

Projektsteckbrief

Marketingkonzeption für die „Aller-Radwanderwege“ (2005)

Tourismus
Freiraumentwicklung
Stadt- und Regionalentwicklung

Auftraggeber: Gemeinde Dörverden, Niedersachsen

Der Kooperationsraum Aller Leine Tal verfügt mit dem Aller-Radweg, der Aller-Nebenstrecke und den örtlich begrenzten Regionalschleifen über ein gut ausgebautes Radwanderwegenetz. Mit den Zielsetzungen eine regionale Arbeitsstruktur aufzubauen, die Angebotsgestaltung zu überarbeiten, ein Qualitätsmanagement zu etablieren und den Bekanntheitsgrad des Produktes zu erhöhen wurde von Böregio eine Marketingkonzeption erarbeitet und umgesetzt.



Um den Bekanntheitsgrad des Produktes „Aller-Radweg“ zu erhöhen, hat Böregio fünf **Kommunikationsbausteine** entwickelt:

1. Als Printmedien entstanden in Zusammenarbeit mit dem Grafikbüro Designgruppe Braunschweig eine Imagebroschüre, ein ständig aktualisierbarer Beileger mit Informationen über fahrradfreundliche Unterkünfte und Serviceeinrichtungen.
2. Ein Internetauftritt (siehe www.radeln-aller-leine-tal.de).
3. Die Erarbeitung einer Messepräsens.
4. Die Aufnahme des „Aller-Radweges“ in den Angebotskatalog des ADFC „Deutschland per Rad entdecken“.
5. Die Etablierung des „Aller-Radtages“. Dieses inzwischen einmal jährlich stattfindende Event hat einen großen Beitrag zum Binnenmarketing geleistet und dem Produkt eine überregionale Aufmerksamkeit verschafft.



Gleichzeitig erfolgte die **radtouristische Angebotsgestaltung**. Dazu gehörten die Profilierung des Produktes mit einheitlichem Logo und die Verbesserung der Infrastruktur. Eine Angebotsweiterung wurde durch die Entwicklung verschiedener Routen mit thematischem Bezug zur Region und zum Fluss Aller geschaffen (z.B. Aller-Schleusen und Aller-Welt). Besondere Sorgfalt wurde auch auf die Verbesserung der Ausschilderung im Hinblick auf Einheitlichkeit und Durchgängigkeit gelegt.

Um eine kontinuierliche **Qualitätssicherung** des Produktes auch nach Beendigung der Beratertätigkeit durch Böregio zu erreichen, wurden Vorschläge für ein Qualitätsmanagement erarbeitet. Dazu gehören regelmäßige Anbieter- und Radlerbefragungen, die Einrichtung eines Ideen- und Beschwerdemanagements und die regelmäßige Kontrolle des Streckennetzes. Eine erste Befragung wurde durch böregio durchgeführt.

