

Mountainbike- Tourismus, Zukunftspotenziale.



Oberösterreich Tourismus
Freistädter Straße 119, 4041 Linz, Austria
+43 732 72 77-100
info@oberoesterreich.at
oberoesterreich-tourismus.at

Portrait eines Sports im permanenten Ausnahmezustand.

Der Mountainbike-Sport hat seit den ersten Gehversuchen in den 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts eine rasante Entwicklung durchgemacht. Ein Wandel, der sich – schenkt man den Visionären Glauben – auch in naher Zukunft ungebremst fortsetzen wird. Geht der Trend weg vom schweißtreibenden Kurbeln hin zum „elektrischen“ Funbiken auf durchdesignten Erlebnispisten? Ist das vollvernetzte Smartbike die Zukunft, das digital geregelt und mit der Fitness-App gekoppelt den „Flow“ des Bikers bestimmt?

Sicher ist nur eines: Die Welt des touristischen Mountainbikens ist in Bewegung. Als touristische Freizeitaktivität hat das Mountainbiken das Potenzial sich vom Nischen- zum Massenprodukt zu entwickeln.

Auf den folgenden Seiten gehen wir der Frage nach, worauf die Faszination Mountainbiken begründet ist. Wir analysieren, welche Entwicklungen den touristischen Mountainbike-Markt ausmachen, wohin die bike-touristische Reise bis 2022 gehen könnte und welche Zukunftspotenziale sich für das Urlaubsland Oberösterreich ergeben.

Inspirierende Momente und viel
Freude beim Lesen wünscht Ihnen
Oberösterreich Tourismus.

Hinweise

Aus Gründen der einfachen Lesbarkeit wurde in den Texten lediglich die männliche Ansprache herangezogen. Selbstverständlich beziehen sich alle Aussagen sowohl auf Frauen als auch auf Männer. Wir beziehen bei der Formulierung „Mountainbiker“ gleichermaßen auch E-Mountainbiker mit ein (außer es wird explizit eine Differenzierung erwähnt). Stand November 2018.

02	Vorwort
04	Grundlegendes zum Mountainbiken <ul style="list-style-type: none">– Mountainbiken ist Lifestyle– Gesellschaftliche Treiber– Der Mountainbike-Gast– Marktgröße Mountainbike
12	Tendenzen und Entwicklungen <ul style="list-style-type: none">– Mountainbike-Tourismus: Was ist derzeit gefragt?– Bedeutung und Potenzial E-Mountainbike– Vision Mountainbike-Tourismus 2022
20	Das Mountainbike-Angebot Österreichs <ul style="list-style-type: none">– Einleitung– Die Rechtslage in Österreich– Radland Österreich
22	Das Mountainbike-Angebot Oberösterreichs <ul style="list-style-type: none">– Landes-Tourismusstrategie 2022– Analyse des Mountainbike-Angebots Oberösterreichs
24	Best-Practices mit Relevanz für Oberösterreich <ul style="list-style-type: none">– Internationale Beispiele - Großbritannien– Österreichische Beispiele– Aktuelle Entwicklungen in Oberösterreich
26	Fazit und Handlungsempfehlungen für Oberösterreich
27	Kontakt – Quellenverzeichnis

Mountainbiken ist Lifestyle.

An der Wiege des Mountainbikens stand eine Gruppe von Sportlern in Kalifornien der 70er Jahre, die durch eine große Leidenschaft miteinander verbunden waren: Sich auf speziell dafür entwickelten Fahrrädern den Berg hinunterzustürzen. Da diese Bikes jenseits der 20 Kilogramm auf die Waage brachten, wurde der Weg auf den Berg so einfach und pragmatisch wie möglich gelöst: die Bikes wurden auf einen Pick-Up geladen und den Berg hinauftransportiert. Viel mehr als um von Radsport ging es diesen Leuten um Spaß. Mit zehn Jahren Verzögerung kam dieses „Bergrad“ oder Mountainbike nach Europa.

Zwischen den Anfangstagen in Kalifornien und dem heutigen Mountainbikesport liegt eine Entwicklung, die man mit gutem Recht unter dem Begriff Evolution mit Turbo-Boost zusammenfassen kann. Mit den heutigen Downhillbikes und seit sich der Enduroboom zu einem stabilen Trend verfestigt hat werden die Berge immer noch mit Aufstiegshilfen erklommen. Nur dass der Pick-Up heute „Shuttle“ oder Gondel heißt oder neuerdings Uphill-Trail für das E-Mountainbike.

Mountainbiken ist mehr als nur Sport. Es ist Lebensstil.¹

Ein Freizeit-Mountainbiker spricht aus dem Herzen über seinen Sport: „Für mich persönlich ist es meine absolute Leidenschaft. Weg vom Wettkampfgedanken, hin zu absoluter Freiheit. Mountainbiken gibt mir so unglaublich viel und nimmt mir nichts. Unendlich viele Möglichkeiten des Auslebens von was immer grad in meinem Kopf abgeht. Kreativität, Abenteuerlust, Adrenalinandrang oder das simple Abschalten unserer schnelllebigen Zeit. Hinein in meine eigene Welt.“

Ein Mountainbike ermöglicht die Freiheit vom Alltag.

Der Mountainbike-Spirit – worauf ist die Faszination begründet? Damit befasste sich die Ausgabe 7/2018 des Magazins „bike“. Es ist die Einfachheit, einfach losfahren zu können und dabei eine Prise von Freiheit zu spüren. Es ist das große Rätsel der menschlichen Psyche. Je härter das Leben ist, desto mehr sehnen wir uns nach Entspannung. Doch je mehr Luxus und Annehmlichkeiten wir um uns herum anhäufen, umso mehr wächst auch das Verlangen nach Nervenkitzel und einer positiven

körperlichen Anspannung. Dann sehnen wir uns nach einer hohen Erlebnisdichte in möglichst kurzer Zeit. Denn unsere alltägliche Getriebenheit, unser Zeitmangel zwingt zu einem optimierten Freizeiterlebnis. Es wächst die Sehnsucht nach der Natur, nach Wäldern und Bergen im Besonderen und dem Erlebnis, sich anders zu spüren als dies in der täglichen Routine möglich ist.

Das Mountainbike ist die perfekte Lösung für diese Situation. Es befreit vom Alltag, sperrt Termindruck und die Hektik der Stadt,

Mountainbiken: man rollt von Abenteuer zu Abenteuer als Ausdruck von Vitalität.

Unruhe und Mehrfachbelastung aus. Mit jedem Meter entfalteten Natur, Wald und Berge eine nahezu magische Wirkung auf das angegriffene Nervenkostüm. Die Ruhe, das „Mit-sich-selbst-allein-sein“ saugt das Alltagsgift aus dem Körper. Ein anregender Kontrast entfaltet sich durch das ruhige, gleichmäßige, nahezu meditative Treten bergauf und durch das ebenso konzentrierte Zusammenspiel von Fahrer,

Bike und Weg auf der Fahrt bergab. All diese Faktoren gemeinsam ergeben jenes tiefe Gefühl von Unabhängigkeit und Freiheit, von dem viele Mountainbiker berichten.

Im Gegensatz zum Alltag mit seiner Reizüberflutung und permanenten Berieselung ist beim Mountainbiken die Aufgabe klar: Ein Ziel will erreicht sein. Sei es der Weg an sich, ein Gipfel oder ein Ausflugsziel. Ebenso klar ist die Mission, sich aus eigener Kraft zu bewegen – was im Übrigen auch für E-Biker gilt. Mit dieser klaren Aufgabendefinition können Körper und Geist gut leben, die Konzentration auf nur eine Sache fällt einfach. Biker sind fokussiert und ganz beim Thema. Der Kopf und die Seele können sich vom Ballast befreien, erholen und entspannen sich. Es entsteht jenes Glücksgefühl, das nicht nur die Biker als „Flow“ bezeichnen.

Mountainbiker finden beim stetigen Spiel mit der Balance ihr körperliches und seelisches Gleichgewicht.²⁾

Keyfacts Mountainbike-Bewegung.

**Viele Mountain-
bike-Typen mit
unterschiedlichen
Bedürfnissen**

**Trails und Natur-
erlebnisse sind
ausschlaggebend**

**Biker wollen das
Gemeinschafts-
erlebnis**

USP-Potenziale
1.) Frauen
2.) Kinder (+ E-MTB)

Mehr leicht zu
fahrende Bike-
Erlebnisse
notwendig

Der Gast sucht
eine hohe Erlebnis-
dichte in kurzer Zeit

E-Mountainbikes...

**...erweitern den
Markt, alters- wie
konditions-
bedingt**

**... sind cool und
machen Spaß**

**...ermöglichen
aufwärts das neue
Flowerlebnis**



Die Menschen empfinden mehr Bedürfnis nach Entschleunigung und Wohlfühl-Bewegung.



Gesellschaftliche Treiber

Was bewegt die Menschen heute? Welche Strömungen haben welchen Einfluss auf die Radfahr-/Mountainbike-Bewegung? Die Beschleunigung ist eines der großen Themen unserer Zeit, die eine Gegenbewegung befeuert: Die Menschen empfinden mehr Sehnsucht nach Entschleunigung (Health/Slow Culture), mehr Bedürfnis nach „Wohlfühl-Bewegung“. Sport als reine Demonstration körperlicher Leistungsfähigkeit bzw. -steigerung ist für viele Menschen unbefriedigend geworden. Immer mehr wollen sich abseits des Optimierungswahns im eigenen Körper wohlfühlen. Heute verbreitet sich ein achtsameres Verhältnis zum eigenen Körper. Bewegung stärkt den Körper und fördert das Wohlbefinden, sie hält gesund. Dabei wird Bewegung als menschliches Grundbedürfnis neu wahrgenommen.

38 Prozent der Menschen treiben heute mehrmals pro Woche Sport. Rund 83 % der Sport treibenden Österreicher findet man im Freien (Quelle: Intersport Sportreport 2018²), in Deutschland sind es 42 % (Quelle: zukunftsinstitut.de). Heute gilt: gut und gesund ist alles an Bewegung, was Spaß macht (Health/Achtsamkeit/Movement Culture). Insbesondere das große Thema E-(Mountain)Bike wird getragen von diesen Sehnsüchten.

Parallel dazu wächst durch die Urbanisierung der Wunsch nach naturnaher Umgebung. Immer mehr Menschen leben weltweit in Ballungsräumen. Sie suchen nach Möglichkeiten, ihrem von Enge, Lärm und Trubel geprägten Lebensraum Stadt zu entfliehen, suchen die Nähe zur Natur.

Das Fahrrad erlebt besonders im urbanen Bereich aktuell eine Renaissance („Bike Boom“) und wandelt sich vom Fortbewegungsmittel und Sportgerät zum geliebten Stilgegenstand, als Ausdruck eines gelasseneren, individuellen Lebensgefühls. Für viele bekommt es die emotionale Bedeutung, die man einst Autos entgegenbrachte: Es wird gehegt, gepflegt und – ein Ausfluss der zunehmenden Individualisierung – den persönlichen Vorstellungen angepasst. Man wählt beispielsweise zwischen buntem Single-Speed für den urbanen Hipster, Retro-Armee-Rad oder modernem E-Bike (Individualisierung).

Durch wachsendes Umweltbewusstsein unterstützen mehr Menschen ökologische Fortbewegungs- und Verhaltensformen. Radfahren ist ökologisch, kostengünstig und gesund. In Städten ist man mit

dem Rad mittlerweile oft schneller am Ziel als mit dem Auto oder dem öffentlichen Verkehr. Der Hype um das E-Mountainbike wird getragen vom Aspekt der allgemeinen Mobilität, eine Strömung die weit größer ist als das Mountainbiken selbst.

Der Mountainbike-Gast

Wen sprechen wir an

Geschlecht

Der Mountainbikesport ist männlich dominiert. Bei der Angabe des Männer-Anteils gibt es allerdings große Unterschiede. Einer Schweizer Studie (Handbuch Graubünden, Bike Analyse: Befragung der bestehenden Bündner Mountainbike-Gäste 2015¹⁶.) zufolge gehen Branchenkenner von einem 20-30 %-Anteil an aktiven Mountainbikerinnen aus und erwarten, dass sich der Frauenanteil in den nächsten Jahren um einige Prozentpunkte erhöhen wird. Verglichen mit den letzten Jahren hat sich der Frauenanteil bei den Mountainbikern geringfügig erhöht. Somit stellen sie dennoch eine für die Radindustrie nicht außer Acht zu lassende Zielgruppe dar, auf deren Bedürfnisse mit geschlechterspezifischen Mountainbikes sowie ebensolchem Bike-Zubehör eingegangen werden muss.

E-Mountainbikes haben das Potenzial, eine weitere Steigerung des Frauenanteils in der Szene zu induzieren. Aslak Fyhri und Nils Fearnley vom norwegischen Institute of Transport Economics stellen in einer Studie (2015)^{b)} fest, dass Frauen das E-Bike durchschnittlich für mehr Trips pro Tag nutzen als Männer. Eine mögliche Erklärung: Frauen profitieren aufgrund ihrer geringeren Muskelkraft besonders von den Unterstützungsmotoren. Sie geben ihnen die Möglichkeit, gemeinsam mit dem Partner oder mit der Familie Fahrspaß zu erleben, der ohne E-Bike nicht oder nur eingeschränkt möglich wäre. Mountainbiken wird in naher Zukunft vor allem durch den Anstieg frauenspezifischer Angebote und Produkte noch attraktiver für sportbegeisterte Frauen werden.

Alter

Radfahren im Allgemeinen ist in allen Altersgruppen beliebt. Es gibt annähernd gleich viel Radbegeisterte über alle Altersstufen hinweg (Intersport Sportreport 2018²). Das durchschnittliche Alter der Mountainbiker liegt laut einer Leserbefragung des Delius Klasing

Verlages¹⁵. bei 40,5 Jahren. Vergleicht man die Altersstruktur über einige Jahre hinweg, wird deutlich, dass Mountainbiken keine Trend-

Mountainbiken ist eine Breitensportart geworden.

sondern eine Breitensportart geworden ist. In jeder Altersgruppe sind Mountainbiker vertreten, jedoch wird die normale Verteilungskurve immer flacher. Es zeichnet sich also ab, dass sich, bei gleichbleibendem Durchschnittsalter immer mehr

Fahrerinnen und Fahrer aus jüngeren, sowie älteren Generationen für den Mountainbike-Sport begeistern können.

Einkommen

Die Radfahr-/Mountainbike-Urlauber sind eine gut ausgebildete Gästegruppe. Ein hoher Schulabschluss und ein gehobenes Haushaltsnettoeinkommen in der Gruppe der Mountainbiker geben Hinweise auf das zugrunde liegende ökonomische Potenzial der Zielgruppe. Laut einer Studie der International Mountainbike Association (IMBA) Europe im Jahr 2015¹¹, haben 38% einen Akademischen Abschluss und somit auch ein höheres Einkommen, 40% haben mehr als 3000 Euro pro Monat zur Verfügung.

Bedürfnisse und Anforderungen der Mountainbiker

Laut einer Online-Befragung von rund 600 Mountainbikern in Österreich (Quelle: Modul University Vienna 2015¹⁴.) stehen als Motiv für das Mountainbiking „Natur und Landschaft“ (68%) sowie „Sport und Bewegung“ (49%) im Vordergrund. Danach folgen „Fitness und Kondition“ (44%), „Spaß, Freude“ (42%) sowie „Ausgleich, Erholung“ (39%).

Diese Ergebnisse werden auch durch eine Schweizer Studie (Handbuch GraubündenBike Analyse: Befragung der bestehenden Bündner Mountainbike-Gäste 2015¹⁶.) unterstützt, für die rund 3.000 befragte Bündner Mountainbike-Gäste ihre Einschätzungen wiedergaben. Die Umfrageteilnehmenden konnten fünf vorgegebene Bike-Motive nach ihrer persönlichen Wichtigkeit von eins bis fünf gewichten. So steht für die befragten Bikerinnen und Biker das Landschafts- und Naturerlebnis an erster Stelle, dicht gefolgt vom Gesundheits- und Fitnessaspekt. Das Abenteuer- und Gemeinschaftserlebnis war den Befragten Personen etwa gleich wichtig.

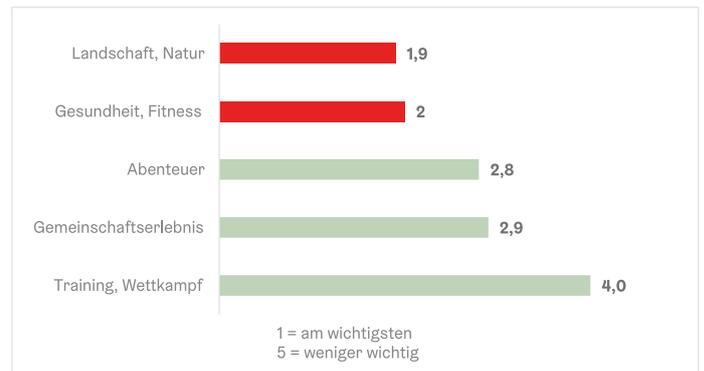


Abbildung 1: Befragung der bestehenden Bündner Mountainbike-Gäste 2015¹⁶
Quelle: Handbuch GraubündenBike Analyse
Darstellung: Oberösterreich Tourismus GmbH

Aus Gästesicht sind Trails und Naturerlebnisse ausschlaggebend.

Daneben stehen Motive, die ganz spezifisch den Bike-Urlaub und die am Urlaubsort vorhandenen Strecken betreffen. Diese Bedürfnisse auszuloten war unter anderem Ziel der BIKE- Leserbefragung des Delius Klasing Verlages im Frühjahr/Sommer 2018¹⁵, an der rd. 40.000 Leserinnen und Lesern der Radsportmagazine BIKE, TOUR, E-BIKE, FREERIDE, TREKKINGBIKE und EMTB teilnahmen.

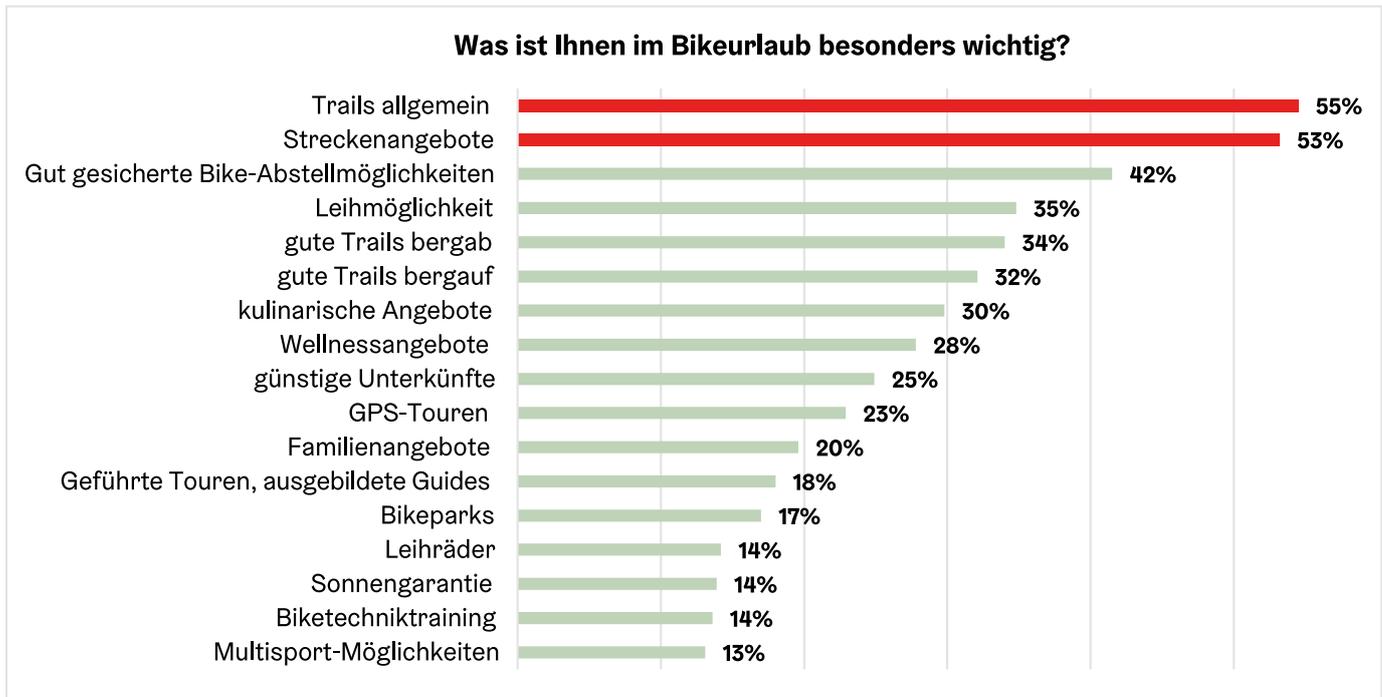


Abbildung 2, Quelle: Leserbefragung Delius Klasing Verlag 2018¹⁵ an 40.000 Leserinnen und Lesern
Darstellung: Oberösterreich Tourismus GmbH

55% der Befragten dieser Studie gaben an, dass ihnen Trails im Bike-Urlaub am Wichtigsten sind, gefolgt vom Streckenangebot (53%) sowie Abstell- und E-Bike-Verleihmöglichkeiten mit 42% bzw. 35%. Auch kulinarische Angebote rangieren weit oben. Bikeparks stehen mit 17% an 13. Stelle.

Noch detaillierter werden die Ansprüche an die Trails von einer Studie der „International Mountainbike Association“ (IMBA) aus dem Jahr 2015¹¹ erfasst. Demnach bevorzugen europäische Mountainbiker natürliche Singletrails ohne Hindernisse. Erst danach folgen schwierigere Trails mit Hindernissen und künstlichen Bauten und Flowtrails.

DIE BELIEBTESTEN TRAILS:

1. Singletrail (natürliche Oberfläche, Hindernisse umfahrbar)
2. Schwierigere Trails mit natürlichen Hindernissen und technischen Elementen
3. Flowtrails (wenig treten/bremsen, flüssig fließendes, vorhersehbares Gelände und Oberfläche)

Abbildung 3, Quelle: IMBA (International Mountainbike Association) 2015
Darstellung/Übersetzung: Oberösterreich Tourismus GmbH

Befragt nach weiteren Outdoor-Hobbies neben dem Mountainbiken geben die Sportler hauptsächlich Laufen und Wandern an. Andere unter den Bikern beliebte Sportarten sind Klettern, Schifahren oder Snowboarden (Quelle: Modul University Vienna 2015¹⁴). In Bezug auf die Motive muss erwähnt werden, dass den Mountainbikern neben

Natur, Bewegung und Spaß vor allem die gemeinsam mit Freunden und Familie verbrachte Zeit wichtig ist. Verstärkt wird dies durch das E-Mountainbike: Es erlaubt jungen mit alten, sportlichen mit unsportlichen, langsamen mit schnellen Personen zusammen unterwegs zu sein.

Biker wollen das Gemeinschafts-erlebnis mit Freunden oder Familie.

Benutzergruppen und Marktsegmente

Der durchschnittliche Mountainbiker ist theoretisch und eine Konstante existiert nicht. Zur Vereinfachung teilen wir die in der Fachwelt kursierenden, zum Teil bis zu sechs oder mehr Ausprägungsformen des Mountainbike-Sports grob in drei sich ständig verändernde und entwickelnde Kunden-Segmente ein. Jede dieser Biker-Gruppen hat unterschiedliche Bedürfnisse.

Cross Country/Marathon/Tour

- macht etwa 35 % des gesamten Mountainbike-Sektors aus
- liebt die Bewegung in der Natur
- ist sehr sportlich
- unternimmt auch längere Touren über mehrere Tage
- wünscht sich einen hohen Anteil an Forststraßen oder Wegen und nur bedingt Single Trails
- fährt ausschließlich mit Muskelkraft bergauf
- ist gut ausgerüstet und vorbereitet (GPS, Rucksack, Pannens-Equipment)
- nutzt leichte Räder, oft aus Carbon und investiert grundsätzlich viel Geld ins Material
- die „Best-Agers“ sind in dieser Gruppe stark repräsentiert

All-Mountain/Trail

- hier liegt Oberösterreichs Entwicklungspotenzial
- umfasst etwa 55 % des Mountainbike-Sektors
- der Spaß am Sport steht im Vordergrund
- ist eher sportlich
- entspricht am Ehesten dem Archetypen des „Mountainbikers“
- fährt auch bergauf, nutzt aber gerne auch Infrastruktur wie Lifte oder Shuttles
- die Bergauffahrt ist eher Mittel zum Zweck um zum gewünschten Trail zu gelangen
- nutzt bergauf auch Forststraßen und Wege
- sucht bergab ausschließlich Single Trails in verschiedenen Schwierigkeitsgraden
- die Ausrüstung erhöht die Sicherheit (Helm, Protektoren an Knien/Ellbogen, Rucksack mit Rückenprotektor)
- Räder werden aktuell schwerer und stabiler, sind mehr auf die



Bikepark Freak – Vollvisierhelm und Rundumschutz, die Klientel ist klein

- Abfahrten hin optimiert
- hat das größte Potenzial für die breite Masse
- schwimmt an den Grenzen allerdings teils in Richtung der anderen Gruppen, es wird durchaus ein bis zwei Mal im Jahr auch eine Mehrtagestour gefahren und auch der eine oder andere Bikepark besucht und ausprobiert

Gravity (Enduro/Freeride/Downhill)

- repräsentiert 10 % des Bike-Sektors
- hier steht klar das Adrenalin im Vordergrund
- findet fast ausschließlich in künstlich angelegter Umgebung (Bikepark, Trailpark, Enduro Strecken) statt
- Enduro fährt kleine Stücke auch selber bergauf, bevorzugt werden Lifte und Shuttles
- mit den reinen Downhill-Bikes ist eigentlich keine selbstständige Fahrt bergauf möglich, es sei denn es handelt sich um ein E-Bike
- fährt auf schweren, massiven Rädern mit breiten Reifen und viel Federweg
- schützt sich mit Vollvisierhelm und dicken Protektoren am Oberkörper und den Beinen
- ist die kleinste Zielgruppe unter den Bikern und tendenziell sehr jung

Fazit

Die Mountainbike-Industrie hat bei der Schaffung der Segmente einen großen Einfluss. Sie bringt neue Technologien und Produkte auf den Markt, gefolgt von Multi-Channel-Marketing-Strategien, die das Bedürfnis nach Konsum kreieren. Um ein touristisches Angebot für ein breites Spektrum an Mountainbikern aufzubauen, benötigt es Angebote aus allen drei Segmenten. Als Alternative bietet sich auch die Spezialisierung auf eines dieser Segmente an.

Marktgröße Mountainbike

Sport ist und bleibt eine beliebte Aktivität für die private Freizeit. Mehr als drei Viertel der Österreicher treiben zumindest „mehrmals pro Monat“ Sport. Für zwei Drittel der Befragten ist „aktiver Sport ein schöner Teil ihres Lebens“. Sechs von zehn Österreichern sind „zumindest einmal pro Woche“ sportlich aktiv und knapp die Hälfte aller Umfrageteilnehmer gibt an, sogar „mehrmals wöchentlich“ sportlich aktiv zu sein. Ehrgeizige 11 Prozent sporteln täglich. Rund 83 % aller aktiven Sportler begeben sich zum Sport in die Natur. Die Top drei Sportarten sind Schwimmen, Wandern und Radfahren (Quelle: Intersport Sportreport 2018²).

In diesem allgemeinen Sport-Kontext ist Mountainbiken eine wachsende globale Bewegung. Die 2015 veröffentlichte „The Alps Bike-study“⁴⁵ zur Zukunft des Radtourismus in den Alpen zeigt auf, dass es in Europa rund 18,6 Millionen Mountainbiker gibt, unter denen Italien und Österreich die beliebtesten Destinationen zum Ausüben des Sports sind.

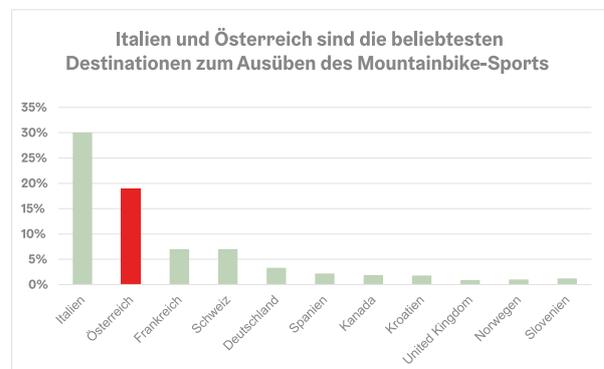


Abbildung 4, Quelle: The Alps bikestudy 2015
Darstellung: Oberösterreich Tourismus GmbH

Alein in Deutschland gibt es rund 15 Millionen⁹ Mountainbiker ab 14 Jahren. Davon sind 3,7 Millionen⁹ regelmäßig, der Rest ab und zu mit dem Mountainbike unterwegs. Gemäß Mountainbiking im Alpenverein 2015⁹ sind über 3,1 Millionen Österreicher Mountainbiker.

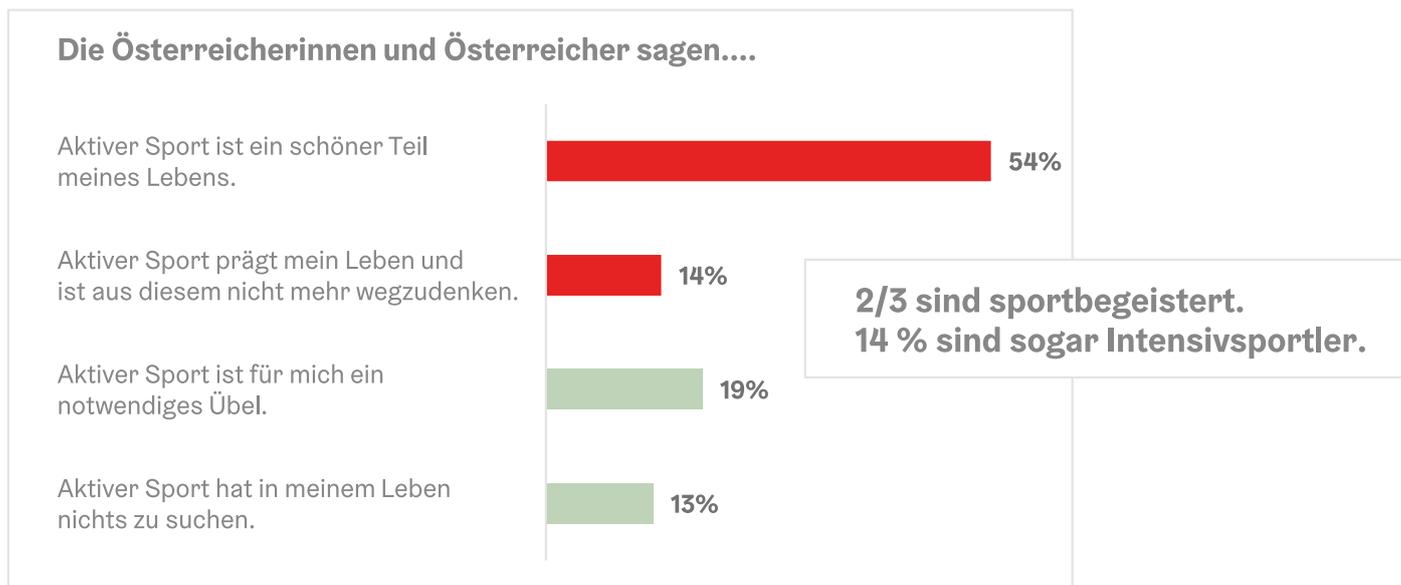


Abbildung 5, Quelle: Intersport Sportreport 2018²
Darstellung: Oberösterreich Tourismus GmbH

Der Mountainbike-Sport wird in seiner touristischen Ausprägung weiter an Bedeutung gewinnen. Nicht nur aber insbesondere in Anbetracht des E-Bike Booms, der neue Zielgruppen eröffnet, ist er eine Riesenchance für die Zukunft.

Mountainbiken, obwohl eine vergleichsweise betrachtet junge Sportart, nimmt einen festen Platz im Portfolio des (Sommer-)Tourismus ein. In vielen Regionen hat sich der Bike-Tourismus zum

Der Mountainbike-Sport ist eine Riesenchance für die Zukunft!

Mountainbiker als Gäste an. Einige davon sind in der Produktentwicklung bereits weit fortgeschritten. Andere Regionen hingegen fragen sich, ob sich angesichts dieses Vorsprungs anderer Destinationen der Einstieg in den Markt überhaupt noch lohnt.

Die Tagesausgaben der Mountainbiker mit aktuellen bzw. übereinstimmenden Zahlen zu belegen, gelingt nur bedingt. Laut Gästebefragung Tourismus Monitor Austria 2014⁹⁾ tragen Mountainbiker mit durchschnittlichen Tagesausgaben von 118 Euro pro Kopf zur Wertschöpfung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft bei. Einer Schweizer Studie (Handbuch GraubündenBike Analyse: Befragung der bestehenden Bündner Mountainbike-Gäste 2011¹⁶⁾ und ^{g)} bzw. 2015^{h)}) zufolge ergab die Befragung 2011 durchschnittliche Tagesausgaben (Kosten für die Übernachtung, den Transport und die Verpflegung) von CHF 159 pro Mountainbike-Gast. Die Erhebung 2015 ist wegen unterschiedlicher Abfrage von Ausgabebereichen nicht direkt vergleichbar, ergibt aber oberflächlich betrachtet ein ähnliches Bild. Laut Luzerner Zeitung¹⁾ im August 2018 betragen die Tagesausgaben von Mountainbikern durchschnittlich 220 Franken (rd. 193 €). Mountainbiker stellen also eine lukrative Zielgruppe dar. Fazit: Vor diesem Hintergrund betrachtet lohnt sich der Aufbau eines touristischen Mountainbike-Angebotes allemal!

wichtigen touristischen Impulsgeber entwickelt. Viele Tourismusdestinationen in den Alpen haben ihr Angebot systematisch auf diese Sportart ausgerichtet, entsprechende Infrastruktur geschaffen und sprechen gezielt die

Gemäß aktueller Zahlen des Zweirad-Industrie-Verbandes Deutschland (ZIV¹⁰⁾ aus dem Jahr 2018¹⁷⁾ hat das Fahrrad auch 200 Jahre nach seiner Erfindung nichts an Attraktivität und Faszination eingebüßt. Der Markt für Fahrräder, E-Bikes, Komponenten und Zubehör verzeichnet seit Jahren immer wieder neue Umsatzrekorde. Innovation und Qualität sind die Attribute, die den Konsumenten national und international begeistern. Es ist die Elektrifizierung des Fahrrades, die aktuell die Verkaufszahlen und die technische Innovation antreibt. Der Gesamt-Fahrrad-Markt in Österreich hatte 2017 ein Volumen von 414.000 Fahrrädern. Schon seit Jahren bewegt sich der Markt bei rund 400.000 für den Sport- und Fachhandel hergestellten beziehungsweise importierten Rädern. Erstmals seit 2014 wurde

2017 war das erfolgreichste „Fahrrad-Jahr“ am österreichischen Markt.

2017 die Schwelle von 400.000 Rädern wieder überschritten. Die prozentuelle Steigerung des Gesamtmarktes von 2016 auf 2017 beträgt ca. 4,5 %. 2017 war in absoluten Zahlen das erfolgreichste „Fahrrad-Jahr“ am österreichischen Markt seit dem Jahr 2010 (440.000 Stück).

Ein wichtiger Faktor zur Beurteilung der Marktgröße Mountainbike ist die Elektrifizierung des Fahrrads. Bei den Verkaufszahlen 2017 nach Fahrradtypen in Österreich liegen die E-Bikes mit 29 % Marktanteil erstmals an erster Stelle, wobei hier E-Mountainbikes und STVO-konforme E-Bikes zusammengefasst sind. Sie verdrängen somit die herkömmlichen Mountainbikes, die bisher den obersten Platz eingenommen haben. Wir widmen uns dem Thema „E“ aufgrund seiner wachsenden Bedeutung gesondert im Kapitel „Bedeutung und Potenzial E-Mountainbike“. (Quelle: Verband der Sportartikelerzeuger und Sportausrüster Österreichs – VSSÖ⁶⁾).

Potenzial Mountainbike-Tourismus.



Top 3

Sportarten:
Schwimmen, Wandern
und Radfahren



50 %

sporteln mehrmals
wöchentlich



83 %

aller Sportler wollen
zum Sport in die Natur

Megatrend
Gesundheit:
Vorsorge durch
Wohlfühlbewegung

Mountainbiker
stellen eine
lukrative Zielgruppe
dar

Österreich ist eine
der beliebtesten
MTB-Destinationen⁵



15 Mio.

Mountainbiker gibt
es in Deutschland,
3,1 Mio. in Ö.



2017

wurden 67.000 E-MTBs und
108.000 Mountainbikes
in Ö. verkauft



800

Räder werden pro Tag von
KTM produziert, davon
600 E-Bikes

Tendenzen & Entwicklungen.

Mountainbike-Tourismus: Was ist derzeit gefragt?

Das moderne Mountainbike-Angebot

Das klassische Touren-Mountainbiken ist längst in einer neuen Ära angekommen. Immer neuere und innovativere Angebote sollen die Antwort auf veränderte Kundenwünsche geben. Lifte und Gondeln, ursprünglich eigentlich für den Winter- und Skitourismus errichtet, und Shuttles transportieren im Sommer immer öfter Mountainbiker mitsamt ihren Sportgeräten bergwärts. Damit einher geht die Errichtung von neuen zeitgemäßen oft abfahrtsorientierteren Mountainbikestrecken (Trails oder Singletrails), gleich ganzen Bikeparks und von Trailcentern. Auf diese Begriffe werfen wir einen definierenden Blick:

Trail/Singletrail

Der Begriff Singletrail steht grundsätzlich für einen Pfad, der gerade einmal so breit ist, dass ein Bike darauf fahren kann. Nebeneinander-

Trails sind das Um und Auf einer modernen Bike-Destination!

fahren ist nicht möglich. Immer mehr Biker zieht es auf diese im Idealfall ursprünglichen, zumindest aber ursprünglich wirkenden und adaptierten Pfade. Trails bilden die Grundlage der modernen Bike-Destination und

werden ähnlich den Skiabfahrten in Schwierigkeitsgrade eingeteilt. Trailcamps und Fahrtechnikkurse sind gefragt wie nie.

Der Hype Trailfahren: Der Trend geht mittlerweile sogar so weit, besonders herausragende Strecken lieber mehrmals zu befahren anstatt nur einmal innerhalb einer tagesfüllenden Tour. Um dem gerecht zu werden entstehen immer mehr

Trailcenter

Ein Trailcenter oder Trailpark ist ein Netz an verschiedenen Trail-Strecken. Normalerweise sind es Schleifen unterschiedlicher Schwierigkeitsgrade inklusive einfacher Einsteiger-Trails. Die Strecken sind eigens für Biker angelegt, ambitionierte Trail-Shaper übertreffen sich dabei beim Bau, wobei nachhaltiges Bauen immer mehr zum Thema wird. Die Strecken münden vorzugsweise in einen zentralen Punkt, an dem sich ein Service-Center mit allen Annehmlichkeiten befindet. Ein Lift als Aufstiegshilfe kann zwar vorhanden sein, kann aber auch durch einen Shuttleservice oder neuerdings durch einen Uphill-Flow-Trail (der besonders mit dem E-Bike Spaß macht) ersetzt werden. Natürlich vorhandene Pfade oder Schmugglerwege werden mittlerweile gekonnt integriert.

Bikepark

Ursprünglich sind beziehungsweise waren Bikeparks Spots, auf denen Biker auf sicherem Terrain an ihrer Fahrtechnik feilen und Grenzgänge ausprobieren konnten, die dann draußen, im Bike-Alltag, die nötige Fahrsicherheit bringen. Die Biker versuchen sich auf Pumptracks (Wellen-Mulden-Rundkurs), dirt jumps oder jump lines (Sprunghügel) mit und ohne foampits (Schnitzelgruben) und Hindernissen in allen Schwierigkeitsstufen. In diesen Parks treffen sich immer noch echte Freaks, die tolldreiste Kunststücke mit ihren Spezialrädern vollführen. Auf der Downhill, der Abfahrtsstrecke, werden hohe Anforderungen an das Fahrkönnen und an die Technik der Bikes gestellt. Bike Parks übertrumpfen sich mit North Shores (der Biker fährt zum Teil in beträchtlicher Höhe über Stege, Rampen oder Leitern) und Drops, wo viel Mut im Vordergrund steht. Der obligatorische Vollvisierhelm und notwendige Rundumschutz haben ein radikales Image ergeben. Die Klientel ist klein. Etablierte Bikeparks entwickeln sich daher dahin, eine vergrößerte Zielgruppe anzusprechen und bauen ihr Angebot in Richtung einfachere Trails aus.

Diese modernen Einzel-Angebote verschwimmen bei angesagten Hot Spots der Biker-Szene immer mehr. Dort haben es die Anbieter geschafft, viele unterschiedliche Typen (vgl. S.8 Benutzergruppen & Marktsegmente) von Mountainbiker anzusprechen.

Die Erwartungen der Gäste

Die Bedürfnisse der Gäste verändern sich. Immer mehr Regionen erweitern ihr Streckenangebot in komplexere trendige Angebote. Diese verschieben bei den Kunden die Erwartungen noch mehr. Ein klassisches Touren-Streckenangebot auf Forststraßen, Güterwegen & Co. wird mittlerweile als Selbstverständlichkeit verstanden.

Eine moderne Mountainbike-Infrastruktur resultiert aus einem Gesamtbild von Touren-Angebot und von abfahrtsorientierteren Varianten auf legal befahrbaren gut gewarteten und beschilderten Trails in verschiedenen Schwierigkeitsstufen. Sind diese Strecken ergänzt mit Naturerlebnis-Rastpunkten und Einkehrmöglichkeiten und gestützt von Qualitäts-

Unterkünften gehen Anbieter in die Richtung einer stimmigen Mountainbike-Infrastruktur (vgl. Abb. 1-3).

Ein herausragendes Angebot ergibt sich, wenn eine gesamte Destination an einem Strang zieht, sich mit gebündelter Energie auf das Thema einlässt bzw. Bestehendes trendgerecht weiterentwickelt.



E-Mountainbiken ist wie Achterbahn fahren, egal ob Anfänger oder Profi, jeder der es ausprobiert, hat Spaß dabei.

Stefan Limbrunner
Geschäftsführer
Managing Director KTM Bike Industries



Bedeutung und Potenzial E-Mountainbike

Image im Wandel

Beäugten die „Muskelbiker“ früher die neue Technologie skeptisch, trifft das E-Mountainbike nun vermehrt auf Akzeptanz. Mehr und mehr Argumente bewirken ein Umdenken, etwa der Ausgleich von Konditionsunterschieden zum Sportpartner. Die Software in den Rädern ermöglicht es, die Unterstützungsleistung individuell abzustimmen, sodass beide am Ziel gleichermaßen ausgepowert ankommen. Ein weiteres Argument für das E-Bike ist die exakte Trainingssteuerung: Die Technik ist dermaßen schlau geworden, dass die Tretunterstützung beim Bergauffahren äußerst fein gesteuert werden kann. Auf diese Weise lässt sich auch der gewünschte Trainingseffekt punktgenau einstellen. Regenerationsfahrten nach Verletzungen, Genuss- oder „Check-the-Tour“ Fahrten sind weitere Argumente, die auch ambitionierte Sportler

Das E-Mountainbike: zukünftig ein unverzichtbares Muss?

offener und neugieriger machen. Außerdem: Die Technologie ist inzwischen so weit fortgeschritten, dass sich E-Modelle optisch kaum mehr von Modellen ohne Motor unterscheiden lassen. Es stellt sich mittlerweile die berechtigte Frage, ob langfristig gesehen das E-Mountainbike selbst für sportliche Fahrer zu einem unverzichtbaren Muss wird.

Siegeszug E-Mountainbike

Ende 2017 prognostizierte Claus Fleischer, Geschäftsleiter von Bosch eBike Systems, im Interview mit trend.at¹⁾: „Wir halten es für realistisch, dass in zehn Jahren jedes zweite neu verkaufte Fahrrad in europäischen Kernmärkten ein E-Bike ist“. In der Absatzmarktbeurteilung zählt Österreich zu den E-Bike-Vorreitern und lag 2017 laut Verband der Sportartikelhersteller und Sportausrüster Österreichs

Seit 6 Jahren steigen die Verkaufszahlen für E-Bikes.

(VSSÖ[®]) hinter den Niederlanden und Belgien auf Platz drei der Länder mit dem größten Absatz bei Elektrorädern. Auf Rang 4 und 5 finden sich die Schweiz und Deutschland. Bereits seit 2012 gibt es eine kontinuierliche Steigerung der Verkaufszahlen für E-Bikes. 2016 war mehr als jedes fünfte verkaufte Fahrrad in Österreich ein E-Bike (21,8 %). Bei den Verkaufszahlen 2017 nach Fahrradtypen in Österreich liegen die E-Bikes (E-Mountainbikes und

E-Bikes STVO zusammengefasst) mit 29 % erstmals an erster Stelle. Die stark steigende Tendenz weist bereits jetzt in Richtung eines Drittels am Gesamtmarkt.

E-Bikes STVO zusammengefasst) mit 29 % erstmals an erster Stelle. Die stark steigende Tendenz weist bereits jetzt in Richtung eines Drittels am Gesamtmarkt.

Betrachtet man dieses Segment genauer, haben die E-Mountainbikes

Der Markt für Mountainbikes stagniert. E-Bikes fangen diese Rückgänge auf.

die motorbetriebenen Stadträder (E-Bikes STVO) mengenmäßig bereits überholt. Mehr als 67.000 Stück wurden 2017 verkauft, das sind 16,2 % des Gesamtmarktes. Diese Zuwächse gehen unmittelbar einher mit Einbußen im Bereich der herkömmlichen Mountainbikes. Diese fallen zurück von mehr als 33 % Prozent Marktanteil im Jahr 2016 auf 26 % im Jahr 2017.

Die Elektrifizierung verschiebt die Aufteilung in den Verkaufssegmenten deutlich in Richtung „E“ und hierbei signifikant in Richtung E-Mountainbike statt klassisches Mountainbike.

	2017 (%)	2017 (Stk.)	2016 (%)	2016 (Stk.)	2015 (%)	2015 (Stk.)
Kinder- und Jugendräder	11,1	45.954	12,6	50.022	11,7	45.630
Citybikes	5,5	22.770	4,4	17.468	7,1	27.690
Trekking Bikes	14,3	59.202	10,4	41.288	11,8	46.020
Crossbikes (Offroad)	7,9	32.706	9,8	38.906	10,9	42.510
Mountainbikes	26	107.640	33,6	133.392	34,3	133.770
Rennräder	2,3	9.522	3,7	14.689	3,6	14.040
E-Bikes STVO	12,9	53.406	21,8	86.546	19,8	77.220
E-Mountainbikes	16,2	67.068				
Sonstiges (Lastenfahräder)	3,8	15.732	3,7	14.689	0,8	3.900

Abbildung 6, Quelle: Verband der Sportartikelhersteller und Sportausrüster Österreichs - VSSÖ 2018
Darstellung: Oberösterreich Tourismus GmbH

Für die Industrie sind E-Mountainbikes also die große Zukunftshoffnung. Der Markt für Mountainbikes insgesamt stagniert. E-Bikes fangen diese Rückgänge auf. Und beflügeln aufgrund des höheren Verkaufspreises die Wertschöpfung. Je kleiner, leichter und günstiger die Akkus werden, desto größer wird die Nachfrage. Das E-MTB der Zukunft wird unter 20 kg wiegen. Zusätzlich wird es mit kleinem Motor ausgestattete „E-MTBs light“ mit einem Gewicht von unter 15 kg geben.

” Uphill ist gleich Downhill. Mit diesem Spaß-Versprechen treten E-Mountainbikes an.

“

Die Bedeutung des E-Mountainbikes für den Tourismus

Welche Bedeutung wird das E-Mountainbike künftig für den Tourismus und die touristische Angebotsentwicklung haben? Dazu eine Sammlung an Fakten und Gedankensplittern, die aus touristischer Sicht Gewicht haben:

- Warum sind E-Mountainbikes so beliebt? Ganz klar: Sie machen unglaublich viel Spaß und sie sind cool. Die Räder sind modern und attraktiv designt und haben großes Potenzial zum Statussymbol. Zusammengenommen sind diese „soften“ Faktoren bereits recht schlagkräftige Argumente für einen gelungenen Urlaub.
- Die E-Technologie ist die wahr gewordene Hoffnung, den Sport massentauglicher zu machen. Durch den E-Antrieb wird Mountainbiken von vielen Menschen erst jetzt „neu“ entdeckt. Die Einstiegs-hürde wird deutlich gesenkt, es ergeben sich neue Konstellationen, gemeinsam auf Fahrt zu gehen und Sport zu betreiben. Das „E“ erweitert den Markt, alters- wie konditionsbedingt.

– Das „E“ macht den Berg flacher: Mit E-Bikes macht man sich von Bergbahnen oder (durchwegs als mühsam empfundenen) Shuttles unabhängig. Biker gelangen manchmal sogar schneller und komfortabler auf den Berg und sind nicht mehr auf Betriebszeiten von Seilbahnen beschränkt. Oder von der Anbieterseite her betrachtet: Bikeparks oder Trailcenter sind nun auch in Gegenden denkbar, in denen es keine Seilbahnen gibt.

Durch das „E“ wird modernes Mountainbike-Angebot auch in Gegenden ohne Seilbahnen möglich.

– Das Mountainbike ist aus heutiger Sicht das SUV unter den Fahrrädern. Viele (Städter) kaufen es nicht, um ins Gelände aufzubrechen, sondern benutzen es auch und vor allem in der E-Version im ganz normalen (Stadt-)Alltag. Für den Tourismus bedeutet das: Diese Genuss-Biker sind ein Marktpotenzial, sie werden in den nächsten Jahren möglicherweise auch unsere Mountainbike-Gebiete besuchen. Sie wollen zeit-optimierte und kontrollierte Natur-Abenteuer, oft als Gemeinschaftserlebnis.

– Kinder-E-Bikes: Laut der Ausgabe Juni/Juli 2018 der Zeitschrift „SportAktiv“⁸³ haben derzeit nur einige wenige Hersteller Kinder-Modelle mit E-Antrieb im Programm. Große Erfahrungswerte gibt es noch nicht. Dass kommende Generationen in einer völligen E-Mobility-Welt nur noch mit

E-Bikes radeln, wollen wir uns nicht ausmalen. Fakt ist, die Kinder

bekommen mit dem E-Bike richtig Lust aufs Biken, haben viel Spaß und sind bei Ausflügen dabei, bei denen sie sonst zu Hause bleiben würden. Die ganze Familie kann gemeinsam biken. Wenn 13 % der Mountainbike-Gäste von Partnern und Kindern begleitet werden, 9 % in verschiedenen Familien-Settings wie „Vater und Sohn“ oder „mit Kindern“ unterwegs sind (Handbuch GraubündenBike Analyse: Befragung der bestehenden Bündner Mountainbike-Gäste 2015¹⁶) und mehr Frauen (vgl. S.6 Geschlecht) und Kinder durch die E-Mobilität angesprochen werden können, so lassen sich daraus touristische Zukunftspotenziale ableiten.

Mit wem ist der Mountainbike-Gast unterwegs?

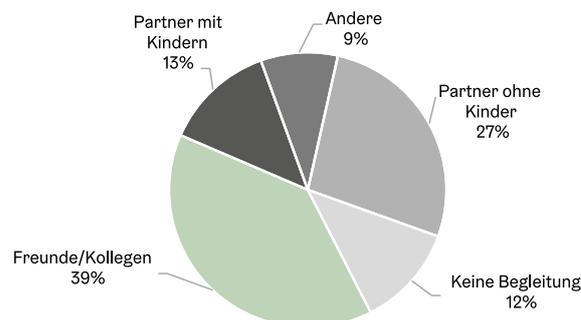


Abbildung 7, Quelle: Handbuch GraubündenBike Analyse: Befragung der bestehenden Bündner Mountainbike-Gäste (2015)¹⁶
Darstellung: Oberösterreich Tourismus GmbH

Unterstützung findet diese These durch den kürzlich veröffentlichten Intersport Sport Report 2018. Fast alle Österreicherinnen und Österreicher finden, Kinder sollten viel mehr Sport betreiben bzw. Radfahren lernen, knapp 90 % sagen „Gemeinsame Radausflüge als Familie fördern den Zusammenhalt der Familie“ und 50 % fahren mehrmals pro Monat oder öfter gemeinsam mit den Kindern Rad.

Die Rennszene und das E-Mountainbike

Kann das E-Mountainbike am Wettkampfssektor das „normale“ Mountainbike ablösen? Stimmt es, dass Rennformate für E-Biker mehr Spannung, mehr Spaß und mehr Zusammenhalt bringen? Bei der Enduro One Serie mit ihren sechs Rennen können sich wagemutige E-Enduristen in einer eigenen Wertungsklasse messen. Bei den German EMTB Masters geht es in vier Rennen nur ums E-Mountainbike und auch bei der Salzkammergut-Trophy gibt es seit einigen Jahren ein spezielles E-MTB-Rennen. Klassische MTB-Wettbewerbe wird es selbstverständlich auch in Zukunft geben. Das richtige Format für ein E-MTB-Rennen muss allerdings noch gefunden werden. Die Teilnehmerzahlen der derzeitigen Formate stagnieren.



**Mehr und mehr
Frauen erkennen das
Rad als Fitness- und
Lifestyle-Gerät.**



Vision Mountainbike-Tourismus 2022

Die Beleuchtung des E-Mountainbikes und seiner Bedeutung für den Tourismus aus dem vorherigen Abschnitt (vgl. S.13) hat auch für die Vision eines Mountainbike-Tourismus der Zukunft große Relevanz. Es ist kein Ausblick in die Zukunft des Mountainbikens möglich, ohne dieser Thematik große Beachtung zu schenken. Bei den eMTB-Tourismus Studientagen in der Schweiz im April 2018 war sich die Branche einig, dass der Aufstieg der E-Mobilität die gesamte Rad- und Tourismus-Branche massiv verändern wird.

Die gesellschaftliche Entwicklung (vgl. S.6) lässt langfristig gesehen ein vergrößertes Mountainbike Interesse annehmen. Es wird mehr Nachfrage in Richtung fix fertig konsumierbare, zeit-optimierte und sichere „Abenteuer“ entstehen. Ein Engagement, das die Infrastruktur und die notwendigen Investitionen aufbringt, wird dafür vonnöten sein. Das intensive aber nachhaltige Naturerlebnis wird 2022 noch mehr im Zentrum stehen.

Durch städtische Radmobilitätskonzepte wird sich eine breitere Akzeptanz und stärkere Verankerung des Radfahrens in der Gesellschaft ergeben. Mobile Pumptracks und für alle einfach zu fahrende Bike-Erlebnisse im städtischen Nahbereich können die Neugier noch mehr wecken. Auch das Thema Bike-Leasing ist im urbanen Bereich im Kommen. Diese Tendenzen unterstützen die Etablierung des Bikes im Alltag und damit auch das Interesse für ein touristisches Rad-/Mountainbike-Angebot.

Durch weiter fortschreitende Technikverbesserungen unterstützt vom Image-Wandel beim E-Mountainbike fühlen sich mehr Menschen ermuntert, das touristische Angebot auszuprobieren. Für diese neuen Zielgruppen müssen mehr entsprechend niederschwellige Angebote geschaffen werden, die im Multiplikatoreffekt wiederum zusätzliche Interessenten anziehen werden.

Harald Maier, der Initiator des MTB Tourismus Kongresses Österreich, sieht im Jahr 2030 „keine Bike-Hot-Spots mehr, sondern flächendeckende Angebote, naturbelassene Wege, die Vorarlberg mit dem Burgenland verbinden. Ähnlich dem Wanderwegenetz im alpinen Raum, das jeder nutzen kann. Und andererseits wegen des Naturschutzes gesperrte Gebiete.“ (Quelle: Magazin bike 2/18⁷). Kompakte Trail-Netze werden zunehmen. In einigen Regionen wird fieberhaft an Konzepten getüftelt, um sich für Biker noch mehr aufzuhübschen. Bikeparks werden erweitert, um neben der Downhill-Klientel auch Trail-Biker und Familien anzulocken.

Es braucht daher in der Angebotsentwicklung auf touristischer Anbieterseite eine größere Dimension von vernetztem Denken und gemeinsamen Handlungsableitungen. Neue Ansätze im Wegeunterhalt werden in jedem Fall gute Dienste tun. Wird es dank der Technologisierung automatisierte Abrechnungsmöglichkeiten geben, die eine Trail-Gebühr im Centbereich direkt via Smartbike abbuchen?

Die Digitalisierung zwingt ständig zu neuen Denkansätzen und Handlungsableitungen. Schon heute ist Vernetzung beim Biken Alltag: die Routing-App Komoot, die Trainings-App Strava, das Suspension-Abstimmungs-Tool Shockwiz von Sram, oder auch die per Handy programmierbare Di2-Schaltung von Shimano. Wir stehen hier erst am Anfang. Das COBI.bike System beispielsweise macht ein normales Fahrrad oder E-Bike heute schon zum vollvernetzten Smart Bike. Es vereint wesentliche Funktionen des Fahrrads mit intelligenten Softwarefunktionen: Radfahr-App, 3D Turn-by-Turn-Navigation, Echtzeit-Fitnessdaten und Live-Wetter, Schnittstellen zu Komoot und ähnlichen Apps, automatisches Lichtsystem, 360°-Sicherheit Alarmanlage, digitale Klingel und Hub-Authentifizierung. Selbstverständlich mit Sprachausgabe und integrierter Ladestation.

Mountainbike-Tourismus 2022: Wohin geht die Reise?

**Das
E-Mountainbike
ist das Standard-
Bike**



**Es existieren
kompakte Trail-
Netzwerke**

Niederschwellige
Angebote, leicht
fahrbar für alle, sind
umgesetzt

Fertig
konsumierbare
sichere ‚Abenteuer‘
bestimmen das
Angebot

Das (vollvernetzte)
E-Bike ermöglicht
Fun-biken für eine
breite Zielgruppe

**Die Gegenposition:
der back-to-the-
roots-Spot**



**Mountainbiken ist
ein Ganzjahres-
Thema**



Das intensive aber nachhaltige Naturerlebnis wird 2022 noch mehr im Zentrum stehen.



„Um mal zu raten: Jeder Zweite wird bis 2027 ein vernetztes Bike haben“, glaubt Andreas Gahlert, Chef von Cobi. Die Industrie wird die Konnektivität mit Sicherheit weiter vorantreiben. Wird die Vernetzung, ähnlich wie beim Auto, zum Standard werden? Kommt die nötige Energie von im Lenker eingebauten Solarzellen? Canyon-Designer Peter Kettenring ist sich sicher: „Beim Smartbike der Zukunft kommunizieren alle Komponenten untereinander. Die Sensorik macht auf Wartungsintervalle aufmerksam, stellt den Dämpferdruck ein, oder kontrolliert den Reifendruck“. (Quelle: Magazin bike 2/18⁷).

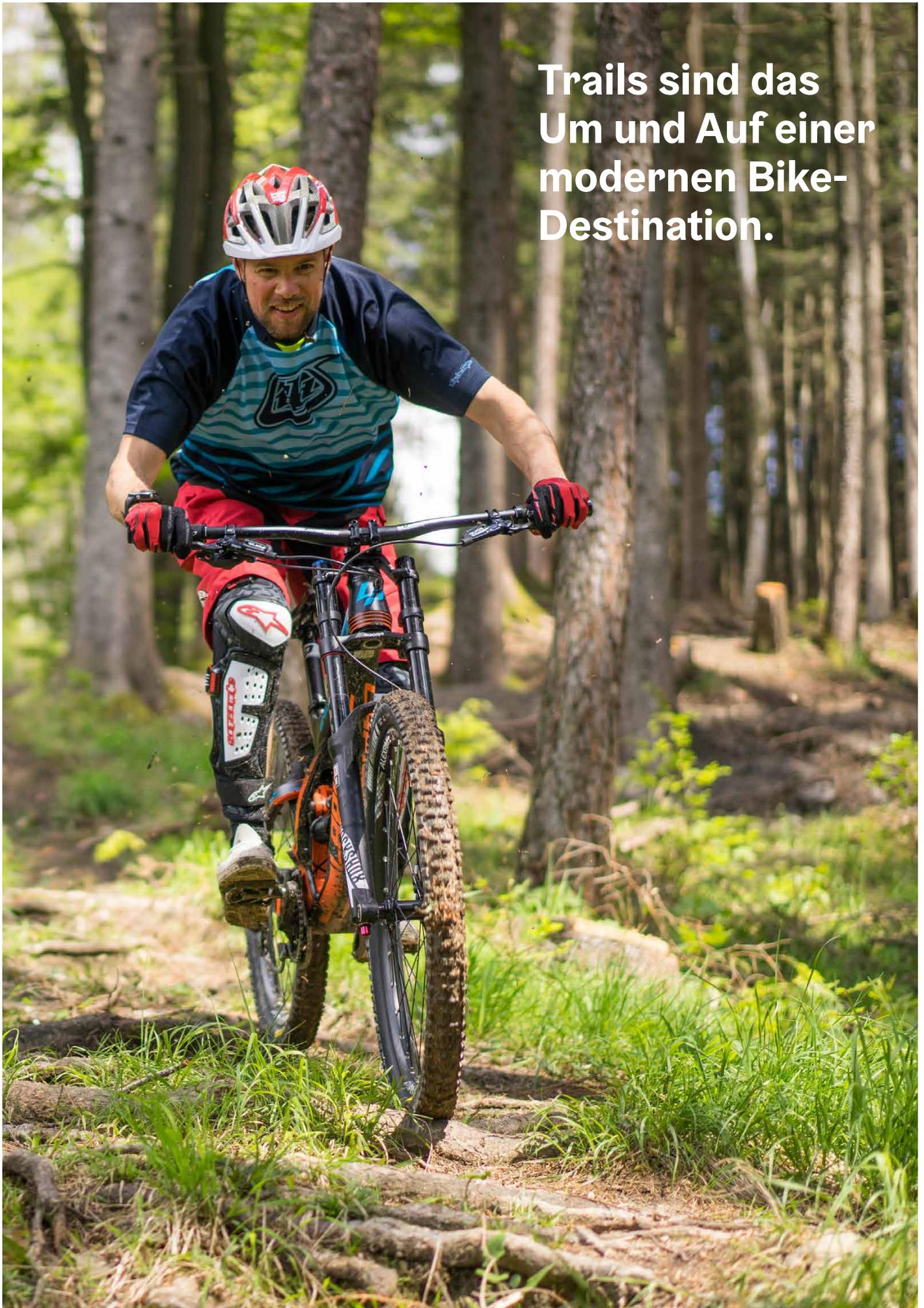
So schafft die Digitalisierung zukünftig neue Fahrerlebnisse. Die Technikunterstützung bringt eine Demokratisierung des Mountainbikens mit sich, die breiten Schichten einen einfachen Zugang zur Natur ermöglicht. Der Trend hin zum Genuss wird mehr E-MTB Destinationen entstehen lassen als solche für herkömmliche Biker. Ein Trend, der noch langfristiger gesehen, allerdings auch die Notwendigkeit mit sich bringen kann, den Zugang zur Natur strikter einzuschränken als dies etwa heute der Fall ist.

In einer Gegenbewegung zur Digitalisierung wird es allerdings auch Verfechter des klassischen Bikens geben. Die Puristen, Menschen mit großem Respekt vor der Natur, die den Sport frei von jeder Technik betreiben, in seiner kompletten Echtheit als Heiligtum der Ursprünglichkeit. Regionen, die sich bereits jetzt in diese Richtung positionieren, können zukünftig von dieser Zielgruppe profitieren. Die „Digitalisierungs-Verweigerer“ können aber auch eine Chance für Destinationen sein, die die Entwicklung zur vollen digitalisierten Bike-Destination nicht rechtzeitig eingeleitet haben.

Auch klimatische Veränderungen werden Einfluss darauf nehmen, wie sich das Mountainbiken als Urlaubs- und Freizeitsportart weiterentwickelt. Die globale Erwärmung verändert Landschaftsbilder, Gletscher schmelzen zunehmend ab, die Saison für Mountainbiker verlängert sich. Auf Dauer betrachtet wird Mountainbiken ein Ganzjahres-Thema.

Für niedrig gelegene Ski-Destinationen wird die Mountainbike-Ausrichtung lohnend sein.

Reagieren wir tourismusstrategisch ausreichend auf die klimatischen Veränderungen? Für die schneelose Zeit alternative Tourismuslösungen anzudenken erscheint vor diesem Hintergrund sinnvoll. Für Seilbahnbetreiber wird die zusätzliche Ausrichtung auf das Thema Mountainbiken längerfristig betrachtet touristisch lohnend sein.



**Trails sind das
Um und Auf einer
modernen Bike-
Destination.**

Das Mountainbike-Angebot Österreichs.

Einleitung

Vom Magazin SportAktiv⁸ nach dem Stand des biketouristischen Angebots in Österreich befragt, sieht der Initiator des Mountainbike-Tourismus-Kongresses Österreich, Harald Maier, die Situation nicht ausschließlich positiv: „Österreich hat zwar die idealen Voraussetzungen, um die Mountainbike-Destination Europas zu werden. Dazu ist jedoch noch etliche Bewegung notwendig.“

Derzeit liegen nach Einschätzung Maiers international renommierte Bike-Destinationen wie Graubünden, Südtirol, Schottland und teilweise auch Tschechien in der Entwicklung vor Österreich. Ausgenommen einiger Hotspots wie Saalbach, Kitzbühel oder die Petzen.

„Österreich hat zwar die idealen Voraussetzungen, um die Mountainbike-Destination Europas zu werden. Dazu ist jedoch noch etliche Bewegung notwendig.“

attraktiven Angebot für diese Zielgruppe arbeiten. Experte Maier ist sich sicher: „Klassische Bikepark-Strecken können weniger als 15 Prozent der Mountainbiker mit Spaß genießen. Einfach zu fahrende Trails haben dagegen das Potenzial, von Jung und Alt, von Profi und Anfänger gefahren zu werden.“ (Quelle: www.sportaktiv.com)

Die Rechtslage in Österreich

Die für den Mountainbike-Sport in Österreich wesentliche Rechtsvorschrift ist der §33 des Forstgesetzes. Dieser regelt einerseits den freien Zutritt zum Wald für Erholungszwecke. Sein Absatz 3 verbietet allerdings das Befahren des Waldes mit jeglichen Fahrzeugen – und damit auch mit Fahrrädern im Allgemeinen und Mountainbikes im Besonderen. Eine Ausnahme davon ist von der Zustimmung des Grundbesitzers (auf Wanderwegen und Singletrails) beziehungsweise des Wegehalters (bei Forststraßen) abhängig. Die Freigabe von Mountainbike-Strecken kann daher in Österreich nur jeweils individu-

ell mit Grundbesitzern und Wegehaltern vereinbart werden. Die steigende Bedeutung des Mountainbikens als Freizeit- und Urlaubssport hat daher in den Bundesländern zu recht unterschiedlichen Modellen geführt, die Mountainbike-Infrastruktur abzusichern und auszubauen. Eine Wegehalter- und Betriebshaftpflichtversicherung wurde über die Oberösterreich Tourismus GmbH abgeschlossen.

Diese Vorgehensweise mit der Konsequenz, dass freigegebene Biketouren explizit ausgeschildert sind, wird laut einer Studie der Modul University Vienna (2015¹⁴) durchwegs positiv bewertet. Denn sie stellt sicher, dass Planung und Ausbau der Mountainbike-Infrastruktur im Konsens aller Interessensgruppen erfolgt. Gleichzeitig lenkt und kanalisiert die Einrichtung öffentlicher Mountainbike-Strecken die Besucherströme und ist damit in der Lage, potenzielle Konflikte mit anderen Wegnutzern, etwa Wanderern, schon im Vorfeld zu entschärfen. Das führt in weiterer Folge auch zu mehr Sicherheit für alle Freizeitsportler, die sich im Wegenetz bewegen.

Laut oben genannter Studie sehen befragte Tourismusexperten eine generelle Wegfreigabe eher skeptisch. Die Gesetzeslage sei gegenüber den Nachbarländern nicht nachteilig, da auch dort oft verwirrende Regelungen herrschen, die vom Mountainbiker nicht eindeutig interpretiert werden können. Die vollständige Wegfreigabe würde hingegen bisher vorhandene Einflussmöglichkeiten auf die Waldnutzer und den Naturschutz infrage stellen.

Radland Österreich

Mit der Zielsetzung einer besseren Positionierung und optimaler Bewerbung des Radlandes Österreich wird in einem gemeinsamen Schulterschluss von sieben Landes-Tourismusorganisationen und der Österreich Werbung eine dreijährige Kampagne, beginnend mit 2019, ausgerollt. Darin werden die Leitprodukte Österreichs in den Segmenten Genussrad, Mountainbike ganz gezielt in den jeweiligen Communities über digitale Medien und Kooperationen beworben. Als Märkte dienen Deutschland und die Niederlande für Genussrad, sowie Deutschland und Tschechien für Mountainbike. Ab 2020 wird zusätzlich das Segment Rennrad in die Kampagne aufgenommen.

Ein Mountainbike
ermöglicht die
Freiheit vom Alltag.



Das Mountainbike-Angebot Oberösterreichs.

Landes-Tourismusstrategie 2022

Die Oberösterreichische Landes-Tourismusstrategie 2022¹⁸ legt die Leitlinien für die Entwicklung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft Oberösterreichs in den kommenden Jahren fest. Sie definiert sieben Motivbündel, die in ihrer Gesamtheit die Motive der Gäste abbilden und die für die gesamte Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Bundesland Gültigkeit haben: Aus-Zeit (mit Familie, Freunden, Genießen & Wellness), Gesundheits-Zeit, Kultur-Zeit, Event-Zeit (sportliche und kulturelle Großveranstaltungen), Arbeits-Zeit (Geschäftstourismus), Rundreise-Zeit und Aktiv-Zeit (sportliches Naturerlebnis, unter anderem Radfahren, Rennradfahren, Mountainbiken).

Bewegung in der Natur und damit auch konkret Mountainbiken spielt in diesem Kontext eine wesentliche Rolle. Das aktive Erleben von Natur und Landschaft ist ein wesentliches Urlaubsmotiv der Gäste. Unterschiedliche Naturräume als Bühne des touristischen Erlebens sollen daher künftig verstärkt in Produktentwicklung und Marktkommunikation integriert werden. Die Weiterentwicklung des Angebotes für – auch sportliche – Naturerlebnisse erfolgt in einer engen Abstimmung der touristischen Interessen mit jenen des Natur- und Umweltschutzes.

Die künftige Entwicklung des touristischen Mountainbike-Angebots in Oberösterreich richtet sich einerseits nach diesen strategischen Prämissen aus, erfolgt aber andererseits in einer über die Tourismusbranche hinausreichenden Vernetzung mit Kooperationspartnern aus Wirtschaft und Sport. Der Aufbau einer Allianz aus Wirtschaft und Tourismus schafft wechselseitigen Nutzen und öffnet Kanäle für gemeinsame Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen. Beispielgebend dafür ist die bereits bestehende enge Zusammenarbeit des international erfolgreichen Fahrradherstellers KTM Fahrrad mit Oberösterreich Tourismus zur Nutzung gemeinsamer Stärken und Synergien in den Bereichen Produktentwicklung und Marketing.

Analyse des Mountainbike-Angebots Oberösterreichs

Derzeit sind in Oberösterreich rund 3.000 Kilometer Mountainbike-Touren freigegeben. Der Hauptanteil liegt im Salzkammergut, im und rund um den Nationalpark Kalkalpen und im Mühlviertel. Es gibt eine 5,6 Kilometer lange Downhill-Strecke am Feuerkogel in Ebensee, den Bikepark Wurzbauerkogel in Windischgarsten mit vier Trails, einen

Oberösterreichs Potenzial: Entwicklung von Trails und trendgerechtem Bike-Angebot.

fünf Kilometer langen touristisch vermarkteten Singletrail auf der Wurzeralm in Spital am Pyhrn, der Cross-Country-Park mit permanentem Zeitmess-System in Lichtenberg, die Bike Arena Obertraun, eine Cross Country Strecke auf internationalem Wettkampfniveau und im Kremstal entsteht derzeit ein legaler Mountainbike Trail (ca. 300hm) sowie in Kirchdorf ein asphaltierter Pumptrack (850 qm). Die Salzkammergut Mountainbike Trophy, Österreichs größter Mountainbike-Marathon, und der Granit-Marathon in Kleinzell/Mühlviertel sind Beispiele für Veranstaltungen, die das Mountainbike-Image Oberösterreichs stärken und Multiplikatoreffekte bewirken.

Im Vergleich zu anderen Bundesländern ergibt sich für Oberösterreich ein großes Potenzial bei der Entwicklung von Trails und trendgerechten Mountainbike-Angeboten, wie eine Analyse¹⁹ der Stärken und Schwächen in diesem Bereich deutlich aufzeigt:

Stärken

- Bekanntheit Dachsteinrunde
- Trans Nationalpark
- Mountainbike Events (Salzkammergut Trophy, Granitmarathon,...)
- Voralpen und Hügelland
- Zusätzliches Angebot (Outdoor-Erlebnis)
- Bundesforste und Landwirtschaftskammer als Partner
- Großes vorhandenes Wegenetz, zum Teil brachliegend
- Wurbauerkogel und Pyhrn-Priel Trailogie als Beweis für Entwicklungschancen

Chancen

- Die Märkte liegen vor der Haustür
- Einsteigerfreundliche Topografie
- Potenzial für neue Strecken und Trails
- Gemeinsame Positionierung
- Angebot für Familien
- Besucherlenkung MTB/Wanderer
- Gastroangebot für Einsteiger
- HOT Spots für Kommunikation nutzen
- Skill-Trainings
- Shared-Trail Konzept
- Leihmöglichkeiten
- Lifestyle Hotspot
- Drei-Länder-Potential (Mühlviertel, Bayern, Tschechien)
- Bike Shops
- Den Transfer von der Stadt zum Lifestyle Hotspot entwickeln
- Bedürfnis nach Bewegung, Natur steigt
- Elektroforciertes Fun-Biken
- Gemeinschaftserlebnisse

Schwächen

- Naturerlebnis fehlt in der Kommunikation
- Mühlviertel wenig bekannt als Mountainbike Destination
- Einheitliche Beschilderung
- Streckenangebot an qualitativen Trails
- (MTB-)Unterkünfte
- „Bikeort“ (Infrastruktur)
- Übergeordnete Kommunikation
- Kein breites Spektrum an Szene-Events
- Strecken für Uphill Flow

Bedrohungen

- Schwierige Abstimmung zwischen Grundbesitzern und Angebotsentwicklern
- Wer übernimmt den Lead bei Projekten?
- Große Konkurrenz
- Konfliktpotenzial Einheimischer Biker
- Viele Stakeholder

Best-Practices mit Relevanz für Oberösterreich.

Nachfolgende nationale und internationale Best-Practice-Beispiele als unverbindliche Empfehlung ergeben das Wissen über praxistaugliche erfolgreiche Projekte. Sie sind eine Unterstützung für die Entwicklung von marktfähigen Produkten und Dienstleistungen.

Internationale Beispiele - Großbritannien

Süd-Schottland – 7 Stanes

7 Stanes, Stane ist das schottische Wort für Stein, steht für die sieben schottischen Trailcenter Glentool, Kirroughtree, Dalbeattie, Mable, Ae, Glentress und Newcastleton. Die 7 Stanes setzen sich zum Ziel, den Bikern das Ausüben ihres Sports so einfach wie möglich zu machen. Die sieben Trailcenter haben sich zu einem Vermarktungsverbund zusammengeschlossen, um das Biken einer möglichst breiten Masse an Leuten zu ermöglichen. Die zentrale Website gibt Auskunft über die einzelnen Parks, die nur kurze Autofahrten weit auseinanderliegen. Auch die Routen-Konzepte sind Gemeinschaftssache. Jede Location bietet Trails sowohl für Anfänger als auch für versierte Fahrtechniker. Perfekt ausgeschildert führen die Routen durch die Hügellandschaft Schottlands. An Seen und Schlössern vorbei, aber nie an urbanen Zonen oder hektischen Verkehrsadern. www.7stanes.com (Quelle: www.bike-magazin.de).

Wales – Nothing but flow

Mit der Idee, Hügelketten für Biker nutzbar zu machen ohne dafür Lifte bauen zu müssen, steht England an der Wiege des Konzepts Trailcenter. Inzwischen gibt es etwa alleine in Wales insgesamt sieben derartige Parks: Coed y Brenin, Coed Llandegla, Antur Stiniog, Bwlch Nant yr Arian, Cwmcarn, Afan Forest Park, Bike Park Wales bei Merthyr Tydfil. (Quelle: www.bike-magazin.de) Wales suchte, nach dem Ende des Kohlebergbaues in die Krise schlitternd, nach neuen Ideen für die Zukunft. Die Bike-Projekte helfen einerseits, die der Natur geschlagenen Wunden des Raubbaus zu heilen. Andererseits bringen die Trails den Tourismus auf Touren. Als Highlight gilt der im Afan Forest Park gelegene Skyline-Trail. Eine 46-Kilometer-Schleife, davon die Hälfte als kaum handtuchbreiter Singletrail durch eine Landschaft mit sprödem Charme. (Quelle: www.emtb-news.de/news/spot-check-bikepark-wales). Der BikePark Wales bei Merthyr Tydfil ist ein Radsportzentrum, das mit Staatsdarlehen und Zuschüssen der walisischen Regierung errichtet wurde. Zusätzlich unterstützt wurde das Bauvorhaben durch einen EU geförderten Projektzuschuss für nachhaltigen Tourismus. Der Bikepark befindet sich auf einem gepachteten Grundstück und ist privat geführt. (Quelle: www.bike-magazin.de)

Österreichische Beispiele

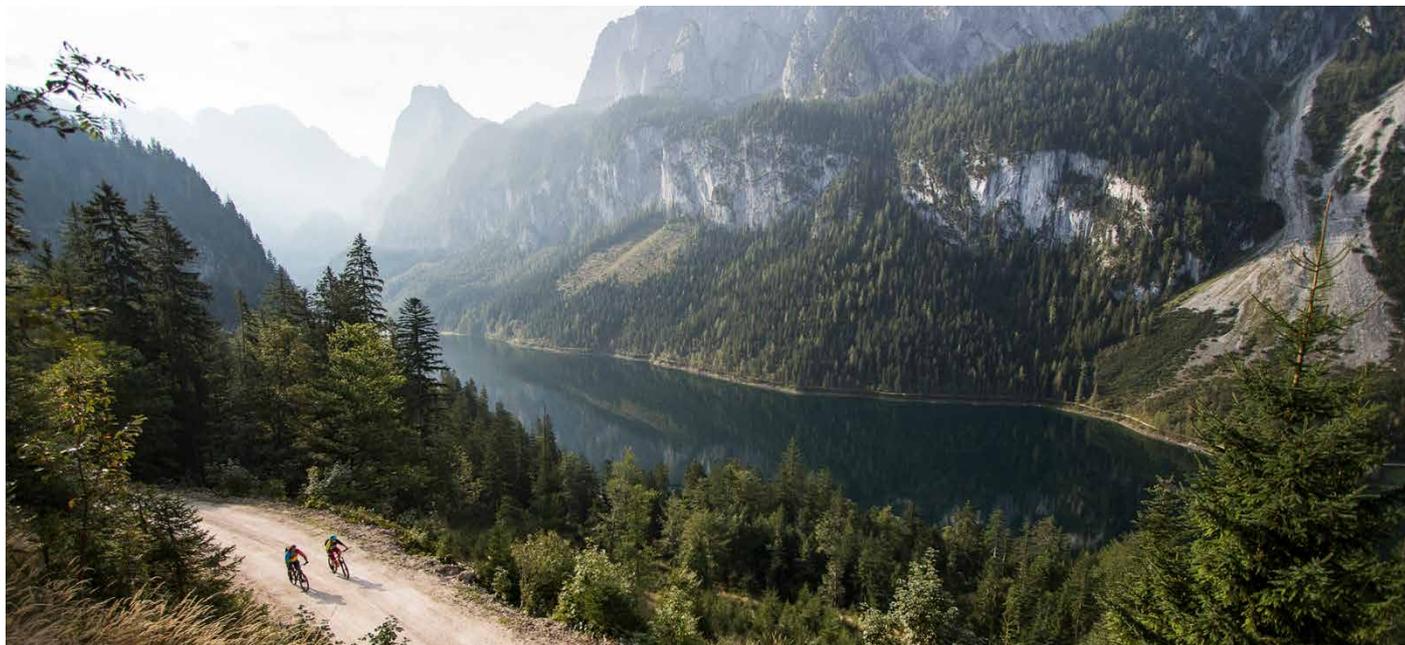
Wirtschaftlich betrachtet gibt es österreichweit äußerst erfolgreiche Best Practices wie in etwa Saalbach-Hinterglemm. Die im Folgenden dargestellten Beispiele haben wir ausgewählt, weil sie topografisch und infrastrukturell vergleichbar mit Oberösterreichs Gegebenheiten sind, weil sie moderne, der Nachfrage entsprechende Angebote darstellen und weil sie unserer Einschätzung nach sehr gut auf Oberösterreich umlegbar sind.

Wienerwald Trails

Entspanntes Mountainbiken mit Anschluss an die Großstadt, dafür stehen die Wienerwald Trails. Mitten im Naherholungsgebiet von Wien schufen engagierte Mountainbiker ein Trailparadies, das im Einklang mit der Natur und anderen Waldnutzern errichtet wurde. Befahren wurde dieses Gebiet schon immer, allerdings lange Zeit hindurch schlicht und ergreifend illegal und auf Trails, die auch von Wanderern genutzt wurden. Herausragend und vorbildhaft – vor allem für Regionen in denen nicht der Tourismus der Antreiber des Streckenausbaus ist – ist die Art und Weise, wie sich hier eine aktive Mountainbike-Szene selbst in verantwortungsvoller Art und Weise für den Ausbau freigegebener Trails engagiert. Kritiker verweisen auf bereits vorhandene knapp 1.000 Kilometer freigegebene Bikestrecken im Wienerwald und verneinen einen weiteren Ausbaubedarf. Allerdings verläuft ein Großteil dieser Strecken auf Asphalt- und Forststraßen. Zum einen verschärft dies die Konflikte mit Wanderern und Spaziergängern, die diese Wege ebenfalls nutzen. Zum anderen verlagert sich, wie in den vorangegangenen Kapiteln bereits gezeigt wurde, der Mountainbikesport eben mehr und mehr auf Singletrails. Diese wiederum sind für Fußgeher meist zu steil und unwegsam. Die Wienerwald Trails tragen damit auch zu einer Kanalisierung der unterschiedlichen Nutzergruppen und damit zu einer Entschärfung von Konflikten bei (Quelle: derstandard.at¹⁾).

Wexl Trails St. Corona (NÖ)

Das Wexl Trail Center St. Corona ist kein Bikepark im klassischen Sinne. Die Routen richten sich in erster Linie an Freerider, Genussbiker und Familien. Downhillstrecken finden die Biker hier nicht. Auch müssen die Sportler hier abgesehen von einem kurzen Zauberteppich auf Lift-Unterstützung verzichten. Ein Shuttle übernimmt die Bergfahrten, alternativ gibt es eine eigene Uphill-Strecke. Herzstück des Wexl Trail Centers ist der 3,5 Kilometer lange Flowtrail. Er ist durchgehend mit Brechsand beschichtet, wodurch ihm auch Nässe kaum etwas anhaben kann. Anfänger meistern den Trail



problemlos. Fortgeschrittene steigern die Geschwindigkeit und nutzen so die Sprünge und Anlieger optimal aus. Der naturbelassene Singletrail mündet im unteren Drittel in den Flowtrail. Die Wexl Trails werden laufend erweitert.

Der Mini Bikepark für Kinder ab drei Jahren bietet den Jüngsten die Möglichkeit für einen lustvollen Einstieg ins Biken. Der Zauberteppich befördert sie 90 Meter nach oben. Dort angekommen, stehen zwei leichte Übungstrails zur Auswahl. Diese sind ideal geeignet, um erste Bike-Erfahrung zu sammeln und Anlieger zu üben.

Neben einem Pumptrack bietet das Wexl Trail Center eine Skills Line für Mountainbike-Einsteiger. Technikelemente wie Anlieger, Wurzelteppich, Steinfeld und Spitzkehre können hier in gesichertem Rahmen mit Guide oder in Eigenregie trainiert werden. Im Bike Verleih und Shop stehen knapp 80 Mountainbikes, E-Mountainbikes und Kinderbikes zur Verfügung. Eine gut ausgestattete Werkstatt sowie Self Service Station und Waschplatz gehören ebenfalls zur Infrastruktur (Quellen: www.bikepark-info.com⁹⁾, www.bergfex.at¹⁰⁾).

3-Länder-Endurotrails Nauders/Reschenpass (Tirol)

Der Reschenpass steht in der Bikerszene für grenzüberschreitende Bike- und Endurotrails. Die Infrastruktur spricht für sich: Vier Bergbahnen, 22 Singletrails, 44 Kilometer Trailspaß, 2.500 Höhenmeter Trailabfahrten von flowig bis technisch anspruchsvoll, großteils naturbelassen. Die miteinander verbundenen und beschilderten Enduro-Trails stehen nicht nur für sportlichen Naturgenuss in einer herausragend schönen Bergwelt, sie binden auch wichtige Wahrzeichen

Jeder Meter auf Asphalt ist einer zu viel, wenn derartige Trails zur Verfügung stehen.

oder abschüssig aber dennoch anspruchsvoll. Fast alle Routen führen über mindestens eine, meist sogar zwei Landesgrenzen. Mit der 3-LÄNDER BIKE-CARD haben die Biker die Möglichkeit, mitsamt ihrem Sportgerät eine der vier Bergbahnen zu nutzen und sich zum Ausgangspunkt der Tour bringen zu lassen (Quelle: www.3-laenderendurotrails.com¹¹⁾).

Nauders ist in dieses System der grenzüberschreitenden Trails direkt eingebunden. Der Ort ist zwar mit öffentlichen Verkehrsmitteln

der Region ein: den 3-Länder Grenzstein, die Burg Nauders oder den Reschensee mit dem markanten versunkenen Kirchturm. Enduro-Biker und sportlich-technisch orientierte Fahrer bewegen sich aktuell im rund 44 Kilometer langen Trail-Netzwerk.

Die Strecken sind dabei nicht zu steil

schwer bis kaum erreichbar. Ein eigener motorisierter Untersatz ist daher obligatorisch. Dennoch funktioniert das Konzept der perfekten, naturbelassenen Trails mitten in einer Hochgebirgslandschaft. Als Tourismusregion kann Nauders schon von vorneherein mit der gesamten Bandbreite an möglichen Unterkünften aufwarten, darunter auch ausgewiesene Bike-Hotels. Die Dienstleistungskette geht allerdings deutlich darüber hinaus: In Sachen Bikeverleih und Guiding hat Nauders in der Sommersaison sieben Tage in der Woche vier Anbieter zur Auswahl (Quelle: www.blog.tirol¹²⁾).

Aktuelle Entwicklungen in Oberösterreich

Das Mühlviertler Granitland Mountainbike Angebot

Mit der aktiven Mitarbeit der Tourismusbetriebe und der Unterstützung von 25 Mühlviertler Gemeinden sowie Grundbesitzern, Jägerschaft, Politik, Behörden und unzähligen ehrenamtlichen Stunden hat sich eine ganze Region als ein Zentrum des Mountainbikesports etabliert. Auf 910 km sind mit einem einheitlichen Beschilderungssystem ausgewiesene Strecken und auch Trails aller Schwierigkeitsgrade befahrbar. Nach zweijähriger Planung und Ausführung unter der Regie des Leaderbüros Urfahr West wurde Anfang Juli 2018 das Granitland Süd offiziell eröffnet. Diese fünf Routen verbinden die bestehenden Strecken mit der Landeshauptstadt Linz und ermöglichen offiziell genehmigtes Mountainbiken auf den Linzer Hausbergen.

Pyhrn-Priel Trailogie

Mit dem Bikepark auf dem Wurbauerkogel in Windischgarsten und dem Singletrail auf der Wurzeralm in Spital am Pyhrn hat die Trailogie bereits zwei von drei Teilen fertiggestellt. Der Bikepark Wurbauerkogel in Windischgarsten verfügt über drei Strecken in unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden: ein leichter Flowtrail, eine mittelschwere Freeride-Strecke und ein schwerer Downhill-Parcours. An der Talstation befindet sich das Pyhrn-Priel Bikecenter als Service-Anlaufstelle mit Bikeverleih. Der Singletrail auf der Wurzeralm in Spital am Pyhrn, wurde 2017 fertiggestellt. Ausgangspunkt der fünf Kilometer langen Strecke ist die Bergstation der Standseilbahn. 2019 soll die Trailogie mit der Mountainbikestrecke auf der Hutterer Höss in Hinterstoder vervollständigt werden.

Fazit und Handlungsempfehlungen für Oberösterreich.

Vorantreiben von oberösterreichweiter Vernetzung von Stakeholdern und Nutzung von Synergien.

Entwicklung von Allianzen mit den Besten um Oberösterreich langfristig als DIE (E)-Bike-(Familien-)Mountainbike-Destination zu etablieren.

Entwicklung von Trails bzw. Trail Center.

Gezielte und einfache Besucherlenkung mittels einheitlicher Beschilderung.

(Weiter-)Entwicklung des Mountainbike-Angebots rund um bestehende Seilbahnanlagen.

Erweiterung Familien-Angebot (E-Bike-Kinder-Kompetenzzentrum).

Entwicklung eines Hotspots ‚back-to-the-roots‘ siehe Kapitel Mountainbike Vision 2022.

Entwicklung eines modernen Bike-Lifestyle-Hotspots.

Entwicklung urbaner Mountainbike-Möglichkeiten (städtischer Flowtrail, Pumptrack, dazu Events).

Ansprache neuer Zielgruppen über ein neues Event-Format.

Aufbau eines größeren Verleih-Netztes moderner Räder.

Bildung neuer Finanzierungsmöglichkeiten wie Crowdfunding.

Skill-Trainings: Mountainbiken-Lernen-Können.

Spezifische Ansprache der Zielgruppe Frau.

Smarte Buchungsmöglichkeiten zu Mountainbike-Packages.

Kontakt und Ansprechpartner

Oberösterreich Tourismus GmbH

Freistädter Straße 119, 4041 Linz

zum Werk:

Gabriela Schutti; Strategie & Tourismusentwicklung
+43 664 82 83 930, gabriela.schutti@oberoesterreich.at

zur Radstrategie OÖ Tourismus:

Stefan Pauzenberger, Bsc; Marktmanagement/Produktmanagement Rad, Sport & Kooperationen
+43 664 828 39 61, stefan.pauzenberger@oberoesterreich.at

Quellen:

- 1 Austrian Mountainbike Magazin Nr. 11-04/18
- 2 Intersport Sportreport 2017 bzw. 2018
- 3 ELO – das E-Mobility Magazin/Standard 01 Sommer 2018
- 4 Zukunftsinstitut GmbH Frankfurt
- 5 The Alps bikestudy 2015
- 6 Verband der Sportartikelerzeuger und Sportausrüster Österreichs – VSSÖ
- 7 Magazin bike 2/18, 6/18, 7/18
- 8 Zeitschrift SportAktiv Juni/Juli 2018 und Bike Guide 2018
- 9 Diskussionspapier Mountainbiking im Alpenverein 2015
- 10 Zweirad-Industrie-Verbandes Deutschland (ZIV) 2018
- 11 Studie der International Mountainbike Association (IMBA) Europe 2015
- 12 Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik
- 13 Delius Klasing Touristik Marktdaten, BIKE Leserumfrage, 2017 und 2018
- 14 Lund-Durlacher, D., Antonschmidt, H., (2015): Mountainbiking als Freizeit- und Tourismusaktivität in Österreich: Status Quo und Entwicklungsperspektiven unter besonderer Berücksichtigung der gesetzlichen Rahmenbedingungen, Modul University Vienna, Institut für Tourismus und Service Management
- 15 Österreich Werbung, „Deutsche Rad-/Mountainbike-Urlauber: Produktanforderungen“, Deutsche Reiseanalyse 2016
- 16 Handbuch GraubündenBike Analyse: Befragung der bestehenden Bündner Mountainbike-Gäste (2015)
- 17 Marktdaten 2017 Zweirad-Industrie-Verband Deutschland (2018): http://www.ziv-zweirad.de/fileadmin/redakteure/Downloads/Marktdaten/PM_2018_13.03._Fahrradmarkt_und_E-Bike_Markt_2017.pdf
- 18 Oberösterreichische Landes-Tourismusstrategie 2022
- 19 erstellt durch eine Arbeitsgruppe von mountainbike-affinen Personen und Experten von Oberösterreich Tourismus & Partner

Links:

- a) www.destinationtomarket.de/2015/01/20/faszination-mountainbike-und-die-suche-nach-dem-trail-kooperation-mit-dem-dav-summit-club
- b) Siehe e) www.wiwo.de/technologie/green/studie-radfahrer-fahren-mit-e-bikes-haeufiger-und-weiter/13552054.html
- c) de.statista.com/statistik/daten/studie/171142/umfrage/haeufigkeit-von-mountainbike-fahren-in-der-freizeit
- d) www.sportaktiv.com/ladylike-am-bike-der-unterschied-zwischen-mann-und-frau-beim-mountainbiken
- e) www.wiwo.de/technologie/green/studie-radfahrer-fahren-mit-e-bikes-haeufiger-und-weiter/13552054.html
- f) www.austriatourism.com/tourismusforschung/studien-und-berichte/radurlauber-sommer-2014
- g) www.gr.ch/DE/institutionen/verwaltung/bvfd/tba/flv/projekte/Documents/HB_grBIKE_2.210_Befragung-der-bestehenden-Mountainbike-Gaeste%202011.pdf
- h) www.gr.ch/DE/institutionen/verwaltung/bvfd/tba/flv/projekte/Documents/HB_grBIKE_2.211_Befragung-der-bestehenden-Mountainbike-Gaeste%202015.pdf
- i) tourismus.niederoesterreich.at/mountainstrategie
- j) www.luzernerzeitung.ch/wirtschaft/bergerlebnis-auf-radern-ld1042118
- k) www.bike-magazin.de/touren/touren_tipps/trailparks-und-trailcenter-in-deutschland-und-europa/a35381.html
- l) www.emtb-news.de
- m) www.derstandard.at
- n) www.bikepark-info.com
- o) www.bergfex.at
- p) www.3-laenderendurotrails.com
- q) www.blog.tirol
- r) www.trend.at/newsticker/in-10-jahren-ist-jedes-zweite-fahrrad-ein-e-bike---bosch-marktanalyse-8462241
- s) www.bike-magazin.de/touren/touren_tipps/trailparks-und-trailcenter-in-deutschland-und-europa/a35381.html
- t) www.bike-magazin.de/touren/europa_sonstige/mountainbike-trails-in-wales/a868.html
- u) www.derstandard.at/2000058753121/Wienerwald-Trails-Entspanntes-Mountainbiken-mit-Grossstadtanbindung
- v) www.bikepark-info.com/bikeparks/at/wexl-trails
- w) www.bergfex.at/sommer/stcorona/highlights/17951-wexl-trails--mountainbike-zentrum
- x) www.3-laenderendurotrails.com/conference/start
- y) www.blog.tirol/2016/04/mtb-region-im-check-enduro-trails-im-dreilaendereck-bei-nauders-am-reschenpass

Impressum (§ 24 MedienG; Offenlegung § 25 MedienG: www.oberoesterreich-tourismus.at/impressum);

Medieninhaber, Herausgeber, Konzeption, inhaltliche Gestaltung, Satz und Produktion: Oberösterreich Tourismus GmbH, Freistädter Straße 119, 4041 Linz
+43 732 7277-100, tourismus@oberoesterreich.at, www.oberoesterreich-tourismus.at

Hersteller: druck.at Druck- und Handelsgesellschaft mbH, **Verlags- u. Herstellungsort:** 2544 Leobersdorf

Fotonachweis: Cover: Oberösterreich Tourismus GmbH/Moritz Ablinger, S9: Oberösterreich Tourismus GmbH/Daniel Hinterramskogler, S15/S16/S17: KTM/Heiko Mandl, S19: Bikepark Wurbauerkogel/
Michael Steiner, S21, S25: Oberösterreich Tourismus GmbH/Moritz Ablinger

Datenschutz: Oberösterreich Tourismus GmbH verarbeitet personenbezogene Daten ausschließlich auf Basis einer Rechtsgrundlage gemäß den gesetzlichen Bestimmungen (DSGVO, DSG), trifft Maßnahmen zur Gewährleistung der Datensicherheit und stellt sicher, dass die Daten rechtskonform verwendet und Unbefugten nicht zugänglich gemacht werden. Werden Auftragsverarbeiter herangezogen, werden die zur Erfüllung des Auftrages erforderlichen Daten unter Einhaltung der datenschutzrechtlichen Bestimmungen an diese weitergeleitet.

Haftungsausschluss: Trotz höchster Sorgfalt und gewissenhafter Ausarbeitung besteht kein Anspruch auf Richtigkeit und Vollständigkeit. Eine Haftung für den Inhalt sowie für weiterführende Links ist ausdrücklich ausgeschlossen. Recherche-, Satz- und Druckfehler sind vorbehalten. Stand November 2018.



Tourismusstrategie 2022
Tourismus. Zukunft. Oberösterreich.