

Bad Goisern

Entwurfsplanung

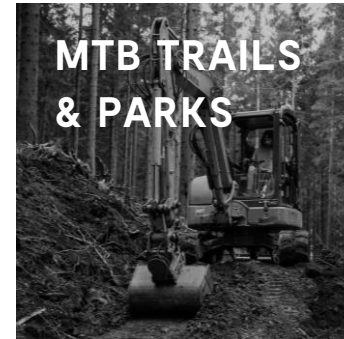
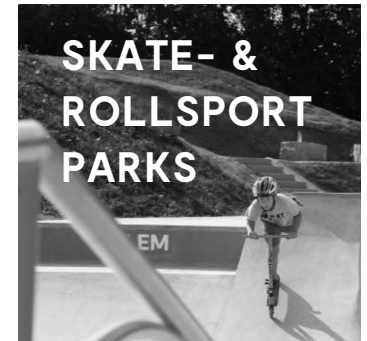
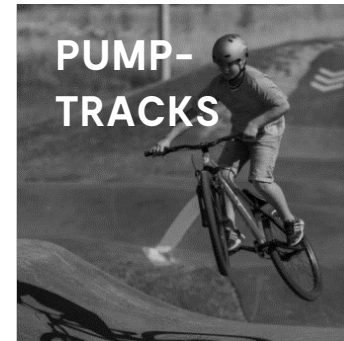


action sports engineered

Inhalt

-
1. Aufgabenstellung/Zielsetzung
 2. Untersuchungsgebiet/Standort und Marktsituation
 3. Einordnung „Der Wald der Zukunft“
 4. Zielgruppenvorstellung
 5. Bauweise
 6. Geländeanalyse
 7. Trailbaupotential / Best Practice
 8. Kosten
 9. Weiteres Vorgehen
-

Schneestern Produktübersicht



1.

Aufgabenstellung/
Zielsetzung

Aufgabenstellung

Bad Goisern will eine **ganzjährig attraktive Destination** werden, die ein breites Angebotsportfolio etabliert, neue Zielgruppen anspricht und sich am vielversprechenden Markt des Outdoor- und MTB-Tourismus mit positioniert. Alles in allem soll dies **im Einklang mit der MTB-Tourismus-Strategie des Landes Oberösterreich** geschehen.

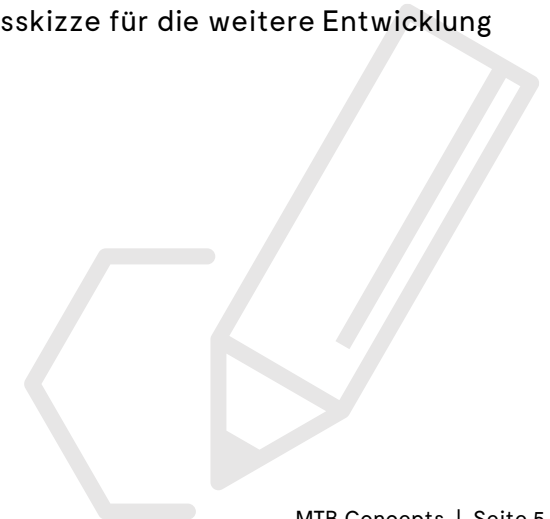
Es sollen **Infrastruktur-Angebote entwickelt werden**, um die breite Masse der outdooraffinen/bike-interessierten Gäste anzusprechen. Eingebettet in ein **zukunftsfähiges waldpädagogisches Erlebnisangebot**, kann es Gästen als Urlaubsaktivität, Einheimischen als Feierabendprogramm oder Schulen als Erweiterung der Turnhalle und des Klassenraums dienen.

So kann die Destination das **Profil als familienfreundlicher Gastgeber schärfen** und die Lebensqualität in der Gemeinde gleichzeitig steigern.

Hierfür wurden die notwendigen Streckentypen und die möglichen Verläufe im Gelände durch unsere Planer vermessen.

Zentrale Inhalte der Aufgabenstellung:

- Begehung und Erfassung der Geländegegebenheiten vor Ort
- Entwicklung eines Streckenkonzepts, das die Vielfalt und Bedürfnisse der MTB-Zielgruppen widerspiegelt
- Vorschläge zur Umsetzung und zu Streckentypen
- Abschätzung des Aufwands und der Intensität des Trailbaus
- Aufstellung Kostenschätzung
- Erarbeitung einer Visionsskizze für die weitere Entwicklung



Zielsetzung

Die wichtigsten Entscheidungsträger (Gemeinde, Grundeigentümer, Behörden und Fördergeber) sollen alle Grundlagen erhalten, um die nächsten Schritte für die Umsetzung der geplanten MTB-Infrastruktur im Maiswald einleiten zu können.

Wir haben die dafür **wichtigsten Entscheidungsgrundlagen** zusammengetragen, um folgende Punkte zu erreichen:

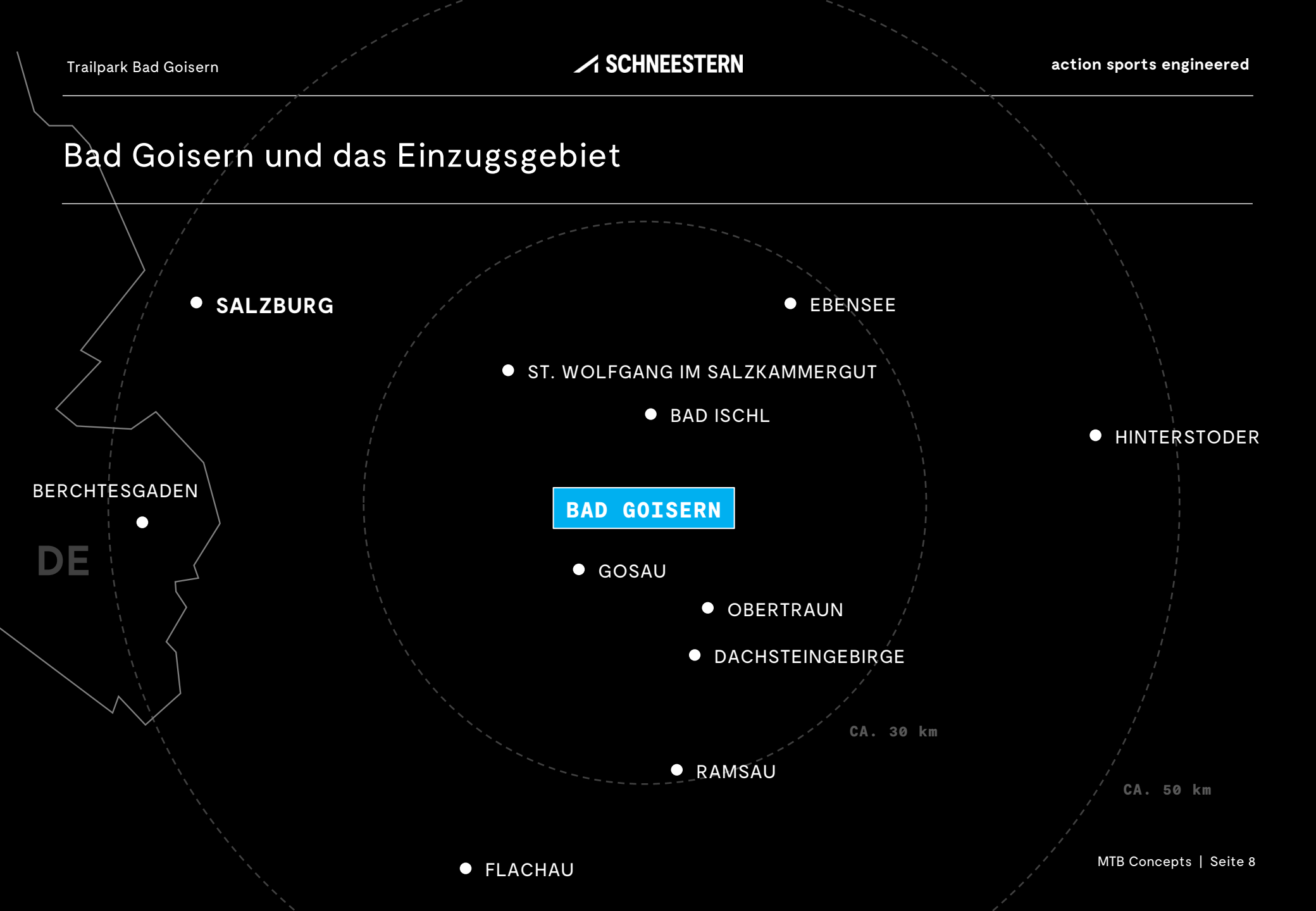
- Genehmigungsfähigkeit der ausgewählten Trailkorridore
- Lenkung der Erholungssuchenden mittels attraktiven, aber nachhaltigen Wegeangeboten
- Ermittlung der Umsetzungsgrundlagen (Naturraum, Bodentypen, Intensität der Maßnahmen, Ausstattung)
- Einbettung in das gesamtheitliche „Wald-Erlebnis“
- Kostenberechnung als Grundlage für notwendige Investitionen



2.

Untersuchungsgebiet/
Standort und
Marktsituation

Bad Goisern und das Einzugsgebiet

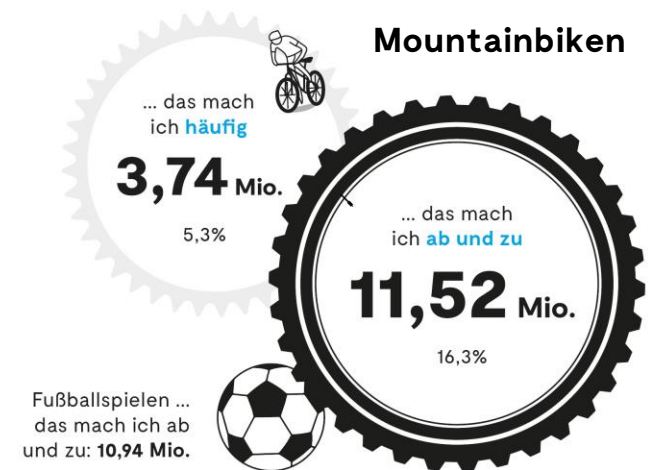




Der Markt

Mountainbiken als Sportart wächst im Bereich des Aktivtourismus am stärksten. Mehr als 16 Millionen Menschen nutzen MTBs zur Entspannung und sportlichen Betätigung in ihrer Freizeit und im Urlaub. Das sind mehr als aktive Fußballer oder Skifahrer.

Die Prognosen der Hersteller – gerade auch im E-MTB-Bereich – zeigen stark nach oben. Zielgruppen sind deutlich diverser als noch vor 10 Jahren. Alle Mountainbike Destinationen verzeichnen eine starke Nachfrage.



Treiber






Aktiv & Gesundheit
Neoökologie
Nachhaltigkeit
E-MTB Technologie
Regionaltourismus statt Fernreise



Herausforderungen

Investitionen
Forstwirtschaft **Eigentum**
Naturschutz
Wald als Erholungs- & Sportstätte
Mangelnde Infrastruktur

Ziele & Bedürfnisse

Ziele	MTB	Lösungen
<p>NATURSCHUTZ</p> <p>Schutz von Tieren und Pflanzen</p> 	<ul style="list-style-type: none"> → NATURLIEBHABER → SUCHT ATTRAKTIVE WEGE → WILL NIEMANDEM SCHADEN 	<p>LENKUNG DURCH ATTRAKTIVE ANGEBOTE</p> <p>INTENSIVIERUNG BEREITS GENUTZTER BEREICHE, AUSSPARUNG SENSIBLER ZONEN</p>  <p>VERMEIDUNG NEGATIVER AUSWIRKUNGEN IN BAU UND BETRIEB</p>
<p>FORSTWIRTSCHAFT</p> <p>Erhalt von Wald & Holzwirtschaft</p> 	<ul style="list-style-type: none"> → WALD ALS ERLEBNIS → ILLEGALER STRECKENBAU → ZAHLT VIEL FÜR BIKETRAILS? 	<p>GLEICHES ZIEL: DEN WALD WERTSCHÄTZEN & NUTZEN</p> <p>ERHOLUNGSANGEBOTE FÜR ZAHLUNGSKRÄFTIGE ZIELGRUPPEN ALS NON TIMBER PRODUKTE BEWIRTSCHAFTEN</p> <p>HOLZWIRTSCHAFT SCHON BEI PLANUNG VON NEUEN ANGEBOTEN EINBRINGEN</p>
<p>WANDERER</p> <p>Erholung Naturgenuss Freiheit</p> 	<ul style="list-style-type: none"> → HOHE GEFAHR AUF FORSTWEGEN → KONFLIKTE AUF WANDERWEGEN → GLEICHE ANSPRÜCHE AUF ANGEBOTE WIE WANDERER 	<p>TRENNUNG DER NUTZUNG AUF WANDERWEGEN</p> <p>FORSTWEGE VORWIEGEND BERGAUF</p> <p>LENKUNG STATT VERBOTE</p> <p>NUTZUNG DER GLEICHEN INFRASTRUKTUR (GASTSTÄTTEN, PARKPLÄTZE)</p> 

Unsere Vision

Durch das gemeinsame Arbeiten aller Stakeholder entsteht eine herausragende MTB-Infrastruktur – **für ALLE.**

Hierfür ist es wichtig, dass auch **alle hinter dieser Vision und ihren Mehrwerten** für die Destination und das Land Oberösterreich stehen.

Wenn das der Fall ist, kann ein **echter Leuchtturm** entstehen, der das Thema „MTB-Tourismus“ in Oberösterreich stark weiterentwickelt.



3.

Einordnung

„Der Wald der Zukunft“



Phase 1

Basis für den „Wald der Zukunft“ an sich schaffen

- Räumung des bisherigen Bestands in den ausgewiesenen Trailkorridoren (1.5 m Breite)
- „Klimafitte“ Wiederaufforstung im Zuge des Baus
- Augenmerk auf eine hohe genetische Vielfalt
- Weg vom Reinbestand hin zum Mischwald
- Wärmebeständige, resiliente Baumarten
- Klären ob Beitrag zur „Europäischen Biodiversitäts-Strategie 2030“ mit Maiswald möglich



Phase 2

Basis für die Wissens- vermittlung an Kinder und Familien schaffen

Walderlebnis- und Lehrpfade zu Themen wie:

- Dos and Don'ts im Wald
- Was passiert mit dem Wald, wenn der Klimawandel weiter fort schreitet und welche Maßnahmen können das verhindern?
- Bienen im Wald – in Kooperation mit Imkerverein und dem Land OÖ; Bienenzucht im Wald
- Wald und Jagd – Tiere und Arbeiten im Wald: Kooperation unter anderem mit Landwirtschaftskammer, Landesjagdverband möglich
- Motorikelemente: Schärfung des Gleichgewichts
- Wasser – das lebensnotwendige Element für den Wald



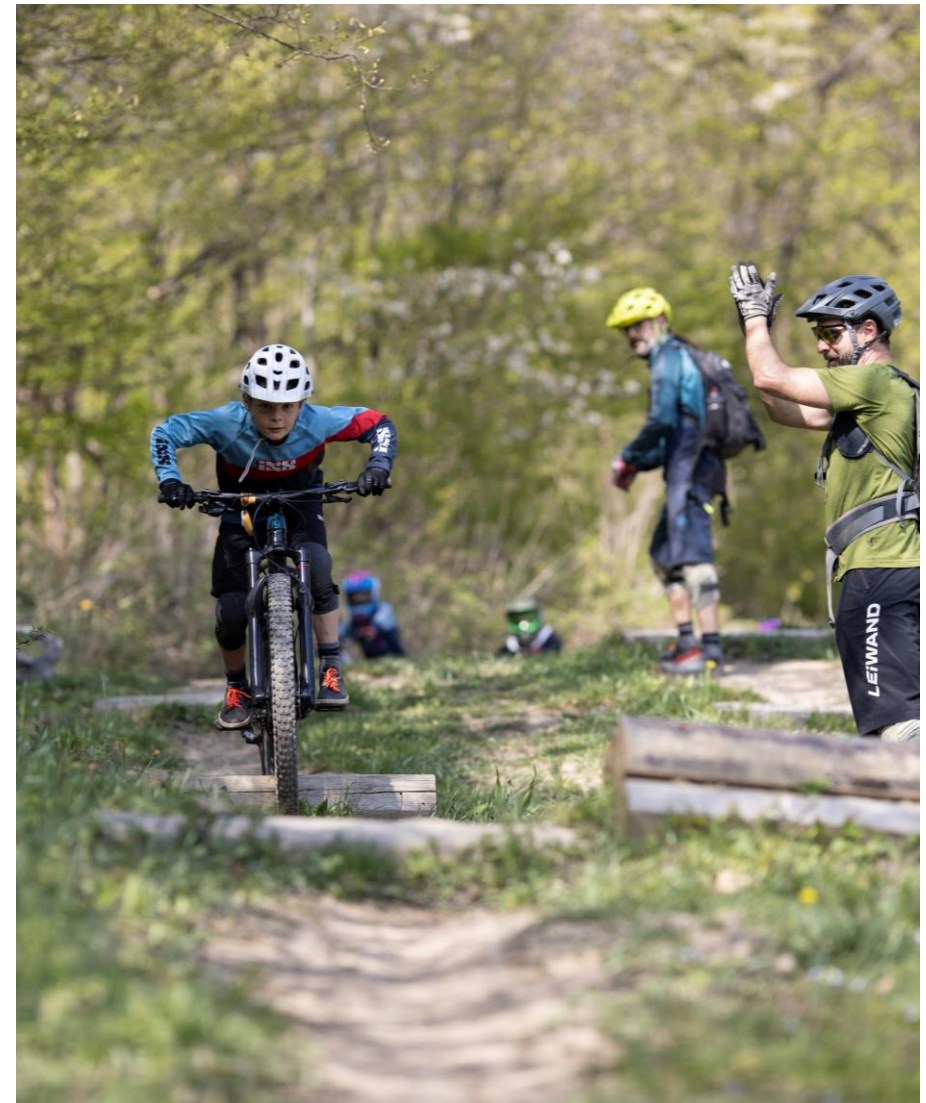
Phase 3

Basis für die Wissensvermittlung bei Schulen & Gruppen

- Buchbare Angebote für Gäste mit ausgebildeten Waldpädagogen
- Angebote für Schulen im Rahmen des bestehenden Projekts „Welterbe Aktiv“ Projekttag
- Planung einer langfristigen Zusammenarbeit mit der Bildungsdirektion OÖ

Schulsport / Vereinssport/ Gemeindeleben

- Integration des **Mountainbikens in den Schulsport**
- **Angebote an Fahrtechnikkursen** (Bike & E-Bike) in geeignetem Gelände: Speziell für Schulkinder
 - ⇒ Sicheres Radfahren wird in jungen Jahren erlernt
- Treffpunkt für alle sportlichen Menschen aus den umliegenden Gemeinden und ein attraktives Ausflugsziel



Mobilität

- **Klimafreundliche Anreise** durch Anbindung an Bahnhof und Radwegenetz
- Stärkung des Zweirad-Verkehrs durch Erlernen und Stärken der notwendigen Skills auf dem Rad, sind wichtiger Teil des Bewusstseins, um es als **alternatives Alltagsverkehrsmittel** wahrzunehmen.



Bildquelle oben:

<https://www.radonline.de/blog/eignen-sich-e-bikes-pedelects-fuer-senioren-eine-studie-zeigt-viele-senioren-fuerchten-das-pedelec-wir-klaeren-auf/>

4.

Zielgruppenvorstellung

ERWARTUNGSEBENE DES NUTZERS

CHARAKTERISTIK

FAHRRAD | BEWEGUNG |
NATUR & KULTUR |
LANDSCHAFT |
GGF. GENUSS

- Bewegungsrichtung:
meist horizontal
- Allgemeine, bestehende Infrastruktur
- Zugänglichkeit:
Alle Zielgruppen



TOURING
(ROUTE)



CHARAKTERISTIK

MTB | BEWEGUNG |
NATUR | OUTDOOR |
ERLEBNIS | LANDSCHAFT

- Ohne Aufstiegshilfe
- Bewegungsrichtung:
meist horizontal
- Spezifische Infrastruktur
- Zugänglichkeit:
alle Zielgruppen



CROSS-COUNTRY
(SINGLTREK-TRAIL)



CHARAKTERISTIK

MTB | ABFAHRTSFOKUS-
SIERUNG | ACTION &
COMPETITION | BIKE-
ERLEBNIS | LANDSCHAFT

- Mit/ohne
Aufstiegshilfe
- Bewegungsrichtung:
vertikal
- Spezifische Infrastruktur
- Zugänglichkeit:
Zielgruppen-Selektion



GRAVITY
(TRACK)

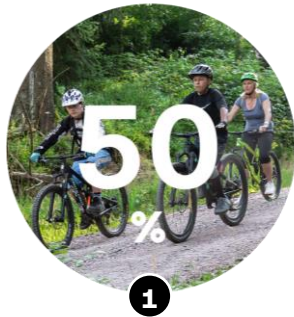


Der Schlüssel zum Erfolg: Die richtige Differenzierung

Aus unseren umgesetzten Projekten und auch aus den Analysen von weltweiten Best-Practice-Beispielen haben wir eine Reihe von maßgeblichen Erkenntnissen gewinnen können – unter anderem die klare Differenzierung der übergeordneten Themengebiete:

- **Touring**
im Sinne von Routen auf bestehender (Rad-) Infrastruktur
- **Cross-Country**
im Sinne von Trails für alle Zielgruppen
- **Gravity**
im Sinne von Abfahrtsstrecken für bestimmte Zielgruppen

Zielgruppen: Über 18 Millionen Mountainbiker in Deutschland und Österreich → Wie teilen sich diese auf?



EINSTEIGER & GENUSSSPORTLER

Im Fokus steht: Die Natur und das Erlebnis

Entspannung & Bewegung

Familienausflüge



FORTGESCHRITTENE & GEÜBTE

Weiterentwicklung der Zielgruppe 1

Im Fokus steht: Progression des Könnens; Identifikation mit dem „MTB-Lifestyle“



LEISTUNGSORIENTIERTE & PERFORMER

Im Fokus steht: Progression von Ausdauer und Kondition

Möglichst viele Höhen- und Kilometer

Hohe sportliche Ambitionen





SPEZIALISTEN

Im Fokus steht: Der „Kick“ bzw. das Adrenalin

Entwicklung in ganz bestimmte Nischen, z. B. Enduro Racing, Downhill, Slopestyle etc.

Zielgruppen:

Welche Infrastrukturen werden benutzt?

		Trails							
		Forstweg	Übungs- gelände	leichte Trails / Singltrek	Flowline	schwierige Trails / Enduro	Jumpline	Downhill	Freeride
 Einsteiger & Genusssportler 1		x	x	x	x				
 Fortgeschrittene / Geübte 2				x	x	x	x		x
Leistungsorientierte / Performer 3		x		x					
Spezialisten 4					x	x	x	x	x

Ein Angebot für alle Besucher

Mountainbike-Infrastruktur, die alle einschließt

Dazu gehören drei wichtige Bausteine:

- **Die richtige Infrastruktur für jede Könnens-Stufe**
 - **Infrastruktur, die der individuellen Lernkurve folgt**
 - **Die Anleitung zur Nutzung dieser Infrastruktur**
-

Wir wollen ein Angebot machen, welches auch die nicht klassischen Biker – also „ganz normale Gäste“ wie Wanderer und Familien – ansprechen kann. Damit diese wissen, wie der Einstieg ins Mountainbiken gelingen kann, braucht es neben der Infrastruktur

- Wegweiser die erklären welche Angebote sich an wen richten.
 - Dienstleister die auch „spontane“ Biker mit Bikes, Beratung und Fahrtechnik-Kursen versorgen.
-

Die von uns entworfene MTB-Infrastruktur soll genau diesen Ansatz verfolgen – von der Skills Area und Minibikepark über die ersten Trailerfahrten bis hin zu den jungen Wilden ...



Der Trailpark Bad Goisern ist ein Generationenpark

Zielgruppe für den Trailpark Bad Goisern ist die ganze Familie!

Die Mutter – Möchte wissen, wo die Kinder sind, beobachtet gerne passiv, beteiligt sich aber auch aktiv. Liebt ausgedehnte Wandertouren, nutzt den Trailpark um die Kinder auszupowern.

Sohn, 5 Jahre – Hyperaktives Energiebündel, muss zwingend an die Luft, steht auf spielen, rollen, klettern → offen für alles

Die Großeltern, 75 / 72 Jahre – Sie sind gerne mit den Enkeln unterwegs, beaufsichtigen sie teilweise, sind im Trailpark eher passiv oder wandern in der Gegend.



Der Vater – Sportbegeistert, hat ein permanentes Zeitproblem und schlechtes Gewissen. Im Trailpark verbindet er Sport mit Familienzeit und trifft Gleichgesinnte.

Tochter, 13 Jahre – Pubertät, Prio 1: Social Media – braucht Kontakt zu Gleichaltrigen und W-Lan.

Sohn, 10 Jahre – Kann sich nicht entscheiden, Fußball, Biken – Fabio Wibmer ist sein großes Idol.


Eine Familie ist die kleinste heterogene Gruppe

Besonders für Familien soll der Trailpark Bad Goisern eine Möglichkeit werden, um gemeinsam Zeit zu verbringen.



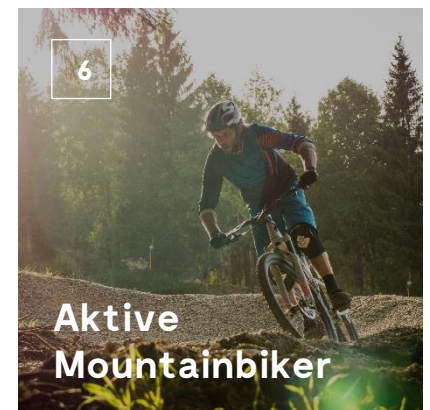
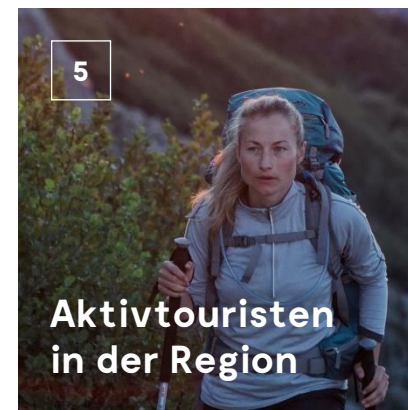
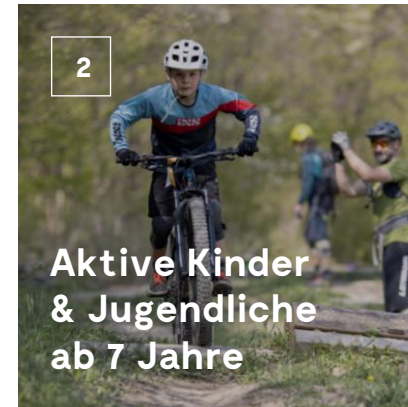
Alexander Arpaci

Familienvater (vier Kinder),
Head of MTB Concepts
bei Schneestern



„Das Konzept ‚Trailpark Bad Goisern‘ überzeugt mich nicht nur als Head of MTB Concepts bei Schneestern, sondern allem voran als Familienvater. Diese Art von Ferien und Alltagsangebot suche ich für die Erholung mit meiner Familie leider noch zu oft vergeblich.“

Übersicht der Nutzergruppen von Familien-Trailparks



Gruppe 1

KINDER VON 3 BIS 7 JAHREN

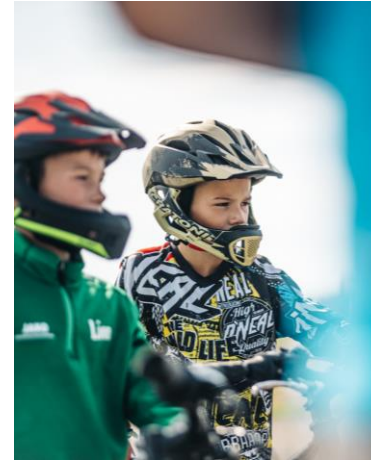
- Überblick und Begleitung durch Aufsichtspersonen
- Angebot muss einfach & sicher sein
- Trennung von anderen Angeboten, um Geschwindigkeitsunterschiede und Sicherheit zu berücksichtigen
- Brauchen oftmals Leihmaterial



Gruppe 2

AKTIVE KINDER & JUGENDLICHE AB 7 JAHRE

- Bewegen sich zum Teil auch schon ohne Begleitperson auf der Anlagen/dem Gelände
- Sind bereits mit dem Sport vertraut
- Können sich selbst und ihre Fähigkeiten bis zu einem bestimmten Grad einschätzen
- Abwechslung und Spaß stehen im Fokus



Gruppe 3

AKTIVE FAMILIEN- MITGLIEDER / BEGLEITER

- Sind für die Organisation und die Bezahlung zuständig
- Gehen bei kleineren Kindern der Aufsichtspflicht nach
- Betreiben den Sport selbst aktiv
- Spaß und gemeinsames Erleben steht im Fokus, Leistung und Progression an zweiter Stelle



Gruppe 4

PASSIVE FAMILIEN- MITGLIEDER / BEGLEITER

- Gemeint sind sowohl Elternteile mit Kleinkindern, sowie Kinder, Jugendliche und Erwachsene, die kein Interesse am MTB haben
- Sind in der Regel mit der Familie im Urlaub und schließen sich (teils gezwungenermaßen) dem Ausflug in den Trailpark an
- Die Anlage bietet eine Peripherie, die einen schönen Aufenthalt ermöglicht: Treffpunkt, Gastronomie, Zeitvertreib auf Spielplätzen, etc.
- Bei Jugendlichen gilt vor allem: Brauchen keine spezielle Beschäftigung – sind an Bildwelten und Zugang zu Erlebnissen interessiert → „Instafähigkeit“

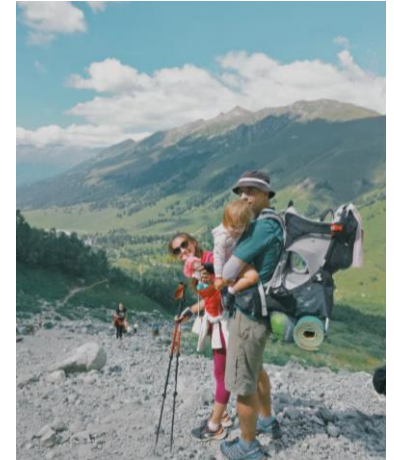


Gruppe 5

AKTIVTOURISTEN IN DER REGION

Aktive Erwachsene und Familien hatten bisher keine Berührung mit dem Mountainbike-Sport, aber probieren sich gerne aus

- Starker Fokus auf Sport und Bewegung
→ Interesse an Multisport und Freizeitoptimierung
- Sind sich nicht sicher, ob der (Action-)Sport wirklich etwas für sie ist
- Brauchen Beratung, Leihmaterial, Kurse und klare Information, welche Angebote für sie geeignet sind
- Bei älteren Einsteigern wird das Thema E-Bike und Fahrtechnik für Touren eine wichtige Rolle spielen
- Für Familien der Einstieg in das gemeinsame Bergab-Erlebnis – ähnlich zum Skifahren
- Zielgruppe mit dem größten Zuwachs
→ globale und lokale Trends



Gruppe 6

AKTIVE MOUNTAINBIKER

- Einsteiger & Genusssportler
- Fortgeschrittene & Geübte
- Leistungsorientierte / Performer
- MTB-Touristen, die im Sommer Bike-Angebote „abklappern“ suchen Highlights - meist Tagestouristen oder 1-2 Übernachtungen

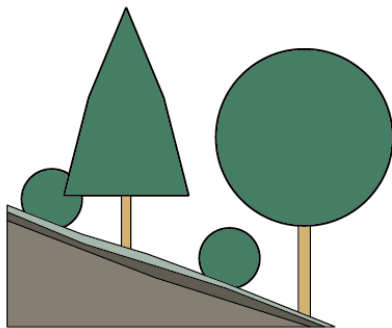
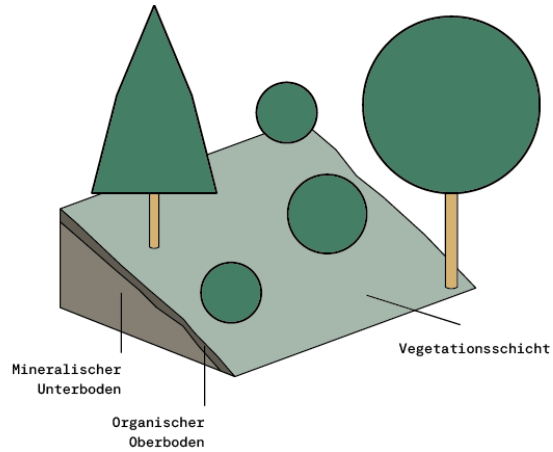


5.

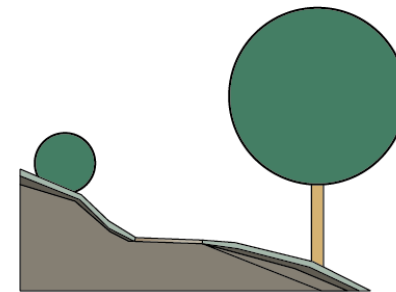
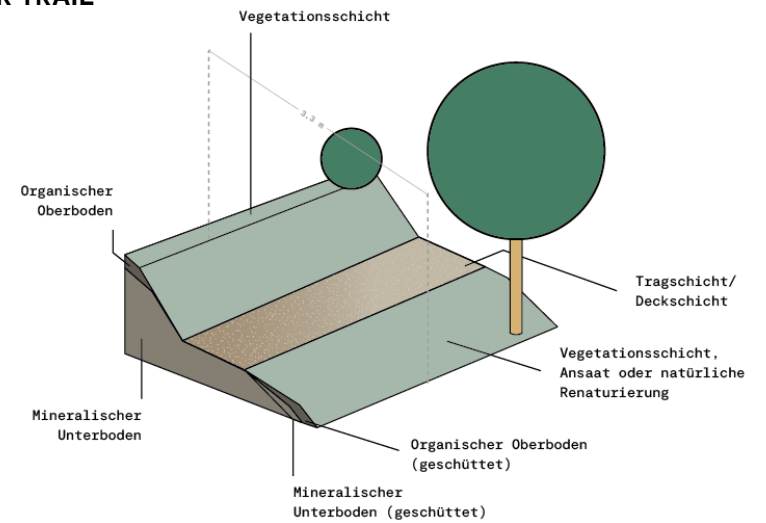
Bauweise

Streckenbau mittels Abtrag/Einschnitt (Full Bench Cut)

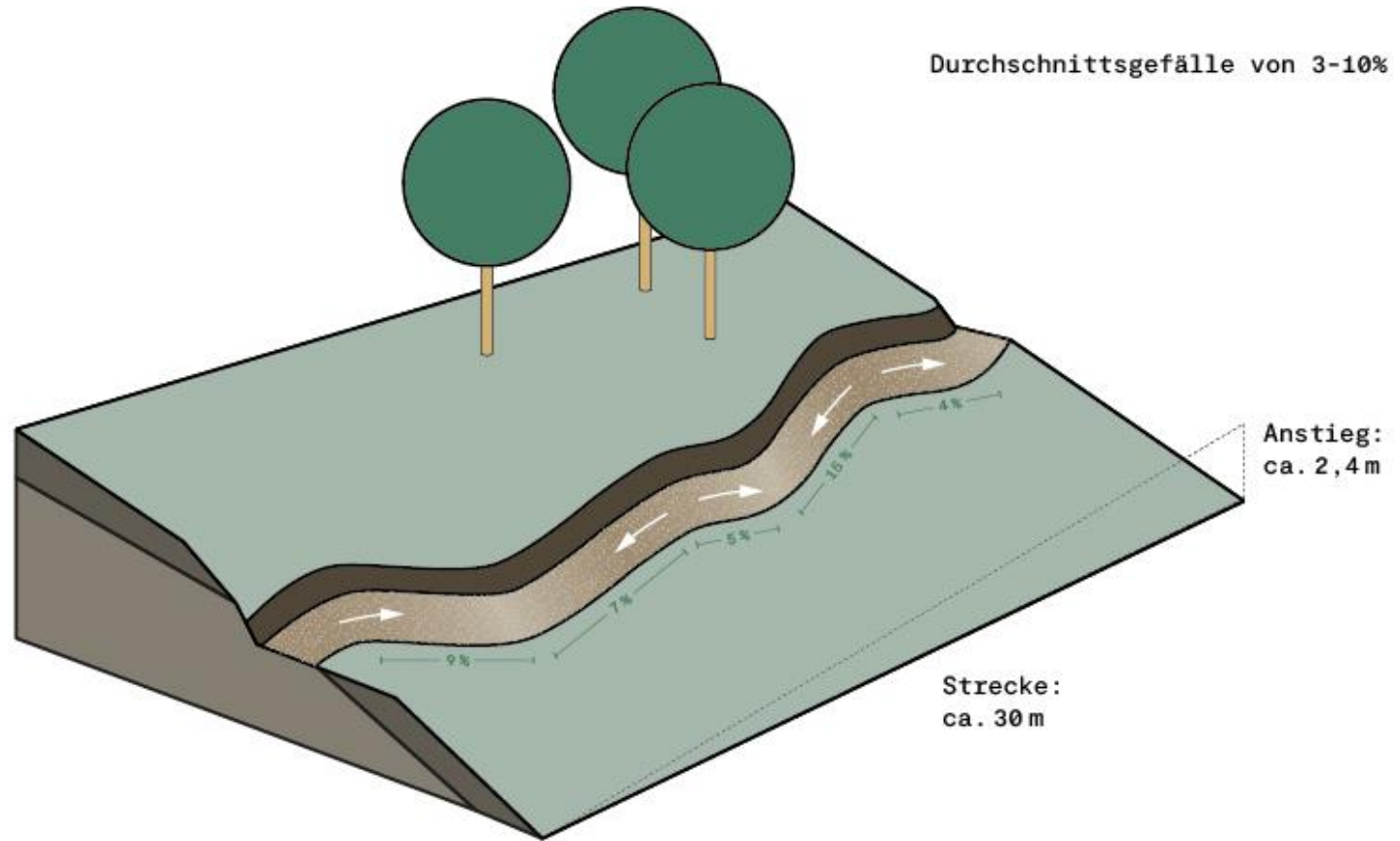
ANSICHT GELÄNDE:
URSPRUNG



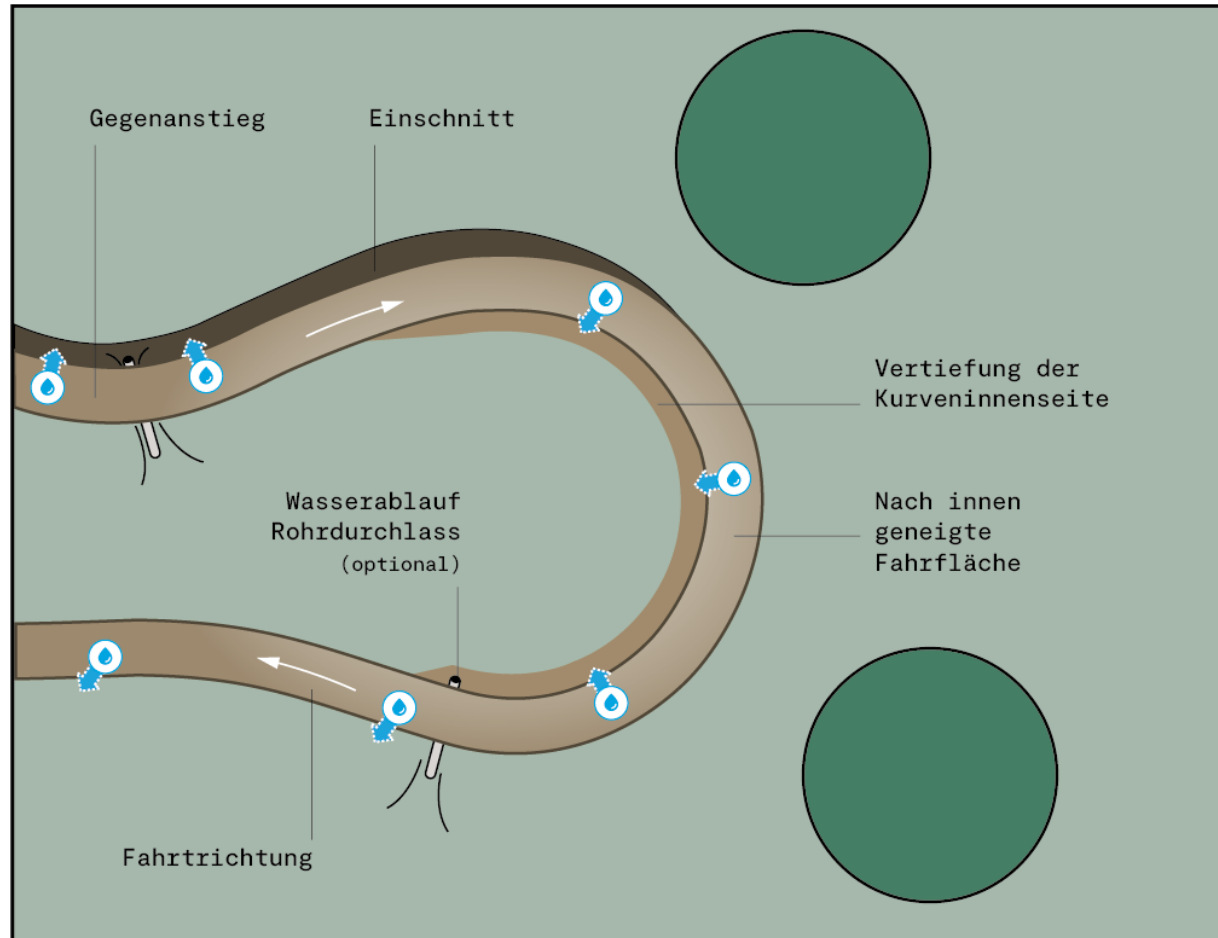
ANSICHT GELÄNDE:
FERTIGER TRAIL



Full Bench Cut



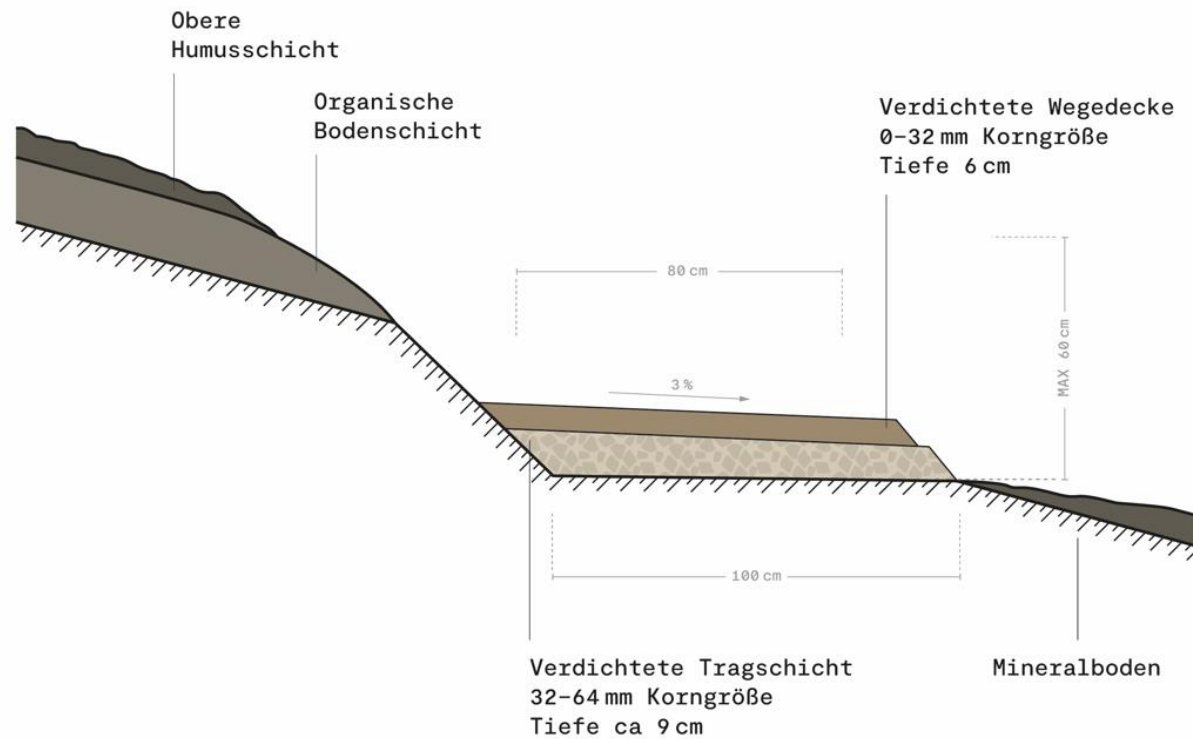
Kurve mit Wasserablauf



Full Bench Cut

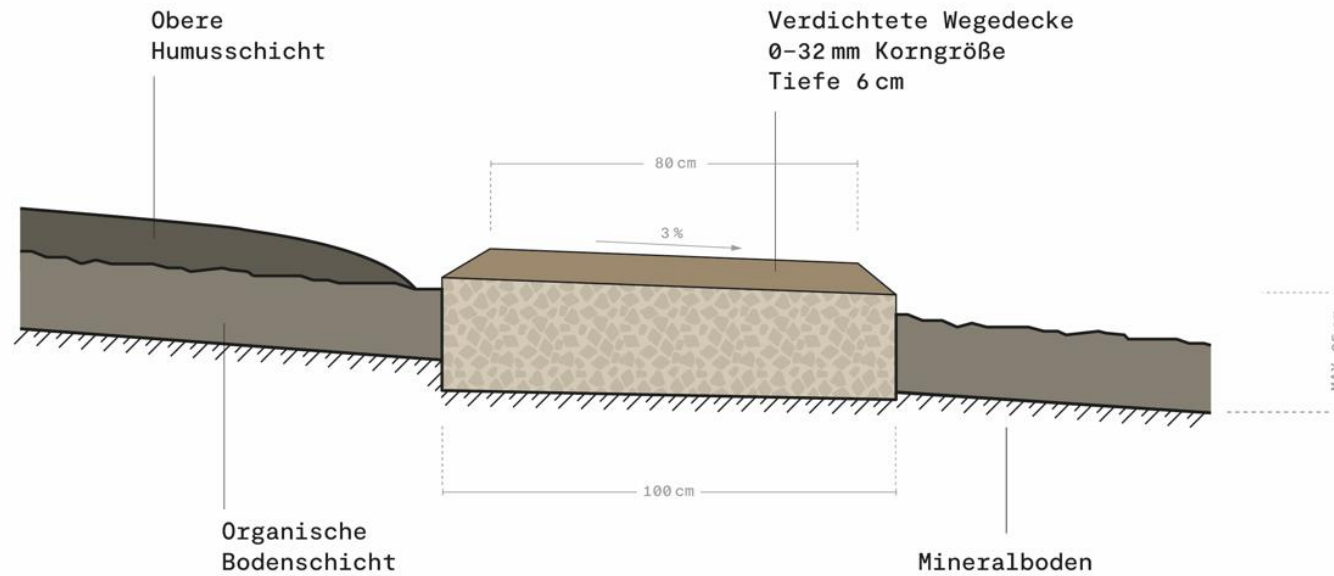
(Trag- & Wegedecke)

Abhängig vom Seitengefälle wird bei Trails entweder das Full-Bench-Cut-Verfahren ...



Raised Camber

... oder das Raised-Camber-Verfahren umgesetzt.



6.

Geländeanalyse



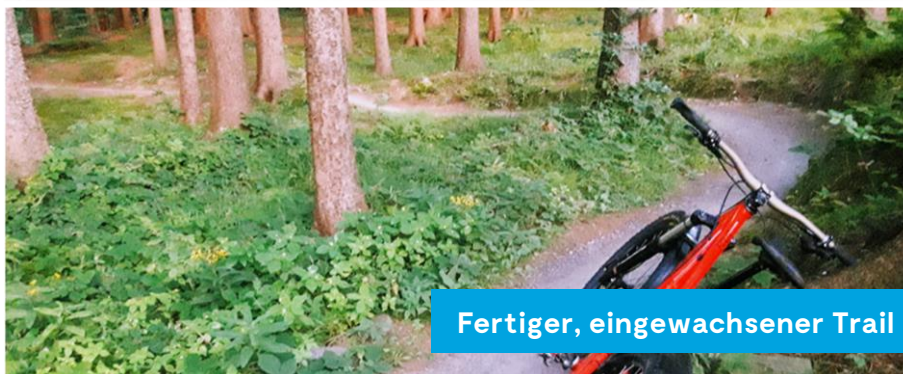
Gamechanger?

- **Speziell für Biker angelegte MTB-Wanderwege/(Singltrek-)Trails**
- **Deckt (fast) alle Zielgruppen ab**
- **Extrem witterungsbeständig und wartungsarm**
- **Fast 100% Lenkungseffekt**
- **Perfekt, um planerisch Naturschutz und Jagd zu berücksichtigen**
- **Sehr starke Nachfrage**



Was ist ein nachhaltiger Trail?

- Perfekt in die Natur eingefügte Wege
- Nach Prinzipien des nachhaltigen Wegebau designt und gebaut
- Geringe Steilheit und regelmäßige Gefällewechsel verringern Abnutzung durch Brems- und Wassererosion
- Ideales Invest- versus Wartungsaufwand-Verhältnis durch robusten zweistufigen Wegebau
- Forstliche und jagdliche Bewirtschaftung sind durch Aufbau und Planungsmethodik weiterhin möglich



Stärken der nachhaltigen (Full Bench Cut)-Bauweise

- Lange Haltbarkeit
- Weniger Wartung
- Einfachere Wartung
- Natürlicher Einbau in die Natur
- Deutlich größere Zielgruppe
- Ganzjährig nutzbar



**Größter Nachteil:
Teuer / langsam im Bau**

**Aktuell kostet der Laufmeter
Trail ca. 65-85 Euro in der
Erstellung.**

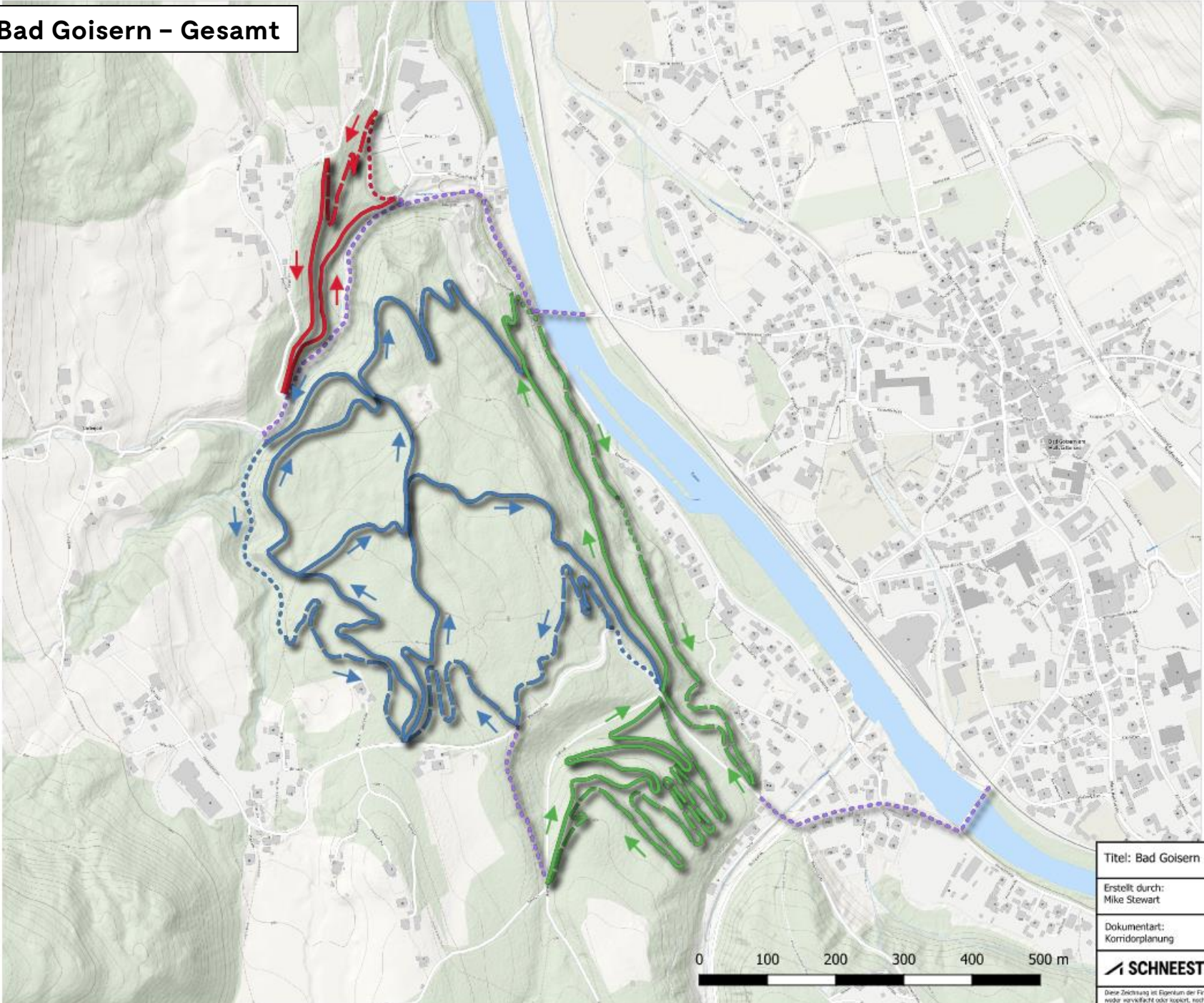
Schwierigkeitsgrade

Alle Radfahrer /Kinder	MTB Anfänger	MTB Entwickler	MTB Fortgeschritten
SCHWIERIGKEIT Für Jedermann	SCHWIERIGKEIT Leicht	SCHWIERIGKEIT Mittelschwer	SCHWIERIGKEIT Schwer
MAX. Ø-GEFÄLLE 3%	MAX. Ø-GEFÄLLE 5%	MAX. Ø-GEFÄLLE 8%	MAX. Ø-GEFÄLLE 10%
BREITE 0,8 – 1,8m (Ø 1,2m)	BREITE 0,8 – 1,2m (Ø 1,0m)	BREITE 0,7 – 1,0m (Ø 0,8m)	BREITE 0,7 – 1,0m (Ø 0,8m)
OBERFLÄCHE Eingeebnet, befestigt, keine Unebenheiten	OBERFLÄCHE Eingeebnet, befestigt, keine Unebenheiten	OBERFLÄCHE Eingeebnet, befestigt, einige Unebenheiten, einige Steinfelder	OBERFLÄCHE Eingeebnet, befestigt, Unebenheiten, Steinfelder
FAHRGEFÜHL Einladend, nicht fordernd	FAHRGEFÜHL Windend, kurvig	FAHRGEFÜHL dynamisch, flowig	FAHRGEFÜHL Dynamisch, fordernd

Übersicht

	Bergab Trails	Bergauf Trails	Forst st raßen	Gesamt	Gesamt	Auf teilung der Schwierigkeit en	Auf teilung der Schwierigkeit en
				Trails	Alle Wege	Trails	Gesamt
Grün	1566 m	2185 m	148 m	3751 m	3899 m		
	40 %	56 %	4 %	96 %	100 %	40 %	39 %
Blau	3199 m	1348 m	455 m	4547 m	5002 m		
	64 %	27 %	9 %	91 %	100 %	49 %	49 %
Rot	727 m	333 m	152 m	1060 m	1212 m		
	60 %	27 %	13 %	87 %	100 %	11 %	12 %
Schwarz				0 m	0 m		
						0 %	0 %
Gesamt	5492 m	3866 m	755 m	9358 m	10113 m		
	54 %	38 %	7 %	93 %	100 %	100 %	100 %

Bad Goisern – Gesamt



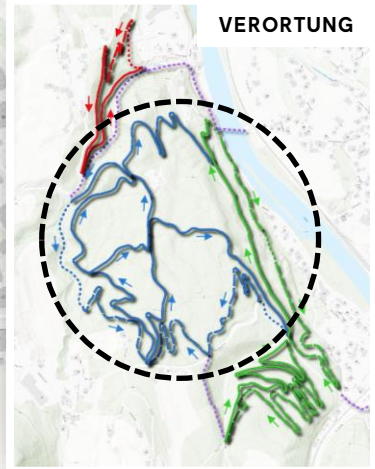
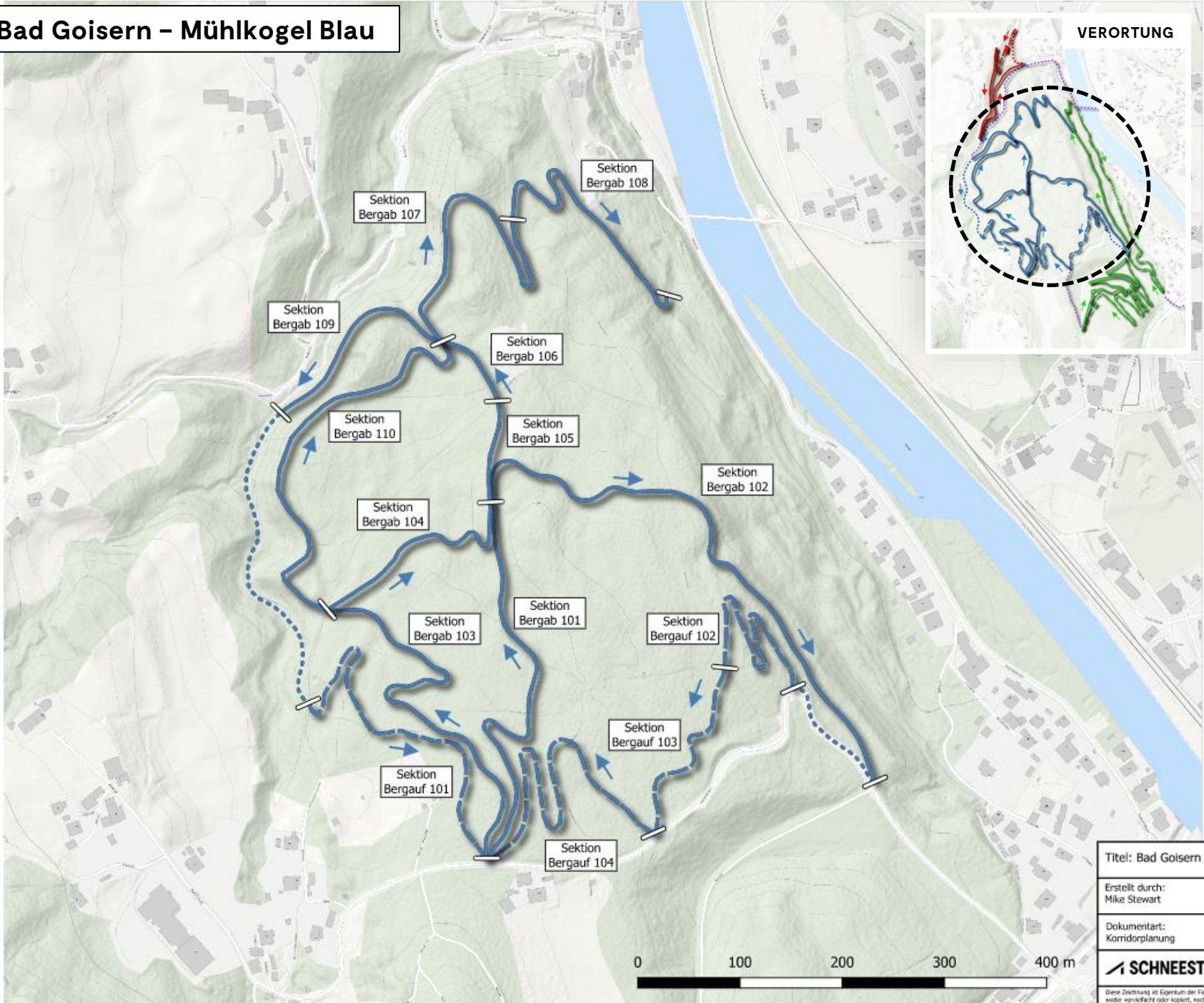
- Legende**
- Trail Bergauf Grün
 - Trail Bergab Grün
 - ... Forstweg Grün
 - Trail Bergauf Blau
 - Trail Bergab Blau
 - ... Forstweg Blau
 - Trail Bergab Rot
 - Trail Bergauf Rot
 - ... Forstweg Rot
 - ... Verbindungen Forstweg
 - Geoland Basemap Grau

- Streckenlängen**
- Singltrek Trail Grün**
 Trail Bergab: 1.566m
 Trail Bergauf: 2.185m
 Forstwege: 148m
- Singltrek Trail Blau**
 Trail Bergab: 3.199m
 Trail Bergauf: 1.348m
 Forstwege: 455m
- Singltrek Trail Rot**
 Trail Bergab: 727m
 Trail Bergauf: 333m
 Forstwege: 152m
- Gesamtlängen**
 Trail Bergab: 5.492m
 Trail Bergauf: 3.866m
 Forstwege: 755m



Titel: Bad Goisern - Korridorplanung		
Erstellt durch: Mike Stewart	Genehmigt von: Alexander Arpai	Maßstab: 1:7500
Dokumentart: Korridorplanung	Dokumentname: 221124_Bad_Goisern_Korridorplanung_IA_mSte	
Ausgabedatum: 28.11.2022		Format: A3
<small>Diese Zeichnung ist Eigentum der Firma Schweden GmbH & Co. KG und darf ohne deren Zustimmung weder vervielfältigt oder kopiert, noch Dritten zugänglich gemacht werden.</small>		

Bad Goisern – Mühlkogel Blau



- Legende**
- Trail Bergab Blau
 - - - Trail Bergauf Blau
 - · · Forstweg Blau
 - Geoland Basemap Grau

Streckenlängen

Trail Bergab: 3.199m
 Trail Bergauf: 1.348m
 Forstwege: 455m

Titel: Bad Goisern - Korridorplanung		
Erstellt durch: Mike Stewart	Genehmigt von: Alexander Arpai	Maßstab: 1:5000
Dokumentart: Korridorplanung	Dokumentname: 221129_Bad_Goisern_Korridorplanung_IA_mSte	
Ausgabedatum: 29.11.2022		Format: A3
<small>Diese Zeichnung ist Eigentum der Firma Schweedern GmbH & Co. KG und darf ohne deren Zustimmung weder vervielfacht oder kopiert, noch Dritten zugänglich gemacht werden.</small>		

7.

Trailbaupotential/
Best Practice

Best Practice

Trail-Netzwerke:

- [Gullia-Areal in Trysil](#) (siehe Bild)
- [Singltrek Oblymyrz](#) (Trailloop Blotnik)
- [Singltrek Podsmerkm](#)



Bildquelle:

<https://www.radonline.de/blog/eignen-sich-e-bikes-pedelects-fuer-senioren-eine-studie-zeigt-viele-senioren-fuerchten-das-pedelec-wir-klaeren-auf/>

Best Practices International

7STANES (UK)

- 7 Trailcenter mit versch. Kernzielgruppen
- Eine Dachmarke
- Investition 2020: 67 Millionen Pfund

TRYSIL (Norwegen)

- Fokus auf Kinder & Familien
- Sehr gute Service-Infrastruktur
- Extrem variables Traildesign

BENTONVILLE (USA)

- Größte MTB Destination der USA innerhalb von 10 Jahren
- Win-Win-Situation für Tourismus & Daseinsfürsorge
- Mehr als 1.000 Meilen Trails

SINGLTREK POD SMRKEM (Tschechien)

- Erstes zentraleuropäisches Trailcenter mit Fokus Familie
- Mehr als 80 km Trails
- Leuchtturmprojekt für die ganze Region

KLINOVEC (Tschechien)

- Gute Außendarstellung durch klare Kommunikation für alle Zielgruppen
- Lange und abwechslungsreiche Trails

CHRISTCHURCH ADVENTURE PARK (NZ)

- Holistisches Angebot für die ganze Familie: besonderer Fokus auf Kleinkinder
- Ergänzungen: Zipline, Klettergarten, Wanderwege

8.

Kosten

Gesamtkosten

Invest und Förderkulisse

Das Land Oberösterreich stellt für strategische Mountainbike-Leuchtturm-Projekte eine Förderung zur Verfügung. Wir empfehlen eine Bewerbung für diese Förderung aufgrund des innovativen Charakters.

Wirtschaftlichkeit

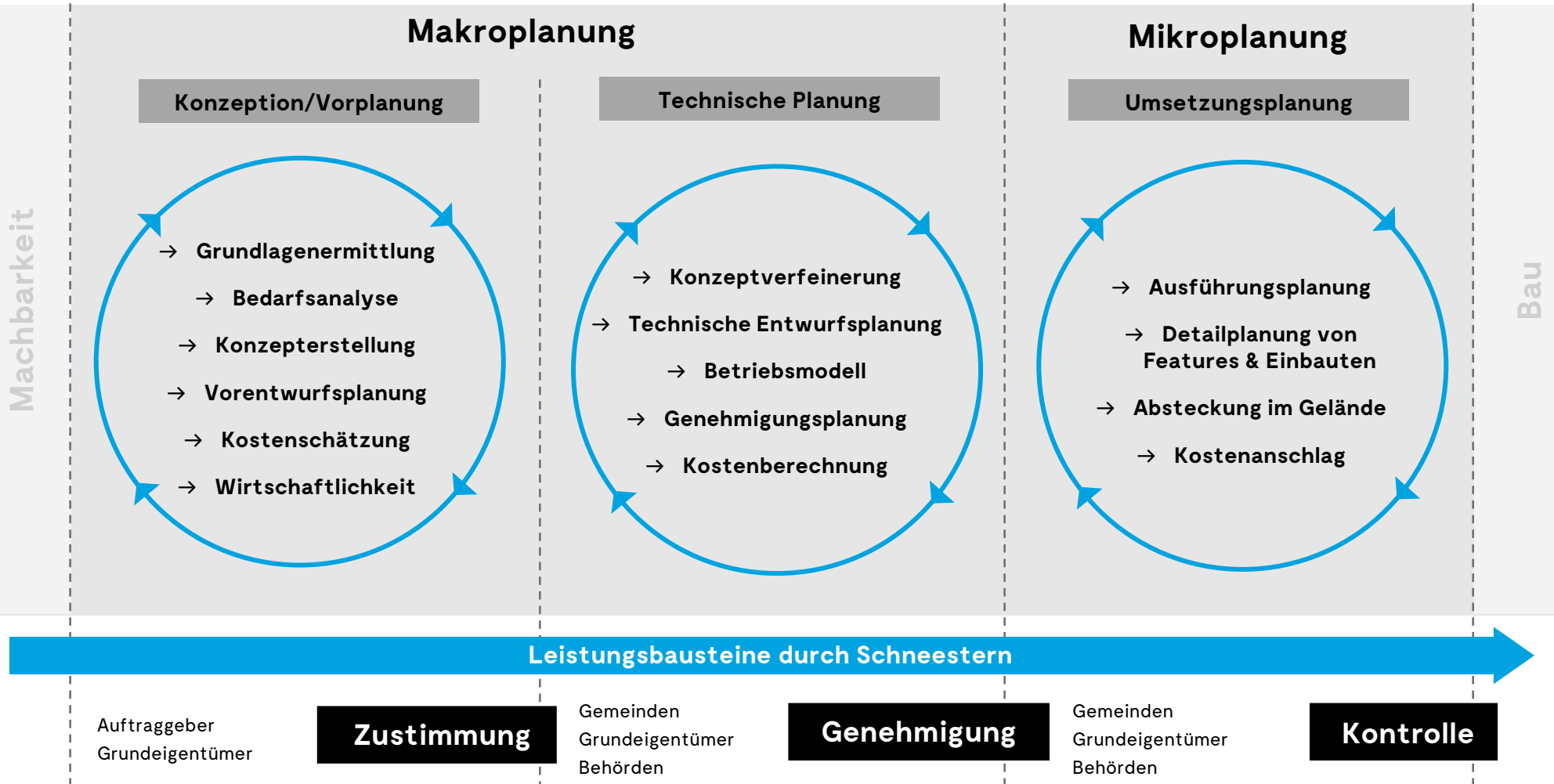
Das Projekt ist **kein klassisches ÖN-Tourismus-Produkt**, sondern eine Ergänzung zum Bestand, das sowohl **als Lenkungsmaßnahme** dient und einen **Teil zur Daseinsfürsorge beiträgt** und dementsprechend mehr Lebensqualität am Standort bietet.

		Gesamtlänge	Raised Camber (Anteil)	Flacher Full Bench Cut (Anteil)	Steiler Full Bench Cut (Anteil)	Raised Camber	Flacher Full Bench Cut	Steiler Full Bench Cut
Mühlkogel Grün	DHT 101	416,00 m	1/3		2/3	138,67 m	0,00 m	277,33 m
	DHT 102	251,00 m		1/2	1/2	0,00 m	125,50 m	125,50 m
	UHT 101	276,00 m		1/3	2/3	0,00 m	92,00 m	184,00 m
	UHT 102	422,00 m		1/3	2/3	0,00 m	140,67 m	281,33 m
	UHT 103	210,00 m		2/3	1/3	0,00 m	140,00 m	70,00 m
Mühlkogel Blau	DHT 101	456,00 m	1/2	1/2		228,00 m	228,00 m	0,00 m
	DHT 102	576,00 m	1/2	1/2		288,00 m	288,00 m	0,00 m
	DHT 103	441,00 m	1/2	1/2		220,50 m	220,50 m	0,00 m
	DHT 104	238,00 m	4/5	1/5		190,40 m	47,60 m	0,00 m
	DHT 105	105,00 m	4/5	1/5		84,00 m	21,00 m	0,00 m
	DHT 106	81,00 m	4/5	1/5		64,80 m	16,20 m	0,00 m
	DHT 107	350,00 m		2/3	1/3	0,00 m	233,33 m	116,67 m
	DHT 108	310,00 m		5/6	1/6	0,00 m	258,33 m	51,67 m
	DHT 109	210,00 m		1/5	4/5	0,00 m	42,00 m	168,00 m
	DHT 110	432,00 m	4/5	1/5		345,60 m	86,40 m	0,00 m
	UHT 101	397,00 m	1/2	1/2		198,50 m	198,50 m	0,00 m
	UHT 102	298,00 m	1/2	1/2		149,00 m	149,00 m	0,00 m
	UHT 103	201,00 m	1/2	1/2		100,50 m	100,50 m	0,00 m
	UHT 104	452,00 m	1/2	1/2		226,00 m	226,00 m	0,00 m
Zigenauer Grün	DHT 101	899,00 m		5/6	1/6	0,00 m	749,17 m	149,83 m
	UHT 101	1277,00 m	1/3	2/3		425,67 m	851,33 m	0,00 m
Rossinbacher Rot	DHT 101	370,00 m		1/3	2/3	0,00 m	123,33 m	246,67 m
	DHT 102	357,00 m		2/3	1/3	0,00 m	238,00 m	119,00 m
	UHT 101	333,00 m		1/3	2/3	0,00 m	111,00 m	222,00 m
Gesamt m						2659,63 m	4686,37 m	2012,00 m
Kosten / km						87.138 €	58.337 €	75.475 €
Gesamtpreis						231.756 €	273.386 €	151.856 €
							Gesamt	656.998 €

9.

Weiteres Vorgehen/
Genehmigung/
Umsetzung/
LOI

Planung und Genehmigungsprozess



Stakeholdermanagement



Grund-eigentümer

GESTATTUNGSVERTRAG

- Rechte und Pflichten
- Vertragsdauer
- Kosten
- Vertragsbedingungen
- Verkehrssicherungen
- Gewährleistungen



Forst-behörde

RODUNGSBEWILLIGUNG

- Waldfunktionen
- Flächen
- Eingriffsgrößen
- Waldbauliche Zielsetzungen



Naturschutz-Behörde

UMWELTVERTRÄGLICHKEIT

- Schutzstatus & Objekte
- Einfluss der Maßnahmen
- Ausführungs-Bedingungen
- Ausgleichmaßnahmen



Bauamt

BAUGENEHMIGUNG

- Koordination der Genehmigungen
- Trails & andere Infrastruktur

Stakeholdermanagement durch Schneestern

Kontakt

 **SCHNEESTERN**
action sports engineered

Alexander Arpaci
Head of MTB Concepts

m +49 (0) 151 150 420 62

a.arpaci@schneestern.com