

Der Tourismus als Schlüssel zur Veloförderung – und umgekehrt

In vielen Ländern, auch in der Schweiz, war das touristische Potenzial ein Antrieb – wenn auch nicht der einzige – für den Ausbau der Velowegnetze. Heute entspricht das Velo einer wachsenden Nachfrage nach langsamem, nachhaltigem Tourismus, der stärker auf Begegnungen setzt als auf möglichst viele Sehenswürdigkeiten in möglichst kurzer Zeit.

PAUL IST* eben aus Georgien und Armenien zurückgekehrt. Der junge Mann, dem wir zufällig in einem Schweizer Zug begegnet sind, ist dort drei Wochen lang mit einem Freund Velo gefahren. «Ich habe schon viele Veloreisen gemacht», sagt er. «Ich erhalte einen anderen Zugang zu Menschen und Ländern, als wenn ich mit anderen Verkehrsmitteln reise.» In Tiflis stützte er sich auf die in der Bikepacking-Szene bekannten Netzwerke wie Warmshowers, über die sich ein Dach für die Nacht findet – aber auch herausfinden lässt, wo die nächste Velowerkstatt liegt. Für ihn dient das Velo nicht nur der Fortbewegung in seiner Stadt Bern, sondern auch dazu, die Welt wirklich zu entdecken.

Diesen Trend beobachtet auch Thomas Fries, Spezialist für Velotourismus und nachhaltige Tourismusentwicklung. «Das Reisen mit dem Velo ist – neben dem Wandern – eine der nachhaltigsten Arten des langsamen, achtsamen Reisens», sagt er. Und nennt ein Beispiel: Auf der Strecke des Alpe-Adria-Radwegs zwischen Österreich und Italien, auf einer stillgelegten Bahnlinie, «sind kleine Bistros entstanden oder Bäckereien, in denen man mit der Bevölkerung in Kontakt kommt – und das sind sehr herzliche Begegnungen. Da kommt für mich das zum Tragen, was im Tourismus das wirklich Interessante ist: die Begegnung mit der Kultur, mit den Einheimischen, weil ich ja reise, um etwas kennenzulernen.»

Doch das Velo ist nicht nur ein Mittel, um die Landschaft zu sehen. Es ist auch ein Wirtschaftsfaktor, der

in der Schweiz bereits in den 1980er-Jahren erkannt wurde (siehe Interview mit Lukas Stadtherr, S. 10). Thomas Fries sieht darin einen Kreislauf: «Das Velo ist Innovationstreiber für den Tourismus und die lokale Infrastruktur.»

Mallorca, das er als ehemaliger Rennvelo-Guide gut kennt, ist das Musterbeispiel: «Auf der Insel hat man die Strasseninfrastruktur, die *Caminos*, die kleinen Wege, deutlich verbessert, weil man gesehen hat: Es kommen viele Velofahrende, sie sind ein Wirtschaftsfaktor.»

Hotellerie, Vermietung, technischer Service – alles hat sich angepasst. Rentabilität allein genügt jedoch nicht: «Dort, wo es achtsam und umsichtig gemacht wird und wo nicht nur der schnelle wirtschaftliche Ertrag zählt, kann ein echter Mehrwert entstehen – für Gäste wie für die Bevölkerung.»

Auch in der Schweiz

Auch Schweiz Tourismus hat das Potenzial des Velos sehr früh erkannt, um die Schweiz auf internationalen Märkten zu positionieren. «Wir erreichen ein grosses Publikum, wenn wir die Attraktivität der Schweiz als Radreiseziel zeigen», erklärt Schweiz-Tourismus-Sprecher François Germanier. Der Ansatz entspricht der hausinternen Philosophie namens *Travel Better* (*besser reisen*), bei der sich eines von fünf Handlungsfeldern dem ganzjährigen Tourismus widmet. Konkret geschieht dies insbesondere durch Kampagnen mit den Destinationen – wie letztes Jahr Jura & Trois-



In der Region Lugano bietet die 22,3 km lange «Monte Bar Bike»-Strecke spektakuläre Ausblicke.

Lacs – und durch das Beherbergungsetikett Swiss Bike Hotels, das 96 Betriebe umfasst.

Die wirtschaftliche Bedeutung des Sektors lässt sich nur ungenau beziffern. Für die Schweiz schätzte das Bundesamt für Strassen 2021, dass einheimische und ausländische Velotouristinnen und -touristen einen jährlichen Umsatz von rund drei Milliarden Franken generieren; etwa 115 000 ausländische Gäste kommen jedes Jahr für eine Velotour ins Land. «Im Tourismus liegt noch immer zu oft der Fokus auf den Logiernächten als Kennzahl zur Erfolgsbemessung im Sinne unmittelbarer ökonomischer Wertschöpfung», kritisiert Thomas Fries. «Das ist kurzsichtig, denn es betrachtet nicht, dass auch alle, die im Zelt oder auf dem Campingplatz übernachten, zur Entwicklung des Slow Tourism beitragen.»

Strategischer Velotourismus

Auf europäischer Ebene gilt der Velotourismus seit März 2026 neu als «strategischer europäischer Sektor». Über die Einnahmen hinaus holt er Regionen aus dem Schattendasein, in das sie eine ungünstige geografische Lage bisweilen gedrängt hat. So auch in der Schweiz: «Das Velo ist ein gutes Instrument, um weniger besuchte Regionen bekannt zu machen», betont François Germanier.

Wird das Velo die Ski ersetzen? Die Frage ist selbstverständlich übertrieben. Aber die Regionen der mittleren Höhenlagen, die Jahr für Jahr weniger Schnee bekommen,

haben das Potenzial des Velos entdeckt. Die freiburgische Station Moléson hat zum Beispiel drei neue Trailstrecken eröffnet, während eine Sesselbahn zum Transport von Mountainbikes eingerichtet wurde. «Das Velo ermöglicht es, die Herbstsaison zu verlängern», fasst François Germanier zusammen. «Dies verteilt die Aktivität besser übers ganze Jahr.»

Das Entwicklungspotenzial des Velotourismus bleibt beträchtlich, und das Mountainbike ist nicht mehr der einzige Motor. Das E-Bike mache Strecken zugänglich, die bislang den Geübtesten vorbehalten waren, sagt François Germanier, der auch die Familien dazuzählt. Und Thomas Fries hält fest: «Das ermöglicht Mobilität auch für eine Gruppe, die das vorher gar nicht so im Blick hatte.» Der Sprecher von Schweiz Tourismus sieht zudem Gravel im Aufwind. Ihm ist es zu verdanken, dass auch Strecken den Flüssen entlang, von Basel bis ins Tessin, wachsenden Zuspruch finden. oo

Von Land zu Land anders

In mehreren Ländern – der Schweiz, Deutschland, Österreich, Frankreich – hat der Tourismus zur politischen Anerkennung von Investitionen ins Velo beigetragen. «In Deutschland und Österreich spielten die grossen touristischen Routen entlang der Elbe und der Donau lange eine zentrale Rolle bei der politischen Unterstützung des Radverkehrs», erklärt die Stadtplanerin Elke Schimmel. «Erst in den letzten Jahren ist der Alltagsradverkehr stärker in den Vordergrund gerückt.» Frankreich hat einen vergleichbaren Weg genommen, von der Loire à Vélo bis zur ViaRhôna, bevor die Pläne für den Veloverkehr ab 2018 den Alltagsverkehr in den Vordergrund rückten.

In den Niederlanden und in Dänemark erfolgte die politische Anerkennung dagegen früher und über die Alltagsmobilität: Das Velo ist dort in erster Linie ein Verkehrsmittel, und die touristischen Routen ergänzen ein Netz, das täglich genutzt wird. Die Unterscheidung ist im Übrigen selten juristischer Natur. Weder in Österreich noch in den Niederlanden differenziert das Recht nach dem Zweck einer Fahrt. Es ist vielmehr die Planung, die zwischen Alltagsvelo und Freizeitnetz trennt.

Und, daran erinnert Thomas Fries, viele Strassen wurden im 19. Jahrhundert ursprünglich für das Velo gebaut, bevor dieses nach dem Zweiten Weltkrieg vom Auto verdrängt wurde.

* Pseudonym. Name der Redaktion bekannt.

«Wir sind gleichzeitig Vorreiter und Nachzügler»

Wie hat der Tourismus die Entwicklung des Veloverkehrs in der Schweiz vorangetrieben? Lukas Stadtherr, Leiter des Bereichs Partnerschaften bei SchweizMobil, erklärt.

Vom Projekt «Solothurner Radwanderwege», lanciert im Jahr 1986, bis zum heutigen SchweizMobil-Netz scheint das Ziel der touristischen Entwicklung eine Schlüsselrolle bei der Förderung des Veloverkehrs in der Schweiz gespielt zu haben.

Ist diese Einschätzung richtig?

Man kann die Entwicklung nicht auf ein einziges Ziel reduzieren. Zudem war auch das Nutzen von Skalierungschancen wichtig: Was für einen Kanton und eine Mobilitätsform funktioniert hat, wurde anschliessend 1998 mit «Veloland Schweiz» auf die gesamte Schweiz übertragen, woraus 2008 zusammen mit anderen Mobilitätsformen wie Wandern und Mountainbiken das Angebot von SchweizMobil hervorging.

Hat sich die ursprüngliche Vision verwirklicht?

Die interaktive Karte von SchweizMobil, auf der alle Mobilitätsformen dargestellt sind (zu Fuss, mit dem Velo, mit dem Mountainbike, auf Inlineskates und im Kanu, Anm. d. Red.), zeigt, dass das gesamte Land äusserst gut erschlossen ist. Allerdings sind nicht alle Mobilitätsformen überall gleich stark ausgeprägt – in manchen Regionen gibt es zum Beispiel mehr Mountainbike-Angebote als in anderen.

Wo steht die Schweiz im Vergleich zu ihren europäischen Nachbarn?

Was die Koordination zwischen den verschiedenen Akteuren und die Fähigkeit betrifft, verschiedene Mobilitätsformen in einer einzigen Strategie zu vereinen, sind wir die Spitzenreiter. Das bestätigen uns viele andere Länder, einschliesslich derjenigen, in denen das Velo stark verbreitet ist, wie die Niederlande oder Dänemark.

Was die Infrastruktur angeht, sind andere Länder hingegen oft weiter. In der Schweiz neigt man dazu, klein-

räumig zu denken und auf Opportunitäten zu reagieren, im Ausland wird hingegen – auch im Bereich Velofreizeit – vielerorts strategischer vorgegangen, mit einer klaren Idee von A nach B und entsprechenden Investitionsplänen. Dass wir hier in der Schweiz nicht mutiger sind, ist bedauerlich.

Gibt es eine Konkurrenz zwischen den Velowegen für den Alltag und denen für die Freizeit, wie sie im Veloweggesetz unterschieden werden?

In der Vergangenheit wurde allzu oft in Silos gedacht: Veloalltag auf der einen Seite, Freizeitnetz auf der anderen. Doch die Koordination funktioniert nun immer besser, und die Kantone werden sich zunehmend bewusst, dass beide Netzarten geplant und aufeinander abgestimmt werden müssen. Wenn eine Route vom «Veloland» in eine Stadt führt, macht es zum Beispiel keinen Sinn, neben einer existierenden Velobahn eine zweite Achse für Velofreizeit festzulegen. Synergien können und sollen genutzt werden. Zudem ist Velofreizeit nicht mit Tourismus gleichzusetzen: Man unternimmt zum Beispiel auch nach der Arbeit Velotouren! Und jede Veloroute muss an Bahnhöfe angebunden sein, das ist unerlässlich.

Welche Entwicklungen beobachten Sie?

Auch im Mittelland nehmen Mountainbike-Strategien nun konkrete Formen an. Das Gravelbiken gewinnt ebenfalls an Bedeutung, und das E-Bike erweitert den Kreis der Nutzenden: Immer mehr Menschen trauen sich, Velo zu fahren. Aber das bedeutet nicht, dass man Steigungen in die Routen einbauen muss! Einige davon sind als E-Velo-Strecken ausgewiesen, beispielsweise die Herzroute von Lausanne nach Romanshorn. Aber auch völlig flache Strecken profitieren von der starken Verbreitung des E-Bikes.

Welche Leistungen müssen angeboten werden, um mehr Velotouristinnen und -touristen anzulocken?

SchweizMobil ist ein Gesamtsystem mit allen notwendigen Dienstleistungen wie dem öffentlichen Verkehr und Unterkünften, um eine Route zu nutzen und den Zugang dazu zu erleichtern, indem wir mit 1200 Beherbergungsbetrieben zusammenarbeiten. Aber es fehlen uns noch einige Dinge: So wäre es spannend, wenn es eine landesweite Datengrundlage zu Ladestationen für E-Bikes gäbe und wir diese kommunikativ nutzen könnten.

Wie sehen Sie die Zukunft des Veloverkehrs in der Schweiz und die von SchweizMobil?

Es gibt Gründe, weiterhin ehrgeizig zu bleiben. Vor allem bräuchte es den politischen Willen und auch den Mut, gross statt klein zu denken und auf Qualität zu setzen – nicht nur in Konzepten und Plänen, sondern auch bei der Umsetzung. oo



Zunehmende Nutzung der Velowege

Die für Feriengäste konzipierten Velorouten werden zunehmend auch für den Alltag genutzt. Eine statistische Bilanz des Velotourismus und Beispiele für innovative Projekte in der Schweiz und in Europa.

IN DER SCHWEIZ ist Velofahren die drittbetiebteste sportliche Aktivität in den Ferien, hinter Skifahren und Wandern. Schweiz Tourismus schätzt, dass 14,5 Prozent der Freizeit-Übernachtungsaufenthalte – jeder siebte – mindestens eine Form des Velofahrens beinhalten. Neben den traditionellen Routen in den Bergen und für Mountainbikes sind neue, spezielle Angebote entstanden, insbesondere entlang von Flüssen. Der Kanton Freiburg, der mittlerweile über 730 Kilometer markierte Freizeitradwege und 350 Kilometer markierte Mountainbikerouten sowie eine Bike-Friendly-Infrastruktur verfügt, ist ebenfalls sehr aktiv.

Auf kontinentaler Ebene verzeichnete das 1997 gegründete EuroVelo-Netzwerk im Jahr 2025 108 Millionen Nutzer:innen, was einem Anstieg von 4 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Über einen Zeitraum von sechs Jahren beträgt das Wachstum 14,7 Prozent. Das Wachstum erstreckt sich über alle Jahreszeiten, mit einem Höhepunkt im Frühling, und ist unter der Woche (+4,8 Prozent zwischen 2024 und 2025) stärker als am Wochenende (+1,5 Prozent), wie Agathe Daudibon, Direktorin von EuroVelo und Cycling Tourism, an der letzten Velo-city-Konferenz erklärte. Ein und derselbe Kilometer Veloweg wird von beiden Zielgruppen genutzt. Tatsächlich wohnen 31 % der Europäer:innen weniger als fünf Kilometer von einer der 17 EuroVelo-Routen entfernt. Das Netz umfasst heute insgesamt 91812 Kilometer in 39 Ländern.

Touristen oder Pendler? Beides!

Die ViaRhôna (EuroVelo 17) veranschaulicht die aktuellen Trends sehr gut. Die Route verzeichnete im Jahr 2025 3,8 Millionen Nutzer:innen. Das sind 28,7 Prozent mehr als im Jahr 2019. Doch die Zahlen variieren je nach Standort des Zählers: In Lyon finden 80 Prozent der Durchfahrten unter der Woche statt; in Prangins (VD) konzentrieren sich 34 % auf das



Ein Velofahrer in der Extremadura im Südwesten Spaniens.

Wochenende. Ausserdem hat die Route laut Zahlen aus dem Jahr 2022 dank der Velotouristen wirtschaftliche Effekte in Höhe von 35 Millionen Euro generiert.

Was die Ausgaben angeht, so variieren diese je nach Art der Nutzung stark. Die jährliche Analyse des deutschen Fahrradclubs ADFC beziffert die Kosten für eine Veloreise mit einer bis zwei Übernachtungen auf 130 Euro pro Tag, ab drei Übernachtungen auf 117 Euro und für einen Tagesausflügler auf 32 Euro. In Niedersachsen generiert das Velofahren einen Bruttoumsatz von 3,5 Milliarden Euro, davon entfallen 1,5 Milliarden Euro auf die Nettowertschöpfung.

Dennoch gilt: «Die Infrastruktur schafft Routen, die Gemeinden schaffen Ziele», wie Alberica Di Carpegna vom italienischen Verband FIAB ebenfalls an der Velo-City feststellte. Die Organisation liess mehr als 18000 Kilometer Routen vor Ort überprüfen, die zusammen mit 150 nationalen und europäischen Routen auf einer einzigen Plattform, bicitalia.it, zusammen-

gefasst sind. Eine Gemeinschaft von rund 20 000 Menschen hält das Netzwerk am Leben, indem sie das ganze Jahr über Anlässe organisiert.

Bleibt das Wesentliche: die Dienstleistungen. Die vom ECF befragten Reiseveranstalter nennen die Unterkunft als grösstes Hindernis (54% in Europa). Die Folge: Veloreisen werden seltener als fertiges Angebot gebucht – 91% der deutschen Velotourist:innen organisieren ihre Reise selbst. In Europa gibt es über 30 «Velofreundliche Unterkünfte»-Labels mit insgesamt 25 500 zertifizierten Betrieben in 22 Ländern. In Rumänien dient mangels alpiner Landschaften oft eine tragische Vergangenheit als roter Faden für die neuen Routen: Die wichtigste touristische Ressource war dort nicht die Landschaft, sondern der Mensch. Eine erfolgreiche Route ist also in jedem Fall weit mehr als nur GPS-Koordinaten. oo

Mehr dazu:

<https://pro.eurovelo.com/news>