

LEITFADEN RADLERPAUSE IN NRW



Ein Nischenmarkt mit Potenzial
für ein besonderes Kundenerlebnis



HERAUSGEBER

Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen
Fachbereich 52 - Landservice, Regionalvermarktung
Nevinghoff 40
48147 Münster

KONTAKT

Telefon: 0251 2376 304
E-Mail: landservice@lwk.nrw.de
www.landwirtschaftskammer.de

Texte: Birgit Jacquemin, Lea Mußenbrock, Melanie Schlüters

Stand 09/2025

Diese Broschüre wurde erstellt im Rahmen der nordrhein-westfälischen Landesinitiative „Ausbau der Vermarktungs- und Dienstleistungskompetenzen“.

Die Broschüre wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt.
Eine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit kann jedoch nicht übernommen werden.

INHALTSVERZEICHNIS

1. RADLERPAUSE	4
2. RADLERPAUSE: EIN NISCHENMARKT mit Potenzial für ein besonderes Kundenerlebnis	5
2.1 Kundenerlebnis: Schaffung eines Freizeitangebotes	
2.2 Tourismustrend Naturnahes Reisen: vom Erlebnis zum Erfahrung	
3. STANDORT	8
3.1 Baurechtliche Vorgaben	
3.2 Platzbedarf für Fahrräder	
3.3 Sitzgruppen im Außenbereich	
3.4 Abfallbehälter und Papierkörbe	
3.5 Bodenbeschaffenheit: Festen Untergrund schaffen	
4. VERPFLEGUNGSANGEBOT	18
5. SORTIMENTSZUSAMMENSTELLUNG	20
5.1 Die Radlerpause als Impulsgeber für Mehrumsatz	
5.2 Alkoholische Getränke	
5.3 Gewerbliche Direktvermarktung	
5.4 Gastronomisches Angebot mit Kaffee und Kuchen	
6. ERFAHRUNGSBERICHT: VOM MILCHVIEHBETRIEB ZUR BELIEBTEN RADLERPAUSE	28
7. KOMMUNIKATIVE MAßNAHMEN	31
7.1 Öffentlichkeitsarbeit mit Hilfe der Bauernhofplattform landservice.de	
7.2 Öffentlichkeitsarbeit auf Social Media	
7.3 Erklärschild als Infopunkt: Radlerpause auf dem Bauernhof nutzen	
7.4 Marketingideen für Radlerpausen auf dem Hof	

1. RADLERPAUSE

Die Direktvermarktung mit dem Ab-Hof-Verkauf hat sich in den letzten Jahren grundlegend verändert. Hauptursachen sind ein verändertes Einkaufsverhalten, die hohe Marktsättigung im Lebensmittelhandel und der damit einhergehende intensive Wettbewerb unter den Anbietern. Zusätzlich haben weltweite Krisen zu einer deutlichen Preissteigerung bei Lebensmitteln geführt, was die Preisensibilität der Verbraucherinnen und Verbraucher erhöht hat. Als Reaktion darauf orientieren sich viele Konsumenten an preisgünstigen Lebensmitteln für den täglichen Bedarf.

Generell wird der Lebensmitteleinzelhandel für den Versorgungseinkauf aufgesucht, da er ein Vollsortiment mit einer breiten Palette an Lebensmitteln für unterschiedliche Ernährungsbedürfnisse bietet. Kundinnen und Kunden schätzen die Möglichkeit, alles an einem Ort bequem kaufen zu können, was für den Alltagsbedarf benötigt wird. Dies

spart Zeit, da viele den Versorgungseinkauf als Last empfinden.

Im Zuge dieser Entwicklung haben viele Direktvermarkter ihren Marktauftritt geschärft und sich im Angebot spezialisiert. Sie bedienen Nischen und vermarkten beispielsweise Rindfleisch besonderer Rassen, Milchprodukte aus der eigenen Hofmolkerei oder Eier aus der Mobilstallhaltung. Darüber hinaus verändern sich die Angebote und Leistungen ab Hof.

Ein strategischer Ansatz kann folglich darin bestehen, ein Kundenerlebnis anzubieten, um sich in der Angebotsnische erfolgreich zu behaupten. Es zeigt sich, dass die Kunden beim Hofbesuch vorwiegend den Erlebnisfaktor im Vordergrund sehen und weniger die Versorgungsfunktion mit Lebensmitteln. Für viele wird der Hofbesuch zunehmend ein Bestandteil der Freizeitgestaltung.

2. RADLERPAUSE: EIN NISCHENMARKT

- MIT POTENZIAL FÜR EIN BESONDERES KUNDENERLEBNIS -

Bei Nischenmärkten handelt es sich um kleine, spezifische Marktausschnitte mit einer eigenen Zielgruppe. Diese teilen bestimmte Merkmale miteinander und sie sind nur für eine bestimmte Gruppe von Kundinnen und Kunden interessant. Wichtig ist, dass sich Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter mit den Merkmalen und Vorlieben dieser spezifischen Zielgruppe, wie beispielsweise der Radler auseinandersetzen, um eine Erfahrung auf dem Land zu schaffen, die über das reine Produktangebot hinausgeht. Ein Nischenangebot bietet den landwirtschaftlichen Betriebsleiterinnen und Betriebsleitern die Möglichkeit, sich von der Konkurrenz abzuheben und sich eine loyale Kundschaft aufzubauen. So suchen Kundinnen und Kunden neben dem Einkauf im Hofladen oder an der Automatenstation auch Angebote zur Freizeitgestaltung. Orte zum Verweilen kombiniert mit gastronomischen Verköstigungen sind ebenso willkommen wie die Weitergabe von landwirtschaftlichem Wissen vor Ort, Maßnahmen zur Umweltbildung und Naturerfahrungen während der Freizeitaktivität. Damit

können Direktvermarkterinnen und Direktvermarkter ihre Einzigartigkeit betonen und sich von anderen Anbietern im Freizeit- oder Versorgungsmarkt abheben.

Erläuterung des Begriffs Radlerpause

Als Radlerpause wird ein Angebot auf landwirtschaftlichen Betrieben verstanden, bei dem Radfahrende die Möglichkeit haben, auf dem Hof einzukehren und sich mit Getränken oder Lebensmitteln zu versorgen. Diese werden vor Ort in Selbstbedienung bereitgestellt, so dass dafür kein Personal zur Verfügung stehen muss. Der Hof stellt für den Aufenthalt geeignete Sitzgelegenheiten zur Verfügung – entweder überdacht oder unter freiem Himmel –, die zum Verweilen und zur Erholung einladen. Gerade der Selbstbedienungsaspekt ermöglicht es vielen Betriebsleiterinnen und Betriebsleitern eine Radlerpause einzurichten. Im Unterschied zum Hofcafé nutzen Radler diese Station als Zwischenstopp. Sie verweilen vergleichsweise kurz.

2.1 Kundenerlebnis: Schaffung eines Freizeitangebotes

Einen starken Aufschwung erleben Outdoor-Freizeitaktivitäten, darunter das Freizeit-Radeln in Gruppen, mit der Familie oder im Freundeskreis. Der neunte Fahrrad-Monitor, eine Studie des Sinus-Instituts aus dem Jahr 2023 unterstreicht das wachsende Interesse am Radfahren. Alle zwei Jahre werden 4.003 Bürgerinnen und Bürger im Alter zwischen 14 und 69 Jahren zu ihren Mobilitätsvorlieben befragt. Mindestens 33 Prozent der Befragten hat im Befragungszeitraum eine mindestens halbtägige Fahrradtour unternommen. Zum Vergleich: im Jahr 2021 gaben 30 Prozent der Befragten an, Halb- oder Tages-touren mit dem Rad zu unternehmen. Besonders aktiv ist die Altersgruppe der 50- bis 59jährigen. 36 Prozent der Radfahrer, die dieser Altersgruppe zugehörig sind sagen, dass sie im Befragungszeitraum eine Fahrradtour gemacht haben. Die halb- bis eintägige Radtour in der näheren Wohnumgebung wird von den meisten Freizeitradlern bevorzugt. Die genutzten Fahrradtypen zeigen im Zeitvergleich, dass das herkömmliche Fahrrad an Bedeutung verliert. Stattdessen gewinnt das Pedelec an Bedeutung, also ein Fahrradtyp mit Trittunter-

stützung bis 25 km/h. Die Ausgabebereitschaft derjenigen, die sich ein Pedelec neu anschaffen wollen, beträgt durchschnittlich ca. 1.424 Euro. (1)

Laut Verband des Deutschen Zweiradhandels e. V. wird die Nachfrage nach Fahrrädern und E-Bikes als weiterhin positiv und aussichtsreich beurteilt. Damit wird das Radfahren für Viele in ihrer Wohnumgebung attraktiv. (2) Die starke Verbreitung der E-Bikes und der Lastenräder ermöglicht unterschiedlichen Altersgruppierungen eine effiziente Fortbewegung. Mit elektrischer Unterstützung werden längere Strecken bewältigt. Selbst Hügel oder Gegenwind stellen keine Hindernisse dar, weil das Gefühl entsteht, mit Leichtigkeit zu fahren.



2.2 Tourismustrend Naturnahes Reisen: vom Erlebnis zum Erfahren

Laut diverser Experten aus der Tourismusbranche zeichnet sich im Megatrend Mobilität eine Entwicklung ab. Menschen machen Radtouren oder gehen wandern abseits überlaufender Hotspots. Sie suchen individuelle Reiseerlebnisse mit viel Kontakt zu Lokalem. Für diesen Megatrend wird der Begriff *Resonanztourismus* verwendet, der auf den deutschen Soziologen und Politikwissenschaftler Hartmut Rosa zurückgeht. Tourismusexperten sind der Meinung, dass wir uns aus der Spaß- und Erlebnisgesellschaft in eine Erfahrungsgesellschaft hineinbewegen. Das bedeutet, dass viele Menschen, die eine Auszeit nehmen, nicht länger kurzfristige Erlebnisse suchen, sondern anhaltende Erfahrungen. *„Während die Erholung in den vergangenen Jahren vor allem von dem Motiv „Erlebnis“ abgelöst wurde, wird es künftig verstärkt um Erfahrungen gehen, die aus dem soziokulturellen Zusammenleben innerhalb einer Region abgeleitet werden.* Die Radlerpause bedient ein Bedürfnis, dass Konsumenten zunehmend wissen wollen, wo ihre Lebensmittel herkommen, wie sie erzeugt und verarbeitet werden und wie es um

das Tierwohl steht. Somit ist die Radlerpause mehr als nur eine Versorgungsstation – sie ist ein Gestalter lebenswerter ländlicher Räume. (3) (4) (5)

Der Hof als Begegnungsort:

Menschen, Landwirtschaft, Natur

Radfahren im lokalen Umfeld stärkt das Gemeinschaftserlebnis und wird von Vielen als eine sinnvolle und gesunde Freizeitbeschäftigung gesehen. Wer die Bedürfnisse und Wünsche dieser Zielgruppe gut versteht, kann im Landservice-Betrieb vom Thema Radlerpause profitieren. Neben den Rastmöglichkeiten für Radfahrende mit einem gastronomischen Angebot in Selbstbedienung sollten auch Konzepte zur Interaktion auf dem Hof entwickelt werden. Diese Konzepte tragen dazu bei, den Hof und die Leistungen der bäuerlichen Familie in der Landwirtschaft sichtbar zu machen. Die Radlerpause kann somit als Knotenpunkt zwischen Landwirtschaft und Verbraucher dienen und das Interesse an der bäuerlichen Arbeit fördern. Darüber hinaus kann die Radlerpause gezielt genutzt werden, um potenzielle Kunden in einer entspannten Atmos-

phäre anzusprechen. Sofern die Pause zu einer positiven Erfahrung wird, lassen sich Kunden motivieren den Hof erneut zu besuchen, um wiederholt zu verweilen oder einzukaufen. Dies setzt voraus, dass die Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter die Chance nutzen, ihre Leistungen am Verkaufsort sichtbar zu

machen und zu präsentieren. Darüber hinaus ergibt sich für die Radlerpausen weiteres Potential, weil zahlreiche Landgasthöfe schließen oder bereits geschlossen haben. Verweilorte mit Verpflegungsangeboten steigern die Attraktivität in den Radel-Regionen.

3. STANDORT

Der Standort für eine Radlerpause ist für die Nischenzielgruppe der Radler relevant, die für ihren Ausflug trockene, warme Witterungsverhältnisse schätzen. Für die Anbieterseite bedeutet die Witterungsabhängigkeit schwankende Auslastungen.

Die Radfahrer wollen das Ziel möglichst verkehrssicher über gut ausgebaute Straßen oder Wirtschaftswege erreichen können. Willkommen sind gute Wegweiser und Beschilderungen, die geradewegs zur nächsten Radlerpause führen.

Auf dem Hof selbst müssen eindeutige Hinweisschilder dafür sorgen, das auf

einem befestigten Untergrund geordnet geparkt wird. Dies trägt zudem zu einem ordentlichen und einladenden Erscheinungsbild bei. Sobald Fahrradstellplätze schlecht beschildert sind, wird kreuz und quer im Verkehrsraum geparkt. Dadurch werden Zuwegungen behindert oder gar Unfälle provoziert. Gut einsehbare Fahrradparkflächen vermitteln den Radfahrern ein Sicherheitsgefühl. Ferner kann Vandalismus und Diebstahl von teuren Elektrorädern vorgebeugt werden.



Abb. 1.: Gut ausgeschildeter Fahrradparkplatz auf dem Hof Austermann

3.1 Baurechtliche Vorgaben

Verfahrensfreie Bauvorhaben gemäß

§ 62 BauO NRW 2018

In Nordrhein-Westfalen regelt § 62 der Bauordnung NRW 2018 die sogenannten verfahrensfreien Bauvorhaben. Diese sind bauliche Maßnahmen, die keiner Baugenehmigung bedürfen, jedoch weiterhin alle anderen öffentlich-rechtlichen Vorschriften einhalten müssen, wie z. B.:

- Bauplanungsrecht (z. B. § 35 BauGB)
- Abstandsflächen
- Brandschutz
- Naturschutzrecht
- Wasserrecht

Verfahrensfreiheit bedeutet:

- Es ist kein Genehmigungsverfahren erforderlich.
- Die Maßnahme muss dennoch rechtskonform sein – insbesondere hinsichtlich der genannten Vorschriften.

Besonderheiten im Außenbereich

(§ 35 BauGB)

Für den Außenbereich gelten zum Teil abweichende Regelungen hinsichtlich der Verfahrensfreiheit. Folgende Bauvorhaben können im Außenbereich verfahrensfrei errichtet werden:

Gebäude bis 75 m³ Brutto-Rauminhalt, ohne Aufenthaltsräume, Ställe, Toiletten oder Feuerstätten – nur zulässig, wenn sie einem land- oder forstwirtschaftlichen Betrieb (§ 35 Abs. 1 Nr. 1 BauGB) dienen und nicht Verkaufs- oder Ausstellungszwecken dienen:

- Schutzhütten für Wanderer
- Gartengestaltungsanlagen, wie Bänke oder Sitzgruppen
- Freischankflächen bis 40 m², inkl. Nutzungsänderung bei Gaststätten, Verkaufsstellen des Lebensmittelhandwerks oder landwirtschaftlichen Betrieben
- Toilettenwagen
- Fahrradabstellplätze bis 100 m²
- Auslaufflächen für Nutztiere, wenn eingefriedet und mindestens teilweise überdacht

Auch wenn für die verfahrensfreien Bauvorhaben nach § 62 der Bauordnung NRW 2018 kein Genehmigungsverfahren nötig ist, bleibt die Verantwortung für die rechtmäßige Ausführung beim Bauherrn. Eine vorherige Abstimmung mit der zuständigen Behörde kann daher sinnvoll sein.

Fliegende Bauten (§ 78 BauO NRW 2018)

Fliegende Bauten sind bauliche Anlagen, die:

- geeignet und bestimmt sind, an verschiedenen Orten wiederholt auf- und abgebaut zu werden
- nicht dauerhaft mit dem Grundstück verbunden sind.

Nicht als Fliegende Bauten gelten:

- Baustelleneinrichtungen
- Bagerüste

Grundsätzlich gilt:

Fliegende Bauten benötigen vor der erstmaligen Aufstellung und Inbetriebnahme eine Ausführungsgenehmigung, sofern es sich nicht um einen Ausnahmefall nach § 78 Abs. 2 S. 3 BauO NRW handelt.

Werbeanlagen und Hinweisschilder

Werbeanlagen sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Sie bedürfen ab einer Größe von mehr als 1,0 m² einer Baugenehmigung, sofern in § 62 Abs. 1 Nr. 12 BauO NRW nichts anderes geregelt ist. In vielen Gebieten sind Werbeanlagen nur an der

Stätte der Leistung zulässig. Auskunft erteilt die zuständige Bauaufsicht. Im Außenbereich sind Werbeanlagen grundsätzlich unzulässig (§ 10 Abs. 3 BauO NRW).

Ausnahmen:

- Werbeanlagen an der Stätte der Leistung
- einzelne Hinweiszeichen an Verkehrsstraßen und Wegabzweigungen, die im Interesse des Verkehrs auf außerhalb der Ortsdurchfahrten liegende Betriebe oder versteckt liegende Stätten aufmerksam machen
- Schilder, die Inhaber und Art gewerblicher Betriebe kennzeichnen (Hinweisschilder), wenn sie vor Ortsdurchfahrten auf einer Tafel zusammengefasst sind

Wird ein Anhänger mit Werbung im öffentlichen Raum abgestellt, also auf öffentlichen Parkplätzen oder am Straßenrand und dient er rein werblichen Zwecken, so muss eine Sondernutzungserlaubnis eingeholt werden, wenn davon ausgegangen werden kann, dass der Eigentümer des Anhängers den öffentlichen Raum über den sogenannten Gemeingebrauch hinaus nutzt.

Eine Sondernutzungserlaubnis wird bei Straßenverkehrsbehörde oder dem Ordnungsamt beantragt.

Zusammenfassung:

Die Sondernutzungserlaubnis regelt die Nutzung öffentlicher Flächen für Werbezwecke, während die Genehmigung die baurechtlichen Aspekte von Werbeanlagen betrifft, insbesondere deren Errichtung und Veränderung. Es ist ratsam, sich vor der Anbringung von Werbeanlagen sowohl bei der zuständigen Straßenverkehrsbehörde als auch bei der Bauaufsichtsbehörde zu informieren, um alle erforderlichen Genehmigungen und Erlaubnisse einzuholen.

Die Gemeinden haben die Möglichkeit, örtliche Bauvorschriften über Gestaltung und Verbote von Werbeanlagen zu erlassen. Daher informieren sich Interessierte am besten bei ihrer Gemeinde.

Genehmigungspflicht bei der Errichtung sanitärer Anlagen

Die Installation sanitärer Einrichtungen, wie Toiletten, stellt nicht automatisch eine Nutzungsänderung im Sinne des

Baurechts dar. Vielmehr kann es sich dabei um eine bauliche Veränderung handeln, die unter bestimmten Voraussetzungen genehmigungspflichtig ist.

Eine Baugenehmigung ist insbesondere dann erforderlich, wenn:

- baurechtliche Anforderungen durch die Maßnahme ausgelöst werden, etwa in Bezug auf Entwässerung, Lüftung, Hygiene oder Barrierefreiheit.
- die Nutzung des Raumes durch die Maßnahme wesentlich verändert wird, z. B. wenn ein Lagerraum zu einer sanitären Anlage umgestaltet wird.

Daher lautet die Empfehlung bei baulichen Vorhaben oder Veränderungen: Vor Beginn einer Baumaßnahme sollte Rücksprache mit dem zuständigen Bauamt gehalten werden, um die Genehmigungspflicht zu klären. Grundsätzlich sind Toiletten für Radelnde wichtig. Sie können ein Entscheidungskriterium dafür sein, um Radstationen anzufahren.



3.2 Platzbedarf für Fahrräder

Die Gemeinden können gemäß § 89 Abs. 1 Nr. 4 örtliche Bauvorschriften über Zahl, Größe und Beschaffenheit der Stellplätze und Fahrradabstellplätze erlassen. Auch hier sollte man sich besser bei der Gemeinde erkundigen. Ebenso wie bei PKW-Stellflächen erfordert auch die Planung von Fahrradparkflächen eine sorgfältige und durchdachte Herangehensweise. Fahrradstellflächen bis zu 100 m² sind genehmigungsfrei.

Damit Radfahrer ihre Fahrräder bequem ein- und ausparken können, ist ausreichend Platz einzuplanen.

Ein Fahrrad benötigt eine reine Stellfläche von 1 bis 1,5 m² pro Rad. Werden zusätzliche Bewegungsflächen für das Manövrieren oder den Zugang zum Fahrradständer berücksichtigt, dann wächst der Platzbedarf auf großzügige 2 bis 3 m² pro Fahrrad. Für die Benutzerfreundlichkeit ist es wichtig, dass genügend Platz vorhanden ist, um Fahrräder abzustellen, anzuschließen und wieder wegzufahren, ohne sich selbst oder andere Räder zu behindern oder zu beschädigen.

Fahrradabstellanlagen können in Quer- oder Schrägaufstellung angeordnet werden. Eine Hoch- und Tiefaufstellung spart Platz im Vergleich zu einer Stellanlage in gleicher Höhe. Stehen die Fahrräder in Queraufstellung nebeneinander auf einer Ebene, dann sollte der Abstand zwischen den Ständern mindestens 1,60 Meter betragen besser noch 1,80 Meter. Dieser Abstand ist insbesondere für E-Bikes komfortabler.

Die Schrägaufstellung von Rädern ist platzsparender. Der Abstand zwischen den Ständern soll mindestens 1,20 Meter betragen. Breitere Lenker benötigen mehr Platz. Daher wird ein Abstand von 1,50 Meter empfohlen, um sich beim Ein- und Ausparken nicht zu verhaken. Darüber hinaus sind bei der Planung spezielle Fahrradtypen zu beachten. Unterdessen nimmt die Zahl an E-Bikes, Lastenrädern oder Fahrrädern mit Anhängern zu. Sie benötigen sogar noch mehr Stellfläche.

Für die Anzahl der Fahrradstellplätze existieren Richtlinien. Sie hängen von der Art der Einrichtung und der erwarteten Nutzung ab.

Hier drei Orientierungshilfen:

- Biergärten:
1 Stellplatz je 2 Sitzplätze
- Gaststätten (innerörtlich):
1 Stellplatz je 7 Sitzplätze
- Geschäfte:
1 Stellplatz je 25 m² Verkaufsfläche

Besondere Serviceleistungen:

Zusätzliche Angebote für Radfahrende sind Ladestationen für E-Bikes oder Reparaturstationen, die mit einem Reparaturset ausgestattet sind.

Ausstattungen für Fahrradparksysteme und Ständer finden sich bei zahlreichen Anbietern im Bereich Stadtmobiliar. (6)

3.3 Sitzgruppen im Außenbereich

Für das Sitzmobiliar ist Langlebigkeit und Robustheit wichtig. Hochwertige Materialien und eine stabile Konstruktion garantieren eine lange Lebensdauer. Biertischgarnituren in einfacher Ausführung sind kostengünstig. Sie können wackelig sein und gegebenenfalls umkippen. Eine Alternative sind Tische und Bänke, die durch ein Metallgestell fest miteinander verbunden sind. Damit bleibt die Outdoor-Sitzgruppe an ihrem vorgesehenen Platz, weil sie zum Verrücken zu schwer ist.

Holz ist im Naturraum ein stimmiges Material. Als Rahmen sind verzinktes und pulverbeschichtetes Metall oder rostfreier Edelstahl für den Außen-

bereich ebenfalls geeignet. Die Materialien halten verschiedenen Witterungseinflüssen stand. Alternativ gibt es ReTex Mobiliar für den Außenbereich, das fast zu 100 Prozent aus recycelten Überschussmaterialien wie Textilien und Kunststoffverpackungen hergestellt wird. Das pflegeleichte, witterungsbeständige Material ist schwerer und härter als Holz und es ahmt in der Optik Holzmaserungen nach. Als Picknickmöbel gibt es bei Anbietern von Stadtmobiliar eine Tisch-Bank-Kombination aus Bambus und Stahl. Die Anbieter versprechen eine lange Lebensdauer und ein wartungsfreies Aufstellen der Picknickmöbel. Der tiefe Einstieg ist bequem.

Picknicktisch mit tiefem bequemem Einstieg:



Abb. 2.: Bildquelle VelopA, Duisburg (7)

Dieser solide Picknicktisch ist stabil und im Raum versetzbar.

Der hohe Einstieg zur Sitzfläche stellt eine Barriere dar:



Abb. 3: Bildquelle: VelopA, Duisburg (8)

Viele Sitzgruppen bieten sechs Personen Platz. Mit weiteren Sitzplätzen an den Kopfenden können 8 Personen an der Tischgruppe sitzen:



Abb. 4: Milchtankstelle Dieckmann (9)

Für zusätzliche Bequemlichkeit sorgen Bänke mit Rückenlehnen oder sogar eine Überdachung als Witterungsschutz. Zur Verankerung in einen festen Untergrund können Verankerungsbolzen eingesetzt werden. Einzelne Stühle und Tische, die frei in den Raum gestellt werden, sind nicht standfest. Sie werden von den Radlern je nach Bedarf in der Freifläche versetzt.

Unter Umständen entsteht hier zusätzlicher Arbeitsaufwand für das Nachräumen, damit erneut ein geordnetes Gesamtbild entsteht.

Sonnenschutz gewähren Bäume, Sonnenschirme oder Sonnensegel. Letztere müssen ebenfalls gegen Windböen gesichert werden.

3.4 Abfallbehälter und Papierkörbe

Bei der Rast entstehen Abfälle. Damit diese nicht achtlos auf dem Betriebsgelände oder im öffentlichen Raum entsorgt werden, ist es sinnvoll Abfallbehälter aufzustellen. Empfehlenswert sind Abfallbehälter mit großem Inhalt, einer großen Einwurföffnung und einem Deckel, um Gerüchen und Ungeziefer

vorzubeugen. Darüber hinaus sollte auf ein einfaches Entleeren geachtet werden. Eine Befestigung mit dem Untergrund sichert die Behälter vor dem Umfallen. Außerdem sollten die Abfallbehälter für die Radler gut sichtbar sein, damit sie entsprechend genutzt werden.

3.5 Bodenbeschaffenheit: Festen Untergrund schaffen

Zum Aufstellen von Tischen, Bänken und Stühlen sowie zum Abstellen von Fahrrädern braucht es einen festen Untergrund, wie Wiesen, Rasenflächen oder gepflasterte Flächen. Kiesbeläge oder gemulchte Flächen mit Holzhäckseln oder Rindenmulch sind eine kostengünstige Variante, insbesondere im Hinblick auf die Nutzung der Flächen in Schönwetterperioden. Allerdings verwittert das Naturmaterial relativ zügig. Es ist also notwendig, die gemulchten Flächen regelmäßig auszubessern oder neu aufzufüllen.

Wiederkehrraten erhöhen

Jedes positive Einkaufserlebnis legt die Grundlage für den Folgeeinkauf. Diese Chance gilt es kreativ zu nutzen. Eine

ansprechende Aufenthaltsqualität hat direkten Einfluss auf das Kundenverhalten. Die Radler kommen vorwiegend aus dem nahegelegenen Umfeld. Möglicherweise lassen sich über die Radlerpause neue Kunden gewinnen, weil die Radler das positive Pausenerlebnis mit nach Hause nehmen.

Das bedeutet:

- Zufriedene Kunden kommen gerne wieder und werden möglicherweise zu Stammkunden.
- Kunden teilen ihre Einkaufserfahrung mit Freunden oder in Online-Bewertungen, was die Attraktivität der Direktvermarktung erhöht.

- Eine entspannte Umgebung regt Impulskäufe an, fördert spontane Kaufentscheidungen und erhöht die Wiederkehrtrate.
- Ein positives Erlebnis baut Bindung zum Kunden auf.



4. VERPFLEGUNGSANGEBOT

Die Radlerpause ist ein Nischengeschäftsfeld mit stark schwankender Auslastung. Daher müssen sich die Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter bei der Kapazitätsplanung sehr flexibel zeigen, insbesondere wenn das Wetter mitspielt. An sonnigen Tagen oder zu besonderen Feiertagen, wie beispielsweise zum ersten Mai, werden gute Umsätze erzielt. Dann sind die Frequenzen an den Standorten hoch.

Die Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter, die eine Radlerpause anbieten, nehmen in der Regel keine Vorreservierungen für die Picknicktische vor. Darauf sollte in der Kommunikation über die hofeigene Webseite oder in den sozialen Netzwerken gut erkennbar hingewiesen werden, damit keine falschen Erwartungen geweckt werden.

Im Unterschied zu den Bauernhöfen mit Hofgastronomie oder Hofcafés erfolgt die Bewirtung der Radler in Selbstbedienung. Das senkt die Personalkosten und es werden Kapazitäten geschaffen, um Speisen und Getränke in Spitzenzeiten an- und nachzuliefern. Bei entsprechend hohem Andrang entsteht ein hoher logistischer Aufwand für die Bewirtschaftung. Die Prozesse vom Einkauf, Herrichten des Außenbereiches bis zur Vermarktung erfordern ein schnelles Hochskalieren.

Vorteilhaft ist, wenn mitarbeitende Familienangehöriger oder Mitarbeitende flexibel einspringen können, um zu unterstützen.

Angebotsformate für den Verkauf von Speisen und Getränken

Der Verkaufsautomat oder die Automatenstation ist auf den Selbstbedienungseinkauf ausgelegt. Für den Gebrauch ist eine gute Beschriftung erforderlich, damit sich die Radler problemlos am Automaten selbst bedienen können. Eine Handynummer stellt die Verbindung zu den Betriebsleitern her, falls bei den Automaten Störungen auftreten.

Hofladen mit Selbstbedienung

Ein Hofladen ist eine weitere Option, um die Verpflegung für Radler vorzuhalten. Für die Selbstbedienung ist eine

Vertrauenskasse möglich. Allerdings ist Diebstahl von Waren und Geld nicht ausgeschlossen, so dass viele Anbieter andere Systeme bevorzugen, die eine Kontrolle ermöglichen. Dazu zählen Smart Stores. Das sind kleine Angebotsformate, die moderne innovative Technologien nutzen, um das Einkaufserlebnis zu optimieren und zu automatisieren. Mit intelligenten Sensoren und Selbstbedienungskassen kombinieren sie die Vorteile des Online- und Offline-Handels und ermöglichen einen personalfreien Verkauf rund um die Uhr. Die Bezahlung kann mit Bargeld, Karte und kontaktlos per NFC erfolgen.



Abb. 5: Hofkonfetti - Kleiner Hofladen im Westmünsterland mit Verkaufsautomaten u. a. für Hof-Eis aus eigener Herstellung.

5. SORTIMENTSZUSAMMENSTELLUNG

Das angebotene Sortiment muss sich zunächst an den Bedürfnissen der Radler orientieren. Ein süßer oder herzhafter Snack, Eis und Getränke sind gefragte Produkte. Darüber hinaus sollten Direktvermarkterinnen und Direktvermarkter bei ihrer Sortimentsplanung bedenken, dass sie sich durch eine gezielte Produktzusammenstellung von Wettbewerbern abheben können. Profilierungssortimente sind Produkte aus der eigenen Herstellung, die durch lokale Erzeugnisse ergänzt werden. Sie stärken die Alleinstellung. Dadurch können die Wiederkehrzeiten verbessert werden, ins-

besondere wenn Kunden wissen, dass sie an Ort und Stelle besondere Produkte bekommen. Daher bestimmt die Sortimentszusammenstellung, welches Image vermittelt wird. Ein regionales Sortiment zieht Kunden mit diesen Präferenzen an und setzt sich von landläufigen „Kiosk-Sortimenten“ ab.

Mögliche Produkte für die Radlerpause sind: Eis, Milch, Milchmodgetränke, Joghurt, Quark und Milchreis, häufig auch Äpfel, Nüsse, Trockenobst (Apfelringe), Gebäck, Brötchen, Mettenden, gekochte und gefärbte Eier.

5.1 Die Radlerpause als Impulsgeber für Mehrumsatz

Radler interessieren sich während des Aufenthaltes für das Verpflegungsangebot. Während der Pause ergibt sich eine gute Gelegenheit Cross-Selling zu betreiben, um über die eigentliche Nachfrage hinaus, gezielt Produkte vom Hof anzubieten, die zu einem späteren Einkauf passen. Durch eine geschickte Sortimentszusammenstellung kann ein „Radler-Rast“-Angebot als verkaufsförderndes Produktbündel aus Speisen und Getränken gestaltet werden. Es wird besonders herausgestellt, um Nachfrage

zu erzeugen. Aufmerksamkeit wecken zum Beispiel diese Namensideen, die den Bezug zur Zielgruppe herstellen: Radlerkorb, RadSnack, SattelSchmaus oder VeloVesper. Sie verstärken den Kopplungseffekt zwischen Einkauf und Erlebnis. Das Radler-Rast-Angebot kann darüber hinaus einen Einkaufsgutschein beinhalten. Das kleine Extra: „Ein Stück Landgenuss für deinen nächsten Besuch“ soll Radler überraschen und motivieren, den Hof ein weiteres Mal aufzusuchen (auch zum Weiterverschenken).

5.2 Alkoholische Getränke

Beim Getränkeangebot für Radler stellen sich Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter die Frage, ob Alkohol verkauft werden darf.

Für Warenautomaten gilt:

In der Öffentlichkeit dürfen alkoholische Getränke in Warenautomaten nicht unkontrolliert angeboten werden. Ausnahmen nach dem Jugendschutzgesetz (JuSchG) gelten für die folgenden Fälle:

- Der Verkauf erfolgt an Orten, die für Kinder und Jugendliche unzugänglich sind.
- Der Automat ist in einem gewerblich genutzten Raum aufgestellt und es ist durch technische Vorrichtungen oder durch ständige Aufsicht sichergestellt, dass Kinder und Jugendliche keine alkoholischen Getränke entnehmen können.

5.3 Gewerbliche Direktvermarktung

Bei der Sortimentszusammenstellung stehen Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter irgendwann vor der Frage: Gewerblich oder nicht? Die Höhe des Zukaufs und die Menge an Produkten aus der zweiten Verarbeitungsstufe entscheiden darüber, wann Gewerbe entsteht. Die Grenzen zur Gewerblichkeit sind folgendermaßen gefasst: sofern Produkte der 2. Verarbeitungsstufe und von Zukaufswaren 51.500 EUR netto im Wirtschaftsjahr oder 1/3 des Gesamtumsatzes des Betriebs (Summe der Betriebseinnahmen ohne Umsatzsteuer)

nachhaltig übersteigen, entsteht die gewerbliche Direktvermarktung. Nachhaltig bedeutet: Die Grenzen werden drei Jahre in Folge überschritten. Eine Klärung, Gewerbe oder nicht, wird am besten mit dem zuständigen Steuerberater durchgeführt. Die Gewerbeanmeldung (§ 14 GewO) erfolgt beim Gewerbeamt der jeweiligen Gemeinde oder Stadt, das auch als Ordnungsamt oder Gemeindeamt bekannt sein kann. Alternativ kann der Antrag zur Gewerbeanmeldung online bearbeitet werden:

<https://service.wirtschaft.nrw/>

5.4 Gastronomisches Angebot mit Kaffee und Kuchen

Deutschland gilt als „Kaffee und Kuchen-Land“ (DIE ZEIT, April 2023). Für viele ist diese Kombination ein Kulturgut und daher auch im Blick auf das Sortiment bei Radlerpausen höchstinteressant: Mit durchschnittlich knapp vier Tassen pro Tag ist Kaffee das beliebteste Getränk der Deutschen. In den letzten Jahren hat sich zudem ein klarer Trend hin zu höherwertiger Zubereitung entwickelt: Ganze Bohnen und Kaffeevollautomaten werden immer stärker nachgefragt. Mit dem Aufrüsten zu Hause steigen auch die Erwartungen an die Qualität des Kaffees im Außer-Haus-Bereich. Auch Kuchen hat in Deutschland einen hohen Stellenwert. Bei Cafébesuchen zählen Käsekuchen, Obstkuchen, Sahnetorten und Schokoladenkuchen zu den beliebtesten Varianten.

Bedürfnisse der Zielgruppe

Mit Blick auf die Zielgruppe der Freizeitradfahrenden sollte das Kaffee und Kuchen-Angebot unkompliziert und schnell in der Vorbereitung und bei der Ausgabe sein. Kurze Wartezeiten und einfache Bestellprozesse, die Gäste

nicht ausbremsen. Auch das Preis-Leistungs-Verhältnis spielt eine wichtige Rolle: Die Qualität sollte gut sein, muss jedoch nicht das Niveau eines gehobenen Cafés erreichen. Gleichzeitig werden regionale und frische Produkte geschätzt, wie hausgemachter Kuchen oder lokaler Kaffee, da sie die Authentizität der Pause erhöhen. Die Kombination aus guter Qualität und fairem Preis ist entscheidend.

Betriebliches Konzept & Organisation

Wer auf dem Hof ein Kaffee- und Kuchenangebot im Rahmen der Radlerpause einrichten möchte, sollte ein klar durchdachtes Konzept entwickeln, das die zuvor in diesem Leitfaden dargestellten Aspekte berücksichtigt.

Im Folgenden werden zwei mögliche Konzepte vorgestellt: **Konzept A** beschreibt eine Radlerpause vollständig ohne Personal, bei der alle Angebote über Selbstbedienungsautomaten bereitgestellt werden. **Konzept B** umfasst eine Selbstbedienung mit Servicekraft am Counter, die die Gäste unterstützt und das Erlebnis persönlicher gestaltet.

ZWEI KONZEPTE FÜR KAFFEE UND KUCHEN BEI RADLERPAUSEN IM VERGLEICH

Aspekt	KONZEPT A: 100 % Selfservice - ohne Personal -	KONZEPT B: Selbstbedienung - mit Servicekraft am Counter -
Angebot	▪ Zugekaufter Kuchen / einzeln verpackt über Großhandel (z. B. Kuchen im Glas / Cookies etc.). Kaffeevollautomat (Haushaltsgerät) ohne Milchtank	▪ Selbstgemachter oder TK-Kuchen über Großhandel (z. B. Käsekuchen, Schokokuchen, Stracciatella-Torte), Stückweiser Verkauf mit Geschirr ▪ Kaffeevollautomat mit Frischmilch / Milchpulver (Gastronomiegerät)
Menge / Kapazität	▪ Weniger als 15 Kucheneinheiten pro Tag. ▪ Bis ca. 20 Kaffees pro Tag.	▪ Ab 15-20 verkauften Kuchenstücken ▪ Ab 20 bis 250 Kaffees pro Tag
Investition	▪ Warenautomat oder Theke. ▪ Kaffeevollautomat, ab ca. 300 €. ▪ Wareneinsatz	▪ Kühltheke ▪ Gastronomie-Vollautomat, ab ca. 1.500 Euro ▪ Wareneinsatz ▪ Geschirr ▪ Risiko von Kosten durch Überproduktion
Personaufwand	▪ Nachfüllen von Kuchen, Wasser, Bohnentank, Reinigung Kaffee-maschine mind. 1x am Tag	▪ 1x Servicekraft bei der Ausgabe; ggf. Personal zum Backen, sofern eine Verarbeitungsküche genehmigt ist.
Vorteile	▪ Minimaler Personalaufwand; bereits abgepackte Ware; lange Haltbarkeit; geringe Reinigung	▪ Persönlicher Kontakt steigert Gäste-zufriedenheit; Möglichkeit für Zu-satzverkäufe; hochwertiges Erlebnis ▪ Gute Margen bei Heißgetränken, Chance auf guten Umsatzbringer
Nachteile	▪ Kein regionales Produkt; wenig Bezug zur Landwirtschaft; Plastikmüll durch Verpackungen; geringe Zusatzver-kaufsmöglichkeiten ▪ Geringer Gesamtumsatz	▪ Höherer Personalaufwand ▪ Höhere Anfangsinvestition; laufende Kosten durch Servicekraft / eigenes Backen, Reinigung Geschirr etc.

Die Wahl des passenden Konzepts hängt vor allem von der erwarteten Besucherzahl, den betrieblichen Ressourcen und den Zielen des Hofes ab:

A: Das 100 % Selfservice-Konzept

... eignet sich besonders für kleinere Standorte oder für Betriebe, die nur geringe Besucherzahlen erwarten. Auch für Radlerpausen, wo die Kaffee- und Kuchennachfrage gering ist, kommt das Konzept in Frage. Es ist unkompliziert, benötigt wenig Personal und minimiert Aufwand und laufende Kosten, bietet jedoch weniger Authentizität und Interaktionsmöglichkeiten mit den Gästen.

B: Das Selbstbedienungs-Konzept

... mit Servicekraft am Counter lohnt sich bei größeren Besucherzahlen und für

Betriebe, die ein hochwertigeres Erlebnis bieten möchten. Auch die Kombination mit anderen saisonalen Dienstleistungen ist denkbar (Maislabyrinth, Hofladen etc.), wenn dadurch die Auslastung der Servicekraft erhöht wird. Durch den persönlichen Kontakt können Zusatzverkäufe realisiert und die Gästezufriedenheit gesteigert werden. Der höhere Personal- und Investitionsaufwand wird dabei durch ein besseres Image und stärkere Kundenbindung ausgeglichen. Betriebe sollten daher abwägen, welche Prioritäten für sie im Vordergrund stehen: Minimaler Aufwand und einfache Umsetzung oder höherer Servicegrad mit stärkerer Gästeinteraktion und Erlebniswert.

AUF EINEN BLICK

Kriterien	SELFSERVICE (KONZEPT A)	SERVICEKRAFT (KONZEPT B)
Personalaufwand	gering	hoch
Investition	niedrig	hoch
Kaffeequalität	Standard	höherwertig
Kuchenqualität	Convenience (abgepackt)	frisch, regional
Zusatzverkäufe möglich	kaum	ja
Erlebniswert / Authentizität	niedrig	hoch

LEITFRAGEN FÜR EIN KAFFEE- & KUCHENANGEBOT AUF DEM HOF

Ziel & Strategie

Was soll durch das Kaffee- & Kuchenangebot bei einer Radlerpause erreicht werden?

- ▶ z. B. Zusatzumsatz durch starke Gästefrequenz im Nachmittagsbereich, Gästezufriedenheit, Imageaufwertung der Radlerpause, Regionalität zeigen durch selbst gebackenes oder Kaffee aus einer regionalen Rösterei.

Zielgruppe

Wer nutzt das Angebot?

- ▶ z. B. Radfahrende Familien, große Gruppen, Tagestouristen, Stammkunden.

Welche Erwartungen haben die Gäste?

- ▶ Bei Radlerpausen: Schneller Zugang/Bedienung, smartes Angebot, gute Preis-Leistung, Authentizität. (vgl. S. 20)

Produkt & Sortiment

Welche Kaffeearten sollen angeboten werden?

- ▶ Filterkaffee und Café Crema sind in Deutschland die beliebtesten Kaffeesorten.

- ▶ Aktuelle Kaffeepreissteigerungen im Jahr 2025 drücken den Konsum im Außer-Haus-Bereich. Konsumenten sind preissensibel.

Welche Kuchen/Gebäcksorten?

- ▶ z. B. Einzel abgepackt über den Automaten, TK-Kuchen, frisch gebackener Kuchen.

Preis

Welche Preisspanne ist für die Zielgruppe akzeptabel?

- ▶ z. B. Preise an der Bäckerei oder Backstationen im LEH orientieren im Snacking-Sektor; alternativ am Preisniveau in der Gastronomie orientieren

Soll es Kombi-Angebote geben?

- ▶ z. B. Kaffee + Kuchen zum Vorteilspreis?

Ort & Erreichbarkeit

Wo werden Kaffee & Kuchen angeboten?

- ▶ Selbstbedienung ohne Automat mit Vertrauenskasse, Selfservice-Automat, Theke mit Servicekraft

Ist der Standort gut sichtbar und leicht zugänglich für Radler?

- ▶ z. B. Für Schatten sorgen, Stehtisch für To-go-Charakter.

Bewerbung

Wie erfahren Gäste von Kaffee & Kuchen?

- ▶ z. B. Beschilderung am Radweg, Flyer, Social Media, Landservice.de, Kooperationen mit Tourismusverbänden.

Personal & Organisation

Wer bedient den Kaffee und Kuchen?

- ▶ z. B. Selfservice, Servicekraft, Backen vor Ort.

Welche Abläufe müssen organisiert werden?

- ▶ z. B. Auffüllen, Reinigung, Lagerung, Backplan, Nachschub.

Infrastruktur & Investition

Welche Maschine passt für Kaffee?

- ▶ z. B. Haushaltsvollautomat oder Gastronomiegerät in Abhängigkeit von der Anzahl Tassen.

Welche Ausstattung wird für Kuchen benötigt?

- ▶ z. B. Kühlung, Theke, Teller / Geschirr, Besteck.

Welche Bezahlungsmöglichkeiten sollen angeboten werden?

- ▶ Bargeld, Karte via Automat oder App, z. B. Paypal.

Erlebnis & Zusatznutzen

Soll Kaffee & Kuchen ein Erlebnis bieten?

- ▶ z. B. hausgemacht, regional, Gutschein „Den nächsten Kaffee im Hofladen spendieren wir.“

Gibt es zusätzliche Angebote, die Gäste länger verweilen lassen?

- ▶ z. B. Landservice-Infotafel, Hofbesichtigung mit Infoschildern, Tiere erleben, Fotospots.

Risiken & Rechtliches

Welche Risiken bestehen?

- ▶ Verderb bei Frischmilch / Kuchen, Maschinenausfall, verdreckte Maschine, Vermüllung, Personalengpass, Diebstahl.

Welche rechtlichen Anforderungen gelten?

- ▶ Lebensmittelhygiene, Versicherung, Genehmigungen, Mülltrennung.

Landwirtschaftlicher Betrieb mit Nebenerwerb

Wenn die Radlerpause Teil eines landwirtschaftlichen Betriebs ist und überwiegend eigene Produkte (z. B. Eis, hergestellt aus hofeigener Milch) verkauft, kann es als Nebenerwerb gelten.

In diesem Fall:

- Keine Eintragung in die Handwerksrolle nötig, wenn die Tätigkeit „in unerheblichem Umfang“ erfolgt (§ 3 HwO).

Voraussetzungen:

- Die landwirtschaftliche Tätigkeit überwiegt.
- Es besteht ein wirtschaftlicher Zusammenhang zwischen Hof und Radlerpause bzw. Café.
- Die Arbeitszeit im Café/Radlerpause bleibt unter ca. 1.664 Stunden pro Jahr.

TIPP

Betriebe, die ein Hofcafé eröffnen möchten, sollten frühzeitig die zuständige Handwerkskammer kontaktieren, um das Vorgehen im Einzelfall zu klären.

<https://www.kammerfinder.de/>

Gaststättengewerbe

Sobald alkoholische Getränke ausgeschenkt werden:

- Gaststättenerlaubnis nach § 2 Gaststättengesetz erforderlich
- Zuständig: Ordnungsamt
- Personal benötigt eine Hygienebelehrung nach § 43 Infektionsschutzgesetz (Gesundheitsamt)
- Es gelten Hygienevorschriften, bauliche Anforderungen und ggf. Brandschutz

6. ERFAHRUNGSBERICHT:

- VOM MILCHVIEHBETRIEB ZUR BELIEBTEN RADLERPAUSE -



STECKBRIEF

Name des Betriebes	Bettina's Hofkonfetti
Adresse	Eschlohn 32, 46354 Südlohn
Webseite	http://www.hofhueske.de/seite/558190/direktvermarktung-bettinas-hofkonfetti.html
Betriebsgröße	63 ha, 140 Milchkühe
Arbeitskräfte	▪ 2x Altenteil ▪ 1x Betriebsleiterin ▪ 2x Auszubildende ▪ 2x Aushilfen auf Mini-Job Basis bei der Eisproduktion

Meilensteine in der betrieblichen Entwicklung

2015: Stallbau mit zwei Melkrobotern

2021: Start mit der Milcheisproduktion in einem eignen Container.



Eröffnung der Radlerpause am Hofstandort in Südlohn.

Der Milchviehbetrieb der Familie Hueske hat im Jahr 2020 einen Schritt gewagt und ein zusätzliches Standbein

aufgebaut: die Herstellung von Speiseeis aus der hofeigenen Milch. Seitdem wird die Eisproduktion erfolgreich betrieben – direkt vor Ort in einem eigens dafür hergerichteten Container.

Um das Eis über die eigene Direktvermarktung verkaufen zu können, wurde ein Selbstbedienungsbereich mit Sitzgelegenheiten geschaffen. Frau Hueske berichtet über die Entstehung und den Alltag dieses Angebotes: „Radlerpause“.

Das Verweilangebot für die Radlerpause ist ganzjährig rund um die Uhr geöffnet und bietet eine Vielzahl an Annehmlichkeiten: Sitzgelegenheiten, ein überdachter Bereich, kalte und heiße Getränke, Eis, süße und herzhafte Snacks, Spielgeräte für Kinder, Begegnungen mit den hofeigenen Kühen, Parkmöglichkeiten, Hofbesichtigungen, eine WC-Nutzung sowie Mülleimer zur Entsorgung. Bezahlte wird bequem über die Automaten – sowohl bar als auch mit Karte. Weitere Produkte, wie Kartoffeln und Eier, werden über eine Vertrauenskasse angeboten.

Sortiment und Nachfrage

Besonders beliebt sind Eis, Getränke und Süßigkeiten – sowohl zum direkten Verzehr als auch zum Mitnehmen. Häufig wandern haltbare Produkte wie Kartoffeln, Eier oder verpackte Snacks in den Fahrradkorb oder die Satteltasche. Alkoholische Getränke werden nicht über Automaten verkauft. Sie werden nur bei Führungen auf Anfrage angeboten.

Wirtschaftlichkeit und Aufwand

Der durchschnittliche Umsatz pro Bon für vor Ort verzehrte Speisen liegt zwischen 8 und 12 Euro – dieser Betrag gilt

ebenso für mitgenommene Produkte. Frau Hueske bestätigt, dass die Radlerpause wirtschaftlich erfolgreich ist und die laufenden Kosten gedeckt werden können.

Der tägliche Arbeitsaufwand beträgt etwa 1,5 Stunden pro Person. Wird die Arbeit – wie abends üblich – von nur einer Person übernommen, inklusive Kassensführung und Auffüllen, erhöht sich der Zeitaufwand auf etwa 2 bis 2,5 Stunden.

Unter der Woche beschränkt sich die Tätigkeit auf das Nachfüllen der Waren sowie die Reinigung der Automaten, des Hofladens und der Sitzgelegenheiten. An Wochenenden hingegen wird dieser Ablauf bis zu fünfmal täglich wiederholt. Der genannte Arbeitsaufwand umfasst dabei nicht das Nachbestellen von Verkaufsprodukten, die Buchführung sowie sämtliche Tätigkeiten rund um die Eisproduktion – wie das Vorbereiten der Etiketten, das Bekleben der Becher und die eigentliche Herstellung des Eises.

Zielgruppen und Aufenthaltsdauer

Die Radlerpause spricht eine breite Zielgruppe an: Familien mit Kindern, junge Menschen zwischen 15 und 20 Jahren (vor allem abends), Paare, Einzelfahrende und Seniorengruppen.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt zwischen 30 Minuten und einer Stunde.

Betrieblicher Nutzen und Erfolgsfaktoren

Neben dem wirtschaftlichen Erfolg bringt die Radlerpause auch immaterielle Vorteile: Sie steigert den Bekanntheitsgrad des Betriebs, hilft bei der Neukundengewinnung, stärkt die Bindung zu Bestandskunden und schafft ein positives Image. Zudem wird Landwirtschaft für Besucherinnen und Besucher erlebbar gemacht.

Aus Sicht von Frau Hueske (Bettina's Hofkonfetti) tragen folgende Faktoren besonders zum Erfolg bei:

- Eine gute Lage an einem stark frequentierten Radweg
- Ein attraktives Angebot an Speisen und Getränken
- Aufenthaltsqualität durch Sitzgelegenheiten und Spielgeräte

- Erlebnisse auf dem Hof
- Weiterempfehlungen durch Gäste
- Kooperationen mit Tourismusorganisationen

Natürlich gibt es auch Herausforderungen: Die Toilettennutzung durch Nicht-Kundinnen und Kunden, chaotisches Parken trotz Beschilderung und die Abhängigkeit vom Wetter sind wiederkehrende Themen. Marketingmaßnahmen wie Flyer, Instagram und WhatsApp-Status helfen, das Angebot bekannt zu machen.

Frau Hueske rät anderen Betriebsleiterinnen und Betriebsleitern: „Der Standort ist entscheidend, ebenso wie eine saubere, gepflegte Anlage.“ Die Pflege rund um die Radlerpause erfordert kontinuierliche Arbeit – daher sollte man realistisch planen und in eine durchdachte, langlebige Ausstattung investieren.



7. KOMMUNIKATIVE MAßNAHMEN

Die hohe Bedeutung des Freizeitbereichs führt zur verstärkten Nutzung erlebnisorientierter Veranstaltungen. Damit die Verbraucherinnen und Verbraucher zum Hof finden sind kommunikative Maßnahmen wichtig. Eine direkte Kommunikationswirkung vor Ort wird mit Werbung, Verkaufsförderung und Öffentlichkeitsarbeit unterstützt.

Werbung und Verkaufsförderung verfolgen das Ziel, den Absatz von Produkten kurzfristig zu steigern. Öffentlichkeitsarbeit hingegen konzentriert sich auf den langfristigen Aufbau eines positiven Unternehmensimages sowie auf die Pflege stabiler Beziehungen zur Öffentlichkeit.

Beide Kommunikationsinstrumente haben ihre eigenen Stärken und ergänzen sich wirkungsvoll: Eine gelungene Öffentlichkeitsarbeit stärkt das Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher, indem sie das Unternehmen als glaubwürdig und sympathisch positioniert.

Dieses Vertrauen wiederum erhöht die Effektivität klassischer Werbemaßnahmen, da ein positives Image und emotionale Bindung die Kaufbereitschaft deutlich fördern.

Wichtig: Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter, die eine Radlerpause anbieten, sollten darauf achten, dass die Radler die gewünschten Informationen rund um den Aufenthaltsort schnell und unkompliziert erhalten, ohne auf Antwortzeiten angewiesen zu sein. Infos zu den aktuellen Öffnungszeiten, zum Verpflegungsangebot sowie den Ausstattungsmerkmalen, wie z.B. E-Bike-Ladestation oder Kinderspielplatz, gehören in alle Kommunikationskanäle, die die Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter unterhalten. Darüber hinaus ist deutlich herauszustellen, ob Gruppenreservierungen vorgenommen werden oder eben nicht. Das erspart unnötige Telefonate und Rückfragen, zumal Kunden heutzutage erwarten, dass ihre Anfragen schnell beantwortet werden.

7.1 Öffentlichkeitsarbeit mit Hilfe der Bauernhofplattform landservice.de

Der Fachbereich Landservice unterstützt mit öffentlich wirksamen kommunikativen Maßnahmen. Landservice.de ist die größte Bauernhofplattform in NRW, um Produkte und Dienstleistungen auf den nordrhein-westfälischen Bauernhöfen

zu finden. Deshalb stellt die Plattform das Sprachrohr zu den Verbraucherinnen und Verbrauchern dar.

Auf der Startseite ist das Thema Radlerpause prominent platziert.

The screenshot shows the website header with navigation links: Bauernhöfe, Aktuelles, Wissen, Medien, Für Betriebe, and Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen. The main article is titled 'Radeln & Rasten: Die schönsten Radlerpausen in NRW'. Below the title, it says: 'Wer mit dem Rad durch NRW fährt, sollte diese besonderen Pausen nicht verpassen: Radlerpausen auf Bauernhöfen – Selbstbedienung, regionale Snacks und echte Gastfreundschaft. In diesem Artikel zeigen wir dir, wo du sie findest.' There is a link 'Entdecken' and another 'zu den Radlerpausen'. To the right is a red graphic with a heart shape and text: 'Teile deinen Lieblingsplatz zur Radlerpause auf dem Bauernhof!' and 'Mein Lieblingsplatz zur Radlerpause auf dem Bauernhof!'. It also includes a QR code and social media instructions: 'mache ein Foto', 'poste es in deiner Story', 'verlinke @landleben.nrw & nutze den Hashtag #Radlerpause'.

Von dort aus führt der Link auf die Unterseite, die sich umfänglich dem Thema Radlerpause widmet.

Alle Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter, die in NRW eine Radlerpause anbieten, haben die Möglichkeit sich dort mit ihrem Angebot zu präsentieren. Dazu wird das Betriebsprofil unter dem Suchbegriff Radlerpause angelegt und präsentiert.

Vgl. Link:

<https://www.landservice.de/bauernhoefe?krit=174>

The screenshot shows the profile of 'Hof Renfert-Deitermann'. It includes a header with the name and a navigation bar. Below is a section 'Allgemeine Informationen' with contact details. A quote from 'Nachhaltigkeit leben wir so:' is featured. The 'Angebote des Betriebes' section lists various products. The 'Unser Hof' section describes the farm's history and philosophy. The 'Rubrik: Einkaufen' section lists products available for purchase. At the bottom, there is a table with 'Öffnungszeiten' and 'Hofspezialitäten'.

Öffnungszeiten	Hofspezialitäten
Radlerpause	Getreide / Backwaren
Stoffgarnheiten	Weihnachtsbäume / Holz
Überdachte Bereiche (Sonnenstudio/Regenschutz)	Gewürzangebote
Kaffee (direkt frisch Mahlen etc.)	
Indigopflanze	
Snacks und	
Snacks herzhaltig	



Raste, schmecke und erlebe, wie Lebensmittel auf den Höfen entstehen.

Erkunde Nordrhein-Westfalen aktiv auf dem Fahrrad und entdecke dabei einzigartige Radlerpausen auf dem Land! Ob als Wochenendausflug, Ferienaktivität oder Sommererlebnis: Eine Fahrradtour mit Radlerpause auf einem Bauernhof verbindet Bewegung, Naturerlebnis, Genuss und Erholung auf besondere Weise. Hier kannst du ausruhen, regionale Produkte kosten und deine Naturverbundenheit stärken – ideal für Familien, Freundesgruppen oder Alleinradler.

[zu den Radlerpausen](#)

Die Radlerpause - Genussvolle Rast auf dem Bauernhof

Radlerpausen bieten eine willkommene Abwechslung während der Fahrradtour und ermöglichen es, die Natur und die ländliche Atmosphäre zu genießen. Ob alleine, mit Freunden oder der Familie – eine Radlerpause auf einem Bauernhof ist immer eine gute Idee. Bei einer Radlerpause findest du Höfe, die dir liebevoll gestaltete Raststellen mit überdachten Sitzplätzen, kleinen Hofläden oder Verkaufsautomaten bieten. Hier bekommst du frische Snacks, kalte und warme Getränke, Eis oder kleine Mahlzeiten, die du direkt vor Ort verzehren kannst – oft mit Blick auf weidende Tiere oder blühende Felder. Für Familien mit Kindern sind diese Radlerpausen ein echtes Highlight: Neben Erholung und Stärkung gibt es häufig auch Spielgeräte, Bauernhoftiere zum Beobachten und kleine Lernstationen, an denen man mehr über das Landleben erfahren kann.

Was macht eine Radlerpause aus?

Radlerpausen sind Rastmöglichkeiten auf landwirtschaftlichen Betrieben, die Radfahrenden ein unkompliziertes Selbstbedienungsangebot bieten. Eine typische Radlerpause auf einem Hof bietet dir:

- Selbstbedienungsangebote mit regionalen Produkten
- Überdachte Sitzgelegenheiten zum entspannten Verzehr
- Trinkwasserstationen, Ladestationen für E-Bikes, Werkzeuge für kleine Reparaturen
- Informationsangebote über Landwirtschaft, Bauernhoftiere und saisonale Tätigkeiten

Dabei entstehen keine Verpflichtungen – du entscheidest, wie lange du verweilen möchtest.

[zu den Radlerpausen](#)

Speisen und Getränke bei einer Radlerpause

Eine Radlerpause auf dem Bauernhof hält nicht nur schattige Sitzplätze bereit, sondern auch eine kleine, feine Auswahl an Speisen und Getränken – ideal für eine genussvolle Stärkung zwischendurch. Die konkreten Angebote variieren und richten sich nach den Möglichkeiten und Besonderheiten des jeweiligen Hofes. An der Selbstbedienungstheke findest du Spezialitäten direkt aus der Hofmanufaktur: hausgemachte Konfitüren, eingelegtes Obst und Gemüse, Käse aus eigener Herstellung, frisch gebackener Kuchen sowie duftende Waffeln. Für den schnellen Durst oder kleinen Hunger stehen gekühlte Produkte aus dem Automaten bereit: Limonaden, Apfelsaft, frische Erdbeer- oder Schokomilch, Milchreis, selbstgemachtes Eis, Gebäck oder eine Tüte knuspriger Apfelringe und vieles mehr...

Wer es besonders frisch mag, kann je nach Saison auch selbst aktiv werden – beispielsweise beim Pflücken von Erdbeeren oder Zuckererbsen direkt auf dem Feld.

Infoseite auf www.landservice.de zum Thema Radlerpause

Auf Instagram: <https://www.instagram.com/landleben.nrw/> werden serienmäßig Radlerpausen präsentiert. Die Nutzerinnen und Nutzer erfahren, was eine Radlerpause ist und wie sich die einzelnen Betreiber präsentieren.



Diverse Instagram-Posts auf dem Kanal von landleben.nrw

Zum Mitmachen motivieren

Radelnde, die ihre Erfahrungen teilen wollen, werden aufgefordert mitzumachen. Sie sollen ihre Erlebnisse mit der Community – über Instagram @landleben.nrw #radlerpause teilen, damit die Höfe mit Radlerpause mehr Aufmerksamkeit erfahren.



7.3 Erklärschild als Infopunkt: Radlerpause auf dem Bauernhof nutzen

Jeder Anbieter hat die Möglichkeit am Hof zu informieren. „Wir haben dieses Schild, das unser individuelles Hofangebot darstellt, beim Landservice beauftragt. Anschließend haben wir es in der Nähe des Fahrradständers montiert und

stellen fest, dass unsere Radler, die auf unserem Hof eine Pause einlegen, interessiert lesen“, erklärt Betriebsleiterin Luisa Hülser vom Kolkshof.

Willkommen zur Radlerpause auf dem Bauernhof!

DAS KANNST DU AUF UNSEREM HOF ENTDECKEN!

- Hofhund Lenni
- Hühner
- Mutterkühe & Bullen der Rasse Limousin mit ihrem Nachwuchs

RASTEN & GENIEßEN!

- vielfältige Auswahl an Heiß- & Kaltgetränken
- selbstgemachte Kuchen & frische Waffeln
- regionales Landeies
- Grillwürstchen
- Burger mit Patties von unseren Rindern

UNSERE LANDWIRTSCHAFT!

- Durch unsere mutterkuh-gebundene Aufzucht verbringen Kalb und Mutterkuh 8-10 Monate gemeinsam auf unseren weitläufigen Naturschutzflächen am Rhein.
- Auf unseren Feldern rund um den Hof werden Mais, Getreide, Feldgras als Futter für unsere Tiere angebaut. Auf unserem Grünland produzieren wir Heu als Winterfutter.

EINKAUFEN BEI UNS!

Erlebe den Geschmack von regionalem Rindfleisch der Rasse Limousin:

- zart, saftig, mit einer feinen Marmorierung
- optimales Fleisch-/Fettverhältnis

Am Büdchen erhältlich oder einfach hier vorbestellen: www.kolkshof.de

Immer frische Infos vom Hof entdeckst du auf INSTAGRAM!

Mein Lieblingsplatz zur Radlerpause auf dem Bauernhof

Teile diesen Lieblingsplatz zur Radlerpause auf dem Bauernhof!

Mehr Radlerpausen auf dem Bauernhof findest du auf landservice.de

• mache ein Foto • poste es in deiner Story • verlinke @landlieben.nrw & nutze den Hashtag #Radlerpause

Jeder Betriebsleiter, der dieses Schild zur Kundenkommunikation nutzen möchte, füllt die drei Rubriken mit dem individuellen Hofangebot:

a. Rasten & Genießen

Unter diesem Punkt wird das Sortiment aufgelistet, das die Radler auf dem Hof genießen können

b. Einkaufen bei uns

Radler, die verweilen, wissen nicht immer, was der Hof regelmäßig zum Verkauf anbietet. Deshalb ist es an dieser Stelle sehr wichtig, die wesentliche Sortimente oder Artikel aufzuführen.

c. Unsere Landwirtschaft

Unter diesem Themenkopf wird Öffentlichkeitsarbeit für die Landwirtschaft betrieben. Die Radler erfahren, wie der Hof bewirtschaftet wird.

7.4 Marketingideen für Radler-Pausen auf dem Hof

Präsentation der Radlerpause auf [landservice.de](https://www.landservice.de)

Radfahren liegt voll im Trend. Eine genussvolle Pause im Grünen mit regionalen Leckereien - genau dafür sind Radlerpausen gemacht.

Radlerpausen sind Rastmöglichkeiten auf landwirtschaftlichen Betrieben, die Radfahrenden ein unkompliziertes Selbstbedienungsangebot bieten. Ob als Ergänzung zum Hofladen, zur Automatenstation oder als saisonales Zusatzangebot: Radlerpausen bieten eine ideale Möglichkeit, das eigene Angebot gezielt für die wachsende Zielgruppe der Radfahrer zu erweitern.

Radlerpausen auf Höfen in NRW haben wir unter diesem Link bereits

zusammengestellt. Ob frisches Hofeis, gekühlte Getränke, ein kleiner Snack oder eine E-Bike-Ladestation: Immer mehr Betriebe nutzen die Nische für sich. In den kommenden Monaten rücken wir Radlerpausen auf www.landservice.de in den Fokus und stellen ausgewählte Angebote im Rahmen unserer Saisonkampagne auf unseren Social-Media-Kanälen – insbesondere Instagram – vor.

Ihre Radlerpause ist noch nicht dabei oder Sie planen aktuell ein solches Angebot? Dann melden Sie sich bei:

Lea Mußenbrock,

Beraterin für Direktvermarktung:

lea.mußenbrock@lwk.nrw.de

Tel. 0251 2376-313

Komoot nutzen

Komoot ist eine Outdoor-Navigations- und Tourenplanungs-App, die besonders bei Radfahrern, Wanderern und Mountainbikern beliebt ist. Sie hilft Menschen dabei, Routen zu planen, Orte zu entdecken und Touren aufzuzeichnen.

Wozu wird Komoot genutzt?

- Touren planen: man kann Strecken für Rad, Wandern, usw. – mit Höhenprofil, Wegbeschaffenheit und Dauer planen.
- Orte entdecken: Nutzer sehen Radlerpausen, Cafés, Aussichtspunkte, Unterkünfte, Fahrradläden usw. entlang ihrer Route.
- Navigation: Die App bietet GPS-Navigation mit Sprachanweisungen – auch offline.
- Community: Nutzer teilen ihre Touren, Highlights und Bewertungen – ähnlich wie bei Google Maps, aber für Outdoor.

Komoot ist für Radlerpausen interessant, denn der Standort kann eingetragen und als Highlight markiert werden. Radfahrer sehen es direkt auf der Karte oder in Tourenvorschlägen. So kann

man mehr Gäste gewinnen, die gezielt nach Pausenorten suchen.

Schritt-für-Schritt-Anleitung, um die Radlerpause in Komoot sichtbar zu machen ...

Komoot-Konto erstellen, falls du noch kein Konto hast:

- Gehe auf www.komoot.de
- Klicke auf „Registrieren“
- Erstelle ein Konto mit deiner E-Mail-Adresse oder melde dich mit Facebook / Google an

Die Radlerpause als „Ort“ (POI)

hinzufügen:

1. Öffne Komoot im Browser oder in der App
2. Zoome auf die Karte zum Standort deiner Radlerpause
3. Klicke mit der rechten Maustaste (am PC) oder halte auf dem Handy gedrückt auf den Standort
4. Wähle „Ort hinzufügen“
5. Gib folgende Infos ein:
 - **Name:** z. B. „Radlerpause -Willkommen!“
 - **Kategorie:** Wähle „Essen & Trinken“

- **Beschreibung:** Hebe hervor, was Radfahrer interessiert (z. B. Fahrradständer, Ladestation, Verpflegung, WC)
- **Fotos:** Lade schöne Bilder von der Radlerpause, der Hofumgebung oder Speisen hoch
- **Öffnungszeiten:** Sehr wichtig für Tourenplanung!

Deine Radlerpause in eine Route einbauen:

1. Klicke auf „**Tour planen**“
2. Wähle Start- und Zielpunkt (z. B. beliebte Radwege in der Nähe)
3. Füge deine Radlerpause als **Zwischenziel** hinzu
4. Speichere die Tour und gib ihr einen einladenden Namen wie:

„Genussrunde mit Radlerpause auf dem Hof Landblick“

5. Veröffentliche die Tour, damit andere sie finden können

Tour & Ort bewerben:

- Teile den Link zur Tour auf Social Media, Website, Google Maps, etc.
- Bitte zufriedene Gäste, dein Café auf Komoot zu bewerten oder Fotos hochzuladen
- Vernetze dich mit lokalen Radgruppen oder Tourismusbüros

Eine eigene Website mit Charme

Eine liebevoll gestaltete Website mit schönen Bildern von der Radlerpause, Öffnungszeiten, Speisen- und Getränkeangeboten.



Social Media Marketing betreiben

- Instagram & Facebook mit regelmäßigen Posts rund um die Radlerpause pflegen.
- Reels oder Stories posten und Einblicke hinter die Kulissen gewähren.

Google Maps & Bewertungen

- Den Hof und das dazugehörige Angebot auf Google My Business eintragen. Kundinnen und Kunden um Bewertungen bitten und die Bewertungen bearbeiten.

Radfahrer gezielt ansprechen

- Kooperation mit örtlichen Wander- oder Radvereinen suchen. Auch örtliche Fahrradeinzelhändler sind meist offen für Ausflugsziele in der Umgebung, um den Kunden ein attraktives Angebot zu bieten.

- Kooperation mit örtlichen Tourismusbüros. Hier Infomaterial auslegen oder um einen Eintrag in den örtlichen Veranstaltungskalender bitten

Thementage durchführen

- Zu verschiedenen Anlässen Thementage anbieten. Z. B. den „Landliebe-Sonntag“ oder den Landradel-Erlebnistag durchführen. Kleine Hofführungen anbieten, Einblicke in den Stall oder den Kontakt zu Tieren ermöglichen. Alternativ Verkostigungen von eigenen Produkten zu festgelegten Uhrzeiten anbieten.

Influencer einbinden

- Influencer, wie die Münsterlandmamas oder Trallafitti Kaline geben Tipps für Ausflüge in die Region.

<https://www.instagram.com/muensterlandmamas>

<https://www.instagram.com/trallafitti.kaline/>



WIR BERATEN SIE ZUM THEMA RADLERPAUSE!

IHR KONTAKT ZUM LANDSERVICE-BERATUNGSTEAM:



QUELENNACHWEISE

- (1) https://bmdv.bund.de/SharedDocs/DE/Anlage/StV/fahrradmonitor-langfassung.pdf?__blob=publicationFile;
- (2) https://www.vdz2rad.de/wp-content/uploads/sites/27/2025/03/Presseinfo_VDZ_Der-Fahrradfachhandel-2024.pdf
- (3) <https://www.austriatourism.com/tourismusforschung/zukunftsmap/mobilitaet/resonanz-tourismus/>
- (4) <https://bw.tourismusnetzwerk.info/2022/09/19/wie-resonanz-das-reisen-veraendert/>
- (5) <https://blog.zbp.at/welche-mega-trends-von-heute-die-jobs-von-morgen-sind>
- (6) Quelle: <https://faq.greensystems-stadtmobiliar.de/fahrradabstellplatz-planung-masse>
- (7) <https://www.velopa.de/produkte/stadtmobiliar/picknicktische-und-picknicksets/reposa-picknickset-stahl-und-bam-bus/#lg=1&slide=0>
- (8) <https://www.velopa.de/produkte/stadtmobiliar/picknicktische-und-picknicksets/repose-picknickset-holz/>
- (9) https://www.instagram.com/milchtankstelle_dieckmann

FOTONACHWEISE

Titelseite: Gertrudenhof
Seite 6: starmaro © stock.adobe.com
Seite 15: VelopA, Duisburg
Seite 30: Hof Hueske
Seite 38: Hofladen Austermann
Seite 39: ARochau © stock.adobe.com