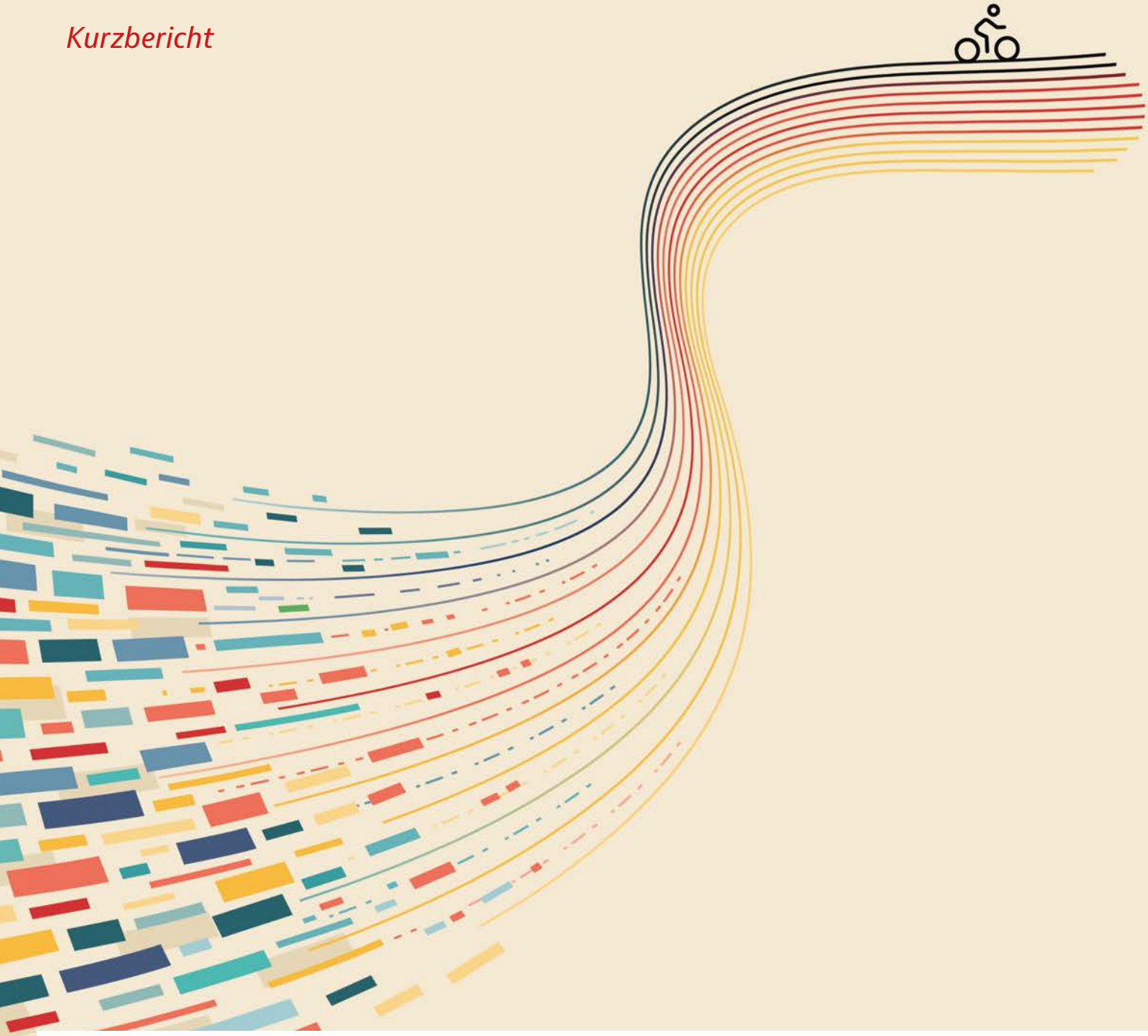
Grundlagenuntersuchung

Fahrradtourismus in Deutschland

Kurzbericht



Bundesministerium
für Verkehr

DTV
Deutscher
Tourismusverband

Kurzbericht

Die Grundlagenuntersuchung „Fahrradtourismus in Deutschland“ knüpft an die gleichnamige bundesweite Grundlagenuntersuchung von 2009 an. Sie beziffert die wirtschaftliche Bedeutung des Fahrradtourismus für das Jahr 2025, ordnet die Marktentwicklung auf Nachfrage- und Angebotsseite ein, analysiert Strategien, Förderprogramme sowie Zukunftstrends und leitet daraus Handlungsempfehlungen sowie ein strategisches Zukunftsbild bis 2038 ab.

Seit 2009 hat sich der Fahrradtourismus deutlich gewandelt: Pedelecs und E-Bikes (im Folgenden vereinfachend E-Bikes genannt) haben Reichweiten und Zielgruppen erweitert, digitale Plattformen prägen Inspiration, Routenplanung und Navigation, die Qualitätsansprüche der Gäste sind gestiegen, und die Verknüpfung von Tourismus, Alltagsmobilität, Nachhaltigkeit und Regionalentwicklung hat an Gewicht gewonnen. Die Neufassung verbindet deshalb die empirische Bestandsaufnahme mit der strategischen Leitfrage, wie sich das bestehende Routen- und Serviceangebot zu einem dauerhaft leistungsfähigen Gesamtsystem weiterentwickeln lässt.

AUF DEN PUNKT

- **Analyse Wirtschaftsfaktor Fahrradtourismus:** Die Untersuchung weist für 2025 einen durch fahrradtouristische Gäste ausgelösten Bruttoumsatz von knapp 18,1 Milliarden Euro (rund 216 Euro je Einwohner) bei 319,3 Millionen Aufenthaltstagen im Deutschland-Tourismus nach (Zielortbetrachtung ohne An- und Abreise). Daraus entstehen rund 8,4 Milliarden Euro Wertschöpfung und ein Steueraufkommen in Höhe von 1,7 Milliarden Euro.
- **Nachfragepotenzial:** Aktuelle Marktforschungsdaten zeigen, dass sich 27,8 Millionen Menschen stark für das Fahrradfahren oder Mountainbiken im Urlaub interessieren. Die tatsächliche Nachfrage bleibt deutlich dahinter zurück: In den letzten zwei Jahren unternahmen 13,5 Millionen Menschen Tagesausflüge, 4,0 Millionen Kurztrips und nur 1,1 Millionen längere Radreisen. In der Aktivierung dieser potenziellen zusätzlichen Nachfrage sehen die Gutachter einen wichtigen Hebel, insbesondere in den Altersgruppen unter 45 Jahren.
- **Infrastruktur und Nutzen über den Tourismus hinaus:** Das bundesweit vermarktete Routenangebot hat sich seit 2009 etwa verdoppelt (allein laut „Deutschland per Rad entdecken“ von 150 auf 320 Routen). Wege und Services stiften dabei auch einen direkten Nutzen für Alltag, Naherholung und Regionalentwicklung. Der Erhalt von Infrastruktur und Betrieb von Angeboten ist vielerorts jedoch nicht dauerhaft gesichert.
- **Handlungsbedarf:** Auf Basis der Untersuchung wird empfohlen, den Fahrradtourismus vom Aufbau auf dauerhafte Wirkung auszurichten – mit abgestimmten Zuständigkeiten und einer verlässlichen Finanzierung von Betrieb, Koordination und Produktentwicklung im Zusammenspiel der gesamten Fahrradtourismuswirtschaft.

Gegenstand, Methodik und Grenzen der Untersuchung

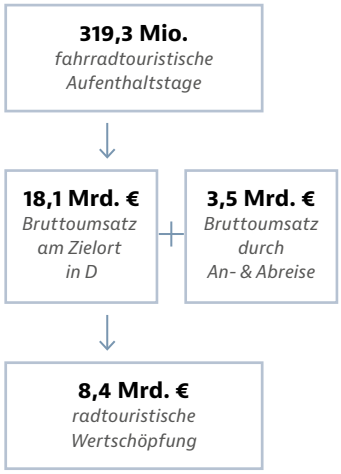
Um den Fahrradtourismus in Deutschland umfassend quantitativ und qualitativ als Grundlage für seine Weiterentwicklung abzubilden, kombiniert die Untersuchung verschiedene Datenquellen und Methoden. Herangezogen wurden eigens durchgeführte Erhebungen und Sonderauswertungen, Marktdaten, bestehende Studien, Analysen zu Konzepten und Förderprogrammen, Entwicklungen in europäischen Vergleichsmärkten sowie Einschätzungen aus der Praxis. Die Untersuchung war dialogorientiert angelegt: Ein begleitender Fachbeirat, Dialogforen und weitere Austauschformate brachten Akteure aus Tourismuswirtschaft, Fahrradwirtschaft, Verkehrsplanung, öffentlicher Verwaltung und Interessenverbänden zusammen. Ihre Perspektiven flossen in die Analysen ein und dienten der Plausibilisierung und Priorisierung der Ergebnisse. Die folgende Übersicht veranschaulicht die zentralen Schritte dieses Vorgehens. Alle Details sind in der Langfassung „Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus in Deutschland“ und einem separaten Band mit methodischen Erläuterungen aufbereitet.

FRAGESTELLUNG	METHODEN UND DATENGRUNDLAGE	AUSSAGEKRAFT UND GRENZEN
Wirtschaftliche Bedeutung	Nachfrageseitiger Untersuchungsansatz; Übernachtungs- und Tagestourismus nach Definition der Welttourismusorganisation. Verknüpfung amtlicher Statistiken mit weiteren Quellen, u. a. zum Ausgabeverhalten.	Wirtschaftliche Effekte vor Ort im Jahr 2025 mit bundesweitem Raumbezug; Effekte aus An- und Abreise zusätzlich modelliert. Vergleiche mit 2009 und anderen Branchen eingeschränkt möglich.
Nachfrage und Potenziale	Zusammenführung vorhandener Marktforschung mit Bezug zum Fahrradtourismus in Deutschland sowie Sonderauswertungen.	Marktüberblick zu Nutzung, Interesse und Gästeverhalten; unterschiedliche Definitionen und Datengranularität.
Angebot und Vermarktung	Vergleich verfügbarer Angebotskennzahlen; Panel-Befragung zu Motivlagen; Auswertung der digitalen Marktbearbeitung auf Bundes- und Landesebene sowie im Wettbewerb; qualitative Prüfung in Dialogforen.	Entwicklungen seit 2009 und Brüche entlang der Reisekette; keine amtliche Gesamterfassung von Wegen und Betrieben. Customer Journey: strukturierte Brancheneinschätzung.
Strategien, Förderung und Akteure	Analyse landesweiter, regionaler und lokaler Tourismus- und Radverkehrskonzepte; Auswertung einschlägiger Förderprogramme auf EU-, Bundes- und Landesebene im Frühjahr 2025; Stakeholderanalyse mit Fachbeirat und Branchenvertretern.	Stichtagsbezogene Auswertung der öffentlich auffindbaren Programmlandschaft, keine Erfassung von Mittelvolumen oder Wirkung. Akteurspriorisierung qualitativ.
Trends und Zukunftspfade	Qualitative Trendbewertung auf Basis der Megatrend-Map des Zukunftsinstituts; Ableitung von Schlüsselfaktoren und Diskussion möglicher Entwicklungsrichtungen in Dialogforen.	Strategische Orientierung zu Veränderungsfeldern und offenen Entwicklungsrichtungen. Qualitative Einschätzung; keine Prognose oder vertiefte Auswirkungsanalyse.

Zahlen, Daten, Fakten und zentrale Analyseergebnisse

» Wirtschaftsfaktor

Kurzüberblick der wirtschaftlichen Effekte



Die Untersuchung zeigt: Auf den Fahrradtourismus entfielen 2025 in Deutschland 319,3 Millionen Aufenthaltstage. Darin enthalten sind der Fahrradtourismus im engeren Sinne (Reisen und Ausflüge mit dem Hauptmotiv Radfahren) und im weiteren Sinne (Radfahren als wichtige Aktivität bei anderem Hauptmotiv, etwa bei Kultur- oder Städtereisen). In dieser erweiterten Abgrenzung liegt ein zentraler methodischer Unterschied zur Vorgängeruntersuchung von 2009: Damals wurden bei Übernachtungs- wie bei Tagesgästen ausschließlich die Aufenthaltstage des Fahrradtourismus im engeren Sinn in die Ermittlung des Wirtschaftsfaktors Fahrradtourismus einbezogen. Der Fahrradtourismus wird damit so abgebildet, wie er in der Realität wirkt. Er entsteht sowohl durch „klassische Radreisende" (gesamte Reise eingeflossen) als auch durch viele Gäste, die das Fahrrad als wesentlichen, erlebnisprägenden Bestandteil ihres Aufenthalts nutzen (nur Aufenthaltstage mit der Aktivität Radfahren eingeflossen). Betrachtet man das Volumen im Vergleich zum Deutschland-Tourismus insgesamt, so entfallen rund 15 Prozent aller Aufenthaltstage der Übernachtungsreisen und knapp sieben Prozent aller Aufenthaltstage der Tagesreisen auf den Fahrradtourismus.

KENNZAHL 2025	WERT	EINORDNUNG
Aufenthaltstage	319,3 Mio.	Davon entfallen 70 % auf Tagesausflüge und 30 % auf Übernachtungsreisen.
Bruttoumsatz am Zielort in D	18,1 Mrd. €	Volumen und Anteile vor Ort ohne An- und Abreise: 51,6 % Gastgewerbe, 27,8 % Einzelhandel, 20,6 % Dienstleistungen.
Wertschöpfung	8,4 Mrd. €	5,2 Mrd. € direkte (in Betrieben mit direkten Gästeausgaben) und 3,2 Mrd. € indirekte (Vorleistungen wie Zulieferer) Wertschöpfung.
Einkommensäquivalent	rund 244.000 Personen	Rechnerische Größe auf Basis durchschnittlicher Primäreinkommen. Die tatsächliche Zahl profitierender Beschäftigter liegt höher, ist aber nur über Primärerhebungen vor Ort ermittelbar.
Steueraufkommen	1,7 Mrd. €	Gemeinschaftssteuern für Bund, Länder und Kommunen allein aus Umsatz- (abzüglich Vorsteuer) und Einkommensteuer. Hinzu kommen kommunale Steuern und Abgaben.
Bruttoumsatz durch An- und Abreise	rund 3,5 Mrd. €	Separate Modellrechnung der nicht am Urlaubsort durch die An- und Abreise anfallenden Umsätze (Mindestwert), additiv zum oben genannten Bruttoumsatz.

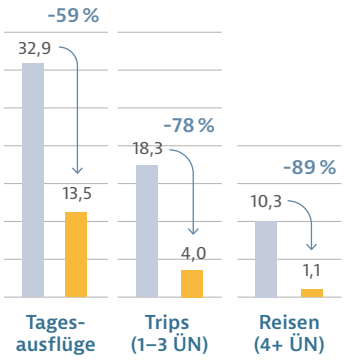
Entwicklung seit 2009: Aufgrund der erweiterten Abgrenzung sind im Zeitvergleich nur die Aufenthaltstage des Fahrradtourismus im engeren Sinne direkt vergleichbar. Sie stiegen von 175 Millionen (2009) auf mehr als 218 Millionen (2025), also um rund 25 Prozent. Die durchschnittlichen Tagesausgaben erhöhten sich nominal bei Übernachtungsgästen um rund zwei Drittel (von 64,40 auf 105,30 Euro) und stiegen bei Tagesgästen auf mehr als das Doppelte (von 16,00 auf 35,70 Euro). Branchenspezifische Preissteigerungen liegen für die Querschnittsbranche Tourismus nicht vor. Als Orientierungswert kann jedoch der

Verbraucherpreisindex herangezogen werden. Dieser ist zwischen 2009 und 2025 nach Angaben des Statistischen Bundesamtes um gut 40 Prozent gestiegen. Daraus lässt sich ableiten, dass die Tagesausgaben der Gäste im Fahrradtourismus nicht nur nominal, sondern auch real gestiegen sind, insbesondere bei den Tagesgästen.

» Nachfrage und Aktivierungslücke

In Deutschland sind mehr als 90 Millionen Fahrräder im Bestand, darunter über 17 Millionen E-Bikes. Bei Neuanschaffungen liegt der E-Bike-Anteil bereits bei 53 Prozent, bei neuen Mountainbikes beträgt der Anteil sogar 93 Prozent (Zweirad-Industrie-Verband). Die Grundlagenuntersuchung verdeutlicht: Je nach Studie fahren 60 bis 75 Prozent der Bevölkerung zumindest gelegentlich Rad. 45 Prozent der Bevölkerung zwischen 14 und 74 Jahren (27,8 Millionen Menschen) haben ein großes oder sehr großes Interesse am Fahrradfahren im Urlaub – davon 11,3 Millionen ausschließlich am Radfahren, 4,5 Millionen ausschließlich am Mountainbiken und 12,0 Millionen an beidem (Destination Brand). Gleichzeitig bleibt der Anteil derer, die in den letzten zwei Jahren tatsächlich einen Radausflug oder eine Radreise unternommen haben, deutlich hinter dem Anteil derer zurück, für die dies grundsätzlich infrage kommt. Rechnerisch beträgt der Abstand bei Tagesausflügen bis zu 59 Prozent, bei Kurztrips (ein bis drei Übernachtungen) bis zu 78 Prozent und bei Reisen ab vier Übernachtungen 89 Prozent (SINUS Fahrrad-Monitor). Da im Entscheidungsprozess entlang der Customer Journey naturgemäß immer ein Teil der Interessierten verloren geht, lässt sich diese Lücke zwar nicht in voller Höhe in zusätzliches Umsatzpotenzial umrechnen, verdeutlicht aber, wie viel grundsätzliches Interesse bislang ungenutzt bleibt.

Fahrradtouristisches Potenzial und tatsächliche Nutzung nach Reiseform



Angaben in Mio.,
Basis: SINUS Fahrrad-Monitor 2025

- *Potenzial = „kommt für mich infrage"*
- *Volumen = „längste Reise in den letzten zwei Jahren"*

Besonders deutlich zeigt sich dieser Abstand beim Blick auf das Alter: Während das Interesse in den Altersgruppen bis 45 Jahre am höchsten ist, nimmt die tatsächliche Umsetzung erst mit steigendem Alter zu – bei Tagesausflügen mit dem Rad sind über 60 Prozent der Gäste älter als 40 Jahre, bei Urlaubsreisen mit der Aktivität Radfahren rund 75 Prozent und bei Übernachtungsreisen mit dem Hauptmotiv Radfahren fast 90 Prozent (Destination Brand, dwif-Tagesreisenmonitor, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus). Übernachtende Radurlauber zeigen zudem eine höhere Weiterempfehlungsrate und Wiederbesuchsabsicht für das Reiseziel Deutschland als der Durchschnitt der Urlaubsgäste, kehren für die nächste Reise aber deutlich seltener in dieselbe Region zurück (Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus). Das fahrradtouristische Angebot überzeugt demnach die aktuellen Zielgruppen, die immer wieder auf der Suche nach neuen Erlebnissen sind.

» Angebot, Strukturen und Förderung

Das bundesweit vermarktete Routenangebot wuchs seit 2009 von 150 Routen mit rund 50.000 Kilometern auf 320 Routen mit mehr als 100.000 Kilometern (ADFC). Zugleich hat sich das Angebot deutlich verbreitert und ausdifferenziert: Durch die hohe Verbreitung von E-Bikes, den Ausbau von Verleihsystemen und digitalen Routing-Plattformen sowie spezifische Angebote für Segmente wie Mountainbike oder Gravelbike haben neben klassischen Fluss- und Küstenradwegen insbesondere auch Mittelgebirgsregionen stark an Bedeutung gewonnen. Bei den Unterkünften sank die Zahl der ADFC-zertifizierten Bett+Bike-Betriebe im Betrachtungszeitraum von rund 4.800 auf knapp 4.200. Vor dem Hintergrund einer allgemein sinkenden Zertifizierungsbereitschaft im Gastgewerbe ist dies jedoch nicht mit einem Rückgang radfreundlicher Unterkünfte gleichzusetzen:

Über Buchungsportale und regionale Initiativen treten heute bundesweit 20.000 bis 30.000 Betriebe als radfreundlich auf.

Auf struktureller Ebene spiegelt der heutige Stand einen rund 25-jährigen Entwicklungs- und Lernprozess seit dem ersten Nationalen Radverkehrsplan 2002–2012 wider, ohne dass sich der Ausbau kausal einzelnen Maßnahmen zuordnen lässt. Seit der letzten Grundlagenuntersuchung wurden in den Ländern und Destinationen Qualitätsmanagement und Vernetzung spürbar ausgebaut – ablesbar etwa am Anstieg von fünf auf 48 ADFC-Qualitätsradrouten und sechs RadReiseRegionen sowie an etablierten Ländergremien und Fachnetzwerken. Auf Bundesebene hat sich das Radnetz Deutschland (13 D-Routen sowie der Radweg Deutsche Einheit) mit der Einrichtung der Geschäftsstelle beim Bundesamt für Logistik und Mobilität (BALM), einem eigenen Förderprogramm sowie gemeinsamer Digitalisierungs- und Marketingarbeit institutionell deutlich weiterentwickelt. An den einzelnen Routen des Netzes zeigt sich dagegen die Herausforderung der länderübergreifenden Zusammenarbeit für Radfernwege: Nach wie vor verfügen nur drei der 13 D-Routen über eine eigene Koordinierungs- bzw. Geschäftsstelle.

Eine Auswertung von ausgewählten Strategien und Förderprogrammen zeigt einen deutlichen Schwerpunkt auf der baulichen Infrastruktur: Von 96 radtouristisch relevanten Programmen fördern 84 den Bau und Ausbau von Radwegen, während ebenfalls förderfähige Bereiche wie Produktentwicklung (18 Programme), Management und Koordination (elf) oder digitale Systeme (neun) deutlich seltener adressiert werden (teilweise mehrere förderfähige Bereiche je Programm). 76 der 89 Programme, die Antragsberechtigte benennen, richten sich an Kommunen. Während für den Ausbau damit zahlreiche Förderzugänge bestehen, fehlen Kommunen und Landkreisen für den anschließenden, aus eigenen Haushaltsmitteln zu leistenden Betrieb und Unterhalt häufig Finanzmittel und Personal. Zum Verhältnis dieser laufenden radtouristischen Aufwände zu den ursprünglichen Investitionskosten liegen zwar regionale Erfahrungswerte vor, bislang aber keine bundesweit vergleichbaren empirischen Daten.

Nachfragepotenziale und fachliche Einordnung

» *Größte Potenziale und Hebel*

Die Gutachter leiten aus den Befunden ab, dass der zentrale Hebel für die weitere Marktentwicklung nicht mehr in der Bekanntheit des Radurlaubs liegt, sondern in der Umsetzung der Reiseentscheidung: Um das hohe Grundsatzinteresse in tatsächliche Reisen zu überführen, braucht es konkrete Reiseanlässe, einfach buchbare Produkte und den gezielten Abbau von Hürden entlang der Customer Journey – insbesondere bei Wegequalität, Buchbarkeit, Unterwegsversorgung und ÖPNV-Anbindung. Die größten Entwicklungspotenziale liegen dort, wo hohes Interesse und bisherige Nutzung besonders weit auseinandergehen: bei jüngeren Menschen, Familien und urbanen Zielgruppen, deren Anforderungen an Flexibilität, digitale Services und intermodale Erreichbarkeit sich deutlich von der bisherigen Kernnachfrage unterscheiden.

Tagesausflüge bilden aufgrund ihrer räumlichen Nähe und geringen Organisationshürden ein zentrales Einstiegssegment. In diesem Segment lässt sich kurzfristig erhebliche Nachfrage mobilisieren. Das zeigte der Anstieg der

Fahrradausflüge um bis zu 50 Prozent während der Pandemiejahre 2020 bis 2022, die anschließend jedoch wieder auf das Ausgangsniveau zurückgingen. Dass aus Tagesgästen später auch Übernachtungsgäste werden, ist als Wirkungskette plausibel, empirisch jedoch nicht als Automatismus belegt. Entscheidend ist, über positive Ersterfahrungen und anschlussfähige Angebote den Übergang zu mehrtägigen Radreisen aktiv zu gestalten. Über das Inland hinaus bieten insbesondere die fünf als strategische Schwerpunktmärkte ausgewählten Quellländer Niederlande, Frankreich, Vereinigtes Königreich, Österreich und die Schweiz hohes Wachstumspotenzial. Diese marktorientierte Einordnung richtet sich vorrangig an Anbieter, Destinationen und Tourismusorganisationen. Für die öffentliche Hand ergibt sich hingegen aus gutachterlicher Sicht vor allem Handlungsbedarf bei den Rahmenbedingungen.

» *Fahrradtypen und Ausdifferenzierung der Segmente*

Der Wandel der genutzten Fahrradtypen – insbesondere der hohe Marktanteil von E-Bikes und E-Mountainbikes – ist ein zentraler Treiber dafür, dass sich Reichweiten, Zielgruppen und die Zugänglichkeit topografisch anspruchsvoller Räume wie der Mittelgebirge seit 2009 grundlegend erweitert haben. Aufgrund der im Vergleich zum Wander-, Städte- oder Kulturtourismus deutlich größeren Aktionsradien überschreiten Radgäste auf Ausflügen und Reisen regelmäßig Kommunal-, Destinations- und Bundesländergrenzen, was eine ungleich engere gebiets- und verwaltungsübergreifende Kooperation erfordert.

Neben den größeren Aktionsradien verändert auch die sonstige technische Weiterentwicklung der Fahrräder die qualitativen Ansprüche an Wege und Angebote und führt zu einer stärkeren Ausdifferenzierung der Nachfrage. So wurde mit der gewachsenen Marktbedeutung des Mountainbikens auch die Marktforschung in diesem Bereich gezielt weiterentwickelt. Hintergrund sind nicht zuletzt die spezifischen infrastrukturellen Voraussetzungen des Segments, das im Kern naturnahe Wege und Trails statt asphaltierter Straßen oder wassergebundener Radwege benötigt.

Für Segmente wie Gravelbike oder Rennrad, die stärker auf bestehende Straßen- und Wegenetze zurückgreifen, erfolgt die Annäherung auf Bundesebene bislang vor allem über Verkaufsstatistiken und Bevölkerungsbefragungen zum Freizeitinteresse. Bei der Berechnung des bundesweiten Wirtschaftsfaktors wird das touristische Radfahren in den zugrunde liegenden Primärquellen als Gesamtaktivität erfasst. Umsatz und Wertschöpfung einzelner Teilsegmente lassen sich daher zwar über spezifische regionale oder routenbezogene Untersuchungen vor Ort abbilden, auf Bundesebene jedoch noch nicht als Anteil am ökonomischen Gesamtmarkt ausweisen.

» *Regionale Wirkung und Mehrfachnutzen über den Tourismus hinaus*

Radtouristische Infrastruktur und Nachfrage wirken weit über den Tourismus hinaus in die Regionen, den Alltag und die Naherholung hinein. Zum einen verteilen sich die Ausgaben der Gäste kleinteilig in der Fläche auf Gastgewerbe, Einzelhandel sowie lokale Mobilitäts- und Freizeitdienstleistungen und tragen so – gerade in ländlichen Räumen und in der Nebensaison – zur Auslastung und zum Erhalt örtlicher Versorgungsstrukturen bei. Zum anderen zeigen die Daten eine enge räumliche Überschneidung mit der Alltagsmobilität: Rund drei Viertel der

Fahrradausflüge bleiben im Umkreis von 50 Kilometern um den Wohnort. Knapp 43 Prozent führen in die Großstädte, 34 Prozent zu Zielen im ländlichen Raum und gut 23 Prozent in Klein- und Mittelstädte.

Dies spiegelt sich auch in der Planung wider: Rund 40 Prozent der untersuchten regionalen und lokalen Radverkehrskonzepte sowie sechs Landesradverkehrsstrategien behandeln den Fahrradtourismus gleichrangig zum Alltagsverkehr oder als primären Motor der Radverkehrsentwicklung. Insbesondere in Urlaubsdestinationen und ländlichen Räumen übernimmt der Fahrradtourismus damit häufig eine Türöffner-Funktion. Wie sich an etablierten Radfernwegen wie dem Donau- oder Elberadweg zeigt, erhöht die belegte regionalwirtschaftliche Bedeutung des Tourismus vor Ort die Bereitschaft, in durchgängige Trassen, Wegweisung und ÖPNV-Anbindungen zu investieren. Oft liefert der Tourismus das entscheidende Zusatzargument für Infrastrukturen, die allein für die örtliche Daseinsvorsorge und den Alltagsverkehr nicht geschaffen würden, von denen die Bevölkerung anschließend aber gleichermaßen profitiert. Auch ohne einzelprojektbezogene Kosten-Nutzen-Rechnung ergibt sich dieser Mehrfachnutzen nach Einschätzung der Gutachter schlüssig aus dem nachgewiesenen Nutzungsverhalten und der kommunalen Planungspraxis.

» Megatrends und Szenarien als Hilfe bei der strategischen Vorausschau

Im Rahmen der Grundlagenuntersuchung wurde gemeinsam mit der Branche über eine Trend- und Szenarioarbeit eingeordnet, welche langfristigen gesellschaftlichen Entwicklungen für den Fahrradtourismus besonders relevant und zugleich in ihrem weiteren Verlauf noch offen sind (sieben relevante Megatrends und zwölf abgeleitete Schlüsselfaktoren). Dieses im Tourismus etablierte Instrument der strategischen Vorausschau ergänzt die empirischen Mobilitäts- und Markterhebungen, indem es statt linearer Fortschreibungen unterschiedliche – teils gegensätzliche – Entwicklungsrichtungen gegenüberstellt. Für Destinationen, Betriebe und Planung werden dadurch frühzeitig mögliche Veränderungsbedarfe sichtbar, etwa bei der Verknüpfung von Mobilitätsketten, bei Klimaanpassung und Naturverträglichkeit, an der Schnittstelle zur Gesundheitsprävention oder im Zuge des demografischen Wandels. Die Auseinandersetzung mit diesen Szenarien dient dazu, Anforderungen an Infrastruktur, Produkte und Steuerung vorausschauend zu prüfen und die Handlungsfähigkeit unter sich wandelnden Rahmenbedingungen zu sichern.

Megatrends mit hoher und sehr hoher Relevanz für die Zukunft des Fahrradtourismus in Deutschland
- » Mobilität
- » Ökointelligenz
- » Gesundheit
- » Konnektivität
- » Identitätsdynamik
- » Demografischer Wandel
- » Urbanisierung

Schlüsselfaktoren für die Zukunft des Fahrradtourismus in Deutschland
- » Nahtlose Mobilität
- » Sharing-Angebote
- » Nachhaltige Mobilität
- » Öffentliche Gesundheit
- » Unternehmensnetzwerke
- » KI-gestützte Steuerung
- » Hyperpersonalisierung
- » Langlebigkeit
- » Gesundes Altern
- » 15-Minuten-Stadt
- » Innovativer ländlicher Raum
- » Grünräume

Handlungsempfehlungen

Um die aufgezeigten radtouristischen Potenziale stärker für Nachfrage, Angebotsqualität und regionale Wertschöpfung nutzbar zu machen, wird ein Perspektivwechsel vom vorrangigen Infrastrukturaufbau hin zu einem ausgewogenen Management des Gesamtsystems empfohlen. Dies erfordert räumlich eine enge Kooperation entlang tatsächlicher Bewegungsräume über Kommunal-, Destinations- und Ländergrenzen hinweg sowie fachlich das Zusammenspiel aller direkt und indirekt beteiligten Akteure. Den verbindenden Bezugsrahmen dafür bildet das Verständnis als „Fahrradtourismuswirtschaft“: Es führt Tourismus, Radverkehrsplanung, Mobilität, Kommunen, Fahrradwirtschaft sowie Natur-, Umwelt- und Gesundheitsakteure zusammen, um aus Einzelbausteinen durchgängige Serviceketten, marktfähige Produkte und dauerhaft tragfähige Betreibermodelle zu entwickeln.

Die Empfehlungen verstehen sich als fachlicher Handlungsrahmen in fünf ineinandergreifenden Handlungsfeldern. Entsprechend der föderalen Aufgabenteilung wirkt der Bund unter Wahrung des Subsidiaritätsprinzips vorrangig über den strategischen Rahmen (NRVP), Förderimpulse und bundesweite Standards, während Planung, Bau und Unterhalt – außerhalb der Bundesfern- und Bundeswasserstraßen – sowie Produktentwicklung und Marktbearbeitung im Zusammenspiel von Ländern, Kommunen, Destinationen und Betrieben liegen.

Handlungsfelder für das Radreiseland Deutschland



HANDLUNGSFELD UND KERNAUFGABE	EMPFEHLUNGEN	ZUSTÄNDIGKEIT UND INSTRUMENTE
Strategie und Fokus: Stellenwert des Fahrradtourismus und Schnittstellen klären sowie Entwicklung nach Raumtyp und Ambition differenzieren.	• Fahrradtourismus verbindlich in Tourismus-, Mobilitäts- und Raumentwicklungsstrategien verankern (im ländlichen Raum als Strukturimpuls, in Städten als Baustein eines nachhaltigen Tourismus). • Förderung stärker an Durchgängigkeit, Erlebnisqualität und Marktrelevanz ausrichten. • Radnetz Deutschland als nationalen Orientierungs- und Qualitätsrahmen fortentwickeln.	**Bund und Länder:** Strategischen Rahmen (NRVP, Landesstrategien) setzen und Förderprogramme nach Wirkungseffekten weiterentwickeln. **Kommunen und Destinationen:** Abgestimmte Konzepte vor Ort mit klaren Zielen hinterlegen. **Übergreifend:** Gemeinsamen Orientierungsrahmen zu Rollen und Zielen schaffen, eine Praxishilfe zur Verzahnung von Alltags- und touristischem Radverkehr bereitstellen sowie ein kontinuierliches Trendmonitoring aufbauen.
Organisation und Handlungsfähigkeit: Ressort- und ortsübergreifende Zusammenarbeit, Kompetenzen und Steuerung dauerhaft sichern.	• Zusammenarbeit entlang tatsächlicher Bewegungsräume mit klaren Rollen und Budgets organisieren. • Geschäftsstelle Radnetz Deutschland beim BALM verstetigen und bestehende D-Routen-Koordinierungsstellen zu regionalen Fachzentren ausbauen. • Wissenstransfer, Qualifizierung sowie ein Ziel- und Monitoringsystem mit Feedbackschleifen etablieren.	**Bund und Länder:** Mehrjährige, auch nicht investive, Unterstützungs- und Förderansätze für Koordination und Management sowie die Entwicklung vergleichbarer Indikatoren fördern. **Kommunen und Destinationen:** Koordination und Qualitätssicherung mit festen Ansprechpartnern und Budgets ausstatten. **Übergreifend:** Bundesweite Wissens- und Qualifizierungsstruktur (unter Einbindung von BALM, Mobilitätsforum Bund, Ländern und D-Routen) sowie ein nationales Monitoring- und Feedbacksystem aufbauen.

HANDLUNGSFELD UND KERNAUFGABE	EMPFEHLUNGEN	ZUSTÄNDIGKEIT UND INSTRUMENTE
Infrastruktur und Raum: Vorhandene Netze aus Gästesicht qualifizieren, Erhalt sichern sowie analoge und digitale Infrastruktur verbinden.	• Lücken, Schwachstellen und Qualitätsbrüche in Bestandsnetzen prioritär schließen. • Laufenden Erhalt und Qualitätssicherung bereits bei Investitionsentscheidungen verbindlich regeln und sichern. • Intermodale Anbindung sowie offene digitale Netzdaten stärken. • Infrastruktur und Routen klimaresilient weiterentwickeln.	**Bund und Länder:** Länderübergreifende Koordinierung zu digitalen Datenstrukturen und offenen Schnittstellen für radtouristische Netze fördern sowie den Wissens- und Erfahrungsaustausch zu klimaresilienter Infrastruktur unterstützen. **Länder:** Planungs-, Genehmigungs- und Förderverfahren besser aufeinander abstimmen und Möglichkeiten zur Vereinfachung prüfen. **Kommunen, Baulastträger und Destinationen:** Priorisierter Ausbau der Infrastruktur, laufenden Unterhalt, Zuständigkeiten und Qualitätsstandards vor Ort sichern, aktuelle Sperrungs- und Umleitungsinformationen erfassen und pflegen sowie Hitze-, UV- und Extremwettervorsorge bei Planung, Bau, Unterhaltung und Betrieb vor Ort verankern.
Erlebnis und Produkt: Wege und Einzelleistungen in zielgruppengerechte Erlebnisversprechen und buchbare Produkte überführen.	• Angebote konsequent vom Gast her (Motive, Fahrradtyp, Lebenslage) und nach Reifegraden entwickeln. • Niedrigschwellige Einstiegsangebote (Tagesausflüge, Kurztrips) für junge Zielgruppen, Familien und urbane Gäste schaffen sowie Leitprodukte profilieren. • Leistungen vermittlungsfähig bündeln und Lösungen für gastronomische Versorgungsengpässe entwickeln.	**Bund und Länder:** Entwicklung nationaler und internationaler Leitprodukte durch Förderimpulse und Modellvorhaben (z. B. entlang ausgewählter D-Routen) unterstützen. **Destinationen, Regionen und Betriebe:** Buchbare Serviceketten, Rundum-Sorglos-Pakete und Kooperationen mit Verleihnetzwerken (z. B. für Städte- und Ausflugstourismus) aufbauen. **Übergreifend:** Praxishilfen zur Produktentwicklung nach Reifegrad und zum Umgang mit Versorgungsengpässen im ländlichen Raum bereitstellen.
Kommunikation und Vertrieb: Sichtbarkeit bündeln, Brüche in der Customer Journey abbauen und Gästebindung stärken.	• Deutschland geschlossen als „DAS Radreiseland“ positionieren und Produkte mit klarem Nutzenversprechen profilieren. • Marktbearbeitung und Vertrieb entlang der Customer Journey und über Destinationsgrenzen hinweg ausrichten. • Daten für Drittplattformen standardisieren und Wirtschaft an gemeinsamer Vermarktung beteiligen.	**Bund und Länder:** Die nationale und internationale Vermarktung des Radreiselandes Deutschland unterstützen sowie die Nutzung und Verknüpfung offener Angebotsdaten fördern. **Destinationen und Betriebe:** Digitalen Vertrieb, Content-Management für Plattformen und aktive Wiederansprache nach der Reise stärken. **Übergreifend:** Gemeinsamen Kampagnenbaukasten entwickeln, korridorbezogene Kooperationsnetzwerke im Radnetz Deutschland fördern und Modelle zur Mitfinanzierung durch wirtschaftlich profitierende Akteure erproben.

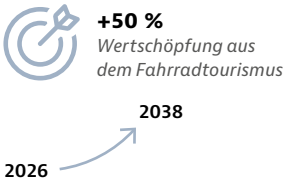
Strategisches Zukunftsbild „Das Radreiseland“ und Vision

Aufbauend auf der Bestandsaufnahme und ihrer fachlichen Einordnung entwirft die Grundlagenuntersuchung mit dem Zukunftsbild „Das Radreiseland“ eine fachliche Perspektive und einen Orientierungsrahmen bis zum Jahr 2038. Es stellt kein Leitbild und keine strategische Festlegung des Bundes dar, sondern spiegelt die im Beteiligungsprozess mit Fachbeirat und Branche erarbeiteten Vorstellungen und Entwicklungsperspektiven wider. Als Zielbild der Untersuchung beantwortet es die Leitfrage der Studie, wie die Fahrradtourismuswirtschaft mit allen direkten und indirekten Akteuren gemeinsam und individuell noch leistungsfähiger werden kann, um die vorhandenen quantitativen und qualitativen Potenziale bestmöglich zu heben.

Ausgangspunkt ist die Erkenntnis, dass Deutschlands gewachsene Basis aus dichtem Routennetz, vielfältigen Landschaften und engagierten Betrieben im intensiveren europäischen Wettbewerb und angesichts gestiegener Gästeansprüche nicht mehr allein trägt. Das Zukunftsbild beschreibt daher den Übergang vom infrastrukturgetriebenen Aufbau hin zu einer zukunftsorientierten, leistungsfähigen, vernetzten und ganzheitlichen Entwicklung entlang von drei Ansprüchen: Erstens bietet der Fahrradtourismus entlang der gesamten Customer Journey ein einfach zugängliches, verlässliches und attraktives Erlebnis, das Nachfrage aktiviert und Gäste bindet. Zweitens wird er als Daueraufgabe mit klaren Verantwortlichkeiten, messbaren Zielen und verlässlichen Ressourcen organisiert. Drittens übersetzt der Fahrradtourismus die vorhandenen Voraussetzungen konsequenter in marktfähige Produkte und regionale Wertschöpfung für Betriebe und Kommunen.

Um diesen Anspruch greifbar zu machen, setzt das Zukunftsbild die strategische Zielmarke, die wirtschaftliche Wirkung des Fahrradtourismus bis 2038 nominal um rund 50 Prozent zu steigern – was beim Bruttoumsatz vor Ort einem Anstieg von rund 18,1 auf gut 27 Milliarden Euro und bei der Wertschöpfung von knapp 8,4 auf rund 12,6 Milliarden Euro entspricht. Dies übersetzt das belegte Nachfragepotenzial in den Anteil, der sich durch bessere Produkte, Services und Vermarktung realistisch erschließen lässt. Innerhalb eines von konservativ bis ambitioniert reichenden Entwicklungskorridors folgt die Zielmarke bewusst dem mittleren Pfad: Sie macht den Fahrradtourismus nicht davon abhängig, dass das allgemeine Radverkehrsaufkommen in Deutschland das Niveau von Vorreiterländern wie den Niederlanden oder Dänemark erreicht, sondern beschreibt das Potenzial, das die Fahrradtourismuswirtschaft aus eigener Kraft heben kann.

Zielmarke für die nächste Entwicklungsstufe



Zeitlich folgt dieser Entwicklungskorridor bis 2038 keinem linearen Trend, sondern einer phasenversetzten Entwicklungsdynamik. Dem liegt zugrunde, dass sich Destinationen im Bundesgebiet je nach Ausgangslage, Struktur und Reifegrad unterschiedlich schnell entwickeln: Während Vorreiterregionen Maßnahmen rasch in Wirkung übersetzen, benötigen andere Räume längere Vorlaufzeiten für den Struktur- und Angebotsaufbau. Entsprechend fällt der Zuwachs zunächst moderat aus, gewinnt dann mit wachsender Umsetzungserfahrung und Breitenwirkung deutlich an Kraft und flacht zum Ende des Betrachtungszeitraums wieder ab. Über das im Bericht empfohlene Monitoring- und Feedbacksystem lässt sich die Entwicklung überprüfen und von den zuständigen Akteuren nachsteuern.

Impressum

Herausgeber:
Deutscher Tourismusverband e.V.
Markgrafenstraße 15
10969 Berlin
E-Mail:
kontakt@deutschertourismusverband.de
Internet:
www.deutschertourismusverband.de
Ansprechpartnerin: Iris Hegemann
Leiterin Kooperationen und Fachthemen
Telefon: 030 85 62 15-112
E-Mail:
hegemann@deutschertourismusverband.de

Gefördert durch:
Bundesministerium für Verkehr
Invalidenstraße 44
10115 Berlin
E-Mail: poststelle@bmv.bund.de
Internet: www.bmv.de

Bearbeitung:
absolutGPS
c/o geoSports-Tec GmbH
Christianstraße 1
04105 Leipzig
Telefon: 0341 39 28 11 07
E-Mail: mail@absolut-gps.com
Internet: www.absolut-gps.com

dwif-Consulting GmbH
Büro Berlin
Marienstraße 19/20
10117 Berlin
Telefon: 030 757 94 90
E-Mail: info-berlin@dwif.de

Büro München
Sonnenstraße 27
80331 München
Telefon: 089 23 70 28 90
Internet: www.dwif.de

Autorinnen und Autoren: Tilman Sobek, Maike Berndt, Karsten Heinsohn, Veronika Kraus, Anne Uhlig
Redaktionsschluss: 10/2026
Grafik: Mauricio Vivas, Frieda Bohn (absolutGPS)
Lektorat: Helga Peterz, Text-Kultur

Gefördert durch:

Bundesministerium für Verkehr

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Das diesem Bericht zugrunde liegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Verkehr (BMV) unter dem Förderkennzeichen VBRND2398 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt beim Deutschen Tourismusverband e.V.

Aktuelle Informationen sowie der komplette Bericht, Infopaket und die Methodischen Erläuterungen werden unter *www.deutschertourismusverband.de* veröffentlicht.