



LEITFADEN INNOVATIVE PRODUKTENTWICKLUNG RAD

GEFÖRDERT DURCH:



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



LIEBE RADFREUNDLICHE BETRIEBE, TOURISTIKERINNEN UND TOURISTIKER!

Mit diesem sehr kompakten Leitfaden möchten wir Sie unterstützen und inspirieren, den Weg der Produktentwicklung (weiter)zugehen. Ein touristisches Rad-Produkt wird immer im Netzwerk aus Leistungspartnern, touristischen Organisationen und Kommunen (weiter)entwickelt.

Der radfreundliche Betrieb ist dabei ein ganz wesentlicher Bestandteil des Rad-Produkts. Dies soll im folgenden Leitfaden im Vordergrund stehen. Wir weisen aber immer auf das so wichtige Zusammenspiel zwischen Betrieben und touristischen sowie kommunalen Organisationen hin.

Wir freuen uns auf viele erfolgreiche Rad-Produkte, die zeigen werden, dass NRW zum Thema Rad stets in Bewegung bleibt.

Gemeinsam erfolgreich!

Ihr NRW-Team

TRENDS NUTZEN

Mehr als in anderen Branchen geht es gerade im Tourismus stets um Innovationen. Darunter versteht man neue Produkte, neue Produkt-Kombinationen, neue Dienstleistungen und Verfahren oder auch organisatorische Neuheiten. Es geht darum, Aufmerksamkeit zu erzeugen. Und das schaffen Sie, indem Sie von Standardlösungen abweichen. Zudem haben Innovationen das Zeug dazu, erfolgreich am Markt zu sein, und sie regen zur Nachahmung an.

Bei Innovationen geht es also darum, anders zu sein als die anderen. Wichtig dafür ist es zum einen, die Ausgangslage gut zu kennen, zum anderen aber auch, die Trends im Blick zu behalten. Hinsichtlich der Ausgangslage analysieren Sie die aktuellen Rahmenbedingungen zum Thema Radfahren (Was gibt es bereits zum Thema Radfahren in Ihrer Region, in NRW, in Deutschland, international? Welche Marktforschungsdaten zum Thema Radfahren haben hohe Relevanz für Sie? Wer sind die wichtigsten Mitbewerber und wie können Sie sich von diesen unterscheiden? Was macht Sie als Betrieb besonders? Wo liegen Ihre Angebotsstärken im Vergleich zu den Wettbewerbern?).

Betrachten wir die Ausgangslage, stellen wir fest, dass sich Nordrhein-Westfalen besonders für Rad-Produkte eignet. Denn das Münsterland, das Ruhrgebiet und die Eifel finden sich unter den Top 10 der beliebtesten Radregionen Deutschlands (Quelle: ADFC Radreiseanalyse).

Für die Entwicklung innovativer Produkte zum Thema Rad ist es immer unerlässlich, die wichtigsten Trends genau zu kennen. Überlegen Sie sich, wie Sie die Trends für Ihren Betrieb und Ihr Produkt nutzen können. Wir haben aus allen Megatrends die für Sie und die Entwicklung Ihrer Rad-Produkte wichtigsten vier Megatrends gefiltert und auf den Punkt gebracht:

VIER MEGATRENDS

... DIE DAS REISETHEMA
„RADFAHREN“ BEEINFLUSSEN
UND AUSWIRKUNGEN AUF
DIE PRODUKTENTWICKLUNG
HABEN



GESUNDHEIT ist einer der wichtigsten Faktoren der Lebensqualität. Die Rückbesinnung auf den Körper und auf die Gesundheit als Gesamtsystem nimmt zu. Die Natur als Kraftquelle hilft Radfahrern dabei, zurück zu sich selbst zu finden. Dabei bringt Radfahren neue Lebensenergie und unterstützt dabei, dem Alltagstrott zu entkommen.

Der Faktor **INDIVIDUALISIERUNG** wird immer wichtiger. Radfahrer wollen, dass das „Rundherum“ stimmt und auf ihre individuellen Bedürfnisse eingegangen wird. Wie alle Gäste wünschen sie sich aufmerksame Gastgeber, die Verständnis für ihre liebste Freizeitbeschäftigung haben. Das Fahrrad ist für sie ein wertvolles Freizeitgerät, deshalb sollten Sie als Gastgeber unbedingt darauf Bezug nehmen.

Mit der **KONNEKTIVITÄT** setzt sich die Digitalisierung auch im Bereich der Freizeitaktivitäten durch. Hier ist zu beobachten, dass digitale Routenplaner und zusätzliche digitale Info-Services rasant zunehmen. Stellen Sie sich mit Ihrem Betrieb darauf ein und überlegen Sie, welche Services hier für Ihre Gäste interessant sein können.

Der Faktor **REGIONALITÄT** ermöglicht Ihnen die bestmögliche Unterscheidung von Ihren Mitbewerbern, denn Gäste schätzen die Besonderheit der Region, regionale Produkte und authentische Gastgeber.

01 GESUNDHEIT

Lebensenergie,
Detoxing,
Sportivity,
Kraftquelle Natur,
Regrounding

02 INDIVIDUALISIERUNG

Service-Ökonomie,
Erlebnis und Inspiration

03 KONNEKTIVITÄT

Real Digital, Apps,
Self Tracking

01 REGIONALITÄT/ NEO ÖKOLOGIE

Real Digital, Apps,
Self Tracking

Doch auch sämtliche Theorie ersetzt keine erfolgreiche Praxis. Deshalb holen Sie sich Impulse und lassen sich inspirieren von erfolgreichen Raddestinationen und -betrieben. Gehen Sie stets mit der Zeit und behalten Sie die Trends im Auge, recherchieren Sie hierfür im Internet und besuchen Sie Schulungen zum Thema mit externen Experten.

ZIELGRUPPEN IM FOKUS HABEN

Ein Blick auf die Zielgruppe zeigt uns, dass es unterschiedliche Radfahr-Typen gibt, die Sie mit Ihrem Betrieb ansprechen können. Holen Sie sich zum Thema Zielgruppen auch entsprechende Informationen zum Beispiel bei Ihrer touristischen Organisation ein. Um herauszufinden, ob Sie Rennrad-Freundesgruppen oder -Vereine, Mountainbiker, Best-Ager-Genussfahrer oder Familien mit Kindern, die Etappentouren fahren, ansprechen wollen, betrachten Sie Ihre Zielgruppe genau. Hierzu hilft es, Ihren typischen Radfahrer-Gast nach der Persona-Methode zu definieren.

Mithilfe der Persona-Methode können Sie Ihre Zielgruppen systematisch und einfach bestimmen. Beantworten Sie folgende Fragen und Sie können Ihrer Zielgruppe auf den Grund gehen und für sich Klarheit für die Entwicklung von Produkten und Packages gewinnen:

PERSONA-METHODE ZIELGRUPPE RADFAHRER

Je besser Sie Ihre Zielgruppe kennen, desto effektiver können Sie Ihre Produkte und Angebote auf deren Bedürfnisse zuschneiden. Für die Entwicklung Ihrer Persona beantworten Sie sich folgende Fragen:

Die Persona stellt einen Prototypen für eine Gruppe von Nutzern dar mit konkret ausgeprägten Eigenschaften und einem konkreten Nutzungsverhalten.

Personas bieten einen echten Mehrwert, denn sie veranschaulichen typische Vertreter Ihrer Zielgruppe und verdeutlichen deren Ansprüche, Wünsche und Bedürfnisse.

Was für ein Rad fährt er (Mountainbike/Rennrad/Trekkingrad ...)?	
Woher kommt der Gast?	
Wie alt ist er?	
Mit wem reist er an?	
Wie reist er an?	
Wo übernachtet er?	
Wie lange bleibt er?	
Welche Art von Touren macht er vor Ort?	
Wie plant er die Touren?	
Bringt er das Rad selbst mit oder mietet er vor Ort?	



Wenn Sie also Ihre Zielgruppe genau kennen und die Trends im Auge behalten, steht Ihrer innovativen Produktentwicklung für erfolgreiche Rad-Produkte nichts mehr im Wege. Weitere Informationen zu den Zielgruppen in Ihrer Region erhalten Sie bei Ihrer regionalen Tourismusorganisation und auf www.touristiker-nrw.de



Wie könnte sein Tagesablauf aussehen?	
Was isst er?	
Was macht er, wenn er gerade einmal nicht auf dem Rad sitzt?	
Welche Hotspots sieht er sich an?	
Was macht er, wenn er sich verfährt ?	
Was ist ihm wirklich wichtig ...	
• ... bevor er anreist?	
• ... während seiner Tour?	
• ... in seiner Unterkunft ?	
Was macht er, wenn es regnet ?	

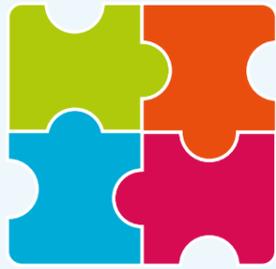
PRODUKT-BESTANDTEILE KOMMUNIZIEREN



Für die Entwicklung von innovativen Rad-Produkten müssen Sie als Betrieb und Ihre regionale touristische Organisation perfekt zusammenspielen. Denn ein erfolgreiches Rad-Produkt ist immer ein Leistungsbündel und besteht aus mehreren Produktbestandteilen der Dienstleistungskette, es umfasst auch die Infrastruktur zum Thema Rad.

Deshalb betrachten Sie die vier Bausteine eines erfolgreichen Rad-Produkts und überlegen Sie sich, welchen Produktbestandteil Sie als Betrieb beeinflussen und gestalten können und wo Sie auf Service- und Infrastrukturleistungen Ihrer touristischen Organisation zurückgreifen.

Erheben Sie bei jeder Produktentwicklung oder Weiterentwicklung bestehender Produkte im Zusammenspiel mit Ihrer touristischen Organisation zuerst den Status Quo pro Produktbestandteil und sammeln anschließend Ideen und Ansätze zur (Weiter-) Entwicklung Ihres Rad-Produkts.



DIE VIER PRODUKTBESTANDTEILE

01 GUT BESCHILDERTE, ATTRAKTIVE WEGE

Eine durchgängige und einheitliche Beschilderung sowie ein guter Zustand des Oberflächenbelags sind wesentliche Qualitätsmerkmale von Radwegen. Auf Basis eines Kriterienkatalogs des Allgemeinen Deutschen Fahrradclubs können Radfernwege hinsichtlich ihrer Qualität geprüft und zertifiziert werden. Erfüllen sie diese Kriterien, werden sie als „ADFC-Qualitätsroute“ ausgezeichnet und Sie können das Prädikat zu Vermarktungszwecken einsetzen. Für Mountainbike-Strecken bietet die „Deutsche Initiative Mountainbike“ die Möglichkeit der Zertifizierung an.

02 RADFREUNDLICHE BETRIEBE IN EINER RADFREUNDLICHEN REGION

Aber nicht nur die Qualität der Radwege ist für Gäste entscheidend, sondern auch die Qualität der Beherbergungsbetriebe. Auch hierfür gibt es, ebenfalls vom Allgemeinen Deutschen Fahrradclub, die Möglichkeit der Zertifizierung; dies kann ein wesentlicher Erfolgsfaktor sein.

Abgesehen davon müssen sich aber auch Orte und Regionen gut auf Radfahrer einstellen. Hier sind entsprechende Rad-Infos in der Touristen-Information zu nennen, aber auch Sportgeschäfte mit Rad-Angeboten inklusive Verleih und Reparatur, radfreundliche Gastronomiebetriebe mit ganztägig warmen Speisen, Shuttleservice und Gepäcktransporte sowie Trinkwasser und Waschgelegenheiten an Rad-Routen, aber natürlich auch sichere Abstellmöglichkeiten für die Fahrräder. Sollten Sie Ihren Fokus auf das Mountainbiking legen, achten Sie auf Bike-Schulen und Bike-Guiding-Touren.

03 ANSPRECHENDE INFOSYSTEME

Doch kein Rad-Produkt funktioniert ohne entsprechende Infosysteme. Diese sollten entlang der Routen Informationen über Routenverläufe, Karten, radfreundliche Übernachtungsmöglichkeiten und wichtige Adressen, zum Beispiel zu nahen Fahrradwerkstätten, bereitstellen. Für Ihren Betrieb denken Sie offline unbedingt an Regionsübersichtskarten, an Schautafeln mit den Routen und an Radkarten. Und für Ihren Online-Auftritt denken Sie bitte an Tourenbeschreibungen und -pläne mit Bewertungen, an ansprechende Videos und Blogs, und vergessen Sie nicht, GPS-Daten anzugeben.

04 BEGEISTERUNGSLEISTUNGEN, HIGHLIGHTS IM BEREICH VON RAD-INFRASTRUKTUR, SERVICE ODER EVENTS

Und je nach Zielgruppe müssen Region und Betrieb auch entsprechende Highlights vor Ort in Szene setzen. Begeistern Sie Ihre Gäste! Zum Beispiel mit speziell zur Region passenden Rastplätzen mit außergewöhnlicher Möblierung, mit coolen Veranstaltungen oder mit besonderen Service-Leistungen, wie vielleicht einem Rad-Butler oder digitalen Rad-Assistenten; hier schafft Kreativität Innovation.

Kreativität kann sich in übergreifenden Ideen-Workshops gut entfalten. Also trommeln Sie die richtigen Leute zum Thema Rad aus Ihrer Destination zusammen und entwickeln Sie gemeinsam mit den Touristikern und Partnern Ihrer Region innovative Rad-Produkte.



Die gut beschilderten, attraktiven Wege liegen im Verantwortungsbereich der touristischen Organisationen und Kommunen. Die Weiterentwicklung des radfahrerfreundlichen Betriebs liegt in Ihrer Hand. Seien Sie sich bewusst – Ihr Betrieb ist ein ganz wesentlicher Puzzlestein beim Rad-Produkt. Kommunizieren Sie aber immer das gesamte Rad-Produkt mit allen vorgestellten vier Bausteinen aktiv an Ihre Gäste und dies an mehreren Kontaktpunkten.

- ▶ Erzählen und inspirieren Sie rund um das Rad-Produkt bereits auf Ihrer Website und im Gäste-Mailing.
- ▶ Zeigen Sie Ihre Leidenschaft zum Thema Rad v.a. auch während des Aufenthalts des Gastes vor Ort.
- ▶ Bleiben Sie mit dem Thema Rad auch nach dem Aufenthalt noch präsent. Geben Sie dem Gast dazu News zum Thema Rad aus Ihrem Betrieb oder aus Ihrer Region und holen Sie sich dazu die Neuigkeiten von Ihrer touristischen Organisation.

Die Zertifizierung Ihres Betriebs als radfahrerfreundlicher Betrieb ist oft Voraussetzung für eine glaubhafte Positionierung des Betriebs mit den Themen „aktiv“ und „Rad“.



Das Bett+Bike-Logo steht beispielsweise für die Erfüllung dieser Kriterien. In allen Bett+Bike-Unterkünften können sich Radreisende darauf verlassen, einen Mindeststandard an fahrradfreundlichem Service vorzufinden.

Folgende Mindestanforderungen müssen vorliegen:

- ▶ Aufnahme von Rad fahrenden Gästen auch für nur eine Nacht
- ▶ abschließbarer Raum zur unentgeltlichen Aufbewahrung der Fahrräder über Nacht
- ▶ Möglichkeit zum Trocknen von Kleidung und Ausrüstung
- ▶ Angebot eines vollwertigen Frühstücks
- ▶ Informationen zum regionalen touristischen Angebot für Radurlauber
- ▶ Bereitstellung eines Fahrrad-Reparatursets mit den wichtigsten Fahrradwerkzeugen und Informationen über Lage, Öffnungszeiten und Telefonnummern der nächsten Fahrradwerkstätten für größere Reparaturen.

Bei vielen Leistungen zum Thema Radfahren können Sie vom Angebot in Ihrer Region profitieren. Die Betriebe rund um den RuhrtalRadweg können z.B. ihre Gäste aktiv auf Serviceleistungen wie den Gepäcktransfer (www.revierrad.de) oder den Fahrradverleih (www.metropolradruhr.de) hinweisen.

„Die Weiterentwicklung des radfahrerfreundlichen Betriebs liegt in Ihrer Hand, denn Ihr Betrieb ist der wesentliche Puzzlestein.“

Wie ist der Status Quo?

Welche Ideen haben wir zur innovativen (Weiter-)Entwicklung?

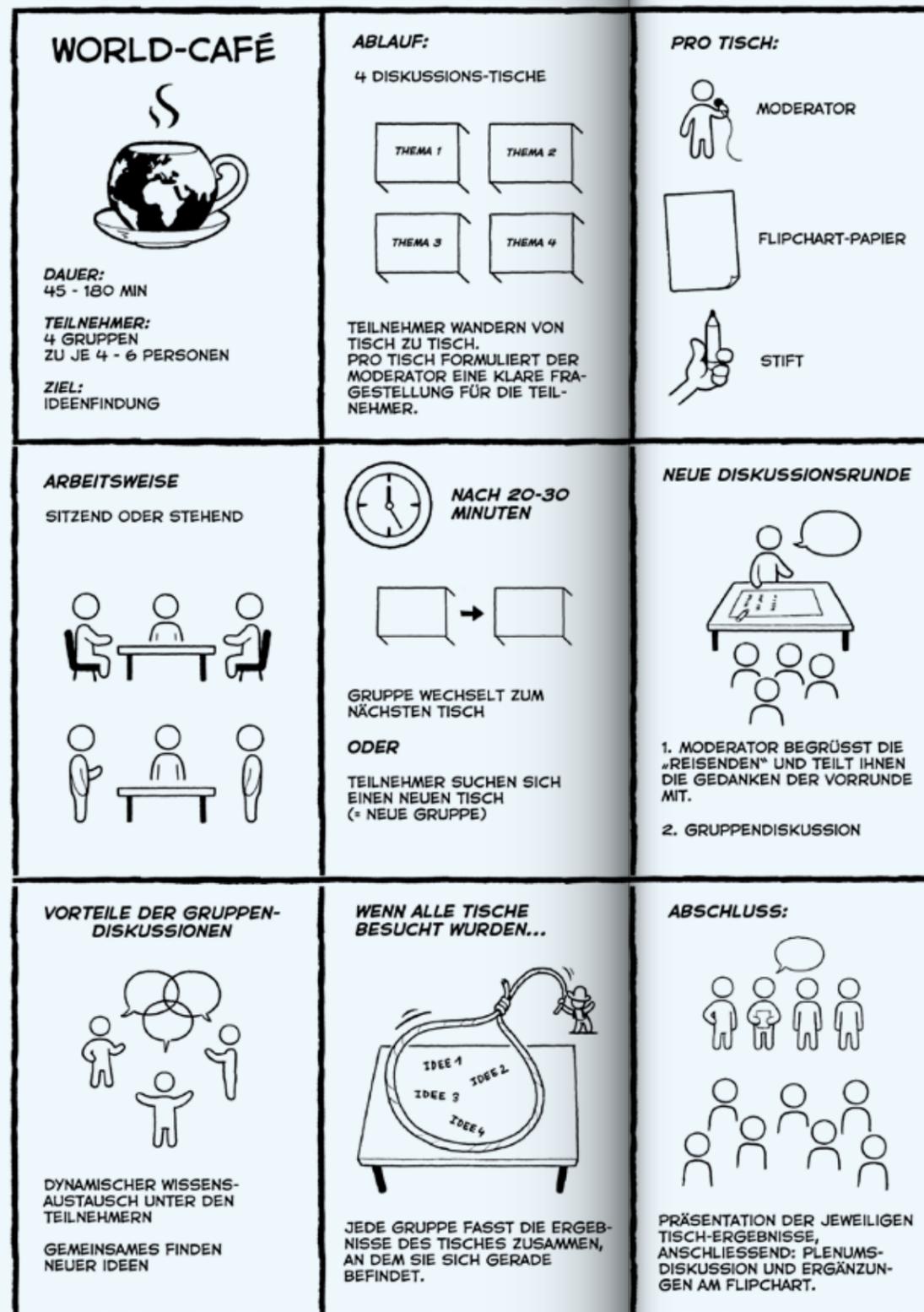
TEIL EINES NETZWERKS SEIN.

Bleiben Sie als radfreundlicher Betrieb nicht alleine, sondern bilden Sie Netzwerke und kooperieren Sie mit anderen radfreundlichen Betrieben in Ihrer Region. Lassen Sie sich bei Impuls- oder Ideenworkshops zur ständigen Weiterentwicklung des Rad-Produkts einbinden und nehmen Sie auch aktiv an den Treffen teil. Erfahrungsgemäß bekommen Sie so viele Impulse auch für Ihren eigenen Betrieb und Sie tragen dazu bei, dass sich das Rad-Produkt in Ihrer gesamten Region gut weiterentwickelt.

Wenn Sie mit Ihren Mitarbeitern oder mit weiteren Leistungspartnern oder gemeinsam mit Ihrer Region Ideen zur Weiterentwicklung des Rad-Produkts entwickeln möchten, können Sie die kreative Methode des „World-Cafés“ anwenden.

Die Teilnehmer sammeln beispielsweise an vier Tischen – ein Tisch pro Puzzlestein des Rad-Produkts – kreative Ideen für die Umsetzung. Sie werden überrascht sein, wie sich die Teilnehmer in kurzer Zeit auf das Thema einschwören und die Ideen sprudeln. Überlegen Sie dabei auch immer, was Sie davon selbst umsetzen können und wo Sie Ihre Region oder andere Partner brauchen.

Versuchen Sie es!



„WOW!“

Begeisterungsleistungen bieten – das macht den Unterschied aus!

Bieten Sie Begeisterungsleistungen in Ihrem Betrieb. Übrigens – das gilt auch für die touristische Organisation Ihrer Destination. Begeisterungsleistungen sind Leistungen, die über das Normal-Erwartete von Gästen, wie z.B. Standard-Radkarten, hinausgehen. Der Gast muss sich denken: „WOW, das ist ja besser als erwartet.“

In den Ideenworkshops im Rahmen der landesweiten touristischen Innovationswerkstatt in NRW sind mehrere Beispiele für Begeisterungsleistungen entstanden:

- ▶ Der Gastgeber oder der Mitarbeiter des Hotels, der selbst begeisterter Radfahrer ist und der mit strahlenden Augen seine Lieblingsrouten an seine Gäste vermittelt und tageweise seine Gäste, auch selbst im Sattel sitzend, begleitet.
- ▶ Der Rad-Butler, der seine Gäste auf einer geführten Tour begleitet, der die Gäste von einem Geheimtipp zum nächsten führt und spannende Geschichten zur Region erzählt und regionale Produkte zum Verkosten mit im Gepäck hat.
- ▶ Der digitale Rad-Butler, der vielleicht durch Drücken eines Knopfs am Bike Fragen beantwortet oder Hilfe organisieren kann.
- ▶ Coole, gebrandete Trinkflaschen in edlem Design, die von den Gästen auch zu Hause noch gerne verwendet werden und sie an den Aufenthalt in Ihrem Betrieb bzw. in Ihrer Region erinnern.
- ▶ Die durchdachte Rad-Servicestation bei Ihrem Betrieb mit Wasch-, Luft- und Ladestation und Reparatursets.
- ▶ Die Möglichkeit, dass sich der Gast bereits im Vorfeld der Radtour virtuell einen Eindruck verschaffen kann und so die Vorfreude auf die Tour gesteigert wird.

Fazit

Wie Sie Ihrem Rad-Produkt Flügel verleihen?

Kommunizieren Sie immer alle VIER Bausteine des Rad-Produkts und berücksichtigen Sie bei der Entwicklung der Produktbestandteile Trends und Ihre Zielgruppe. Seien Sie Teil eines Netzwerks zum Thema Rad und überzeugen Sie mit Begeisterungsleistungen, die zu Ihrem Betrieb und Ihren Gästen passen.

Sie werden sehen, so werden Ihrem Rad-Produkt Flügel verliehen!

UMSETZUNGSBEISPIELE IN RADFREUNDLICHEN BETRIEBEN



01 FOOD CYCLE & SOUL

Einzigartige und hochindividualisierte Rad-Ausflüge

Zwei Kölnerinnen entdecken mit ihren Gästen das abseitige Köln. Eine geführte Tagestour auf der eher industriell geprägten rechten Rheinseite inklusive Übernachtung ist bei ihnen genauso buchbar wie die jeweiligen Einzelbausteine: mit Guide, ohne Guide? Den ganzen Tag oder doch lieber nur den halben? Mit eigenem Rad oder auf Leihrädern?

Im Fokus der hochindividualisierten Tour liegen urbane Trends: Kulinarik, Handwerk und das industrielle Erbe der sogenannten „Schäl Sick“ Kölns. Mit Food Cycle & Soul sind die Gäste zu Besuch bei Kölns noch unentdeckten Gastgebern und kreativen Köpfen in ihren Werkstätten und Ateliers. Noch befindet sich das mit dem #urbanana-AWARD ausgezeichnete Projekt in Planung.

www.nrw-tourismus.de/a-food-cycle-and-soul-koeln

02 FERIENWOHNUNGEN GÖCKE'S HAUS UND GARTEN

Das RadelMahl: 5-Gänge-Menüs per Rad genießen

Bei Aufenthalt in den Ferienwohnungen von Göcke's Haus und Garten kann das RadelMahl gebucht werden. Das RadelMahl ist die Kombination aus sportlicher Aktivität und kulinarischem Genuss. Es wurden Radrouten entwickelt mit jeweils fünf kulinarischen Stopps in Restaurants, Cafés oder an ausgewählten schönen Picknickplätzen.

www.goeckeshausundgarten.de

03 KLOSTER BENTLAGE

Schlafen in klösterlicher Tradition mit viel Kultur und „Tweed Ride“

Im Kloster Bentlage können Kultur und Radfahren verbunden werden. Das Kloster ist ein Bett+Bike-Betrieb und bietet die Möglichkeit zum Übernachten in klösterlicher Tradition. Das Kloster Bentlage liegt direkt am EmsRadweg im Münsterland.

Im Mai 2019 fand hier die Aktion „Tweed Ride“ statt, bei der die Besucher auf historischen Rädern fahren und englisch genießen konnten. Als Tweed Ride wird eine Fahrradtour bezeichnet, bei der die Fahrräder und die stilvolle Bekleidung wichtiger sind als das schnelle Erreichen eines Ziels. Es wird gemütlich geradelt, pausiert, Landschaft, Kultur, Essen und Trinken genossen. Der Kleidungsstil orientiert sich dabei frei an der Mode Englands in den 1920er- bis 1940er-Jahren.

www.kloster-bentlage.de

04 DOLCEVITA RESORT LINDENHOF

E-Bike-Schwerpunkt mit E-Bike-Testwochen

Im DolceVita Resort Lindenhof stellt man sich total auf E-Bike-Fahrer ein. Es werden regelmäßig Testwochen inkl. Fahrtechnikkursen angeboten.

www.lindenhof.it

05 HOTEL MOHRENWIRT

Der Gastgeber ist selbst begeisterter Rennradfahrer

Das Hotel Mohrenwirt bietet zudem auch einen hauseigenen Radverleih an. Der Gastgeber Jakob Schmidlechner ist selbst begeisterter Rennradfahrer und Triathlet. Er begleitet seine Gäste einmal pro Woche auf geführten Touren in der Region.

www.mohrenwirt.at



IMPRESSUM:

HERAUSGEBER: Tourismus NRW e. V. | Vertretungsberechtigter Vorstand: Olaf Offers | Geschäftsführung: Dr. Heike Döll-König | Völklinger Str. 4 | 40219 Düsseldorf
Tel.: +49 (0) 211 91320-500 | Fax: +49 (0) 211 91320-555 | E-Mail: info@nrw-tourismus.de | www.touristiker-nrw.de | www.dein-nrw.de | Amtsgericht Düsseldorf | Vereinsregisternummer: VR 10493 | V. i. S. d. P. und Verantwortlicher gem. § 55 Abs. 2 Rundfunkstaatsvertrag: Markus Delcuve, Völklinger Str. 4, 40219 Düsseldorf | **PROJEKTPARTNER & ANSPRECHPARTNER:** Kohl & Partner GmbH | Hans-Gasser-Platz 9 | 9500 Villach, AUSTRIA | Tel.:+43 (0) 4242 21123 | Fax: 0043 (0) 4242 29553 | E-Mail: office@kohl.at | www.kohl.at | **REGISTERGERICHT:** Düsseldorf | Vereinsregisternummer: VR 10493 | **GESTALTUNG UND PRODUKTION:** Kaune, Posnik, Spohr | www.kps-kommunikation.de

BILDNACHWEISE:

Titel: Tourismus NRW e.V., Dominik Ketz; S. 2, 5 und 7: Tourismus NRW e.V., Dominik Ketz; S. 8: Kohl & Partner GmbH; S. 10: Hintergrundbild: Tourismus NRW e.V., Dominik Ketz; 1: Tourismus NRW e.V.; 2: Tourismus NRW e.V.; 3: © Kulturelle Begegnungsstätte Kloster Bentlage; 4: Lindenhof; 5: Erwin Haiden, bikeboard; S. 12: Erwin Haiden, bikeboard; Ruhr Tourismus GmbH; Cornelia Bäumer; Erwin Haiden, bikeboard