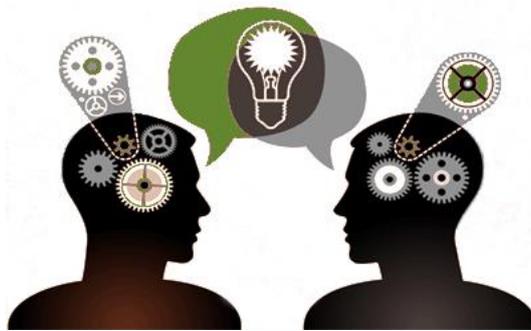
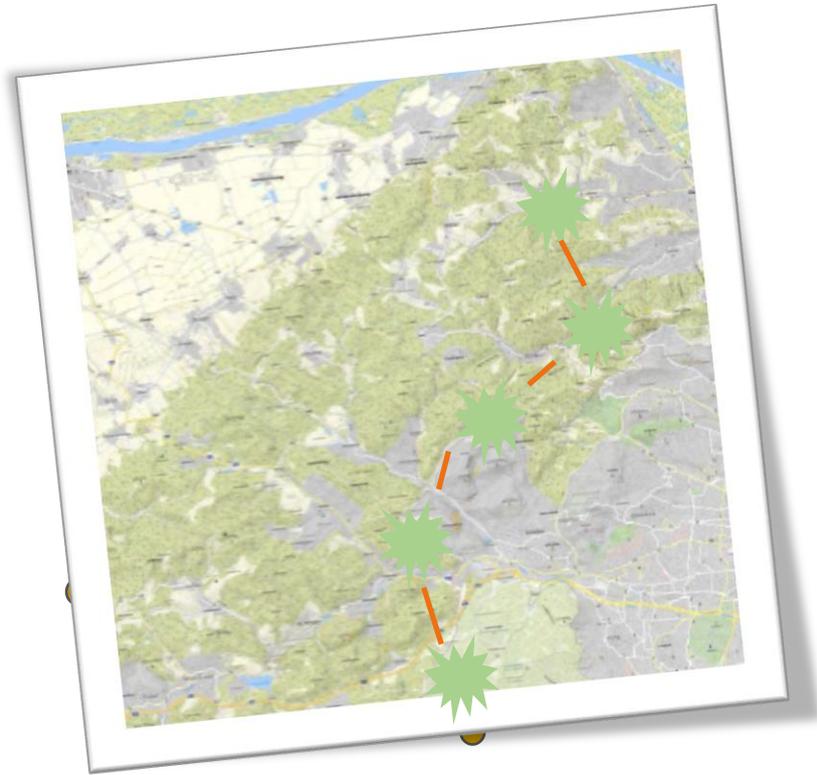


Entwicklung eines Grobkonzepts für die Sportart Mountainbike im Biosphärenpark Wienerwald „2017 +“



Endbericht

23. April 2018

erstellt von

iNuF OG

iNUF

In aller Kürze

- Das derzeitige MTB-Netz ist nicht zukunftsfähig und sorgt für (Nutzungs-)Konflikte als auch Unzufriedenheit ob des nicht gehobenen, touristischen Wertschöpfungspotentials.
- Es wird empfohlen das Streckennetz qualitativ zu überarbeiten und um Singletrails sowie gebaute Strecken zu erweitern. Beides soll der Lenkung und einer Steigerung der Attraktivität des Angebotes dienen.
- Ein mit entsprechenden Ressourcen ausgestattetes MTB-Management ist notwendig um die Infrastruktur für die große, stetig wachsende Nutzergruppe effektiv zu betreuen.
- Es sollen gemeinsam mit allen betroffenen Akteuren neue Wege der Finanzierung und Kommunikation umgesetzt werden die sowohl positive Effekte auf die, mit dem MTB verbundene, Wertschöpfung freisetzen als auch die Lebensqualität der Bewohnern und Erholungssuchenden in der Region steigern.

Kurze Zusammenfassung

Hintergrund

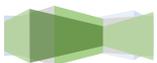
Die Auftragnehmer (Agentur iNuF OG) entwickeln im Auftrag des Vereins Niederösterreich-Wien Gemeinsame Entwicklungsräume ein Grobkonzept für die Sportart Mountainbike (MTB) im „Biosphärenpark Wienerwald“ (BPWW) und angrenzenden Bereichen. Die Projektkoordination liegt beim Stadt Umland Management Wien-Niederösterreich (SUM). Im Rahmen von gezielten Beteiligungsprozessen wird mit diesem Projekt im Dialog mit regionalen Stakeholdern eine neue Strategie im Umgang mit dem Thema MTB im Wienerwald nach den Bedürfnissen aller betroffenen Akteure erarbeitet. Die Neuausrichtung der MTB-Infrastruktur wird auf Basis aktueller Nutzungsinteressen und unter Berücksichtigung nationaler als auch internationaler Trends im Kontext sich verändernder Freizeitnutzungsprofile den unterschiedlichen gesellschaftlichen Ansprüchen entsprechend geplant. Die Erkenntnisse aus den Partizipationsprozessen wurden in das Projekt eingebettet und im Rahmen eines Expertenberichts (i.e. Projektendbericht) als Grundlage für eine zeitgemäße, konsensorientierte und innovative MTB-Strategie für den BPWW verwertet. Mögliche neue bzw. den neuen Voraussetzungen angepasste Finanzierungsmodelle für die MTB-Infrastruktur werden ebenfalls dargestellt.

Die Ausgangssituation

Zum Zeitpunkt der Durchführung dieser Studie werden an bestimmten Standorten innerhalb des Projektgebietes (Wienerwald) neue MTB-Projekte vorbereitet oder bereits umgesetzt. Diese Projekte fokussieren teilweise auf die Schaffung neuer, künstlich angelegter Strecken und einem zusätzlichen Angebot an gezielten MTB-Dienstleistungen. Gleichzeitig gibt es beinahe in allen Regionen des Wienerwaldes ein vorhandenes MTB-Streckenangebot, das sich aufgrund seiner Charakteristika (z.B. Distanz, Höhenprofil, Schwierigkeit) und des hohen Anteils an Forststraßen bzw. Asphaltstrecken (i.e. Straßen), vor allem für Cross-Country- und Tourenfahrer eignet. Außerdem verfügt der Wienerwald über ein dichtes (Wander-)Wegenetz in einer pittoresken, sanft-hügeligen Landschaft, in der sich eine Fülle an bewirtschafteten Restaurants, Gasthäusern und „Berghütten“ befinden. Diese Wege werden von einer Vielzahl an MTBern wegen ihrer Attraktivität geschätzt und regelmäßig befahren.

Der Wienerwald, und im Besondern die Stadt Wien, sind unter diesen Gesichtspunkten betrachtet aus verschiedenen Gründen etwas Spezielles. Vor allem deshalb, weil:

- die Verzahnung eines über 100.000 ha großen Waldgebietes mit einer Millionenmetropole in dieser Form einzigartig ist
- der Wienerwald als Biosphärenpark die herausfordernde Aufgabe zu bewältigen hat, den Bestand unserer Wälder und den umgebenden Naturraum (z.B. Wienerwald-Wiesen) im Einklang mit den unterschiedlichen menschlichen Nutzungen zu sichern (Stichwort: Nutz-, Schutz-, Wohlfahrts- und Erholungsfunktion)
- der Wienerwald mit über einer Million an Ankünften pro Jahr eine der herausragenden touristischen Regionen Österreichs ist
- es ein bestehendes MTB-Angebot gibt, das bereits vor 20 Jahren quantitativ betrachtet etwas Besonderes darstellte
- der MTB-Sport im Wienerwald aufgrund der Attraktivität und Vielfältigkeit der naturräumlichen Gegebenheiten durch eine große, kontinuierlich wachsende Gruppe von Individualsportlern ausgeübt wird
- es mit der „Plattform MTB im Wienerwald“, in der Vertreter von Forst, Naturschutz, Tourismus und MTB-Sportlern kooperieren, ein anerkanntes und mit erfolgreichen Pilotprojekten in der Region verankertes Akteursnetzwerk stellt.



Glossar & Exkurs

(Single)Trail

Schmalere Weg der die Befahrung nebeneinander nur in Ausnahmefällen zulässt und sich durch einen hohen Erlebniswert auszeichnet.

Anhand von Umfragen in der MTB-Szene (vgl. Lund-Durlacher & Antonschmidt, 2015) wird deutlich, dass das Fahren von Singletrails der Hauptgrund für die meisten MTB-Nutzer ist sich aufs Rad zu setzen. Die Attraktivität und die Ansprüche der verschiedenen Strecken werden sehr stark über den Singletrail-Anteil der jeweiligen Strecke sowie des Singletrailangebots einer MTB-Destination beurteilt. Moderne Räder bieten alle Voraussetzungen, um auch Anfängern ein Fahrerlebnis auf diesen Wegen zu bieten. Das war bis vor wenigen Jahren nur (sehr) versierten Fahrern vorbehalten. In den verschiedenen MTB-Disziplinen gibt es mittlerweile schon den festen Begriff des „Trailbikes“.

Flowtrails

Flowtrails sind ein relativ neues und sehr populäres Trail-Konzept. Dabei werden die Trails so gebaut, dass sie sowohl Anfängern als auch Fortgeschrittenen durch ihre flüssige, verspielte Art ein attraktives Fahrerlebnis bieten. Grundlage dafür ist ein Streckendesign, das nicht zu steil ist und durch die Kombination aus Kurven und Wellen ein surfartiges „Flow“-Gefühl aufkommen lässt.

Bikepark

Bikeparks sind schon länger im MTB-Tourismus etabliert. Sie verknüpfen bestehende Liftinfrastruktur mit abfahrtsorientierten MTB-Strecken. Der Schwerpunkt innerhalb von Bikeparks liegt meist im **Downhill- und Freeride**-Bereich. Aufgrund der höheren technischen Schwierigkeiten dieser Disziplinen, den dafür nötigen (**Spezial**-)Rädern und der notwendigen **Risikobereitschaft** um diesen Sport auszuüben, wird nur ein bestimmtes Segment der MTB-Zielgruppen angesprochen. Viele Bikeparks haben diesen Trend erkannt und versuchen durch die Einbindung von Flow- und Anfängerstrecken ihre Nutzergruppen zu vergrößern. Bikeparks sind im Gegensatz zu Trailparks örtlich oft auf einem Hang / eine Flanke eines Berges mit ihren Angeboten begrenzt. Dort werden meist mehrere kürzere Strecken für die wiederholte Abfahrt angeboten.

Trailcenter

Trailcenter haben diesen, vormals stark durch seine extremen Formen (vgl. DH/FR) geprägten Sport massentauglich gemacht. Es ist gelungen, Menschen auf das MTB zu bringen, die sich vorab nur wenig für bis dahin verbreitete MTB-spezifische Angebote, wie z.B. (Downhill) Bikeparks oder XC-Marathons, zu begeistern vermochten. Biker müssen sich in diesen Trailcentern weder mit dem Lesen von topografischen Karten, noch mit der Vorbereitung auf zu erwartende Schwierigkeiten auseinandersetzen. Moderne Trailcenter bieten nachhaltige, spannende und **anfängerfreundliche** Strecken, die Biker **aller Könnensstufen** zu begeistern vermögen. Alles was die Besucher tun müssen, ist den Markierungen zu folgen. Ein Trailcenter mit 15 km Singletrailangebot bietet meist mehr Spaß als die 50 km lange traditionelle MTB-Strecke in der Region. Wichtig ist dabei auch, dass durch fachlich korrekte Ausführung der Strecken eine ganzjährige Nutzung (z.B. in einem schneearmen Winter) ermöglicht werden kann. Trailparks bieten meist ein größeres, flächiges Angebot und fokussieren hierbei auf Touren mit gebauten und natürlichen Trails. Liftinfrastruktur ist nur bedingt vorhanden, wenn überhaupt.



Abbildung 1: Trailcenter – naturbelassener MTB-Trail

Bestandteile eines (erfolgreichen) Trailcenters

Trail Head: Sammelpunkt / Startpunkt der meisten Trails

Für viele Biker sind die Trails und das Naturerlebnis das wichtigste Kriterium für ein gelungenes MTB-Erlebnis. Studien zeigen jedoch, dass anhand eines gut sortierten Serviceangebotes mehr Biker ihren Weg zu den Destinationen suchen und somit die Möglichkeit des wirtschaftlichen Erfolges erheblich gesteigert werden kann. Durch folgende begleitende Angebote am „Trailhead“ lassen sich Besucherzahlen und damit der Erfolg eines Trailcenters enorm steigern.



Abbildung 2: Trail Head eines Trailcenters im Grenzbereich zur Gastronomie

Parkplatz

Sehr wichtig: genug Parkmöglichkeiten. Erfolgreiche Projekte nutzen diese auch, um über eine Parkgebühr Gelder für Aktivitäten wie z.B. Trailpflege einzuheben.

Bike-Waschanlagen

Biker geben oft mehrere Tausend Euro für ihr Hobby aus. Um die Räder zu pflegen und auch einen sauberen Transport im Auto zu gewährleisten, gehören Waschmöglichkeiten für MTBs zum Standard eines Trailcenters.

v

Informationspunkt

Eine zentrale Anlaufstelle um sich über Streckenzustand (z.B. Sperren, Bauarbeiten) zu informieren, Trailkarten zu beziehen, aber auch die Möglichkeit Technikkurse oder geführte Touren zu buchen bzw. generelle Tipps für das Befahren der Trails einzuholen. Hier sollten auch wichtige Meldungen wie Unfälle oder Schäden an Trails durch Trailcenter-Personal entgegengenommen werden.



Abbildung 3: Infotafeln im Trailcenter



Abbildung 4: Trailkarte

Café

Es ist ein relativ einfaches Erfolgsrezept: ein Angebot an Biker sollte gesunde, ansprechende Getränke und gutes Essen beinhalten. Guter Kaffee, lokale Biere, eine entspannte bikefreundliche Atmosphäre. MTB-Magazine, Fotos und Videos sowie eine gut funktionierende WLAN-Verbindung sind oft ausreichend um Biker zu einem längeren Aufenthalt zwischen zwei „Trailrides“ oder am Ende eines langen Tages zu bewegen.

Abstellmöglichkeiten

MTBer werden solche Angebote nur dann gerne annehmen, wenn es die Möglichkeit gibt ihre Räder zu sichern oder zumindest im Blick zu haben. Absperrsysteme sind vielfältig und können kostenintensiv sein. Auch eine Terrasse oder andere Sitzmöglichkeiten mit Blick auf das eigene Rad können hier schon viel helfen.

Toiletten, Duschen, Umkleiden

Während Toiletten als Standardausstattung zu betrachten sind, können Umkleiden und Duschen das Erlebnis nach einem langen Tag auf dem MTB, und gegebenenfalls vor einer längeren Autofahrt, zusätzlich deutlich verbessern. Diese Angebote können insbesondere bei Bikern, die es eher gewohnt sind, sich auf Parkplätzen umzuziehen, einen positiven Gesamteindruck hinterlassen.

Bike-Shop (mit Verleih / Werkstatt)

Auch wenn es nicht immer ein komplett ausgestatteter Bike-Shop sein muss, die Möglichkeit kleinere Reparaturen ausführen zu lassen und Ersatzteile kaufen zu können, ist ein wichtiges Plus für viele Biker. Darüber hinaus bieten Verleihgeräte, entweder um sich einen Eindruck vom Sport zu machen bzw. sich mit modernen Bikes vertraut zu machen, oder vor einer potentiellen Kaufentscheidung, eine gute Grundlage für die Zusammenarbeit mit Shop-Besitzern und der MTB-Industrie. Ein Bike-Verleih bietet nicht nur die Möglichkeit, dass Gäste moderne Bikes ausprobieren bzw. ihr eigenes zu Hause lassen können, sondern kann auch die Beziehung zwischen Betreiber und seinen Gästen als auch zwischen Betreiber und der Industrie wesentlich stärken.

Unterbringung

Je größer das Trail-Netzwerk desto größer der Erfolg und damit einhergehend auch häufiger der Wunsch nach einem längerem Aufenthalt. Die Möglichkeit der Unterbringung in verschiedenen Preisklassen und mit MTB-freundlichen Angeboten sollte zumindest in der umliegenden Hotellerie unterstützt werden. Erfahrungen zeigen, dass Unterbringungsbetriebe stark von neuen Trail-Angeboten profitieren können, wenn sie sich auf die neuen Gäste einstellen.

Cross Country (XC)

Die älteste und mittlerweile olympische MTB-Disziplin fokussiert auf lange Anstiege. XC-Biken und vor allem XC-Rennen erfordern ein hohes Maß an Ausdauerfitness. Moderne XC-Strecken werden allerdings auch technisch immer anspruchsvoller. In Bezug auf das Fahrrad selbst handelt es sich vorrangig um „kurzhubige“ Hardtails und teilweise auch um Full-Suspension-Räder, die in der Regel mit bis zu 120 mm Federweg ausgestattet sind.



Abbildung 5: Cross Country Rad

All Mountain/Trail

Diese Spielart des MTB kann als aggressivere XC-Disziplin betrachtet werden. Generell geht es hier weniger um das Fahren auf Forststraßen und einfachen Trails, sondern um das Bewältigen von technisch anspruchsvolleren Singletrails - bergauf wie bergab. Das bedeutet, dass diese Räder auch in modernen Trailcentern oft vertreten sind, wo sie sich auf den „flowigen“ wie auch auf den schwereren Strecken zu Hause fühlen. Grundsätzlich steht das Bergabfahren etwas mehr im Vordergrund, aber es ist wesentlich, über eine ausreichende Kondition zu verfügen, um sich Abfahrten und längere Touren selbst zu erarbeiten. Vollgefederte Räder mit 120 – 150 mm Federweg werden hier bevorzugt eingesetzt. Trailbikes stellen eine etwas neuere Entwicklung dar und werden oft mit etwas weniger Federweg für denselben Einsatzzweck genutzt.



Abbildung 6: All Mountain /Trail Räder

Enduro

Enduro ist eine der momentan am stärksten wachsenden Disziplinen im MTB-Sport. Die Fähigkeit mit ein und demselben Rad selbst schwierigste Trails mit hohem Tempo zu meistern und danach aus eigener Kraft wieder bergauf zu fahren, macht Endurobikes zu universal einsetzbaren Rädern. Endurorennen mit einem hohen Anteil an Teilnehmern aus dem Amateurbereich sind aktuell im Aufwind und erfreuen sich rasant steigender Beliebtheit. Endurobikes verfügen über 150 bis 180 mm Federweg. Der



Abbildung 7: Enduro

Begriff „Enduro“ ist Teil einer gesamten MTB-Sparte die sich von Ausrüstung, über Kleidung bis hin zu eigenen Magazinen sehr stark auf diese junge Disziplin bezieht.

Enduro Magazin: <http://enduro-mtb.com/magazin/>, Enduro World Series: <http://www.enduroworldseries.com/>

Freeride (FR) / Downhill (DH)

Freeride und Downhill sind beide vorwiegend dem Bergabfahren gewidmete Disziplinen. Gerade der DH-Sport ist für den gesamten MTB-Bereich sehr prägend. Diese Sportart mit ihren Abfahrten auf steilen, technisch sehr anspruchsvollen Strecken, richtet sich aufgrund der vielen herausfordernden Segmente (z.B. steile Wurzelteppiche, hohe Stufen, Sprünge, Steilpassagen mit felsigem Untergrund) an eine kleinere Zielgruppe. Technisches Können und körperliche sowie geistige Fitness müssen gut geschult sein, um die vielen „Mutproben“ auf deiner DH- oder FR-Strecke sicher zu meistern. DH- und FR-Bikes funktionieren aufgrund ihrer höheren Gewichtsklasse am besten in Kombination mit dazu passender Infrastruktur (z.B. Lift, Shuttle).



Abbildung 8: Freeride- und Downhill-Räder

E-MTB

Es gibt immer noch eine gewisse Unsicherheit was die Definition eines E-Mountainbikes betrifft. Es handelt sich dabei zu 95 % um „Pedelecs“, die nur beim Treten der Pedale eine Unterstützung über den Motor bereitstellen. Diese Unterstützung ist durch den Gesetzgeber im „DACH-Raum“ (Deutschland, Österreich, Schweiz) auf ca. 25,8 km/h festgelegt. Beinahe alle E-MTBs haben diese Leistung in drei Unterstützungsmodi eingeteilt (Eco, Moderate, Boost). Bei fast allen Rad-Herstellern kommen Motoren von Bosch, Brose oder Shimano zum Einsatz. Die [technische Entwicklung von E-MTBs](#) ist sehr rasant vorangeschritten. Die früheren „Senioren“-Räder sind mittlerweile durch Integration in moderne MTB-Konzepte und einer Steigerung der Akkuleistung (Werte bis zu 50 KM /1500 HM sind keine Seltenheit) für viele Biker durchaus interessant geworden. Die drei Hauptargumente dafür sind folgende:



Abbildung 9: E-Mountainbike

- *Mehr Trails in der gleichen Zeit.* Da mit modernen E-MTBs Trailabfahrten (fast) genauso viel Spaß machen wie mit normalen MTBs, man aber deutlich mehr Strecken- und Höhenmeter am Stück bewältigen kann, ist es möglich z.B. die Hausrunde in der gleichen Zeit zweimal zu fahren und somit auf die doppelte Menge an Fahrspaß zu kommen. Ein wichtiges Argument in der immer stärker auf Trails fokussierten MTB-Community.

- *E Bikes als Lift- bzw. Shuttle-Ersatz.* Nicht jeder hat Lust mit einem Fahrrad, das in einer guten Ausstattung zwischen 13-15 kg wiegt 1.000 Höhenmeter Forststraße bergauf zu treten um sich so eine Abfahrt zu verdienen. E-MTBs schaffen bei diesem „Problem“ Abhilfe – besonders dort, wo es keine Lifte oder Shuttledienste gibt.
- *Gemeinschaftliche Erlebnisse.* Gemeinsamer Spaß und geteilte Erlebnisse mit Freunden und Partnern sind wichtige Teile des Erfolgs von MTB. E-MTBs helfen dabei, dass durch den Einsatz von unterschiedlichen Unterstützungsstufen Personen mit unterschiedlichen Fitnesslevels gemeinsame Touren unternehmen können.



Abbildung 10: E-Mountainbike im Einsatz

FAT- Bikes

Bei diesen Neuentwicklungen handelt es sich um Räder, die mit neuen Laufradbreiten versuchen das Fahrerlebnis am MTB neu zu definieren. Sie bieten eine sehr hohe Traktion und Dämpfung und vermitteln dadurch vor allem Fahranfängern ein erhöhtes Sicherheitsgefühl. FAT-Bikes sind durch ihre überdimensionierten Reifen bestens für das Fahren mit minimalem Luftdruck auf weichen Untergründen geeignet. Sandstrand und Schnee werden hier meist als passende Einsatzorte genannt. In einzelnen Wintersportgebieten haben sich FAT-Bikes als Zusatzangebot schon gut etabliert. Teilweise nur im Verleih, teilweise als geführte Tourenangebote auf Winterwanderwegen oder Langlaufloipen und mittlerweile bereits mit eigenen Veranstaltungen wie Festivals und Wettbewerben.



Abbildung 11: Mit FAT-Bikes unterwegs

Plus-Bikes - 27.5+ / 29+

Plus-Bikes sind eine Unterkategorie, bei denen der sehr maßgeschneiderte Einsatzbereich der FAT-Bikes vergrößert wird und das Konzept der erhöhten Sicherheit auf 27.5er (27.5“) und 29er (29“) Modelle übertragen wird. Gerade für Anfänger und genussvollere, weniger sportlich-orientierte MTBer bieten sich diese Modelle an. Ein besonders spannender Einsatzbereich für diese PLUS-Modelle sind E-MTBs, da hier der erhöhte Kraftaufwand für die Fortbewegung der behäbigeren Reifen ausgeglichen wird und die Vorteile hinsichtlich Traktion und Dämpfung voll ausgespielt werden können. Dieses Potential wurde von allen Rad-Herstellern erkannt, deren Fokus bei der Weiterentwicklung ihrer E-MTB Modelle vor allem auf diese PLUS –Angebote abzielt. Sie erwarten hier den größten Markt für Neueinsteiger.

Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung.....	3
1.1	Streckennetz.....	4
1.2	Herausforderungen	4
2	Methodik	5
2.1	Interne Koordination	6
2.2	Regionale Abstimmungsprozesse.....	7
2.2.1	Regionale Workshoprunde.....	7
2.2.2	Planungsworkshop und Infoabende „Recht“	8
3	Zusammenfassung zur Sportart Mountainbike allgemein und speziell im Wienerwald.....	10
3.1	Einleitung.....	10
3.2	Nutzergruppen	11
3.3	Allgemeine gesellschaftliche Entwicklungen mit Einfluss auf das Wachstum des MTB-Sports	12
4	Analyse MTB Infrastruktur im Wienerwald aktuell (SWOT).....	14
4.1	Workshops.....	14
4.2	Pressbaum	15
4.2.1	Stimmungsbarometer.....	15
4.2.2	SWOT	15
4.3	Wien (MA 49)	17
4.3.1	Stimmungsbarometer.....	17
4.3.2	SWOT	18
4.4	Alland.....	20
4.4.1	Stimmungsbarometer.....	20
4.4.2	SWOT	20
4.5	Breitenfurt	22
4.5.1	Stimmungsbarometer.....	22
4.5.2	SWOT	23
4.6	Allgemeine Handlungsfelder	25
4.7	Handlungsempfehlungen	29
4.7.1	Fokussierung auf 3 - 4 MTB-Regionen im Wienerwald	29
4.7.2	Maßnahmen und mögliche finanzielle Aufwände	32
4.7.3	Vermarktung.....	38

4.7.4	Nächste Schritte	42
4.7.5	Finanzierung	44
4.8	Erfolgsfaktoren	46
4.8.1	Wirkungsbereiche für die Entwicklung einer (inter)nationalen MTB-Destination.....	47
4.8.2	Generelle Erfolgsfaktoren	47
4.8.3	Trails	47
4.8.4	(MTB-)Gesamterlebnis	49
	Abbildungsverzeichnis.....	50
	Tabellenverzeichnis	51
	Annex.....	52
	I. Anmerkungen Stadtentwicklung und Stadtplanung MA 18, Stadt Wien	52

1 Zusammenfassung

Mountainbiken (MTB) stellt unter den Freizeitnutzungen eine der am schnellsten wachsenden und sich verändernden Sportarten dar (VSSÖ - Verband der Sportartikelerzeuger und Sportausrüster Österreichs, 2015: Fact Box zur österreichischen Fahrrad-Industrie 2014.)

Dieser anhaltende Trend hat nicht nur für die Tourismuswirtschaft ein neues, dynamisches und profitables Aktivitätsfeld erschaffen. Die zunehmende Anzahl an aktiven MTB-Sportlern und deren sich verändernder (MTB-)Nutzungsansprüche stellen auch die Freizeitwirtschaft, das Naturraummanagement und nicht zuletzt Forst, Jagd und Naturschutz vor neue Aufgaben. Bestehende Angebote, die für die Wienerwaldgemeinden vor rund 20 Jahren partizipativ erarbeitet wurden, scheinen heute aus Sicht vieler MTBer „überholt“. Auch die einst vereinbarten Regelwerke bezüglich einem „MTB Fair Play“ werden durch verschiedene Entwicklungen (z.B. tages- bzw. jahreszeitliche Nutzungen) zunehmend in Frage gestellt. Vor diesem Hintergrund ist die Aufgabe der Konzeption eines modernen, nachhaltigen und vor allem auf breitem Konsens basierten MTB-Angebotes zu betrachten. Eine Herausforderung, derer sich zurzeit viele Gemeinden und (peri-)urbane Gebiete in Österreich sowie den angrenzenden Nachbarländern stellen.

In den letzten Jahren hat dieser Trend dazu geführt, dass sich aus einer ursprünglichen touristischen Nebenaktivität (z.B. als zusätzliches regionales Urlaubsangebot) vermehrt umfassende, zielgruppenorientierte Angebote für Mountainbiker in speziellen MTB-Destinationen zu etablieren begonnen haben. Dieser Prozess ist weltweit zu beobachten und schreitet mit dem technologischen Fortschritt (z.B. E-MTB) weiter voran.

Für Akteure aus dem Bereich der Tourismus- und Freizeitwirtschaft eröffnen diese Gegebenheiten neue Chancen, und bieten sogenannten „early adopters“ die Möglichkeit sich mit modernen und maßgeschneiderten Angeboten entsprechend frühzeitig innerhalb dieses zukunftssträchtigen Marktes zu positionieren. Studien aus dem Ausland (z.B. USA, Schottland, Neuseeland) (vgl. <https://www.pinkbike.com/news/economic-impacts-of-mountain-bike-tourism-2016-update.html>) zeigen deutlich, wie Gemeinden und lokale bzw. regionale Wirtschaftsakteure davon profitieren können, wenn moderne MTB-Infrastrukturprojekte ganzheitlich geplant und umgesetzt werden. Auch in Niederösterreich wollen immer mehr Standorte diesem Trend folgen. Hier wird gezielt versucht, durch Investitionen in MTB-Angebote der steigenden Nachfrage in diesem Tourismussegment gerecht zu werden. Für eine möglichst koordinierte und ganzheitliche Neuausrichtung bedarf es allerdings einer integrierten Strategie, um die Positionierung als Destination für die Zukunft entsprechend zu definieren und die Potentiale für eine nachhaltige Regionalentwicklung zu mobilisieren. Neben der Wahrung vorhandener Landnutzungsinteressen stehen dabei vor allem neue Impulse für die ansässige Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Blickpunkt. Um hier langfristig (über-) regional erfolgreich agieren zu können, gilt es sich einen Überblick über bestehende Chancen und Risiken, sowie damit einhergehenden Entwicklungsmöglichkeiten zu verschaffen. Der Erfolg solcher Angebote hängt sicher nicht zuletzt von der lokalen Einbindung aller notwendigen Akteure ab, sondern auch davon, sich realistisch mit den existierenden Rahmenbedingungen und Potentialen auseinanderzusetzen und daraus Handlungsempfehlungen für geeignete Maßnahmen abzuleiten.

Der Wienerwald, und im Besondern die Stadt Wien, sind unter diesen Gesichtspunkten betrachtet aus verschiedenen Gründen etwas Spezielles. Vor allem deshalb, weil:

- die Verzahnung eines über 100.000 ha großen Waldgebietes mit einer Millionenmetropole in dieser Form einzigartig ist
- der Wienerwald als Biosphärenpark die herausfordernde Aufgabe zu bewältigen hat, den Bestand unserer Wälder und den umgebenden Naturraum (z.B. Wienerwald-Wiesen) im Einklang mit den unterschiedlichen menschlichen Nutzungen zu sichern (Stichwort: Nutz-, Schutz-, Wohlfahrts- und Erholungsfunktion)
- der Wienerwald mit über einer Million an Ankünften pro Jahr eine der herausragenden touristischen Regionen Österreichs ist
- es ein bestehendes MTB-Angebot gibt, das bereits vor 20 Jahren quantitativ betrachtet etwas Besonderes darstellte
- der MTB-Sport im Wienerwald aufgrund der Attraktivität und Vielfältigkeit der naturräumlichen Gegebenheiten durch eine große, kontinuierlich wachsende Gruppe von Individualsportlern ausgeübt wird
- es mit der „Plattform MTB im Wienerwald“, in der Vertreter von Forst, Naturschutz, Tourismus und MTB-Sportlern kooperieren, ein anerkanntes und mit erfolgreichen Pilotprojekten in der Region verankertes Akteursnetzwerk stellt.

1.1 Streckennetz

Das bestehende Streckennetz ist seit ca. 20 Jahren in Betrieb und umfasst mit rund 1000 km an Strecken fast den gesamten Wienerwald. Die Wege führen sowohl über Asphalt (Straßen), Schotter (Forststraßen) als auch Waldboden (Forstwege). Die Infrastruktur im Wald wird von den Grundeigentümern zur Verfügung gestellt. Die Nutzung der MTB-Strecken ist rechtlich sowie in Haftungsfragen abgesichert, anhand von Verträgen geklärt. Gemeinden, die an dem Streckennetz Anteile haben, zahlen jährlich eine fixe Summe (Pauschalbetrag) um betroffene Grundbesitzer für die Bereitstellung der Strecken und möglichen einhergehenden Nutzungsverlusten, zu entschädigen. Verträge zwischen Gemeinden und Grundeigentümern, sowie damit einhergehende Geldtransferleistungen werden durch die Wienerwald Tourismus GmbH verhandelt und abgewickelt. Diese zeichnet auch für die Vermarktung und das derzeitige Streckenmanagement verantwortlich und steht vor der Herausforderung mit den vorhandenen Mitteln eine MTB-spezifische Wertschöpfung in der Region umzusetzen.

1.2 Herausforderungen

Für Gemeinden, Grundbesitzer, Streckenverwaltung und Nutzer der MTB-Infrastruktur haben sich im Betrieb des Streckennetzes Veränderungen über die letzten 20 Jahre ergeben, die gerade in den letzten Jahren deutlich sichtbar geworden sind. Die Nutzung der offiziellen Strecken durch die MTBer und die Akzeptanz der dafür entwickelten „Fair Play“-Regeln sind stark zurück gegangen, während im gleichen Zeitraum die MTB-Gemeinschaft sowie die Popularität des MTB-Sports stark gewachsen sind. Ein effizientes Management (Verwaltung, Betreuung, Wartung, Kommunikation) der Strecken kann mit den bereit gestellten Ressourcen nicht mehr nachhaltig bewerkstelligt werden. Das bedeutet zum einen, dass die notwendige Beschilderung nicht mehr ausreichend gepflegt werden kann, zum anderen aber auch, dass Informationen über das offizielle Streckennetz und andere Kommunikationsmaßnahmen (z.B. Sperrgebiete, PR-Aktionen) nicht mehr zeitgemäß an die

Nutzergruppe gerichtet werden können. Dies wirkt sich auch unter anderem auch auf die, dem MTB-Angebot anzurechnenden Wertschöpfungsmöglichkeiten für lokale Akteure (z.B. Bikeshops, Gastronomie, Beherbergungsbetriebe) aus, und beschränkt damit verbundene Entwicklungsmöglichkeiten der gesamten Region.

Eine für Gemeinden zum Teil nur noch bedingt attraktive Teilnahme an dem derzeitigen MTB-Modell, anstehende Vertragsverlängerungen für das vorhandene Streckennetz (zwischen Gemeinden und Grundeigentümern) und eine teilweise stark konfliktbeladene Entwicklung aktuelle Streckennutzung durch MTB-Sportler stellen die Verantwortlichen vor eine herausfordernde Aufgabe.

Dieser widmet sich das vorliegende Projekt im Rahmen eines breit angelegten, regionalen Stakeholderprozesses, dessen Ziel es ist, ein ganzheitliches, konsensorientiertes und partizipativ erarbeitetes Grobkonzept für die Sportart MTB auf regionaler Ebene (für den Wienerwald, mit Fokus auf den Biosphärenpark Wienerwald) zu entwickeln. Zusammen mit betroffenen Akteuren sollen Lösungsvorschläge entwickelt, sowie Maßnahmen und entsprechende zeitlich abgestimmte Handlungsfelder definiert und ein neuer, gemeinsamer Weg für die MTB-Nutzung im Wienerwald erarbeitet werden.

2 Methodik

Bereits im Jahr 2016 fanden erste Sondierungs- und Abstimmungsgespräche zur Projektvorbereitung statt. Die Beauftragung des Planungskonzepts wurde in einer Beiratssitzung des Vereins Wien-Niederösterreich am 15. Februar 2017 beschlossen und mündete in einem Projektstart per 12. April 2017. Zur Veranschaulichung der Beteiligungsprozesse, die im Rahmen des Projekts umgesetzt wurden und ein wesentliches Element der gemeinsamen Weiterentwicklung des MTB-Angebots im Wienerwald darstellen, sollen die zentralen Punkte der partizipativen Prozesse im Folgenden kurz zusammengefasst werden. Sie bilden das Rückgrat dieses Projektendberichts, bilden die Sichtweisen verschiedener Stakeholder ab und setzen ein Zeichen für konsensorientierte, gemeinschaftliche Lösungsansätze im Kontext von Freizeit- und Erholungsnutzungen (Tabelle 1).

Tabelle 1: Übersicht zur zeitlichen Abfolge und inhaltlichen Ausrichtung der Beteiligungsprozesse

Ebene	Datum	Zielsetzung	Stakeholder
Interne Koordination	6. März 2017	Projekt Abstimmung	Projektpartner
Interne Koordination	26. April 2017	Wissenstransfer, aktueller Stand, Projekt Abstimmung	Steuerungsgruppe, RepräsentantInnen des Vereins Wien-Niederösterreich, Land NÖ
Interne Koordination	3. Mai 2017	Koordination	Projektpartner
Regionale Abstimmung			
Regionale Abstimmung	1. Juni 2017	Regionale Koordination, SWOT	Land NÖ, GemeindevertreterInnen, LEADER-Regionen, Naturschutz, Jagd, Forstwirtschaft

Regionale Abstimmung	6. Juni 2017	Regionale Koordination, SWOT	Land NÖ, GemeindevertreterInnen, LEADER-Regionen, Naturschutz, Jagd, Forstwirtschaft
Regionale Abstimmung	8. Juni 2017	Regionale Koordination, SWOT	Land NÖ, GemeindevertreterInnen, LEADER-Regionen, Naturschutz, Jagd, Forstwirtschaft
Regionale Abstimmung	9. Juni 2017	Regionale Koordination, SWOT	Land NÖ, GemeindevertreterInnen, LEADER-Regionen, Naturschutz, Jagd, Forstwirtschaft
Interne Koordination	4. Juli 2017	Reflexion Workshops, Koordination	Steuerungsgruppe, RepräsentantInnen des Vereins Wien-Niederösterreich, Land NÖ
Interne Koordination	17. August 2017	Rechtliche Rahmenbedingungen, Haftungsfragen	Projektpartner, Land NÖ, Rechtsexperten, Versicherungsexperte
Regionale Abstimmung	9. Oktober 2017	Rechtliche Rahmenbedingungen, Haftungsfragen	Land NÖ, SUM, GemeindevertreterInnen, LEADER-Regionen, MA 49
Regionale Abstimmung	10. Oktober 2017	Rechtliche Rahmenbedingungen, Haftungsfragen	Land NÖ, SUM, GemeindevertreterInnen, LEADER-Regionen, MA 49, ÖBF
Regionale Abstimmung	17. Oktober 2017	Regionaler Planungsworkshop	GemeindevertreterInnen, ÖRV, GrundeigentümerversreterInnen
Regionale Abstimmung	24. Oktober 2017	Regionaler Planungsworkshop	GemeindevertreterInnen, ÖTK, GrundeigentümerversreterInnen,
Regionale Abstimmung, Interne Koordination	21. November 2017	Grobkonzept, Finanzierung	Lokale und regionale EntscheidungsträgerInnen
Interne Koordination	5. Dezember 2017	SUM Konferenz	
Interne Koordination	11. April 2018	Vorstellung Grobkonzept, Projektabschlussplanung	Verein Wien-NÖ, Steuerungsgruppe, Projektpartner, Land NÖ

2.1 Interne Koordination

Das Projekt wurde in Zusammenarbeit mit der Wienerwald Tourismus GmbH (Projekträger) und dem Biosphärenpark Wienerwald (Projektpartner) umgesetzt, die zugleich im Rahmen einer Steuerungsgruppe in die Projektaktivitäten eingebunden waren. Das Stadt Umland Management war nicht nur in der Steuerungsgruppe aktiv sondern auch federführend in der Termin, Kommunikation und Veranstaltungsorganisation aktiv. Die Steuerungsgruppe wurde ausserdem mit folgenden Organisation erweitert:

- Forstamt und Landwirtschaftsbetrieb der Stadt Wien (MA 49)
- Land Niederösterreich, Abt. Raumordnung und Regionalpolitik (RU2)

Zur Abstimmung mit den Mitgliedern wurden regelmäßige Besprechungstermine vereinbart, die vor allem

- dem Monitoring des Projektfortschritts entlang definierte Ziele
- der Berichterstattung, sowie
- der gemeinsamen strategischen Weiterentwicklung des Projekts

dienten. Neben einer „kick-off“ Veranstaltung und einem „mid-term reporting“ fanden einzelne Projekttreffen mit dem Projektträger, dem Projektpartner und dem Projektkoordinator statt.

2.2 Regionale Abstimmungsprozesse

Kernelement der Weiterentwicklung des MTB-Angebots im Wienerwald waren die regionalen Abstimmungsprozesse mit den wesentlichen Stakeholdergruppen. Dies wurden zu Beginn des Projekts zusammen mit den Auftraggebern definiert und beinhalten: i) Grundeigentümer, ii) Gemeindevertreter, iii) Waldbesitzer, iv) Tourismusvertreter, v) politische Entscheidungsträger und vi) MTBer.

Die zentrale Aufgabe bestand darin, die verschiedenen Sichtweisen einzelner, betroffener Akteursgruppen auf das Thema MTB abzubilden und damit zu verknüpfende Handlungsfelder zu identifizieren. Alle Gemeinden und Wiener Gemeindebezirke im Biosphärenpark waren eingeladen, sich in diesen Meinungsbildungsprozess einzubringen. Unterstützt wurde dieser Prozess durch die Fachabteilungen in Wien und Niederösterreich sowie die Klein- und Leader-Regionen im Wienerwald. Dieser Prozess wurde in zwei Stufen aufgesetzt:

1. Regionale Workshoprunde zur Stärken-Schwächenanalyse
2. Planungsworkshops zu MTB-Infrastruktur und Informationsabende zu Rechtlichen Rahmenbedingungen

2.2.1 Regionale Workshoprunde

Um sich einen Überblick zu verschaffen, wie das derzeitige „System MTB“ aus Sicht einzelner Stakeholder bewertet wird, konnte mit der Unterstützung der Steuerungsgruppe ein umfassender Dialogprozess in der Region initiiert werden. In vier koordinierten, regionalen Workshops sollte sowohl auf die Entwicklungen im MTB-Sport eingegangen werden um ein gemeinsames Verständnis für die Herausforderungen zu erzielen, als auch die wesentlichen Stärken und Schwächen des aktuellen MTB-Angebots untersucht werden. Der Ablauf war in allen vier Regionen gleich:

- Stimmungsbarometer
- Impulsvortrag
- SWOT-Analyse

Die Detail zur Durchführung und die Darstellung der Ergebnisse finden sich im Kapitel 4 Analyse MTB Infrastruktur im Wienerwald aktuell (SWOT).

2.2.2 Planungsworkshop und Infoabende „Recht“

Ziel des Projekts war es, aufbauend auf den Erkenntnissen des Meinungsbildungsprozesses (Kapitel 2.2.1), die mögliche Weiterentwicklung des MTB-Angebots in der Region Wienerwald zusammen mit interessierten Vertretern aus den regionalen Workshops zu diskutieren und das derzeitige MTB-Netz zu evaluieren. Daraus sollte eine abgestimmte Planungsgrundlage abgeleitet und die Verortung neuer Infrastruktur grob skizziert werden. Details daraus finden sich ab Kapitel 4.7 Handlungsempfehlungen.

Aus den Regionalprozessen zeichnete sich ein Thema ab, dass im Zuge des Projekts nochmals gesondert betrachtet werden sollte. Rechtliche Rahmenbedingungen und Haftungsfragen wurden in allen 4 Workshoprunden vermehrt kontrovers diskutiert. Daher entschloss man sich diese Themen im Detail zu erörtern und organisierte zwei Informationsabende mit der Beteiligung externer Experten. Zur Wegehalterhaftung und dem Versicherungsmodell des Landes Niederösterreich, über welches alle aktuellen MTB-Strecken im Wienerwald versichert sind, sprachen Vertreter der UNIQA Versicherung. Rechtliche Rahmenbedingungen und Fragen um mögliche Rechtsunsicherheiten wurden von einem erfahrenen Juristen behandelt. (Alle Materialien dazu finden sich unter: <https://www.bpww.at/de/aktivitaeten/entwicklungskonzept-mountainbike-wienerwald-2017>)

Infobox MTB-Infrastruktur Planung, Errichtung, Management.



Trailparks bestehen aus Strecken die lediglich für die MTB-Nutzung bestimmt sind. Sie werden von Experten geplant und im Einklang mit geltenden rechtlichen Bestimmungen umgesetzt. Die Vorhaben werden sowohl von der Forst- als auch der Naturschutzbehörde geprüft. Einreichungsunterlagen und ggf. externe Gutachter (z.B. Naturverträglichkeit) werden benötigt. Mittels Bescheid erfolgt die behördliche Freigabe für das Vorhaben (Rodungsbewilligung, Naturschutzzeignung). Der Betreiber haftet für alle Fragen rund um Wegerhaltung und -sicherung.



Shared Trails bezeichnen Wege, die für verschiedene Erholungsnutzungen freigegeben sind bzw. werden (z.B. Wander, MTB). Es handelt sich um bestehende Wege, die zumeist von alpinen Vereinen betreut werden. Die geänderte Nutzung kann seitens des Grundeigentümers aus forstbehördlicher Sicht, unter Beachtung des Österreichischen Forstgesetzes (in seiner geltenden Fassung), entschieden werden. Eine Information der Naturschutzbehörde ist notwendig. Auch in dem Fall gilt, der Betreiber haftet für alle Fragen rund um Wegerhaltung und -sicherung.

Zentrale Fragen für ein prozessorientiertes Umsetzen von MTB-Projekten im BPWW

1. Wie passt das Projekt in die MTB-Strategie des Wienerwald Tourismus?
2. Ist das Gebiet aus Sicht aller Nutzergruppen für eine konsensorientierte Nutzung geeignet?
3. Wie sieht es mit der Zustimmung betroffener (Grund-)Eigentümer aus?
4. Sind die Auswirkungen auf Naturschutz sowie Jagd- und Naturraummangement geklärt?
5. Wie gestaltet sich die finanzielle Umsetzung in Bezug zu Pacht-, oder Versicherungsbeiträgen, Infrastrukturschaffung, Beschilderung, sowie Wartungs-, Instandhaltungs- und Pflegemaßnahmen (z.B. Förderungen, Finanzierungsmodelle)?

3 Zusammenfassung zur Sportart Mountainbike allgemein und speziell im Wienerwald

Kurzzusammenfassung und Überblick

Trotz einer steigenden Tendenz zu Vielfältigkeit, vor allem im Bereich derzeitiger MTB-Disziplinen, und sich entwickelnder Trends am MTB-Markt (z.B. Enduro, E-MTB, FAT-Bikes), lassen sich bei einer näheren Betrachtung erfolgreicher MTB-Destinationen einheitliche Entwicklungen und wichtige Faktoren für den Erfolg von MTB-Angeboten ableiten.

3.1 Einleitung

MTB ist kein Trend mehr. Die Popularität von MTB ist seit den 1970er Jahren konstant gestiegen und hat heutzutage den Status einer der beliebtesten Outdoor-Sportarten erreicht. Dies liegt vorwiegend daran, dass Mountainbiken in den letzten Jahrzehnten für einen Großteil der Bevölkerung zugänglicher geworden ist und sich inzwischen viele gesellschaftliche Lebensansprüche mit der modernen Ausprägung dieser Sportart decken. Mountainbiken ist für viele Urlaubsgäste inzwischen zum vorrangigen Reisemotiv geworden. Einige Regionen haben das Mountainbiken im Allgemeinen und die Entwicklung von „Trailcentern“ im Besonderen als erfolgreiche Methode identifiziert, um ihre Gästezahlen vor allem in den Sommermonaten zu steigern und dadurch auch die Einnahmen der lokalen Wirtschaft deutlich zu erhöhen. Vor allem „Trailcenter“ haben in dieser Hinsicht in den letzten Jahren eine enorme Entwicklung erlebt. Die von Experten dabei entwickelten Trails bieten ein MTB-spezifisches Angebot mit einem umfassenden Sport-, Abenteuer- und Spaß-Erlebnis.

The new Golfing

„Golf’s appeal has become its undoing“. Its meditative quality does not suit the frenetic pace of modern life. Nowadays people want to do something physical, especially outdoors.

Quelle: <http://www.economist.com/blogs/prospero/2013/04/business-networking>



Abbildung 12: The new Golfing?

3.2 Nutzergruppen

Auch wenn die Gruppe der Mountainbiker sehr heterogen ist, lassen sich durch diverse sozialwissenschaftliche Untersuchungen über den/die „durchschnittlichen MTB-FahrerIn“ einige allgemeingültige Aussagen treffen. Zusammengefasst kann man diese folgendermaßen formulieren:

Mountainbiker sind im Schnitt Mitte 30, ihr Einkommen und ihre Ausbildung liegen wesentlich über dem Bevölkerungsdurchschnitt. Viele von ihnen arbeiten in höheren Positionen, tragen Entscheidungsverantwortung als Rechtsanwalt, Arzt oder IT-Ingenieur. Es scheint als würde gerade MTB hier eine gute Kombination aus Adrenalin- und Naturerlebnis und damit eine spannende Alternative zu klassischen, touristisch interessanten Sportarten wie z.B. Golf bieten.

Die hier beschriebene Nutzergruppe lässt sich durch die Dynamik des MTB-Sports und bei Bereitstellung von entsprechenden Angeboten sehr gut erweitern. Vor allem Frauen und Familien stellen hier eine große, zukunftssträchtige Zielgruppe dar, bei der sich starke Wachstumsraten erwarten lassen.

Sport and Recreation New Zealand (2009). Sport and Recreation Profile: Cycling – Findings from the 2007/08 Active NZ Survey. Wellington: Sport and Recreation New Zealand.; Koepke, J. (2005). Exploring the Market potential for Yukon Mountain Bike Tourism. Cycling Association of Yukon. Available from <http://www.tc.gov.yk.ca/fr/pdf/PotentialforMtnBikeTourismYT2004.pdf> [accessed 14 January 2015].

Green, D. (2003). Travel Patterns of Destination Mountain Bikers. Boulder: International Mountain Biking Association.

Reiter, D.K., & Blaha. (2002). Slickrock Trail Mountain Bike Survey: Implications for Resource Managers and Area Communities. Utah Recreation and Tourism Matters: Institute for Outdoor Recreation and Tourism. Available from <http://extension.usu.edu/fields/publications/rf12.pdf> [accessed 30 December 2014].

Corporate Research Associates Inc. (2010, March). Secondary Research – Mountain Biking Market Profiles Final Report. Halifax: Corporate Research Associates Inc.

Lofft, C., Hawkings, J., Brown, J., Rogers, S., Winter, C., Derksen, K., & Wray, P. (2008). Mountain Bike Tourism. Vancouver: Tourism British Columbia. Statistics Canada. (2006). Travel Activities and Motivation Survey (TAMS). Ottawa: Statistics Canada.

MBTA (2010). *British Columbia Mountain Bike Tourism*. Vancouver: MBTA.

Lamprecht, M., Fischer, A. & Stamm, H.P. (2014): *Sport Schweiz 2014: Sportaktivität und Sportinteresse der Schweizer Bevölkerung*. Magglingen: Bundesamt für SportBASPO.

Jiricka, A., & Pröbstl, U. (2014). *Mountain biking and ropeways*. *International Ropeway Review 2014, NSAA Special*.; City of Kelowna, *Regional District of Central Okanagan & BC Parks (2007). Mountain Bike Community Profile for the Central Okanagan*. <http://atfiles.org/files/pdf/Kelowna-Okanagan-mtnbike.pdf>.

Tiedeman, B. G. (2002). *Michigan Mountain Biking Association Marketing Research*. Michigan: Central Michigan University.

3.3 Allgemeine gesellschaftliche Entwicklungen mit Einfluss auf das Wachstum des MTB-Sports

i. Moderne (Abenteuer-)Ansprüche der Freizeitgesellschaft

Die Ansprüche der modernen Arbeitswelt haben sich im Sinne der Arbeitsbedingungen und einer längeren individuellen Leistungsfähigkeit stark verändert. Dies gilt besonders, wenn man sie mit den Anfängen des (Freizeit- und Erholungs-)Tourismus vergleicht.

Wo früher stark die Erholung von (körperlich) fordernden Arbeitsbedingungen im Vordergrund stand und ein Urlaub oft für diese Erholung genutzt wurde, werden heutzutage Erlebnis und sportliche Tätigkeiten als Abwechslung zu einem (Büro-)Arbeitsalltag gesucht. Der Mensch definiert sich nicht (mehr) nur über seine Arbeit, sondern stärker über die Ausübung von Hobbies. Gerade Sportarten mit Abenteuercharakter bieten sich hier identitätsstiftend an. Diese stillen eine Sehnsucht, die in der heutigen, stark sicherheitsoptimierten Welt, oft zu kurz kommt. Die hier boomenden Sportarten sind neben dem MTBen z.B. Klettern (inkl. Klettersteige), Trailrunning, Cayaking, Surfen, Skitouren / Freeride-Skiing und dergleichen.

Freericks, R., & Brinkmann, D. (2011). Zukunftsfähige Freizeit. Analysen – Perspektiven – Projekte. Bremen: IFKA.

Die Industrie hat diesen Trend deutlich erkannt und versucht durch intensive Platzierung von Marketingaktivitäten, wie z.B. stark naturromantische [Videos](#) und leicht zugängliche Einstiegsangebote, bereits im urbanen Raum diese Zielgruppe abzuholen und als Kunden zu gewinnen. <https://www.youtube.com/watch?v=hwSFMcvmZco>

ii. Modernes Zeitmanagement

Eine vermehrt projektbasierte Arbeit und eine damit einhergehende, notwendige zeitliche Flexibilität haben auch das Freizeit- und Urlaubsverhalten der Gesellschaft stark verändert. Oft werden statt einem langen Urlaub mehrere kurze Urlaube über das ganze Jahr verteilt. In diesen kurzen Zeitfenstern sollen in optimierter Form Erholung und Erlebnis gleichermaßen genossen werden. Klassisches Beispiel hierfür ist u.a. ein stark gestiegener Anteil an Städtereisen. Gleichzeitig ist aber auch das Wochenende als intensiver „Miniurlaub“ sehr stark in der Bedeutung für die Erholung gestiegen. Auch die Zeit nach dem Feierabend wird heute oft zur Ausübung des Hobbies genutzt.

Freericks, R., & Brinkmann, D. (2011). Zukunftsfähige Freizeit. Analysen – Perspektiven – Projekte. Bremen: IFKA.

iii. Gesundheit und demografische Entwicklung

Das Durchschnittsalter der Gesellschaft ist in den letzten Jahrzehnten gestiegen (betrifft sowohl Frauen als auch Männer). Durch weniger körperliche Arbeit, eine bessere grundmedizinische Versorgung und ein gestiegenes Bewusstsein für körperliche und geistige Gesundheit ist es heute vielen Altersgruppen möglich, auch im höheren Alter noch aktiv Sportarten zu betreiben, die einen erhöhten Anspruch an Fitness und Beweglichkeit stellen.

Handbuch Freizeitsoziologie 2015 Renate Freericks & Dieter Brinkmann ISBN: 978-3-658-01519-0 (Print) 978-3-658-01520-6 (Online)

**Mountainbiken profitiert von all diesen Entwicklungen
in besonderer Weise**

Die Zugänglichkeit des MTB-Sports aus fast jedem Lebensumfeld heraus macht diesen besonders attraktiv. Ob die „Hausrunde“ aus bzw. in der Stadt oder die ausgedehnte Runde am Wochenende im Heimatrevier oder in den umliegenden Gebieten. Durch vielschichtige Informationen über bestehende Angebote, den Austausch mit Gleichgesinnten und das Nachfahren von aufgezeichneten (z.B. STRAVA, BIKEMAP, KOMODO) Strecken (vgl. Abbildung 13) ist MTB fast überall erlebbar. Mit modernen Rädern und entsprechender Ausrüstung können Anfänger rasch ein Niveau erreichen, das in seiner erlebten Intensität den Werbebotschaften von Industrie und Handel stark ähnelt.

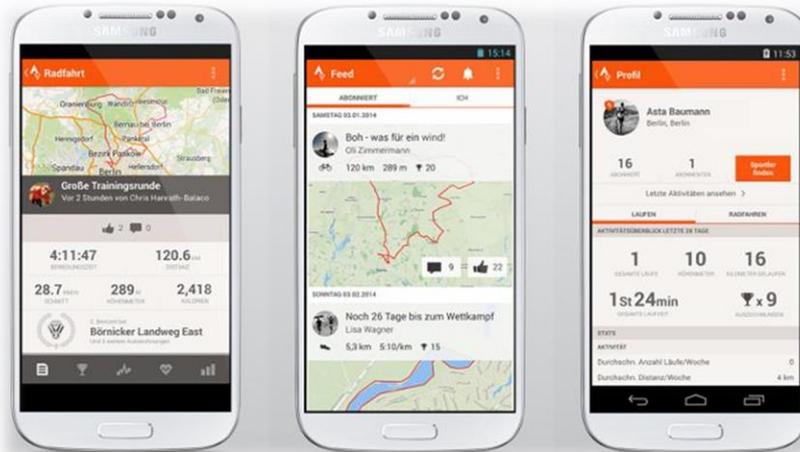


Abbildung 13: Freizeit-App für Smartphones

ad ii – Modernes Zeitmanagement

In vielen Arbeitswelten haben Gleitzeit bzw. Teilzeitarbeit Einzug gehalten. Diese bieten die Möglichkeit mit dem MTB vor der Arbeit oder bei der „Feierabendrunde“ auf den Hausstrecken (Stichwort „Hometrail“) mit Gleichgesinnten auch unter der Woche regelmäßig zu biken und Trailabenteuer zu erleben. Dadurch werden Leistungsfähigkeit und technische Fertigkeiten konstant erweitert. Diese Leistungsfähigkeit und Niveausteigerung machen auch den Genuss von kurzen Ausflügen an Wochenenden und im Rahmen von Kurzurlaube unter anderem in ausgewiesene Bike-Destinationen möglich. Diese Fähigkeiten bilden auch die Grundlage, um moderne Angebote wie attraktive Trailrunden und Serviceleistungen (z.B. Guidingangebote, Techniktrainings) zu nutzen, ohne ständig das Gefühl zu haben, sich zu überfordern.

ad iii - Gesundheit und Demografische Entwicklung

Durch die längere Agilität im Alter und ein gesteigertes Bewusstsein, dass Fitness und Beweglichkeit zu einem modernen Lebensstil dazugehören, ist MTB für alle Altersgruppen eine attraktive Freizeitgestaltung. Vom Kindesalter bis hin zum Rentner ist es möglich auf dem Mountainbike Spaß zu haben und sich mit Gleichgesinnten auszutauschen. Erfolgserlebnisse, Naturerfahrung und der Austausch mit anderen Sportlern und Erholungssuchenden machen MTB zu einer beliebten Freizeitbeschäftigung die alle Altersgrenzen aushebelt. Gerade dadurch erfreut es sich zusehends gesteigerter Popularität. Durch diese Faktoren, und angefacht durch technologischen Fortschritt (E-MTB), entwickelt sich zunehmend eine größere u.v.a. auch breitere Zielgruppe als sie in den meisten anderen Sportarten zu finden ist.

4 Analyse MTB Infrastruktur im Wienerwald aktuell (SWOT)

Im Folgenden werden die abgehaltenen Workshops aus der ersten, regional abgestimmten Evaluierungsphase stichpunktartig anhand der erarbeiteten Ergebnisse dargestellt. Die einzelnen SWOT-Analysen werden in einer gemeinsamen Analyse zusammengeführt und für die Definition von erkennbaren Handlungsfeldern verwertet.

4.1 Workshops

Um einen Überblick über die Sicht der Gemeinden und anderer, beteiligter Stakeholder (Touristiker, Forst, Jagd, Naturschutz, aktive MTB-Nutzer) auf das aktuelle Streckenangebot und den aktuellen Stand zum Thema MTB zu bekommen, wurde eine regionale Workshop-Runde im Projektgebiet veranstaltet. Diese wurde mit vier Workshops in ausgewählten Mikroregionen (WW-Nord, -Ost, -Süd, -West mit den jeweils betroffenen Gemeinden) durchgeführt und anhand eines einheitlichen Schemas strukturiert abgehalten. In einem ersten Teil wurde im Zuge einer Vorstellungsrunde jedem/jeder TeilnehmerIn die Möglichkeit geboten, die eigene Perspektive auf das Thema Mountainbiken im Wienerwald zu erläutern. Weiters wurden alle Mitwirkenden gebeten, den eigenen Standpunkt zur aktuellen Zufriedenheit mit dem derzeitigen System anhand einer farblich definierten Stimmungskarte einzuordnen. Dazu gab es drei Positionen, die von den TeilnehmerInnen bezogen werden konnten (siehe Tabelle 1). Die Frage dazu lautete: Wie zufrieden sind Sie mit der aktuellen Situation zum Thema MTB im Wienerwald?

Tabelle 2: Stimmungsbarometer zur aktuellen Situation "MTB im Wienerwald" (eher zufrieden = grün, weder noch = gelb, eher unzufrieden = rot)

eher zufrieden	neutral	eher unzufrieden
----------------	---------	------------------

Anhand eines Impulsvortrags zum Thema „Mountainbiken - aktuelle Entwicklungen im MTB-Bereich allgemein und speziell im Wienerwald“ wurde der Status quo der aktuellen Situation beleuchtet und die aufkommenden Trends in dieser Sparte dargestellt.



Abbildung 14: Alexander Arpaci (Agentur iNuF) führt in die aktuellen Entwicklungen des MTB-Sports ein – Impulsvortrag MTB

Der Vortrag bot Gelegenheit für gezielte Fragen und anschließende Diskussion, die als ideale Überleitung für die darauffolgende SWOT-Analyse diente. Dabei hatten alle Anwesenden die Möglichkeit ihre individuelle Sicht auf das bestehende MTB-Angebot zu erläutern und in vier definierten, kleineren Arbeitsgruppen im Zuge eines „World Cafés“ zu diskutieren (lt. SWOT eingeteilt). Im Rotationsprinzip wurden alle TeilnehmerInnen zu jedem der folgenden Themen befragt:

- Stärken
- Schwächen
- Chancen
- Risiken

Angeleitet durch Moderatoren (je einer pro Tisch), die vor allem die Aufgabe hatten in das Thema einzuführen und im Laufe des Workshops einen Überblick über die gesammelten Argumente zu geben, anhand derer die Punkte gemeinsam diskutiert wurden, wurden so zu jedem Thema die wesentlichen Anregungen und Kritikpunkte erfasst. Die Ergebnisse sind in den folgenden Kapiteln, einzeln pro Workshop im jeweiligen Veranstaltungsort, dargestellt.

4.2 Pressbaum

4.2.1 Stimmungsbarometer

Bereits beim Eintreten wurden die TeilnehmerInnen mit der Abfrage zum Stimmungsbild konfrontiert und gebeten ihre derzeitige Sicht auf das MTB im Wienerwald darzustellen (Abbildung 2).

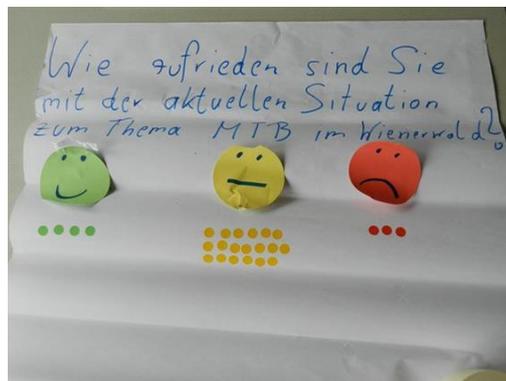


Abbildung 15: Stimmungsbild Workshop Pressbaum

Die allgemeine Sicht der Anwesenden auf das aktuelle MTB-Angebot im Wienerwald kann somit als neutral eingestuft werden. Wenige Stimmen waren mit der derzeitigen Situation zufrieden (4), noch weniger eher unzufrieden (3).

4.2.2 SWOT

Die SWOT Analyse wurde in moderierten Arbeitsgruppen zu den Themen i) Stärken, ii) Schwächen, iii) Risiken und iv) Chancen des **bestehenden** MTB-Angebotes diskutiert.



Abbildung 16: Arbeitsgruppe im Rahmen der moderierten SWOT-Thementische (Pressbaum)

Stärken	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Attraktive Teilstücke vorhanden ➤ Interessant für breite Gruppe (Anfänger bis Fortgeschrittene) ➤ Breites Publikum ➤ MTB revier vor der Tür ➤ Potential für attraktive Streckenführung ➤ Viele Hütten, Gastronomische Angebote, Heurige vorhanden ➤ Gute Einstiegsmöglichkeiten in das Streckennetz (negativ: fehlende Mitnahme Möglichkeiten im ÖPNV) ➤ Anbindung an das Radwegenetz ➤ Zentraler Ansprechpartner ➤ MTB Präsenz im Freizeitangebot der Gemeinden/ Regionen, Destination ➤ MTB affine Politiker ➤ MTB als Unterstützung bei der Radwege Entwicklung ➤ Etabliertes und akzeptiertes Streckennetz ➤ Gemeindeübergreifend ➤ Dichtes Wegenetz ➤ Bekannte Kommunikationspartner ➤ Unspezifisches Wegenetz (keine High-tech-Geräte notwendig) ➤ Naturerlebnis möglich ➤ Keine Aufstiegshilfen notwendig
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Viel Leistung der Gemeinden aber Umwegs-Rentabilität bleibt aus ➤ Miteinander fehlt ➤ Fehlende Verwaltung ➤ Fehlende Vermarktung ➤ Aktuelle qualitative Angebote fehlen ➤ Fair Play Regeln nicht aktuell ➤ Binnentourismus von Wien nach NÖ muss von NÖ bearbeitet werden ➤ Mangelnde Bewusstseinsbildung / Kommunikation (ÖA /PR) ➤ Finanzierungsmodell ➤ Fehlende Exekutive (Bikecard) Registrierung / Nach Vollziehbarkeit ➤ Rechtlicher Rahmen -> Identifizierung

Risiken	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Meinungskonflikt wird intensiviert ➤ Benützung gemeinsamer Strecken : Unfall Risiko durch mangelnde Schulungen ➤ Aufgeteilte Strecken nach Nutzertyp Risiko der Überregulierung ➤ Wildwuchs an illegaler Nutzung ➤ Fehlender Respekt vor anderen Nutzergruppen ➤ Aufweichung der bestehenden touristischen Identität (Wandern / Action) ➤ Steigerung der Nutzerfrequenz Risiko einer Übernutzung ➤ Mangelnde Kommunikation in der MTB Community ➤ Steigerung Individualverkehr wenn nicht öffentlich erreichbar ➤ Fehlende rechtliche Regelung (?) ➤ Fehlende Kontrollmöglichkeiten ➤ Sehr heterogene MTB Szene ohne Ansprechpartner ➤ Erhöhte Haftung für Grundbesitzer wenn illegale Wege genutzt werden bzw. Strecken neu angelegt werden. Erhöhter Aufwand für Kontrolle und Räumung ➤ Erhöhte Erosion wenn Status quo erhalten bleibt ➤ Fehlende Finanzierung (Nutzer und Industrie nicht eingebunden)
Chancen	<p><u>Bestehendes Streckenangebot</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Erfahrung mit rechtlichen Rahmenbedingungen ➤ Forststraßen: Aufstiegshilfe und für weniger technisch versierte nutzbar ➤ Einheitliche Beschilderung ➤ Shared Trails ➤ Vernetzung als alternative zu motorisierten Individualverkehr ➤ Bekanntheitsgrad ➤ Grundlage zur Auf-/ Weiterverwertung ➤ Einzigartigkeit ➤ Überregionale Verbundenheit ➤ Hotels / Erfahrungen <p><u>Projekt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Empfehlung für Reduktion der Haftung ➤ Kommunikation in MTB Kommunikation ➤ Besseres Kennenlernen und Miteinander ➤ Lenkung durch attraktive Angebote ➤ Klärung offener rechtlicher Fragen ➤ Nutzungsetikette ➤ Öffentlichkeitsarbeit ➤ Bewegungsangebot für alle ➤ Überregionale Wertschöpfung ➤ Verteilung Wertschöpfung ➤ Identifizierung der Akteure im Tourismus

4.3 Wien (MA 49)

4.3.1 Stimmungsbarometer

Auch hier wurde zu Beginn des Workshops eine Vorstellungsrunde abgehalten und im Zuge dessen allen Anwesenden die Gelegenheit geboten Ihre aktuelle Zufriedenheit mit dem MTB-Angebot im Wienerwald darzustellen (Abbildung 4).

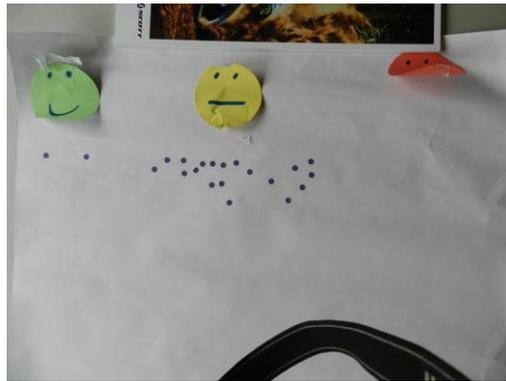


Abbildung 17: Stimmungsbild Workshop Stadt Wien

Trotz einiger Streuung um die „Mitte“ (neutral), kann man von einer überwiegend positiv besetzten Stimmungslage sprechen. Leichte Unzufriedenheit einzelner TeilnehmerInnen zeigt der Barometer in Richtung „eher unzufrieden“ (6), allerdings wurde keine einzige Position als tatsächlich „eher unzufrieden“ bezogen.

4.3.2 SWOT

Die moderierten Arbeitsgruppen widmeten sich wieder den Themen i) Stärken, ii) Schwächen, iii) Risiken und iv) Chancen hinsichtlich des **bestehenden** MTB-Angebotes (Abbildung 5).



Abbildung 18: Arbeitsgruppe im Rahmen der moderierten SWOT-Thementische (Stadt Wien)

Stärken	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Großes Gebiet ➤ Abwechslungsreich ➤ Viele Einstiegspunkte ➤ Rastplätze und Gastronomie-Angebote ➤ Öffentlich oder mit dem Rad erreichbar ➤ Abseits des Straßenverkehrs ➤ Kartenmaterial und GPS Daten vorhanden ➤ Gemeinsames Angebot ➤ Touristisches Angebot hat Potential ➤ Lenkungseffekt ➤ Verhaltensregeln ➤ Gemeinsame Vertragsbasis mit Grundeigentümern
---------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wegehalterhaltung / Sicherung ➤ Fehlendes Nutzer Monitoring ➤ Fehlender Naturraum für Exklusivnutzung ➤ Regelwerk braucht Neuauflage ➤ All Jahres Nutzung nicht möglich Angebotsschaffung durch Druck von außen (MTB Industrie) ➤ Keine Kommunikation an Nutzergruppen ➤ Mangelndes Naturbewusstsein ➤ Mangelndes Management (Beschilderung, Wartung, Bau) ➤ Limitierendes Budget / unklare Finanzierung ➤ Fehlende politische Unterstützung ➤ Fehlende Kommunikationsplattform ➤ Kein aktuelles Angebot für veränderte Nutzungsformen
Risiken	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gewohnheitsrecht fehlendes Umdenken / keine Akzeptanz ➤ Herausforderung Streckenführung ➤ Nutzerkonflikte ➤ Fehlende Kontrollmöglichkeiten ➤ Übernutzung / Erosion ➤ Klimaerwärmung & Erosion ➤ Wildökologie gestört /mehr Verbiss ➤ Jedes Angebot machen?
Chancen	<p><u>Aktuell</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Erfahrungen ➤ Fehler bekannt ➤ Regeln bekannt ➤ Multifunktionale Nutzung gegeben ➤ Verbindungen existieren ➤ Konnektivität ➤ Mehrfachnutzung von Strecken funktioniert ➤ Vertragsmodell <p><u>Projekt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vertragsmodell anpassen auf neue Gegebenheiten ➤ Flächenabdeckung und sinnvolle Lenkung verbinden ➤ Naturnahes Wegenetz ➤ Lernprozess für Miteinander ➤ Wien lebt multifunktionale Nutzung ➤ Sport und Freizeit grundsätzlich fördern ➤ Ressourcenplanung ➤ MTB Wege als Radwege ➤ Ziele der Stadt Wien einbinden ➤ Illegalität beenden ➤ Legalisierung bestehender (illegaler) Strecken ➤ Weiterentwicklung MTB Management ➤ Unrechtsbewusstsein schärfen ➤ Gründe für Regeln erklären ➤ Wien als MTB Hauptstadt ➤ Deeskalation ➤ Lebendiges Management

4.4 Alland

4.4.1 Stimmungsbarometer

In Abbildung 6 wird das Stimmungsbild der TeilnehmerInnen zum aktuellen MTB-Angebot, anhand deren eigener Zuordnung im Rahmen der Vorstellungsrunde dargestellt.

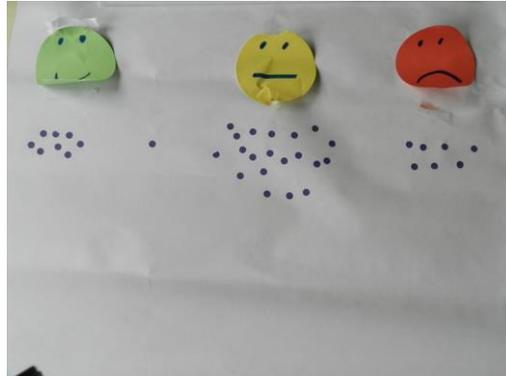


Abbildung 19: Stimmungsbild Workshop Alland

Hierbei ergab sich ein recht klares Bild. Obgleich die Mehrheit der Anwesenden eine neutrale Einstellung zum derzeitigen MTB-Angebot hat (20), gibt es klare Positionierungen in Richtung „eher zufrieden“ (8) und „eher unzufrieden“ (7). Lediglich eine Person positionierte sich eher neutral mit leichter Affinität zur positiven Stimmung.

4.4.2 SWOT

In Kleingruppen widmete man sich wieder den 4 moderierten Thementischen zu i) Stärken, ii) Schwächen, iii) Risiken und iv) Chancen hinsichtlich des **bestehenden** MTB-Angebotes (Abbildung 7).



Abbildung 20: Arbeitsgruppe im Rahmen der moderierten SWOT-Thementische (Alland)

Die Ergebnisse zur SWOT werden im Folgenden wiederum kategorisch dargestellt.

Stärken	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Relativ homogene Grundeigentümerstruktur ➤ Grundeigentümer bekannt mit Thema MTB ➤ Nähe zum Ballungsraum (große Nutzergruppe) ➤ Breites Streckennetz fast jede Gemeinde betroffen ➤ Attraktives Streckenangebot für Einsteiger ➤ Viele blaue Strecken ➤ Vielfalt vor der Haustür ➤ Hoher Bekanntheitsgrad ➤ Gastronomie und Hüttenstruktur vorhanden gut kombinierbar zu touristischen Angeboten ➤ Tlw. attraktive technisch anspruchsvolle Angebote ➤ Bestehendes Beschilderungskonzept
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rechtsunsicherheit ➤ Nutzergruppenübergreifende Kommunikation fehlt ➤ Fehlendes attraktives zusammenhängendes Wegenetz ➤ Fehlender touristischer Nutzen und Benefits für Gemeinden ➤ Management fehlt vor allem Wartung ➤ Identifikation der Nutzer nicht möglich ➤ Steigende illegale Nutzung ➤ Wertschätzung Nutzfunktion nicht vorhanden ➤ Aktuelle Informationen nicht verfügbar ➤ Keine modernen Kommunikationsformen ➤ Einstiegsmöglichkeiten fehlen ➤ Verantwortlichkeit unzureichend definiert (Betreuung) ➤ Finanzierungsmodell ungeklärt



Risiken	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Strecken auf Landstraßen (Unfallgefahr) ➤ Kreuzungen mit Bahnstrecken ➤ Vertragsende für bestehendes Netz unklare Perspektive ➤ Kontrollverlust ➤ Nutzerkonflikte (Fallen) ➤ Polarisierung ➤ Rechtssicherheit, momentan Nachteile für Forst und Jagd ➤ Keine Bildungsarbeit Jugend und Kinder ➤ Keine klare Positionierung der Politik ➤ Fehlende Kommunikation was ist ein legales Angebot ➤ Klarer Träger und Vertreter der MTB Szene fehlt ➤ Anonymität der Biker ➤ Änderung der Rechtsprechung, keine Mitwirkung auf lokaler Ebene ➤ Technologische Entwicklungen im MTB Bereich , Nachhaltigkeit neuer Angebote? ➤ E-Bike als zusätzlicher Stressfaktor für Wildtiere
Chancen	<p><u>Aktuell</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Örtliche Bindung ➤ Probleme Bekannt ➤ Ziele definiert ➤ Gute Basis für Weiterentwicklung ➤ Bekanntheit und Etabliertheit ➤ Fehleranalyse möglich <p><u>Projekt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Anbindung von existierenden Angeboten / Gasthäusern ➤ Gefahren definieren / Lenken ➤ Vergleich der Interessenslagen ➤ Naturbewusstsein steigern ➤ Lenkung / Entflechtung ➤ Gehör finden in der Szene ➤ Vorbilder auszeichnen sichtbar machen ➤ Moderne Kommunikation nutzen ➤ Klare Verhältnisse für alle schaffen ➤ Wirtschaftliche Effekte mobilisieren ➤ Lebensqualität und Attraktivität der Gemeinden steigern ➤ Durchdachtes Wegenetz ➤ Verteilung der Nutzer auf die Fläche ➤ Moderne Technologie nutzen ➤ Aktuelle Dynamik nutzen

4.5 Breitenfurt

4.5.1 Stimmungsbarometer

22

Wie gewohnt, wurde der Auftakt im Rahmen einer Vorstellungsrunde und den damit einhergehenden Zufriedenheitswerten der TeilnehmerInnen gemacht (Abbildung 8).

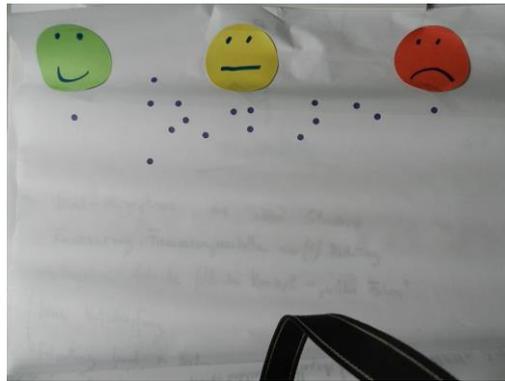


Abbildung 21: Stimmungsbild Workshop Breitenfurt

Eine breite Streuung der einzelnen Zufriedenheitswerte lässt hier nur schwer eine eindeutige Zuordnung zu. Während jeweils eine Nennung klar bei „eher zufrieden“ sowie „eher unzufrieden“ abgegeben wurde, so teilt sich die Mehrheit rund um eine „neutrale Position“ mit leichtem Überhang zu „eher zufrieden“ (7), im Vergleich zu „eher unzufrieden“ (5).

4.5.2 SWOT

Die SWOT Analyse wurde wie gehabt in moderierten Arbeitsgruppen zu den Themen i) Stärken, ii) Schwächen, iii) Risiken und iv) Chancen des **bestehenden** MTB-Angebotes organisiert (Abbildung 9).



Abbildung 22: Arbeitsgruppe im Rahmen der moderierten SWOT-Thementische (Breitenfurt)

Die gesammelten Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen werden wieder anhand der 4 SWOT-Themen dargestellt.

Stärken	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bekannte Strecken ➤ Eindeutige Streckenbezeichnung mit regionalem Bezug ➤ Erfahrungswerte ➤ Fundament ➤ Gute Anbindung an Wien ➤ Eignung für Einsteiger, und Genussbiker
---------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Beschilderung / Management ineffizient ➤ Keine Kardinalpunkte , Verteilungspunkte mit MTB spezifischer Infrastruktur ➤ Fehlende Verbindungen ➤ Steigerung der illegalen Nutzung ➤ Shared Trails nicht auf Hotspots möglich -> fehlende Entflechtung ➤ Unlogische Wegführung ➤ Zuständigkeiten unklar ➤ Umsetzung nicht zugewiesen ➤ Mangende technische Herausforderungen ➤ Kaum Kommunikation mit MTB Nutzern ➤ Keine modernen „digitalen „ Lösungen (Navigation, Streckeninformationen)
Risiken	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nicht Akzeptanz von neuen Strecken ➤ Finanzierung nicht ausreichend um ganzheitlich zu verwalten ➤ Vertragslose Zustände illegale Nutzung ➤ Entwertung Grund und Boden ➤ Keine Wertschöpfung ➤ Konflikte zwischen und innerhalb von Nutzergruppen ➤ Übernutzung ➤ Keine Akzeptanz von Streckenverboten auf aufgelassenen Strecken ➤ E-Bike wird vor allem in Ballungszentrum zuerst zulegen ➤ Vertragspartner steigen aus ➤ Grundeigentümer nicht kooperativ
Chancen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Einbindung von touristischer Infrastruktur ➤ Gute Beschilderung ➤ Aktuelle Streckeninformationen (analog / digital) ➤ Bestehendes Netz als Zubringersystem ➤ Neuanfang mit vielen Beteiligten ➤ Offenheit sich dem Thema neu zu nähern ➤ Gute Informationsarbeit / Bewusstseinsbildung ➤ Schaffung von Verständnis untereinander



gearbeitet wird. Bei bisherigen Konflikten ist es teilweise nur dem Zufall zu verdanken dass es keine schwerwiegenden Konsequenzen wie Verletzte gab. Sollte dies erst einmal geschehen sein wird es deutlich schwerer für Akzeptanz der Sichtweisen anderer zu werben. Legale und illegale Angebote werden jetzt schon durch die große Masse der BikerInnen angenommen teilweise im Unwissen teilweise wegen der noch zu geringen legalen Möglichkeiten. Aber es zeigt sich die legalen attraktiven Streckenangebote werden angenommen allerdings führt momentan das fehlende Wegemanagement und die starke Kanalisierung zu starken Übernutzungserscheinungen wie Erosionsschäden oder Verdrängungsbewegungen anderer Freizeitnutzer.

Das Thema Chancen wurde während der Workshops unter dem Gesichtspunkt einer Umsetzung der in dieser Studie erarbeiteten Vorschläge diskutiert. Das bedeutet welche Chancen würden resultieren wenn man das MTB Angebot neu überarbeiten würde (Abbildung 26)?

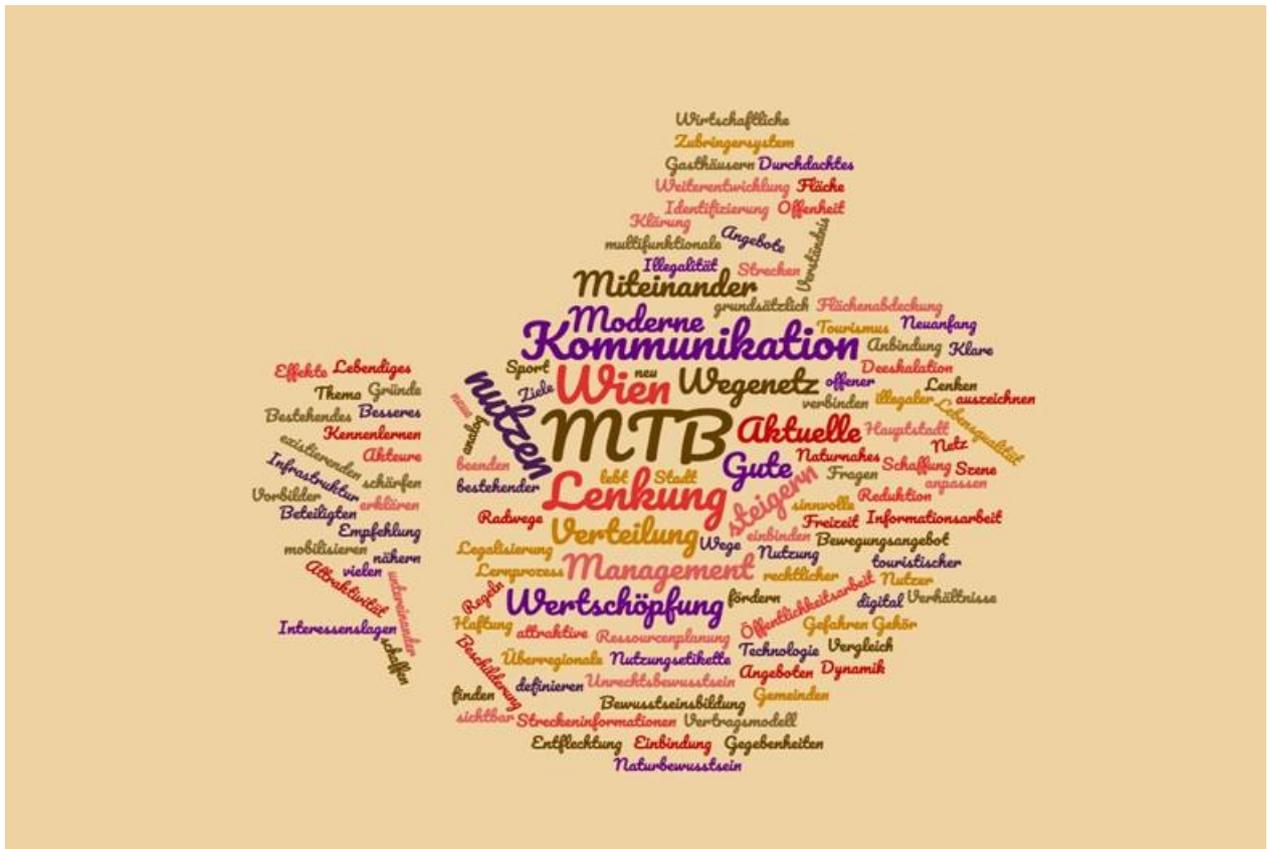


Abbildung 26: Die vorrangigen Chancen zur MTB-Entwicklung aus Sicht der Workshop-Teilnehmer

Durch diese Herangehensweise konnten drei „Haupt“ Chancen identifiziert werden:

- Lenkung der Nutzergruppen
- Wertschöpfung schaffen und regional nutzen
- Moderne Technologien nutzen

Die Lenkung der Nutzergruppen betrifft vor allem die Konflikt- und die Naturschutzebene, neben weiteren Landnutzungsinteressen. Hier werden sich neue Chancen erwartet, mit attraktiven ganzheitlichen Angeboten alte Konflikte einfrieden zu können und eine langfristige Lenkung der Nutzer, weg von Kernzonen und anderen ökologisch sensiblen Gebieten, zu erreichen. Mountainbiker sind eine touristisch und marktwirtschaftlich hochattraktive Zielgruppe. Man erhofft sich dieses

Potential besser ausnutzen zu können und somit in den (Klein-)Regionen zukünftig mehr davon profitieren zu können. Langfristig erfolgreiche Projekte verlangen jedenfalls auch eine intensive Auseinandersetzung mit aktuellen technologischen Möglichkeiten - sei es zum Besucher-Monitoring, dem Wegemanagement, einem zielgruppenspezifischen Marketing oder einer effektiveren Kommunikation (Stichwort: Digitalisierung).

4.7 Handlungsempfehlungen

Die im folgenden Kapitel diskutierten Handlungsempfehlungen basieren zum einen auf erfolgreichen, international anerkannten MTB-Konzepten, mit Fokus auf eine Umsetzung in Ballungsgebieten, zum anderen auf Projekten und Erfahrungen aus den vergangenen vier Jahren, die auf einer kontinuierlichen Arbeit mit verschiedenen MTB-relevanten Stakeholdern im Biosphärenpark Wienerwald beruht.

4.7.1 Fokussierung auf 3 - 4 MTB-Regionen im Wienerwald

Mit 106.000 ha Fläche verfügt der BPWW über ausreichend viel Platz, um die verschiedenen Erholungs- und Freizeitangebote in die Fläche zu bringen. Die Frage, die aber im Rahmen der Workshops oft aufgetaucht ist und die sich auch aus praktischen Überlegungen heraus stellt: „Will man ein Angebot über die gesamte Fläche neu erstellen?“ Das alte Streckennetz mag zwar aus Sicht der heutigen MTB-Ansprüche keine ausreichende Qualität mehr bieten besitzt aber trotzdem einige Vorteile. Einer der bedeutendsten scheint hier vor allem die regionale, über viele Gemeinden geschaffene Abdeckung zu sein, mit welcher eine Verbindung der einzelnen Regionen auf Forst- und Radwegen bzw. Land- oder Bundesstraßen erzielt wurde. Auch wenn das vorhandene Angebot etwas in die Jahre gekommen ist und nur wenig von einer zeitgemäßem MTB-Infrastruktur besitzt, so kann und soll es in Zukunft als Touren- und Trekking-Radnetz eine wichtige Funktion erfüllen.

Eine qualitative Verbesserung des MTB-Angebotes für die unterschiedlichen MTB-Nutzer und das Entwickeln von attraktiven Routen auf Singletrails mit einem Fokus auf eine mögliche Integration von landschaftlichen Highlights und technisch abwechslungsreichen Runden wird sich in der Gesamtfläche jedoch aus verschiedenen Gründen nicht verwirklichen lassen. Im neuen Konzept wird daher eine Qualitätsinitiative mit gezieltem Entwicklungs-Fokus auf definierte Regionen empfohlen. Regionen wo aktuelle Nutzerzahlen bereits Handlungsdruck erzeugen oder wo noch weitere touristische Potentiale erschlossen werden können. Im Zuge der Workshops wurden vier Fokusregionen bearbeitet, in denen das bestehende Streckennetz um attraktive Routenvorschläge ergänzt wurde (Abbildung 27).



Abbildung 27: Wienerwald MTB-Fokusregionen im Überblick

4.7.1.1 Wienerwald Nord

Im Wienerwald Nord hat sich durch den hohen Freizeitnutzungsdruck vor ca. 4 Jahren die Initiative „Plattform MTB Wienerwald“ gebildet. Diese Plattform, bestehend aus Grundbesitzern, dem BPWW Management, dem Wienerwaldtourismus und dem MTB-Verein Wienerwaldtrails, konnte bereits einige Vorzeigeprojekte in der Region umsetzen. Die Gegend zwischen Kahlenberg und Mauerbach gehört zu den beliebtesten und stark frequentierten Ausflugsregionen im Wienerwald. In dieser Region konnte mit Leuchtturmprojekten wie dem *Trailpark Weidlingbach*, dem *Trailcenter Hohe Wand Wiese* und einer Auswahl an freigegebenen Wanderwegen, sogenannten „Shared Trail“ ein deutlicher Entlastungs- und Lenkungseffekt erzielt werden. Die hier, in einer Art Pilotregion, gewonnenen Erfahrungen sind maßgeblich für die Weiterentwicklung der Gesamtregion Wienerwald und haben eine starke positive Wirkung auf alle Beteiligten. Aktiver Dialog und die breite Einbindung von betroffenen Akteuren machen offensichtlich, dass es möglich ist zu einem Miteinander zu kommen und eine oft illegale, mit Konflikten behaftete Freizeitnutzung im Sinne aller Beteiligten neu zu ordnen.

Für die Weiterentwicklung dieser Region gilt es aus den gewonnenen Erfahrungen der letzten Jahre zu lernen (vgl. folgende Kapitel), sowie konsequent an einer Weiterentwicklung von einem fragmentarischem Angebot hin zu einem möglichst flächendeckenden Angebot zu arbeiten, so dass die Nutzer auch langfristig auf legalen Wegen gehalten werden können.

4.7.1.2 Wienerwald West

Die Region wird durch einen starken Zuzug aus Wien und das damit einhergehende Wachstum der betroffenen Gemeinden geprägt. Hier gilt es Angebote zu entwickeln, die den dort lebenden Menschen neue, zeitgemäße und attraktive Freizeitmöglichkeiten. Aktuell gibt es dort nur wenig MTB-Angebote und eine hohe illegale Nutzung von einzelnen Wegeabschnitten. Hier gilt es Runden zu entwickeln die aus den einzelnen Gemeinden angefahren werden können und sowohl als Feierabend-Runde funktionieren, als auch am Wochenende zu längeren Touren kombiniert werden können. Wichtig ist

die Entwicklung von ein bis zwei besonderen Highlights, die sich auch für die Destination Wienerwald vermarkten lassen. Vorschläge dafür gab es bei den Workshops bereits.

4.7.1.3 Wienerwald SÜD I und SÜD II

Grundsätzlich ist die Region von Mödling bis nach Berndorf für Mountainbiking sehr attraktiv. Die dortigen Böden mit ihren hohen Kalkanteilen und die vorhandene Flora und Fauna stehen im deutlichen Kontrast zu den lehmhaltigen Flyschböden und den Buchenwäldern des restlichen Wienerwalds. Diese Bedingungen sorgen dafür, dass das Gelände anspruchsvoller ist und das ganze Jahr über sehr gute Bedingungen zum Biken vorherrschen. Diese Situation hat vor allem im Gebiet rund um den Anninger und in den letzten Jahren vermehrt auch am Sosser Lindkogel zu intensiven Auseinandersetzungen geführt. In beiden Gebieten hat sich eine intensive Nutzung der vielen vorhandenen Wege und Steige eingestellt. Am Anninger konnte durch verschiedene Initiativen nun eine Lösung erarbeitet werden, die mit der Freigabe von rund 10 km Singletrails für die Saison 2018 aufzuwarten scheint. Auch wenn es sich dabei lediglich um einen geringen Anteil dessen handelt, was am Anninger durch Mountainbiker genutzt wird, so ist dort auf jeden Fall eine sehr gute und richtige Entwicklung initiiert worden. Gemeinsame Erfahrungen werden zeigen, in welche Richtung sich das Gebiet weiterentwickeln kann. Am Sosser Lindkogel, so wurde im Rahmen der Workshops deutlich, wird es in absehbarer Zukunft noch keine gemeinsame Lösung geben. Hier möchte man vorerst noch auf eine Eindämmung der Biker durch gezielte Schwerpunktmaßnahmen fokussieren. Dies kann dazu führen, dass in den umliegenden Gebieten der (Nutzungs-)Druck eher zunimmt.

Die **Region Wienerwald Süd I** mit dem Anninger wird sich also weiterhin als MTB-Region darstellen wobei sich erst im Laufe der Zeit zeigen wird, wie die nun legalen Angebote angenommen werden und gewünschte Lenkungseffekte erzielt werden können. Durch die Einbindung lokaler MTB-Vertreter sollte sichergestellt sein, dass dem Anspruchsdenken der MTB-Nutzer Rechnung getragen wird. Eine Erweiterung des Angebotes kann bei positiver Evaluierung in den nächsten Jahren sicherlich erfolgen.

Die **Region Wienerwald Süd II** erstreckt sich von Berndorf aus in das Triestingtal und umfasst einige Ausflugsziele wie den *Guglzipf* oder den *Jagasitz* sowie die *Hohe Mandling*, die echte MTB-Highlights darstellen. Die Situation im Triestingtal stellt sich aber zumindest aus aktueller Sicht noch ohne einen lokalen MTB-Akteur dar. Lokale Nutzer, die sich für eine Verbesserung der aktuellen Streckenangebote einsetzen und ihr Wissen einbringen, sind jedoch von zentraler Bedeutung für eine erfolgreiche Neukonzeptionierung des Streckennetzes.

Seitens der LEADER Region Triestingtal sowie von der Gemeinde Berndorf gibt es allerdings reges Interesse sich mit dem Thema MTB eine Stärkung der lokalen Tourismus- und Freizeitwirtschaft zu erarbeiten. Für Berndorf wurde in dem Zusammenhang schon eine Machbarkeitsstudie erstellt. Die Region Triestingtal hat die Qualität des bestehenden MTB-Wegeangebotes evaluieren lassen. Das Ergebnis für die Gesamtbeurteilung der Qualität des aktuellen Angebotes für MTBer ergab, dass bei 178 km an ausgewiesenen MTB-Strecken im Triestingtal lediglich 41km nicht auf Asphalt- oder Radwegen geführt werden (Singletrailanteil sehr gering). Grundsätzlich wäre aber ein hohes Potential in der Region vorhanden. Gerade die fehlenden Möglichkeiten für legales Mountainbiking rund um Baden könnte man im Triestingtal oder auch in Berndorf versuchen zu entwickeln und somit ein touristisch orientiertes, nachhaltiges MTB-Angebot umzusetzen.

4.7.2 Maßnahmen und mögliche finanzielle Aufwände

Die Finanzierung aller laufenden Kosten für eine MTB-Destination Wienerwald soll in dieser Studie mit einer groben Darstellung der notwendigen Posten und damit verbundenen notwendigen finanziellen Mitteln erfolgen.

4.7.2.1 Ausgangssituation

Für die momentan bestehende MTB-Infrastruktur werden ca. 75.000 Euro jährlich aufgewandt. Von diesen werden vor allem Pachtkosten (€ 0,23-0,29/lfm) an beteiligte Grundbesitzer ausgezahlt. Der Anteil der Auszahlung liegt bei ca. 90% des Gesamtbudgets (65.000,-). Die restlichen Gelder werden für Personal- und, zu einem sehr geringen Teil, Wartungskosten aufgewandt. Diese Gelder werden durch eine sogenannte jährliche *MTB-Flatrate* der beteiligten Gemeinden eingehoben. Dabei zahlt jede Gemeinde die über Streckenanteile verfügt, unabhängig von Länge der Strecke oder der Größe bzw. Einwohnerzahl der Gemeinde, einen fixen Betrag von € 1.500,-. Diese Situation lässt nur einen minimalen Bewegungsraum für die Weiterentwicklung des Wegenetzes und die qualitative Betreuung der Strecken zu.

Was wäre der finanzielle Rahmen um einen Neuanfang hinsichtlich der Streckenausrichtung als auch des Managements des gesamten MTB-Angebotes zu leisten?

Dieser Frage widmen sich die folgenden Kapitel.

4.7.2.2 Erhöhung des Singletrail Angebotes

Um mehr Singletrails anbieten zu können, haben sich die „Shared Trails“ als sehr wirkungsvoll erwiesen. Diese können ohne behördliche Zustimmung, auf Vertragsbasis mit dem Grundbesitzer errichtet werden. Der finanzielle Aufwand besteht, wie beim derzeitigen MTB-Wegenetz üblich, aus einer Pacht- und Versicherungszahlung. Finanzielle Mehrausgaben sind nicht zwingend notwendig, wenn man das vorhandene Streckenangebot entsprechend konsolidiert. Eine geplante, qualitative Überprüfung auf die Eignung hinsichtlich gängiger MTB-Ansprüche bietet hier Möglichkeiten der Überarbeitung.

4.7.2.3 Gebaute „MTB only“ Strecken

Das Anlegen von gebauten MTB-Strecken hat sich im Wienerwald Nord bewährt, vor allem um eine effektive Lenkung von Nutzergruppen in bestimmten Bereichen zu erreichen. Die Einbindung der MTB-Community hat seinen Teil dazu beigetragen, dass sich die MTBer stark mit den Strecken identifizieren. Damit konnte auch eine Verminderung von illegalen Bauaktivitäten, einer gesteigerten Selbstkontrolle und entsprechende Bewusstseinsbildung hinsichtlich der Regeln für eine nachhaltige Nutzung der Strecken erreicht werden. Die Akzeptanz von Wintersperren, witterungsbedingten Sperren und das gegenseitige Verständnis für forst- bzw. jagdliche Maßnahmen konnte erhöht werden. Regelmäßige Meldungen von Schäden an Strecken und Beteiligung bei der Wiederherstellung haben deutlich gezeigt, dass die Wertschätzung der MTB-Szene für solche Projekte groß ist.

Weiter ist es gelungen durch eine gute und intensive Zusammenarbeit mit Rettungskräften Sicherheitskonzepte zu entwickeln und konsequent umzusetzen. Damit konnte, neben einer sehr auf Sicherheit ausgelegten Bauweise der Strecken, die Anzahl der Unfälle gegenüber der zuvor bereits illegal bestehenden Strecke deutlich reduziert werden und so auch neuen Nutzergruppen (Familien, Frauen, Senioren...) ein leichter Zugang zu diesem Sport ermöglicht werden. Die aktuelle Entwicklung in Richtung „Breitensport MTB“ kann somit deutlich mit einem verbesserten Sicherheitsgefühl der Nutzer verknüpft werden.

Gebaute „MTB only“ Strecken können auch eine starke touristische Wirkung entfalten, wenn Sie gut geplant in ein modernes Streckenkonzept eingebunden sind. Die möglichen Runden auf gebauten Strecken und diversen Shared Trails im Bereich des Trailcenter Hohe Wand Wiese und dem Trailpark Weidlingbach zählen aktuell zu den bekanntesten und meist genutzten MTB-Angeboten im Wienerwald.

Der Aufwand für solche Strecken kann mit planerischen Kosten von ca. € 7.500,- - 10.000,- pro Projekt (ein Projekt kann meherer Strecken umfassen siehe Trailpark) angesetzt werden (Streckenplanung, behördliche Einreichung, ggf. ökologisches Gutachten im Rahmen einer Naturverträglichkeitsprüfung). Dabei können mehrere Strecken gemeinsam eingereicht werden (z.B. Errichtung eines Trailparks) und das Gesamtprojekt in weiterer Folge über einen längeren Zeitraum umgesetzt werden (Streckenbau). Die Baukosten betragen zwischen 18,- bis 50,- Euro pro Laufmeter, je nach Untergrund und Baubedingungen (z.B. Topographie, Bewaldung, Witterung). Eine nachhaltige Planung und Umsetzung der Strecken ermöglicht langfristig eine weniger kostenintensive Betreuung und Pflege der Strecken. Anhand der bereits umgesetzten Projekte konnten bereits wertvolle Erfahrungen und Erkenntnisse zu Streckencharakteristika, der Intensität der baulichen Eingriffe und notwendigen Absicherungen für die Betreiber gewonnen werden.

Aus Sicht der Autoren wäre eine Umsetzung von rund 20 solcher Projekte im Gesamtgebiet des BPWW zu empfehlen, um die zu erwartende Steigerung in den Nutzerzahlen naturverträglich abfedern zu können und diese auch nachhaltig zu lenken. Eine regionale, großräumige Planung für die Errichtung dieser Angebote ist für eine gute Abdeckung und Tourenplanung ratsam. Für die Umsetzung einzelner Projekte sollten Fördermöglichkeiten, wie diese aktuell durch das Land Niederösterreich ausgearbeitet wurden und weitere, bereits erprobte Finanzierungsoptionen wie Sponsoring oder auch Crowdfunding in Betracht gezogen werden. Dies kann den Initialaufwand auf Gemeindeebene erheblich reduzieren.

4.7.2.4 Pflege von MTB Strecken

Je mehr Strecken genutzt werden, desto grösser ist auch die „Abnutzung“ der Strecken. Bei einer weiteren Kanalisierung (Lenkung) der MTB-Community und den Wachstumsprognosen mit der zugrundeliegenden Annahme, dass diese Gemeinschaft in den nächsten Jahren weiter stark wachsen wird, ist diese Abnutzung und entsprechende Gegenmaßnahmen unbedingt in den Betrieb der MTB-Strecken einzubeziehen. International erfolgreiche MTB-Destinationen haben bereits verstanden, dass konsequentes Pflegemanagement schon vor dem Öffnen von Shared Trails oder gebauten MTB-Strecken und vor allem auch während der MTB-Saison viele Probleme und Folgekosten vermeiden kann.

Vorzeigebispiel ist in dieser Hinsicht die MTB-Destination Davos (Schweiz), wo mittlerweile seit 4 Jahren ein Team aus 6 Personen (Trailbauer) über 6 Monate im Jahr Problemstellen identifizieren, Pflegeeinsätze abwickeln und konsequent auf eine Verbesserung der gemeinsamen Nutzung von Wanderern und Bikern hinarbeiten. Dieses Konzept setzt an einer der wesentlichen Schwachstellen von bereits umgesetzten MTB-Destinationen an, die im wahrsten Sinne vom eigenen Erfolg *überrollt* wurden. Je mehr gute Trails angeboten werden, desto mehr Biker machen sich auf dieses Angebot zu erkunden und in weiterer Folge auch regelmäßig zu nutzen. Hier gilt es bei einer Ausweitung des MTB Angebots von Beginn an diese Aspekte zu berücksichtigen und entsprechend zu planen. Für eine langfristige Sicherung des Streckenangebots sollte mit zumindest 2 Personen kalkuliert werden, die über einen Zeitraum von 6 Monaten im Jahr die MTB-Strecken betreuen. Diese Aufgabe kann aufgrund

der Intensität auf Dauer nicht ausschließlich von Ehrenamtlichen übernommen werden. Ehrenamtliche Arbeit kann aber auch hier eine unterstützende Funktion haben.

Die anfallenden Kosten können mit rund 40.000,- - 50.000,- Euro an Lohnkosten und einer Bereitstellung/Finanzierung der notwendigen Ausrüstung (z.B. Werkzeug, Kfz) beziffert werden. Diese Kosten sind einer Infrastruktur gegenüberzustellen, die nach aktuellen Schätzungen 30.000 bis 50.000 NutzerInnen bedient (vorsichtige Schätzung). Dabei sind weder eine Steigerung der Nutzerzahlen, noch das gesteigerte touristische Potential in der Region Wienerwald und der Stadt Wien berücksichtigt.

Exkurs Gestaltung Naturverträgliche MTB Strecken

«Die Wegbauer haben auf jedes Detail geachtet»

Jacqueline von Arx von Pro Natura Graubünden erklärt am Beispiel «Bernina-Express», wie man Mountainbike-Strecken naturverträglich gestalten kann.

Pro Natura Magazin: In Graubünden wächst der Mountainbike-Tourismus stark. Kann man Bike-Strecken naturverträglich gestalten?

Jacqueline von Arx: Ja. Positives Beispiel dafür ist die neue Bike-Strecke, die zwischen Pontresina und Bernina-Hospiz durch einige geschützte Zonen mit Hoch- und Flachmooren sowie artenreicher Alpenflora führt. Die naturverträgliche Gestaltung verdanken wir vor allem dem zuständigen Ingenieur, der viel Fingerspitzengefühl für ökologische Ansprüche zeigt.

Wie wurde die Strecke der Natur angepasst?

Positiv ist, dass sie vor allem über be-

stehende Wege führt. Der kurze neue Streckenteil ist so gut in die Landschaft eingefügt, dass er kaum sichtbar ist. Auf Begradigungen wurde verzichtet: Der Radweg schlängelt sich um Kuppen herum; Inseln mit Sträuchern werden umfahren, statt sie zu durchschneiden. Die Wegbauer haben jedes Detail beachtet, praktisch mit dem Löffel gearbeitet. Zum Beispiel drehten sie Steine, die versetzt wurden, wieder mit der Flechtenseite nach oben.

Nahm man auch Rücksicht auf Wildtiere?

Ja, etwa in den geschützten Lärchen- und Arvenwäldern hinter Pontresina in Richtung Morteratsch. Auch dort führt der

Bike-Trail über bestehende Wege. Dazwischen haben die Wegbauer «aufgeräumt» und frühere Trampelpfade zurückgebaut; potenzielle Abkürzungen wurden durch natürliche Elemente angesperrt. So erhalten Wildtiere neue Rückzugsinseln. Die Gemeinde Pontresina hat erkannt, dass es sich lohnt, Bike-Wege sorgfältig und naturverträglich zu planen und zu bauen. Auf längere Sicht ist dies nachhaltiger, sowohl für die Gemeindefinanzen wie für die Natur. 2018



Jacqueline von Arx, Geschäftsführerin von Pro Natura Graubünden

Abbildung 28: Darstellung naturverträglicher Umsetzung von MTB-Strecken (Pro Natura Graubünden)

4.7.2.5 Operatives MTB-Management

Die derzeitige Organisation der MTB-Region Wienerwald ist dem Wienerwald Tourismus als Aufgabe zugeordnet, jedoch ohne ausreichende Ressourcen für den Betrieb der Infrastruktur. Mit den vorhandenen Mitteln ist die Betreuung des Wegenetzes, als auch die Verwaltung der Verträge gerade mal so abgedeckt. Das sorgt im täglichen Betrieb für Probleme, vor allem wenn es um Fragen der Zuständigkeit, der Nutzung oder der Weiterentwicklung geht. Ein operatives Management sollte hierbei zwingend eingerichtet und mit entsprechenden Kompetenzen ausgestattet werden. Als erste Anlaufstelle für MTBer die sich mit Informationen versorgen wollen, aber auch als Ansprechpartner für alle weiteren Stakeholder (z.B. Tourismusbetriebe, Forstbetriebe, Wanderer, Naturschutzorganisationen). Dies erlaubt eine effiziente Behandlung von Anfragen aller Art mit der notwendigen Kompetenz und einen störungsfreien Betrieb. Weitere Aufgaben beinhalten:

- Priorisierung und Koordination der Trailpflege
- Weiterentwicklung des Wegenetzes
- Betreuung von Kommunikationskanälen und diversen Marketingaufgaben

- Entwicklung, Organisation und Durchführung von MTB-Veranstaltungen

Langfristig soll das MTB-Management Qualitätssicherung und nachhaltige Wertschöpfung aufbauen.

Aus der Sicht der Autoren wären die folgenden Kompetenzen für eine erfolgreiche Umsetzung dieses Managements unbedingt mitzubringen:

- Hohe MTB-Affinität & guter Überblick über *state-of-the-art* MTB-Konzepte (international und national)
- Projektmanagement-Kompetenz
- Marketingerfahrung und Kommunikationsstärke

Je nach saisonalen und erfolgsabhängig Schwankungen kann dieser Aufwand mit vorerst 6 Personenmonaten kalkuliert werden (i.e. 37.000,- Euro/ per anno). Die Frage wie und wo sich diese Stelle als halbe Stelle besetzen lässt bzw. welche Zusatzaufgaben damit zu verbinden wären und wo die Stelle angesiedelt wird bleibt dabei zu diskutieren.

4.7.2.6 Digitalisierung und Ihre Potentiale für Information, Kommunikation und Betrieb der MTB-Destination Wienerwald

Im Zuge der SWOT-Analyse wurde oft eine mangelnde Kommunikation angesprochen. Kommunikation zwischen relevanten Akteuren (wie Grundbesitzern, Wienerwald Tourismus und Gemeinden), aber auch mangelnde Kommunikation mit den Nutzern des Streckenangebotes und weiteren Stakeholder-Gruppen (Freizeit- bzw. Erholungsnutzer). Der Wunsch hier eine Verbesserung herbei zu führen und wieder aktiv mit allen Partnern zu interagieren und Informationen auszutauschen wurde deutlich. Dafür braucht es eine geeignete Kommunikationsstrategie sowie die Kompetenz soziale Medien für diese Zwecke ausreichend nutzen zu können (ein anspruchsvolles Thema!). Es wurden Überlegungen angestellt, eine eigene (Kommunikations-)Plattform aufzusetzen. Eine Plattform-Lösung, die verschiedene Zwecke erfüllen soll mit dem Vorteil die eigenen Zielgruppen mit verschiedenen Funktionen & Informationen zielgenau zu erreichen. Die Entwicklung einer geeigneten Kommunikationsstrategie, die flexibel weiterentwickelt werden kann, lässt sich z.B. folgendermaßen skizzieren:

- Nutzer (Vereine), Grundbesitzer, WW Tourismus bzw. operatives MTB Management und andere Stakeholder (u.a. Naturschutz) treffen sich im Rahmen der MTB Plattform Wienerwald (je nach Bedarf alle 1-3 Monate)
- Einrichtung eines jährlichen MTB-Infotages (vgl. BPWW MTB Infotag 2017) zum Wissensaustausch
- Entwicklung von (bestehenden) Partnerschaften (z.B. Bildungspartnerschaft BPWW, Umweltbildung MA 49)
- Entwicklung & Implementierung eines digitalen Infotools

Während das Tool selber als Plattform mit Web Oberfläche konzipiert ist sollte rasch aus verschiedenen Gründen über eine Mobile Version App nachgedacht werden. Dort werden vor allem Informationen zu Streckenzustand, Sperren, geplante forstliche bzw. jagdliche Aktivitäten, Hintergründe für Aktivitäten (z.B. Sperren) gesammelt und kommuniziert. Es werden Informationen von der Nutzer-Gemeinschaft („Crowdsourcing“) gesammelt und damit ein zeitnahes Strecken-Monitoring umgesetzt (siehe Abbildung 29).

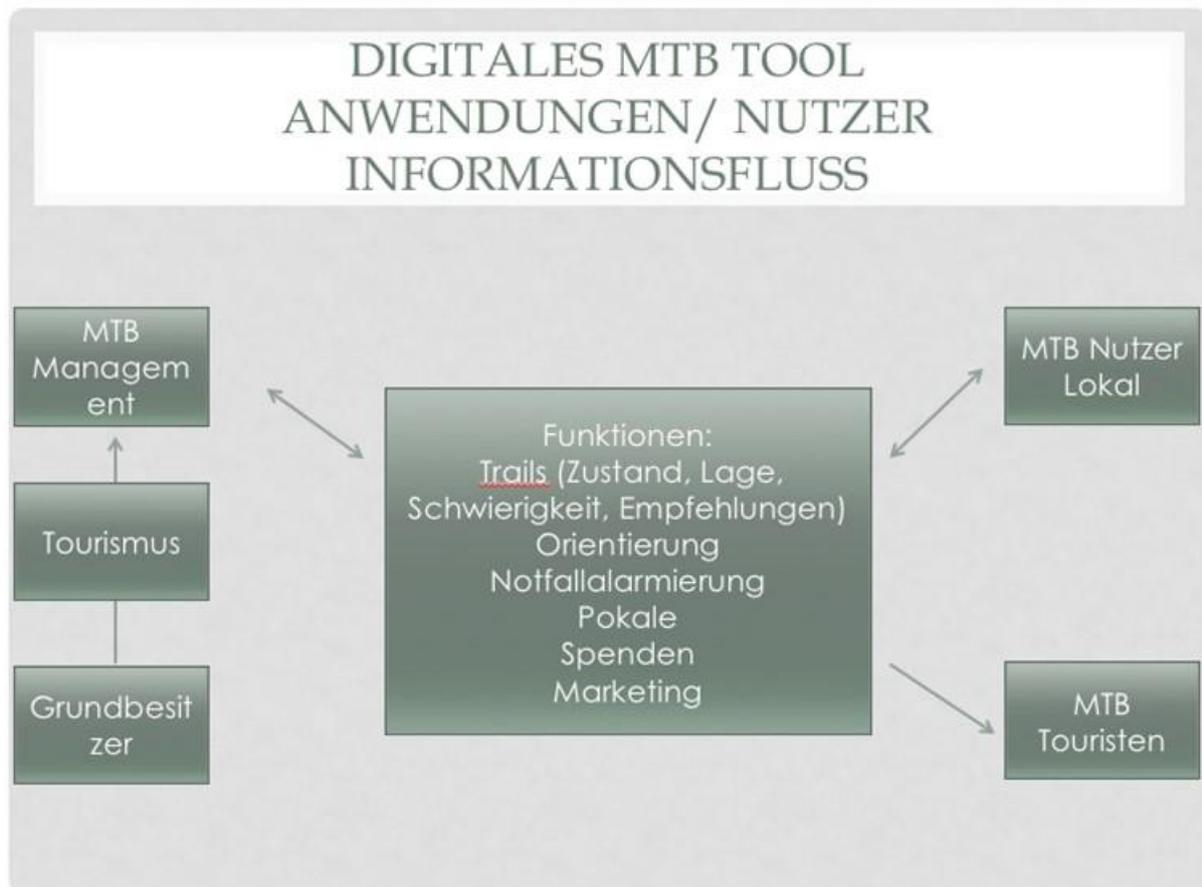


Abbildung 29: Infodflussdiagramm einer digitalen MTB Plattform

Es können GPS-Daten verfügbar gemacht werden und somit eine effektive Lenkung der NutzerInnen erreicht werden. Basierend auf bisherigen Erfahrungen mit Nutzerverhalten, werden Infos und Feedback zu Streckenerlebnis oder -schäden sehr zeitnah, bereits während oder kurz nach einer Ausfahrt, geteilt.

In Abstimmung mit neu zu erstellenden Zufahrtskarten für Rettungsorganisationen kann eine Notfall-Funktion implementiert werden. Diese erlaubt dem Verunfallten z.B. mit einem Tastendruck die Rettungskräfte zu alarmieren und gleichzeitig eine genaue Verortung zu ermöglichen.

Durch *Gamification* können Nutzer zum einen als „Kunden“ umworben werden und zugleich eine mögliche Grundlage für *Cross-Marketing* geschaffen werden. Beispielsweise lassen sich gesammelte Höhenmeter über die Saison nutzerspezifisch darstellen, die schnellste Abfahrt auf gebauten Trails, die schnellste Auffahrt auf legalen Shared Trails kann täglich, monatlich oder jährlich ausgezeichnet werden. Es werden in Abstimmung mit den Betreibern der App entsprechende Wettbewerbs-Segmente eingerichtet. Dadurch kann eine Nutzung auf illegalen Strecken langfristig zurückgedrängt werden. Gleichzeitig können Preise in Zusammenarbeit mit Werbepartnern (Gastronomie, Bikeindustrie, andere MTB-Destinationen) ausgeschrieben werden und für einen Anreiz unter den Nutzern sorgen, während zugleich ein Marketingbeitrag bei Werbepartnern geltend gemacht werden kann. Langfristig sollte auch an die Einrichtung eines digitalen Spendenkontos gedacht werden. Diese Funktion lässt sich gut in eine App einbetten und die Nutzer direkt nach dem Ende der Ausfahrt / Abfahrt um Ihr Feedback, ihre Bewertung und um eine finanzielle Beteiligung (Spende) für den Erhalt und die Pflege der Strecken bitten. Durch die Nutzerzahl und einen zu erwartenden positiven Effekt

durch gut betreute, instandgehaltene Trails sollten hier langfristig substantielle Beiträge zum Erhalt der Strecken zu erzielen sein. Viele dieser Ideen, Plattformen und Funktionen gibt es bereits in der einen oder anderen Form in existierenden Anwendungen. Es gilt die nützlichsten davon zu selektieren und in einer technisch ausgereiften Form zusammenzuführen und umzusetzen. Wichtig ist dabei:

- Klare Zieldefinition
- Räumlicher Anwendungsbereich (Wienerwald / andere Destinationen)
- Entwicklungsteam (Zusammensetzung und Struktur).

Die Kosten für solch ein Projekt sind schwer zu beziffern. Dabei geht es nicht nur um den Umfang der Softwarelösung und eingebettete Funktionalitäten, sondern auch um die Größe des Teams und die Präferenzen bei der Zusammenarbeit. Es können etablierte Entwickleragenturen beauftragt werden, aber genauso universitäre Bildungseinrichtungen (z.B. FH, TU) als Projektpartner gewonnen werden oder existierende Lösungen im Lizenzvertrag genutzt und modifiziert werden. Zwei Beispiele für gute Apps/Plattformen bzw. ein guter Überblick findet sich hier: <http://www.mbr.co.uk/news/14-best-mountain-biking-apps-iphone-android-346224>

Strava

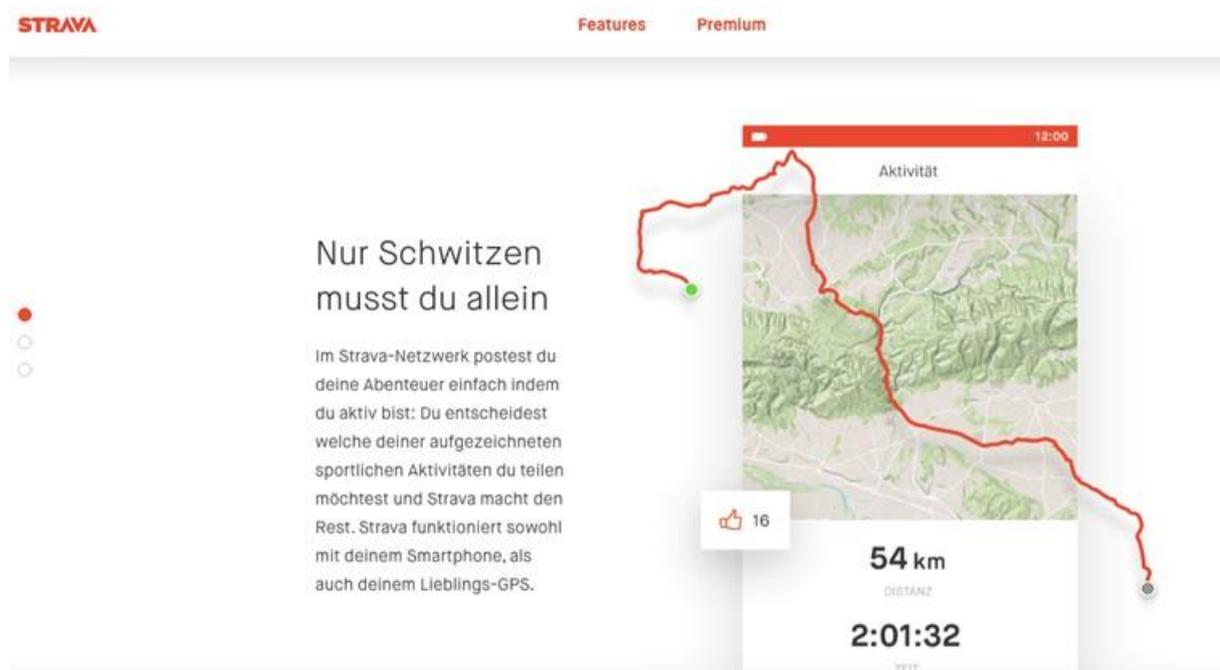


Abbildung 30: Strava - Social Media und Wettkampfplattform

Strava bietet neben Trainingsdaten-Aufzeichnung auch die Möglichkeit sich mit anderen auf sogenannten Segmenten um die Bestzeit für den jeweiligen Streckenabschnitt zu messen. Dabei ist es bei der, ursprünglich aus dem Rennradbereich kommenden, Idee mittlerweile zu einer kontrovers diskutierten Entwicklung um „Beinahe-Wettrennen auf Wanderwegen“ gekommen (im MTB-Bereich). Da Strava die weltweit erfolgreichste App in dem Bereich ist, gilt es aus der Idee des Wettkampfes zu lernen und bestimmte Fehler zu vermeiden.

Trailforks

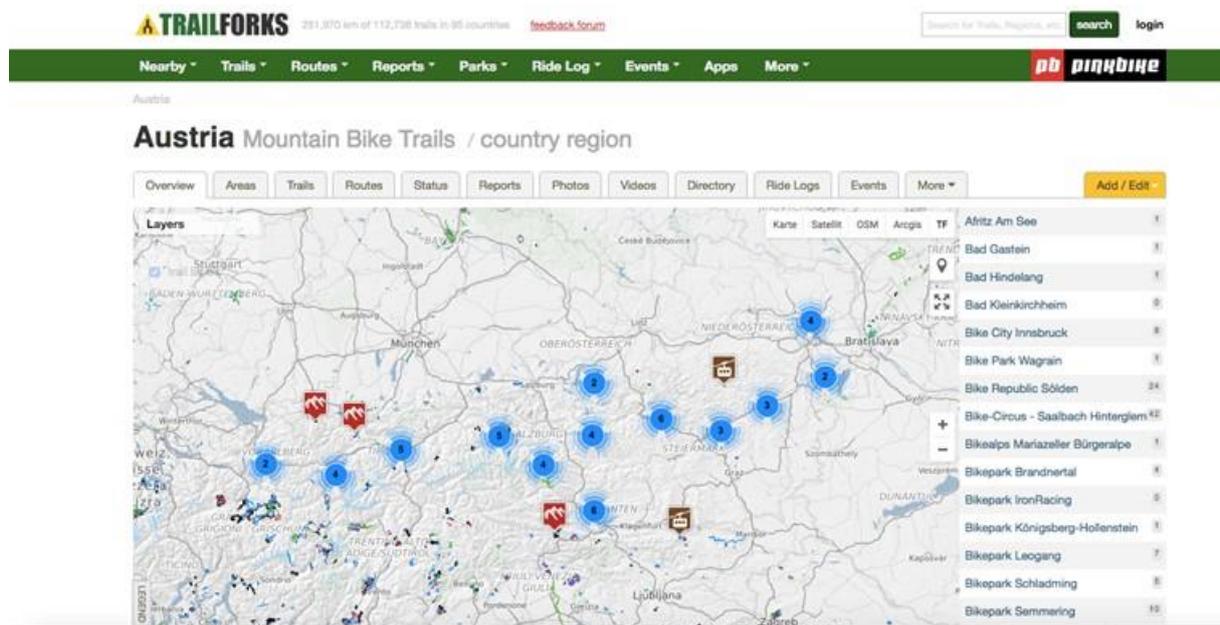


Abbildung 31: Auszug aus Trailforks zum MTB-Angebot einer gewählten Region

Trailforks ist eine Online-Datenbank in der Trails von Nutzern hochgeladen werden können und damit für andere auffindbar werden und zum Nachfahren einladen. Durch erweiterte Funktionalitäten wie Kartenausdruck, Navigation im Gelände gestützt durch Offline-Karten und die Möglichkeit der finanziellen Beteiligung im Rahmen von Spenden (z.B. „Trailkarma“) hat sich die Anwendung weltweit einen sehr hohen Beliebtheitsgrad erarbeitet.

4.7.3 Vermarktung

Das Thema MTB in Niederösterreich bzw. dessen Betreuung ist aktuell beim NÖ Tourismus als Aufgabe untergebracht. Übergeordnet wird das Thema also als ein dem Tourismus zugehöriges und wirtschaftlich relevantes betrachtet. Daraus folgt, dass der Wienerwald Tourismus genau wie die Tourismusverantwortlichen der weiteren Destinationen für das Thema MTB verantwortlich sind. Für eine touristische Wertschöpfung sind folgende zwei Aspekte als grundlegende Basis anzusehen:

- i. Wettbewerbsorientierte Angebote
- ii. Zielgruppenspezifische Vermarktung

Die MTB-Angebote, wie Sie im Zuge einer strategischen Vorgehensweise in dieser Studie beschrieben sind, erfüllen alle Kriterien um sich mit erfolgreichen Destinationen vergleichen zu können. Ein Mix aus gebauten und natürlichen Strecken, ein breites und abwechslungsreiches Angebot von leichten, moderaten und anspruchsvollen Strecken für alle MTB-Kategorien, sowie einfach zu konsumierende Dienstleistungen in der Nähe der MTB-Infrastruktur wie Bikeverleih, Guiding und Schulungsangebote stellen das Credo bei der Weiterentwicklung dar.

Aus heutiger Sicht fehlt allerdings noch eine geeignete Vermarktungsstrategie, die sich zum einen für den Wienerwald verwenden lässt, zum anderen aber auch mit der zu entwickelnden MTB-Vermarktung des Landes Niederösterreich vereinheitlicht werden kann und sich gegebenenfalls mittels Cross-Marketing mit den neuen MTB-Spitzenprodukten in Niederösterreich (vgl. u.a. Annaberg, St. Corona am Wechsel, Königsberg) erfolgsorientiert verbinden lässt.

Generell war das Empfinden während der Workshops bei (fast) allen Beteiligten so, dass die aktuelle Vermarktungsstrategie zu wenig sichtbar ist und keine einheitliche Linie erkennen lässt. Außerdem scheint die Bilderwelt etwas aus der Zeit gefallen zu sein, wenn man diese mit Webauftritten, Karten und Beschilderungsmaterial anderer, zeitgemäßer MTB-Destinationen vergleicht. Im Folgenden sollen einige erfolgreiche moderne Beispiele exemplarisch herangezogen werden um gegebenenfalls bei einer Neuausrichtung der Marketingstrategie behilflich zu sein.

4.7.3.1 Marketing via Webseite

Hierbei gilt es zwischen einer Destinationswebseite, die alle Informationen und Serviceleistungen sowie diverse Angebote modern und attraktiv verfügbar machen sowie im Idealfall auch eine einfache Buchung ermöglichen soll, und Angeboten die eine reine Werbepattform darstellen und als Qualitäts- bzw. Gütesiegel der MTB-Szene verstanden werden können, zu unterscheiden.

Beispiel 1 (Destinationswebseite)

Mountain Bike Wales (www.mbwales.com), England.

In Wales wird eine Vielzahl von MTB-Angeboten betrieben. Diese sind Teil der walisischen Tourismusstrategie und ein wichtiger ökonomischer Faktor für die Region (Abbildung 32 + 33).

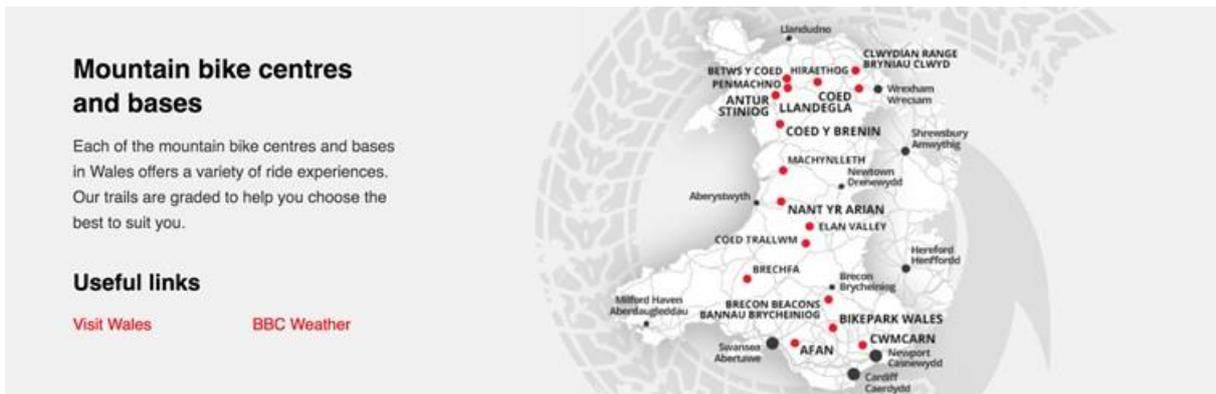


Abbildung 32: MTB Angebote Wales

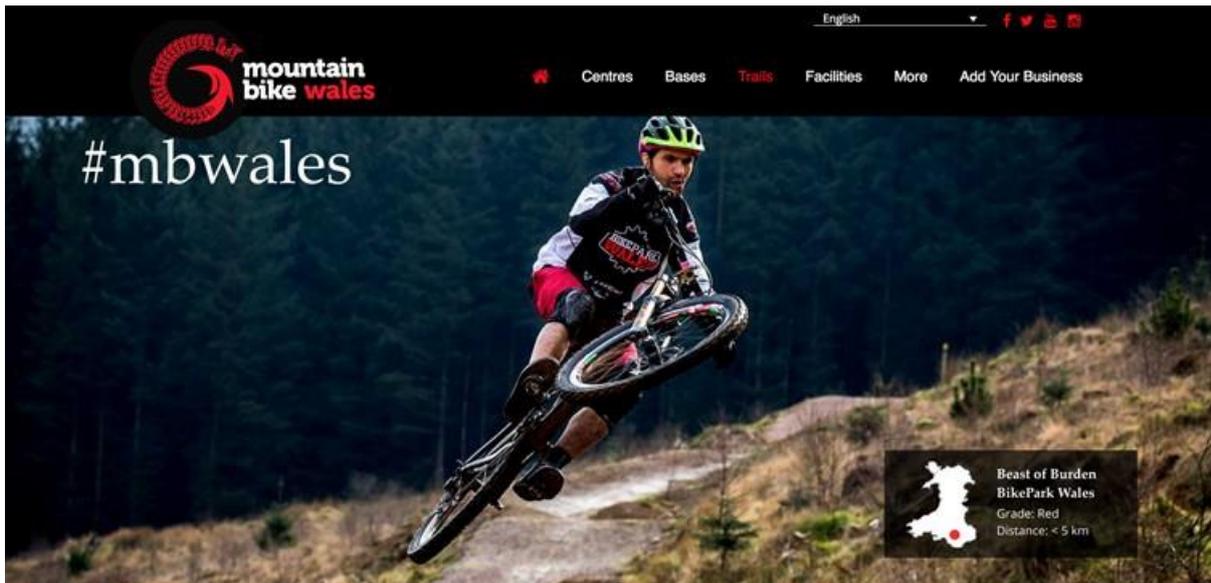


Abbildung 33: Landing Page MTB Wales

Eine einheitliche „Landingpage“ für ganz Wales lässt den Besucher zwischen verschiedenen Service-Levels wählen und gibt mittels Video und Übersichtskarte einen Überblick über die Region. Dies macht gleichzeitig Lust auf die Vielfalt, die hinter diesem Angebot verborgen ist (Abbildung 34).

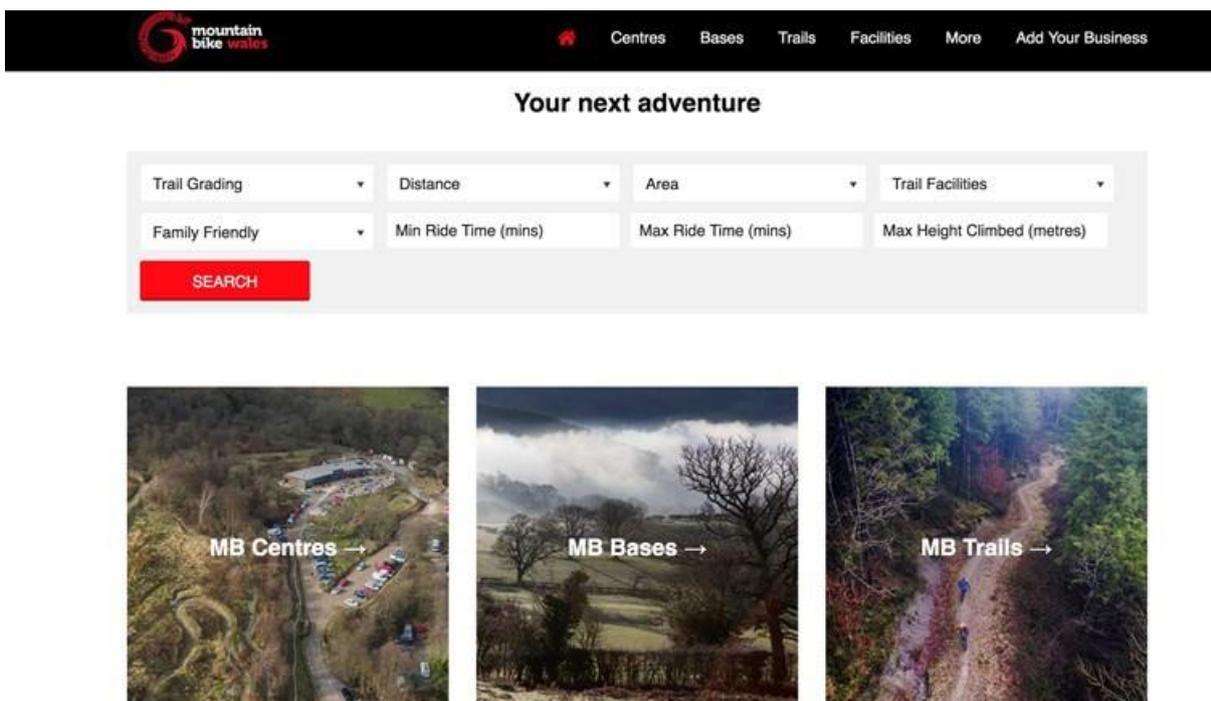


Abbildung 34: Auswahlmöglichkeiten von möglichem Servicelevel und Spezifikationen

Alle Angebote sind mit Bildern und Karten hinterlegt. Informationen werden bis zum Buchungsvorgang aufbereitet und dem potentiellen Gast somit der Eindruck von Angebotsvielfalt, ganzheitlicher Betreuung und professioneller Umsetzung vermittelt.

Beispiel 2 (Destinationswebsite)

Graubünden (<https://www.herbert.bike/>), Schweiz



In Graubünden hat man sich vor 10 Jahren entschlossen den MTB-Tourismus über alle Regionen im Kanton hinweg gemeinsam, mittels einer einheitlichen Vermarktung, auf ein neues Niveau zu heben. Das Konzept zielt vor allem auf die Schaffung von buchbaren touristischen Produkten ab. Mit der Kreation des „Herbert.Bike-Portals“ hat man den nächsten Schritt im Online-Marketing gesetzt und versucht den Vertrieb von MTB-Packages auf möglichst direktem Weg mittels „One-Klick“-Angeboten zu steigern. An diesem Beispiel werden vor allem die Potentiale sichtbar, wenn das Thema MTB auf Kantonsebene (vergleichbar heimischer Landesebene) koordiniert umgesetzt wird (Abbildung 35).

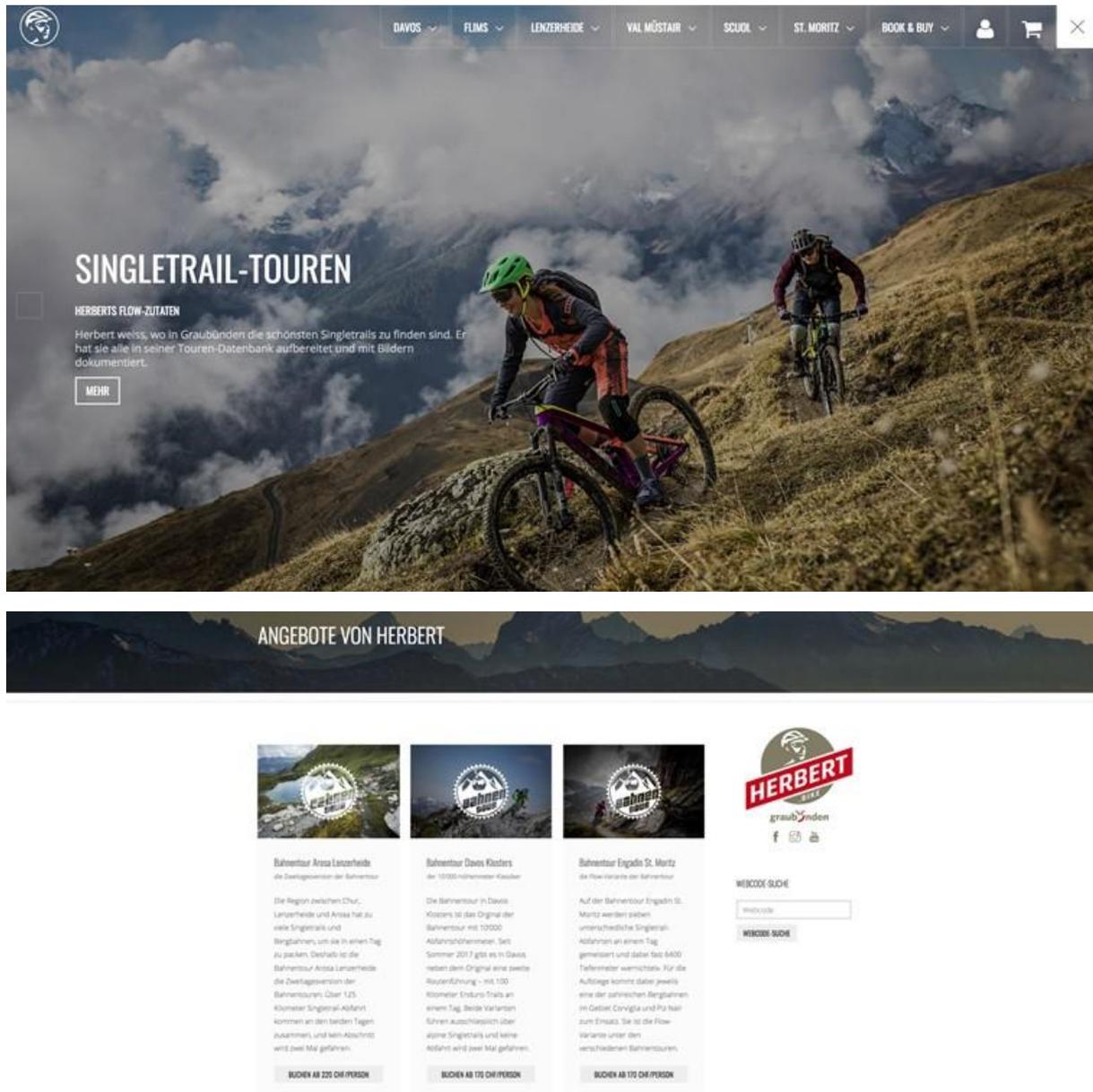


Abbildung 35: Direkt Buchbare Singletrail Angebote im Paket mit Hotelleistungen

4.7.3.2 Weitere Schritte zur Vermarktung

41

„Imagetrails“ und Lokale Botschafter (Influencer bzw. Ambassadors)

Für Biker sind die Trails das wichtigste Angebot wenn es um die Entscheidung geht eine Region zu besuchen. Gleichzeitig werden Trails auch als Qualitätsanspruch einer MTB-Destination wahrgenommen. Eine Region, die sich als MTB-Destination präsentiert aber vorwiegend auf

Forststrassen und Radwegen operiert und lediglich über einen geringen Singletrail im MTB-Angebot verfügt, wird mittelfristig als eher unglaublich wahrgenommen oder sollte eine Strategie auf spezielle Zielgruppen beschränken. Auch der Zustand der angebotenen Strecken wird mittlerweile immer deutlicher als Wertschätzung gegenüber dem Bikegast beurteilt. Gerade in sozialen Medien kann ein aufwändig aufgebautes Image einer Destination schnell auch wieder stark in Mitleidenschaft gezogen werden. Gleichzeitig bieten Trails aber auch die Möglichkeit zu einer sehr stark identitätsstiftenden Wirkung. So haben z.B. Destinationen wie **Davos**, mit Ihrem durch die *International MTB Association (IMBA)* ausgezeichneten **IMBA Epic Trail** (<https://www.davos.ch/sommer/aktivitaeten/bike/mountainbike/highlights-tourenvorschlaege/alps-epic-trail-davos/>), oder auch Saalbach-Hinterglemm mit dem Hackelberg-Trail, international bekannte und geschätzte MTB-Angebote im Portfolio die sich sehr positiv auf die Attraktivität der Destination auswirken. Mittlerweile sind diese Angebote Teil Ihrer Markenidentität geworden sind und bieten ausgezeichnete Möglichkeiten zur effektiven Kommunikation an den MTB-Gast.

Lokale Botschafter, auch „**Influencer**“ genannt, haben das Ziel die Bekanntheit einer Destination und deren Außensicht mit ihren „Erfolgen“ und positiven Attributen zu verknüpfen. Dafür ist es wichtig, die richtigen Persönlichkeiten auszuwählen. Die Erfahrung zeigt, dass es sehr große Unterschiede gibt bei der Arbeit mit „Influencern“, vor allem im Bezug zu Aufwand und Qualität. Weiters ist deutlich geworden, dass deren Wirkung gerade für ein junges Publikum nicht nur im Zusammenhang mit Markenbewusstsein sondern auch hinsichtlich „vorgelebter“ (i.e. präsentierter) Verhaltensmuster nicht zu unterschätzen ist.

Zertifizierung durch MTB Holidays (<http://www.bike-holidays.com/>)

Für eine erfolgreiche touristische Weiterentwicklung, mit stärkerem Fokus auf Übernachtungsgäste, ist es wichtig mit Partnern aus der Hotellerie und Gastronomie gemeinsam attraktive Pakete aus Trails, Touren und gekoppelten Service-Angeboten zu schnüren. Eine gezielte Vermarktung, wie dies z.B. über „MTB-Holidays“ in ihren Katalogen und Online-Auftritten angeboten wird, kann die Sichtbarkeit und Außenwirkung enorm erhöhen. Es werden drei Regionslabel verwendet: „Easy und Family“, „Touren und Trails“ sowie „Enduro und Parks“. Damit können sich Interessierte Gäste Regionen vorschlagen lassen, die optimal Ihrem Fahrstil und MTB-Interesse entsprechen. Für die Region Wienerwald würden sich Easy und Family sowie Touren und Trails als Label anbieten.

4.7.4 Nächste Schritte

Nachdem es gelungen ist, eine einjährige Verlängerung der bestehenden Verträge für die angebotenen MTB-Strecken zu erreichen, gilt es das laufende Jahr für eine Neuorientierung und Umsetzung der geplanten Veränderungen zu nutzen.

Die Initialisierung lokaler MTB-Plattformen in den Bereichen *Wienerwald Süd* und *Wienerwald West*. Ähnlich wie im *Wienerwald Nord* gilt es die Verantwortlichen aus Grundbesitz, Wegeinstandhaltung, Naturschutz und MTB zusammen zu bringen, um konstruktive und konsensorientierte Streckenvorschläge zu erarbeiten. Diese Plattformen sollen gemeinsam Ziele definieren und deren Umsetzung begleiten.

Im *Wienerwald Nord*, der Region innerhalb des Projektgebietes die sich bis jetzt am längsten mit der Entwicklung neuer MTB-Angebote im Dialog mit verschiedenen Stakeholdern beschäftigt hat, wurden

seit den letzten Workshop-Runden (10/2018) und der Vorstellung der Handlungsempfehlungen die folgenden Aktivitäten gesetzt.

Grundsätzliche Schritte und Überlegungen

Weiterentwicklung Shared Trails-Netzwerk im Wienerwald Nord

Entwicklung neuer Vorschläge für ein auf Shared Trails basiertes Wegenetz, das die Erfahrungen der ersten „Generation“ Shared Trails mitgenommen hat und die gewonnenen Erkenntnisse berücksichtigt. Dabei wurde durch den Verein Wienerwald Trails als „MTB-Community“-Repräsentant ein Vorschlag erarbeitet, der sowohl die bestehenden Kriterien zur Planung dieser Wege, als auch die Erfahrung hinsichtlich zeitlicher Abnutzung und möglichem Konfliktpotential berücksichtigt.

Die erstellten Vorschläge liegen nicht mehr auf markierten Wanderwegen, wenn Sie bergab orientiert sind. Diese Maßnahme beruht auf den Erfahrungen, dass bergab wenn möglich eine getrennte Nutzung anzustreben ist (Trennung von Wanderern und Bikern), um eine schleichende Verdrängung der Wanderer zu vermeiden. Diese Verdrängung kann durch ein subjektives Unsicherheitsgefühl, durch zu schnelles Fahren oder aber durch die Störung beim Wandern durch das passieren lassen der, öfter in Gruppen auftretenden, Biker. Es hat sich gezeigt dass die Nutzung von Bergabstrecken auf unmarkierten Steigen sehr gut funktioniert und auch eine stark lenkende Wirkung erzielt werden kann, wenn diese attraktiv gewählt sind. Gleichzeitig hat sich erwiesen, dass auf flachen (Teil-)Strecken ein Miteinander ohne Probleme möglich ist.

Da davon ausgegangen wird, dass eine Zunahme der MTB-NutzerInnen sehr wahrscheinlich ist, wurde ein umfassender Vorschlag gemacht, der momentan bei betroffenen Grundeigentümern überprüft wird und auf neue finanzielle Absicherung (z.B. im Zuge der Neukonzeption) wartet. Es wurde ein Netz von rund 65 km an Trails vorgeschlagen, das sich hinsichtlich der zusammenhängenden Struktur an vielseitig kombinierbaren MTB -Runden („Loops“) orientiert und somit einem zeitgemäßen, modernen MTB-Angebot entspricht (Abbildung 36).

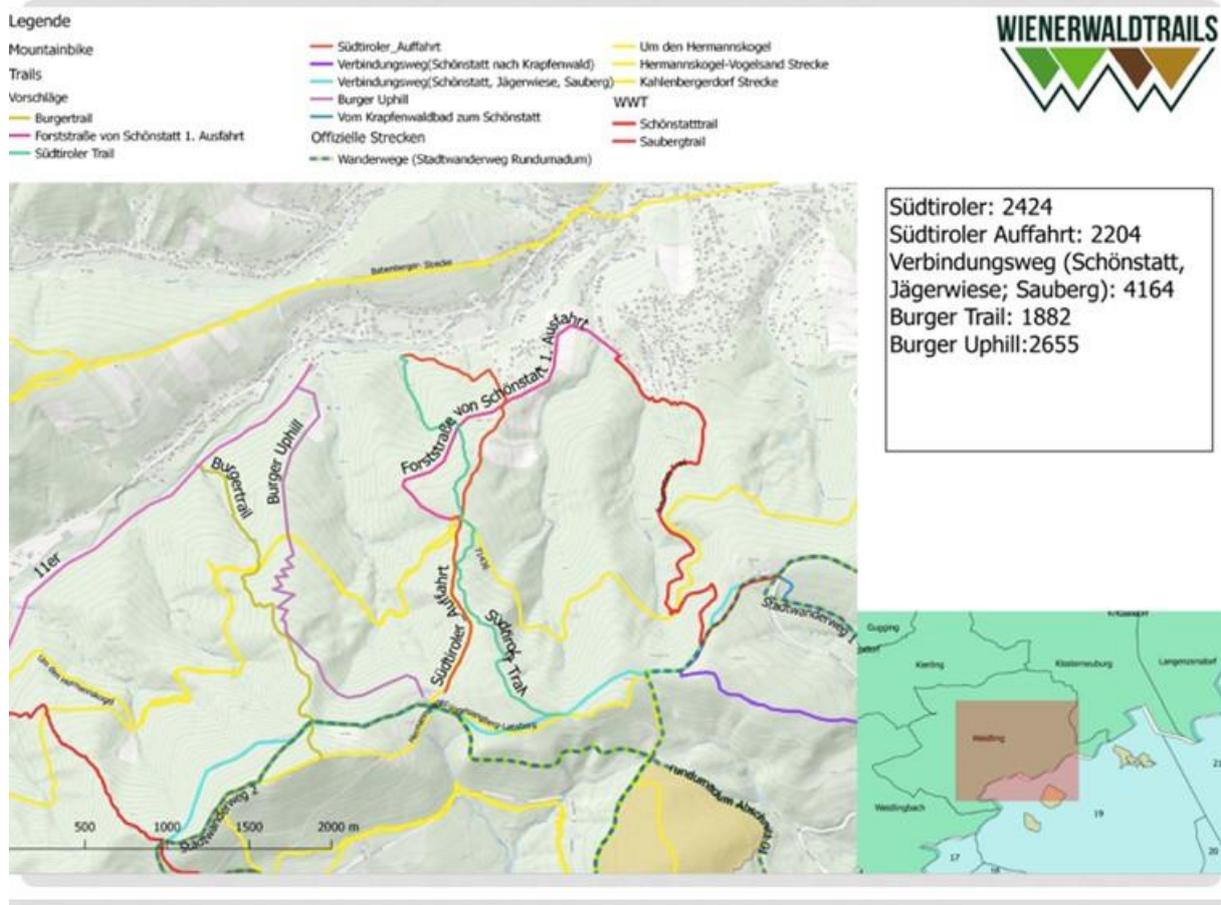


Abbildung 36: Überblick zum aktuellen Vorschlag eines zusammenhängenden MTB-Wegenetzes in der Region Wienerwald Nord

Die Kosten für solch eine Erweiterung des Streckenangebotes können hierbei mit den derzeit vielfach verwendeten Abgeltungsleistung von 0,23 Cent/lfm/ Jahr angenommen werden. Insgesamt kommt es somit zu einem Kostenaufwand an Pachtzahlungen von rund 20.000 Euro jährlich. Zusätzliche Kosten entstehen durch eine neue Beschilderung, können aber mit dem neuen MTB-Beschilderungskonzept des Landes NÖ eventuell durch zukünftig verfügbare Förderungen und *Inkind*-Massnahmen abgegolten werden.

4.7.5 Finanzierung

Die in dieser Studie vorgestellten Finanzierungsvorschläge gehen in drei Richtungen:

- i. *Förderungen durch die Stadt Wien und das Land Niederösterreich*
 mit dem Ziel sowohl die gesamtgesellschaftlichen Benefits von körperlicher Aktivität zu stärken als auch die touristischen Potentiale solch einer Neuorientierung zu nutzen
- ii. *Kooperation mit kommerziellen Partnern*
 Dass können Touristische Betriebe und Verbände sein aber auch Gewerbe wie Versicherungen, Sportartikelhersteller und Lifestylemarken die sich in dem Segment für die Nutzergruppe positiv bemerkbar machen wollen. Natürlich können auch andere MTB Destinationen ein interessanter Partner sein die den urbanen Ballungsraum nutzen wollen um Ihre zukünftigen Kunden mittels Werbung oder Identitätsstiftende Projekte wie „Signature“

Trails ansprechen wollen. Gerade die Beziehung zwischen Urbanen Ballungszentrum und Alpiner Urlaubsregion ist eine spannende Grundlage für Cross-marketing. Hier gilt es dementsprechende Erfahrungen zu nutzen und Verträge und Vertriebsmodelle zu entwickeln

iii. *Die MTB-Community als (Mit-)Finanzier*

Mit neuartigen alternativen Finanzierungen werden immer häufiger Projekte durch die eigene Zielgruppe gestartet. Crowdfunding ist im Gegensatz zu Crowdinvesting eher auf die soziale Dimension des Investments fokussiert. Für eine Spende erhält der Crowdfunder ein eher symbolischen Dankeschön und keine Dividende. Diese Methode wurde international schon öfter auch für MTB Projekte genutzt.

Seit Anfang des Jahres wurden in Wien gleich 2 MTB Projekte erfolgreich durch die Community gestartet. Das **MTB Bekleidungslabel „Leiwand“ Wear** hat mit 10.000 Euro die notwendigen Kosten zum Bestellen der ersten Auflage ihrer Bekleidung abdecken können und startet nun in den laufenden Vertrieb (siehe <https://leiwandwear.eu/>).

Noch etwas näher an der Fragestellung nach Finanzierung neuer MTB Infrastruktur war das zweite Projekt - **Streckenbau mittels Crowdfunding** (siehe <https://www.startnext.com/trail4you>). Die Crowdfunding Kampagne „Trail4you“ hatte das Ziel, den Bau einer neuen MTB-Strecke innerhalb des Trailcenters „Hohe Wand Wiese Wien“ zu finanzieren. Durch die Zusammenarbeit mit den Trailcenter Betreibern, dem Verein Wienerwald Trails und der Trailbau Firma „Trail-Affairs“ wurde ein Angebot und eine Kampagne entwickelt, die innerhalb von 30 Tagen eine Summe von 45.246,- Euro einbrachte. Dabei konnten einige interessante Erfahrungen gesammelt werden:

- Durch eine professionelle Vorbereitung mit der Unterstützung einer Campaigning-Agentur und die sehr gute redaktionelle Arbeit eines Teams (Trailcenter, WWT) konnte sowohl in der Kampagnen-Vorlaufzeit, als auch während der laufenden Phase eine sehr hohe Aufmerksamkeit in sozialen, wie auch klassischen Medien erreicht werden. Das Feedback war durchwegs sehr positiv.
- Ein Großteil der Summe kam von Individual-Spendern (ca. 40.000,-) der restliche Betrag von Sport- und Getränkeherstellern sowie einem Versicherungsunternehmen.

Es hat sich gezeigt, dass mit dem entsprechenden Aufwand qualitative und nutzerorientierte MTB-Projekte durch neuartige Finanzierungsformen umgesetzt werden können. Diese sollte ein guter Einstieg sein, um das Bewusstsein der MTB-Community hinsichtlich einer eigenen finanziellen Beteiligung an Streckenbau und Pflege zu sensibilisieren. Um diese Bereitschaft auch als Säule eines nachhaltigen Finanzierungsmodells zu etablieren gilt es neue Wege auszubauen. Abbildungen 37 und 38 geben einen Einblick in das Crowdfunding-Projekt.

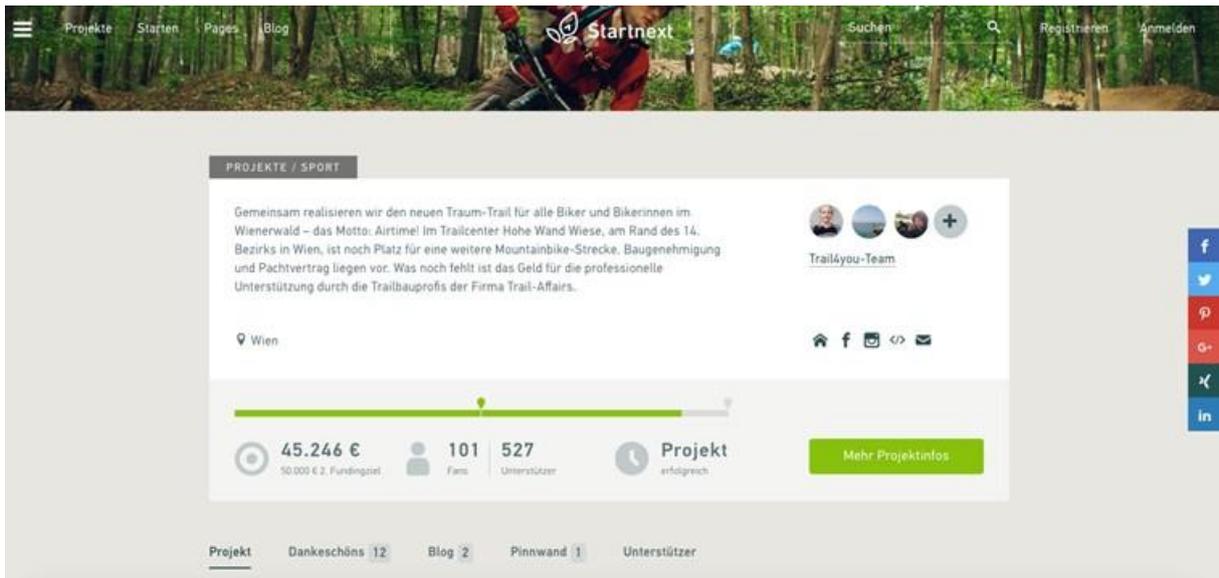


Abbildung 37: Startseite der Crowdfunding-Kampagne "Trail4you" auf Startnext

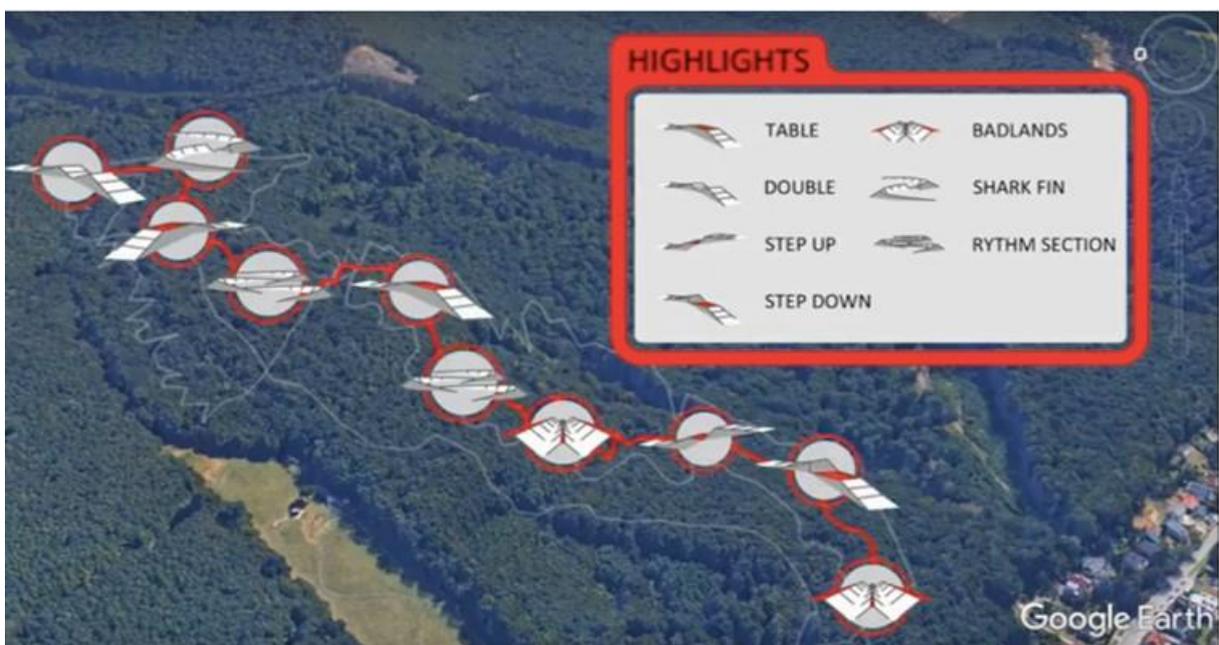


Abbildung 38: Geplanter Streckenverlauf samt Features der finanzierten Strecke

4.8 Erfolgsfaktoren

In den nun folgenden Abschnitten werden Erfolgsfaktoren und mögliche Entwicklungsschritte, basierend auf dem Erfolg anderer MTB-Destinationen, herausgearbeitet um die Entwicklungsmöglichkeiten mit diesen abzugleichen sowie die Umsetzbarkeit auf verschiedenen Ebenen in Betracht zu ziehen.

4.8.1 Wirkungsbereiche für die Entwicklung einer (inter)nationalen MTB-Destination

Für eine ganzheitliche, erfolgreiche Entwicklung einer MTB-Destination ist es nötig, dass die Entwicklungsschritte auf unterschiedliche Wirkungsbereiche abzielen. Für eine erfolgreiche MTB-Destination Niederösterreich werden vier notwendige Wirkungsbereiche identifiziert:

Amt der Niederösterreichischen Landesregierung

Das gemeinsame Verständnis und das Teilen einer Vision, auf allen politischen und administrativen Ebenen, ist eine wichtige Voraussetzung um eine langfristige Unterstützung zu sichern.

Gemeinde und lokale Akteure

Lokale Schlüsselakteure wie Geschäftsleute, Bürgermeister und Gemeindevertreter, Grundbesitzer sowie Vertreter aus Forst und Jagd, und Vertreter der örtlichen MTB-Szene haben sehr unterschiedliche Kenntnisse und Perspektiven über bzw. auf den MTB-Sport und dessen Auswirkungen. Diese Meinungen zu erheben und einen bestmöglichen Konsens anzustreben ist der wesentliche Faktor, um das Projekt auf lokaler Ebene erfolgreich zu implementieren.

Trails und MTB-Infrastruktur

Trails in verschiedenen Ausführungen und entsprechende MTB-orientierte Dienst- bzw. Zusatzleistungen sind essentiell um als MTB-Destination wahrgenommen zu werden.

Marketing

Bei der vielfältigen Vermarktung der existierenden Angebote am MTB-Tourismusmarkt ist es wichtig, seine Botschaften zielgerichtet und effizient für die Zielgruppe der MTBer zu platzieren.

Diese Wirkungsfelder benötigen kontinuierliche, sowie aufeinander abgestimmte Maßnahmen um ihre Wirkung für die Entwicklung und den Betrieb einer erfolgreichen MTB-Destination voll entfalten zu können.

4.8.2 Generelle Erfolgsfaktoren

Anhand der vorgestellten international und national erfolgreichen MTB-Destinationen können folgende Erfolgsfaktoren genannt werden:

- Trails
- (MTB-)Gesamterlebnis

4.8.3 Trails

Das Trail-Wegenetz und die zugehörige Infrastruktur bilden die Schlüsselattraktion für MTB-Besucher. Vor allem Qualität, Quantität und Zugänglichkeit zu diesem Netzwerk sind wesentlich und bilden neben der geschickten Abwechslung durch verschiedene MTB-Features (z.B. Sprünge, Wellen, Anlieger) und wechselnde Trail-Charakteristika (Flow bis Enduro) das Rückgrat einer MTB Destination. Die kritischen Erfolgsfaktoren für solch ein Trail-Netzwerk können folgendermaßen zusammengefasst werden.

Hochqualitative und nachhaltige Trails

Trails müssen nachhaltig geplant und gebaut werden. Das bezieht sich sowohl auf die Haltbarkeit, als auch auf die ökologischen Auswirkungen des Trails. Trails, die diesen Ansprüchen gerecht werden,

ersparen dem Betreiber nicht nur Kosten in der Pflege und Wartung, sondern sind auch sicherer für ihre Nutzergruppen. Die „International Mountainbiking Association (IMBA)“ hat Richtlinien (<https://www.imba.com/resources/trail-building/designing-and-building-sustainable-trails>) für einen nachhaltigen Trailbau entwickelt, die als Basis-Standardwerk für Betreiber dienen. Diese Richtlinien können sowohl für „MTB only“-Strecken als auch für gemeinsam genutzte Wege (Shared Trails) angewandt werden. Ein typisches Beispiel für erfolgreiches, nachhaltiges Traildesign auf gemeinsam genutzten Wegen sind hängende Kurven. Hängende Kurven machen für Wanderer keinen Unterschied, erhöhen aber ihr Sicherheitsempfinden, da diese Kurven für Mountainbiker eine technische Herausforderung darstellen. Diese bewegen MTBer wiederum zu langsamerem Tempo auf der gemeinsam genutzten Strecke und tragen so zu einem konfliktfreien Miteinander bei.

Nachhaltiges Trail-Management

Die Pflege von Trails stellt einen wichtigen Teil für das Besuchererlebnis dar und bildet einen essentiellen Bestandteil für die Reduzierung von möglichen negativen Auswirkungen im Hinblick auf Erosionsschäden. Die Wartung der Strecken sollte von professionellen Personen oder unter Anleitung dieser mit der Hilfe von Freiwilligen durchgeführt werden. Aus diesen Gründen ist es notwendig, eine ausreichende Budgetierung für diese Arbeiten zur Verfügung zu stellen.

Vielfältige Trails

Ein breites Angebot von Trails, das Mountainbiker mit verschiedensten Ansprüchen anlockt, hat eine größere Chance als Trailnetzwerk wahrgenommen zu werden und somit auch attraktiver für Biker und andere, noch nicht bikende Besucher, zu sein.

Typische Ausprägungsformen für unterschiedliche Trails variieren zum Beispiel in der Steilheit des Geländes, der Beschaffenheit des Untergrunds (Wurzeln, Steine) oder auch der Anzahl und Form von gebauten Elementen auf der Strecke. Generell sollten sowohl einfache Strecken vorhanden sein, aber auch genug Strecken, auf denen sich Fortgeschrittene bis hin zu „MTB-Freaks“ wohlfühlen. Eine Mischung von zwei gebauten Strecken, zum Beispiel Flow und Downhill, mit einem ansprechendem Trailnetz auf gemeinsam genutzten, sorgfältig ausgewählten (Wander-)Wegen von leicht bis schwer bietet für viele Fahrertypen ein Angebot. Im Idealfall gibt es Strecken die sich für Anfänger und Fortgeschrittene gleich gut befahren lassen und damit die eingesetzten Ressourcen effektiv nutzen.

Ausreichende MTB-Angebote für 2-3 Tage

Es sollten sich (im Endausbau) mehr Trails in einer MTB-Destination befinden, als der durchschnittliche Fahrer an einem Tag fahren kann. Ab dieser Größe werden die MTB-Streckenangebote als überzeugendes Trailnetz wahrgenommen. Es ist schwierig eine genaue, erfolgversprechende Anzahl an absoluter Traillänge anzugeben. Wichtig ist das Gefühl der Beschränkung, das entstehen kann, wenn man nach einem halben Tag alle Trails bereits einmal befahren hat, zu vermeiden. Die meisten erfolgreichen Trail-Netze verfügen über 30 - 40 km Trails. Dieser Wert kann somit eine gute Orientierung für ein ausreichendes Tagesangebot darstellen.

IMBA-Anerkennung

Die IMBA hat in den bekanntesten und erfolgreichsten MTB-Destinationen entweder die ganze Destination oder auch nur einzelne Trails ausgezeichnet. Hier spielen entweder Trail-Charakteristika wie Fahrspaß und landschaftliche Reize, aber auch die Ausstattung des Trail-Netzwerkes eine wichtige Rolle. Grundsätzlich können die Auszeichnungen der IMBA sehr viel Einfluss darauf haben, wie die Destination (international) wahrgenommen wird und wie Sie ihre (internationale) Bekanntheit auch vergrößern kann (siehe IMBA Epic Trail in Graubünden).

Zugang / Transport

Das Erreichen von Trails (Einstieg), aber auch die Anreise zu den Destinationen und gegebenenfalls der Transport zwischen und innerhalb der einzelnen Gebiete, sind wichtige Faktoren bei der Entscheidung von Besuchern für einen Region. Um eine längere Tour durchzuführen kann eine Aufstiegshilfe aber auch der Beginn einer kombinierten Runde von Shuttle-Angeboten sein. Erfolgreiche Kombi-Angebote lassen sich sehr gut für Marketingzwecke nutzen.

Hoch Qualitative Vor-Informationen

Webseiten, Trailkarten und Apps stellen wichtige Quellen für den MTB-Gast dar. Die dortige Angebotsfülle, aber auch die Richtigkeit der Angaben wird darüber entscheiden, ob MTB-Touristen sich für einen Besuch entscheiden bzw. wiederkommen.

Trail Head Angebote

Wichtige Angebote die unerlässlich sind inkludieren:

- Parkplätze in ausreichender Menge
- Ausreichend informative und standardisierte Beschilderung, die es ermöglicht, sich zu orientieren und Informationen zu Schwierigkeitsgraden und sowie generelle Streckeninformationen bietet
- Wasser und Toiletten in der näheren Umgebung

4.8.4 (MTB-)Gesamterlebnis

Das touristische Gesamterlebnis einer Destination wird am Ende dazu beitragen, ob die Gäste (Biker und Nicht-Biker) sich länger in dieser aufhalten bzw. wiederkommen und/oder diese weiterempfehlen. Genau dieses Gesamterlebnis, das sich aus vielen verschiedenen Facetten eines Aufenthalts zusammensetzt, legt auch die Basis für einen wirtschaftlichen Erfolg. Längere Aufenthalte bzw. wiederkehrende Besucher führen zu einem lebendigeren Gesamteindruck eines Ortes und können somit die Attraktivität und die Ausstrahlung einer Destination steigern. Die folgenden Faktoren tragen zu diesem positiven Effekt bei:

- attraktive Landschaften
- kulturelle Attraktionen
- qualitative Bewirtung und Beherbergung
- alternative Aktivitäten

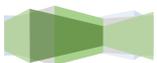
Spektakuläre Aussichten, gut gelegene, Idyllische Landschaftselemente wie Wälder, Wiesen oder Gewässer. Besondere Orte in der Natur, aber auch Kulturdenkmäler in der näheren Umgebung bilden den Raum, der das Erlebnis für Biker und Nicht-Biker zu etwas Besonderem macht. Viele erfolgreiche MTB-Destinationen liegen inmitten von spektakulären Landschaften und nutzen diese auch stark für ihr Marketing. Wenn dann noch die Qualität der ansässigen Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe zu den jeweiligen Preisen passt und es auch für MTB-averse Personen entsprechende Aktivitätsangebote gibt, sind die wesentlichen Voraussetzungen für ein positives Gesamterlebnis gegeben. Gerade die Kombination von natürlichen, kulturellen und sportlichen Angeboten für Familien und Gruppen bestehend aus Bikern und Nicht-Bikern macht solche Destinationen besonders attraktiv. Eine Zertifizierung als „Approved Bike Area“ kann helfen auch genau mit dieser Qualität und dem Engagement für ein MTB-Gesamterlebnis wahrgenommen zu werden.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Trailcenter – naturbelassener MTB-Trail	v
Abbildung 2: Trail Head eines Trailcenters im Grenzbereich zur Gastronomie	v
Abbildung 3: Infotafeln im Trailcenter	vi
Abbildung 4: Trailkarte	vi
Abbildung 5: Cross Country Rad	vii
Abbildung 6: All Mountain /Trail Räder.....	vii
Abbildung 7: Enduro.....	vii
Abbildung 8: Freeride- und Downhill-Räder	viii
Abbildung 9: E-Mountainbike.....	viii
Abbildung 10: E-Mountainbike im Einsatz	ix
Abbildung 11: Mit FAT-Bikes unterwegs	ix
Abbildung 12: The new Golfing?	11
Abbildung 13: Freizeit-App für Smartphones.....	13
Abbildung 14: Alexander Arpaci (Agentur iNuF) führt in die aktuellen Entwicklungen des MTB-Sports ein – Impulsvortrag MTB	14
Abbildung 15: Stimmungsbild Workshop Pressbaum	15
Abbildung 16: Arbeitsgruppe im Rahmen der moderierten SWOT-Thementische (Pressbaum)	16
Abbildung 17: Stimmungsbild Workshop Stadt Wien	18
Abbildung 18: Arbeitsgruppe im Rahmen der moderierten SWOT-Thementische (Stadt Wien)	18
Abbildung 19: Stimmungsbild Workshop Alland.....	20
Abbildung 20: Arbeitsgruppe im Rahmen der moderierten SWOT-Thementische (Alland).....	21
Abbildung 21: Stimmungsbild Workshop Breitenfurt	23
Abbildung 22: Arbeitsgruppe im Rahmen der moderierten SWOT-Thementische (Breitenfurt)	23
Abbildung 23: Wordcloud zu den genannten Stärken des bestehenden MTB-Angebotes	25
Abbildung 24: Wordcloud zu den wesentlichen Schwächen des bestehenden MTB-Angebotes.....	26
Abbildung 25: Wordcloud zu den genannten Risiken aus der SWOT Analyse	27
Abbildung 26: Die vorrangigen Chancen zur MTB-Entwicklung aus Sicht der Workshop-Teilnehmer	28
Abbildung 27: Wienerwald MTB-Fokusregionen im Überblick.....	30
Abbildung 28: Darstellung naturverträglicher Umsetzung von MTB-Strecken (Pro Natura Graubünden)	34
Abbildung 29: Infoflussdiagramm einer digitalen MTB Plattform	36
Abbildung 30: Strava - Social Media und Wettkampfplattform.....	37
Abbildung 31: Auszug aus Trailforks zum MTB-Angebot einer gewählten Region	38
Abbildung 32: MTB Angebote Wales	39
Abbildung 33: Landing Page MTB Wales.....	40
Abbildung 34: Auswahlmöglichkeiten von möglichem Servicelevel und Spezifikationen	40
Abbildung 35: Direkt buchbare Singletrail Angebote im Paket mit Hotelleistungen.....	41
Abbildung 36: Überblick zum aktuellen Vorschlag eines zusammenhängenden MTB-Wegenetzes in der Region Wienerwald Nord	44
Abbildung 37: Startseite der Crowdfunding-Kampagne "Trail4you" auf Startnext	46
Abbildung 38: Geplanter Streckenverlauf samt Features der finanzierten Strecke	46

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht zur zeitlichen Abfolge und inhaltlichen Ausrichtung der Beteiligungsprozesse	5
Tabelle 2: Stimmungsbarometer zur aktuellen Situation "MTB im Wienerwald" (eher zufrieden = grün, weder noch = gelb, eher unzufrieden = rot)	14



Annex

I. Anmerkungen Stadtentwicklung und Stadtplanung MA 18, Stadt Wien





Magistrat der Stadt Wien
Magistratsabteilung 49 – Forst-
und Landwirtschaftsbetrieb
Triester Straße 114
A-1100 Wien
Tel.: (+43 1) 4000 - 49000
Fax: (+43 1) 4000 - 99 - 49099
E-Mail: post@ma49.wien.gv.at
www.wiend.wien.at

Verein Niederösterreich - Wien
Schlossplatz 1
A-2361 Laxenburg,
E-Mail: office@verein-noewien.at

MA 49 – 13544/2018

Wien, 30.05.2018

Stellungnahme – MTB Konzept

Sehr geehrte Damen und Herren!

Die MA 49 – Forst- und Landwirtschaftsbetrieb der Stadt Wien erlaubt sich in Abstimmung mit den Fachabteilungen der Stadt folgende Stellungnahme zum vorliegenden „Grobkonzeptes für die Sportart Mountainbike im Biosphärenpark Wienerwald 2017+“ zu übermitteln.

Im Sinne der Gesundheitsförderung wird jede Bereitstellung von Bewegungsangeboten in der Planung berücksichtigt. Radfahren in der Stadt und in deren Grüngürtel wird begrüßt, solange es den Modal-Split insgesamt im Sinne der Mobilitätsstrategien der Stadt Wien (STEP 2025 und STEP-Fachkonzept Mobilität) nicht negativ beeinflusst.

Bei der langfristigen Entwicklung der Sportart Mountainbike ist deshalb die Beeinflussung des Anteils des motorisierten Individualverkehrs insgesamt zu berücksichtigen. Wien setzt auf eine Verbesserung des Modal Split durch Verringerung des MIV. Dies muss auch die Freizeitmobilität umfassen. Weiters ist auch die Entwicklung der damit zusammenhängenden Infrastrukturen wie Parkplätze, Straßen und mitzudenken, eine weitere Versiegelung und Bebauung von Grünflächen zu diesem Zweck ist jedenfalls abzulehnen. Im Biosphärenpark Wienerwald, im Speziellen in den Landschaftsschutzgebieten von Wien sind die Auswirkungen auf die Landschaftsgestalt und die Erholungswirkung der Landschaft im Sinne aller NutzerInnengruppen ausschlaggebend (Wiener Naturschutzgesetz).

Die ersten Entwicklungsschritte - wie sie in den 4 Regionen mittelfristig möglich sein werden, werfen diese Probleme noch nicht auf. Die Koppelung der Schlüsselgröße Transportkapazität (wie viele Sportler pro Zeiteinheit „oben“ ankommen) – sei es Mithilfe von E-Bikes oder Mithilfe von Liften – mit den Einnahmen der lokalen Wirtschaft (S.7) bringt die Wachstumsspirale jedoch in Schwung. Dieser Zusammenhang wurde erst unlängst in einem FWF-Projekt für die Entwicklung des Schisports zwischen 1920 und 2010 dargestellt¹. Die

¹„Alpine Schiläufer und die Umgestaltung alpiner Täler im 20. Jahrhundert“; Winiwarter, Groß 2017

Formung der Landschaft und die Umweltauswirkungen sind bekannt und waren zu Beginn der Entwicklung sicher so auch nicht geplant.

Die Ausführungen im Grobkonzept für die Sportart Mountainbike erinnern an viele Stellen an folgende Zukunftsvision:

- Die „Steigerung des „Fahrspaßes“ durch häufigere Abfahrten“ führt zur Steigerung der Schlüsselgröße Transportkapazität.
- Die „Steigerung der Gästezahl um die Einnahmen der lokalen Wirtschaft zu erhöhen“ (S.7) führt zur Koppelung mit der Wirtschaftsentwicklung.
- Der damit verbundene Ruf nach „Liften und Shuttlediensten“ führt zum Ausbau von Trailcentern mit allen Folgeinfrastrukturen (Parkplätze, Umkleiden, Duschen, Bike-Waschanlagen – siehe Foto S. 38)
- Die Ausweitung der pro Tag befahrbaren Kilometer auf 30-40km führt zu großflächigen MTB-Sportgebieten.
- Die Durchführung von MTB-Veranstaltungen (S. 33) führt zu noch mehr Infrastrukturbedarf und Verkehrsbelastung als der Alltagsbetrieb.
- Die gewünschte „Verzahnung mit einer Millionenmetropole“ und die gepriesene „Hausrunde für den schnellen Spaß nach Feierabend“ führt zur intensiven Nutzung des Wiener Anteiles des Biosphärenparks und damit zum Anstieg des motorisierten Individualverkehrs in der Stadt und beziehen sich Großteils auf die Gruppe der „sehr bis extrem sportlichen“ Mountainbiker mit Interesse an kommerziellen Angeboten, während das Angebot für andere Mountainbiker-Gruppen – insbesondere die zeitgemäße Adaptierung des bestehenden Wegenetzes im Sinne eines alltagstauglichen und vielfältigen Angebotes – in der Studie wenig Raum findet.

Grundsätzlich ist auch zu hinterfragen, ob im intensiv besuchten stadtnahen Wienerwald mit über 10.000 BesucherInnen pro Tag an den Besucherhotspots das Konzept der shared trails praxistauglich ist, oder nur auf einzelne Routen beschränkt umgesetzt werden kann. Wesentlich wichtiger als die in der Studie breit diskutierte Kommerzialisierung des Mountainbikens wäre die Entwicklung bzw. Darstellung eines Wegenetzes mit attraktiven Anschlüssen in die Stadt, das Mountainbiken ohne vorherige Zufahrt mit KFZ und allen damit zusammenhängenden Belastungen von Landschaft und Naturhaushalt ermöglicht.

Deshalb wird dringend zu einer nachhaltigen Strategie geraten, damit zukünftige Generationen den Wienerwald so zu Gesicht bekommen, wie diese einzigartige Kultur- und Naturlandschaft ausgesehen hat, als sie unsere und vergangene Generationen dazu veranlasst hat, sie unter Schutz zu stellen.

Für die MA 49:
SR Dipl. Ing. Weidinger
Bereichsleiter Naturraum



Dieses Dokument wurde erteilt.

Information zur Prüfung des elektronischen Siegels bzw. der elektronischen Signatur finden Sie unter: <https://www.wien.gv.at/ambtsignatur>