgruppe Best-Ager ausgerichtet, ideale Voraussetzungen“ (Hundt).*
- *„Weiterer wichtiger Aspekt ist der Bereich des Gesundheitstourismus“ (Hundt).*
- *„Flache Landschaft, Mittelgebirgszüge und dünn besiedelt, schöne Siedlungs- und Landschaftsstruktur, im wesentlichen eine Park- und Auenlandschaft, ähnlich dem Münsterland“ (Hundt).*
- *„Das ist die Stärke, sowohl was für den „Genuss-Wanderer“ und –Radler“ (Hundt).*
- *„Kreis vermarktet eher Wandern, da vorher keine Angebote im Radsektor –ändert sich mit dem Neuen Radfahrmagazin [...]“ (Klamann).*
- *„Ändert sich auch im Hinblick auf die Aufnahme in die AG Fahrradfreundliche Städte und Gemeinden“ (Klamann).*
- *„Hoffen das durch die Entschlackung der Wege und einheitlicher Beschilderung eine bessere Vermarktung möglich ist“ (Klamann).*
- *„HH boomt, Nachfrage hat sich verstärkt, auch jüngeres Publikum“ (Klamann).*
- *„Wellness, Wandern und Radfahren. Für Sie sind die drei Themen die wichtigsten, zusätzlich Kultur oder Sehenswürdigkeiten [...]“ (Krajewski).*
- *„[...]Natur das Potential welches Sie haben“ (Krajewski).*
- *„Aushängeschild im Radtourismus ist der Weserradweg und ansonsten auch ein sehr gut gepflegtes Radnetz, ein Pluspunkt, [...]“ (Krajewski).*
- *„Wandern noch im Rückstand, werden wir noch dieses Jahr angehen“ (Krajewski).*

- „In der Region werden Radeln und Wandern aktiv angegangen, im Paderborner Land kann man es gut sehen oder HH und auch an der Radbroschüre, die für die gesamte Region herausgebracht wird“ (Krajewski).
- „Radfahren und Wandern als Verknüpfungspunkte. Tourist, der in die Region kommt will nicht nur Sehenswürdigkeiten anschauen, sondern auch Radfahren und wandern“ (Krajewski).

Was im Kreis Paderborn noch auffällt ist, dass sie als einzige durch englische und niederländische Broschüren versuchen die jeweiligen Märkte anzusprechen. Was ihnen auch gelingt, „Rücklauf aus den Niederlanden sehr groß, starkes Interesse“ (Hoffmann).

Zwischenergebnis 13: Wandern und Radeln werden als OWL bezogene Produkte angesehen. Vier von sieben Kreisen sehen sowohl Wandern als auch Radfahren als eines ihrer Hauptprodukte an. Im Falle Bielefelds wird eher auf Wandern gesetzt. Herford und Gütersloh sehen Geschäftstourismus als wichtiges Potential. Auffällig ist die fast durchgehend positive Hervorhebung der HH und der WELL.

Radexperten

Alle Radbeauftragten und die Betreiber von eigenen Routen, hier VVOWL und Gemeinde Hövelhof, sind sich einig, dass Radfahren ein **großes touristisches Potential** für die gesamte Region OWL und in einzelnen Gebieten hat:

- „Radtourismus als Hauptpunkt, bei gegebenem Konzept und Vermarktung als Alleinstellungsmerkmal möglich“ (Dresbach).
- „Radfahrer sind nicht nur schnell aus der Stadt, sondern auch schnell in der Stadt. Enorme Übernachtungszahlen [...] in Bielefeld-Steinhagen“ (Dresbach).
- „BRR“ – Ist ein Erfolgsprojekt - Möchten als Verkehrsverbund, eine Stärkung der Bahnstrecken-Nebenstrecken im Freizeitverkehr“ (Dresbach).
- „Haben genug Radwege, an den schönsten Stellen führen alle Radwege, [...], wollen auf Qualität setzen, die vorhandenen optimal pflegen und bestmöglich vermarkten“ (Westhof).
- „Fahrradsektor kann Aushängeschild der Region werden, viele interessante Radrouten, die die Region durchqueren, sieht es aber von der Topographie ein wenig zwiespalten“ (Schäfer).
- „OWL Netz überall ähnlich dicht, aber in Paderborn gute Ausstattung in Hinblick auf touristische Wege“ (Schäfer).
- „Sieht Radtourismus als Möglichkeit sich als Region zu vermarkten auch anderen Regionen gegenüber“ (Schmeding).
- „Rad-Potential vorhanden, Bahnradrouten, WELL – Verknüpfung mit Privat Bädern“ (Schmeding).

- *„Wenn gezielte Werbung, in größeren Städten, dass man in OWL gut Rad fahren kann dann könnte Ergebnis erzielt werden“ (Kaup).*

Auch die befragten ADFC Experten sehen im Radtourismus ein großes Potential und Möglichkeit den Bekanntheitsgrad der Region national zu steigern:

- *„Fahrradtourismus eignet sich sehr stark, in OWL, als touristisches Potential. [...] wo der Trend hingeht, viel mehr selber für die eigene Gesundheit machen und [...], Kultur damit verbinden“ (Neugebauer).*
- *„Wäre eine Möglichkeit die Region im nationalen Vergleich bekannt zu machen, ähnliche gute Möglichkeiten wie das Münsterland auch[...]“ (Folke).*
- *„Potential auf jeden Fall, sieht Potential auf dem Ems-Radweg und Wellness-Radroute, für ganze Region, [...] als OWL Route herausstellen“ (Schröder).*
- *„Radtourismus sollte ein Aushängeschild der Region werden, Alleinstellungsmerkmal. Ist es noch nicht“ (Dingerdissen).*
- *„Auch von der Topographie der Gegend sehr gut geeignet, flache Gebiete und hügelige Gebiete, es gibt alles, super geeignet“ (Dingerdissen).*

Allerdings werden auch kritische Stimmen laut, die eine Vernachlässigung des Radbereichs als touristisches Potential fürchten:

- *„Alleinstellungsmerkmale durch OWL-M definiert – Wellness, Wandern, Radfahren, aber nicht gepflegt im Gegensatz zu Wandern“ (Schäfer).*
- *„Fahrrad fahren verwaist“ (Schäfer).*
- *„Was fehlt, aber vom Volumen auch nicht läuft, ist ein Radreiseveranstalter in der Region, durch Kataloge Bekanntheit schaffen“ (Schäfer).*
- *„Fahrrad als Wirtschaftsfaktor, [...]. Diese Wirtschaftskraft wird links liegen gelassen, jetzt darauf aufmerksam geworden, hoffet auf AG Radtourismus“ (Folke).*
- *„Riesiges brachliegendes Potential was bislang nicht ausreichend beackert wurde“ (Folke).*

Zwischenergebnis 14: Radeln wird als großes touristisches Potential für die Region eingeschätzt. Könnte Aushängeschild – Alleinstellungsmerkmal für die Region werden. Abwechslungsreiche Topographie, für jeden etwas. Die Gefahr wird darin gesehen, dass der Fahrradtourismus als Wirtschaftsfaktor nicht ausreichend gefördert wird.

Wanderexperten

Es besteht eine große Nachfrage auf die durch Wandervereine organisierten Touren. Im Fall des Teutoburger Wald Vereins fragen hauptsächlich *„Privatpersonen, kleinere Gruppen und Firmen“* (Klemme) nach Wanderangeboten.

Der Wanderverein Porta Westfalica-Mittelweser stellt eine „große Nachfrage nach größeren Wegen“ (Meier) fest, wobei hier viele „Anfragen aus Hannover, Bielefeld“ (Meier) kommen. Außerdem kommen fast „jeden Tag Nachfragen von Zeitungen“ (Meier), welche besonders nach ihren „sieben besondere Wegen“ (Meier) fragen.

Auch der Eggegebirgsverband führt Wanderungen durch „alle 14 Tage Sonntags eine Wanderung in Driburg [...], und dann gibt es in Driburg jeden Mittwoch und jeden Samstag Kurgastwanderungen, führe auch welche davon“ (Kappe), bei denen durchschnittlich „20 bis 30 Leute“ (Kappe) mitlaufen.

Wanderungen der Biologischen Station Lippe werden je nach Bekanntheitsgrad des Gebietes und Platzierung der Ankündigung nachgefragt. Im Normalfall nehmen um die 30 Personen an den Führungen teil. „In der Regel aber Leute, die so eine Form des Tourismus besonders schätzen“ (Füller).

Der Naturpark Eggegebirge führt Wanderungen unter verschiedensten Aspekten „zur Akzeptanzzielung, [...]“ (Scholz) durch. Diese sind „immer voll“ (Scholz), Werbung erfolgt „durch Plakataktionen und Internet. Die meisten Leute schauen im Internet nach“ (Scholz). Für Herrn Kieper hat OWL ein riesiges Wanderpotential, er hat dieses erfahren „durch eigene Führungen und deren Nachfrage“ (Kieper).

Neben der großen Nachfrage nach angebotenen Wanderungen gibt es noch andere Besonderheiten die positiv auf das touristische Potential Wandern wirken.

Der Teutoburger Wald Verein, kennt eine Reihe von Hotelbetrieben die „Wanderern gut gesonnen“ (Klemme) sind und gibt diese Informationen weiter.

Eine Besonderheit des Gebietes in Porta Westfalica ist, dass hier ein „großer Wegepunkt“ (Meier) ist, an dem „viele überregionale Wege zusammen“ (Meier) kommen. Der hiesige Wanderverein setzt genau wie der EGV Busse auf ihren Touren ein, was den Service erhöht.

Im Gebiet des Eggegebirgs- und des Teutoburger Wald Vereines befinden sich die HH, welche aus dem prämierten Eggeweg und dem Hermannsweg bestehen.

Zwischenergebnis 15: Das touristische Potential des Wanderbereiches ist gegeben und lässt sich an der großen Nachfrage an den geführten Wanderungen festmachen. Die Hermannshöhen werden, wie schon im ersten Teil, hervorgehoben. Besonderheiten die noch genannt werden sind Bustransporte zu den Wanderungen und ein Wegepunkt in Porta Westfalica.

OWL Marketing

Nach Ansicht der OWL-M gibt es „relativ viele Mittelgebirgsregionen in Deutschland die beliebig austauschbar sind, die ähnliches bieten“ (Westermann).

Für sie sind Leuchttürme in der Region die „HH und eigentlich noch die WELL. Des Weiteren noch der Gesundheits- Bereich“ (Westermann). „Radeln und Wandern neben Wellness,

Hauptpotentiale. Wir Versuchen die Kernkompetenzen miteinander zu vernetzen“ (Westermann).

Eine andere Besonderheit die „so gut wie gar keine Region“ (Westermann) hat wäre „Gesundheitswandern“ (Westermann), dieses könnte sich in der Region lohnen.

Zwischenergebnis 16: Touristisches Potential wird für beide Bereiche gesehen, Hauptprodukte hier ist die WELL und Hermannshöhen. Beides könnte man in Verbindung zum Gesundheitstourismus noch ausbauen.

In den Bereichen Radeln und Wandern werden auch **zukünftige Potentiale** für die Region gesehen:

- *„Radfahren besitzt gerade in Bezug auf Fahrradfreundliche Städte und Kommunen für den Kreis Herford Zukunftspotential,“ (Rührup).*
- *„Beide Bereiche haben Zukunftspotential – die HH laufen durch vier Kommunen im Kreis Gütersloh diese sind sehr wichtig – Kommunen welche am TW liegen müssen noch aktiver werden“ (Stönner).*
- *„Bereiche Wandern und Radeln besitzen Zukunftspotential – aber wo kann man in Deutschland nicht wandern oder radeln, wir sind damit nicht alleine“ (Hundt).*
- *„Zukunftspotential, generell schon, Kreis durch neues Radnetz und Routen werden ausgebaut bzw. ausgedünnt. Im Wanderbereich ist eine bessere Ausgangssituation, aber weiter ausbaufähig [...]“ (Klamann).*
- *„Wandern und Radeln besitzen Zukunftspotential – wachsende Tourismusbereiche“ (Krajewski).*
- *„Statistiken belegen dies, Wandern, Radfahren und Kultur. Ein Thema das alle verbindet“ (Krajewski).*
- *„Zukunftspotential ist gegeben und es sollte verstärkt mit den Kreisen gearbeitet werden, was auch absolut nötig ist“ (Bollmann).*

Die vermehrte Einbindung von GPS Technik, gerade im Radbereich, zeigt dass die Kreise sich nicht vor Innovationen verschließen und auf neue und zukunftsweisende Techniken setzen.

Im Paderborner Land enthalten Rad- und Wanderbroschüren „Angaben zu GPS Daten, wenn vorhanden“ (Hoffmann) und „Hauptwanderwege im Netz (auf deutsch-niederländisch)“ (Hoffmann) sind ebenfalls mit GPS Angaben ausgestattet. Auch im Kreis Lippe wird GPS „verstärkt aufgenommen durch den Gasthof Havergoh, er verleiht diese Geräte auch für Wanderungen“ (Klamann), wollen Angebot ergänzen durch Kooperation mit Reiseanbieter Pharos Reizen, sollen dann „optional GPS Touren anbieten im Bereich „Wandern“ (Klamann).

Zwischenergebnis 17: Das Zukunftspotential von Radeln und Wandern in der Region wird von allen Beteiligten als bedeutend eingeschätzt. Der vermehrte Einsatz und das Interesse an GPS im Rad- u. Wanderbereich verdeutlicht dieses.

Touristiker

Die meisten Touristiker sehen eine Möglichkeit darin die Region mit einem **umspannenden Rad oder Wandernetz** zu verknüpfen. Einige halten dieses in Bezug auf bestehende überregionale Routen schon für gegeben.

Im Wittekindkreis Herford wird darüber nachgedacht, aber es *„war früher teilweise schon weiter als [...] heute“* (Rührup).

Im Bereich Radwandern wäre die WELL eine Möglichkeit, *„Orte sind darüber weitgehend verbunden in der Region, WELL aber kein Premium Produkt im Bereich Radwandern“* (Rührup).

Im Falle der Pro GT in Gütersloh würde sich der Kreis Gütersloh beteiligen, wenn *„ein auf Wandern und Radeln basierendes Konzept für die Region beschlossen würde“* (Stönner).

Das Paderborner Land sieht die überregionale Nachfrage im Radbereich, gerade auch aus den Niederlanden, sie *„schauen auch bewusst über den Tellerrand hinaus“* (Hoffmann). Im Bereich Wandern ist es dem Wanderer *„egal in welchem Gebiet er sich gerade genau befindet, spannend für den Wanderer, wenn er andere Gegenden erfährt“* (Hoffmann).

Für den Mühlenkreis Minden-Lübbecke ist das *„Thema Radwandern, Wandern alleine ist nicht entscheidend, es müssen Argumente geliefert werden weshalb jemand in OWL oder im Teutoburger Wald wandert“* (Hundt).

Für die Lippe Marketing und Tourismus AG ist ein *„[...] die gesamte Region umspannendes Radel-, Wander- Gesamtkonzept, im Bereich Wandern in Ansätzen vorhanden, siehe HH“* (Klamann), er denkt aber das es im Radbereich schwieriger ist.

HH sollten *„zusätzlich andere Region vernetzen. Von HH abgehende Zusatzwege“* (Klamann).

Bei der GFW in Höxter sieht man *„Chancen für ein OWL umspannendes*

Radnetz“ (Krajewski), wäre aber *„Aufgabe der Rad AG“* (Krajewski). Insgesamt wird das

Radnetz als sehr gut beurteilt, aber es braucht *„nicht mehr Radwege, die Zahl ist ausreichend aber die Qualität ist entscheidend“* (Krajewski). *„Zusammenarbeit ist in diesem Punkt wichtig, Touristen interessieren keine Kreisgrenzen“* (Krajewski).

Für die BM ist ein *„die Region umspannendes Radel- und Wanderkonzept [...] über eine Verknüpfung der beiden Produkte gegeben und sinnvoll, aber Ausnahme sind die*

HH“ (Bollhorst). *„Für die Region sind beide Potentiale sehr wichtig“* (Bollhorst)

Zwischenergebnis 18: Die Möglichkeit eines, die Region umspannenden, Rad- und Wandernetzes werden als gut eingestuft. Die WELL wird von einigen Touristikern als bestehendes die Region vernetzendes Produkt angesehen, für die Hermannshöhen trifft dieses nur eingeschränkt zu und sollte erweitert werden.

Radexperten

Im nächsten Punkt wird von den einzelnen Experten ein Überblick über den **Zustand des Streckennetzes** gegeben. Des Weiteren werden notwendige oder wünschenswerte Verbesserungen angesprochen.

In Bezug auf die Bahn Rad Routen achtet die VVOWL darauf, dass eine konstante Qualität gewährleistet wird, dadurch ist es möglich, dass *„sie ein Unternehmen (Bike Scout) vor Ort haben, das die Routenpflege begleitet, jeden einzelnen Ausschierungsstandort anschaut und je nach Zustand [...] macht [...] was gemacht werden muss“* (Dresbach).

Routenveränderungen welche meistens *„durch natürliche Veränderungen bedingt“* (Dresbach) sind werden *„im Spiralo dokumentiert“* (Dresbach) und *„auf der oberen Ebene, also den Kreisen und den beteiligten Kommunen, genau abgesprochen“* (Dresbach).

Das Amt für Verkehr Bielefeld unternimmt verschiedene Maßnahmen, um die Qualität des Netzes aufrecht zu erhalten, so werden *„Radwegenetz Lücken [...] ergänzt, Abstellanlagen erweitert“* (Fabian) und die Akzeptanz von kostenintensiven *„Fahrradboxen [...] getestet“* (Fabian).

Für den Bereich Paderborn sieht Herr Schäfer, genauso wie in gesamt OWL, ein dichtes Netz, aber im Gegensatz zu anderen Regionen liegt hier eine *„gute Ausstattung und eine Vielzahl in Hinblick auf touristische Wege“* (Schäfer) vor.

Herr Schäfer würde die *„Note 3 für die Kommune [...] bezüglich des Ausbaus des Radverkehrsnetzes“* (Schäfer) verteilen. Dieses zeigt sich z.B. bei der *„Wegebeschaffenheit, Wassergebundene Decken teilweise Schlaglöcher“*, hier dauert es *„immer ein bisschen bis es ausgebessert ist“* (Schäfer).

Ein anderer Vorschlag, der noch nicht umgesetzt wurde, ist die Errichtung vom *„ADFC klassifizierte Picknickecken“* (Schäfer) auf *„schönen Strecken z.B. Lippensee“* (Schäfer).

Für das Planungsbüro Herford ist die derzeitige *„Radstruktur Stand schlecht, Netz seit 94 nicht mehr gepflegt (von 1986). 60% der Schilder sind nicht mehr vorhanden“* (Schmeding).

Für sie ist die *„Beschilderung größtes Problem, im Zuge der AG FFSG dabei alles Neu zu machen“* (Schmeding). Im Zuge der Neuordnung sollen alte Radlinien weg, jedoch Radwege um den Kreis sollen erhalten bleiben *„um alle Städte und Gemeinden in einen Rad- und Wanderoute einzubinden“* (Schmeding). Ebenfalls eine *„neue Themenroute soll installiert werden – Museumsroute“* (Schmeding).

Der Fahrradbeauftragte des Kreises Lippe sieht das *„Kreisnetz im Vergleich zu anderen Kreisen“* (Kaup) als ausgedünnt, ein *„Überblick ist so gewährleistet“* (Kaup).

Im Kreis gibt es ein breites Spektrum was Qualität betrifft *„zum Teil sehr gute Wege und zum Teil Verbesserungswürdig“* (Kaup).

Für ihn ist *„ein weiterer Ausbau der Infrastruktur dringend notwendig, insbesondere zur Erhöhung der Verkehrssicherheit für Radfahrer“* (Kaup).

Der ADFC Lippe beurteilt die Arbeit des Kreises als sehr gut, da der *„Kreis Lippe gerade [...] in die AG FFSG aufgenommen wurde“* (Neugebauer). Es wird einiges getan, Themenrouten werden *„bereinigt, zum Beispiel Weser Renaissance kommt weg, [...] Netz wird mit Wegweisern, nach Radwegweisung NRW ausgemaltes“* (Neugebauer).

Der ADFC Herford sieht die *„Oberflächenqualität der Wege als sehr schlecht“* (Folke) an. Kein Geld ist für sie kein Argument, *„siehe Hr. Göttsche in Marl, hier wurden Neuerungen durch Bürger erreicht, so höhere Akzeptanz, durch direkte Beteiligung der Bürger“* (Folke).

In Gütersloh befindet der dortige ADFC, dass die *„Strukturen nicht schlecht aber verbesserungswürdig“* (Schröder) sind, *„im Vergleich zur Gesamtstruktur eher durchschnittlich“* (Schröder). Bezüglich der durch den Kreis laufenden Themenrouten sollte *„eine verstärkte Kommunikation mit den Eigentümern [...] stattfinden, um einen Konsens mit diesen zu finden“* (Schröder), so dass Streitigkeiten über die Wegführung gar nicht erst entstehen. Stadt Rietberg hat eine gute Radwegstruktur im Kreis.

Laut dem ADFC Bielefeld gibt es aufgrund des Großstadtcharakters *„keinen Weg der nur schön ist, auf jeden Fall nicht für Alltagsradfahrer“* (Dingerdissen). Bielefeld war Pilotregion für Radverkehrskonzept NRW, sie haben es gut umgesetzt, andere die es erst später umgesetzt haben *„konnten von Erfahrungen aus Bielefeld profitieren“* (Dingerdissen).

Zwischenergebnis 19: Der Zustand des Radstreckennetzes ist bedingt durch die, in der Vergangenheit, geleistete Arbeit. Der Zustand der Kreise wird größtenteils positiv bewertet. Strukturell schwache Kreise sind momentan dabei diese zu verbessern. Ursache hierfür sind Bestrebungen in die AG FFSG zu gelangen. Themenrouten müssen gesondert betrachtet werden. Im Fall der "BRR" werden von der VVOWL große Anstrengungen unternommen, um eine gute Qualität und Aktualität zu garantieren.

Wanderexperten

Der Teutoburger Wald Verein ist zuständig für die Pflege und Wartung von Wanderwegen in ihrem Gebiet, darunter auch der Hermannsweg. Dabei betreuen *„Bezirkswegewarte Wege vor Ort“* (Klemme), und müssen wenn *„Schäden auftreten diese in Ordnung bringen“* (Klemme), nach dem *„Wintersturm einiges zu tun, aber normalerweise in Ordnung [...]“* „sie sind *„Stolz auf Ihre Wege“* (Klemme). Er bemängelt, dass auf den Wegen nicht Einkehrmöglichkeiten gibt, oder dass wenn vorhanden, diese *„abseits der Wege liegen“* (Klemme).

Der Wanderverein Porta Westfalica-Mittelweser schätzt den Zustand ihrer Wege als *„allgemein voll befriedigend“* (Meier) ein. Wegestruktur *„kann mit anderen Gebieten mithalten“* (Meier).

Eggegebirgsverein ist zuständig für die Wegzeichnung in den Kreisen Höxter und Paderborn. Der Eggeweg als erster prämiertes Wanderweg sieht diesen als *„vorbildlich in Hinblick auf OWL“* (Kappe) an.

Für den Naturpark Eggegebirge war der *„Zustand Wanderstrukturen [...] gut bis der Sturm kam“* (Scholz). *„Normalerweise müssen die Forstwege vom Besitzer instand gehalten werden, so pflegen das man sie auch benutzen kann, heißt aber nicht, dass man da vernünftig drauf wandern kann“*, bei *„Feinarbeiten springen immer Wanderverbände ein“* (Scholz), er konnte diese immer finanziell unterstützen, aber dieses Jahr ungewiss.

Zwischenergebnis 20: Zustand der Wanderwege wird durch Wandervereine und Naturpark als positiv bewertet. Ursache hierfür ist Pflege der Wandervereine und in der Region liegende hochwertige Wege, wie z.B. der prämierte Eggeweg. Im Moment muss Struktur ausgebessert werden, aufgrund des Sturmes Kyrill.

Im nächsten Punkt geht es um die **Arbeitsgemeinschaft der Fahrradfreundlichen Städte und Gemeinden**. Im Bereich OWL gibt es sowohl Städte wie z.B. Bielefeld, als auch Kreise die, durch Erfüllung entsprechender Voraussetzungen, der AG angehören. Vorteile der AG sind ein übergreifender Austausch der am Radverkehr beteiligten Gruppen, aus Verwaltung, Touristik und Vereinen, eine Anhebung der Qualität des Radverkehrsstruktur als auch ein Vorteil bei Anträgen zu Fördergeldern im Radbereich.

VVOWL sieht eine Verbesserung der touristischen Fahrradvermarktung, seitdem Lippe *„[...] fahrradfreundlicher Kreis geworden ist und eine Agentur beauftragt hat und da auch Geld rein steckt, um die gesamten touristischen relevanten Strecken[...]“* (Dresbach) professionell zu vermarkten.

Die Gemeinde Hövelhof sieht sich schon als fahrradfreundlich an. Im Moment gibt es *„[...] keine Bestrebungen, es hat immer mit Aufwand zu tun, will es aber nicht für die Zukunft ausschließen [...]“* (Westhof).

Ziel der Stadt Bielefeld war es über die AG eine *„[...] Verbesserung, Optimierung des Radverkehrs“* (Fabian) zu erreichen, wobei *„[...] in erster Linie keine touristischen Absichten[...]“* (Fabian) bestanden, die Initiative *„[...] kommt aber allen zugute“* (Fabian). Es gab *„im Zuge dessen auch Zusammenarbeit mit Touristikern, aber im Moment ist kein Bedarf“* (Fabian).

Im Falle Paderborns bestehen *„von offizieller Seite keine Bestrebungen um Aufnahme in die AG. Die Kostenfrage ist nicht die Mitgliedschaft, sondern die Kosten für die Umbaumaßnahmen“* (Schäfer). Er sieht in der AG eine *„Chance für gesamt OWL“* (Schäfer) eine Verbesserung des Radverkehrs zu erreichen und darüber einen Namen zu machen, er *„plädiert schon seit längerem für eine Teilnahme an der AG“* (Schäfer), dies wird aber aus obigen Gründen abgelehnt.

Herford betreibt eine Aufnahme in die AG über das eingerichtete Planungsbüro, im Zuge dessen erfolgt gerade *„eine Bestandsaufnahme der bestehenden Wege“* (Schmeding).

Der Kreis Lippe ist seit Anfang des Jahres in der AG sie wollen darüber „*die Rahmenbedingung für den Radverkehr insgesamt [...] verbessern, sowohl für den touristischen, als auch für den alltäglichen Verkehr*“ (Kaup). Das bedeutet z.B. eine Verbesserung „*der Infrastruktur, des Radwegebau, Ausbau der Wegweisung an Radwegen, neue Radwanderkarten und besseren Service (Bett and Bike –Angebote)*“ (Kaup). Dazu wurden „*mit den aktiv Beteiligten Arbeitskreise gebildet. Austausch mit Touristikern und Technikern und den Bauleuten*“ (Kaup).

Bünde entwickelte zuerst ein „*alternatives Konzeptes entlang von städtischen Straßen und Wegen, aus Not heraus geschaffen*“ (Schuh), bedeutet konkret „*Einrichtung von 30er Zonen und Befestigung von Acker und Feldwegen (Asphaltierung) und dadurch häufig mit geringen Mitteln erreichte Netzschlüsse*“ (Schuh).

„*Durch ein vorbildliches, qualitatives Netz kam Gedanke an Bewerbung bei der AG Fahrradfreundliche Städte NRW, die Bewerbung erfolgte 1998-99*“ (Schuh).

Das Ziel wurde erreicht, aber „*kein Stillstand. Bünde muss dranbleiben, als nächstes steht die Radwegweisung NRW an*“ (Schuh).

„*Sehe Möglichkeit für den ganzen Kreis Herford. Seit 2006 dabei Defizite zu analysieren, durch Projektbüro*“ (Schuh), doch „*einzelne Städte und Gemeinden sind unterschiedlich engagiert, große Diskrepanz*“ (Schuh).

Der ADFC Lippe ist seit Februar in der AG, da das Netz „*durch Aneinander-Koppelung der Radwege über den ganzen Kreis gesehen*“ (Neugebauer) überzeugt und eine neue Beschilderung angegangen ist „*erstmal das wichtigste*“ (Neugebauer).

„*Radlerfest für die Bevölkerung im Vorfeld der Mitgliedschaft. Sternfahrt zu einem gemeinsamen Punkt, es wurde nach außen hin propagiert*“ (Neugebauer)

„*Die politischen Verantwortlichen hoffen auf Fördertöpfe (ist im Fahrradbereich einfacher an Fördermittel zu kommen) und man hoffte, dass man Touristen damit locken kann*“ (Neugebauer). Er sieht eine „*Möglichkeit für die ganze Region, sich zu repräsentieren*“ (Neugebauer).

Anregung für eine Bewerbung wurde „*durch den ADFC auf den Weg gebracht*“ (Folke).

Bislang zwei fahrradfreundliche Städte im Kreis „*Herford als Gründungsmitglied und Bünde*“ (Folke).

„*Es gibt die Bestrebungen fahrradfreundlich zu werden, von allen Fraktionen beschlossen, Herr Nieling soll dieses umsetzen*“ (Folke).

„*Der ADFC schätzt das kritisch ein mit den Fortschritten. Eine gute Ausschilderung (Im Zuge der fahrradfreundlichen Stadt) wurde eingerichtet usw. viel getan, dann aber abgeebbt nachdem Herford in die AG aufgenommen wurde*“ (Folke)

In Gütersloh gibt es keine kreisweiten Bestrebungen, „*Rheda-Wiedenbrück wollte rein, Delegation war hier, aber ist nach einer halben Stunde wieder abgereist*“ (Schröder). Nach

seiner Ansicht könnte „Rietberg [...] da rein kommen. Müsste aber im Kreis noch viel passieren“ (Schröder).

Der ADFC Bielefeld sieht positive Effekte der AG, dadurch „kommen die Leute zusammen und tauschen sich aus, aufgeschlossener“ (Dingerdissen).

„Umlandgemeinden drängen alle in die AG FFSG, kriegen nicht mehr Geld, sind aber eher bei Zuschüssen dabei im Fahrradbereich“ (Dingerdissen).

Es wäre gut, wenn „[...] ganzes Gebiet in der AG wäre, auch aus touristischer Sicht, streben ja auch touristische Effekte an, dann wäre Synergie gegeben“ (Dingerdissen).

Zwischenergebnis 21: Ziel der AG FFSG ist in erster Linie die allg. Verbesserung des Radnetzes, gleichzeitig führen Verbesserungen aber auch zur Anhebung des touristischen Netzes. Der stattfindende Austausch zwischen am Radverkehr beteiligten Akteuren wird von vielen als überaus positiv empfunden. Die AG wird auch als Mittel gesehen, um die ganze Region zu vernetzen und zu bewerben.

Touristiker

Im Folgenden werden **vorbildliche Routen und Initiativen** aus Sicht der einzelnen Touristiker vorgestellt.

Im Gebiet Herfords liegen die Routen „Weserradweg, Else-Werre, Cheruskerweg und Wiehensteig“ (Rührup), welche als vorbildlich angesehen werden. Davon ist der „Weser-Radweg, [...] ein Premium Produkt. Gehört immer deutschlandweit zu den Top Drei“ (Rührup).

Eine im Kreis liegende „vorbildliche fahrradfreundliche Stadt ist Bünde, eine der beliebtesten Fahrradstädte in NRW, gleicher Rang wie Münster“ (Rührup).

Für den Kreis Gütersloh sind der „Eichenrundweg und HH“ (Stöner).

„Paderborner Land Route, Eggeweg und der Sintfeld Höhenweg als Vorzeige

Routen“ (Hoffmann) des Kreises Paderborn. Gute Ansätze sieht Herr Hoffmann in

Bestrebung der OWL-M „Informationen bereitzustellen, Tourismustage, Arbeitskreise zum Thema Kultur und Radfahren zu organisieren“ (Hoffmann). Weiterhin wichtige Innovation für ihn ist GPS, dies ist „ein zentrales Thema“ (Hoffmann) im Kreis.

Herr Hundt sieht seinen, den ganzen, Kreis Minden-Lübbecke als vorbildlich an „Zustände wie im Münsterland, landschaftliche Infrastruktur, sie sind fahrradfreundlich“ (Hundt).

Vorbildliche Routen im Kreis Lippe „sind Fürsten Route Lippe und HH“ (Klamann).

Initiativen, die Herr Klamann sich in Bezug auf Kundenbindung von Radlern wünschen würde, wären „direkt an die Zielgruppe gehen z.B. durch Radlerbroschüre in Kooperation mit ADFC [...] Fachmessen“ (Klamann).

Das Aushängeschild im Radtourismus ist für den Kreis Höxter der „Weserradweg und ansonsten auch ein sehr gut gepflegtes Radnetz“ (Krajewski).

Bielefeld kann nach Ansicht von Frau Bollhorst „mit dem Hermannsweg punkten“ (Bollhorst).

Zwischenergebnis 22: Jeder Kreis hat nach Wissen der Touristiker seine eigenen vorbildlichen Rad- und Wanderwege. Am häufigsten genannt wurden der Weserradweg und die Hermannhöhen. Gute Initiativen ist die neuerdings von der OWL M stattfindende Informationsbereitstellung und Organisation von Arbeitskreisen. Gewünscht wird ein direkt auf Radgäste ausgerichtetes Marketing durch z.B. Kooperation mit ADFC.

Radexperten

VVOWL sieht im „Prinzip der Verkehrsarmut“ (Dresbach) einen **Vorbildcharakter** für andere Routen. „In der Innenstadtführung nicht immer auf Radweg, kann man nicht vermeiden, dass hier Straßen benutzt werden, aber teilweise besser, da weniger Verkehr“ (Dresbach).

Eine wichtige **Initiative** in Bezug auf den VVOWL ist die „systematische Initiation von Festivalitäten, eine Win - Win Situation für beide Partner [...] schaffen“ (Dresbach).

„Versuchen mit den Kommunen vor Ort oder mit Dorfgemeinschaften Marketingorganisationen, oder wer auch immer vor Ort zur Verfügung steht, Feste zu initiieren, wir satteln uns einmal drauf (siehe Obersee), aber es gibt auch Eigeninitiationen, wie der Bockhorster Spargelmarkt, der zum fünften Mal stattfindet, dass ist eine Erfindung der VVOWL“ (Dresbach).

Sie wollen mit „hochwertigen Veranstaltungen, mit vernünftigen, kleinen und exquisiten Sachen die Leute begeistern und die Fahrradfahrer fahren da hin“ (Dresbach).

„Seit 2003 sind GPS Geräte im Einsatz“ (Schäfer), bei der Tourist Information Paderborn, hat „auf jeden Fall Vorbildfunktion“ (Schäfer). Resonanz der Gäste ist positiv „Leute die das ausleihen kommen zufrieden wieder bis auf einen Fall in vier Jahren[...]“ (Schäfer). „Nach Zeitungsartikeln rufen Kollegen an und gerade auch Nachfrage im Zuge des Tourismustages und der AG zeigt Interesse“ (Schäfer).

Vorbildliche Routen im Kreis Herford, nach Ansicht des Planungsbüros, „sind Else Werre Route und Bahn Rad Routen“ (Schmeding). Gute Initiative ist die „AG Fahrradfreundliche Kreise“ (Schmeding), darüber die „Möglichkeit für die ganze Region, sich über diese zu vermarkten und sich zu repräsentieren“ (Schmeding).

Aus Sicht des Fahrradbeauftragten in Lippe handelt es sich bei der Fürstenroute, welche „durch die meisten historischen Altstädte“ (Kaup) führt, der „R1, wichtigste Route der Europaradweg“ (Kaup) und der Römerroute um vorbildliche Routen im Kreis.

Eine wichtige Initiative an der Bünde teilgenommen hat bzw. dieses noch fortführt, ist das auf europäischer Ebene initiierte BYPAD Programm (Bicycle Policy Audit).

Dabei wurde die Planungsgesellschaft Verkehr aus Hannover „von der Stadt Bünde beauftragt Moderation weiterzuführen. Zweimal im Jahr Treffen des bestehenden Kreises aus

Politikern, Verwaltung, Fahrradfahrern (ADFC, RC Olympia...) und Polizei“ (Schuh). Der Moderationsprozess ist „von außen besser zu steuern, neutraler, können Druck ausüben, so dass Treffen stattfinden, würde sich ansonsten sehr wahrscheinlich mit der Zeit verlaufen“ (Schuh). Vorteile sind, dass „Problematiken, die die einzelnen Parteien sehen erschließen sich auch den anderen“ (Schuh) und das dadurch „Programme schnell und auf breiter Basis fußend angegangen werden“ (Schuh) können. BYPAD würde uns auch auf Kreisebene realisieren lassen, so könnte die Zusammenarbeit der einzelnen Akteure „auf eine andere Ebene gestellt“ werden (Schuh).

Vorbildcharakter für den ADFC Herford hat „Netz in Bünde, mit Innen- und Außenring, daran sollte man sich orientieren“ (Folke). „Wege wie Weserradweg wären das optimale, haben versucht mit dem Elese-Werre Radweg etwas ähnliches zu konzipieren und Leute vom Weser Radweg abzuziehen“ (Folke).

Die Paderborner Land Route ist eine „der besten Routen der letzten Jahre, Leuchtturmbeispiel“ (Schröder), für den ADFC Gütersloh. Eine wichtige regionale Initiative ist für Herrn Schröder der AK Radtourismus, da dass „Kirchturmdenken in der Region [...] aufhören“ (Schröder) muss.

Auch der ADFC Bielefeld sieht die „AG Radtourismus als Chance für alle Beteiligten“ (Dingerdissen), gute Initiative, „Problem es kostet etwas für die Teilnehmer, wie wird das wahrgenommen, wenn man nicht hingehet dann bringt es nichts [...] Gelegenheit zur Weiterbildung“ (Dingerdissen).

Zwischenergebnis 23: Auch von Seiten der Radexperten werden eine Reihe von vorbildlichen Routen identifiziert, Beispiele waren Weserradweg oder Paderborner Land Route. Gute Initiativen sind für die Experten das Prinzip der Verkehrsarmut, die Initiierung von lokalen Festivitäten entlang der „BRR“ beides VVOWL, der Einsatz von GPS in Paderborn, die AG FFSG, das BYPAD Programm in Bünde und der AK Radtourismus.

Wanderexperten

Der Wanderverein Porta Westfalica-Mittelweser sieht einen **Vorbildcharakter** seines Netzes in „den Bereichen der Markierung und A-Wege und den ‚Besten Sieben Wegen‘. Ahmen andere nach“ (Meier).

Der Eggeweg ist für den EGV „vorbildlich in Hinblick auf OWL, sonst wäre es nicht prämiert“ (Kappe).

Eine naturnahe **Initiative** sind die Wanderungen der Biologischen Station Lippe, „spezieller Schwerpunkt, ist die Verbindung von dem Naturerlebnis Wanderung mit der Landschaft durch die man wandert“ (Füller). Sie haben die „Wanderungen, sofern es ging mit ÖPNV verbunden. Haben geschaut wo es Einkehrmöglichkeiten gibt, weil sie natürlich die Ausflüge in Verbindung mit der lokalen Gastronomie gestalten wollten“ (Füller).

Der Naturpark Eggegebirge hat eine spezielle Initiative gestartet, „*Ausbildung von Landschaftsführern, nach einheitlichen zertifizierten Ausbildungsregeln*“ (Scholz). „*Die machen sich natürlich in gewisser Weise selbstständig, arbeiten mit den touristischen Organisationen, meistens auf kommunaler Ebene, zusammen*“ (Scholz).

Wenn ihr Netz wieder in Stand ist, dann haben sie „*ein gutes und vorbildliches Wandernetz*“ (Scholz).

Für Herrn Kieper sind in OWL der „*Hermannsweg, Teuto Senne und in etwas kleinerem Rahmen Senne Parcours [...] qualitativ hochwertige Wege*“ (Kieper).

Zwischenergebnis 24: Wandervereine und Naturpark Eggegebirge sehen ihr Wandernetz als vorbildlich an. Initiativen sind die Naturerlebnis Wanderungen der Biologischen Station Lippe und die durch den Naturpark ausgebildeten Landschaftsführer.

7.1.5 Wellness-Radroute und Hermannshöhen

In allen mit den Experten besprochenen Bereichen wurden immer als möglicher Vergleich oder Beispiel die WELL und die HH genannt. Die noch immer stattfindende kontroverse Diskussion und überregionale Bedeutung der beiden Routen für OWL, sind die Gründe, weshalb ihnen ein eigener Punkt gewidmet wurde.

Die Einstellung der einzelnen Akteure zu den Routen und die Bewertung als touristisches Produkt sollen in diesem Punkt dargestellt werden.

Die Expertengruppe der Touristiker konnte sich zu beiden Wegen äußern, im Gegensatz dazu, konnten Rad- und Wanderexperten nur Informationen zu denen, in ihrem Themengebiet liegenden Routen geben. Bei den Touristikern werden HH und WELL getrennt voneinander behandelt.

Touristiker - Hermannshöhen

Aus der Sicht des Kreises Herford sollten HH „ein regionales Thema werden“ (Rührup). „[...]Hermannsweg sollte Premiumweg für ein Netzwerk von Wanderwegen werden, das Premium-Vorzeigeprodukt“ (Rührup). Herr Rührup hat das Gefühl das es „stehen bleibt und nicht das Gefühl das es weitergeht [...], H.H. hat einen Status Quo nicht die Perspektive die ursprünglich mal angedacht war“ (Rührup). Idee der HH „als gut gewertet, es muss gar nicht alles an den Hermannsweg angeschlossen sein, aber wenn man ein solches Premium Produkt in die Mitte stellt dann sollte man in Publikationen drum herum doch auf [...] gute Wege in der Region hinweisen“ (Rührup). Dieses würde „nicht die Qualität des Hermannsweges“ (Rührup) schmälern, im Gegenteil es würde „dem interessierten Wanderer Alternativen“ (Rührup) aufzeigen. Er bemängelt weiterhin die Projektbezogene Förderung des Landes, bzw. der OWL-M. „Man ist so sehr in diesen Projektgedanken das man gar nicht mehr die Möglichkeit hat die Basisarbeit ordentlich zu verrichten“ (Rührup).

Die HH wirken für die Pro GT in Gütersloh polarisierend auf die Region OWL. Das „Projekt ist gut, kann nicht jeden einbinden, wenn es dem Projekt nicht dient bzw. dem Wanderer nicht gefällt z.B. Wegebelaug nicht passt etc.“ (Stönner).

Andererseits sind „die HH noch nicht komplett“ (Stönner). „Es könnte mehr gemacht werden, aber keine Gelder – man macht was halt eben geht, so dass es in der Vermarktung stimmt“ (Stönner). Er sieht die HH „als Leuchtturmprojekt, soll Leute in die Region bringen und zeigen wie schön diese ist“ (Stönner).

Problem der HH aus Paderborner Land Sicht, ist die „Verwechslung der HH mit Hermannsweg in den Fachmedien“ (Hoffmann). Herr Hoffmann „hat den Namen HH nie befürwortet, wenn sich die Region überregional als TW Region verkauft, konnte der Weg nur

TW Weg heißen, auch wenn aus dem Bereich Eggegebirge gesagt wird, wir sind nicht TW. Der Tourist erkennt keine Übergänge“ (Hoffmann).

Leitprodukte sind für den Mühlenkreis Minden-Lübbecke wichtig, aber *„die HH sehr problematisch, man hat zwei bekannte Wege, Eggeweg und Hermannsweg, miteinander vernetzt unter HH. Aufgabe der Eigenständigkeit/Begrifflichkeit dieser Wege“ (Hundt).* Mit dem Leitprojekt HH wird für das Wandern in OWL geworben *„damit schließt man alle Regionen aus, die mit den HH nichts zu tun haben und in denen auch gewandert werden kann, in ML z.B. Wandersteig“ (Hundt).*

„Idee eines Gesamtgebietes hat was, kann sich durchaus mit dem Namen HH für komplett OWL einverstanden erklären [...], HH als Sammelbegriff für das Wandern in OWL“ (Hundt).
„Eggeweg, Hermannsweg und Mühlensteig, jeder hat seinen Weg, mit Namen belassen, [...] darüber HH, wäre eine super Geschichte geworden“ (Hundt).

„Der Zug ist abgefahren, es kann nicht sein, dass man zwei Wege vernetzt und diese mit dem Begriff HH belegt und alle sollen sich darunter wieder finden“ (Hundt).

„Marketingstrategen nehmen die Basis nicht mit, man muss diese mit einbinden wenn man einen Kunstbegriff entwickelt [...]. Keine Kreise an der Entwicklung der HH beteiligt“ (Hundt).

In Bezug auf das Thema Wandern hat *„Kreisvertreterrunde [...] formuliert, dass Wandern nicht nur auf das Thema HH beschränkt ist“ (Hundt).*

Aus Sicht der Lippe Marketing und Tourismus AG hat die *„Ganze Region [...] etwas davon, da alle zu OWL gehören“ (Klamann).* Generelles Problem der Region ist die *„punktuelle Projektförderung, dadurch relativ starke Gewichtung von einzelnen Themen wie z.B. H.H. und WELL“ (Klamann).*

Für die GFW in Höxter sind die *„HH gute Marke, gutes Produkt muss entsprechend vermarktet werden, hier Sinn, dass alle zusammenarbeiten“ (Krajewski).*

Sie gehen davon aus, dass das Produkt Ausstrahlungseffekt hat *„und damit das Thema Wandern in OWL bekannt machen“ (Krajewski).*

Es werden Synergieeffekte gesehen, *„wenn Anfragen an HH kommen werden ja nicht nur HH Prospekte verschickt“ (Krajewski).* Die HH sind eine starke Marke, *„muss weiter vermarktet und bekannt gemacht werden, Top Trails, weiter daran arbeiten“ (Krajewski).*

Bei der Thematik der HH versteht BM, dass *„sich hier einige Kreise außen vor fühlen, vom Mühlen Kreis bis zum Hermannsweg dauert es schon einen Tag“ (Bollhorst).*

Es ist *„schwierig alle ins Boot zu holen“ (Bollhorst), müsste „Angebot schnüren welches einen Zubringer Service bietet, aber sicher nicht so intensiv wie in den Anlieger Kreisen“ (Bollhorst).* *„Durch die HH kann man andere Kreise nicht bekannt*

machen eher andersherum [...]“ (Bollhorst).

Zwischenergebnis 25: Im Bezug zu den HH werden unterschiedlichste Meinungen vertreten, diese haben eine Spannweite von Ablehnung bis hin zur Unterstützung des Produktes. Allen gemein ist, dass sie die Idee der HH an sich unterstützen, aber zum Teil die Umsetzung stark kritisieren. Häufigster Kritikpunkt ist, dass nicht gesamt OWL als Wandergebiet repräsentiert wird.

Touristiker – Wellness – Radroute

Die WELL wäre für ihn *„ein Potential was man überregional betreiben könnte, vermarkten könnte, aber im Moment keine Aktivitäten in diesem Bereich“* (Hoffmann). Der Teutoburger Wald Verband *„wollte damals das ganze nur mit den Anrainern machen und Kreise außen vor lassen [...]“*, sie selber unterstützen die Route, aber er *„sieht im Moment keine Aktivitäten“* (Hoffmann).

Für Herrn Hundt hat die WELL *„eine gewisse Qualität und ist ein interessantes Produkt (wenn noch mal qualifiziert und weiter entwickelt) aber das alleine ist es ja nicht“* (Hundt). Im Kreis wird das Produkt nicht vermarktet, *„wir haben ein eigenes Produkt, wir entwickeln Produkte, um den Begriff Mühlenkreis zu vermarkten, aus dem Bereich eine Marke machen“* (Hundt).

Im Allgemeinen *„laufen sehr wenig Aktionen“* (Bollhorst) in Bezug zur Wellness -Radroute. Das Netz *„ist gepflegt, Route wird zweimal im Jahr kontrolliert“* (Bollhorst). Was fehlt *„sind Werbeaktionen. Sind wieder’ im Deutschland per Rad entdecken’ vertreten und allgemeine Anzeigen, aber keine besonderen Highlights“* (Bollhorst).

Zwischenergebnis 26: Die WELL wird als ein mögliches, die Region verbindendes, Produkt gesehen, welches aber stärker vermarktet werden sollte. Der Mühlenkreis schätzt das auch so ein, aber vermarktet nur eigenes entwickeltes Produkt.

Radexperten

Seit dem Frau Westermann für die WELL zuständig ist passiert etwas, seitdem *„ist die Route stärker in die OWL-M mit eingeflossen ist [...] haben mit BVA Spiralo neu gemacht“* (Dresbach). Das Ganze *„wird nicht schlecht verkauft und seitdem das neu gemacht worden ist, natürlich, vorher war es tot“* (Dresbach).

Fehler der Route war, dass *„Beiträge mussten mit den Mitgliedern immer neu verhandelt werden“* (Dresbach). WELL wurde *„vom Schreibtisch aus geplant [...]“* (Dresbach), ist auch ein normaler Vorgang, aber die *„Region nicht ausführlich genug abgefahren“* (Dresbach).

Herr Neugebauer vom ADFC Lippe sieht WELL im Trend, etwas „[...] für die eigene Gesundheit machen und noch in der Gesundheitsregion was machen, Kultur damit verbinden“ (Neugebauer).

Für den ADFC Herford ist WELL eine „gute Sache, guter Titel, prima Wege, ist aber eine Kopfgeburts, einfach schlecht zu fahren“ (Folke). Man hätte „von Anfang an kompetente Fachleute, wie z.B. ADFC, mit ins Boot holen sollen“ (Folke).

ADFC Gütersloh sieht die WELL als regionale Route, wenn sie „von Anfang an kompetente Fachleute, wie z.B. ADFC, mit ins Boot holen sollen“ (Schröder).

Herr Schröder sieht allgemein regionale Zusammenarbeit als sehr wichtig an, den Zustand sieht man „WELL [...], welche sich im Dornröschen Schlaf befindet, steht vor dem Aus, es sei denn man puscht sie dermaßen und übt Druck auf die Stadtfürsten aus“ (Schröder).

WELL wurde nach Sicht des ADFC Bielefeld den „Orten so aufgestülpt, Kreise waren gar nicht miteinbezogen, Orte dachten das OWL-M das schon machen würde und man sich um nichts kümmern müsste, es war aber so gedacht, dass Orte für Ausschilderung zuständig sind“ (Dingerdissen).

Weiteres Problem ist, dass „Orte [...] sich zum Teil gegen Route gewehrt bzw. nicht mitgearbeitet“ (Dingerdissen) haben. Bei der Konzeption wurde der Mittelbau „bewusst außen vor gelassen um Orte stärker einzubinden, hat aber einfach nicht funktioniert“ (Dingerdissen).

Am Anfang wurde viel getan um WELL gut umzusetzen, mit WDR befahren, Infotafeln und ähnliches. Dann hat man fünf Jahre nichts getan, und „versucht die Strecke durch eine Befahrung mit der Radsportlegende Udi Altig wieder ins Bewusstsein zu rufen“ (Dingerdissen). In der Zwischenzeit „sind einige Kommunen gar nicht dabei gewesen“ (Dingerdissen). „Der Wille muss da sein, die Landräte, die müssen sagen wir wollen das, so was gemeinsames machen, dann muss das gepflegt werden [...], einer muss das in die Hand nehmen“ (Dingerdissen). WELL als geeignetste Route in der Region, hier ist „ein Potential drin was in keiner anderen Route erreicht wird, 500 km hier in der Region mit dieser Vielfalt [...] setzen deshalb soviel Hoffnungen in die Rad AG“ (Dingerdissen).

Zwischenergebnis 27: WELL als gutes, die Region verbindendes, Produkt. Probleme der Route sehen Experten in der Finanzierung welche immer neu verhandelt werden muss, in der Reißbrett-Planung, was sich in sehr unterschiedlichen Strecken niederschlägt und im fehlenden Umsetzungswillen aller Beteiligten. Die Hoffnung wird in AG Radtourismus gesetzt.

Wanderexperten

Der Wanderverein Porta Westfalica-Mittelweser sieht, dass die *„Leute [...] sich über Verbände aufregen, also TWV und EGV, da eigenständige Wege, Eggeweg und Hermannsweg nicht mehr genannt werden“* (Meier).

Der EGV hat sich gegen den Austausch der Eggewegsschilder gegen HH Schilder gewehrt, so weiterhin *„eigenständige Wegzeichnung [...], aber darüber HH Zeichen“* (Kappe).

Außerdem wollte OWL-M eine größere Anzahl von HH Schildern am Eggeweg, hat *„hat Eggeverein abgelehnt, da sie sich nicht von jemanden aus dem Sauerland (haben Top Trails initiiert) vorschreiben lassen wollen wie sie beschildern sollen“* (Kappe).

Der Naturpark Eggegebirge ist mit OWL-M in Bezug auf *„HH zufrieden, machen das was sie machen können“* (Scholz), sie *„sind froh wenn es in der Region wenigstens in kleinen Schritten weitergeht“* (Scholz). In Bezug zu den HH gab es eine *„Zusammenarbeit mit der OWL-M, gemeinsames Projekt“* (Scholz).

„HH Projekt das Letzte was übrig geblieben ist von der Unterstützung des Landes für den Dachverband für OWL“ (Scholz).

Herr Kieper findet den Begriff HH *„nicht als besonders wichtig [...] positiv gegenüber diesem eingestellt (Grundgedanke), wenn gute Wanderwege, dann müssen diese auch gut vermarktet werden“* (Kieper). *„Wenn man den Hermannsweg für ein breites Wandertouristisches Publikum zugänglich machen möchte, dann muss man auch solche Dinge unternehmen wie die Pflege des Namens, deshalb auch Verständnis für eine Zusammenfassung der beiden Wege, siehe Rothaarsteig“* (Kieper).

Wenn es um die HH geht, gab es Probleme mit dem Teutoburger Wald Verein, aber jetzt *„[...] neue Führungsmannschaft beim TWV, aufgeschlossener“* (Kieper).

Zwischenergebnis 28: Gegenüber HH bestanden Widerstände in den Wandervereinen, da die Wege jetzt unter anderem Namen vermarktet werden und eine Einmischung in Wanderbelange befürchtet wurde. Grundsätzlich besteht aber eine Zusammenarbeit mit OWL M. Der Naturpark Eggegebirge arbeitet mit OWL M im Bereich HH zusammen und findet diese Arbeit dieser gut.

OWL Marketing

Frau Westermann hat den Anfang der HH Konzeption nicht mitbekommen, *„war eher nicht involviert“* (Westermann). Hat das Projekt später übernommen, daraufhin *„den Kreis der Beteiligten kleiner gezogen“* (Westermann). Die Gründung einer *„Steuerungsgruppe von Nord nach Süd, immer passend verteilt, Vertreter der Regionen, die Entscheidungs- und Lenkungsgremium sind“* (Westermann).

„Die ganze Region hat langfristig etwas davon, im Moment noch nicht, jetzt müssen sich erstmal die HH am Markt durchsetzen“ (Westermann).

„Verknüpfungspunkte durch mitgeschickte Broschüren und dem Prospekt links und rechts der HH, in dem dann die HH an sich vorgestellt werden und dann sagen, es gibt darüber hinaus noch andere attraktive Wege, wie z.B. der Wittekindsweg oder der Mühlensteig“ (Westermann), dadurch soll der Gast „aufmerksam werden auf andere Regionen in OWL“ (Westermann).

„Es ist klar, das ein Kreis der nicht daran beteiligt ist, wie z.B. Mühlenkreis, darüber verstimmt ist“ (Westermann). Wenn man jedoch ein Produkt hat bei dem es allen gerecht gemacht werden soll, „dann verwässert dieses, verliert das Gesicht, besserer Weg [...] erst ein gutes Produkt erstellen und dann schauen wie andere Regionen mit eingebunden werden können“ (Westermann).

WELL wurde damals „mit viel Tamtam aus dem Boden gestampft, aber nach dem Ende der Landesförderung, lag auch die WELL brach“ (Westermann). Eine der ersten Amtshandlungen war die „Wiederbelebung der Route – Hat ganz gut geklappt, alle Anlieger Orte, außer Borchon, sind auch nach wie vor dabei mit einem jährlichem Obolus“ (Westermann).

Die Wartung wird von einer Person gemacht, „finde es gut das es nicht auf kommunaler Ebene passiert, sondern durch eine Person die das komplett macht“ (Westermann).

„Es werden Anzeigen in den wichtigsten Broschüren, die es gibt veröffentlicht z.B. ‚Deutschland per Rad‘ entdecken gemacht“ (Westermann).

Das Problem ist, dass niemand Vollzeit mit der Route beschäftigt ist, wäre „jemand nur dafür zuständig [...] könnte man wunderbar etwas dafür machen, z.B. Vor Ort Aktionen im Centro“ (Westermann).

„Die Akzeptanz der WELL ist da, versucht immer dafür zu sorgen, dass diese bleibt[...]“ (Westermann).

Zwischenergebnis 29: OWL Marketing sieht das Projekt HH positiv für die gesamte Region, Verknüpfungspunkte um nicht an der Route liegende Gebiete einzubinden. Vorher muss das Produkt gut auf dem Markt positioniert werden, eine Überfrachtung soll vermieden werden. Die Entwicklung braucht Zeit. WELL wurde wieder belebt nachdem die Entwicklung jahrelang stockte. Maßnahmen die unternommen wurden sind z.B. zentrale Wartung und Positionierung in wichtigen Fahrrad Medien. Problem: niemand kümmert sich Vollzeit um das Produkt bzw. die Route, Vollzeit - Stelle würde der Route zugute kommen.

7.1.6 Nachhaltiges Potential des Rad- und Wandertourismus

In diesem Block wird aufgezeigt, wie die Experten allgemein zu einem Tourismus mit nachhaltigem Schwerpunkt in der Region OWL stehen und welche Chancen sie einer derartigen Tourismusform einräumen.

Dabei steht Nachhaltigkeit hier für einen auf den Potentialen Radeln und Wandern fußenden Tourismus in Verknüpfung mit Natur-, Gesundheits- und Kulturthemen.

Des Weiteren werden, bereits bestehende, Initiativen und Entwicklungen, welche in einen nachhaltigen Kontext einzuordnen sind, vorgestellt.

Touristiker

Im Wittekindsland Herford ist die „*Verknüpfung von Wandern und Radeln mit Nachhaltigkeit nicht Kernpunkt touristischer Vermarktung*“ (Rührup), geht dabei vielmehr um Sensibilisierung, aber Tourismus ist sehr ökonomisch.

Dennoch findet Natur „*im Tourismus generell große Beachtung*“ (Rührup), Herr Rührup sieht den „*Weserbereich als Ressource, angehalten auch vom Gesetzgeber damit vorsichtig umzugehen*“ (Rührup). Spezielles auf Nachhaltigkeit basierendes Angebot „*in der Region ist der Naturpark Senne*“ (Rührup)

Im Moment gibt es im Kreis Herford keinen „*Viabono Betrieb [...] und keine Bestrebungen*“ (Rührup) in diese Richtung.

Die Pro GT im Kreis Gütersloh denkt, dass „*Wandern und Radeln wieder in Bezug auf Erholung, Gesundheit, abschalten wahrgenommen*“ (Stönner) werden. Ursache hierfür könnte laut Frau Stönner darin liegen, dass die Leute in ihrer Freizeit raus in die Natur wollen und nicht durch „*Autolärm, [...] Fernsehen, Radio und andere Medien gestört sein wollen*“ (Stönner). Sie glaubt, dass man die „*HH [...] unter nachhaltigen Aspekten vermarkten*“ (Stönner) könnte, sozusagen „*Back to the Roots, aber der Komfort bleibt nicht auf der Strecke*“ (Stönner).

„*Nachhaltigkeit wird im Zuge der Klimadebatte in den Vordergrund rücken*“ (Stönner).

Sie sieht „*Umweltbereich, Naturbereich, Natur erfahren, Umwelt schonen, als ein Potential für die nächsten Jahre*“ (Stönner).

Herr Hoffmann vom Paderborner Land glaubt an einen „*Imagegewinn für die Region durch eine nachhaltige Vermarktung*“ (Hoffmann). Er sieht „*Radfahren und Wandern als Tourismusarten die einen umweltfreundlichen, natürlichen (Natur erleben) und gesunden Tourismus ermöglichen, [...] zusätzlich gute Verbindung mit kulturellen Punkten, Sehenswürdigkeiten*“ (Hoffmann).

Die Verbindung der einzelnen Punkte ist bereits gegeben durch die „*WELL, macht das ja auch schon in der Region*“ (Hoffmann).

„*Radeln und Wandern mit Umweltaspekten, Umweltfreundlichkeit verbinden*“ (Hundt) ist ein interessanter Aspekt für Herrn Hundt vom Mühlenkreis Minden Lübbecke. Wesentliche Motivationen von Wandernden sind für Herrn Hundt „*Selbsterfahrung, also der Genuss, einen Blick wieder für die Natur zu bekommen, in einer Zeit der Überflutung durch Technik und Kommunikationsprozesse*“ (Hundt) vorherrschen.

Die Leute wollen „*ein Naturerlebnis haben, welches ihnen durch ihr tägliches Leben und ihre berufliche Anspannung verloren gegangen ist*“ (Hundt).

Aber „*was heißt Nachhaltigkeit, [...] nicht immer unwahrscheinlich viel in diese Dinge hineininterpretieren, es gibt gewisse Bedürfnisse und aus diesen Bedürfnissen erwachsen Trends*“ (Hundt). Für ihn sind „*Radwandern und Wandern [...] solche Trends, da stehen echte Bedürfnisse dahinter*“ (Hundt), entsprechend „*halten sie sich unwahrscheinlich lange [...]*“ (Hundt).

Jedoch gibt es für ihn nicht mehr den klassischen Radler und Wanderer, der Gast von heute ist „*vielseitig interessiert, es gibt so einen Interessenball, keinen klassischen Kultur- oder Wandertouristen*“ (Hundt). Dabei sind die Bereiche „*sehr gut verknüpfbar, Aufgabe der Touristiker Vernetzungsmöglichkeiten unterschiedlichster Art finden, anspruchsvolle Klientel*“ (Hundt).

Für die Lippe Tourismus und Marketing AG haben die Bereiche „*Radeln und Wandern [...] Potential*“ (Klamann), wobei „*Naturliebhaber als Zielgruppe*“ (Klamann) in Frage kommen. Für Herrn Klamann ist der Naturpark Eggegebirge Ansprechpartner, wenn es um die Verbindung von Radeln und Wandern mit Nachhaltigkeit geht. Dieser ist Viabono zertifiziert und hat ein Angebot im „*Nordlippischen Bergland, Weg der Blicke*“ (Klamann), welches Potentiale verbindet.

Eine Vermarktung in die nachhaltige Richtung wäre „*möglich, nutzbar gerade in Bezug zur Viabono – Debatte im Moment, auch für Region, Rücken im Moment näher zusammen, Siegel werden gerne genutzt, hier wäre eine Chance*“ (Klamann).

„*Radeln und Wandern hat für GFW in Höxter nachhaltiges Potential*“ (Krajewski), gerade für den Bereich „*Naturparke, Naturschutzgebiete, in letzter Zeit verstärkt nachgefragt von Touristen*“ (Krajewski).

Es sollte verstärkt darauf hingewiesen werden, dass die Region in einer schönen Landschaft liegt und „*zu Fuß wunderbar zu erreichen, zu erfahren und zu erleben ist*“ (Krajewski), dies hat „*von daher auf jeden Fall Potential*“ (Krajewski).

Für die BM könnte „*Radfahren [...] eine Grundlage für gesunden und umweltfreundlichen Tourismus sein, aber Touristen haben andere Intentionen, Umwelttourismus ist kein Grund weswegen diese kommen*“ (Bollhorst). Frau Bollhorst sieht die Ursache des Besuches der Region eher „*in Verbindung mit Wellness, etwas für sich tun, Umwelt erfahren und*

Kultur“ (Bollhorst), Radeln ist für sie *„eher eine Grundlage, eine Verbindungsmöglichkeit“* (Bollhorst) für diesen Tourismus. Eine Möglichkeit in diese Richtung wäre für sie die *„WELL als Verbindung von Wellness und Natur“* (Bollhorst), hier wird auch schon *„Nachhaltigkeit in Verbindung mit Radeln [...] vermarktet“* (Bollhorst).

Zwischenergebnis 30: Radeln und Wandern in Verbindung mit Nachhaltigkeit wird durchaus als mögliches Potential für OWL gesehen bzw. als Grundlage für eine Tourismusart die Natur-, Kultur- und Gesundheitsaspekte vernetzt. Dabei sollte der Genuss Aspekt nicht außer Acht gelassen werden –kein Back to the Roots. Vermarktung unter einer nachhaltigen Ausrichtung wird als möglich angesehen, gerade in Bezug auf HH und WELL. Viabono wir von einem Experten als Zertifikat genannt welches eine nachhaltige regionale Vermarktung unterstützt.

Radexperten

Aus Sicht der VVOWL ist nachhaltiges bzw. natürliches Potential in der Region gegeben. Beispiele hierfür ist *„dass Gütersloher Land, den Bereich der Naturschutzgebiete in Ströhn, zwischen Steinhagen und Brockhagen gelegen, hier [...] Feuchtwiesen, repräsentieren traditionelle Wirtschaftsstruktur des Gütersloher Land, Landschaftsformen die man einfach sehen muss, ebenso die Feldallen im Gütersloher Land, eigener Bereich für sich“* (Dresbach). Ein für Herrn Dresbach zum Themenkomplex passendes Projekt ist *„die Gartenlandschaft OWL, sein Lieblingsprojekt, haben die ganzen Parks in OWL, ihre Arbeit besteht darin seinen Kollegen zu zeigen wie man dahin kommt“* (Dresbach). Für ihn besteht eine *„Verbindung von “BRR” und umweltschonender Tourismus, ist sowohl für Wandern als auch für Radfahren“* (Dresbach).

Die Gemeinde Hövelhof will im Punkt nachhaltigem Tourismus, speziell den umweltschonenden Tourismus fördern *„hier in Hinblick auf die Anreise mit der Senne Bahn“* (Westhof). Der Bahnhof ist Tor zur Senne *„alle wichtigen Radwege stoßen am Bahnhof zusammen oder sind wie im Falle des Emsweges ausgeschildert vom Bahnhof“* (Westhof). Die Gemeinde will sich laut Herrn Westhof in erster Linie auf Radfahren konzentrieren, *„darauf setzen sie, in einer schönen intakten Natur, Thema Senne. Ist für sie auch nachhaltiger Tourismus“* (Westhof).

Herr Schäfer von der Tourist Info Paderborn hält Radfahren für eine Grundlage eines nachhaltigen, also Natur, Umwelt und Gesundheit verbindenden Tourismus. Er sieht eine Verbindung von Radeln und Wandern auch *„unter Vermarktungspolitischen Ansätzen“* (Schäfer) als sinnvoll an. Das Potential der Region wird durch ihn als gut eingeschätzt, da *„die Region sehr abwechslungsreich ist, natürliches Potential besitzt“* (Schäfer).

Für ihn könnte *„eine Vermarktung mit den Begriffen Umwelt, Nachhaltigkeit, Radeln und Wandern die gesamte Region repräsentieren“* (Schäfer), sie haben *„da gute Voraussetzungen mit den verschiedenen Naturparks (Egge, Teutoburger Wald, etc.), Senne, Weser Landschaft“* (Schäfer).

Initiativen, die beide Bereiche mit Nachhaltigkeit verknüpfen sind *„die Biologischen Stationen z.B. die Senne Station“*, und speziell Herr Kieper.

Im Planungsbüro Herford wird *„Radfahren als eine Möglichkeit zur Förderung und Grundlage eines nachhaltigen, natürlichen Tourismus“* (Schmeding) gesehen. Das Problem ist *„Landesregierung macht zu wenig Druck, sollte hier angesiedelt sein und ein breites Publikum angesprochen werden“* (Schmeding).

Herr Schmeding sieht *„eine Verbindung von Radeln und Nachhaltigkeit als richtig an, regionales Potential ist da“* (Schmeding).

Herr Kaup der Fahrradbeauftragte in Lippe dankt, dass Radfahren nachhaltiges Potential hat. Für ihn der *„Grund weshalb auch Fahrradfahren stark durch die Politik gefördert wird auch nach Wechsel in Düsseldorf, dadurch Gesundheit, Umweltbelastung verringern“* (Kaup).

Herr Neugebauer vom ADFC Lippe sieht Radfahren als Grundlage eines nachhaltigen Tourismus an, würde es aber *„eher auf die Wellnesschiene legen, etwas für sich tun, nicht damit sagen das es alles Ökos sind“* (Neugebauer).

„Fahrradfahren kann man mit den Bereichen Gesundheit, Natur und Kultur kombinieren gerade in Bezug auf die Region“ (Neugebauer) zusätzlich dazu der Aspekt *„Genuss, abends ins Theater, schön essen etc. gerade in Bezug auf Lippe“* (Neugebauer).

Herr Kluttig vom Naturpark Terra Vita sieht das Fahrrad als Möglichkeit an die *„Natur umweltfreundlich zu erschließen“* (Kluttig). Ihre Touren sind *„für ein Angebot, was gut ankommt und durchaus Interesse da ist, also für Produkte mit naturlastigen Inhalt“* (Kluttig). Sie sind Viabono zertifiziert, für ihn ist es *„Imageförderung[...], müssen immer mal wieder, gegenüber Kreisverwaltung, deutlich machen, dass Sie gute Arbeit verrichten, auch gegenüber der Politik“* (Kluttig).

Der ADFC Herford sieht Radfahren als *„Grundlage für Nachhaltigkeit, Gesundheit“* (Folke) an.

Herr Schröder vom ADFC Gütersloh sieht *„eine Verbindung zwischen Radfahren und Nachhaltigkeit. Naturräume, Kultur eine Verknüpfung ist offensichtlich“* (Schröder).

Radeln und Wandern könnte für den ADFC Bielefeld eine Grundlage für nachhaltigen Tourismus sein. Eine „*Verbindung Radeln und Nachhaltigkeit sehen Sie als sinnvoll an*“ (Dingerdissen). Insbesondere im Gesundheitsbereich „*gerade auch durch die Heilbäder und der Topographie, Natur*“ (Dingerdissen).

Zwischenergebnis 31: In der Region OWL wird grundsätzlich ein großes nachhaltiges Potential gesehen, gerade was Naturräume, Gesundheit und Kultur angeht. Radfahren wird von den Experten als Verbindung und Grundlage eines nachhaltigen Tourismus angesehen. Eine Anbindung an Bahnhöfe bzw. Strecken wird von zwei Akteuren erläutert. Der Genuss Aspekt eines nachhaltigen Tourismus wurde von einem Gesprächspartner angesprochen. Naturlastige Touren von Terra Vita werden gut angenommen, Interesse an dieser Art des Tourismus. Viabono als Imageförderndes Zertifikat für Terra Vita.

Wanderexperten

Herr Meier vom Wanderverein Porta Westfalica-Mittelweser sieht Wandern „*als Grundlage für einen nachhaltigen, gesunden Tourismus*“ (Meier) an.

Für ihn kommen „*Leute die mitwandern [...] der Natur wegen und um abzuschalten –Sinn des Wanderns, Besucher wollen Stress abbauen*“ (Meier).

„*Wandern hat Potential in der Region, sieht man ja schon am Wandernetzwerk im Kreis, besonders nochmals hervorgehoben, die lokalen Wanderungen*“ (Meier).

Für den EGV gehören „*Nachhaltigkeit und Wandern zusammen*“ (Kappe). Herr Kappe sieht „*OWL [...] eine Region eine Landschaft, die neben dem Münsterland und dem Sauerland existieren kann*“ (Kappe).

Die Wanderungen und der Wanderführer der BS Lippe haben als primären Schwerpunkt die Verbindung „*Naturerlebnis Wanderung mit der Landschaft durch die man wandert*“ (Füller). Sie versuchen mit ihren Wanderungen einen „*Brückenschlag zu schaffen zwischen Wandel der Landschaft und der Natur*“ (Füller). Die „*Botschaft die dahinter steckt ist, dass man die Landschaft so wie sie heute ist eigentlich nur verstehen kann, wenn man gelernt hat die Spuren zu sehen was vorher einmal da war*“ (Füller).

Die Leute sollen auf den Wanderungen „*an Pflanzen, riechen, schmecken [...], Beobachtungen machen, all die Dinge die jemand der nicht unbedingt von selber darauf achtet nicht mitbekommt*“ (Füller). Die Gruppe die mit ihnen wandert, wird „*an Punkte geführt an denen sie andere Dinge wahrnehmen, als sie wahrnehmen würden wenn sie alleine gehen würden*“ (Füller).

Für Herrn Scholz vom Naturpark Eggegebirge ist Wandern eine Grundlage um „*neue Erkenntnisse zu gewinnen um Eindrücke zu gewinnen[...]*“ (Scholz).

Nachhaltigkeit und Wandern, da ist eine „*Verbindung gegeben, [...] eine Ressourcen schonende Geschichte*“ (Scholz).

Lippe ist kein „*Wirtschaftsstandort, und wenn man irgendwo eine ‚nachhaltige‘ Geldquelle erschließen will, kann es [...] nur der Tourismus sein, und da bietet sich eher der Naturtourismus vor dem Städtetourismus an, Region Lippe hat viel Natur anzubieten [...]*“ (Scholz).

Eine gute Vermarktung der Region Lippe wäre ein Werben „*mit dem Argument das in Lippe nichts los ist, hebt sich ab von allen anderen Aussagen, im Bereich des Marketings, traut sich aber keiner[...]*“ (Scholz). „*Verbindung mit nichts los, Wellness und leichter Bewegung in Form von Wandern ließe sich sehr wahrscheinlich trefflich vermarkten*“ (Scholz).

Der Naturpark ist Viabono zertifiziert und ist ein „*gutes Aushängeschild, aus marketingtechnischer Sicht, [...] Wollten es haben als Selbstbestätigung für den NP als einen Schritt zum Qualitätsnaturpark*“ (Scholz). Sie wollen hiermit auch der Politik zeigen „*das sie sich weiterentwickeln wollen, politisch strategische Gründe – Man muss selber Marketing machen, obwohl dazu gar nicht ausersehen, in der Politik notwendig, ansonsten geht der Nationalpark unter*“ (Scholz). Viabono eines „*der besten Siegel, Leute wollen raus in die Natur aus den Ballungszentren, wollen qualitativ hochwertigen Tourismus, ohne dabei ein schlechtes Gewissen zu haben, da ist ein Natursiegel ein echtes Pflaster für das Gewissen*“ (Scholz).

Eine Initiative die Naturtourismus unterstützt ist die durch den Naturpark Eggegebirge stattgefundene Ausbildung zum Natur- und Landschaftsführer. Herr Kieper wurde auf der Fortbildung „*die Naturreichtümer und Kulturgüter des Raumes Senne und TW wurden systematisch vermittelt, [...] noch stärker ins Bewusstsein gerufen*“ (Kieper).

Naturführer können „*auf eigene Faust Führungen anbieten, einige der Führer schon länger in dem Bereich tätig [...]*“ (Kieper). „*Ganze Aktion wurde durch BSS und lokale Presse bekannt gemacht, sowohl im Vorfeld als auch nach erfolgreichem Abschluss [...]*“ (Kieper).

Zwischenergebnis 32: Experten sehen eine Verbindung zwischen Wandern und Nachhaltigkeit. Region verfügt über nachhaltiges Potential. Von den Experten organisierte nachhaltige Angebote - Initiativen sind Naturerlebnis Wanderungen der BS Lippe und Ausbildung von (kommerziellen) selbstständigen Natur- und Landschaftsführern durch NP Eggegebirge. Teile der Region kein Wirtschaftsstandort, Naturtourismus bietet sich als (nachhaltige) Geldquelle an. Viabono als Marketingmittel gegenüber Politikern und Gewissensberuhigung von Touristen.

OWL Marketing

OWL-M will „*verstärkt in den Bereich des Gesundheitswandern gehen. Was dazukommt ist der Aspekt der Selfness ganz wichtig, neuer Trend, sich selber verwirklichen zu wollen*“ (Westermann).

Insgesamt geht es in „*Richtung Sinn- Gesellschaft, wenn man Urlaub macht möchte man vielleicht auch links und rechts vom Wanderweg etwas lesen, um was über die Region zu lernen Studienreise Light ohne Zwang oder zu erfahren*“.

Zwischenergebnis 33: OWL M sehen als wichtige Ausrichtung der Region den Bereich des Gesundheitstourismus in Verbindung mit Trend „sich verwirklichen wollen“. Dies geht insgesamt in einen vernetzteren Urlaub, also Wandern in Verbindung mit Kultur (etwas über die Region erfahren, etc.), Genuss (sich entspannen, etc.) usw.

7.2 Endergebnisse der einzelnen Blöcke und weitere Verwendung

Im folgenden Punkt wird zum Einen ein Ausblick über die weitere Verwendung der gewonnenen Ergebnisse und Phrasen gegeben und zum Anderen die vorhandenen Zwischenergebnisse der aufgezeigten Blöcke ausgewertet und in ein Endergebnis pro Bereich zusammengefasst.

7.2.1 Verwendung der Ergebnisse

Die in den Expertengesprächen gewonnenen Zitate wurden so ausführlich wie möglich wiedergegeben, um dem Leser das Zustandekommen der Zwischenergebnisse zu verdeutlichen und allgemein die Aussagen dieser zu stützen.

Zitate werden jedoch ebenfalls in anderen Teilen der Untersuchung verwendet. Dort dienen sie dazu, bestimmte Punkte zu unterstreichen oder aufzudecken.

Im Kapitel 3 (Status Quo) werden zum Beispiel Gesprächsauszüge benutzt, um die touristische Ausrichtung einzelner Kreise verdeutlichend darzustellen.

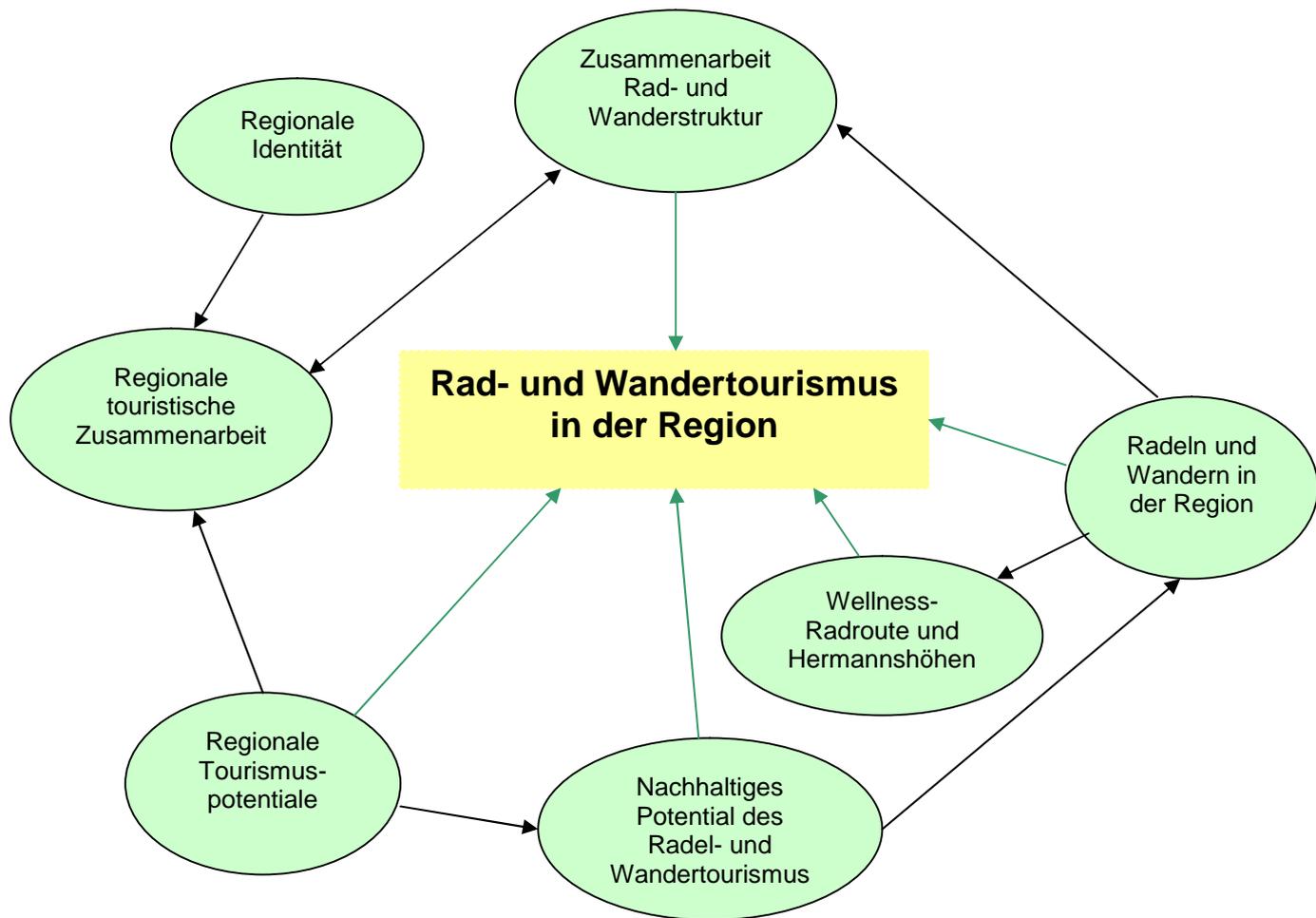
Die hier zusammengefassten Endergebnisse der einzelnen Blöcke bilden weiterhin eine der Grundlagen für die im Kapitel 10 getroffenen Handlungsempfehlungen.

7.2.2 Endergebnisse der einzelnen Blöcke

Im Folgenden werden die gewonnenen Endergebnisse der einzelnen Blöcke dargestellt.

Als Einleitung in diesen Teil werden die gewonnenen Ergebnisse, sowie die Vernetzungen und die Wirkungen dieser auf den Rad- und Wandertourismus in der Region grafisch dargestellt:

Abb. 11 : Wechselwirkungen der anthropogenen und natürlichen Faktoren in der Region



Quelle: Eigene Darstellung

Regionale Identität

Alle befragten *Touristiker* gaben an, sich der **Region OWL** zugehörig zu fühlen. Der Umstand, dass sich die betreffenden Akteure als Teil der Region sehen bedeutet aber nicht gleichzeitig, dass sich selbige auch mit dieser hundertprozentig identifizieren.

Es ist eher so, dass sich Städte, Teilgebiete von Kreisen oder ganze Kreise zum Teil anderen Regionen und damit auch Dachverbänden zugehörig fühlen. Dieses wird durch verschiedene Umstände bedingt, zum Einen schlicht und ergreifend durch geographische Nähe,

gemeinsame Identitätsstiftende Elemente wie der Naturraum Weser oder sich durch gleichartige Angebote ergebende **Kooperationen**.

Weiterhin ausschlaggebend für eine Zusammenarbeit mit anderen Regionen ist die Unzufriedenheit mit den eigenen Verbänden und qualitativ hochwertige Arbeit der anderen. Die schon lange und bis jetzt immer noch kontrovers geführte Diskussion um einen gemeinsamen vermarktbar **Namen der Region** ist ein weiterer Beleg für die hier existierenden unterschiedlichen Strömungen und Ansichten. Ausschlaggebend für diese Diskussion ist der Fakt, dass sich einzelne Mitglieder des Dachverbandes nicht mit dem Teutoburger Wald bzw. der Marke TW identifizieren können. Hier gilt genauso wie bei dem sich „**zugehörig fühlen**“, je weiter entfernt, je weniger Verknüpfungspunkte desto geringer die Unterstützung des Namen/Marke TW.

Die von einigen bevorzugte Bezeichnung OWL wird von vielen als nicht vermarktbar und unscheinbar abgelehnt. Alternativen für einen, die Region verbindenden, Namen wurden bis jetzt nicht gefunden bzw. einhellig angenommen.

Regionale Touristische Zusammenarbeit

Einige *Touristiker* erhoffen sich durch **Mitgliedschaft im Dachverband der OWL-M** Finanzielle Ersparnisse durch ein gemeinsames Marketing mit der OWL-M oder durch ein von der OWL-M durchgeführtes Marketing für die Region.

Andere sehen in der OWL-M eine Möglichkeit zur Koordination der Arbeit der einzelnen Kreise untereinander, so dass miteinander und nicht gegeneinander gearbeitet wird, sowie gemeinsame Projekte entwickelt und vermarktet werden können.

Als weitere wichtige **Aufgabe für die OWL-M** wird eine touristische Lobbyarbeit auf höherer politischer Ebene gesehen, um so verstärkt Fördermittel zu bewerben und sich allgemein für eine Stärkung der touristischen Position einzusetzen.

Als größtes **Problem des Dachverbandes** wird von allen Experten die schwache, finanzielle Ausstattung gesehen. Ursache hierfür ist der Wegfall der staatlichen Förderung und die geringen Förderbeiträge der Mitglieder. Eine Erhöhung der Mitgliederbeiträge auf ein adäquates Niveau ist bis zum heutigen Tage nicht erfolgt und Bestrebungen einzelner Kreisen verliefen im Sande.

Ergebnis der chronischen Unterfinanzierung ist eine personelle Unterbesetzung des Verbandes, welcher sich unter anderem darin äußert, dass für Projekte wie z.B. der WELL keine „Vollzeit-Betreuung“ möglich ist. Allgemein führt die schwache Finanzkraft zu einer Einschränkung der Handlungsfähigkeit und Aufgabe von Handlungsfeldern³² *Radexperten* sehen die sezessionistischen Bestrebungen einiger Mitglieder als weiteres **Entwicklungshemmnis** an. Sie fürchten, dass der Verband in seiner derzeitigen Situation nicht in der Lage sein könnte für eine angemessene Förderung der Radstrukturen zu sorgen.

³² wie z.B. der Messevermarktung

Radexperten beurteilen die überregionalen Marketingaktivitäten des Verbandes positiv, denken, dass diese dort gut angesiedelt sind und sehen darin auch die **Hauptaufgabe des Verbandes**. Marketing wird hier touristische auf die Vermarktung der Region OWL und den Fahrradtourismus bezogen.

Die durch den Tourismustag erfolgte Einrichtung des Arbeitskreis „Radtourismus“ wird von allen Redakteuren ausdrücklich unterstützt und als positiver Austausch für die Region gewertet.

Wanderexperten arbeiten zum großen Teil mit Kreistouristikern und der OWL-M zusammen, sei es durch die HH oder durch Verwaltung und Pflege der regionalen Wanderwege. Verknüpfungspunkte führen zu einer gemeinsamen Arbeit, Wandervereine nutzen diese um finanzielle Einsparungen zu erreichen und sich durch Unterstützung der Touristiker auf Veranstaltungen, Messen zu präsentieren.

Im Allgemeinen **kritisieren sie Touristiker und den Dachverband** für eine Einmischung in Wanderbelange, von denen dieselbigen nicht immer eine Ahnung haben, sollte den Wandervereinen überlassen bleiben. Konkretes Beispiel ist die Beschilderung der HH, welche durch eine erhöhte Anzahl von Schildern gekennzeichnet werden sollte, diese waren nicht notwendig und wurden deshalb abgelehnt.

Von einem Wanderexperten wurde die schwierige **Situation des Dachverbandes** folgend umschrieben: „*OWL-M im Schraubstock zwischen einerseits mangelnden Finanzmitteln und andererseits der isolationistischen Politik einiger Kreise, ist daran kaputt gegangen auf gut deutsch*“.

Eine **einheitliche Vermarktung** wird von *Touristikern*, vor allem im Fahrrad- und Wanderbereich als möglich und zum Teil auch als notwendig für OWL angesehen.

Der finanzielle Aspekt steht hier bei einigen Mitgliedern klar im Vordergrund, da nur über ein ganzheitliches Projekt eine Förderung durch das Land möglich sei. Im Zusammenhang damit ist für sie die momentane „Europäische Fonds für regionale Entwicklung“³³- Bewerbung, eine gute Möglichkeit, um an Fördermittel zu gelangen.

Ein Teil der Touristiker sieht aber auch die Schwierigkeit, alle Mitglieder in einen Konzept unterzubringen. Ursache hierfür ist das heterogene Angebot und die unterschiedlichen politischen Vorgaben und Schwerpunkte in den einzelnen Kreisen.

OWL-M versteht, dass sich einzelne Verbände eher dem Weserbergland als dem Teutoburger Wald zugehörig fühlen, aber sie sollten den Bekanntheitsgrad der einzelnen Marken beachten, gerade in Hinblick auf die nächsten Jahre und kommende Großereignisse.

OWL-M versucht verstärkt ihre **Mitglieder miteinander zu vernetzen**, damit diese sich untereinander austauschen und gemeinsame Strategien entwickeln können.

Sie versuchen dieses durch verschiedene Initiativen zu erreichen, wie mit dem neu ins Leben gerufenen Arbeitskreis „Radtourismus“.

³³ Im Folgenden EFRE genannt

Ein weiteres neues Angebot an ihre Mitglieder ist die Bereitstellung von, auf die Mitglieder abgestimmten, Informationen.

Ihre **Problemeinschätzung** deckt sich mit den Einschätzungen der anderen Experten, in erster Linie wird die geringe Finanzkraft als Hemmnis des Verbandes gesehen, welche alle anderen schon geschilderten Probleme, wie Personalmangel etc. bedingt.

Von ihrem Standpunkt aus betrachtet hätte es nach der Umstrukturierung durch das Land NRW einen enormen Anstieg der Mitgliederbeiträge bedurft, um die Handlungsfähigkeit auf dem gleichen Level zu halten.

Zusammenarbeit Rad- und Wanderstrukturen

Bezogen auf die **Zusammenarbeit der Rad- und Wanderstrukturen** bestehen unter allen Akteuren in der Region Verzahnungen und Verflechtungen. Diese sind jedoch unterschiedlich ausgeprägt.

Im Fall der Kreise bzw. der *Touristiker* besteht bei allen eine **Zusammenarbeit** mit den Kreis Radbeauftragten, bzw. bei Fehlen einer solchen Person, mit den in der jeweiligen Kreisverwaltung zuständigen Personen. Das Ausmaß von **Kooperationen** mit dem ADFC oder Wandervereinen variiert je nach Kreis und erfolgt in einigen Kreisen in erster Linie auf Projektbezogener Basis. Auffällig ist, dass eine engere Zusammenarbeit von Touristikern und Radexperten besteht. Ursachen hierfür könnten zum Einen sein, dass die Zuständigkeit von Radwegen und touristischen Radrouten in das Aufgabengebiet der Kreise fällt und zum Anderen darin liegen, dass eine Zusammenarbeit mit Wandervereinen fast ausschließlich Projektbezogen erfolgt.

Routenbetreiber wie die VVOWL arbeiten mit einer großen Bandbreite von Akteuren in der Region zusammen, hier geschieht dieses über die "BRR".

Radbeauftragte von Städten und Kreisen haben in der Regel eine enge Zusammenarbeit mit Kreistouristikern, da sie einen genauen Überblick bezüglich der Radinfrastruktur haben.

Neben den beschriebenen **Projektbezogenen Kooperationen** kommt es durch die Teilnahme an Radstrukturen behandelnder Arbeitskreisen zu einer weiteren Zusammenarbeit des ADFC mit Verwaltungen und Touristikern.

Aus Sicht der *Radexperten* könnten der AK Radtourismus und das in Bünde praktizierte das Bicycle Policy Audit³⁴ Programm, eine Stärkung der verschiedenen im Radbereich tätigen Akteure bewirken und so zu einem **gesteigerten Austausch** führen.

Durch überregionale Wanderwege, deren Pflege und Konzeption, stehen Wandervereine untereinander in Kontakt und arbeiten diesbezüglich auch mit Kreisverwaltungen zusammen.

Eine Zusammenarbeit mit *Touristikern* und *Wanderexperten* ist wie oben beschrieben auf eine Projektbezogene Basis beschränkt. Ausnahme hierbei bilden der EGV und das Paderborner Land, welche eine ständige Kooperation pflegen, was sich auch in der Mitgliedschaft von Herrn Hoffmann ausdrückt.

³⁴ Im Folgenden durch BYPAD abgekürzt

Der Naturpark Eggegebirge arbeitet als „Nicht-Wanderverein“ mit Wandervereinen zusammen, wobei hier die Wartung von in ihrem Gebiet liegenden Wegen, durch die Vereine, im Vordergrund steht.

Die **Kommunikation** untereinander wird fast durchgehend als positiv beschrieben.

Radeln und Wandern in der Region

Von allen Experten wird durchgehend ein **touristisches Potential** der Rad- und Wanderstrukturen in Bezug auf OWL identifiziert.

Im Fall der *Touristiker* sehen es alle als Potential für OWL, dennoch ist je nach Kreis die Gewichtung der beiden Bereiche unterschiedlich oder wie in den Kreisen Herford und Gütersloh dem Geschäftstourismus untergeordnet. Alle anderen Kreise sehen in **Radeln- und Wandern Hauptpotentiale** für ihren Bereich, welche je nach weiteren Schwerpunkten mit Gesundheits- und oder Kulturaspekten kombiniert werden.

Bielefeld sieht sich eher als Durchgangsort bezüglich des touristischen Radverkehrs und setzt in erster Linie auf das touristische Potential der HH.

Radexperten sehen Radtourismus als mögliches **Aushängeschild** und **Alleinstellungsmerkmal der Region OWL**. Es wird allen etwas geboten, sehr unterschiedliche Topographie. Einige Radexperten befürchten, dass gerade das große **wirtschaftliche Potential** nicht erkannt wird. Hoffen aber, dass jetzt mit dem AK „Radtourismus“ sich einiges ändert und in eine andere Richtung gelenkt wird. Die große Nachfrage nach geführten Wanderungen deutet für Wanderexperten auf eine touristische Zugkraft des Wanderbereiches hin.

OWL-M sieht als **touristische Leuchttürme**, die WELL und die HH. Aus ihrer Sicht sollten die **Kernkompetenzen** der Region OWL-Miteinander verbunden werden. Was neu konzipiert werden könnte und noch keine andere Region hat, ist das Gesundheitswandern, dies würde eine weitere Stärkung der Bereiche bedeuten und würde sich in der Region lohnen.

In Bezug auf die zukünftige Entwicklung der Region OWL wird Radel- und Wandertourismus von Seiten der *Touristiker* als bedeutend eingeschätzt. Der vermehrte Einsatz von GPS beim touristischen Radeln und Wandern verdeutlicht für einige Experten das **Zukunftspotential** der beiden Bereiche.

Die Möglichkeit eines **OWL umspannenden Rad- und Wandernetzes** wird von allen *Touristikern* als gut eingestuft. Von einigen wird dieses, im Fall der WELL und der HH, als schon gegeben angesehen. Jedoch trifft dasselbe, wie angemerkt wurde, für die HH nur für die in ihrem Einzugsgebiet liegenden Gebiete zu. Eine Verknüpfung der HH mit allen Gebieten wurde mehrfach angeregt.

Um eine gute **Qualität des Radstreckennetzes** zu gewährleisten werden verschiedene Anstrengungen unternommen, diese reichen von regelmäßigen Streckenkontrollen, der

Aufstellung von Fahrradboxen, der Oberflächenverbesserung bis hin zu vorgenommenen Lückenschlüssen.

Im Allgemeinen, wird die derzeitige Qualität durch die in der **Vergangenheit geleisteten Arbeiten** bestimmt und variiert deshalb von Kreis zu Kreis.

Überwiegend wird der Wert des vorhandenen Netzes jedoch als Gut beschrieben.

In Kreisen mit einer schwachen Radstruktur wurden die vorliegenden Probleme schon länger erkannt und aufgrund dessen **Verbesserungsmaßnahmen** eingeleitet. Im Kreis Herford geschieht dieses durch ein Projektbüro, welches die durch die Politik angestrebte Aufnahme in die AG FFSG realisieren soll.

Touristische Routen müssen in der Regel gesondert betrachtet werden, da hier normalerweise verstärkte Anstrengungen unternommen worden sind um eine hohe Qualität zu garantieren. Je nach **Organisationsstruktur** der für die Routen zuständigen Akteure gelingt dieses mehr oder weniger. Im Fall der "BRR" ist ausschließlich die VVOWL für Koordination und Wartung der Routen zuständig, das äußert sich auch durch einem vorbildlichen Zustand. Der **Zustand der Wanderwege** wird von den *Wanderexperten* als gut bewertet. Ursache dafür ist die Zuständigkeit der Wandervereine, was die Wartung und Pflege der Wege angeht. Beispiele sind die hochwertigen Routen in der Region wie z.B. der Hermannsweg, der Mühlensteig oder der prämierte Eggeweg. Durch den Sturm Kyrill ist die Struktur im Moment in einigen Bereichen nicht mehr optimal und muss dringend verbessert werden.

Ziel der AG Fahrradfreundliche Städte und Gemeinden³⁵ ist die allgemeine Verbesserung des bestehenden Radnetzes und die Veränderung des Modal Split zugunsten des Radverkehrs. Verbesserungen am Netz führen gleichzeitig auch zur **Aufwertung der touristischen Radstrukturen**.

Großer Vorteil der AG ist der direkte Austausch von am Radverkehr beteiligten Gruppen. Eine auf alle Kreise ausgedehnte AG könnte für viele Experten auch zu einem **Aushängeschild für OWL** werden. Dieses würde die Region zusammenrücken lassen und könnte als regionale Vermarktung dienen.

Jedes Gebiet in OWL verfügt über **vorbildliche Rad- und Wanderwege**. Der Weserradweg, die Paderborner Land Route und die HH gehören zu den meist genannten. Als **vorbildliche Initiativen** wird die, schon oben geschilderte, Informationsbereitstellung und die Organisation des AK „Radtourismus“ durch OWL-M gewertet.

Weitere von Experten genannte **Radinitiativen** sind das Prinzip der Verkehrsarmut, die Initiierung von lokalen Festivitäten entlang der "BRR" (beides VVOWL), der Einsatz von GPS in Paderborn, die AG FFSG, und das BYPAD Programm in Bünde.

Ein verstärkt auf Radfahrer ausgerichtetes Direktmarketing würde sich ein Akteur für die Zukunft wünschen.

Die eigenen Wanderwege werden von den jeweiligen *Wanderexperten* als vorbildlich angesehen. Vorbildliche **Initiativen im Wanderbereich** sind, die Naturerlebnis

³⁵ Im Folgenden FFSG genannt

Wanderungen der Biologischen Station Lippe und die vom Naturpark Eggegebirge ausgebildeten Landschaftsführer.

Hermannshöhen und Wellness-Radroute

Von *Touristikerseite* bestehen bezüglich der **HH unterschiedlichste Auffassungen**, welche von ablehnend bis unterstützend reichen. Geprägt sind die Einstellungen durch die jeweilige **Lage zu den HH**, Befürworter liegen im direkten Einfluss- und Wirkungskreis, wo hingegen Gegner außerhalb des Dunstkreises liegen.

Die Idee, die hinter dem **touristischen Leitprodukt HH** steht wird, egal ob eine ablehnende oder befürwortende Haltung vorliegt, von fast allen unterstützt. Kritik richtet sich in allen Fällen gegen die Umsetzung des Projektes, es wird nach Ansicht der Kritiker nur ein **Teil von OWL als Wandergebiet dargestellt** und der Rest, trotz guter Routen, außen vorgelassen.

Wandervereine standen oder stehen dem ganzen **Projekt auch eher kritisch gegenüber**, da sie eine Auslöschung ihrer traditionellen Routenbezeichnung und damit auch ein Teil ihrer Eigenständigkeit befürchteten. Außerdem wurde befürchtet, dass es zu einer vermehrten Einmischung in Wanderbelange kommen könnte.

Grundsätzlich besteht aber eine **Zusammenarbeit mit OWL-M**. Der Naturpark Eggegebirge arbeitet mit der OWL-M im Bereich der HH zusammen und finden die Arbeit dieser gut. Ostwestfalen Lippe Marketing will erst einmal das Produkt HH auf dem Markt etablieren und dann **Verknüpfungspunkte** mit den, im Moment nicht angebundenen, Gebieten schaffen. Gerade im jetzigen Status der HH soll eine **Verwässerung** durch eine Überfrachtung an unterschiedlichen Wegen vermieden werden. Die Entwicklung der HH braucht Zeit.

Die WELL wird sowohl von *Touristikern*, als auch von *Radexperten* als mögliche, die **Region verbindende Route** bzw. Produkt angesehen. Sie sollte aus Sicht der Experten stärker vermarktet und die Finanzierung müsste grundsätzlich geklärt werden. Aus Sicht einiger *Radexperten* handelt es sich um eine zum Teil nicht durchdachte **Reißbrettplanung**, was sich in unterschiedlich guten Streckenabschnitten und im fehlenden Umsetzungswillen der Beteiligten niederschlägt. *Radexperten* hoffen, dass vom AK „Radtourismus“ entscheidende **Impulse zur Stärkung** der WELL ausgesendet werden und so eine breitere Unterstützung hervorgerufen wird.

Ostwestfalen Lippe Marketing hat WELL nach jahrelangem **Ruhezustand** wieder belebt. Sie wurde durch die zentrale Wartung und Vermarktung in wichtigen Radmedien wie z.B. „Deutschland per Rad entdecken“ erreicht. Das Problem ist, dass niemand sich hundertprozentig um die Route kümmern kann, da das OWL-M vollkommen ausgelastet ist, dies würde WELL allerdings außerordentlich zu Gute kommen.

Nachhaltiges Potential von Radeln und Wandern

Alle Experten sehen die **Verbindung von Radeln und Wandern mit Nachhaltigkeit** durchaus als mögliches Potential für OWL an, bzw. als Grundlage für eine Tourismusart die Natur-, Kultur- und Gesundheitsaspekte vernetzt.

In der Region OWL wird ein großes **nachhaltiges Potential** gesehen, gerade was Naturräume, Gesundheit und Kultur angeht. Der Genuss Aspekt eines nachhaltigen Tourismus wurde von mehreren Gesprächspartner angesprochen und sollte ihrer Meinung nach auf keinen Fall außer Acht gelassen werden.

Eine **Vermarktung unter einer nachhaltigen Ausrichtung** wird von Experten aus allen Richtungen als möglich angesehen, gerade in Bezug auf HH und WELL.

Von *Wanderexperten* organisierte **nachhaltige Angebote - Initiativen** sind Naturerlebnis Wanderungen der BS Lippe und die Ausbildung von (kommerziellen) selbstständigen Natur- und Landschaftsführern durch NP Eggegebirge.

Die von Terra Vita angebotenen **naturlastigen Radtouren** werden gut angenommen und zeigen, ihrer Meinung nach, das ein Interesse an dieser Art des Tourismus besteht.

OWL-M sieht eher eine richtige Ausrichtung der Region in der **Verknüpfung der Bereiche** Gesundheitstourismus mit dem Trend „sich verwirklichen wollen“.

Für sie geht es insgesamt in die Richtung eines zunehmenden **vernetzten Urlaub**, also Wandern in Verbindung mit Kultur (etwas über die Region erfahren, etc.), Genuss (sich entspannen, etc.) usw.

Für einen Experten sind Teile der Region kein Wirtschaftsstandort, Naturtourismus bietet sich als (nachhaltige) Geldquelle an. **Viabono** wird von zwei Experten als Zertifikat genannt, welches eine nachhaltige regionale Vermarktung unterstützen und Image fördernd wirken könnte. Für einen Gesprächspartner ist Viabono außerdem eines „der besten Siegel, Leute wollen raus aus den Ballungszentren in die Natur, wollen qualitativ hochwertigen Tourismus, ohne dabei ein schlechtes Gewissen zu haben, da ist ein **Natursiegel** ein echtes Pflaster für das Gewissen“.

8 Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Im folgenden Teil der Untersuchung werden die einzelnen Kreise OWLs anhand einer durchgeführten Bewertung und eines Mystery-Checks benotet und zueinander in Beziehung gesetzt.

Die Bewertung setzt sich aus einem Experten- und einem Autorenteil zusammen. Den Hauptteil bildet die Einschätzung verschiedener Radstrukturbereiche durch die befragten Experten. Diese Beurteilung wurde anhand eines Rasters vorgenommen, das an die in Kapitel 5 genannten „Anforderungen an qualitativ hochwertige Rad- und Wanderstrukturen“ angelehnt ist. Bei den in der Untersuchung behandelten Strecken handelt es v.a. um touristische Radrouten und auf überregionale Wanderwege, wie z.B. den Eggeweg, gelegt.

Damit kein einseitiges Bild bei der Bewertung der Kreisstrukturen entsteht, wurde versucht Experten mit verschiedenen Hintergründen in die Untersuchung mit einbezogen.

Üblicherweise waren dies Kreisvertreter und Rad- oder Wanderexperten.

Trotz aller Bemühungen eine möglichst ausgeglichene, aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtete Untersuchung zu erreichen, steht und fällt das Ergebnis jedoch mit den wahrheitsgemäßen Beurteilungen der Gesprächspartner.

Um die erhaltenen Aussagen weiter zu verifizieren, erfolgte eine vom Autor durchgeführte Wertung der Rad- und Wanderstrukturen anhand der neuen ADFC-Regionalkarte Ostwestfalen, von Wanderkarten, Prospektmaterialien und allgemeiner Internetrecherchen. Bei starken Abweichungen zwischen Experten und ausgewerteten Material wird ein Mittelwert gebildet.

Zusätzlich wurden die Internetportale der einzelnen Kreise im Hinblick auf eine vorhandene Rad- und Wander- Ausrichtung untersucht. Diese Betrachtung fand ohne Expertenbeteiligung statt und orientierte sich an einem speziell hierfür vom Autor entwickelten Raster.

Schließlich sind die Ergebnisse der einzelnen Bewertungsraster in Matrizen zu Zwischenergebnissen zusammengefasst. Durch die einzelnen Matrizen ist es möglich, die Stärken und Schwächen der Kreise in jedem bewerteten Bereich anschaulich darzustellen. Diese werden durch Anmerkungen von Gesprächspartnern oder des Autors ergänzt und letztendlich in einer weiteren Matrix zu einem Endergebnis zusammengefasst. Das Endergebnis dient in erster Linie dazu, auf einen Blick die Wertung des jeweiligen Kreises zu erfassen, gibt aber noch keine direkte Aussage über Defizite oder Leistungen einzelner Bereiche.

Abgerundet wird die Bewertung durch einen „Mystery - Check“ mit den touristischen Ansprechpartnern der Kreise. Hierdurch soll der Umgang touristischer Ansprechpartner mit potentiellen Gästen verdeutlicht werden. Die direkte Interaktion und Kommunikation mit Rad- und Wandertouristen war bei der vorliegenden Strukturbewertung nicht der primäre

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Untersuchungsgegenstand, es wurde vielmehr die Qualität und das Angebot in den Rad- und Wanderstrukturen bzw. Gebieten herausgestellt und bewertet.

Dieses abschließende Verfahren ist ein wichtiger Baustein der kompletten Untersuchung, da eine freundliche und zuvorkommende Gästekommunikation eine entscheidende Grundlage für qualitativ hochwertige Strukturen im Rad- und Wanderbereich darstellt.

8.1 Analyse der einzelnen Strukturen

Innerhalb dieses Kapitels werden die einzelnen bewerteten Bereiche der Rad- und Wanderstrukturen behandelt und dargestellt. Bei den in den Rasterblöcken vergebenen Bewertungen handelt es sich um ordinal skalierte Merkmale, welche die drei unten aufgeführten Ausprägungen annehmen können.

Im unten gezeigten Raster zu Beherbergungsbetrieben könnte die Frage nach fahrradfreundlichen Unterkünften mit vorhanden (**Ja**), nicht vorhanden (**Nein**) oder zum Teil vorhanden / wird erweitert (**Ja und Nein**) angegeben werden. Verfügt die befragte Person über keine oder nur ungenaue Informationen zu dem befragten Bereich, dann entfällt die Angabe. Vorhandene Merkmale stehen in der Rangfolge der hier verwendeten Ordinalskala an erster Stelle, absteigend folgen teilweise ausgeprägte und nicht vorhandene Merkmale.

Tabelle 4: Beispiel eines Bewertungsraster

Beherbergungsbetriebe	Ja	Nein
Fahrradfreundliche Unterkünfte sind vorhanden – Bett and Bike Betriebe	x	
Ausreichend Einkehrmöglichkeiten direkt am Radweg oder in seiner unmittelbaren Nähe (< 1 km), entweder sichtbar oder beschildert unter Angabe der Öffnungszeiten und des Ruhetages.	x	x
Fahrradausleihservice wird mehrheitlich angeboten		
Gepäcktransfer wird mehrheitlich durch örtliche Beherbergungsbetriebe angeboten		x

Quelle: Eigene Darstellung

In der Matrix werden die einzelnen Bewertungen des Rasters noch einmal dargestellt und darauf aufbauend eine Gesamtwertung für die verschiedenen Kreise erstellt. Diese Gesamtwertung kann wiederum drei Ausprägungen annehmen, welche sich aus einer guten (+), einer schlechten (-) und einer durchschnittlichen (o) Benotung zusammensetzen. Alle aufgeführten Kriterien eines Rasters werden grundsätzlich gleich gewichtet.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Wenn die Ausprägung eines Kriteriums >50% ist, wird dieses für den jeweiligen Kreis entsprechend bewertet. Bei einem ausgeglichenen Anteil ist die niedrigere Wertung ausschlaggebend, bzw. wird bei gleichem positiven und negativen Anteil eine durchschnittliche Abschnittsbewertung vorgenommen. Wenn alle Kriterien als gut beurteilt wurden, ergibt sich daraus eine sehr gute Note (++) . Diese hat einen doppelten Wert bei der Berechnung des Endergebnisses.

Ein im Bewertungsraster als nicht bekanntes eingestuftes Kriterium ist in der Matrix mit einem x aufgeführt und fällt aus der Bewertung heraus.

Tabelle 5: Beispiel einer Matrix

Kreise	Gütersloh	Herford	Minden-Lübbecke
Kriterien			
Sichere Verwahrung des Fahrrades	+	o	+
Fahrradausleihen u. Reparaturbetriebe	+	o	+
Zentrale Hotlinenummer	-	+	+
GPS Geräte sind ausleihbar	o	-	+
Radelbusse	o	-	+
Abschnittswertung	o	-	++

Quelle: Eigene Darstellung

Die Abschnittsbewertungen der Matrizen werden wiederum gewichtet und in einem Endergebnis dargestellt. Dieses liefert einen Überblick über die Gesamtausprägung der Rad- und Wanderstrukturen der verschiedenen Kreise.

8.1.1 Radstrukturen der Kreise

Im Folgenden werden die Kreisbewertungen der verschiedenen Radstrukturbereiche vorgestellt. Dazu wird eine allgemeine Einschätzung der Struktur und Anmerkungen zu einzelnen Punkten gegeben.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

8.1.1.1 Bewertung Infrastruktur des Streckennetzes

Dieser Abschnitt überprüft die Qualität der touristischen Streckennetze der einzelnen Kreise. Untersucht wird z.B. inwiefern eine empfohlene Wegbreite von 2,5 m vorliegt oder ob die Radrouten größtenteils nicht auf dem Straßennetz liegen. Die hier eingesetzten Untersuchungsmittel sind Einschätzungen der Experten und die Auswertung der ADFC Regionalkarte OWL.

Tabelle 6: Bewertungsüberblick über die Infrastruktur der einzelnen Streckennetze

Kriterien	Kreise	Gütersloh	Herford	Minden-Lübbecke	Bielefeld	Lippe	Höxter	Paderborn
1. Vernetzung – Abkürzen der Routen		+	0	+	+	+	+	+
2. Asphaltiert – Befahrbarkeit		+	0	+	+	+	+	+
3. Breite von 2,50m		+	0	+	0	+	+	+
4. Größtenteils kein Straßennetz		0	0	0	-	0	0	0
5. Straßennetz dann eigene Radwege		0	0	0	+	0	0	0
6. Kein Radweg – Ruhige Verkehrslage		0	0	0	+	0	0	0
7. Einheitliche Beschilderung		+	-	+	+	+	+	+
8. Durchgehende Beschilderung		+	-	+	+	+	+	+
9. Kreisübergreifende Beschilderung		+	+	+	+	+	+	+
10. Schutzhütten außerhalb von Städten		-	-	-	0	-	+	0
11. Familienfreundliche Radwege		+	0	0	+	0	0	+
Abschnittswertung		+	0	+	+	+	+	+

Quelle: Eigene Darstellung

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Kreis Gütersloh

Insgesamt gesehen wurde dem Kreis Gütersloh eine gute Radinfrastruktur bescheinigt. Durchschnittliche Bewertungen gab es lediglich in den Bereichen: „Routennetz größtenteils kein Straßennetz“, „Wenn ja, dann eigene Radwege“ und „Wenn kein Radweg, dann ruhige Verkehrslage“.

Anmerkungen zur Radinfrastruktur im Kreis Gütersloh:

2. Asphaltiert ja, aber schlechter Zustand (ADFC Gütersloh).
4. – 6. Bis auf Ausnahmen ja, z.B. R1 östlich von Schloss Holte-Stuckenbrock, Landesgartenschau Route in Rietberg und westlich davon und R1 westlich von Harsewinkel (Vergleiche ADFC-Regionalkarte OWL).

Kreis Herford:

Die Radinfrastruktur des Kreises Herford wurde durchschnittlich bewertet. Alle Kriterien wurden dabei von den Experten durchschnittlich bewertet, bis auf „Einheitliche Beschilderung“, „Durchgehende Beschilderung“ und „Schutzhütten außerhalb von Städten“ welche negativ gewertet wurden. Als gut wurde die „Kreisübergreifende Beschilderung“ gesehen.

Anmerkungen zur Radinfrastruktur im Kreis Herford:

5. u. 6. Bis auf Ausnahmen ja, z.B. Else-Werre Radweg und Schlösser Tour im westlichen und Sole Radweg im südöstlichen Bereich des Kreises (ADFC Regionalkarte OWL).
7. u. 8. In Herford derzeit nicht der Fall, außer Else-Werre Radweg, Sole Radweg und “BRR” (Projektbüro Herford).
9. Außer den aus den Achtzigerjahren stammenden R Wege (Projektbüro Herford).
11. Ein familienfreundlicher Weg ist der Else-Werre Radweg (Projektbüro Herford).

Kreis Minden Lübbecke

Der Bereich der Radinfrastruktur im Kreis Minden-Lübbecke wurde mit gut bewertet. Jedoch muss erwähnt werden, dass von den insgesamt elf Kriterien vier durchschnittlich und eines schlecht bewertet wurden. Diese sind „Route größtenteils kein Straßennetz“, „Wenn Straßennetz dann eigene Radwege“, „Wenn kein Radweg, dann ruhige Verkehrslage“, „Familienfreundliche Radwege“ und „Schutzhütten außerhalb von Städten“.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Anmerkungen zur Radinfrastruktur im Kreis Minden-Lübbecke:

5. u. 6. Bis auf Ausnahmen ja, z.B. Mühlenroute und Radweg Bremen Bad Oeynhausen nordwestlich von Hüllhorst und Weserradweg und Wellness-Radrouten westlich von Bad Oeynhausen (ADFC Regionalkarte OWL).

11. Nur im Bereich des Wiehengebirges nicht (Fahrradbeauftragter Minden-Lübbecke).

Stadt Bielefeld

Die Radinfrastruktur der Stadt Bielefeld wurde mit gut gewertet. Es ist die einzige Infrastruktur, in der Routen, wenn sie auf dem Straßennetz liegen, entweder auf eigenen Radwegen oder in ruhigen Straßen verlaufen.

Punkte die nicht gut bewertet wurden sind „Route größtenteils kein Straßennetz“ und „Breite von 2,50m“. Das Kriterium „Schutzhütten außerhalb der Stadt“ wurde nicht in die Bewertung miteinbezogen, da in Bielefeld fast immer die Möglichkeit besteht, sich unterzustellen.

Anmerkungen zur Radinfrastruktur Stadt Bielefeld:

3. Nicht immer und überall, auch nicht größtenteils – oftmals nur 1,50m auf Radwegen, ist ein Stadtproblem (ADFC Bielefeld).

4. Möglichst verkehrsarm, Bereiche wie Anlieger frei, insgesamt verkehrsberuhigt (Amt für Verkehr Stadt Bielefeld).

5. Lässt sich im Stadtgebiet schlecht vermeiden (ADFC Bielefeld).

7. Rahmen bildet NRW Beschilderung (Amt für Verkehr Stadt Bielefeld).

Kreis Lippe

Insgesamt wurde der Kreis Lippe gut bewertet. Allerdings gibt es hier wie in Minden-Lübbecke vier durchschnittliche und eine schlechte Bewertung von insgesamt elf zu bewertenden Kriterien. Diese sind „Route größtenteils kein Straßennetz“, „Wenn Straßennetz, dann eigene Radwege“, „Wenn kein Radweg dann ruhige Verkehrslage“, „Familienfreundliche Radwege“ und „Schutzhütten außerhalb von Städten“.

Anmerkungen zur Radinfrastruktur im Kreis Lippe:

5. u. 6. Bis auf Ausnahmen ja, z.B. Wellness-Radrouten südlich von Bad Salzuflen, Fürsten Route westlich von Leopoldshöhe, R1 und Senne Radweg in Augustdorf und Hellweg Weser nördlich von Lage (ADFC Regionalkarte OWL).

11. Eher hügeliges Land aber es gibt familienfreundliche Ecken (ADFC Lippe).

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Kreis Höxter

Im Kreis Höxter wurde als die Radinfrastruktur insgesamt mit gut bewertet. Durchschnittliche Wertungen gab es in den Kriterien; „Route größtenteils kein Straßennetz“, „Wenn Straßennetz, dann eigene Radwege“, „Wenn kein Radweg dann ruhige Verkehrslage“ und „Familienfreundliche Radwege“.

Anmerkungen zur Radinfrastruktur in Höxter:

5. u. 6. Bis auf Ausnahmen ja, z.B. Wellness-Radroute und R1 in Höxter, Wellness-Radroute östlich von Bad Driburg, und R1 in Ovenhausen (ADFC Regionalkarte OWL).

Kreis Paderborn

Im Ganzen liegt im Kreis eine gute Radinfrastruktur vor. Durchschnittlich bewertete Kriterien sind „Route größtenteils kein Straßennetz“, „Familienfreundliche Radwege“, „Wenn kein Radweg dann ruhige Verkehrslage“ und „Wenn Straßennetz, dann eigene Radwege“.

Anmerkungen zur Radinfrastruktur im Kreis Paderborn:

5. u. 6. Bis auf Ausnahmen ja, z.B. Kaiserroute westlich von Borchten, Kappelenroute in Westenholz und in Anreppen und Paderborner Land Route in Bad Lippspringe.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

8.1.1.2 Bewertung Beherbergungsbetriebe

Im Bereich der Beherbergungsbetriebe wird untersucht, inwieweit es in den jeweiligen Kreisen Bett und Bike gibt oder andere radlerfreundliche Beherbergungen vorhanden sind, und ob diese einen bestimmten Radler-Service wie Fahrradausleihen, und Gepäcktransfer bieten. Die Untersuchungen beruhen wiederum auf Expertenaussagen, sowie der Auswertung der ADFC Regionalkarte OWL, von Prospekten und Internetquellen.

Tabelle 7: Bewertungsüberblick Beherbergungsbetriebe

Kreise	Gütersloh	Herford	Minden-Lübbecke	Bielefeld	Lippe	Höxter	Paderborn
1. Fahrradfreundliche Unterkünfte – BuB³⁶	+	o	+	+	+	+	+
2. Einkehrmöglichkeiten Radweg oder in direkter Nähe (< 1 km)	o	o	+	+	+	o	+
3. Fahrradausleihservice – mehrheitlich	o	-	+	x	+	+	+
4. Gepäcktransfer	+	-	o	-	+	+	+
Abschnittswertung	o	-	+	+	++	+	++

Quelle: Eigene Darstellung

³⁶ Bett und Bike; wird im Folgenden durch BuB ersetzt

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Kreis Gütersloh

Die Beherbergungsbetriebe aus radtouristischer Perspektive werden durchschnittlich bewertet. Gute Bewertungen erhielten die Kriterien „Fahrradfreundliche Unterkünfte“ und „Gepäcktransfer mehrheitlich angeboten“.

Anmerkungen zu Beherbergungsbetrieben im Kreis Gütersloh:

1. Neue sollen sich qualifizieren lassen, wurde im Zuge der Neukonzipierung der Broschüre des Eichenweges gefordert – es kommen nur Bett und Bike Betriebe in diese (Pro GT) – Vier bis fünf im Kreis (ADFC Güterslohs).
3. u. 4. Wird mehrheitlich durch BuB angeboten (<http://www.bettundbike.de>).

Kreis Herford

Die radtouristisch relevante Beherbergungssituation wird als schlecht für den Kreis Herford bewertet. Durchschnittliche Kriterien sind „Fahrradausleihservice – mehrheitlich möglich“, „Gepäcktransfer mehrheitlich angeboten“.

Anmerkungen zu Beherbergungsbetrieben in Herford:

4. Reiseveranstalter SRJ in Minden, ansonsten nicht bekannt (ADFC Herford).

Kreis Minden-Lübbecke

Die aus Radler-Sicht betrachtete Beherbergungsstruktur für den Kreis Minden-Lübbecke ist als gut beurteilt worden.

Das einzige durchschnittlich bewertete Kriterium ist „Gepäcktransfer mehrheitlich angeboten“.

Anmerkungen zu Beherbergungsbetrieben im Kreis Minden-Lübbecke:

3. Von den sieben im Kreis liegenden BuB Betrieben wird mehrheitlich ein Fahrradleihservice angeboten (<http://www.bettundbike.de>) – Des Weiteren sind noch zusätzliche fahrradfreundliche Hotels in Minden zu finden, welche auch einen Fahrradleihservice anbieten – Es herrscht eine Hohe Dichte an fahrradfreundlichen Beherbergungsbetrieben.
4. Wird teilweise durch fahrradfreundliche Betriebe angeboten (<http://www.bettundbike.de> und Gastgeberverzeichnis unter <http://www.muehlenkreis.de/>).

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Stadt Bielefeld

Radfreundliche Beherbergungssituation wird als gut beurteilt. Fahrradausleihservice konnte nicht beantwortet werden und fällt daher aus der Wertung. Von den Experten wurde der Punkt „Gepäcktransfer mehrheitlich angeboten“ schlecht beurteilt.

Anmerkungen zu Beherbergungsbetrieben Stadt Bielefeld:

1. Zwei im Bielefelder Gebiet, wenn in der Innenstadt dann im hochklassigen Bereich (ADFC Bielefeld).

Kreis Lippe

Die Beherbergungssituation im Kreis Lippe in Bezug auf Radbelange wird als sehr gut gewertet. Alle Kriterien wurden durch die Gesprächspartner ausnahmslos als gut gewertet.

Anmerkungen zu Beherbergungsbetrieben Kreis Lippe:

Durch BuB, ansonsten nicht bekannt (<http://www.bettundbike.de>).

Kreis Höxter

Im Kreis Höxter wurden hier die aus radtouristischer Perspektive betrachteten Beherbergungsbetriebe als gut eingestuft. Alle Kriterien bis auf „Einkehrmöglichkeiten Radweg oder in direkter Nähe“ (durchschnittliche Wertung), sind positiv besetzt.

Anmerkungen zu Beherbergungsbetrieben im Kreis Höxter:

3. u. 4. Wird mehrheitlich durch die im Gebiet liegenden BuB und fahrradfreundlichen Beherbergungsbetriebe angeboten (<http://www.bettundbike.de> und Gastgeberverzeichnis Kultur Land Höxter).

Kreis Paderborn

Ebenso wie der Kreis Lippe liegt hier eine sehr gute Bewertung der Beherbergungsbetriebe unter einer radtouristischen Gewichtung vor.

Alle Kriterien wurden von den Experten als gut bewertet.

Anmerkungen zu Beherbergungsbetrieben im Kreis Paderborn:

1. BuB Betriebe könnten noch zahlreicher vertreten sein – Gebühren schrecken teilweise ab (Tourist Information Paderborn).

4. Wird durchgeführt von den Betrieben gibt es aber nicht organisiert (Tourist Information Paderborn).

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

8.1.1.3 Bewertung Tourist Informationen

Dieses Kapitel behandelt die Einschätzung der Experten, der in ihren Gebieten liegenden Tourist Informationen, wobei hier über Hauptstellen in den Kreissitzen die meisten Informationen vorhanden waren.

Neben den Expertenberurteilungen bilden Prospekt- und Internetauswertungen hier die Grundlage.

Tabelle 8: Bewertungsüberblick Tourist Informationen

Kriterien	Kreise	Gütersloh	Herford	Minden-Lübbecke	Bielefeld	Lippe	Höxter	Paderborn
1. Radkarten – Radspezifische Infos		+	+	+	+	+	+	+
2. Problemkompetenz		+	+	+	+	+	+	+
3. Radler Pauschalangebote		0	0	+	-	+	+	+
4. Geführte Radtouren		-	-	0	+	-	+	+
5. Rad-Events		+	+	0	0	+	+	+
Abschnittswertung		+	+	+	+	+	++	++

Quelle: Eigene Darstellung

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Kreis Gütersloh

Im Kreis Gütersloh wird der radtouristische Aspekt der Tourist Informationen insgesamt gut bewertet.

Dabei wurde das Kriterium „Radler Pauschalangebote“ als durchschnittlich und „Geführte Radtouren“ als schlecht bewertet.

Anmerkungen zu Tourist Informationen im Kreis Gütersloh:

3. Einzelne Kommunen haben Pauschalen, Pro GT noch nicht (Pro GT).
4. Z.B. Marienfelder Fahrradfrühling und Eröffnung des Werse Radweges.

Kreis Herford

Gute Wertung der Tourist Informationen im Kreis Herford, aus radtouristischer Sicht.

Das Kriterium „Radler Pauschalangebote“ wurde durchschnittlich und „Geführte Radtouren“ als schlecht bewertet.

Anmerkungen zu Tourist Informationen im Kreis Herford:

4. Z.B. Nachtradeln E.W. Radweg, 1000 Räder Bünde, Fahrradsommer (Projektbüro Herford).
5. Zum Teil werden Stationen im Kreis Herford über SRJ Pauschalen angelaufen, außerdem noch 3-Flüsse-Tour am Else Werre Radweg durch Bad Oeynhaus (http://www.buende.de/showobject.phtml?La=1&object=tx|608.182.1 und http://www.srj.de/content/category/7/38/48/).

Kreis Minden-Lübbecke

Die aus radtouristischer Sicht betrachteten Strukturen der Tourist Informationen wurden im Kreis Minden-Lübbecke als gut beurteilt.

Einziges Kriterium, das durchschnittlich beurteilt wurde, sind „Geführte Radtouren“ und „Rad-Events“.

Anmerkungen zu Tourist Informationen im Kreis Minden-Lübbecke:

3. Durch SRJ Reisen auch auf der Homepage des Mühlenkreises verlinkt (http://www.srj.de/content/section/7/48/).

Stadt Bielefeld

Die radtouristische Struktur der Tourist Information der Stadt Bielefeld wurden als gut eingestuft.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Es liegt eine durchschnittliche Wertung in dem Kriterium „Rad Events“ vor. Schlecht beurteilt wurde der Punkt „Radler Pauschale“.

Anmerkungen zu Tourist Informationen Stadt Bielefeld:

3. Generell keine Pauschalangebote – bieten eher Basisbausteine an (“BM”)
5. Ein Radel- Event z.B. am Obersee aber ansonsten keine von der “OWL-M” organisierten (ADFC Bielefeld)

Kreis Lippe

Alles in allem werden die radspezifischen Strukturen der Tourist Informationen im Kreis Lippe gut bewertet. Fast alle Kriterien sind als gut eingestuft worden, die einzige Ausnahme bilden „Geführte Radtouren“, welche als schlecht, also nicht vorhanden, beurteilt wurden.

Anmerkungen zu Tourist Informationen im Kreis Lippe:

3. Über Lippe Marketing und z.B. Tourist Info Horn Bad Meinberg (hier gleich mehrere Pauschalen) (LTM AG).

Kreis Höxter

Alle Punkte im Bereich der Tourist Informationen unter radspezifischen Gesichtspunkten wurden als gut bewertet, insgesamt ergibt sich eine sehr gute Gesamtwertung.

Anmerkungen zu Tourist Informationen im Kreis Höxter:

3. Eine Reihe von Pauschalangeboten ist direkt durch das Kultur Land Höxter organisiert (http://www.kulturland.org/tourismus/pauschalangebote/angebote_2.html)

Kreis Paderborn

Die Tourist Informationen aus Sichtweise des Radtourismus wurden sehr gut beurteilt, alle Kriterien wurden gut bewertet. Gleiches Bild wie im Kreis Höxter.

Anmerkungen zu Tourist Informationen im Kreis Paderborn:

5. Radeltag und vom ADFC herausgegebenes Programm (Tourist Information Paderborn)

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

8.1.1.4 Bewertung Lokales Internetportal

Die einzelnen touristischen Internetportale der verschiedenen Kreisverbände sind Gegenstand dieses Abschnittes. Untersucht wurde inwiefern die jeweiligen Seiten einen Radschwerpunkt aufweisen. Dieses wurde z.B. an Hinweisen auf einen radtouristischen Schwerpunkt der Kreise auf der jeweiligen Startseite oder an der Möglichkeit Radkarten zu bestellen festgemacht.

Der folgende Bewertungsabschnitt basiert auf der Auswertung der einzelnen Internetportale anhand eines speziell entwickelten Bewertungsrasters. Es wurden keine Expertenbeurteilungen hinzugezogen.

Bestandteil der Anmerkungen zu den lokalen Internetportalen sind auch allgemeine Anmerkungen zu Design, Navigation etc. Diese werden nicht bewertet, sind aber der Vollständigkeit halber aufgeführt.

Tabelle 9: Bewertungsüberblick Lokales Internetportal

Kreise	Gütersloh	Herford	Minden-Lübbecke	Bielefeld	Lippe	Höxter	Paderborn
1. Radschwerpunkt auf der Startseite	+	-	+	-	+	+	+
2. Bestellmöglichkeit v. Karten u. Infos	+	-	+	o	-	+	+
3. Tourentipps werden gegeben	+	-	+	-	-	o	+
4. Buchungsmöglichkeit v. Angeboten	-	-	+	-	o	+	+
5. Fahrradfreundliche Unterkünfte u. BuB	o	o	o	o	o	o	+
6. Kontaktdaten zu den Infostellen	+	+	+	+	-	+	+
7. Links zum ÖPNV	+	-	o	o	o	+	o
8. GPS – vorhanden u. downloadfähig	-	-	-	-	-	-	+
Abschnittswertung	o	-	+	-	-	+	+

Quelle: Eigene Darstellung

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Kreis Gütersloh

Das Lokale Internetportal der Pro GT wurde insgesamt mit gut/vorhanden bewertet. Zwei Kriterien wurden schlecht/nicht vorhanden („Buchungsmöglichkeiten von Angeboten“ „GPS Daten vorhanden“) beurteilt.

Anmerkungen zum lokalen Internetportal im Kreis Gütersloh:

Internetseite ist professionell gestaltet, sehr übersichtlich, gute Lesbarkeit und eine eindeutige Navigation ist gegeben. (<http://www.pro-wirtschaft-gt.de/home.html>).

1. Nicht direkt auf der Hauptseite, aber unter den Punkt Freizeit und Tourismus als Unterpunkt vorhanden.

Kreis Herford

Insgesamt wurde das lokale Internetportal des Wittekindslandes Herford schlecht bewertet. Sechs von acht Kriterien fielen aus Radlersicht durch und, da sie als nicht vorhanden/schlecht, beurteilt werden mussten. Ausnahmen bildeten hierbei lediglich „Fahrradfreundliche Unterkünfte“ (durchschnittlich) und „Kontaktmöglichkeit zu Infostellen“ (gut).

Anmerkungen zum lokalen Internetportal im Kreis Herford:

Einfache und größtenteils übersichtliche Homepage, scheint für alle Auflösungen geeignet zu sein. Einzig die Farbwahl - dunkelgelbe Schrift auf dunkelblauem Grund - beeinträchtigt die Lesbarkeit und den Gesamteindruck. Was weiterhin zu Verwirrung führen könnte, ist die Auswahlmöglichkeit zwischen den einzelnen Gemeinden und dem Gesamtgebiet auf der Startseite, nicht klar abgetrennt, etwas unübersichtliche Gliederung, gerade in Bezug auf Auswahl der Gesamtregion (<http://www.wittekindsland.de/>)

1. Unter dem Punkt Freizeit aktiv wird auf einen Rad- und Wanderschwerpunkt der Region hingewiesen.
3. Es werden Tipps gegeben, reichen aber nicht über eine minimale Beschreibung hinaus und es gibt auch keine weiterführende Verlinkung.
5. Allgemeines Unterkunftsverzeichnis aber keine BuB oder Viabono Gastgeber aufgeführt.

Kreis Minden-Lübbecke

Gute Wertung des Mühlenkreises in Bezug auf das lokale Internetportal und eine Radzentrierte Ausrichtung. Als Kriterien wurden „Fahrradfreundliche Unterkünfte u. BuB“ und „Links zum ÖPNV“ durchschnittlich bewertet. Das Kriterium „GPS Daten vorhanden“ wurde schlecht beurteilt.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Anmerkungen zum lokalen Internetportal im Kreis Minden-Lübbecke:

Gut gemacht und übersichtliche Startseite, verschiedene Bereiche des Marketings werden klar getrennt – Attraktiv gestaltete und übersichtliche Homepage des Kultur Landes Höxter, Navigation ist problemlos möglich (<http://www.kulturland.org/>).

1. Nach Aufrufen der Hauptseite als Menüpunkt vorhanden.
5. Unterkunftsverzeichnis vorhanden, aber keine besondere Kennzeichnung von BuB oder Viabono Hotels.

Stadt Bielefeld

Das lokale Internetportal der Stadt Bielefeld wurde aus Radlersicht als schlecht beurteilt. Vier schlechte Kriterien stehen drei durchschnittlichen („Bestellmöglichkeit v. Karten u. Infos“, „Fahrradfreundliche Unterkünfte u. BuB“, „Links zum ÖPNV“) und einer gut gewerteten („Kontakt Daten zu den Infostellen“) gegenüber.

Anmerkungen zum lokalen Internetportal Stadt Bielefeld:

Übersichtliche, gut gemachte Homepage – Einwandfreie Navigation, gute Bildaufteilung (<http://www.bielefeld-marketing.de/de/index.html>).

2. Radkarten können bestellt werden, ist aber unter dem Punkt Souvenirs, was die Orientierung nicht gerade fördert, missverständlich.
4. Es können Pauschalen über ein Formular gebucht werden, aber Rad- und Wanderangebote fehlen.
5. Allgemeines Verzeichnis vorhanden, aber BuB- und Viabono Beherrungsbetriebe fehlen.

Kreis Lippe

Insgesamt wurde der Bereich des lokalen Internetportals im Kreis Lippe schlecht beurteilt. Dabei überwiegen die vier schlecht bewerteten Kriterien, nur drei gelten als durchschnittlich („Buchungsmöglichkeit von Angeboten“, „Fahrradfreundliche Unterkünfte u. BuB“, „Links zum ÖPNV“).

Anmerkungen zum lokalen Internetportal im Kreis Lippe:

PDF's über Reisepauschalen sind vorhanden, beim Schließen derselben wird aber die gesamte Seite geschlossen – umständliche Navigation, ein „Zurück-Button“ oder ein „Zurückspringen“ zur Seite wäre besser – insgesamt etwas umständlich (Hinweis auf schwarze Dreiecke) und nicht immer eindeutige Navigation auf der Seite – ansonsten gut gemacht aber auch ein bisschen überladen (http://www.lippe-ferien.de/web/index.php?Kriterium_akt_id=2).

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

1. Nicht auf der Hauptseite, aber unter dem Punkt Tourismus visualisiert durch einen Fahrradfahrer.
2. Nein, nicht offensichtlich.
4. Eine Pauschale ist vorhanden, aber läuft über das Gästehaus Havergoh und ist ein GPS Angebot – langer Aufbau des dazugehörigen PDF's.
6. Anschrift, Direktkontakt und Internet Formular sind vorhanden – leidet jedoch auch unter unübersichtlichen Struktur.

Kreis Höxter

Aus radspezifischer Betrachtung erfolgt eine gute Wertung des lokalen Internetportals des Kreises Höxter. Fünf positive Kriterien stehen zwei durchschnittlichen („Tourentipps werden gegeben“, „Fahrradfreundliche Unterkünfte u. BuB“) und einer schlecht gewerteten (GPS Daten vorhanden) gegenüber.

Anmerkungen zum lokalen Internetportal im Kreis Höxter:

Gut gestaltete und übersichtliche Startseite, verschiedene Bereiche des Marketings werden klar getrennt – Seite kann auch auf holländisch angezeigt werden

(<http://www.kulturland.org/tourismus/>).

Attraktiv gestaltete und übersichtliche Homepage des Kulturlandkreis Höxter, Navigation ist problemlos möglich, kurze Ladezeiten.

1. Nach aufrufen der Hauptseite als Menüpunkt vorhanden.
5. Unterkunftsverzeichnis vorhanden, aber keine besondere Kennzeichnung von BuB oder Viabono Hotels.

Kreis Paderborn

Das lokale Internetportal des Kreises wurde insgesamt gut bewertet und ist aus Radler-Sicht das informativste. Nur ein Kriterium („Links zum ÖPNV“) wurde durchschnittlich bewertet. Als einziger Kreis bietet Paderborn hier „GPS Daten“ zum Herunterladen an bzw. verweist auf einen entsprechenden Link.

Anmerkungen zum lokalen Internetportal im Kreis Paderborn:

Gute, professionell gestaltete Homepage, sehr übersichtlich, gute Navigation ist gegeben.

Besonderheit dieser Homepage ist Mehrsprachigkeit (http://www.paderborner-land.de/pages/w_news/aktuelles.shtml).

5. Im Unterkunftsverzeichnis sind BuB gekennzeichnet und können über die jeweilige Internetadresse des Hotels angesteuert werden – Keine Erklärung der Piktogramme.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

7. Kein Link, aber Übersichtsplan mit Bahn Anfahrt wird gegeben, aber nicht erkennbar woher die Bahnstrecken kommen – Unter den Punkten Wandern und Radeln ist jedoch im jeweiligen dazugehörigen PDF ein Hinweis auf die Anfahrtsmöglichkeiten per Bus und Bahn gegeben, mit Web-Adresse der Verkehrsbetriebe.
8. Unter den einzelnen Routen, verlinkt, möglich.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

8.1.1.5 Bewertung Service

Das folgende Kapitel bestimmt und bewertet die für Radler angebotenen Serviceeinrichtungen. Dabei können Leistungen sowohl von Stadt-, Kreis- oder privater Seite erbracht werden. Bestandteile dieser Serviceangebote können z.B. Reparaturwerkstätten, Fahrradausleihen oder ausleihbare GPS Geräte sein.

In die Bewertung mit einbezogen wurden Expertengespräche, Prospekte und die ADFC Regionalkarte OWL.

Tabelle 10: Bewertungsüberblick Service

Kreise	Gütersloh	Herford	Minden- Lübbecke	Bielefeld	Lippe	Höxter	Paderborn
1. Sichere Verwahrung des Fahrrades	+	+	0	+	0	-	0
2. Fahrradausleihen u. Reparaturbetriebe	+	0	0	+	0	+	0
3. Zentrale Hotlinenummer	-	-	-	-	-	-	-
4. GPS Geräte sind ausleihbar	0	-	-	-	+	-	+
5. Radelbusse	0	-	-	-	+	+	+
Abschnittswertung	0	-	-	-	0	-	0

Quelle: Eigene Darstellung

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Kreis Gütersloh

Gesamt gesehen wurde der Service für Radler im Kreis Gütersloh durchschnittlich bewertet. Schlecht wurde das Kriterium „Zentrale Hotlinenummer“ und durchschnittlich wurden „GPS Geräte sind ausleihbar“ und „Radelbusse“ beurteilt.

Anmerkungen zum Service im Kreis Gütersloh:

2. Laut ADFC Regionalkarte genügend am Streckennetz vorhanden (ADFC Regionalkarte OWL).
4. Rheda-Wiedenbrück plant es für dieses Jahr (Pro GT).

Kreis Herford

Der für Radler relevante Service im Kreis Herford wird als schlecht beurteilt. Lediglich das Kriterium „Sichere Verwahrung des Fahrrades“ wurde positiv bewertet. Zusätzlich dazu wurde noch ein Kriterium („Fahrradausleihen u. Reparaturbetriebe“) als durchschnittlich angesehen.

Anmerkungen zum lokalen Internetportal zum Kreis Herford:

1. In den Radstationen und an weiteren Bahnhöfen gegeben (Projektbüro Herford).

Kreis Minden-Lübbecke

Der Service Bereich für Radler im Bereich Minden-Lübbecke wurde schlecht beurteilt. Von fünf Kriterien wurden „Sichere Verwahrung des Fahrrades und „Fahrradausleihen u. Reparaturbetriebe“ durchschnittlich bewertet

Anmerkungen zum Service im Kreis Minden-Lübbecke:

1. Generell nein, aber Radstationen in Minden und Bad Oeynhausen (Radbeauftragter Minden-Lübbecke).
2. Reparaturbetriebe ausreichend vorhanden (Quelle: Internet und Mindener ADFC Broschüre).

Stadt Bielefeld

Der Service aus Radlersicht wurde im Fall der Stadt Bielefeld schlecht beurteilt. Von den fünf Kriterien dieses Bereiches wurden lediglich „Sichere Verwahrung des Fahrrades“ und „Fahrradausleihen u. Reparaturbetriebe“ gut bewertet, die restlichen Punkte als schlecht angesehen.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Anmerkungen zum Service Stadt Bielefeld:

2. Arbeiten mit Flottweg zusammen, bei größerem Aufwand wird die Aufgabe weitergeleitet ("BM") – Flott Weg zentrale Ausleihe am Bahnhof. Ein Reparaturbetriebe in jedem Stadtteil (ADFC Bielefeld) – Reparaturbetriebe ja, aber Ausleihen nein (ADFC Regionalkarte OWL).

Kreis Lippe

Die Service Struktur des Kreises Lippe wurde alles in allem als durchschnittlich beurteilt. In den fünf hier vorhandenen Kriterien wurden zwei („GPS Geräte sind ausleihbar“, „Radelbusse“) gut, zwei („Fahrradausleihen u. Reparaturbetriebe“, „Sichere Verwahrung des Fahrrades“) durchschnittlich und eine („Zentrale Hotlinenummer“) schlecht gewertet.

Aufgrund des gleichen Anteiles von guten und durchschnittlichen Kriterien kommt eine durchschnittliche Endbewertung zustande.

Anmerkungen zum Service im Kreis Lippe:

2. Reparaturbetriebe in den größeren Ortschaften, ansonsten Ausleihe durch ADFC (ADFC Lippe).
4. GPS Geräte Hr. Wiehenkamp 2-3 Geräte zum Ausleihen (Radbeauftragter Lippe)
5. Radelbusse mit Fahrradanhänger – Touristiklinie (lange Linie) – feste Strecke – gut besetzt – von einem Anhänger auf zwei erhöht, zusätzlich steht ein Bus mit kleinem Gepäckträger zur Verfügung (Radbeauftragter Lippe).

Kreis Höxter

Im Kreis Höxter wurde der Servicebereich für Radler als schlecht beurteilt.

Gut gewertet wurden nur die Kriterien „Fahrradausleihen u. Reparaturbetriebe“ und „Radelbusse“.

Anmerkungen zum Service im Kreis Höxter:

1. Einzelne Betriebe aber generell nein. Keine Radstation, Betrieb in Höxter. Zwei Informationspunkte vom ADFC mit Verwahrungsmöglichkeiten ("GfW H").
3. Ist ein Thema steht auf der Tagesordnung, bisher noch nicht ("GfW H").
4. Vom MPH, sobald es aktuell ist, dann Fahrpläne ("GfW H").

Kreis Paderborn

Insgesamt wurde der Kreis im Bereich Service bezogen auf Radlerangebote durchschnittlich bewertet. Im Einzelnen setzten sich die vorliegenden Kriterien aus zwei (Sichere Verwahrung

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

des Fahrrades“, „Fahrradausleihen u. Reparaturbetriebe“) durchschnittlichen, zwei guten („GPS Geräte sind ausleihbar“, „Radelbusse“) und einer schlechten („Zentrale Hotlinenummer“) zusammen.

Aufgrund des gleichen Anteiles von guten und durchschnittlichen Kriterien, ist eine durchschnittliche Endbewertung vorgenommen worden.

Anmerkungen zum Service im Kreis Paderborn:

2. Reparaturbetriebe ja und Ausleihen in Paderborn und Bad Lippspringe (ADFC Regionalkarte OWL).

4. Paderborn, im Park Hotel und im Vital Hotel (beide Bad Lippspringe) und vielleicht demnächst im Tourist Info Hövelhof (TI P).

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

8.1.1.6 Bewertung des ÖPNV

In diesem Bereich werden die ÖPNV Strukturen der einzelnen Kreise in Bezug auf ein fahrradfreundliches Beförderungssystem beleuchtet. Expertenaussagen, Prospekte und die ADFC Regionalkarte OWL sind die hier verwendeten Bewertungsmittel.

Tabelle 11: Bewertungsüberblick ÖPNV

Kreise	Gütersloh	Herford	Minden-Lübbecke	Bielefeld	Lippe	Höxter	Paderborn
1. Bedarfsgerechte Anbindung	-	-	-	+	-	+	+
2. In Bussen Fahrradmitnahme möglich	o	-	-	+	+	+	+
3. In Bahnen Fahrradmitnahme die Regel	+	+	+	+	+	+	+
4. Sichere u. wettergeschützte Stellplätze	o	+	+	+	o	o	o
Abschnittswertung	o	o	o	++	+	+	+

Quelle: Eigene Darstellung

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Kreis Gütersloh

Der auf Radlerbelange bezogene ÖPNV des Kreises Gütersloh wurde durchschnittlich bewertet.

Schlecht wurde das Kriterium, „Sichere Verwahrung des Fahrrades“ bewertet. Für gut befunden wurde hingegen der Punkt „Zentrale Hotlinenummer“.

Anmerkungen zum ÖPNV im Kreis Gütersloh:

2. Abhängig von Gesellschaft und Fahrer – Von der Technik nicht immer gegeben (Pro GT)
4. An Radstationen, ansonsten zum Teil in katastrophalem Zuständen, vor Bahnhöfen (ADFC Gütersloh).

Kreis Herford

Die ÖPNV-Radlersituation im Kreis Herford wurde insgesamt durchschnittlich gewertet. Anteilsmäßig stehen sich hier zwei negative Kriterien („Bedarfsgerechte Anbindung“, „In Bussen Fahrradmitnahme möglich“) und zwei positive („Sichere u. wettergeschützte Stellplätze“, „In Bahnen Fahrradmitnahme die Regel“) gegenüber, so dass sich eine durchschnittliche Endnote ergibt.

Anmerkungen zum ÖPNV im Kreis Herford:

1. An den fünf Bahnhöfen (einer davon ist ein Haltepunkt) möglich, die Räder überdacht abzustellen (Projektbüro Herford).

Kreis Minden-Lübbecke

Im Kreis Minden-Lübbecke besteht ein durchschnittliches Angebot des ÖPNV. Wie im Fall des Kreises Gütersloh stehen hier zwei schlecht gewertete Kriterien („Bedarfsgerechte Anbindung“, „In Bussen Fahrradmitnahme möglich“) zwei gut beurteilten („Sichere u. wettergeschützte Stellplätze“, „In Bahnen Fahrradmitnahme die Regel“) gegenüber, was im Gesamturteil eine durchschnittliche Wertung ergibt.

Anmerkungen zum Service im Kreis Minden-Lübbecke:

4. An Radstationen, damit ist der Kartenausschnitt voll abgedeckt (ADFC Regionalkarte OWL).

Stadt Bielefeld

In der Stadt Bielefeld liegt eine durch die Stadtlage bedingte, sehr gut ausgebaute ÖPNV Situation für Radler vor. Alle Kriterien wurden gut bewertet.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Anmerkungen zum ÖPNV Stadt Bielefeld:

2. Zusätzlich Stadtbahnen, Vorteil, da mehrere Bahnhöfe – man kann also im Stadtgebiet als auch darüber hinaus problemlos das Fahrrad mitnehmen (ADFC Bielefeld).
4. Vor allem an Endstationen (Amt für Verkehr Bielefeld).

Kreis Lippe

Insgesamt liegt im Kreis Lippe ein für Radler gut bewertetes ÖPNV System vor. Neben zwei gut beurteilten Kriterien wurde ein Kriterium („Bedarfsgerechte Anbindung“) schlecht und eines („Sichere u. wettergeschützte Stellplätze“) als durchschnittlich gewertet.

Anmerkungen zum ÖPNV im Kreis Lippe:

1. Touristische Linie – mit Anhänger, und Gepäckträger - Angebot vorhanden (ADFC Lippe).
2. In Bussen nicht bekannt in der Eurobahn ja (Radbeauftragter Lippe) – Ja aber keine Werbung, damit es nicht Überhand nimmt (ADFC Lippe).

Kreis Höxter:

Im Kreis Höxter wurde das ÖPNV Netz aus Radlersicht als gut bewertet. Einzige „Sichere u. wettergeschützte Stellplätze“ wurde durchschnittlich bewertet.

Anmerkungen zum ÖPNV im Kreis Höxter:

1. Auf der Internetseite Verlinkung zum ÖPNV (“GFW H”).

Kreis Paderborn

Der Kreis Paderborn erreicht ein gutes Gesamturteil bezüglich des ÖPNV Netz aus Radler Sichtweise. Das einzige von der guten Wertung abweichende Kriterium ist „Sicher u. wettergeschützte Stellplätze“, welches durchschnittlich beurteilt wurde.

Anmerkungen zum ÖPNV im Kreis Paderborn:

4. In Paderborn ja, ansonsten unbekannt (<http://www.radstation.de>).

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

8.1.1.7 Bewertung Freizeit und Natur

Im Folgenden stehen die naturräumlichen Gegebenheiten der Kreise, das Angebot an Ausflugslokalen, die Einbeziehung von Sehenswürdigkeiten in das Routennetz und die Beachtung von Naturschutzaspekten im Mittelpunkt.

Diese Aspekte sollen durch Expertenbewertungen, der Auswertung der ADFC Regionalkarte OWL und Prospektmaterial der Kreise bewertet werden.

Tabelle 12: Bewertungsüberblick Freizeit und Natur

Kreise	Gütersloh	Herford	Minden-Lübbecke	Bielefeld	Lippe	Höxter	Paderborn
1. Routen in abwechslungsreicher – reizvoller Landschaft	o	o	+	o	+	+	+
2. Ausflugslokale in angemessenem Abstand	+	o	+	+	+	o	+
3. Natur- u. Kultursehenswürdigkeiten	+	+	+	+	+	+	+
4. Berücksichtigung Naturschutzaspekte	+	x	x	x	x	x	x
Abschnittswertung	+	o	++	+	++	+	++

Quelle: Eigene Darstellung

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Kreis Gütersloh

Im Kreis Gütersloh wurde der Freizeitbereich als sehr gut bewertet. Alle hier beurteilten Kriterien wurden als gut eingeschätzt bis auf das Kriterium „abwechslungsreiche Landschaft“.

Anmerkungen zum Bereich Freizeit im Kreis Gütersloh:

1. Größtenteils (ADFC Gütersloh) – Zum Teil auch unattraktive Gebiete (Pro GT).
2. Auf Radkarte BVA erkennbar (Pro GT).
4. Zum Teil Wege (Wellness-Radroute und Landes Garten Schau) durch Vogelschutzgebiet, zeitweise gesperrt, dann Umleitung (ADFC Gütersloh).

Kreis Herford

Im Kreis Herford wurde die Freizeitstruktur als durchschnittlich beurteilt. Dabei wurde das Kriterium „Berücksichtigung Naturschutz“ nicht gewertet, da es im Kreis irrelevant ist. Als gut beurteilt wurde das Kriterium „Routeneinbindung von Natur u. Kultursehenswürdigkeiten“.

Anmerkungen zum Bereich Freizeit im Kreis Gütersloh:

1. Selten durch Industriegebiete bzw. nicht schöne Gebieten (Projektbüro Herford).
2. Eigentlich schon, aber nicht immer ersichtlich, man muss ansonsten in die Städte fahren und dort Rast machen (Projektbüro Herford) – Ausflugslokale sind in ausreichender Zahl vorhanden, lediglich im westlichen und nordwestlichen Bereich könnten es mehr sein (ADFC Regionalkarte OWL).

Kreis Minden-Lübbecke

Die Freizeitstruktur des Kreises Minden-Lübbecke wurde mit sehr gut bewertet, alle Kriterien wurden durchweg gut beurteilt. Das Kriterium des „Berücksichtigung des Naturschutzes“ wurde nicht gewertet, da es für die im Kreis liegenden Routen irrelevant ist.

Anmerkungen zum Bereich Freizeit im Kreis Minden-Lübbecke:

Keine Anmerkungen

Stadt Bielefeld

Insgesamt wurde die Freizeitstruktur der Stadt Bielefeld als gut gewertet. Ein Kriterium wurde durchschnittlich („Routen in abwechslungsreicher, reizvoller Landschaft“) und eines ging nicht in die Wertung ein („Berücksichtigung Naturschutzaspekte“), da dieses für die Routen in Bielefeld nicht relevant ist.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Anmerkungen zum Bereich Freizeit Stadt Bielefeld:

1. Grundsätzlich ja, aber in einer Großstadt lassen sich einige Gebiete nicht umfahren (ADFC Regionalkarte OWL)
2. Ortskundige sind im Vorteil. Im Fahrradstadtplan großen Wert darauf gelegt auf Öffnungszeiten und Biergärten (ADFC Bielefeld).

Kreis Lippe

Freizeitstrukturen im Kreis Lippe wurden überwiegend mit sehr gut gewertet. Das einzige Kriterium, das nicht bewertet wurde ist „Berücksichtigung Naturschutzaspekte“, da dieses für die in Lippe verlaufenden Routen keine Rolle spielt.

Anmerkungen zum Bereich Freizeit im Kreis Lippe:

1. Selten bei Lückenschlüssen, ansonsten nein (ADFC Lippe)
4. Bewusst um sensible Gebiete herum gelegt – bei Brutgebieten, Umleitungen vorhanden (ADFC Lippe).

Kreis Höxter

Der Kreis Höxter wurde im Bereich der Freizeitstrukturen mit gut bewertet. Von den hier vorliegenden Kriterien wurde eines („Ausfluglokale in angemessenem Abstand“) durchschnittlich gewertet und eines („Berücksichtigung Naturschutzaspekte“) fiel aus der Wertung heraus, da es für die im Bereich Höxter liegenden Routen nicht relevant ist.

Anmerkungen zum Bereich Freizeit im Kreis Höxter:

1. In der Regel schon (“GFW H”).
2. Rundtouren sind an die Sehenswürdigkeiten angeschlossen (“GFW H”).

Kreis Paderborn

Der Kreis Paderborn wurde im aus Radler-Sicht betrachteten Freizeitbereich als sehr gut gewertet. Bis auf „Berücksichtigung Naturschutzaspekte“ wurde alle Kriterien als gut beurteilt. Dieser Punkt fiel aus der Bewertung, da er für Routen im Kreis Paderborn nicht relevant ist.

Anmerkungen zum Bereich Freizeit im Kreis Paderborn:

4. Nicht nötig, keine Routen auf denen das notwendig ist (TI P)

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Tabelle 13: Endwertung Radstrukturen

	Gütersloh	Herford	Minden- Lübbecke	Bielefeld	Lippe	Höxter	Paderborn
Gesamtbewertung der Kreise	o	-	+	+	+	+	+

Quelle: Eigene Darstellung

8.1.1.8 Endergebnis Radstruktur

Von den sieben bewerteten Kreisen hat lediglich der Kreis Herford eine mangelhafte Gesamtnote in Bezug auf seine Radstrukturen erhalten. Mit einer durchschnittlichen Bewertung, befindet sich der Kreis Gütersloh auf der vorletzten Position.

Alle anderen Kreise können eine gute Wertung vorweisen. Dennoch sind auch in diesem Segment qualitative Unterschiede zu erkennen. Der Kreis Paderborn wurde in allen Bewertungsbereichen gut, davon sogar viermal sehr gut eingestuft. Nur ein Bereich erhielt eine durchschnittliche Bewertung. Damit kann Paderborn das beste Ergebnis aller Kreise vorweisen.

Kurz hinter Paderborn folgt der Kreis Höxter. Dieser hat nur in einer Zwischenbewertung eine schlechte Note erhalten und wurde ansonsten durchweg positiv gesehen.

Den dritten Platz belegt der Kreis Lippe. Fünf Abschnitte wurden mit gut bzw. zwei von diesen mit sehr gut bewertet und jeweils ein Bereich durchschnittlich bzw. schlecht beurteilt.

Auf dem nächsten Rang liegt der Kreis Minden-Lübbecke, welcher fünf gute, davon eine sehr gute, eine durchschnittliche und eine schlechte Bewertung seiner Radstrukturen erhalten hat.

Fast gleichauf mit Minden-Lübbecke befindet sich die Stadt Bielefeld. Sie unterscheidet sich nur in einem Bewertungsbereich, anstatt einer durchschnittlichen und einer schlechten, gehen hier insgesamt zwei schlechte Beurteilungen in die Endbewertung mit ein.

Durch die eben beschriebenen Platzierungen der einzelnen Gebiete, kann ein Ranking erstellt werden, diese sieht wie folgt aus:

Tabelle 14: Ranking Radstruktur

Platzierung	Gebiete in OWL
1	Kreis Paderborn
2	Kreis Höxter
3	Kreis Lippe
4	Kreis Minden-Lübbecke
5	Stadt Bielefeld
6	Kreis Herford
7	Kreis Gütersloh

Quelle. Eigene Darstellung

8.1.2 Überregionale Wanderstrukturen

In diesem Punkt werden, die in der Region OWL verlaufenden überregionalen Wanderstrukturen, untersucht und bewertet. Im Gegensatz zur Bewertung der Radstrukturen handelt es sich hier nicht um Routen, welche klar einzelnen Kreisen zuzuordnen sind. Die hier untersuchten Wanderbereiche zeichnen sich dadurch aus, dass sie zumeist mehrere Gebiete miteinander verbinden, aus diesem Grund sind durch Wandervereine vorgenommene Beurteilungen Grundlage dieses Bewertungsbereiches. Zusätzlich zu den Wandervereinen wurde noch Frau Erdmann um eine Beurteilung der Hermannshöhen gebeten, da sie an der Ausarbeitung dieses Gebietes beteiligt war.

Durch die eingeschränkte Anzahl an beteiligten Experten ergibt sich eine Endbewertung für die jeweiligen Gebiete, in denen die verschiedenen Wandervereine aktiv sind und zusätzliche eine für das Gebiet der Hermannshöhen. Eine verifizierende Prüfung war für den Autor nicht immer möglich, da auf verwendeten Wanderkarten, die hierfür benötigten Informationen, zum Teil nicht enthalten waren.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

8.1.2.1 Bewertung Infrastruktur des Streckennetzes

In diesem Untersuchungspunkt wird eine Beurteilung über die infrastrukturelle Qualität des Wanderstreckennetzes vorgenommen. Dazu werden verschiedene Bereiche analysiert und bewertet, z.B. ob eine einheitliche, durchgehende Beschilderung vorliegt oder auch inwiefern die einzelnen Routen miteinander vernetzt sind.

Miteinbezogen in die Untersuchung wurden Wanderexperten, Wanderkarten und Prospekte der Kreise und Wandervereine.

Tabelle 15: Bewertungsüberblick Infrastruktur – Streckennetze

Kriterien	Kreise	Teutoburger Wald Verein	Eggegebirgs Verein	Porta Westfalica Verein	Hermannshöhen
1. Vernetzung – Abkürzen der Routen		+	+	+	+
2. Einheitliche Beschilderung		+	+	+	+
3. Durchgehende Beschilderung		+	+	+	+
4. Wegweiser - Entfernungsangaben mind. 2		+	+	+	o
5. Kreisübergreifende Beschilderung		+	+	+	+
6. Schutzhütten außerhalb von Städten		+	+	o	+
7. Familienfreundliche Wanderwege		o	o	o	o
Abschnittswertung		+	+	+	+

Quelle: Eigene Darstellung

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Teutoburger Wald Verein

Im Bereich des Teutoburger Wald Vereines (im Folgenden TWV) wurde die Wanderinfrastruktur insgesamt als gut gewertet. Alle Kriterien wurden gut beurteilt, mit Ausnahme des Kriteriums „Familienfreundliche Wanderwege“ welche durchschnittlich bewertet wurden.

Anmerkungen zur Wanderinfrastruktur im Bereich des Teutoburger Wald Vereins:

2. Wird geändert auf allen Wanderwegen, auf zwei Seiten auf den Wegen – dauert aber je nachdem wie viele Leute in den Vereinen aktiv sind (TWV)
4. weniger auf Hauptwanderwegen (TWV)

Eggegebirgsverein

Das Gebiet des Eggegebirgsvereines (im Folgenden EGV) wird im Ganzen als gut gewertet. Wie im Fall des Teutoburger Wald Vereines wurde nur das Kriterium „Familienfreundliche Wanderwege“ durchschnittlich beurteilt.

Anmerkungen zur Wanderinfrastruktur im Bereich des Eggegebirgsvereines:

4. Bei kleineren Wegen Hinweise zu den Orten, an Kreuzungen, wo Wege vom Eggeweg abzweigen (EGV)
7. Eggeweg eigentlich schon familienfreundlich, bis auf einige Ausnahmen, dort extremere Steigungen z.B. Velmerstot aber nur wenige (EGV)
6. Insgesamt 27 am Eggeweg, für die Qualifizierung wichtig, Frau Erdmann hat das abgelaufen (EGV)

Wanderverein Porta Westfalica-Mittelweser

Die Wanderinfrastruktur im Bereich des Wandervereines Porta Westfalica-Mittelweser (im Folgenden W PWM) wird im Großen und Ganzen als gut bewertet. Von sieben Kriterien wurden die beiden Punkte „Schutzhütten außerhalb von Städten“ und „Familienfreundliche Wege“ durchschnittlich gesehen, alle anderen wurden als gut eingestuft.

Anmerkungen zur Wanderinfrastruktur im Bereich W PWM:

4. Es gibt Entfernungsangaben, auf Wanderkarten, an Knotenpunkten Parkplätze mit Tafeln und Wegebeschreibungen. In der Natur Wandertafeln. (W PWM)
6. Es gibt welche auch regelmäßig, aber nicht in bestimmten Abständen, werden von der Kommune gepflegt bzw. repariert wenn es Probleme gibt (W PWM)
7. A-Wege eher familienfreundlich, Besonderheit des Verbandes und in NRW. Wurde mal vom ADAC angeregt, Autofahrer auch mal zum Gehen bewegen (W PWM)

Hermannshöhen

Hermannshöhen (im Folgenden HH) wurden im Bereich Wanderinfrastruktur im gesamten als gut bewertet. Die Kriterien „Entfernungsangaben mind. 2“ und „Familienfreundliche Wanderwege“ wurden als durchschnittlich eingestuft, alle anderen Bereich als gut beurteilt.

Anmerkungen zur Wanderinfrastruktur im Bereich HH:

2. u. 3. Eigenes Hermannshöhen-Wegweisersystem der Leitwege und Zugangswege zu den Anliegerorten (Erdmann)
5. Markierungen des Hermannsweges werden im Mai komplett erneuert, dann einheitliche und durchgängige Markierung der gesamten HH (Erdmann)

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

8.1.2.2 Bewertung Beherbergungsbetriebe

In diesem Bewertungsabschnitt werden Bewertungen über in den Wandergebieten liegende Beherbergungsbetriebe durchgeführt. Dazu wurden die Experten allgemein nach in ihrem Gebiet liegenden wanderfreundlichen Betrieben oder auch nach Gepäcktransferangeboten gefragt. Diese Ergebnisse wurden durch Internetrecherchen zu wanderfreundlichen Betrieben und Prospektauswertungen ergänzt.

Tabelle 16: Bewertungsüberblick Beherbergungsbetriebe

Kreise	Teutoburger Wald Verein	Eggegebirgs Verein	Porta Westfalica Verein	Hermannshöhen
1. Wanderfreundliche Unterkünfte	+	+	+	+
2. Einkehrmöglichkeiten am Hauptweg oder in direkter Nähe (< 500 m)	+	+	o	+
3. Gepäcktransfer – mehrheitlich	+	+	+	+
Abschnittswertung	++	++	+	++

Quelle: Eigene Darstellung

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Teutoburger Wald Verein

Die im Gebiet des TWV gelegenen Beherbergungsbetriebe wurden als sehr gut bewertet. Alle hier aufgeführten Kriterien wurden als gut beurteilt.

Anmerkungen zur Beherbergung im Bereich TWV:

Keine Anmerkungen

Eggegebirgsverein

Ebenso wie die Beherbergungssituation für Wanderer im Bereich des TWV als sehr gut gewertet wurde, ist dieses auch hier im Gebiet des EGV der Fall. Alle Kriterien wurden ausnahmslos als gut eingestuft.

Anmerkungen zur Beherbergung im Bereich EGV:

1. Allein in Driburg Vier qualifiziert, entlang des Weges – Karte mir Wegen und Beherbergungsbetrieben und Tourismusinstitutionen (EGV)
2. Wenn weiter vom Eggeweg ab, dann an Karte ausrichten (EGV)

W PWM

Im Verwaltungsgebiet des W PWM wird die Situation der Beherbergungsbetriebe aus Wanderersicht als gut gewertet. Einzig die Kategorie „Einkehrmöglichkeiten am Hauptweg oder in direkter Nähe (< 500 m)“ wurde durchschnittlich beurteilt-

Anmerkungen zur Beherbergung im Bereich W PWM:

1. Auf Wunsch Vermittlung (W PWM)
2. Problem viele Gaststätten haben erst ab 17.00 Uhr geöffnet. Um PW geht es noch aber in anderen Gegenden nicht so optimal – Gut das Bäckereien früh aufhaben und mittlerweile Kaffee verkaufen (W PWM)
3. Machen die Unterkünfte, kann man beantragen, anrufen oder das Haus des Gastes macht es für den Verband (W PWM)

Hermannshöhen

Ebenso wie im Bereich des TWV und des EGV wurde die Beherbergung aus Wanderersicht im Fall der HH als sehr gut benotet. Da beide Bereiche die HH stellen, könnte hier ein Zusammenhang liegen. Alle Kriterien wurden als gut beurteilt

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Anmerkungen zur Beherbergung im Bereich HH:

2. Im Bereich des Hermannsweges zurzeit Beschilderung von Gasthöfen < 500m vom Weg, nach Umsetzung (bis Ende Mai 2007) für Hermannsweg ausreichende Einkehrmöglichkeiten fast durchgehend vorhanden (Erdmann)

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

8.1.2.3 Bewertung Tourist Informationen

In diesem Bewertungsschritt wurde soweit bekannt, aufgezeigt werden, inwieweit Tourist Informationen auf Wandererbelange eingehen. Dieses wurde z.B. an dem Angebot von Wanderkarten oder an Wander Pauschalangeboten festgemacht werden.

Hier wurden zum einen Wanderexperten zu ihrer Erfahrung, Einschätzung zu Tourist Informationen befragt und zum anderen Prospekte ausgewertet und im Internet recherchiert.

Tabelle 17: Bewertungsüberblick Tourist Informationen

Kriterien	Kreise	Teutoburger Wald Verein	Eggegebirgs Verein	Porta Westfalica Verein	Hermannshöhen
1. Radkarten – Wanderspezifische Infos		-	+	+	+
2. Problemkompetenz		x	-	+	+
3. Wanderer Pauschalangebote		x	+	+	+
4. Geführte Wandertouren		+	+	o	+
5. Veranstaltung von Wander-Events		+	+	o	+
Abschnittswertung		o	+	+	++

Quelle: Eigene Darstellung

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Teutoburger Wald Verein

Insgesamt wurden die Tourist Information in Bezug auf Wanderbelange im Bereich des TWV gut bewertet. In die Wertung gingen jedoch nur drei von fünf Kriterien ein, da über „Problemkompetenz“ und „Wanderer Pauschalangebote“ kein Wissen vorhanden war. Von den anderen Kriterien wurden zwei gut („Geführte Wandertouren“, „Veranstaltung von Wander-Events“) und eines als schlecht („Wanderkarten –Infos“) beurteilt.

Anmerkungen zur Tourist Infos im Bereich TWV:

Keine Anmerkungen

Eggegebirgsverein

Die im Gebiet des EGV liegenden Tourist Informationen wurde in Wanderbelangen als gut bewertet. Lediglich das Kriterium „Problemkompetenz“ wurde als schlecht eingestuft.

Anmerkungen zur Tourist Infos im Bereich EGV:

2. Die laufen nicht (EGV)
3. Geht von den einzelnen Städten aus, z.B. Bad Driburg (EGV)
4. Alle 14 Tage Sonntags eine Wanderung in Driburg (EGV)
5. Baumpflanzungen, Eggegebirgsfest, Wandertag Südegge, Sternwanderung und Wanderfahrten (EGV)

Wanderverein Porta Westfalica-Mittelweser³⁷

Die Tourist Informationen die im Wirkungskreis des W PWM liegen wurden als gut eingestuft. Zwei Punkte, „Veranstaltung von Wander-Events“ und „Geführte Wandertouren“ von sieben Kriterien wurden durchschnittlich beurteilt.

Anmerkungen zur Tourist Infos im Bereich W PWM:

3. Tourist Infos machen das aber auch Wanderverbände helfen zum Teil, arbeiten da zusammen. Teilweise rufen auch Wanderer direkt bei Ihnen an, dann machen die das für diese Personen (W PWM)
4. Wandertouren vom Verein, aber liegen auch bei der TI aus, jeder kann teilnehmen (W PWM)
5. Bei Stadtfesten teilweise auch an bestimmten Tagen wandern (W PWM)

³⁷ Im Folgenden W PWM genannt

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Hermannshöhen

Der Bereich der Tourist Informationen in Bezug auf Wanderbelange im Einzugsgebiet der HH wurde als sehr gut bewertet.

Alle Kriterien wurden ausnahmslos als gut eingestuft.

Anmerkungen zur Tourist Infos im Bereich HH:

Keine Bemerkungen

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

8.1.2.4 Bewertung Lokales Internetportal

In diesem Punkt werden die Internetportale der Wandervereine daraufhin analysiert, in wie weit sie Serviceleistungen für interessierte Wanderer anbieten. Untersucht werden z.B. ob Wanderkarten bestellt, Tourentipps gegeben und Hinweise zu wanderfreundlichen Beherbergungsbetrieben aufgeführt werden.

Einbezogen in die Untersuchung waren die Internetportale der einzelnen Wandervereine und der HH. Zusätzlich werden noch die touristischen Seiten Minden Lübbeckes und Paderborns, als vorbildliche auf Wanderbelange eingehende Portale, vorgestellt. Die Seiten der Kreise sollen nur als Ergänzung bzw. Anregung dienen und gehen nicht in die Endwertung mit ein.

Eine Beurteilung durch Experten war in diesem Bereich nicht notwendig.

Tabelle 18: Bewertungsüberblick Internetportal

Kriterien	Kreise	Teutoburger Wald Verein	Eggegebirgsverein	Verein Porta Westfalica	Hermannshöhen
1. Bestellmöglichkeit v. Karten u. Infos		+	+	+	+
2. Tourentipps werden gegeben		o	+	o	o
3. Links Tourist Infos, Naturparke etc.		-	+	o	+
4. Wanderfreundliche Unterkünfte		-	+	o	+
5. Kontaktdaten – Anschrift		+	+	+	+
6. Überblick über Sehenswerte Orte etc.		+	-	o	+
7. GPS – vorhanden u. downloadfähig		-	-	-	-
8. ÖPNV Hinweise		-	-	-	+
Abschnittswertung		-	+	o	+

Quelle: Eigene Darstellung

Teutoburger Wald Verein

Die Internetplattform des TWV wurde im Ganzen als schlecht eingestuft. Von den acht bewerteten Kriterien wurden vier schlecht („Links Tourist Infos, Naturparke etc.“, „Wanderfreundliche Unterkünfte“, „ÖPNV Hinweise“, „GPS – vorhanden u. downloadfähig“), ein durchschnittliche („Tourentipps werden gegeben“) und drei positiv („Bestellmöglichkeit v. Karten u. Infos“, „Kontaktdaten – Anschrift“, „Überblick über Sehenswerte Orte etc.“) beurteilt.

Anmerkungen zum Internetportal des TWV:

Allgemeines zur TWV Seite: Einfach gemachte Seite mit einer klarer Struktur, Blaue Schrift auf Grünem Grund ein wenig unleserlich. Scheint regelmäßig aktualisiert zu werden (<http://www.teutoburgerwaldverein.de/index.html>).

2. Kurze Beschreibung von Touren und Wanderzeichen aber keine ausführlicheren Tourentipps.

Eggegebirgsverein

Die Internetseite des EGV wurde insgesamt als gut bewertete, was den Service für Wanderer betrifft. Von den Kriterien wurden „ÖPNV Hinweise“, „GPS – vorhanden u. downloadfähig“ und „Überblick über Sehenswerte Orte etc.“ als schlecht eingestuft, die restlichen wurden gut beurteilt.

Anmerkungen zum Internetportal des EGV:

Einfache und übersichtliche Seite, gute Farbwahl Leserlichkeit ist dadurch gegeben – übersichtliche Navigation (<http://www.eggegebirgsverein.de/links.html>).

4. Im Link Bereich ist eine Verknüpfung zu wanderfreundlichen Beherbergungsbetrieben gegeben.

6. In Tourenbeschreibungen und eigener Menüpunkt mit Überblick über Museen in der Region.

Verein Porta Westfalica-Mittelweser

Der V PWM besitzt keine eigene Homepage, ihre Internetpräsenz beschränkt sich auf einen Bereich der Internetseite der Stadt Porta Westfalica. Im Großen und Ganzen wurde diese Präsenz als durchschnittlich evaluiert. Einige Kriterien wurden jedoch heruntergestuft, da diese Unterbereiche der Stadtseite darstellen. Gegen eine Verknüpfung der beiden Bereiche ist generell nichts einzuwenden.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Von acht Kriterien wurden vier als durchschnittlich („Tourentipps werden gegeben“, „Links Tourist Infos, Naturparke etc.“, „Wanderfreundliche Unterkünfte“, „Überblick über Sehenswerte Orte etc.“) beurteilt.

Anmerkungen zum Internetportal des EGV:

Seite des W PWM ist eingebunden in die Seite der Stadt Porta Westfalica, keine eigene Homepage

(<http://www.portawestfalica.de/index.phtml?mNavID=1267.5&sNavID=1267.38&La=1>).

2. Kurze Beschreibung von Touren und Wanderzeichen aber keine ausführlicheren Tourentipps.

3. u. 4. Auf der Seite der Stadt Porta Westfalica vorhanden, aber nicht auf der eigentlichen „Seite“ des Wandervereins .

Hermannshöhen

Das Portal der HH hält ein breites Serviceangebot für Wanderer bereit und wurde deshalb als gut bewertet.

Von allen Kriterien wurde nur, „GPS – vorhanden u. downloadfähig“ mit schlecht und „Tourentipps werden gegeben“ als durchschnittlich beurteilt, die restlichen Kriterien wurden als gut eingestuft.

Anmerkungen zum Internetportal der HH:

Professionell aufgemachte Seite, gute Farbwahl, übersichtlich und eine reibungslose Navigation sind gegeben – Mehrsprachigkeit liegt auch vor (<http://www.hermannshoehen.de/>)

2. Kurze Beschreibung von Touren und Wanderzeichen aber keine ausführlichere Tourentipps

4. Eigener Unterpunkt mit ausgezeichneten Qualitätsbetrieben.

8. Einzige Seite die ÖPNV Anbindungen nennt.

Kreis Minden-Lübbecke

Das Internetportal des Kreises Minden-Lübbecke bietet einen klaren Wanderschwerpunkt und – Service auf ihrer Seite und wurde deshalb mit gut gewertet.

Fast durchgehend positive Beurteilungen der Kriterien, nur drei Punkte weichen von dieser Wertung ab. Als Durchschnittlich wurden „Links zum ÖPNV“, „Wanderfreundliche Unterkünfte“ angesehen. Die einzige negative Beurteilung erhielt das Kriterium „GPS – vorhanden u. downloadfähig“.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Anmerkungen zum lokalen Internetportal im Kreis Minden-Lübbecke:

Siehe 8.1.1.4.

Kreis Paderborn

Das Internetportal des Kreises Paderborn wurde, bezüglich der Ausrichtung auf Wanderer, als bestes von allen Kreisen bewertet.

Im Kreis wurde kein Kriterium negativ gewertet, lediglich die Kriterien, „Wanderfreundliche Unterkünfte“, „Links zum ÖPNV“ und „GPS – vorhanden u. downloadfähig“ wurden durchschnittlich beurteilt. Der Kreis Paderborn ist der einzige Kreis, der ein GPS Angebot im Bereich Wandern auf seinem Internetportal anbietet. Hierbei handelt es sich um eine Verlinkung mit einem Anbieter von GPS Touren, welcher Bildungstouren im Bereich des Naturparks Eggegebirge südlich des Teutoburger Waldes anbietet.

Anmerkungen zum lokalen Internetportal im Kreis Paderborn:

Siehe 8.1.1.4

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

8.1.2.5 Bewertung Service

In diesem Bewertungsabschnitt wurden die Wandervereine und Frau Erdmann um eine Einschätzung zu der, ihrem Gebiet angebotenen Service-Leistungen für Wanderer gebeten.

Unter diese Service-Leistungen fallen z.B. die sichere Verwahrung der Ausrüstung (in Städten) oder Bezugsquellen für Wander-Equipment.

Tabelle 19: Bewertungsüberblick Service

Kriterien	Kreise	Teutoburger Wald Verein	Eggegebirgsverein	Verein Porta Westfalica	Hermannshöhen
1. Sichere Verwahrung der Ausrüstung		x	o	o	+
2. Bezugsquellen für Wander-Equipment		+	o	o	o
3. Zentrale Hotlinenummer		-	-	-	o
4. GPS Geräte sind ausleihbar		-	o	-	o
Abschnittswertung		-	o	-	o

Quelle: Eigene Darstellung

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Teutoburger Wald Verein

Der Bereich Service für Wanderer wird im Gebiet des TWV als schlecht eingestuft. Von vier Kriterien wurde lediglich das Kriterium „Bezugsquellen für Wander-Equipment“ als gut beurteilt. Das Kriterium „Sichere Verwahrung der Ausrüstung“ wurde nicht evaluiert und fällt damit aus der Wertung.

Anmerkungen zum Service im Bereich TWV:

2. In Bielefeld einige Geschäfte, z.B. das Geschäft Kuhlmann (TWV).

Eggegebirgsverein

Die Kategorie Service für Wanderer wurde im Einzugsgebiet des EGVs durchschnittlich bewertet.

Alle Kriterien bis auf „Zentrale Hotlinenummer“, welche als schlecht eingestuft wurde, sind durchschnittlich beurteilt worden.

Anmerkungen zum Service im Bereich EGV:

1. In Paderborn, Bad Driburg aber nur in größeren Städten (EGV).
2. In den Unterkünften (EGV).
3. Ja gibt es, auf den Wanderkarten sind spezielle Raster vorhanden für GPS Navigation – Freizeitkarte Eggegebirge – aber keine Ausleihe bis jetzt (EGV).

Wanderverein Porta Westfalica-Mittelweser

Die aus Wanderer Sicht betrachteten Serviceleistungen im Bereich des W PWM wurden als schlecht benotet. Bei den Kriterien stehen sich zwei schlechte (Zentrale Hotlinenummer GPS Geräte sind ausleihbar“) und zwei durchschnittlich bewertete („Bezugsquellen für Wander- Equipment“, „Sichere Verwahrung der Ausrüstung“) Kriterien gegenüber.

Anmerkungen zum Service im Bereich W PWM:

1. Schuhe auch in PW, aber ansonsten nur in Minden (W PWM).
2. Am Bahnhof (W PWM).
3. Kann Verein oder Tourist Information in Porta Westfalica anrufen.

Hermannshöhen

Der Service Sektor für Wanderer wurde im Gebiet der HH als durchschnittlich gewertet. Lediglich die Kategorie „Sichere Verwahrung der Ausrüstung“ wurde gut beurteilt.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Anmerkungen zum Service im Bereich HH:

1. Projektbüro Hermannshöhen (Erdmann).
2. Beschränkt auf größere Städte (Erdmann).
3. In größeren Anliegerorten Bahnhöfe mit Schließfächern (Erdmann).
4. Kaufmöglichkeiten in größeren Orten vorhanden, wenige Möglichkeiten (Erdmann).

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

8.1.2.6 Bewertung des ÖPNV

In diesem Abschnitt wird ermittelt inwieweit ÖPNV an Wanderrouten bzw. Ausgangspunkten in den jeweiligen Gebieten vorhanden ist. Wiederum als Grundlage dienen Einschätzungen der Wandervereine und Frau Erdmanns und zusätzlich eine, durch den Autor vorgenommene, Auswertung von Wanderkarten und eine Internetrecherche.

Tabelle 20: Bewertungsüberblick ÖPNV

Kreise	Teutoburger Wald Verein	Eggegebirgsverein	Verein Porta Westfalica	Hermannshöhen
1. Bedarfsgerechte ÖPNV Anbindung	+	+	o	+
2. Ausreichend Wanderparkplätze	+	+	+	+
Abschnittswertung	++	++	o	++

Quelle: Eigene Darstellung

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Teutoburger Wald Verein

Die Anbindung an Wanderrouten im Gebiet des TWV wird als vorbildlich eingestuft und wurde deshalb mit sehr gut bewertet. Positive Evaluation aller Kriterien.

Anmerkungen zum Service im Bereich TWV:

1. Viele Haltestellen ein gutes Netz ist vorhanden (TWV).

Eggegebirgsverein

Ebenso wie im Gebiet des TWV liegt hier eine gute Vernetzung für Wanderer mit dem ÖPNV vor, von daher wurde der Bereich sehr gut bewertet.

Alle Kriterien wurden positiv beurteilt.

Anmerkungen zum Service im Bereich EGV:

2. Gibt es genug, an allen Wegen (EGV).

Wanderverein Porta Westfalica-Mittelweser

Die ÖPNV Situation für Wanderer wurde im Bereich des W PWM durchschnittlich bewertet. Von den beiden Kriterien wurde „Bedarfsgerechte ÖPNV Anbindung“ durchschnittlich und „Ausreichend Wanderparkplätze“ gut beurteilt.

Anmerkungen zum Service im Bereich W PWM:

Keine Anmerkungen.

Hermannshöhen

Auch im Gebiet der HH liegt eine vorbildliche Anbindung durch den ÖPNV vor, von daher wurde auch dieser Sektor als sehr gut eingestuft.

Anmerkungen zum Service im Bereich HH:

1. Keine einheitliche ÖPNV-Anbindung für gesamten Hermannshöhen, aber sehr gute Bahnverbindungen zwischen den Anliegerorten (Erdmann).

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

8.1.2.7 Bewertung Freizeit und Natur

In diesem Bewertungsabschnitt wurde der für Wanderer relevante Freizeit- und Naturbereich von den Wandervereinen und Frau Erdmann beurteilt. Punkte die hier bewertet wurden, sind z.B. inwiefern, in den einzelnen Wandergebieten, Landschaften ohne größeren Anteil von Industriegebieten (oder ähnlichen) liegen oder ob in einem gewissen Mindestabstand bewirtschaftete Gaststätten vorliegen.

Zusätzlich zu den Einschätzungen der Wanderexperten wurden noch Wanderkarten und Internetseiten ausgewertet.

Tabelle 21: Bewertungsüberblick Freizeit und Natur

Kreise	Teutoburger Wald Verein	Eggegebirgsverein	Verein Porta Westfalica	Hermannshöhen
1. Abwechslungsreiche Landschaft – keine Industriegebiete etc.	o	+	+	+
2. Bewirtschafter Gaststätte alle 20km	+	+	+	o
3. Natur- u. Kultur Sehenswürdigkeiten	+	+	+	+
4. Berücksichtigung Naturschutzaspekte	+	+	+	+
5. Gefällige Ortszenen (Altstädte...)	+	+	+	+
6. Nationale Baudenkmäler (Schlösser...)	+	+	+	+
Abschnittswertung	+	++	++	+

Quelle: Eigene Darstellung

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Teutoburger Wald Verein

Die im Gebiet des TWV liegenden Freizeit- und Naturaspekte wurden gut bewertet. Von sechs hier vorliegenden Kriterien wurde als einziges „Abwechslungsreiche Landschaft – keine Industriegebiete etc.“ schlecht benotet.

Anmerkungen zur Freizeit und Natur im Bereich TWV:

1. Lässt sich nicht immer vermeiden (TWV).
4. Baumpflanzaktionen (TWV).

Eggegebirgsverein

Die Freizeit- und Naturstrukturen die sich im Bereich des EGV befinden, wurden als gut gewertet. Alle hier vorliegenden Kriterien wurden durchweg gut beurteilt, bis auf das durchschnittlich bewertete Kriterium „Bewirtschaftete Gaststätte alle 20km“.

Anmerkungen zur Freizeit und Natur im Bereich EGV:

2. Nicht so viele Gaststätten wie TWV (EGV).
4. Haben einen Naturschutzwart – wollen aber noch einen zweiten haben, aus jedem Kreis dann einen (EGV).

Wanderverein Porta Westfalica-Mittelweser

Wie auch im Gebiet des EGV liegen hier im Einzugsgebiet des W PWM sehr gut gewertete Freizeit- und Naturstrukturen vor. Alle Kriterien wurden ausnahmslos als gut eingestuft

Anmerkungen zur Freizeit und Natur im Bereich W PWM:

Keine Anmerkungen

Hermannshöhen

Im Bereich der Hermannshöhen wurden die hier anzufinden Freizeit- und Naturstrukturen als gut bewertet. Von sechs Kriterien wurde lediglich das Kriterium „Bewirtschaftete Gaststätte alle 20km“ durchschnittlich beurteilt.

Anmerkungen zur Freizeit und Natur im Bereich HH:

2. Auf Hermannsweg ja, auf Eggeweg nein.

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Tabelle 22: Endwertung Wanderstrukturen

	Teutoburger Wald Verein	Eggegebirgsverein	Verein Porta Westfalica	Hermannshöhen
Gesamtbewertung der Gebiete	+	+	+	+

Quelle: Eigene Darstellung

8.1.2.8 Endergebnis Wanderstrukturen

Wie sich in der Endbewertung gezeigt hat, können alle Wandervereine und die Hermannshöhen eine gute Note in Bezug auf ihre Gesamt Wanderstrukturen vorweisen.

Jedoch kann auch hier bei einer, auf den ersten Blick, scheinbar gleichen Bewertung eine Abstufung vorgenommen werden. Grundlage dieser Abstufung sind die in den einzelnen Bewertungsabschnitten gebildeten Zwischenbewertungen.

Aufgrund dessen, findet sich der TWV auf dem letzten Platz wieder, da hier in zwei Wertungsbereichen (Internetportal und Service) eine schlechte Abschnittsbewertung vergeben wurde. Auf dem dritten Platz liegt der W PWM, hier wurde insgesamt (Service) eine schlechte Abschnittsbewertung erteilt.

Die HH und der EGV belegen gemeinsam den ersten Platz, beide haben jeweils eine durchschnittliche Zwischenwertung (Bereich Service) und dreimal eine sehr gute Abschnittsnote.

Aufgrund der Platzverteilungen ergibt sich folgendes Ranking:

Tabelle 23: Ranking Wanderstrukturen

Platzierung	Gebiete in OWL
1	Eggegebirgsverein
2	Hermannshöhen
3	Wanderverein Porta Westfalica
4	Teutoburger Wald Verein

Quelle: Eigene Darstellung

8.2 *Mystery - Check*

Im Allgemeinen handelt es sich bei einem so genannten „Mystery - Check“ um eine Methode zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit. Am geläufigsten sind die Verfahren des „Mystery - Shopping“ und des „Mystery - Guest - Test“, hierbei handelt es sich um Testkäufe bzw. Testbesuche. Diese decken ein großes Anwendungsfeld von Dienstleistungsanbietern ab und können dabei sehr differenziert eingesetzt werden (vgl. Bock/Wend, 2004, S.116).

In den meisten Fällen dienen diese Verfahren zur Errichtung einer Informationsgrundlage, welche dann den Ausgangspunkt für eine Verbesserung der Qualitätsstandards und des Mitarbeiterverhaltens bilden. (vgl. Bock/Wend, 2004, S.116)

Im Gegensatz zu der in Punkt 9.1 durchgeführten Bewertung der Rad- und Wanderstrukturen, welche in erster Linie zur Ermittlung der Streckennetz Qualität und spezieller Angebote für Radler und Wanderer diente, soll der hier angewendete „Mystery - Check“ einen Einblick in die Betreuung potentieller Gäste, durch in der Region ansässige Tourist Informationen geben. Beide Faktoren, sowohl die Qualität der Rad- und Wanderstrukturen als auch die direkte Betreuung der Kunden, wirken entscheidend auf die Einflussgröße der Gästezufriedenheit.

Das vom Autor angewendete Verfahren beruht dabei nicht auf Testkäufen oder Testbesuchen, sondern auf der Zusendung einer E-Mail mit der Bitte um allgemeine, und speziell auf den Tourismusschwerpunkt des Ortes abgestimmte, Informationen.

Eine Anfrage per E-Mail wurde gewählt, weil zum Einen der Grad der „Vernetzung“ immer weiter voranschreitet³⁸ und zum Anderen direkte Antworten noch vor dem Anschreiben möglich sind. Dieses kann als Vorteil gesehen und genutzt werden, ermöglicht es doch den Aufbau einer persönlicheren Kommunikationsebene zwischen Destination und interessierten Gast.

³⁸ laut TNS Infratest nutzen mittlerweile 58% aller Deutschen über 14Jahre das Internet, bei den 50 – 59 Jährigen liegt der Anteil bei 56,8% und bei den 60 – 69 Jährigen liegt bei 32,7 (vgl. Nonliner Atlas, 2006, S.10-12)

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Insgesamt wurden pro Kreis drei Städte per E-Mail angeschrieben. Miteinbezogen wurden der Kreissitz, eine Rad- und eine Wanderkommune. Im Falle der Kreissitze und der Stadt Bielefeld wurde um Informationen zu beiden Bereichen im gesamten Kreisgebiet gebeten. Im Fall von Gemeinden bzw. Städten wurde die Anfrage auf das nähere Umfeld beschränkt. Entgegen der drei Zusendungen pro Kreis erhielt die Stadt Bielefeld nur eine Anfrage, da hier nicht zwischen einzelnen Stadtteilen differenziert wurde.

Inhalt der Mail war die Anfrage eines älteren Ehepaares, welches sich je nach Ansprechpartner entweder über Rad- oder Wanderangebote und Wegenetzstrukturen des jeweiligen Gebietes erkundigte. Neben der Bitte um allgemeine Informationen, wie eine Ortsübersicht, Pauschalangebote und Kartenmaterial wurden auch spezielle Anfragen nach Ausleihmöglichkeiten von Fahrrädern, Zustand der Wege bzw. altersgerechten Wegen/Touren, möglichen GPS Touren, Ausleihe von entsprechenden Geräten und Einführung in diese gestellt.

Durch den „Mystery-Check“ wurden verschiedene Punkte bewertet:

1. Antwort: ja oder nein?
2. Länge der Bearbeitungszeit
3. Zusendung/Beantwortung genereller Informationen
4. Zusendung/Beantwortung spezieller Informationen

1. Von den 19 angeschriebenen Kreisen, Gemeinden und Städten haben sieben Destinationen die Möglichkeit einer direkten Antwort E-Mail nicht genutzt.

Diese sieben Ansprechpartner teilen sich wie folgt auf:

Kreise - Herford, Minden-Lübbecke und Paderborn,

Gemeinden u. Städte - Beverungen, Horn Bad Meinberg, Hövelhof, , und Lemgo

Weder per E-Mail noch auf postalischem Wege haben sich der Kreis Herford und die Stadt Beverungen gemeldet.

2. Hier wird unterschieden in Antworten per E-Mail und Sendedatum der Infomaterialien. Im Allgemeinen ist es als positiv zu werten, dass von allen angeschriebenen Kreisen sich zwölf mittels E-Mail direkten Kontakt zu dem potentiellen Gast aufgenommen haben.

Einen Tag oder weniger haben folgende Ansprechpartner für eine Antwort per Mail gebraucht:

Kreise - Gütersloh, Höxter und Lippe

Gemeinden u. Städte - Bad Driburg, Bad Lippspringe, Borgholzhausen, Porta Westfalica und Rödinghausen

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Zwei Tage oder mehr haben folgende Ansprechpartner gebraucht:

Kreise – Bielefeld

Gemeinden u. Städte – Bad Oeynhausen, Bünde und Rheda-Wiedenbrück

Einen Tag oder weniger haben folgende Ansprechpartner für die Absendung von Infomaterial benötigt:

Kreise – Gütersloh, Höxter, Lippe, Minden-Lübbecke,

Gemeinden und Städte - Keine

Zwei Tage oder mehr haben folgende Ansprechpartner für die Absendung von Infomaterial gebraucht:

Kreise – Paderborn

Gemeinden und Städte – Bad Driburg, Bad Lippspringe, Bad Oeynhausen, Borgholzhausen, Bünde, Horn-Bad Meinberg, Hövelhof, Lemgo, Porta Westfalica und Rödinghausen

3. Alle Ansprechpartner haben allgemeine touristische Informationen zu ihren Gebieten geschickt. In diesen „Informationspaketen“ waren Gastgeberverzeichnisse, kostenloses Kartenmaterial, Beschreibungen von Sehenswürdigkeiten usw. Allen Zusendungen, bis auf den Kreis Gütersloh, lag ein persönliches Anschreiben bei, wobei diese nur zum Teil auf spezielle Details der Anfrage eingingen und handschriftlich unterschrieben waren.

4. Auf die gebetenen speziellen Informationen gingen nur sehr wenige Ansprechpartner ein. Der Großteil dieser Anfragen wurde mittels der beantworteten E-Mails geklärt und nur ein kleiner Teil ging in den persönlichen Anschreiben darauf ein.

Folgende Ansprechpartner gingen durch beantwortete E-Mails auf die speziellen Anfragen ein:

Kreise –, Zum Teil Bielefeld, Gütersloh und Lippe

Gemeinden und Städte – Bad Driburg, Bad Lippspringe, Borgholzhausen und Rödinghausen

– zum Teil erfüllt von Porta Westfalica und Rheda-Wiedenbrück

Folgende Ansprechpartner gingen in den persönlichen Anschreiben auf die speziellen Auskünfte ein:

Kreise – Zum Teil Höxter

Gemeinden und Städte – Bünde, Hövelhof und zum Teil Lemgo

Als Ergebnis kann festgehalten werden, dass fast alle Ansprechpartner auf die Bitte nach allgemeinen Informationen eingegangen sind. Weiterhin positiv fällt auf, dass ein Großteil der angesprochenen Destinationen über eine Antwortmail Kontakt zu den potentiellen Gästen gesucht haben und auf diesem Wege auf die speziellen Anfragen eingegangen sind. Fast allen

8. Analyse und Bewertung der Wander- und Radstrukturen der einzelnen Kreise

Zusendungen lag auch ein, an den Gast gerichtetes, Anschreiben bei, dieses ist positiv zu werten, da es eine persönliche Ebene zum Gast herstellt. Außerdem wurden in den Anschreiben zum Teil auch auf die speziellen Anfragen eingegangen.

Als verbesserungswürdig werden die Bearbeitungszeit und das noch genauere Eingehen auf die speziellen Bedürfnisse der potentiellen Gäste gesehen. Nach Dreyer wird *„ein potenzieller Gast, der in seiner Anfrage um ausführliche Informationen bittet, [...] bei seiner Urlaubsentscheidung eher zu dem Ort tendieren, der seinem Wunsch nachkommt, und über den er sich aufgrund vorliegender Informationen ein besseres Bild machen kann“* (vgl. Dreyer, 2004, S.98).

Insgesamt lässt sich jedoch sagen, dass ein Großteil aller angeschriebenen Orte in der Region OWL relativ direkt, persönlich und ausführlich geantwortet haben. Der durchgeführte „Mystery - Check“ kann, den schon vorher gewonnen guten Gesamteindruck der Rad- und Wanderstrukturen, auch für den Bereich der Gästebetreuung, nur bestätigen. Allein der Kreis Herford schneidet sowohl im „Mystery - Check“ als auch bei der vorherigen Bewertung der Strukturen schlecht ab, im Bereich der Kundenbetreuung sollte umgehend Abhilfe geschaffen werden.

Im nächsten Kapitel wird der Fokus auf eine „nachhaltige“ Tourismusstruktur gelegt und eine mögliche Positionierung der Region OWL veranschaulicht. Hierdurch soll ein mögliches Alleinstellungspotential und Profilierung für das gesamte Gebiet herausgearbeitet werden.

9 Wander- und Radtourismus als Grundlage für eine nachhaltige Tourismus- Entwicklung

In diesem Kapitel erfolgt anfänglich eine Definition darüber, was nachhaltiger Tourismus eigentlich bedeutet. Darauf aufbauend wird auf die momentane Klimawechsel Diskussion und hier speziell auf den Bereich des umweltfreundlichen Urlaubes eingegangen.

Daran anschließend wird erläutert, warum die Fortbewegungsarten Radeln und Wandern die perfekte Grundlage für einen „nachhaltigen“ oder besser gesagt, eine umweltfreundliche, gesunde und auch genussvolle Art des Tourismus bilden.

Im nächsten Punkt wird über eine mögliche nachhaltige touristische Ausrichtung der Region OWL im Rad- und Wanderbereich diskutiert. Hierbei werden Expertengespräche herangezogen, um so einen Einblick in die Beurteilungen der in der Region aktiven Akteure zu erlangen. Des Weiteren werden Geschäftsberichte, Untersuchungen und Prospektmaterial von Naturparks und anderen Organisationen hinzugezogen, wodurch ein vollständiges Bild entstehen soll.

Schlussendlich soll an einigen in der Region stattfindenden Initiativen gezeigt werden, dass zum Einen ein auf Umwelt- und Gesundheitsbelange ausgerichteter Tourismus bereits in OWL stattfindet und zum Anderen auch dargelegt werden, dass ein derartiger Tourismus auch nachgefragt wird und ökonomisch sinnvoll sein kann.

9.1 Was ist eigentlich nachhaltiger Tourismus – eine Definition

Tourismus ist nicht nur ein rein wirtschaftlicher Faktor der die Entwicklung einer Region voranbringt. Starke touristische Aktivitäten oder entsprechende Infrastruktur können zu einem enormen Druck auf das Ökosystem führen. Im schlimmsten Fall sogar dazu, dass Lebensräume irreversibel zerstört werden und so letztendlich die Lebensgrundlage von ganzen Regionen vernichtet wird.

Umweltschutz und Tourismus schließen sich nicht aus, sondern ergänzen sich gegenseitig, da eines der größten Tourismuspotentiale die Natürlichkeit einer Landschaft ist.

Initiativen und Projekte die auf einen umweltfreundlichen, Tourismus aufgebaut worden, sind wie z.B. „Wanderbares Deutschland“³⁹ zeigen, dass Umweltschutz auch ein reale wirtschaftliche und Imagefördernde Kraft darstellt. Einerseits bewahrt sie die Einmaligkeit einer Landschaft, andererseits führt sie auch zu einer ökonomischen Entwicklung dieser.

³⁹ Schlüsselbegriffe der Initiative sind Qualität und Naturverträglichkeit. Kernziel ist die Förderung eines nachhaltigen Wandertourismus in Deutschland. Erfolge sind bis zum Frühjahr 2007, 20 zertifizierte Wege und 46.000 Besucher monatlich auf der Internetseite und eine Million Besucher seit Start der Seite.

9. Wander- und Radtourismus als Grundlage für eine nachhaltige Tourismusedwicklung

Schon seit den 80er Jahren gibt es Diskussionen über Tourismusedthik und wie ein Tourismusedgestaltung, um negative Effekte zu reduzieren und positive zu maximieren. Verschiedene Konzepte wurden daraufhin entwickelt, von der Forderung des „sanften Reisens“ durch Robert Junck im Jahre 1980, über den auf Junck's Forderung basierenden Begriff des „Sanfter Tourismus“ von Jost Krippendorf im Jahre 1982. Diese Forderungen mündeten 1987 in dem Zusammenschluss verschiedener Initiativen zur „Arbeitsgemeinschaft Tourismus mit Einsicht“. Darauf folgend erschien im Jahr 1989 zum ersten Mal ein Magazin, unter dem Titel „Verträgliches Reisen“, in dem Umwelt und Reisen thematisch verbunden wurden (Dietsch 2003, S.74).

Es gibt noch eine ganze Reihe anderer Begriffe die aber auch die gleichen Ziele wie die oben genannte Initiative verfolgen, Anfang der 90er Jahre fand zunehmend eine Verbindung zwischen dem Nachhaltigkeitsprinzip und Tourismus statt. Diese Verbindung vereint alle Stränge der 20-jährigen Diskussion- und Kritik am Tourismus und wird als Endpunkt dieser Entwicklung gesehen. Der nachhaltige Ansatz im Tourismusedsektor beinhaltet gleichermaßen soziale-, ökologische- und ökonomische- Aspekte (Dietsch 2003, S.74).

Die Wahrung der Tragfähigkeit des Raumes, in dem sich der Tourismus abspielt, zeigt die eine deutliche Zukunftsausrichtung dieser Tourismusedart und steht damit im Gegensatz zu anderen vorherigen Ansätzen.

Nachhaltiger Tourismus besitzt wie viele andere Ansätze keine einheitliche und allgemein anerkannte Definition. Die hier verwendete Definition basiert auf der vom „Forum Umwelt und Entwicklung“ (1999), demnach:

"Nachhaltiger Tourismus ist von den Grundsätzen der Erklärung von Rio über Umwelt und Entwicklung und den Empfehlungen der Agenda 21 geleitet. Er muss soziale, kulturelle, ökologische und wirtschaftliche Verträglichkeitskriterien erfüllen. Nachhaltiger Tourismus ist langfristig, d.h. in Bezug auf heutige wie auf zukünftige Generationen, ethisch und sozial gerecht und kulturell angepasst, ökologisch tragfähig sowie wirtschaftlich sinnvoll und ergiebig"

9.2 Klimawandel Diskussion und umweltfreundlicher Tourismus

Klimawandel ist seit einiger Zeit in aller Munde bzw. in allen Zeitungen, Nachrichtensendungen und Fernsehdebatten. Allen Diskussionen und guten Absichten zum Trotz schreitet, dieser durch den Menschen verursachte Klima – GAU, Namens Erderwärmung, ungebremst voran. Nach einer durch ein internationales Forscherteam, in den „Proceedings“ (Online) der US-Akademie der Wissenschaften, veröffentlichten Studie,

9. Wander- und Radtourismus als Grundlage für eine nachhaltige Tourismusedwicklung

kletterte der Ausstoß von Co² im Zeitraum von 2000 bis 2004 pro Jahr drei Mal so schnell wie in den 1990er Jahren (Klepper et al., 2007, S.2).

Der Ausstoß wuchs damit stärker, als in den schlimmsten Szenarien des UN-Klimarats, Ende der 1990er Jahre vorausgesagt wurde. Fortschritte bei der Verringerung von Co² Emissionen waren nicht zu erkennen, es ist wahrscheinlich, dass die dramatischeren Szenarien des Weltklimarates zum Klimawandel eintreten könnten.

Einen wesentlichen Beitrag zur Co² Ausstoß leistet auch der Flugreiseverkehr⁴⁰ und so indirekt die gesamte Reisebranche. Gerade in Zeiten der Low Cost Carrier steigt der Anteil der deutschen Flugreisenden kontinuierlich, nach Daten des F.U.R. wurden im Jahr 2007 37,2 % aller Reisen per Flugzeug zurückgelegt, im Jahr 1995 lag der Anteil noch bei 28%. Heutige in Deutschland sichtbare Auswirkungen des Klimawandels reichen von Mittelmeerfischen in der Nordsee (vgl. Titus Arnu, 2006), langen Dürreperioden im Frühling bis hin zu schmelzenden Skigebieten in den Alpen (vgl. Focus, 2006).

Die anhaltende Diskussion in den Medien und die sichtbaren Auswirkungen führen zu einer immer stärkeren Sensibilisierung der Bevölkerung. Dieses zeigt sich vermehrt in den immer häufiger geführten Debatten über umweltfreundliche Reisemittel und Urlaubsziele. Nach dem Tourismusexperten des Potsdam- Instituts für Klimafolgenforschung, Manfred Stock, ist ein Urlaub in Deutschland mit entsprechender Nutzung des ÖPNV, eine Möglichkeit etwas für den Klimaschutz zu tun (vgl. Die Zeit, 2007).

Eine sinnvolle Ergänzung zum ÖPNV als Anreisemittel könnten die Fortbewegungsmittel Radeln und Wandern in der Urlaubsregion bilden. Hier beläuft sich der Ausstoß klimarelevanter Gase im Vergleich zu anderen Fortbewegungsmitteln auf ein g Co²-Äquivalent pro Personenkilometer und stellt damit die geringste aller Co² Belastungen dar(vgl. Litschaur, 2006). Des Weiteren kann eine Fortbewegung zu Fuß oder per Rad die Benutzung motorisierter Verkehrsmitteln verhindern, was eine weitere Einsparung von Co² Emissionen bedeutet.

Radeln und Wandern stellen jedoch nicht nur die umweltfreundlichsten Fortbewegungsmittel dar, sondern besitzen auch ein großes Gesundheitspotential, sowohl was den präventiven- als auch gesundheitsfördernden- Bereich betrifft. Eine ganze Liste von Zivilisationskrankheiten wie Diabetes, Bluthochdruck, Herzinfarkte oder Cholesterin können durch Bewegungsmangel hervorgerufen werden. Regelmäßige Bewegung d.h. mindestens eine halbe Stunde an den meisten Tagen der Woche reduziert das Risiko für Herz- Kreislaufkrankheiten. Dazu am besten geeignet sind Ausdauersportarten wie Radfahren, Joggen oder Wandern. (vgl. Nationaler Radverkehrsplan 2002-2012, 2002, S.18). Ein weiterer Indikator für ein

⁴⁰: Wer mit dem Flugzeug nach Südostasien reist, sollte wissen, dass dabei mehr als sechs Tonnen Kohlendioxid pro Kopf entstehen. Ein Bahn-Reisender, der von Berlin an die Ostsee und zurück fährt, verursache hingegen nur 35 Kilogramm CO₂. (Andreas Troge, Präsident des Umweltbundesamtes)

9. Wander- und Radtourismus als Grundlage für eine nachhaltige Tourismusedwicklung

vorhandenes Gesundheitspotential ist das Programm „3000 Schritte Extra“, des Bundesministeriums für Gesundheit (vgl. Bundesministerium für Gesundheit, 2007).

Neben den umweltfreundlichen- und gesundheitlichen- Aspekten von Radeln und Wandern, bilden beide auch einen enormen Wirtschaftsfaktor.

Im Sektor des Fahrradtourismus gaben im Jahr 2006, 44,7% (=21,72 Millionen) der deutschen über 14 Jahre an, dass sie das Fahrrad im Urlaub nutzen (vgl. ADFC, 2007). Außerdem planen 2,2 Millionen aller Bundesbürger, laut ADFC Radreiseanalyse, in den nächsten Jahren „ziemlich sicher“ eine Radreise (vgl. ADFC, 2007). Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geht davon aus, dass der Fahrradtourismus mit jährlich insgesamt rund 5 Mrd. € zum touristischen Umsatz Deutschlands beiträgt. (vgl. Nationaler Radverkehrsplan 2002-2012, 2002, S.23).

Wandern im Urlaub üben 70% aller Deutschland- und Österreich- Gäste aus, dazu kommen noch Ausgaben im Jahr von 12 Mrd. für das „Hobby“ Wandern (vgl. Brämer, 1998, S.255). Nach einer Reiseanalyse der Forschungsgesellschaft Urlaub und Reisen aus dem Jahr 2001, gaben 36% der Deutschen an, in den Jahren 1998-2000 die Aktivität Wandern häufig oder sehr häufig ausgeübt zu haben (vgl. F.U.R., 2001, S.188).

Der große Anteil von Radeln und Wandern an den Urlaubsaktivitäten bzw. geplanten Reisen und der beachtliche Umsatz unterstreichen die wirtschaftliche Bedeutung der beiden Tourismusformen. Die hohe Bedeutung von Umweltaspekten im Tourismus zeigt auch, dass 79% der Bundesbürger das Erleben von Natur im Urlaub als „wichtig“ oder sogar „sehr wichtig“ ansehen. Dabei steht nicht nur die Natur im Vordergrund (Natur erleben 37 %), sondern auch Reisemotive wie z. B. Entspannen (53 %), gesundes Klima (41 %) und Kraft sammeln (51 %) haben große Bedeutung (vgl. RA; F.U.R 2005).

Natürlicher Tourismus ist auf Grund der hier aufgezeigten Daten, im Gesamten, als ein ernstzunehmendes Potential anzusehen.

All die genannten Aspekte passen in das Bild eines auf Nachhaltigkeit beruhenden, Ressourcen schonenden Tourismus und werden im Folgenden auf den Raum OWL bezogen.

9.3 Nachhaltiger Rad- und Wandertourismus in der Region

Die Region OWL scheint aus umweltschonender bzw. nachhaltiger Perspektive wie geschaffen, für einen auf Nachhaltigkeit basierenden Rad- und Wandertourismus. Voraussetzungen hierfür sind die vorhandenen Naturlandschaften⁴¹, die gute Anbindung an

⁴¹ z.B. Teutoburger Wald, Senne, Weser und Wiehengebirge

9. Wander- und Radtourismus als Grundlage für eine nachhaltige Tourismusedwicklung

das überregionale Bahnnetz, das gut vernetzte ÖPNV System und die qualitativ hochwertigen Rad- und Wanderstrukturen.

Auch die beiden folgenden Zitate zeigen, dass Umweltbereiche als nutzbares und umweltfreundliches Potential für die Region eingeschätzt werden.

Der Strategische Rahmenplan EFRE⁴² für die Modellregion OWL formuliert im Handlungsfeld Tourismus in den Handlungsansätzen: *„Potential liegt auch an den Schnittstellen vom Tourismus zu den Bereichen >Ländlicher Raum< und >Umwelt<. Dies gilt insbesondere in den stark ländlich geprägten Teilen der Region“* (vgl. Strategischer Rahmenplan EFRE, 2007, S.70).

Auch im Geschäftsbericht des Wittekindslandes Herford bezieht man sich, im Bereich Selbstverständnis, Aufgaben, Ziele und Perspektiven, auf das natürliche Potential der Region: *„Die Touristikgemeinschaft Wittekindsland e.V. bezweckt [...] neben Tourismusförderung nach umwelt- und sozialverträglichen Kriterien gehören hier auch Maßnahmen zur Erhaltung der Natur, zu Förderung des Wirtschaftswachstums [...] und der allgemeinen Verbesserung des Images[...]“* (vgl. Touristikgemeinschaft Wittekindsland Geschäftsbericht, 2005, S.3).

Beide Aussagen stimmen mit Ansätzen des nachhaltigen Tourismus überein, gehen aber nicht auf die als Ausgangspunkt für einen umweltfreundlichen Tourismus gesehene Rad- und Wanderpotentiale OWL ein.

Eine Verknüpfung der beiden Bereiche mit einer umweltfreundlichen Thematik bietet sich aufgrund der im vorherigen Punkt aufgeführten Eigenschaften an und wird als Möglichkeit zur Schaffung eines unverkennbaren Außenimage für die Region wahrgenommen.

9.3.1 Beurteilung der Experten

Im Bereich der Expertenbefragung bildete die „Bitte“ um Stellungnahme zu einem auf „Nachhaltigkeit“⁴³ basierenden Rad- und Wandertourismus einen der zentralen Punkte. Hierauf aufbauend wird im Folgenden die Einstellung gegenüber einer derartigen Tourismusausrichtung in der Region dargestellt.

Insgesamt zeigen die Zwischenergebnisse der Touristikeranalyse⁴⁴, dass Radeln und Wandern in Verbindung mit Nachhaltigkeit durchaus als mögliches Potential für OWL gesehen wird. Gerade wenn es um die Vernetzung der einzelnen Tourismusaspekte, Natur, Kultur und

⁴² Europäischer Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) 2007 – 2013 Strategischer Rahmenplan der Region OstwestfalenLippe

⁴³ In den Expertengesprächen teilweise definiert als einen Tourismus der auf den Bereichen Umwelt, Gesundheit (und Kultur) basiert.

⁴⁴ Kapitel 8.1.6

9. Wander- und Radtourismus als Grundlage für eine nachhaltige Tourismusentwicklung

Gesundheit geht, wird ein nachhaltiger Rad- und Wandertourismus als mögliche Grundlage betrachtet, wobei der Genussaspekt nicht außer Acht gelassen werden sollte.

Alle Touristiker äußerten sich dahingehend, einige Aussagen sollen dieses verdeutlichen:

- Natur „*im Tourismus generell große Beachtung*“ (Rührup).
- „*Weserbereich als Ressource, angehalten auch vom Gesetzgeber damit vorsichtig umzugehen*“ (Rührup).
- „*HH [...] unter nachhaltigen Aspekten vermarkten*“ (Stönner).
- „*Nachhaltigkeit wird im Zuge der Klimadebatte in den Vordergrund rücken*“ (Stönner).
- „*Imagegewinn für die Region durch eine nachhaltige Vermarktung*“ (Hoffmann).
- „*Radfahren und Wandern als Tourismusarten die einen umweltfreundlichen, natürlichen (Natur erleben) und gesunden Tourismus ermöglichen, [...] zusätzlich gute Verbindung mit kulturellen Punkten, Sehenswürdigkeiten*“ (Hoffmann).
- „*Radeln und Wandern mit Umweltaspekten, Umweltfreundlichkeit verbinden*“ (Hundt).
- „*Radeln und Wandern hat für GFW in Höxter nachhaltiges Potential*“ (Krajewski).
- „*WELL als Verbindung von Wellness und Natur*“ (Bollhorst), hier wird auch schon „*Nachhaltigkeit in Verbindung mit Radeln [...] vermarktet*“ (Bollhorst).

Radexperten betrachten Radfahren, als Grundlage für einen nachhaltigen Tourismus in der Region⁴⁵. Die Region hat für sie ein großes nachhaltiges Potential, aufgrund der großen natürlichen Vielfalt. Der Genuss wird auch hier als Faktor für ein ausgewogenes Angebot angeführt.

Aussagen, die dieses widerspiegeln sollen sind unter anderem:

- „*[...] darauf setzen sie, in einer schönen intakten Natur, Thema Senne. Ist für sie auch nachhaltiger Tourismus*“ (Westhof).
- „*[...] die Region sehr abwechslungsreich ist, natürliches Potential besitzt*“ (Schäfer)
- „*Eine Vermarktung mit den Begriffen Umwelt, Nachhaltigkeit, Radeln und Wandern könnte die gesamte Region repräsentieren*“ (Schäfer).
- „*Radfahren als eine Möglichkeit zur Förderung und Grundlage eines nachhaltigen, natürlichen Tourismus*“ (Schmeding).
- „*Fahrradfahren kann man mit den Bereichen Gesundheit, Natur und Kultur kombinieren gerade in Bezug auf die Region*“ (Neugebauer).
- „*Eine Verbindung zwischen Radfahren und Nachhaltigkeit. Naturräume, Kultur eine Verknüpfung ist offensichtlich*“ (Schröder).

⁴⁵ Kapitel 8.1.6

9. Wander- und Radtourismus als Grundlage für eine nachhaltige Tourismusedwicklung

Die befragten Wanderexperten schätzen eine Verbindung von Nachhaltigkeit und Wandern als sinnvoll ein⁴⁶. Sie sehen ebenso wie Radexperten ein vorhandenes Potential in der Region. Sie betrachten Nachhaltigkeit als Wirtschaftskraft für einige Teile in der Region, da Naturtourismus sich in diesen geradezu anbietet. Ebenfalls schätzen die Marke Viabono als gutes auf Nachhaltigkeit bezogenes Marketingmittel ein.

Folgende Zitate sollen beispielhaft einen Einblick der Meinungen darlegen:

- *„Wandern als Grundlage für einen nachhaltigen, gesunden Tourismus“ (Meier.)*
- *„Nachhaltigkeit und Wandern gehören zusammen“ (Kappe).*
- *„Brückenschlag zu schaffen zwischen Wandel der Landschaft und der Natur“ (Füller).*
- *„Wirtschaftsstandort, und wenn man irgendwo eine ‚nachhaltige‘ Geldquelle erschließen will, kann es [...] nur der Tourismus sein, und da bietet sich eher der Naturtourismus vor dem Städtetourismus an, Region Lippe hat viel Natur anzubieten [...]“ (Scholz).*
- *„Viabono eines der besten Siegel, Leute wollen raus in die Natur aus den Ballungszentren, wollen qualitativ hochwertigen Tourismus, ohne dabei ein schlechtes Gewissen zu haben [...]“ (Scholz).*

Je nach Gesprächspartner, wurden verschiedene Faktoren eines nachhaltigen Rad- und Wandertourismus hervorgehoben und beurteilt. Das Touristiker eine andere Sichtweise der Dinge pflegen als Rad- oder Wanderexperten, liegt dabei in der Natur der Sache. Interessant ist allerdings, das im Gesamten eine Vernetzung des Rad- und Wanderpotentials mit nachhaltigen Aspekten wie Kultur, Gesundheit und Umwelt, auf die Region OWL bezogen als positiv betrachtet wird. Zusätzliche Komponenten die bedeutend erscheinen sind die Themenfelder „Genuss“ und die Qualitätsmarke Viabono. Beide werden von einigen Akteuren als ergänzende bzw. bedingende Punkte für einen nachhaltigen Tourismus wahrgenommen

9.4 „Nachhaltige“Initiativen in OWL

Unter diesem Titel sollen ein in der Region liegendes Konzept für einen Tourismus mit nachhaltigem Ansatz vorgestellt werden. Dabei soll aufgezeigt werden, dass ein derartiger Tourismus wirtschaftlich sein kann, regionale Eigenschaften pflegt und die zur Verfügung stehenden Ressourcen optimal nutzt.

Das hier im Mittelpunkt stehende Projekte ist das Tourismuskonzept der Gemeinde Hövelhof, die Bahn Rad Routen und die von Terra Vita durchgeführte Radtouren.

⁴⁶ Kapitel 8.1.6

9. Wander- und Radtourismus als Grundlage für eine nachhaltige Tourismusedwicklung

Grundlage für die Darstellung des Beispiels bildet ein Experteninterview mit Herrn Westhof⁴⁷, und Prospektmaterialien der Gemeinde Hövelhof.

1. Tourismuskonzept der Gemeinde Hövelhof

Tourismus wird in der Hövelhof als zusätzliches wirtschaftliches Standbein gesehen.

Tourismus wird laut Herrn Westhof als weicher Standortfaktor gesehen, der für die Gemeinde ein wichtiger Aspekt ist, durch den ein wirksames Außenmarketing ermöglicht wird. Das hier entwickelte Konzept basiert auf natürlichen Potentialen, dem Naturraum Senne und den Emsquellen (vgl. Prospekt Hövelhof, S.2). Dieses wird schon an dem Informationsprospekt Hövelhofs deutlich, welches intensiv mit lokalen Naturmotiven und den in dem Naturraum Senne und Ems liegenden Rad- und Wanderwegen wirbt (vgl. Prospekt Hövelhof, S.2-4).

Nachhaltiger Tourismus ist für sie in erster Linie Radfahren in einer intakten Naturlandschaft. Sie wollen für die Gemeinde einen höherwertigen Rad- und Wandertourismus etablieren, da sie in beiden Bereichen eine vorhandene und nutzbare Wirtschaftskraft erkennen (Westhof).

Eine Etablierung eines hochwertigen nachhaltigen Tourismus in dem Gebiet soll durch die Konsequente Einbeziehung der Sennebahn erreicht werden. Sie investierten bewusst in den ÖPNV, um so ihr Einzugsgebiet zu erweitern. Der Bahnhof in Hövelhof, welcher auch plakativ als „Tor zur Senne“ vermarktet wird, nimmt in ihrem auf ÖPNV basierenden Konzept eine Schlüsselfunktion ein. Durch Investitionen in das Bahnhofsumfeld konnte zum Einen die Attraktivität gesteigert werden und zum Anderen verlaufen und beginnen hier alle wichtigen Fahrradrouen. Nächster angedachter Schritt ist die Auslagerung des Verkehrsvereins in ein altes Bahnhofstellwerk. Dadurch soll langfristig ein hochwertiger und umweltschonender Tourismus geschaffen werden (Westhof).

Dem umweltschonenden Tourismus wird hier gerade in Zeiten des Klimawandels ein großes Potential eingeräumt, sie haben das heutige Konzept Schritt für Schritt aufgebaut, wurde in Grundzügen vor 10-15 Jahren entwickelt. Die breite Unterstützung in den politischen Strukturen wird als enormer Vorteil für ein solches Unterfangen gesehen (Westhof).

Wichtig ist auch, dass die Gemeinde direkt davon profitiert und regionale Betriebe einen Vorteil daraus ziehen können, ein Beispiel ist die erfolgreiche Etablierung der Marke „Senne Originale“, die eng mit dem Tourismuskonzept verknüpft ist.

Ein weiterer wichtiger Baustein ihres Konzeptes ist die enge Zusammenarbeit mit der BSS. Mit dieser haben sie unter anderem den Senneradweg entwickelt. Ein weiteres Konzept welches sie mit der BSS vorhaben ist ein Emsradweg Infozentrum an den Quellen der Ems. Hier sollen umweltrelevante Informationen vermittelt werden, aber auch Sanitäre und Gastronomische Einrichtungen entstehen. Das Projekt befindet sich allerdings noch in der Planungsphase (Westhof).

⁴⁷ Geschäftsführer des Verkehrsvereins

9. Wander- und Radtourismus als Grundlage für eine nachhaltige Tourismusedwicklung

Das hier vorgestellte Konzept erfüllt alle Voraussetzungen für einen nachhaltigen Tourismus und zeigt, dass durchaus auch auf lokaler Ebene innovativ, erfolgreich und gleichzeitig bodenständig gearbeitet wird. Gerade die Zusammenarbeit mit der BSS Senne, die intensive Betonung des ÖPNV bzw. des „Tor zur Senne“ und allgemein die Ausrichtung auf einen den Umweltaspekt betonenden Rad- und Wandertourismus, zeugen von einem vernetzten und umfassenden Konzeptgedanken.

Die Gemeinde wird zwar auch durch das Paderborner Land vermarktet, aber die Gestaltung des durchgehenden, einheitlichen Logos und die gesamte Konzeptplanung sind hier lokal verankert. Überhaupt wird hier ein sehr großer Schwerpunkt auf eine positive lokale Vermarktung gelegt. Dieses zeigt sich auch an dem durchaus erfolgreichen Zusammenschluss von lokalen Betrieben unter der Marke „Senne Original“, wobei Produkte mittlerweile sogar in Bielefelder Supermärkten Verbreitung finden.

Das Konzept besticht im Großen und Ganzen durch seinen langfristigen Ansatz und der durchdachten, schrittweise erfolgten Erweiterung.

Die Gemeinde Hövelhof kann für andere Regionen und Gemeinden als Vorbild für einen zukunftsfähigen Tourismus dienen. An dieser Stelle könnten noch weitere vorbildliche Projekte stehen, wie z.B. die „BRR“ aber aus Platzgründen würde sich auf ein Projekt konzentriert

10. Fazit – Handlungsempfehlungen und abschließender Ausblick

Im letzten Kapitel werden nach einem einleitenden Fazit, Handlungsempfehlungen definiert und ein abschließender Ausblick auf zu erwartende Prozesse in der Region gegeben.

10.1 Fazit

Der touristische Sektor ist ein bedeutender Einkommens- und Beschäftigungsfaktor in dem vorliegenden Untersuchungsgebiet. Ein wesentlicher Vorteil der Region ist dabei, dass sie eine hervorragende Anbindung an nahe gelegene Ballungsräume aufweist.

Eine Optimierung der vorliegenden Tourismusstrukturen muss daher in Interesse aller in der Region handelnden Akteure, sei es auf Tourismus-, Verwaltung- oder Politischer Ebene, liegen.

Rad- und Wandertourismus sind zwei den regionalen Tourismus bestimmende Schwerpunkte, bedingt durch die vorhandene Infrastruktur und die vielfältige und besondere naturräumliche Ausstattung. Die beiden Tourismusausrichtungen sind, neben Wellness, auch von der Dachorganisation erkannt und als Hauptaufgabenfelder bestimmt.

Durch die vorliegende Untersuchung konnte die grundsätzliche Ausrichtung bestätigt und unterstrichen werden. Beide Tourismusarten bieten weiterhin eine perfekte Grundlage für einen auf nachhaltigen Aspekten basierenden Tourismus im Raum OWL, auch hierzu konnte eine vorliegende Präferenz der Region nachgewiesen werden.

Die hier getroffenen Handlungsempfehlungen basieren auf der Analyse nachfolgender Untersuchungsbereiche:

- à Die Region OWL
- à Expertengespräche
- à Bewertung der Rad- und Wanderstrukturen
- à Wander- und Radtourismus als Grundlage für eine nachhaltige Tourismus Entwicklung

Die Ergebnisse aus diesen Gebieten werden in Form einer vernetzten Betrachtungsweise in Bezug zu den einzelnen Handlungsfeldern gesetzt. Als solche wurden die Rad- und Wanderstrukturen der Kreise und eine nachhaltige Ausrichtung des Untersuchungsraumes identifiziert.

10.2 Handlungsempfehlungen

Grundlegendes Ziel:

Sollte die Schaffung einer einheitlichen qualitativen Rad- und Wanderstruktur in allen Gebieten OWLs sein.

Handlungsansätze könnten: Die Orientierung an ein als vorbildlich identifiziertes Strukturgebiet und Austausch über deren Strategien und Anlehnung an diese scheinen angebracht für die Region.

Im Radbereich sind wie im Bewertungsteil aufgezeigt gute Strukturen vorhanden bzw. im Aufbau. Am besten wurde der Kreis Paderborn bewertet. Dieser könnte in fast allen Bereichen als Leuchtturmbeispiel dienen. Besonderheiten hier sind, die bereits stattfindende GPS Einbindung und ein insgesamt durch die hiesige Tourismusorganisation speziell auf den Bereich ausgerichtete Vermarktung. Auch die unter anderem auf Radler ausgerichtete Internetpräsenz der Organisation unterstreicht die guten Ambitionen.

Weitere qualitative Maßnahmen liegen in fahrradfreundlichen Unterkünften, je nach Kreisgebiet schwankt deren Anzahl erheblich, Bett und Bike wäre hier ein geeigneter Ansprechpartner bzw. sollte ansässigen Unterkünften als mögliches, profitables Zertifikat propagiert werden. Die touristische Infrastruktur der Wege ist zuallererst bedingt durch das Engagement von Routenbetreibern, zuständigen Verwaltungen und Tourismusverbänden. Dabei geht es sich nicht um blindwütigen Einssatz, sondern hier geht es darum langfristige, gleich bleibende Strukturen zu schaffen. Ein Vorbild in Bezug auf die Streckenpflege stellen die Bahn Rad Routen dar. Bei diesen werden Pflege und kleinere Wartungsarbeiten in einer Firma gebündelt. Größere Veränderungen oder Beschädigungen werden sofort den zuständigen Verwaltungen mitgeteilt und daran anschließend bearbeitet. Die Bahn Rad Routen werden auch als perfektes Beispiel für eine auf den ÖPNV ausgerichtete Route gesehen. Dieses schlägt sich auch in den kontinuierlich steigenden Benutzungszahlen der Bahnrouten und der Streckennutzung nieder.

Kommunikationsplattformen und Zertifikate für einen allgemeinen Austausch, Vernetzung und Umsetzung von koordinierten Maßnahmen stellen die AG Fahrradfreundliche Städte und Gemeinden und der AK Radtourismus dar. Die AG FFSG ist zugleich ein Siegel und eine Kommunikationsebene für alle am Radverkehr Beteiligten, in einer Stadt, Gemeinde oder Kreis. Sinnvoll wird eine Ausdehnung der Arbeitsgemeinschaft auf das ganze Gebiet angesehen, was neben den genannten Vorteilen als Möglichkeit zur Profilierung und Hervorhebung der Region gesehen wird. Der AK Radtourismus ist kein direktes Siegel, sondern eine reine Kommunikationsebene. Diese hat jedoch im Gegensatz zur AG FFSG einen stärkeren touristischen Bezug, wobei jedoch bei den ersten Treffen auch „Nicht-touristische,, Themen im Fokus standen und von daher eine Teilnahme aller Personen des Radspektrums folgerichtig ist.

GPS wurde bereits angesprochen, sollte aber als Qualitätssteigernde Maßnahme stärker hervorgehoben werden. Das Beispiel Paderborns zeigt, dass eine GPS Ausrichtung eine breite Palette von Vorteilen beinhaltet. Diese reichen von der möglichen gezielten Besucherlenkung, der Gewinnung neuer Nutzer bis hin zur möglichen Profilierung des Gebietes durch ein innovatives und gleichzeitig den Besuchern aus dem Autobereich bekanntes System. Mit neueren, noch kostspieligen Geräten ist eine fremdenführerartige Beschreibung von Natur- und Kultursehenswürdigkeiten möglich und verdeutlicht noch vorhandenes Potential der GPS Technik. In der Region OWL herrscht ein reges Interesse in Bezug auf GPS und es bleibt zu hoffen, dass eine größere flächendeckende Abdeckung erreicht wird.

Die in der Region vorliegenden Wanderstrukturen sind laut Bewertung als gut einzuschätzen. Eine Qualitätssteigerung und Wahrung der derzeitigen Qualität sollte oberste Priorität haben. In besonderem Maße eignen sich hierzu die Kriterien von „Wanderbares Deutschland“, wobei eine vollständige Umsetzung aus Kostengründen nicht möglich ist und eine Anlehnung an diese das Ziel aller sein sollte. Was jedoch kurzfristig angestrebt werden soll, sind eine größere Anzahl an wanderfreundlich gekennzeichneten Unterkünften, hierzu bietet „Wanderfreundliches Deutschland“ Informationsmaterial und einen Anforderungskatalog. Eine solche Bestrebung sollte aktiv nach außen kommuniziert und Vorteile einer solchen Qualifizierung betont werden. In der nächsten Zeit sollten auch vermehrte Einkehrmöglichkeiten geschaffen werden, inwieweit dieses durch Vereine oder touristischen Verbänden möglich ist, sei dahingestellt.

Im Bereich der Hermannshöhen ist dieses Ziel fast vollständig erreicht und von daher könnte das gesamte Gebiet, aber im speziellen der Eggeweg eine Vorbildfunktion einnehmen. Weitere Qualitätssteigernde Maßnahmen liegen im verstärkten schon für den Radbereich diskutierten Einsatz des technischen Mittels GPS. Hierdurch könnte ein „Geo Catching“ Angebot, gerade in Bezug der Nachwuchsgewinnung von Wandervereinen, geschaffen werden. Ein auf touristische Belange ausgerichtetes „Geo Catching“ Angebot könnte auch neue Zielgruppen für das Wandern begeistern.

Ein auf Wanderbelange fokussierte Arbeitsgemeinschaft, ähnlich der AG FFSG, in der Gebiete die Wanderqualität im Sinne von „Wanderbares Deutschland“ fördern wollen enthalten sind könnte zu einer weiteren Verbesserung der Strukturen führen. Auch die Einrichtung eines AK Wandertourismus mit allen Beteiligten auf regionaler Ebene würde den Austausch und das gegenseitige Verständnis erhöhen und könnte damit zu einer gemeinsam abgestimmten und einheitlichen Vorgehensweise führen.

Ein großes Potential liegt in der Optimierung der Internetpräsenzen der Wandervereine. Vorbildliche Aktionen wären diesbezüglich die Optimierung des Designs und eine noch breitere Servicepalette für Wanderer wie z.B. ausgearbeitete Routen oder GPS Daten zum runterladen. In eine solche Richtung geht die Internetseite des Eggegebirgsvereins und kann somit als Vorbild für andere dienen.

Langfristige Ziele:

Liegen in der Schaffung von einheitlichen die Region umspannenden Routenetzes, sowohl im Rad- als auch im Wanderbereich. Voraussetzungen hierfür existieren in beiden Sektoren.

Eine Verbindung der Rad- und Wanderstrukturen ist eine logische Konsequenz auf dem Weg zu einer vorbildlichen Region.

Eine Vernetzung mit Kultur- und Gesundheitsaspekten bietet sich hierbei an.

Für den Radsektor bieten sich Kommunikationsmechanismen wie der bereits dargestellte AK Radtourismus, die AG FFSG und BYPAD an. Wobei letztgenanntes ein europaweit erprobtes und in Bünde immer noch zum Einsatz kommendes Vernetzung- und Moderationsmodul darstellt. Im Besonderen könnte die AG FFSG auf regionaler Ebene dazu beitragen eine Vernetzung der Akteure, bei gleichzeitiger Schaffung einheitlicher Normen, zu erreichen. Begründet ist dieses in dem verpflichtenden Charakter und den regelmäßig stattfindenden Strukturüberprüfungen der AG.

Als mögliche die Region umspannende Routen wurden die Wellness Radroute und die Bahn Rad Routen eingestuft. Die WELL bietet schon jetzt ein nahezu das gesamte Gebiet umfassende Wegenetz. Eine intensiverer Bezug und Verknüpfung mit Gesundheitsthemen müsste Ziel der Routenbetreiber sein. Gerade in Zeiten einer verstärkten durch die Kassen geförderten, Gesundheitsvorsorge wird eine derartige Ausrichtung als zukunftsweisend eingestuft. Außerdem sollte eine Unkonzipierung der Route bezüglich der derzeitigen Finanzierungsstrukturen erfolgen. Als Beispiel für ein geglücktes Finanzierungskonzept sind die "BRR" einzustufen. Im Fall der "BRR" liegt ebenso eine gute Vernetzung der Region vor, wobei eine vorbildliche Einbeziehung des ÖPNV Systems erfolgt. Damit besteht eine gute Ausgangslage für eine weitere Verbindung der Region und Erweiterung des Einzugsgebietes. Des Weiteren schafft die durch die "BRR" betriebene Vermarktung von lokalen Potentialen, wie z.B. dem Bockhorster Spargelmarkt eine breite Unterstützung und Bekanntheitsgrad in der örtlichen Bevölkerung. Dadurch werden auch kulturelle Schnittpunkte zwischen Radroute und kulturellen Angeboten geschaffen. Diesbezüglich bietet sich auch eine verstärkte Einbindung der facettenreichen OWL weiten Museumslandschaft an.

Im Fall des Wandersektors muss eine stärkere Einbindung der Wandervereine in touristische Strukturen erfolgen. Möglichkeiten bieten ein oben angesprochener AK Wandertourismus.

Dadurch soll ein einheitliches Auftreten und Vorgehensweise gefördert werden.

Eine weitere grundlegende Strukturänderung bildet der kontinuierliche Ausbau der Hermannshöhen hin zu einer Basis für ein die Region vernetzendes Wandernetz.

Erforderlich ist dafür eine stärkere Einbindung der bisher nur peripher an den HH liegenden Gebiete. Ein AK Wandertourismus wird auch hier als adäquates Mittel betrachtet.

Auch bis jetzt noch „schlecht“ an überregionale Wanderwege angebundene Naturlandschaften sollten aktiv in ein umspannendes Konzept eingebunden werden, zu nennen wären hier z.B.

die Gütersloher Parklandschaften. Zu erreichen wäre dies, durch eine verstärkte ÖPNV Anbindung, wobei auf den “BRR” basierende Wanderungen eine Vorbildfunktion besitzen. Außerdem bietet sich eine weitere Verknüpfung mit Kultur- und Gesundheitsaspekten an. Vor allem im vorbeugenden Gesundheitsbereich bietet sich die Schaffung eines neuen Wanderangebotes an.

Angestrebtes Ergebnis:

Ziel beider Bestrebungen sollten umfassende, hochwertige qualitative Rad- und Wanderstrukturen sein, die durch Schnittpunkte miteinander in Beziehung treten und sich gegenseitig ergänzen. Als Schnittpunkt kommen Themenbereiche oder geographische Faktoren in Betracht.

Ein anderes Ziel ist die Schaffung eines Alleinstellungsmerkmals des Raumes OWL durch einen auf Rad- und Wandern basierten Tourismus. Eine, schon erläuterte, Verbindung mit nachhaltigen Bereichen könnte dieses bewirken. Wobei für den Untersuchungsraum nachhaltige Aspekte auf Gesundheit, Kultur und Natur bestehen und somit durch gegebene Handlungsempfehlungen schon in die Strukturen integriert sind.

Eine Initiative, die eine solche Entwicklung vorantreiben würde, wäre eine regionale Qualifizierung als Viabono Region, dafür müssten aber auch ein umfangreicher Aufgabenkatalog erfüllt werden. Der Marke Viabono wird im Tourismusbereich ein hoher Stellenwert beigemessen, in der Region schlägt sich dieses in der Bewertung durch die Naturparke und der LTM AG wieder.

Ein zusätzliches Vorbild könnte die Gemeinde Hövelhof mit der konsequenten und erfolgreichen, auf dem ÖPNV basierenden, Naturausrichtung bilden. Es sollten zusätzlich verstärkt an Terra Vita oder der Biologischen Station Lippe angelehnte Tourenangebote entwickelt werden.

Die strikte Zentrierung auf einen auf Umweltaspekten basierenden Tourismus kann auch durch eine passende Umschreibung der Region zum Ausdruck gebracht werden.

Beispiele hierfür wären: „Natürlich aktiv im TW/OWL“ oder „Naturregion Hermannsland/TW/OWL“

10.3 Kurzer Ausblick

Einheitliche Rad- und Wanderstrukturen werden in der Region OWL nur möglich sein, wenn eine verstärkte Zusammenarbeit zwischen allen Ebenen stattfindet und die dafür schon vorliegenden Instrumentarien auch genutzt werden. Im der momentanen Situation ist es eher unwahrscheinlich, dass zu einem die Region umspannenden auf „Nachhaltigkeit“ basierenden Rad- und Wandertourismus kommt.

Die Ursachen hierfür liegen neben der schwachen Zusammenarbeit, in dem „schlecht“ aufgestellten Dachverband und in der fehlenden regionalen Verbundenheit der einzelnen Akteure in der Region. Wenn diese Knackpunkte nicht ausgeräumt werden, wird es eine weitere Zersplitterung des Raumes geben und ein einheitliches Konzept rückt damit in weite Ferne. Insbesondere die mangelhafte Finanzierung des Dachverbandes muss umgehend behoben werden, um ein Minimum an Handlungsfähigkeit zu gewährleisten. Solange nicht alle Akteure einsehen, dass sie gemeinsam mehr erreichen und sich optimal ergänzen können, wird es kein „Fortschritt“ auf touristischem Gebiet stattfinden.

11 Literaturverzeichnis

- Axel Dreyer u. Martin Linne:** Servicequalität in Destinationen und Tourismus-
Informationsstellen. Hamburg. 2004.
- Becker, C. et al.:** Wirtschaftliche Bedeutung der Tourismusbranche in Ostwestfalen-Lippe.
Trier. 2002.
- Berekhoven, L. U. Eckert, W. U. Ellenrieder, P.:** Marktforschung. Methodische
Grundlagen und praktische Anwendung. 9. Auflage. Wiesbaden. 2001.
- Bezirksregierung Detmold:** Strategischer Rahmenplan EFRE 2007-2013 Modellregion
OWL. Bielefeld. 2007
- Bogner, A. U. Menz, W.:** Das theoriegenerierende Experteninterview. Erkenntnisinteresse,
Wissensformen, Interaktion. In: BOGNER, A., LITTIG, B. U. MENZ, W. (Hrsg.):
Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Opladen. 2002, S. 33-71.
- Böhler, H.:** Marktforschung. 2. Auflage. Stuttgart, Berlin, Köln. 1992.
- Brämer, Rainer:** Landschaft als touristisches Kapital. Warum sich der
Mittelgebirgstourismus mehr um das Wandern kümmern muss.- *Tourismus Journal*,
Jg. 2, H. S.253-371. 1998
- Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen:** Nationaler Radverkehrsplan
2002-2012 – Maßnahmen zur Förderung des Radverkehrs in Deutschland.
Berlin,Köln. 2002
- Dietsch, K.:** Nachhaltiger Tourismus als Herausforderung. In: Günter, W. (Hrsg.): Handbuch
für Studienreiseleiter. Pädagogischer, psychologischer und organisatorischer
Leitfaden für Exkursionen u. Studienreisen. 3 Aufl., München. 2003.
- F.U.R. e.V.:** Die Reiseanalyse RA 2001. Hamburg. 2001.
- Gesellschaft für Wirtschaftsförderung im Kreis Höxter mbH:** Geschäftsbericht, 2005.
- Harald A. Mieg & Matthias Näf:** *Experteninterviews* (2. Aufl.). Institut für Mensch
Umwelt-Systeme (HES), ETH Zürich. 2005.
- Kagelmann, H. Jürgen:** Erlebniswelten: Grundlegende Bemerkungen vom organisierten
- Karl B. Bock, Nils Wend:** Erfolgsfaktor Gästeorientierung, Verlag: Gmeiner. (2004)
- KESPER, W.:** 1949-1989. 40 Jahre Fremdenverkehrsverband Teutoburger Wald. o.O. 1989.
- KESPER, W.:** Entwicklung des Tourismus und der Kur in Ostwestfalen-Lippe. In: AHREND,
R. U. MAYR, A. (Hrsg.): Bielefeld und Nordost Westfalen. Schriftenreihe der
Geographischen Kommission für Westfalen, Landschaftsverband Westfalen-Lippe,
Spieker, Band 37. Münster. 1995.
- Klemme, M.:** Interkommunale Kooperation und nachhaltige Entwicklung. Dortmunder
Beiträge zur Raumplanung, Blaue Reihe, Heft 110. 2002.
- Kreilkamp, E.:** Kommunikationskonzept Marketingberatung. Lüneburg. 2000.

- Hrsg. M. Rieder, R. Bachleitner, H. J. Kagelmann:** (Tourismuswissenschaftliche Landschaften, Manuskripte, 3, S. 58-94). München, Wien. 1998.
- Lippe Tourismus und Marketing AG:** Geschäftsbericht., 2005.
- Meuser, M. U. Nagel, U.:** ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: BOGNER, A., LITTIG, B. U. MENZ, W. (Hrsg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Opladen. 2002, S. 71-93.
- Meyer, G.:** Methoden und Verfahrensweisen qualitativer Tourismusforschung. In: HAHN, H. U. KAGELMANN, H.J. (Hrsg.): Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. München. 1993, S. 529-531.
- Ostwestfalen Lippe Marketing GmbH (b):** Spürbare Wege... Auf neuen Höhen im Teutoburger Wald und Eggegebirge. Niederkassel. 2005
- OWL Marketing GMBH (a):** OWL – Das Magazin. Impulse für die Wirtschaft. Nr. 11. Juli 2003.
- OWL Marketing GMBH (c):** Teutoburger Wald – Die Erlebnisregion. Bielefeld. 2005
- Pfadenhauer, M.:** Auf gleicher Augenhöhe reden. Das Experteninterview – ein Gespräch zwischen Experte und Quasi-Experte. In: BOGNER, A., LITTIG, B. U. MENZ, W. (Hrsg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Opladen. 2002, S. 113-131.
- Steinecke, Albrecht:** Inszenierung im Tourismus: Motor der künftigen touristischen
- Steinecke u. Treinen:** Entwicklung.- In: Inszenierung im Tourismus. Trends – Modelle – Prognosen. 5. Tourismus-Forum Luxemburg, (= ETI-Studien, 3, S. 7-17). Trier. 1997.
- Touristikgemeinschaft Wittekindsland e.V.:** Geschäftsbericht, 2005.
- Touristikzentrale Paderborner Land e.V.:** Geschäftsbericht, 2005.
- Touristische Arbeitsgemeinschaft Mühlenkreis Minden-Lübbecke,:** Geschäftsbericht 2005.
- Universität Paderborn:** Touristisches Konzept Hövelhof, 2006.
- Vergnügen.- In: ErlebnisWelten. Zur Kommerzialisierung der Emotionen in touristischen Räumen und

11.1 Internetquellen:

Erzbistum Paderborn: Zahlen und Fakten. Geschichte. Quelle: http://www.i-basis.de/portal/erzbistum/index.phtml?seiten_id=26&u_id=2&u_m=0& vom 27.03.2007

Wanderbares Deutschland: Kriterien für Qualitätswege: <http://www.wanderbares-deutschland.de/> vom 23.04.2007

Kreis Schwaney: Beschreibung Eggeweg

http://www.schwaney.de/index.php?option=com_eventlist&Itemid=121&func=details&did=120 vom 24.04.2007

HCC Verl: Beschreibung Eichenweg. [http://www.hcc-](http://www.hcc-verl.de/photos/wanderungen/eichenweg/00_eichenweg.htm)

[verl.de/photos/wanderungen/eichenweg/00_eichenweg.htm](http://www.hcc-verl.de/photos/wanderungen/eichenweg/00_eichenweg.htm) vom 23.04.2007

Wanderbares Deutschland: Beschreibung Wittekindweg. http://www.wanderbares-deutschland.de/page.php?ID=W_047 vom 12.05.2007

Wellness Radroute: Beschreibung Wellness Radroute

<http://www.wellnessradroute.de/wellnessradroute/frameset.html> vom 23.04.2007

Middendorf, A.: Kurzfassung der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen der Anbieter-, Mitarbeiter- und Gästebefragung in der Fremdenverkehrsregion Teutoburger Wald. Institut für Arbeit und Technik Gelsenkirchen. 1999. Internetquelle:

<http://www.empirica.com/adapt/aktuelles.htm> vom 15.04.2004.

Ratgeber für Klassifizierungssysteme im Tourismus: [http://www.handelskammer-](http://www.handelskammer-bremen.ihk24.de/produktmarken/recht_und_fair_play/Versteckte_Dateien/Ratgeber_Klassifizierungssysteme_im_Tourismus.pdf)

[bremen.ihk24.de/produktmarken/recht_und_fair_play/Versteckte_Dateien/Ratgeber_Klassifizierungssysteme_im_Tourismus.pdf](http://www.handelskammer-bremen.ihk24.de/produktmarken/recht_und_fair_play/Versteckte_Dateien/Ratgeber_Klassifizierungssysteme_im_Tourismus.pdf) vom 22.04.2007

Klepper et al.: Klimaberechnung in „Proceedings“ (Online) der US-Akademie der Wissenschaften. 2007 Internetquelle:

<http://www.pnas.org/cgi/reprint/0700609104v1?maxtoshow=&HITS=10&hits=10&RESULTFORMAT=&fulltext=klepper&searchid=1&FIRSTINDEX=0&resourcetype=HWCIT> vom 20.05.2007

Süddeutsche Artikel Klimawandel:

<http://www.pnas.org/cgi/reprint/0700609104v1?maxtoshow=&HITS=10&hits=10&RESULTFORMAT=&fulltext=klepper&searchid=1&FIRSTINDEX=0&resourcetype=HWCIT> vom 20.05.2007

Focus Artikel Klimawandel:

http://www.focus.de/reisen/urlaubstipps/deutschland_nid_40986.html vom 20.05.2007

Zeit Debatte Klimawandel: <http://www.zeit.de/online/2007/10/klima-debatte> vom 20.05.2007

Litschauer: Berechnung Abgase Fahrrad und zu Fuß
http://www.oekonews.at/index.php?mdoc_id=1016224
Vom 20.05.2007

Bundesministerium für Gesundheit: Prävention von Krankheiten <http://www.die-praevention.de/bewegung/steps/index.html> vom 20.05.2007

Brämer: <http://www.staff.uni-marburg.de/~braemer/pressduess.htm> vom 20.05.2007

http://www.ostwestfalen-lippe.de/_owl/die_region/daten_zahlen/daten_zahlen.shtml?navid=20

http://www.ostwestfalen-lippe.de/_owl/die_region/verkehr/verkehrsverb.shtml?navid=22

http://www.airport-paderborn.com/?cat_id=3034&mySID=428d8f236e886c217d71e3a34ad5c9c5&menu_cat=3092&myELEMENT=Flugplan

http://www.lwl.org/westfaelische-geschichte/portal/Internet/finde/langDatensatz.php?urlID=1&url_tabelle=tab_quelle

http://www.airport-paderborn.com/index.php?cat_id=3039&mySID=428d8f236e886c217d71e3a34ad5c9c5&myELEMENT=Zahlen%20und%20Fakten&menu_cat=3171

http://www.naturpark-eggegebirge.de/wegepunkt.php?wegepunkt_id=77

http://www.naturpark-eggegebirge.de/wegepunkt.php?wegepunkt_id=76

<http://www.fahrradtouren.de/Radwege-w-Wellness-Radroute.htm>

http://www.bahnradrouten.de/w_1_main01.htm

<http://www.weser-radweg.de/de/index.php?auswahl=0>

<http://www.weserbergland-tourismus.de/weserradweg/>

http://www.hoewelhof.de/hoewelhof05/tourismus_verkehrsverein/sp_auto_77695.shtml

<http://www.bi-info.de/bielefeld/owl/kur.htm>

<http://www.teutoburgerwald.de/wellness50plus>

<http://www.brdt.nrw.de/RegionOwl/Interessantes/Gesundheitsregion/index.html>

<http://www.brdt.nrw.de/RegionOwl/KreiseGemeinden/Strukturdaten/Fremdenverkehr/UebernachtungeninHeilbaedern2006.pdf>

http://www.ostwestfalenlippe.de/_owl/owl_marketing/owl_marketing/owlm.shtml?navid=118

http://www.ostwestfalen-lippe.de/_owl/presse/presse_119.shtml?navid=2

<http://www.pro-wirtschaft-gt.de/presse.html>

<http://www.pro-wirtschaft-gt.de/tourismus.html>

<http://www.teutoburgerwald.de/teutoburgerwald/frameset.html>

<http://www.bielefeld-marketing.de/de/to/tourismusforum/>

http://www.kulturland.org/tourismus/radfahren/touren_6.html

http://www.adfc.de/4126_1

<http://www.teutoburgerwald.de/teutoburgerwald/frameset.html>

<http://www.teutoburgerwald.de/wellness50plus/frameset.html>

<http://www.teutoburgerwald.de/teutoburgerwald/frameset.html>

Anhang

Kreisvertreter – Touristiker der Kreise für Radtourismus und Kommunen die in Wandergebieten liegen für Wandertourismus

Person:

Ort:

Dauer:

Datum:

1. Fragen zum Tourismusverband

1.1 Seit wann zum Verband zugehörig?

1.2 Was waren die Erwartungen - Motive für den Beitritt?

1.3 Wo liegen ihrer Meinung nach die Schwerpunkte des Verbandes?

1.4 Zufrieden mit der derzeitigen Gewichtung der Schwerpunkte?

1.4.1 Wenn ja, weiter

1.4.2 Wenn nein, wo sollte die Gewichtung liegen?

2. Zusammenarbeit in der Region – Regionale Identität

Fühlen Sie sich als Teil von OWL?

2.1.1 Wenn ja, was halten Sie davon, dass viele Kreise sich von der Region OWL distanzieren, sich zu anderen Regionen zugehörig fühlen etc.

2.1.2 Wenn nein, wie würden Sie ihren Kreis definieren (Zugehörigkeit, Teil von etc.)

2.2 Glauben Sie, dass eine Vermarktung unter einem generellen Konzept und Alleinstellungsmerkmal die Region auf dem nationalen Markt stärken könnte?

2.3 Sehen Sie die Notwendigkeit einer regionalen Vermarktung?

2.3.1 Wenn ja, dann weiter.

2.3.2 Wenn nein, woran liegt das und vermarkten Sie sich selbstständig oder über einen anderen Verband?

2.4 Wäre eine solche Vermarktung zum jetzigen Zeitpunkt kreisübergreifend gegeben oder möglich?

2.4.1 Wenn ja, wie sieht diese aus und welche Schwerpunkte beinhaltet diese?

2.4.2 Wenn nein, woran liegt das? Fehlende Zusammengehörigkeit?

3. Zuständigkeiten des Kreises, Kommune in Bezug auf Wandern und Radeln

Gibt es eigenständige Abteilungen Personen die für die Bereiche zuständig sind?

3.1 Wenn ja, wie viele, wie lange und Art der Aufgaben (Streckenausweisung, Qualitätskontrolle, innovative Ideen?) und insgesamt ausreichend oder größerer Bedarf?

3.1.1 Wenn nein, warum nicht? Kosten oder wird Potential nicht erkannt?

4. Radeln und Wandern als Zukunftspotential und Alleinstellungsmerkmal der Region?

Wie werden diese beiden Bereiche in Bezug auf andere Potentiale in der Gesamtregion gesehen?

Welche Vorteile – Nachteile entstehen bei Fokussierung auf diese Bereiche?

Wie schätzen Sie die Chancen für ein die gesamte Region umspannendes Radel-, Wander- Gesamtkonzept/Leitbild ein?

Besitzen beide Bereiche ihrer Meinung nach Zukunftspotential?

4.4.1 Wenn ja, warum in der Region/Kreis

4.4.2 Wenn nein, warum? Nur einer der Bereiche? Oder keiner für den
Betreffenden?

5. Fahrradfreundliche Städte und Gemeinden

Seit wann Mitglied (Kreis Lippe)?

Welche Maßnahmen wurden im Zuge der Mitgliedschaft vorgenommen?

Wurde die Bevölkerung an den Entscheidungsprozessen beteiligt und gab es
eine aktive öffentliche Kommunikation?

Welche Ziele werden mit der Mitgliedschaft angestrebt?

Wurden diese erfüllt?

5.5.1 Wenn ja, vollständig und in welchen Bereichen ist noch
Verbesserungsbedarf?

5.5.2 Wenn nein, woran liegt das und gilt das nur für Teilbereiche oder für
alle Ziele?

Sehen Sie die Möglichkeit den ganzen Kreis in die Arbeitsgemeinschaft zu
integrieren?

6. Radel- und Wander- Strukturen in dem jeweiligen Gebiet?

Wie beurteilen sie die Beschaffenheit Ihres Wegenetz – Ausschilderung,
Übersichtlichkeit des Netzes – v. Themenwegen, Qualität der Wege, Attraktivität der
Wege

Gibt es „vorbildliche“ Routen in Ihrem Gebiet?

6.1 Wenn ja welche?

- à Bewertungsraster mit dem jeweiligen Touristiker durchgehen!?
- à Dann eventuell Punkt 6 auslassen!

7. Wo sind Ihrer Meinung nach noch Verbesserungsmöglichkeiten – Innovative Ansätze um R. u. W. noch stärker an die Region/Kreis zu binden?

8. Verknüpfung von Wandern und Radeln mit Nachhaltigkeit

Gibt es Ansätze Initiativen die Bereiche W. u. R. mit dem Bereich der Nachhaltigkeit, also Umwelt erleben, Gesundheit und Aktivität zu verknüpfen

Spezielle Angebote in der Region von denen Sie wissen?

Stichwort Viabono, bekannt?

- 8.1 Wenn ja, denken Sie dass Ihr Wander- und Radel- Netz nachhaltigen (Viabono) Qualifizierungsansprüchen gerecht wird?
Wenn nein, kurze Erklärung und zurück zu 7.3.1

Denken Sie, dass Radeln nachhaltiges Potential besitzt?

- 8.4.1 Wenn ja, warum und lässt sich dieses ihrer Meinung nach touristisch nutzen?
- 8.4.2 Wenn nein, warum besser Wege?

Glauben Sie, dass Nachhaltigkeit in Verbindung mit Radeln Vermarktungspotential für den Kreis/Region hat?

Radexperten

Person:

Ort:

Dauer:

Datum:

1. Beurteilung der OWL Marketing – Teutoburger Wald

Wie beurteilen Sie die Arbeit des Verbandes in Bezug auf die Förderung des Radtourismus – Radstrukturen (je nach Gesprächspartner)?

Wenn positiv, dann weiter

Wenn negativ, warum und wo liegen Ihrer Meinung nach die Ursachen?

Sehen Sie die Vermarktung über die OWL-Mals Chance für die alle Beteiligten in der Region?

Wenn ja, dann weiter.

Wenn nein, woran liegt das und vermarkten Sie sich selbstständig oder über einen anderen Verband?

Glauben Sie, dass eine Vermarktung unter einem generellen Konzept und Alleinstellungsmerkmal die Region auf dem nationalen Markt stärken könnte?

2. Beurteilung des Kreises/Kommune

Sind Sie zufrieden mit der von Ihrer Kommune geleisteten Arbeit bezüglich des Ausbaus des Radverkehrsnetzes?

Wenn ja, dann weiter

Wenn nein, warum wo liegen die Gründe, was müsste verstärkt angegangen werden?

Gibt es bei Problemen einen direkten behördlichen Ansprechpartner?

Klappt die Kommunikation?

Wenn ja, haben Sie trotz dessen noch Verbesserungsvorschläge?

Wenn nein, woran liegt es – Ursachen – Lösungsmöglichkeiten?

3. Beurteilung des allgemeinen Zustandes der Radstruktur in der Region und dem Kreis à Bewertungstabelle benutzen

Wie sehen Sie den Zustand der Radstruktur des gesamten Gebietes (nur wenn möglich), also Wegeföhrung, Oberflächenbeschaffenheit, Serviceangebote (Anbindung an ÖPNV etc.), Anzahl an Routen, Übersichtlichkeit und Verknüpfung der einzelnen Gebiete?

Wie würden Sie in Hinblick auf die Gesamtstruktur ihren Kreis/Gebiet beurteilen?

Vorbildcharakter für die Region oder Verbesserungswürdig?

Wenn Vorbildcharakter, in welchen Bereichen (und wie könnte man das für andere Kreise umsetzen?)

Wenn Verbesserungswürdig, wo am dringendsten und gibt es Ihrer Meinung nach Vorbilder an denen man sich orientieren sollte?

4. Fahrradfreundliche Städte und Gemeinden

Seit wann Mitglied (Kreis Lippe)?

Welche Maßnahmen wurden im Zuge der Mitgliedschaft vorgenommen?

Wurde die Bevölkerung an den Entscheidungsprozessen beteiligt und gab es eine aktive öffentliche Kommunikation?

Welche Ziele werden mit der Mitgliedschaft angestrebt?

Wurden diese erfüllt?

4.5.1 Wenn ja, vollständig und in welchen Bereichen ist noch Verbesserungsbedarf?

4.5.2 Wenn nein, woran liegt das und gilt das nur für Teilbereiche oder für alle Ziele?

Sehen Sie die Möglichkeit den ganzen Kreis in die Arbeitsgemeinschaft zu integrieren?

5. Radeln und Nachhaltigkeit als Zukunftschance für die Region?

Würden sie folgender Aussage zustimmen: Radfahren ist eine Grundlage für einen nachhaltigen Tourismus in der Region? → Nachhaltigkeit hier gleichbedeutend mit Gesundheit, Umweltwahrnehmung und Aktivität

Sehen Sie die Verbindung von Radeln und Nachhaltigkeit als sinnvoll an?

Wie schätzen Sie das Potential für die Region ein?

Viabono bekannt?

Wenn ja, Positives Potential in Bezug auf Zertifizierung, Vermarktung, Glaubwürdigkeit und Herausstellung von Nachhaltigkeit als Alleinstellungsmerkmal ?

Wenn nein, kurze Einführung und erneute Frage?

Wanderexperten – Deutscher Wanderverband, AUBE

1. Beurteilung der OWL Marketing – Teutoburger Wald

1.1 Wie beurteilen Sie die Arbeit des Verbandes in Bezug auf die Förderung des Wandertourismus – Wanderstrukturen (je nach Gesprächspartner)?

Wenn positiv, dann weiter

Wenn negativ, warum und wo liegen Ihrer Meinung nach die Ursachen?

1.2 Sollte der Verband die Beteiligten am Wandertourismus stärker fördern?

Wenn ja, wie sollte das aussehen und wie realistisch ist dieses bei den zur Verfügung stehenden Finanzmitteln?

Wenn nein, ausreichende Förderung?

1.3 Denken Sie, dass eine Abstimmung der einzelnen Gebiete und des Verbandes in Bezug auf den Ausbau und Förderung der Wanderstrecken bzw. –tourismus besteht?

2 Beurteilung des Kreises/Kommune – Zuständigkeit für die Wege?

2.1 Sind Sie zufrieden mit der von ihrer Kommune geleisteten Arbeit bezüglich des Ausbaus des Wandernetzes?

2.1.1 Wenn ja, dann weiter

2.1.2 Wenn nein, warum wo liegen die Gründe, was müsste verstärkt angegangen werden?

2.2 Gibt es bei Problemen einen direkten behördlichen Ansprechpartner?

2.3 Klappt die Kommunikation?

2.3.1 Wenn ja, haben Sie trotz dessen noch Verbesserungsvorschläge?

2.3.2 Wenn nein, woran liegt es – Ursachen – Lösungsmöglichkeiten?

3 Beurteilung des allgemeinen Zustandes der Wanderstruktur in der Region und dem Kreis

3.1 Wie sehen Sie denn Zustand der Wanderstruktur des gesamten Gebietes (nur wenn möglich), also Wegeführung, Oberflächenbeschaffenheit, Serviceangebote (Anbindung an ÖPNV etc.), Anzahl an Routen, Übersichtlichkeit und Verknüpfung der einzelnen Gebiete?

3.2 Wie würden Sie in Hinblick auf die Gesamtstruktur ihren Kreis/Gebiet beurteilen?

3.3 Vorbildcharakter für die Region oder Verbesserungswürdig?

3.3.1 Wenn Vorbildcharakter, in welchen Bereichen (und wie könnte man das für andere kreise umsetzen?)

3.3.2 Wenn Verbesserungswürdig, wo am dringendsten und gibt es Ihrer Meinung nach Vorbilder an denen man sich orientieren sollte?

4 Wandern und Nachhaltigkeit als Zukunftschance für die Region?

4.1 Würden sie folgender Aussage zustimmen: Wandern ist eine Grundlage für einen nachhaltigen Tourismus in der Region? → Nachhaltigkeit hier gleichbedeutend mit Gesundheit, Umweltwahrnehmung und Aktivität

4.2 Sehen Sie die Verbindung von Wandern und Nachhaltigkeit als sinnvoll an?

4.3 Wie schätzen Sie das Potential für die Region ein?

4.4 Denken Sie, dass es ein die gesamte Region umspannendes Leitbild Vorgehensweise geben könnte oder gibt es zu große Differenzen zwischen den einzelnen Beteiligten und dem Verband?

4.5 Wie beurteilen Sie das Alleinstellungspotential von Nachhaltigkeit im deutschen Vergleich, andere Beispiele bekannt?

4.6 Viabono bekannt?

- 4.6.1 Wenn ja, Positives Potential in Bezug auf Zertifizierung, Vermarktung, Glaubwürdigkeit und Herausstellung von Nachhaltigkeit als Alleinstellungsmerkmal ?
- 4.6.2 Wenn nein, kurze Einführung und erneute Frage?