



Konzept fir den
Mountainbike- a
Graveltourismus zu
Lëtzebuerg

VISIT 
LUXEMBOURG



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Economie

Inhalt

VORWORT	09	32	
1 EINLEITUNG	10		
Einordnung in die nationale Tourismusstrategie und Status Quo	11	Produkt- und Angebotsgestaltung im Mountainbiking	33
Ziele und Entwicklungsansätze für den Mountainbike- und Graveltourismus in Luxemburg	15	Potenzialräume zur Entwicklung von Mountainbikeangeboten	38
♦ Region Éislek		♦ Region Gutland	40
♦ Region Mullerthal - Kleine Luxemburger Schweiz		♦ Region Minett	52
♦ Region Moselle		Produkt- und Angebotsgestaltung im Gravelbiking	56
		Räumliche Verortung von Gravelangeboten	60
2 SEGMENTE UND ZIELGRUPPEN	20		62
Moutainbiking	20		65
♦ Segmente und Disziplinen im Mountainbiking	20		
♦ Segmente für Luxemburg	21		
♦ Relevante Zielgruppen im Mountainbiking für Luxemburg	22		
Gravelbiking	25		
♦ Einordnung und Charakteristik	25		
♦ Relevante Zielgruppen im Gravelbiking für Luxemburg	27		
3 PRODUKT- UND ANGEBOTSGESTALTUNG		46	
4 KOMMUNIKATION UND VERMARKTUNG		66	
5 VISION		78	
6 KONTAKTE		80	

Impressum

Herausgeber:
**Ministère de l'Economie
 Direction Générale
 Tourisme
 19-21 bd Royal
 L-2449 Luxembourg.**

April 2025

Beratendes Büro:
**BTE Tourismus- und
 Regionalberatung**

Graphische Gestaltung:
Studio Polenta

Glossar

All Mountain (AM)

Mountainbike-Disziplin, die vielseitige Geländebedingungen abdeckt. Diese Disziplin kombiniert sowohl technische Abfahrten als auch anstrengende Anstiege, was technisches Können und Kondition erfordert. Der Fokus liegt auf der Erkundung und Bewältigung abwechslungsreicher Strecken und natürlicher Trails, von anspruchsvollen Bergab-Passagen bis hin zu steilen Anstiegen und flowigen Trails, ein sportlicher (Wettkampf-)Anspruch besteht nicht.

AMEN

Bezeichnung für die gemeinsame Gruppe der Mountainbike-Segmente All-Mountain und Enduro. Diese Zielgruppe legt besonderen Wert auf Abenteuer, Spaß, Ausdauer, Naturerlebnisse, Fahrrtechnik, Geschwindigkeit und Adrenalin.

Bikepark

Speziell angelegtes Gelände für Mountainbiker:innen mit verschiedenen Abfahrtsstrecken, Hindernissen und Sprungmöglichkeiten. Bikeparks bieten oft Lifte oder Shuttles, um Biker und ihre Fahrräder bequem zum Startpunkt der Strecken zu bringen. Sie sind ideal für Fahrrtechniken, Sprünge und das Training in einer kontrollierten Umgebung.

Cross Country (XC)

Mountainbike-Disziplin, die auf schnellen, abwechslungsreichen Strecken mit Anstiegen und Abfahrten auf wechselndem Terrain aus Wald und Wiesenwegen und tlw. kurzen asphaltierten Abschnitten. Sie erfordert eine hohe Ausdauer und Fahrtechnik. XC-Rennen finden meist auf naturbelassenen Wegen statt und beinhalten sowohl technische Abschnitte als auch flüssige, schnelle Passagen. Cross-Country-Bikes sind leicht, wendig und auf Effizienz ausgelegt, um sowohl Bergauf- als auch Bergab-Passagen schnell zu bewältigen. Die Disziplin ist die bisher einzige olympische MTB-Sportart.

Downhill (DH)

Mountainbike-Disziplin, bei der Fahrende steile, technische Abfahrten mit hoher Geschwindigkeit bewältigen. Diese Strecke ist meist künstlich oder natürlich so gestaltet, dass sie viele Hindernisse wie Wurzeln, Steine, Drops, Sprünge und enge Kurven umfasst. Downhill-Fahrende nutzen spezielle Bikes mit langer Federung und robustem Aufbau, die für maximale Kontrolle und Stabilität bei schnellen Abfahrten ausgelegt sind. Die Disziplin ist besonders bekannt für den Wettkampfcharakter, bei dem in Zeitrennen gegeneinander angetreten wird.

Drop

Abschnitt auf einem Trail, bei dem Fahrende aus einer höheren Position herunterfahren („dropen“). Dies kann entweder ein kurzer Fall (z. B. von einem Felsen oder einer Kante) oder ein größerer Sprung sein, bei dem das Bike und der Fahrende für eine kurze Zeit in der Luft sind.

Enduro (EN)

Mountainbike-Disziplin, bei der Fahrende auf langen, oft technisch anspruchsvollen Strecken sowohl bergauf als auch bergab fahren, Fahrtechnik und Wettkampfgedanke stehen im Vordergrund. Bei Enduro-Rennen müssen mehrere abgesteckte „Stages“ (Streckenabschnitte) in möglichst kurzer Zeit durchfahren werden.

Enduro-Mountainbikes bieten einen mittellangen Federweg, sind abfahrtsorientiert, aber leichter und wendiger als Downhill-Bikes.

FIAS-Framework

Das FIAS-Framework (Fostering Inclusive Action Sports) ist ein strategisches Modell zur Förderung von Geschlechtergerechtigkeit im Mountainbiking. Es basiert auf qualitativer Forschung der Universität Bristol und fokussiert auf vier zentrale Bereiche: Aufbau inklusiver Communities, Integration von Frauen+ in die MTB-Kultur, Diversifizierung von Führungspositionen und Veränderung kultureller Repräsentationen. Ziel ist es, durch kulturellen Wandel eine nachhaltige und gleichberechtigte Beteiligung von Frauen+ im Mountainbikesport zu erreichen.

Flowtrail

Mountainbike-Trail, der so gestaltet ist, dass er eine flüssige und schnelle Fahrt mit rhythmischen Kurven und sanften Hügeln ermöglicht. Ziel ist es, eine durchgehende Geschwindigkeit ohne häufiges Bremsen oder Stoppen zu erreichen.

Freeride (FR)

Mountainbike-Disziplin, die sich auf das Fahren in anspruchsvollem Gelände fokussiert, mit Sprüngen, Rampen und technischen Herausforderungen. Es geht weniger um Geschwindigkeit, sondern mehr um das Überwinden von Hindernissen und das Ausführen von Tricks oder schwierigen Manövern.

Freeride-Bikende suchen adrenalingeladene Abenteuer auf unbefestigten Trails, in Bikeparks oder sogar im offenen Gelände. Die Disziplin kombiniert Elemente von Downhill und Dirt Jumping und legt Wert auf technische Fähigkeiten und Kreativität im Gelände.

FRoDHo

Zusammenfassung der Mountainbikenden, die sowohl Freeride (FR) als auch Downhill (DH) praktizieren. Diese Fahrenden suchen adrenalingeladene Abfahrten mit hoher Geschwindigkeit und intensiver Airtime. Sie fahren häufig in Bikeparks, auf Singletrails und Flowtrails. Biken wird als Actionsport interpretiert, der technisch anspruchsvolle und aufregende Herausforderungen bietet.

Fully

Mountainbike, das sowohl vorne (Federgabel) als auch hinten (Federung am Hinterbau) Dämpfung bietet. Diese Bikes bieten mehr Komfort und Kontrolle auf technisch anspruchsvollem Gelände, da sie Stöße und Unebenheiten besser absorbiieren. Fullys sind besonders geeignet für Enduro, Trail und Downhill-Fahrten, bei denen hohe Anforderungen an Stabilität und Fahrkomfort gestellt werden. Sie sind im Vergleich zu Hardtails etwas schwerer, bieten jedoch bessere Fahreigenschaften auf ruppigem Terrain.

Gravelbike

Vielseitiges Fahrrad, das speziell für das Fahren auf unbefestigten Weegen, Schotterpisten und Straßen entwickelt wurde. Es kombiniert Elemente eines Rennrads mit den Eigenschaften eines Mountainbikes, wie breitere Reifen und eine robustere Geometrie. Gravelbikes bieten Komfort und Stabilität auf unterschiedlichsten Oberflächen und eignen sich sowohl für lange Touren als auch für schnelle Fahrten auf wechselndem Terrain. Sie sind ideal für Abenteuer- und

Tourenfahren-de, die sowohl auf Asphalt als auch auf Schotterwegen unterwegs sind.

Hardtail

Mountainbike, das vorne mit einer Dämpfung (Federgabel) ausgestattet ist, jedoch keinen Hinterradfederweg hat. Der hintere Teil des Rahmens ist steif, was das Bike leichter und effizienter auf festem Terrain macht, jedoch auf unebenem Untergrund weniger Komfort bietet als ein Fully (vollgefederter Bikes). Hardtails sind besonders beliebt im Cross-Country- und Trail-Bereich.

Single Trail

Schmaler, naturbelassener Mountainbike-Pfad, der häufig durch unbefestigtes Gelände führt. Singletrails beinhalten oft technische Elemente und Hindernisse wie Wurzeln, Steine und enge Kurven, die fahrtechnisches Können erfordern. Sie bieten ein intensives Naturerlebnis und sind in verschiedenen Schwierigkeitsgraden verfügbar.

Singletrail-Skala:

Bewertungssystem zur Einstufung des Schwierigkeitsgrades von Singletrails (schmalen Mountainbike-Pfaden). Die Singletrail-Skala reicht von S0 bis S5:

- **S0: Sehr leicht – einfache, breite Wege ohne Hindernisse (Markierung: grün)**
- **S1: Leicht** – einfache Trails mit kleinen Hindernissen, wie Wurzeln oder kleinen Steinen (Markierung: blau)
- **S2: Mittel** – technische Passagen mit größeren Wurzeln, Steinen und leichtem Gefälle (Markierung: rot)
- **S3: Schwer** – anspruchsvolle Trails mit steilen Passagen, engen Kurven und größeren Hindernissen (Markierung: schwarz)
- **S4: Sehr schwer** – sehr steile und technische Abschnitte, die oft nur mit hoher Fahrtechnik bewältigt werden können (schwarz)
- **S5: Extrem** – extrem schwierige Passagen mit großen Stufen und sehr anspruchs-vollem Gelände (Markierung: schwarz oder selten doppel-schwarz)

Trailhead:

Ausgangs- oder Einstiegspunkt eines Trails oder Wegenetzes, oft mit Hin-weisschildern, Karten und Informationen zur Strecke ausgestattet und kann Parkmöglichkeiten, Toiletten und Rastplätze bieten. Er markiert den Beginn einer Route und dient als Orientierungspunkt für die Routenplanung.

Trailpark (auch Trailcenter):

Naturbelassenes oder leicht angelegtes Wegenetz für Mountainbiker, das verschiedene Trails in unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden bietet. Im Gegensatz zum Bikepark gibt es meist keine Liftanlagen; die Strecken um-fassen sowohl Anstiege als auch Abfahrten und verlaufen häufig durch Wälder oder Gebirgslandschaften. Trailparks legen Wert auf das Naturerlebnis und bieten eine Mischung aus flowigen, geschmeidigen und technischen Passagen für abwechslungs-reiches Fahren.

©Marc Lazzarini





• Mosel



Eric Thill

Beigeordneter Minister
für Tourismus

Fahrradtourismus mit Zukunft – Chancen für Mountainbike und Gravelbike in Luxemburg nutzen

Mit der nationalen Tourismusstrategie haben wir uns das Ziel gesetzt, den Fahrradtourismus in Luxemburg gezielt auszubauen und zu stärken. Ein zentraler Bestandteil ist die Entwicklung eines klaren Konzepts für Mountainbike (MTB) und Gravelbike, welches allen Akteuren in Planung, Umsetzung und Vermarktung Orientierung bietet.

Das vorliegende Konzept zeigt die Entwicklungsmöglichkeiten für MTB- und Gravel-Angebote in unserem Land auf, definiert die Zielgruppen, für die wir ein nachhaltiges Angebot schaffen wollen, und beschreibt, wie dieses gestaltet sein muss, um attraktiv und einladend für unterschiedliche Nutzungsgruppen zu wirken. Für den MTB-Bereich wurden auf Grundlage einer Analyse sogenannte Potenzialräume festgelegt, in denen die Entwicklungsmöglichkeiten für neue Angebote besonders groß sind. Diese gezielte räumliche Planung ermöglicht es, Ressourcen effizient einzusetzen und ein stimmiges Gesamtangebot zu entwickeln.

Die Umsetzung des Konzepts in diesen Potenzialräumen wird prioritär unterstützt – sowohl finanziell als auch durch gezielte personelle und organisatorische Unterstützung. Dies unterstreicht unseren Willen, verstärkt in diesen Bereich zu investieren.

Im Bereich Gravelbike bietet Luxemburg hervorragende Möglichkeiten: Unsere abwechslungsreiche Landschaft lädt dazu ein, sportliche Betätigung mit intensiven Naturerlebnissen zu verbinden. Ziel ist es, ein Angebot zu schaffen, das Menschen unabhängig von Alter, Geschlecht oder Erfahrung anspricht, Sicherheit gewährleistet und zum Mitmachen motiviert.

Von Beginn an legen wir dabei großen Wert auf die enge Abstimmung mit Umwelt- und Naturschutz, um die Attraktivität unserer Natur langfristig zu sichern. Dieses Konzept ist somit ein weiterer Schritt, Luxemburg als vielfältige und nachhaltige Fahrraddestination im Herzen Europas zu positionieren.

1

Einleitung

Dieses Konzept bildet die strategische Grundlage für die künftige Entwicklung und Ausgestaltung von (touristischen) Mountainbike- und Gravelbike-Angeboten in Luxemburg.

Es wurde in Zusammenarbeit mit den regionalen Tourismusverbänden (Offices Régionaux du Tourisme, ORT), Luxembourg for Tourism (LFT) sowie der Jugendherbergszentrale entwickelt. Austauschgespräche haben zudem mit der Administration de la Nature et des Forêts (ANF) sowie dem Ministerium für Umwelt, Klima und Biodiversität stattgefunden. Begleitet wurde das Projekt vom Consultingbüro BTE Tourismus- und Regionalberatung.

Das Konzept richtet sich an alle Akteur:innen im Bereich des Mountainbike- und Graveltourismus im Land, darunter insbesondere die ORTs und LFT, sowie Gemeinden und Gemeindesyndikate, Naturparke, Unterkunfts- und Gastronomiebetriebe bzw. deren Verbände, Reiseveranstalter, Betreiber:innen von Fahrradverleihstationen und -geschäften oder Vereine bzw. Bike-Gruppen, die Interesse haben ihr Angebot touristisch auszubauen.

Grundlage der Konzeptentwicklung bilden umfassende Marktforschungen und Analysen. Dazu zählen die Gästebefragung von LFT, Sonderauswertungen des MTB-Monitors sowie des Gravel-Monitors und weitere relevante Studien, beispielsweise vom Deutschen Alpenverein (DAV) und der Deutschen Initiative Mountainbike e.V. (DIMB). Ergänzend fließen Erkenntnisse aus Expert:innen-Gesprächen mit den ORTs, LFT, dem Ministerium für Umwelt, Klima und Biodiversität (MECB) und der Natur- und Forstverwaltung (ANF) sowie der Jugendherbergszentrale ein. Als Expert:innen zur Einbindung und Ansprache von Frauen im MTB-Sport wurden Prof. Dr. Fiona Spotswood und Prof. Dr. Martin Hurcombe von der University of Bristol beteiligt. Eine Raumanalyse, welche Schutzgebiete, Topografie, Infrastrukturen und bestehende touristische Angebote berücksichtigt, ergänzt die Grundlagenarbeit.

Zu Beginn des Konzeptes werden die für Luxemburg relevanten Segmente des Mountainbiken definiert und das Gravelbiking eingeordnet. Dies geschieht unter

Berücksichtigung naturräumlicher Gegebenheiten, rechtlicher Rahmenbedingungen sowie regionaler Bedarfe und Wünsche. Anschließend folgt eine Zielgruppenanalyse: Welche Zielgruppen passen zur Strategie und zum Raum Luxemburgs, welche Ansprüche und Bedürfnisse bringen sie mit und wie können sie gezielt angesprochen werden?

Auf dieser Basis wird die Angebotsgestaltung konkretisiert. Zentrale Fragen sind: Welche Wegetypen und -qualitäten werden benötigt? Welche Infrastrukturen und Services, wie Verleih, geführte Touren, Unterkünfte oder Transportangebote, sind erforderlich? Ebenso wird definiert, ob und wie die Beschilderung der Routen gestaltet werden soll und es wird aufbauend ein Leitfaden zur Umsetzung Besucherlenkung entwickelt. Ziel ist es, Nutzungskonflikte zu vermeiden, beispielsweise durch die aufbauende Umsetzung des Ansatzes „Share the Trail“, und eine gezielte Besucherlenkung sicherzustellen.

Ein zentrales Element ist die räumliche Verortung der Angebote. Für den MTB-Bereich werden „Potenzialräume“ und konkrete Handlungs- und Entwicklungsmaßnahmen identifiziert. Da Gravel-Angebote großräumiger angelegt sind, erfolgen die Empfehlungen hierzu auf nationaler Ebene und nicht gebietsbezogen.

Abschließend werden Handlungsempfehlungen für die Kommunikation und Vermarktung dargestellt.

Einordnung in die nationale Tourismusstrategie und Status Quo

Tourismusstrategie

Der Aktivtourismus stellt eine der wichtigsten Säulen in der Tourismus-Strategie „Mënschen, Regiounen an Ekonomie – Tourismusstrategie Lëtzebuerg“ dar. Dazu gehören die Themen Wandern und Radfahren, letzteres umfasst Tourenrad, Mountainbike, Gravel und Rennrad. E-Bikes stellen kein eigenes Segment dar, sondern sind als Ausprägungsform der genannten Kategorien zu verstehen.

Dieses Konzept setzt an der in der Strategie formulierten Schlüsselmaßnahme an, das fahrradtouristische Angebot zielgruppengerecht weiterzuentwickeln und auszubauen. Der Fokus liegt dabei auf dem Mountainbiking (MTB) und Gravelbiking. Ziel des Konzepts ist es, diese beiden Bereiche als Teil des Aktivtourismus in Luxemburg zu verankern und zentrale Entwicklungsziele zu formulieren. Darüber hinaus leistet das Konzept auch einen Beitrag zu zentralen Zielen der nationalen Tourismusstrategie: Es fördert Teilhabe durch eine vielfältige und zugänglich gestaltete Angebotsstruktur, unterstützt die nachhaltige Entwicklung durch gezielte Besucherlenkung, stärkt die Lebensqualität, indem es attraktive Bewegungs- und Naturerlebnisse für Einheimische schafft und trägt zur Gästefriedenheit bei, indem bestehende Angebote weiterentwickelt werden.

Die in der Tourismusstrategie definierten Zielgruppen sind in die Ableitung der MTB- und gravelspezifischen Zielgruppen eingeflossen. Insbesondere die Nature Loving Actives (NLA) stehen im Fokus, wenn es um die Themen Mountainbiken und Gravel geht. Von allen Gästen, die in ihrem Luxemburg-Urlaub Mountainbike gefahren sind, zählen 25% zu den Nature Loving Actives, 20% zu den Perfection Seekers, 16% zu den Relaxation Seekers.



Die übrigen Zielgruppen sind weniger stark vertreten. Dies ist besonders relevant, um potenziellen Nutzungskonflikten vorzubeugen, da Produkte und Angebote entsprechend angepasst werden müssen. Die Explorers, die überwiegend wandern und fast nicht Fahrrad fahren (3%), sollen nicht durch Radprodukte eingeschränkt werden.

Ergänzend zu Tourist:innen wird auch die lokale Bevölkerung angesprochen. Angebote für Tourist:innen von Bedeutung sind, werden auch von Einheimische geschätzt. Dieser Aspekt soll bei der Planung und Umsetzung von Angeboten im Bereich MTB und Gravel in Luxemburg berücksichtigt werden, da er zugleich zur Steigerung der Lebensqualität vor Ort beiträgt.

Unter dem Motto „Neue Perspektiven“ sind in der Tourismusstrategie die Werte der Tourismusmarke Luxemburg definiert. Luxemburg als Urlaubsland ist verlässlich, offen, kontrastreich, inspirierend und transformierend.¹ Diese Werte fließen in die Angebotsgestaltung und die Kommunikation der Angebote ein und sind maßgebend für die Vision von Luxemburg als Mountainbike- und Graveldestination.

Nachhaltigkeitskonzept

Das vorliegende Konzept leistet einen bedeutenden Beitrag zur Umsetzung des nationalen Nachhaltigkeitskonzepts für den Tourismus in Luxemburg. Es fördert eine umweltfreundliche Mobilität, indem der Ausbau eines attraktiven Gravel- und Mountainbikengebets dazu beiträgt, dass die Menschen auch im Alltag vermehrt aufs Fahrrad als sanftes Verkehrsmittel zurückgreifen. Durch die gezielte Lenkung der Biker:innen auf geeignete Routen wird ein naturverträglicher Tourismus unterstützt, der die ökologischen Ressourcen schont und gleichzeitig hochwertige Naturerlebnisse ermöglicht. Darüber hinaus trägt die Positionierung Luxemburgs als offene und zugängliche Destination für Mountainbike- und Gravelbikende auch zur sozialen Dimension der Nachhaltigkeit bei, indem sie Teilhabe möglichst vieler Gruppen fördert. Insgesamt unterstützt das Konzept die Entwicklung eines verantwortungsvollen, zukunftsfähigen Tourismus im Einklang mit Mensch und Natur.

Gäste

Aktuell fahren 4% der Gäste in Luxemburg Mountainbike². Mountainbiker:innen sind dabei sehr naturaffin und vielseitig aktiv: 76% von ihnen wandern ebenfalls, 53 % machen auch Fahrradtouren.

Die meisten Menschen kommen mit der Intention, Routinen und den Alltag hinter sich zu lassen, neue Kraft zu schöpfen und ihre Batterien aufzuladen (53 %) zum Biken nach Luxemburg. Auch der Wunsch, neue Erfahrungen zu machen, Erinnerungen zu schaffen und eine besondere, idealerweise typisch lokale Atmosphäre zu erleben (41 %), ist ein wichtiger Beweggrund für einen Besuch. Ebenso ist für 41 % der bikenden Gäste die Motivation, möglichst viele Erlebnisse zu sammeln, wichtig. Dass Luxemburg als sicheres Reiseziel gilt, ist für 29 % der Gäste ebenfalls ein ausschlaggebendes Kriterium.

Rund 40% aller Gäste, die nach Luxemburg kommen, kombinieren ihren Aufenthalt mit dem angrenzenden Ausland, daher wird angeregt, in der Produktgestaltung grenzüberschreitend zu denken und bestehende Kooperationen auszubauen – etwa mit Belgien, Lothringen und der Eifel.

Angebote

Es gibt bereits ein Mountainbikeangebot in Luxemburg, bestehend aus ausgewiesenen Mountainbike-Routen, die auf Trails unterschiedlicher Schwierigkeitsgrade führen. Begleitend gibt es rund 85 fahrradfreundliche Unterkünfte, die mit dem Label bed+bike ausgezeichnet wurden. Zudem gibt es weitere Fahrrad-Services, wie z.B. Verleihstationen, Reparaturstationen und E-Bike-Ladestationen. Vereinzelt stehen Mountainbikes zur Ausleihe zur Verfügung, hierbei handelt es sich jedoch oft um ältere Modelle.

Es existieren derzeit rund 39 Trails, ergänzt durch 5 kleinere Bike(park)anlagen bzw. Pumptracks sowie einige vereinzelte Downhill-Strecken. Viele dieser Anlagen stammen jedoch aus früheren Entwicklungsphasen und entsprechen nicht mehr den heutigen Anforderungen. Die Qualität der Trails ist teils unzureichend und die Streckenführung häufig nicht mehr zielgruppengerecht. Zahlreiche Routen verlaufen überwiegend über (asphaltierte) Wirtschaftswege, während die

integrierten Trailabschnitte auf der Singltrail-Skala meist im mittleren bis schweren Bereich liegen.

Ergänzt wird das Angebot durch buchbare geführte Touren und Guidings. Über die Buchungsplattform visitluxembourg.com sind 13 geführte Mountainbike-Touren verfügbar. Über die Jugendherbergen werden zudem landesweit geführte MTB- bzw. Graveltouren (teilw. mehrtägig) angeboten und vermarktet, diese werden jedoch regional sehr unterschiedlich nachgefragt. Darunter zwei buchbare Gravel-Pauschalen, die wahlweise eigenständig mit GPX-Track oder begleitet durch einen Guide durchgeführt werden können.

Bei den aktuellen Angeboten fehlt ein übergeordnetes Konzept: Auf welche Zielgruppen sind diese Angebote ausgerichtet? Auf welche Arten des Mountainbiketourismus konzentrieren sich die Angebote? Sollen auch Gravelangebote geschaffen werden? Sind die Gäste sowie Einheimische mit dem Angebot zufrieden?

Aktuelle Wegweisung

Die bestehende MTB-Wegweisung in Luxemburg erfolgt routenbasiert über Plaketten und Aufkleber. Diese geben Streckenverlauf und Richtung vor, bieten jedoch keine weiterführenden Informationen zu Schwierigkeitsgrad, Streckenlänge oder Beschaffenheit. Eine Ausnahme bildet die Region Minett, wo farbliche Markierungen zur Unterscheidung der Schwierigkeitsgrade (blau, rot, schwarz) vorhanden sind und Infotafeln Infos zu den Strecken bieten. In der Region Éislek befinden sich an allen Routeneinstiegen ergänzende Infotafeln mit Angaben zu Distanz, Höhenmetern und Höhenprofil.

Insgesamt bietet die Weiterentwicklung der Beschilderung großes Potenzial, sowohl zur Verbesserung der Nutzungserfahrung als auch zur Unterstützung eines nachhaltigen Umgangs mit der Natur.

Vermarktung

Eine systematische und kontinuierlich verfolgte Marketingstrategie für die Bereiche Mountainbike und Gravel ist derzeit nicht erkennbar. Dies zeigt sich unter anderem in der eingeschränkten Präsenz bestehender Angebote auf reichweitenstarken Outdoor-Plattformen sowie in der nur randständigen Behandlung beider Themen in der touristischen Kommunikation Luxemburgs, bspw. auf visitluxembourg.com. Bislang sind die Mountainbike-Touren bei Outdooraktivitäten zu finden, nicht jedoch beim Account von Visit Luxembourg bei komoot. Mountainbike und Gravel sind bislang nicht als Profilierungsthemen positioniert. Die derzeitige Vermarktung der Themen Mountainbike und Gravel durch LFT beschränkt sich auf einzelne Maßnahmen, wie vereinzelte Pressereisen und erste Marketingkooperationen in relevanten Quellmärkten, etwa Deutschland oder den Niederlanden. Diese Aktivitäten sind bislang punktuell und entfalten nur eine begrenzte Reichweite und Wirkung.

Es besteht die Annahme, dass die verhaltene Nachfrage, insbesondere im Bereich Mountainbike, in diesem Zusammenhang auch als Folge einer unzureichenden Sichtbarkeit und emotionalen Aufladung des bestehenden Angebots interpretiert werden kann. Dabei bieten insbesondere der Erlebniswert, die landschaftliche Vielfalt sowie die starke regionale Verankerung ein erhebliches kommunikatives Potenzial, das bislang nur unzureichend ausgeschöpft wird.



Minett

Ziele und Entwicklungsansätze für den Mountainbike- und Graveltourismus in Luxemburg

Mountainbike und Gravel als Nischen mit hoher Wertschöpfung

Obwohl MTB und Gravel eher Nischenmärkte im Aktivtourismus in Luxemburg darstellen, sind sie aufgrund der höheren Wertschöpfung, die diese Zielgruppe im Vergleich zu anderen Tourist:innen generiert, dennoch von besonderem Interesse: Beide Interessengruppen verfügen mit monatlich 3.600 bis 5.000 € über ein überdurchschnittliches hohes Haushaltsnettoeinkommen. Während Tourenradfahrende im Schnitt 32 € pro Tag ohne und 124 € pro Tag mit Übernachtung ausgeben³, liegen die Ausgaben von Gravelbikenden bei ca. 157 €⁴ pro Tag. Mountainbikende investieren jährlich ca. 463 € für Zubehör, 268 € für Bike-Bekleidung und 1.025 € für Bike-Reisen⁵.

Die Analyse der Quellmärkte zeigt, dass Luxemburg vor allem für Gäste aus den angrenzenden Ländern Deutschland, Frankreich, Belgien und den Niederlanden attraktiv ist. Die Großregion bietet ideale Voraussetzungen, um den Mountainbike- und künftig auch den Graveltourismus gezielt auszubauen und zu vermarkten.

Unerschlossenes Potenzial für die Entwicklung als Gravelbikedestination

Gravelbiking hat sich in Europa als beliebte Radsportart etabliert, die Abenteuer und Naturerfahrung vereint, und erfreut sich wachsender Beliebtheit. Luxemburg bietet hier mit seiner abwechslungsreichen Landschaft ideale Voraussetzungen.

Dem Thema Gravelbiking wurde bislang wenig Aufmerksamkeit geschenkt, hauptsächlich aufgrund des Entstehungszeitraums der Tourismusstrategie. Zukünftig wird Gravel jedoch als wachsendes und bedeutendes Segment eingeschätzt, das großes Potenzial für Luxemburg bietet. Aufgrund der

zahlreichen landschaftlichen Highlights und der kompakten Vielfalt auf kleinem Raum ist Luxemburg prädestiniert, sich als attraktive Destination für Gravelbiker:innen zu positionieren. Mit Blick auf die starke Verbindung zum sportlich ambitionierten und bereits etablierten Tourenradfahren soll das Thema gezielt weiterentwickelt und aktiv in die touristische Vermarktung aufgenommen werden.

Es besteht zudem die Möglichkeit ein Alleinstellungsmerkmal für Luxemburg zu schaffen, indem ein vielfältiges und flächendeckendes Angebot an kurzfristig mietbaren Gravelbikes aufgebaut wird.

Naturerlebnis steht im Vordergrund

Statt technischer Herausforderungen oder rasanter Abfahrten steht beim Mountainbiken und Gravelbiken in Luxemburg das Naturerlebnis im Vordergrund. Das Fahrrad dient dabei in erster Linie als Mittel, um die Landschaften und die unterschiedlichen Regionen des Landes aktiv und intensiv zu erleben, weniger als Sportgerät im klassischen Sinne. Sportlich ambitionierte Fahrten spielen zwar eine Rolle, sind jedoch nachgelagert von Bedeutung. Luxemburg bietet mit seiner vielfältigen Topografie, naturnahen Wegen und abwechslungsreichen Landschaften ideale Voraussetzungen für ein genussvolles und naturverbundenes Bike-Erlebnis. Dieses Potenzial gilt es gezielt zu nutzen und in den Mittelpunkt der Angebotsentwicklung zu stellen.

Definition von Mountainbike- und Gravelbikezielgruppen

Im vorliegenden Konzept werden die Zielgruppen für Mountainbike- und Graveltourismus vorgestellt. Der Fokus liegt dabei auf den genussorientierten Zielgruppen: naturinteressierte Neubiker:innen, entspannte Tourengenießer:innen sowie genussorientierte Gravelbiker:innen. Nachgelagert stehen die sportorientierten Zielgruppen: ambitionierte Bikeurlauber:innen sowie sportorientierte Gravelbiker:innen.

Luxemburg als offene und zugängliche MTB- und Gravelbike-Destination

Das Bike-Angebot in Luxemburg soll ausgewählte Zielgruppen ansprechen: tourenfahrende MTB- und Gravelbiker:innen sowie Interessierte, die das Biken neu entdecken möchten, häufig auch aus dem Wanderkontext kommend. Naturnahe Trails, sanfte Gravelrouten und eine sichere, einladende Umgebung ermutigen dazu, Mountainbiking und Gravelbiking als Freizeit- und Sportaktivität für sich zu entdecken. Besonderer Wert wird auf einstiegs- und familienfreundliche Angebote gelegt sowie auf die Schaffung von Bedingungen, welche alle Menschen, unabhängig von Geschlecht, Alter oder Erfahrung, ansprechen. Dazu sollen insbesondere leichte und mittelschwere Trails geschaffen werden, sodass Anfänger:innen und Familien ein sicheres und einladendes Biken ermöglicht wird.

Frauen als Fokusgruppe

Frauen sind im Mountainbiking und Gravelbiking bislang unterrepräsentiert, obwohl das Interesse an naturnahen Bike-Erlebnissen vorhanden ist. Luxemburg setzt daher gezielt einen Fokus auf diese Gruppe.

Entscheidend ist dabei nicht nur das Angebot selbst, sondern auch die Art der Ansprache und Vermittlung: Eine einladende Kommunikation, positive Bildsprache und authentische Darstellungen mit Frauen im Bild spielen eine zentrale Rolle, um Vertrauen aufzubauen und Berührungsängste abzubauen. Diese Aspekte werden in den übergeordneten Empfehlungen zur Kommunikation nochmals vertieft aufgegriffen.

Die Umsetzung orientiert sich am FIAS-Framework: Der Abbau von Einstiegshürden, die Förderung von Vielfalt und das Stärken eines gemeinschaftlichen Miteinanders stehen im Mittelpunkt. Luxemburg setzt sich zum Ziel, spezifische Strukturen und Services zu schaffen, um eine diverse, offene Biking-Community zu fördern, in der das gemeinsame Naturerlebnis und die Freude an Bewegung im Mittelpunkt stehen.⁶

Aufbau eines flächendeckenden, qualitativen Verleihsystems für Mountainbikes und Gravelbikes

Ein flächendeckendes, hochwertiges Verleihsystem ist essenziell, um den Zugang zum Mountainbiken und Gravelbiken in Luxemburg zu erleichtern, insbesondere für Einsteiger:innen oder Gäste, die spontan eine Biketour unternehmen möchten, z. B. ergänzend zum Wandern. Angebote werden sollten hochwertige Leihbikes verschiedenster Modelle und Rahmengrößen, darunter Hardtails, Fulls, e-MTBs und Gravelbikes. Ergänzt werden kann das System durch das Verleihen von Helmen, Reparaturkits, Ersatzakkus, einen Hol- und Bringdienst sowie Pannenhilfe. Ziel ist es, das Biken zu einer Aktivität mit niedrigschwelligem Zugang zu entwickeln.

Schutz der Wanderinfrastruktur und gemeinsame Nutzung

Es muss gewährleistet sein, dass die bestehende Wanderinfrastruktur in Luxemburg nicht beeinträchtigt wird, während neue Angebote für Mountainbiking (MTB) und Gravel geschaffen oder optimiert werden. Der Schwerpunkt liegt daher auf der Verbesserung und Aufwertung bestehender Angebote.

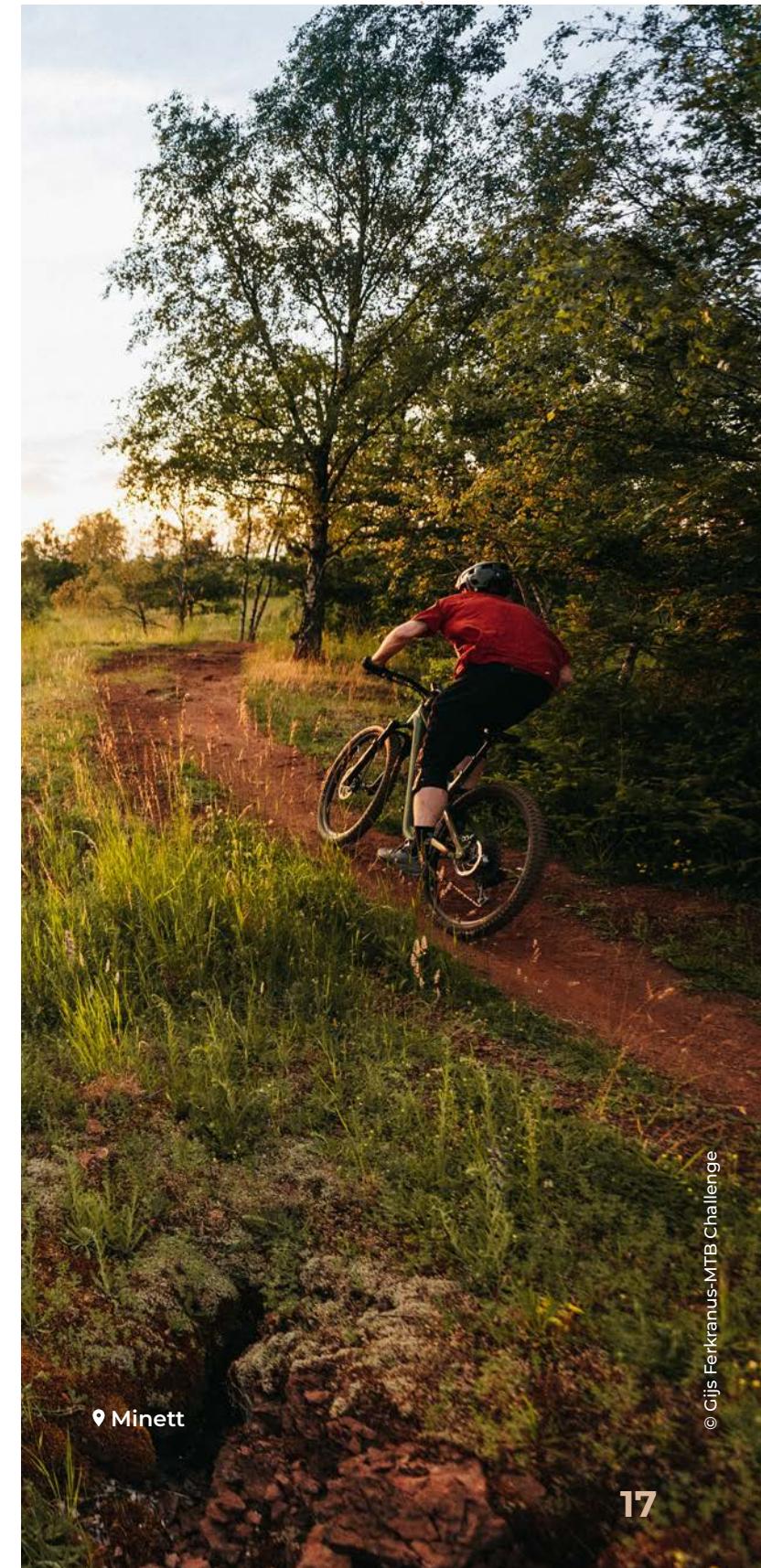
Eine temporäre Mitnutzung von Wanderwegen durch Radfahrende, etwa zur Verbindung einzelner MTB-Strecken, ist vertretbar, sofern sie klar kommuniziert sind und ausreichend Platz vorhanden ist. Ohne Ausweichmöglichkeiten ist eine geteilte Nutzung jedoch nicht zu empfehlen. Daher ist eine sorgfältige Wegeplanung entscheidend, um Konflikte zu vermeiden und ein harmonisches Miteinander

sicherzustellen. Initiativen wie die Kampagne „Natürlich Biken“ des Deutschen Alpenvereins e.V. (DAV), die Deutsche Initiative Mountainbike (DIMB) und der Deutsche Wanderverband e.V. zeigen, wie gegenseitiges Verständnis sowie Rücksichtnahme zwischen den unterschiedlichen Nutzer:innengruppen aktiv gefördert werden können.

Besucherlenkung

Um Naturschutzbelaenge zu wahren, sensible Bereiche zu schützen und Nutzungskonflikte zwischen den verschiedenen Zielgruppen zu vermeiden, ist eine wirksame Besucherlenkung essenziell. Ziel ist es, eine landesweit einheitliche Beschilderung für MTB-Routen und -Trails einzuführen. Diese soll nicht nur der Wegweisung dienen, sondern auch gezielte Informationen über die Eigenschaften und Anforderungen der jeweiligen Strecke vermitteln – etwa zur Schwierigkeitsstufe, zum Untergrund oder zu Besonderheiten entlang der Route. Eine Ausweisung von Gravelrouten ist nicht vorgesehen, da Gravelbiker:innen vorrangig digitale Navigationstools nutzen.

→ Darüber hinaus kann bereits in der Vorbereitungsphase, wenn potenzielle Gäste Informationen zur Region suchen, Lenkung gezielt stattfinden. Gerade Mountainbiker:innen und Gravelbiker:innen informieren sich vor ihrer Reise überwiegend digital über Websites, Outdoor- und Routingportale. Daher beginnt eine wirksame Besucherlenkung bereits online mit der Art und Weise, wie Angebote dargestellt und zugänglich gemacht werden.





2

Segmente und Zielgruppen

Um ein zielgerichtetes touristisches Angebot für das Mountainbiken und Gravelbiken in Luxemburg zu entwickeln, gilt es, Antworten auf die folgenden Fragen zu finden:

- Welche Segmente innerhalb des Mountainbikes und Gravelbikes wollen wir bedienen?
- Welche Zielgruppen sprechen wir damit an?
- Wie können wir dies mit der nationalen Tourismusstrategie, den naturräumlichen Gegebenheiten, den rechtlichen Rahmenbedingungen sowie den regionalen Bedarfen und Interessen in Einklang bringen?

Mountainbiking

Im Folgenden werden die unterschiedlichen Ausprägungen des Mountainbikens anhand definierter Segmente dargestellt. Ein Segment beschreibt dabei eine Nutzergruppe mit ähnlichen Anforderungen, Fahrstilen und Erlebnisorientierungen. Diese Segmentierung ermöglicht eine gezielte Angebotsentwicklung im MTB-Tourismus.

Segmente und Disziplinen im Mountainbiking

Im Vergleich zu anderen Disziplinen des Radsports ist das Mountainbiken eine noch junge Sportart. Ihren Ursprung hat sie in den 1970er Jahren in Kalifornien, wo erste Pionier:innen begannen, mit eigens umgebauten Fahrrädern unwegsames Gelände zu befahren. Technische Neuerungen wie spezielle Rahmen, Federgabeln bzw. Vollfederung förderten eine rasche Verbreitung. Im Jahr 1990 wurde der MTB-Sport durch die Union Cycliste Internationale (UCI)

offiziell anerkannt und erstmals MTB-Weltmeisterschaften ausgetragen. Seit 1991 gibt es den UCI-MTB-Weltcup. 1996 wurde der MTB-Sport olympisch. Der technischen Entwicklung folgend, wurde durch die UCI zur Saison 2019 E-MTB als offizielle Disziplin anerkannt.

Mountainbiken lässt sich in sechs Disziplinen einteilen, die wiederum vier übergeordneten Segmenten zugeordnet werden:

→ **Tour:** Für Tourenbiker:innen bedeutet Mountainbiken vor allem Abschalten. Sie nutzen ihre Touren, um sich zu erholen, die Natur und Landschaft zu genießen und Gemeinschaft zu erleben. Diese Disziplin bildet das eigene Segment Tour. Fahrende sind häufig auf Forstwegen und leicht befahrbaren Trails unterwegs. Genutzt wird meist ein Hardtail oder ein leichtes Tourenfully mit komfortabler Geometrie und Anschraubpunkten zur Gepäckbefestigung.

◆ Segment: Tour

→ **Marathon/Cross Country (MaXC):** Diese Disziplin ist dem Ausdauersport gewidmet. Eine solide Fahrtechnik ist hier unverzichtbar. Sie bildet das eigene Segment MaXC. Gefahren wird überwiegend auf schnellen, teils anspruchsvollen Strecken mit wechselndem Untergrund und hohem Trailanteil. Genutzt wird entweder ein leichtes, race-orientiertes Hardtail oder auch ein Race-Fully, ein vollgefederter Cross-Country-Bike.

◆ Segment: MaXC

→ **All Mountain (AM):** Für Abenteuerlustige ist das Mountainbiken ein echtes Erlebnis. All-Mountain-Biker bevorzugen Singletrails mit Wurzeln, Steinen und technischen Passagen, bergauf wie bergab, und legen großen Wert auf Fahrspaß. Genutzt wird dabei meist ein robustes Fully mit entsprechend höherem Federweg (130-150 mm). Diese Disziplin wird dem Segment AMEN zugeordnet, dem insgesamt rund 64 % der Biker:innen zugehörig sind.

◆ Segment: AMEN

→ **Enduro (EN):** Hier steht das spielerische Fahren auf anspruchsvollen, bergab-orientierten Trails im Fokus, aber auch Passagen, auf denen technisch bergauf gefahren wird, gehören dazu. Gute Fahrtechnik und der Wettkampfgedanke sind entscheidend, genutzt wird meist ein robustes Fully (150-180 mm Federweg) mit starken (Scheiben-)Bremsen. Die Disziplin wird ebenfalls dem Segment AMEN zugeordnet.

◆ Segment: AMEN

→ **Freeride (FR):** Diese Disziplin vereint Abfahrtserlebnis und Vielseitigkeit. Freiheit, Spaß und Spiel sind die übergeordneten Ziele. Gefahren wird entsprechend maßgeblich bergab auf technisch anspruchsvollen Strecken mit viel Airtime. Genutzt werden dabei robuste Freeride-Bikes (mind. 180 mm Federweg), die stabil und sprungtauglich sind, jedoch kaum bergauf gefahren werden können. Diese Disziplin wird dem Segment FroDHo zugeordnet.

◆ Segment: FroDHo

→ **Downhill (DH):** Mountainbiken wird hier zum Actionsport und zur Wettkampfdisziplin. Das Ziel ist es, eine vorgegebene, bergab verlaufende Strecke so schnell wie möglich zu bewältigen.

Zum Einsatz kommen spezielle Downhill-Bikes (bis zu 200 mm Federweg) und besonders stabilen, großdimensionierten Rahmen, die ausschließlich für das Fahren bergab ausgelegt sind. Die Disziplin wird dem Segment FRoDHo zugeordnet.

◆ Segment: FroDHo

Segmente für Luxemburg

Die Rahmenbedingungen für die Entwicklung des Mountainbiking in Luxemburg sind ideal für die Segmente **Tour**, **All Mountain / Enduro (AMEN) und Gravel**:

All Mountain / Enduro (AMEN) und Gravel: Die vielfältige, sanft hügelige Landschaft mit vereinzelten steilen Passagen erlaubt naturnahe Strecken ohne großen baulichen Aufwand. Die Zielgruppen passen zur Tourismusstrategie des Landes und schätzen das Naturerlebnis. Technisch herausforderndere Angebote bestehen bereits in anderen Regionen in Europa, z.B. in den Alpen oder deutschen Mittelgebirgen.

In den genannten Segmenten suchen Mountainbiker:innen eine ausgewogene Kombination aus landschaftlicher Schönheit, sportlicher Herausforderung und Komfort. Sie schätzen abwechslungsreiche Landschaften und das Naturerlebnis, legen jedoch auch Wert auffordernde Elemente, etwa längere Distanzen, anspruchsvolle Anstiege oder technischere Passagen. Solche Abschnitte können als optionale Varianten, die bspw. über leichtere Ausweichtrassen umfahren werden können, in die Touren integriert werden, um eine abwechslungsreiche Bikeerfahrung zu bieten.

Die Segmente Cross Country/Marathon sowie FroDHo spielen für den Mountainbiketourismus in Luxemburg keine Rolle und werden in dem Konzept nicht weiter berücksichtigt: Cross Country ist eine wettkampforientierte Disziplin auf festgelegten Rundkursen. Freeride und Downhill fokussieren stark auf Geschwindigkeit und setzen spezielle Infrastrukturen wie Sprünge, Kicker oder technische Abfahrten voraus, oft verbunden mit genehmigungspflichtigen Bau- maßnahmen sowie der Notwendigkeit von Liftanlagen oder Shuttle-Angeboten. Solche Rahmenbedingungen sind in Luxemburg aktuell weder vorhanden noch vorgesehen.

Relevante Zielgruppen im Mountainbiking für Luxemburg

Aufbauend auf den Segmenten wurden für den Bereich Mountainbiking **drei Hauptzielgruppen** definiert. Die Definition dieser Zielgruppen basiert auf einer ausführlichen Marktforschungsanalyse, bei der unterschiedliche Quellen genutzt wurden, unter anderem die Marktforschungsdaten von LfT, sowie dem Mountainbike Monitors des Vereins Mountainbike Forum Deutschland e. V. (MTF):

- Entspannte Tourengenießer:innen
- Naturinteressierte Neubiker:innen
- Ambitionierte Bikeurlauber:innen

Diese Zielgruppen lassen sich zwei Hauptmotiven zuteilen: **Genussorientiert** und **Sportorientiert**.

Entspannte Tourengenießer:innen

Diese Mountainbikenden bevorzugen weniger anspruchsvolle Touren auf naturnahen Wegen mit kulinarischen Erlebnissen und entspannten Rastmöglichkeiten. Geführte Touren und thematische Angebote ergänzen das Erlebnis.

Die Zielgruppe der entspannten Tourengenießer:innen wird maßgeblich dem Segment Tour zugeordnet und umfasst Personen im Alter von 40 bis 60 Jahren, mit einem höheren Einkommen. Diese Gruppe besitzt im Durchschnitt ein Mountainbike und bevorzugt vor allem Touren in der Nähe ihres Wohnorts oder ihrer Unterkunft. Sie fahren eher selten in Parks oder spezielle Bikeanlagen, sondern legen Wert auf Naturerlebnisse sowie Fitness und Gesundheit. Ihr Fokus liegt auf Single- und flowigen Trails in attraktiven Landschaften, die sie auf moderaten Touren entdecken. Diese bieten eine ausgewogene Mischung aus Herausforderung und Naturgenuss.

Menschen, die im Bikesport bisher kaum erreicht werden, sollen durch geeignete Angebote, die auf ihre Bedürfnisse eingehen, angesprochen werden.

Die entspannten Tourengenießer:innen werden dem Motiv **Genussorientiert** zugeordnet.

Entspannte Tourengenießer:innen Genussorientiert

Charakteristika und Bedürfnisse

Tourenprofil & Fahrverhalten

- Weniger anspruchsvolle Touren auf naturnahen Wegen
- Ausgewogene Mischung aus Herausforderung und Naturgenuss
- Fokus auf Single- und flowige Trails in attraktiven Landschaften, Single Trails als Teil ausgewogener Touren mit wenig Anstiegen auf Forstwegen
- Touren bevorzugt wohnort- oder unterkunftsnahe
- Fahren eher selten in Bikeparks/Bikeanlagen

Soziodemografie und Zugang

- Alter: 40–60 Jahre
- Höheres Einkommen
- Besitzen im Durchschnitt ein Mountainbike
- Interesse an Naturerlebnis, Fitness und Gesundheit
- Menschen, die im Bikesport bisher kaum erreicht wurden, sollen angesprochen werden

Service- & Infrastruktur (unterwegs)

- Rastmöglichkeiten, Toiletten, Trinkbrunnen in regelmäßigen Abständen
- Versorgungsmöglichkeiten/Gastronomie mit gesundem, leichtem Essen und regionalen Produkten (und durchgehenden Öffnungszeiten)

Unterkunft & Reiseverhalten

- Unterkünfte: Jugendherbergen und Ferienwohnungen, aber auch Hotels (mit Parkplatz), buchbar auch für eine Nacht
- Tourstart sollte möglichst direkt von der Unterkunft aus möglich sein

Zusatzangebote & Services

- Geführte (thematische) Touren und Erlebnisse entlang der Route
- Tourenpakete (z. B. mit regionalen Picknick-Körben)
- Fahrradverleih mit gewarteten Bikes in unterschiedlichen Größen und Rahmengeometrien (bestenfalls mit Pannendienst und Reparaturservice bzw. Bring- und Abholservice)

Naturinteressierte Neubiker:innen

Diese Zielgruppe umfasst sportlich interessierte Personen, die oft kein eigenes Mountainbike besitzen und familienfreundliche, einfache Touren suchen. Technik-Trainings, geführte Einstiegstouren, der Verleih verlässlicher Bikes in vielen Größen und Rahmengeometrien erleichtern den Zugang zum Sport.

Die Zielgruppe der naturinteressierten Neubiker:innen wird dem Segment Tour zugeordnet. Darüber hinaus ist jedoch zu beachten, dass sie in der Marktforschung bislang noch nicht im Detail erfasst wurde und sich daher nicht klar klassifizieren lässt. Vielmehr umfasst sie potenziell auch Menschen außerhalb etablierter Zielgruppenmodelle.

Ein eigenes Mountainbike ist in der Regel nicht vorhanden, dennoch besteht ein hohes Interesse an Naturerlebnissen, Bewegung und einem gesundheitsorientierten Lebensstil. Die bevorzugten Touren fokussieren keine sportlichen Höchstleistungen, sondern verbinden über attraktive Forstwege flowige Singletrails, führen durch reizvolle Landschaften und bieten ein intensives Naturerlebnis. Auch Einsteiger:innen sollen so ermutigt werden, den Sport für sich zu entdecken.

Die naturinteressierten Neubiker:innen werden dem Motiv **Genussorientiert** zugeordnet.

Naturinteressierte Neubiker:innen Genussorientiert

Charakteristika und Bedürfnisse

Tourenprofil & Fahrverhalten

- Familienfreundliche, einfache Touren
- Touren verbinden attraktive Forstwege mit flowigen Singletrails
- Keine sportlichen Höchstleistungen, sondern intensives Naturerlebnis
- Vorgeplante Routen mit ausgewogenem Trailanteil
- Geführte Einsteiger:innen-Touren

Soziodemografie und Zugang

- Zielgruppe bislang nicht im Detail klassifiziert
- Sportlich interessiert, oft ohne eigenes Mountainbike
- Interesse an Naturerlebnissen, Bewegung und gesundheitsorientiertem Lebensstil
- Potenziell auch außerhalb etablierter Zielgruppenmodelle
- Einsteiger:innen sollen ermutigt werden, den Sport für sich zu entdecken

Service- & Infrastruktur (unterwegs)

- Rastmöglichkeiten, Toiletten, Trinkbrunnen in regelmäßigen Abständen
- Versorgungsmöglichkeiten/Gastronomie mit gesundem, leichtem Essen und regionalen Produkten (und durchgehenden Öffnungszeiten)

Unterkunft & Reiseverhalten

- Unterkünfte: bed+bike-Betriebe, Camping, Ferienwohnungen, außergewöhnliche Unterkünfte (Insolite)

Zusatzangebote & Services

- Fahrradverleih mit gewarteten Bikes in unterschiedlichen Größen und Rahmengeometrien (bestenfalls mit Pannendienst und Reparaturservice bzw. Bring- und Abholservice)
- Technik-Trainings

Ambitionierte Bikeurlauber:innen

Diese Mountainbikenden suchen sportliche Herausforderungen und technisch anspruchsvolle Strecken. Das Biken ist der Hauptanlass für ihre Reise. Sie schätzen Services wie Reparaturstationen, sichere Abstellmöglichkeiten und schnelle Einkehroptionen.

Die ambitionierten Bikeurlauber:innen werden dem Segment AMEN zugeordnet. Sie sind überwiegend zwischen 30 und 40 Jahre alt und verfügen über ein höheres Einkommen. Die meisten besitzen im Durchschnitt zwei Mountainbikes und zeichnen sich durch Fahrpraxis sowie ein ausgeprägtes technisches Können aus. Sie suchen vor allem nach Abwechslung, Abenteuer und neuen Herausforderungen und scheuen sich nicht, für das richtige Terrain auch längere Anfahrtswege von ein bis drei Stunden auf sich zu nehmen. Bei ihren Touren legen sie im Schnitt etwa 50 Kilometer zurück und bevorzugen dabei anspruchsvollere Strecken und abwechslungsreiche Erlebnisse.

Die ambitionierten Bikeurlauber:innen werden dem Motiv **Sportorientiert** zugeordnet.

Ambitionierte Bikeurlauber:innen Sportorientiert

Charakteristika und Bedürfnisse

Tourenprofil & Fahrverhalten

- Suchen Abwechslung, Abenteuer, neue/sportliche Herausforderungen und technisch anspruchsvolle Strecken
- Durchschnittlich 50 km pro Tour, ca. 6 Stunden, über 1.000 Höhenmeter
- Nehmen auch längere Anfahrtswege in Kauf (ca. 1 bis 3 Stunden)
- Touren mit hohem Trailanteil (Singletrails und Flowtrails), in verschiedenen Schwierigkeitsgraden
- Routennetze mit anspruchsvollen, abwechslungsreichen Erlebnissen

Soziodemografie und Zugang

- Alter: überwiegend 30–40 Jahre
- Höheres Einkommen
- Segment: AMEN
- Besitzen im Durchschnitt zwei Mountainbikes
- Ausgeprägtes technisches Können und viel Fahrpraxis

Service- & Infrastruktur (unterwegs)

- Refill-Stationen, Trinkbrunnen und Toiletten in regelmäßigen Abständen
- Schnelle Einkehrmöglichkeiten (z. B. Imbisse und Bistros)
- Ergänzende Angebote: sichere Abstellmöglichkeiten, Waschstationen, Reparaturstationen

Unterkunft & Reiseverhalten

- Unterkünfte: Camping, Ferienwohnungen, Hotels mit fahrradfreundlichem Service (z. B. Bett+Bike), buchbar auch nur für eine Nacht

Zusatzangebote & Services

- Kombiangebote mit Wandern
- Angebote ggf. auch für begleitende Familien
- Mehrtägige Touren mit Gepäcktransport

Gravelbiking

Anders als im Mountainbiking, existiert für das Gravelbiking derzeit keine etablierte Einteilung in bestimmte Disziplinen bzw. Segmente. Vielmehr wird es als eigenständige Aktivität innerhalb eines breit gefassten Nutzungskontexts im verstanden.

Einordnung und Charakteristika

In den letzten Jahren hat das Gravelbiking zunehmend mediale Aufmerksamkeit erlangt und sich als eigenständige Fahrradkategorie etabliert, die auch im Tourismus angekommen ist. Ursprünglich in den USA entstanden, entwickelte sich der Trend seit den späten 2010er Jahren auch in Europa.

Gravelbikes sind vielseitige Fahrräder, die Eigenschaften von Rennräder und Mountainbikes kombinieren. Sie verfügen über einen leichten Rahmen und eine sportliche, aerodynamische Geometrie, die klassischen Rennräder ähnelt. Im Vergleich dazu bieten Gravelbikes jedoch eine etwas aufrechtere und damit komfortablere Sitzposition.

Charakteristisch ist die breitere und profilstärkere Bereifung, die für den Einsatz auf unbefestigten Wegen, Schotterpisten (engl. „gravel“) und Waldwegen optimiert ist. Gravelbikes bieten dank ihrer Bauweise hohe Stabilität, gute Traktion und spürbaren Fahrkomfort auch abseits asphaltierter Straßen. Zusätzlich verfügen sie häufig über Befestigungspunkte für Gepäck, wodurch sie sich ideal für längere Touren und zum Bikepacking, also Radreisen mit leichtem Gepäck, eignen.



Gravelbike mit Bikepacking-Ausrüstung. © Malin Baruschke 2023



Ein beachtlicher Anstieg der Verkaufszahlen belegt diesen Trend: Laut den aktuellen Zahlen des deutschen Zweirad-Industrie-Verbands (ZIV) stieg der Marktanteil sportlicher Fahrräder, zu denen Gravelbikes zählen, zwischen 2020 und 2023 deutlich von 3,8 % auf 13,5 %. Gravel- und Rennräder machten dabei 9 % des Gesamtmarktes aus. 2024 wurden Gravelbikes erstmals einzeln dargestellt und haben einen Anteil von 6,5 % an den insgesamt verkauften Rädern ausgemacht. Auch Umfragen wie die des Gran Fondo Magazins zeigen eine zunehmende Verbreitung von Gravelbikes: Der Anteil der Besitzer:innen von Gravelbikes stieg von 31 % im Jahr 2018 auf 46,5 % im Jahr 2020. Über die Hälfte der Befragten (56 %) gab zudem an, in den nächsten ein bis zwei Jahren ein Gravelbike kaufen zu wollen. Diese Entwicklung unterstreicht die Bedeutung dieser Zielgruppe, die zunehmend auch in die Gestaltung radtouristischer Angebote integriert werden sollte.

Relevante Zielgruppen im Gravelbiking für Luxemburg

Gravelbiker:innen werden als eigenständige Zielgruppe betrachtet. Zur differenzierten Ansprache erfolgt, analog zum Mountainbikebereich, eine Zuordnung entlang der beiden zentralen Hauptmotive: genussorientiert und sportorientiert.

Grundsätzlich zeichnen sich Gravelbiker:innen durch ein hohes Bildungsniveau und ein überdurchschnittlich hohes Einkommensniveau aus. Ihre Leidenschaft für das Gravelbiken geht Hand in Hand mit einem offenen Interesse an Reisen (52 %), was ihre Affinität zu Outdoor-Aktivitäten und besonderen Erlebnissen unterstreicht.

Sie sind technologieaffin, gut informiert und nutzen vor allem das Internet sowie Outdoorapps zur Tourenplanung. Ihre Reiseorganisation ist individuell, wobei sie auch Interesse an Events und gemeinsamen Erlebnissen haben.

→ **Genussorientierte Biker:innen** setzen auf entspannte Touren, die Natur- und Kulinarikerlebnisse verbinden, und legen Wert auf besondere Unterkünfte sowie hochwertige Verpflegung.

→ **Sportorientierte Biker:innen** bevorzugen lange, anspruchsvolle Strecken mit einer Mischung aus naturnahen Pfaden, schnellen Abschnitten sowie fahrtechnischen und konditionellen Herausforderungen.

Genussorientierte Gravelbiker:innen

Charakteristika und Bedürfnisse

Tourenprofil & Fahrverhalten

- Entspannte Touren, die Natur- und Kulinarikerlebnisse verbinden
- Weniger technisches, dafür komfortables Fahrerlebnis
- Ziel ist nicht nur das Fahren, sondern auch das Erkunden und Genießen der Umgebung
- Balance zwischen Aktivität und Erholung steht im Vordergrund

Unterkunft & Reiseverhalten

- Bevorzugt werden stilvolle, individuelle Unterkünfte mit Charakter, z. B. Öko-Unterkünfte, Schlaffässer, naturnahe Pods
- Camping und Vanlife als Ausdruck eines ganzheitlichen Erlebnisses
- Reisen individuell organisiert, mit hoher Affinität zu besonderen Orten

Soziodemografie und Zugang

- Hohes Bildungsniveau und überdurchschnittlich hohes Einkommen
- Interesse an individuellen und intensiven Naturerlebnissen
- 20 % möchten gern Ausflüge unternehmen
- Technologieaffin und gut informiert
- Nutzen Outdoorplattformen zur Tourenplanung

Zusatzangebote & Services

- Wellnessangebote ergänzen das sportliche Erlebnis für einen Teil der Zielgruppe
- Outdoorplattformen (z. B. Komoot) sind zentrale Tools für die Tourenplanung
- Kombination mit regionalen Angeboten wie Verkostungen, kulturellen Stopps etc.

Service- & Infrastruktur (unterwegs)

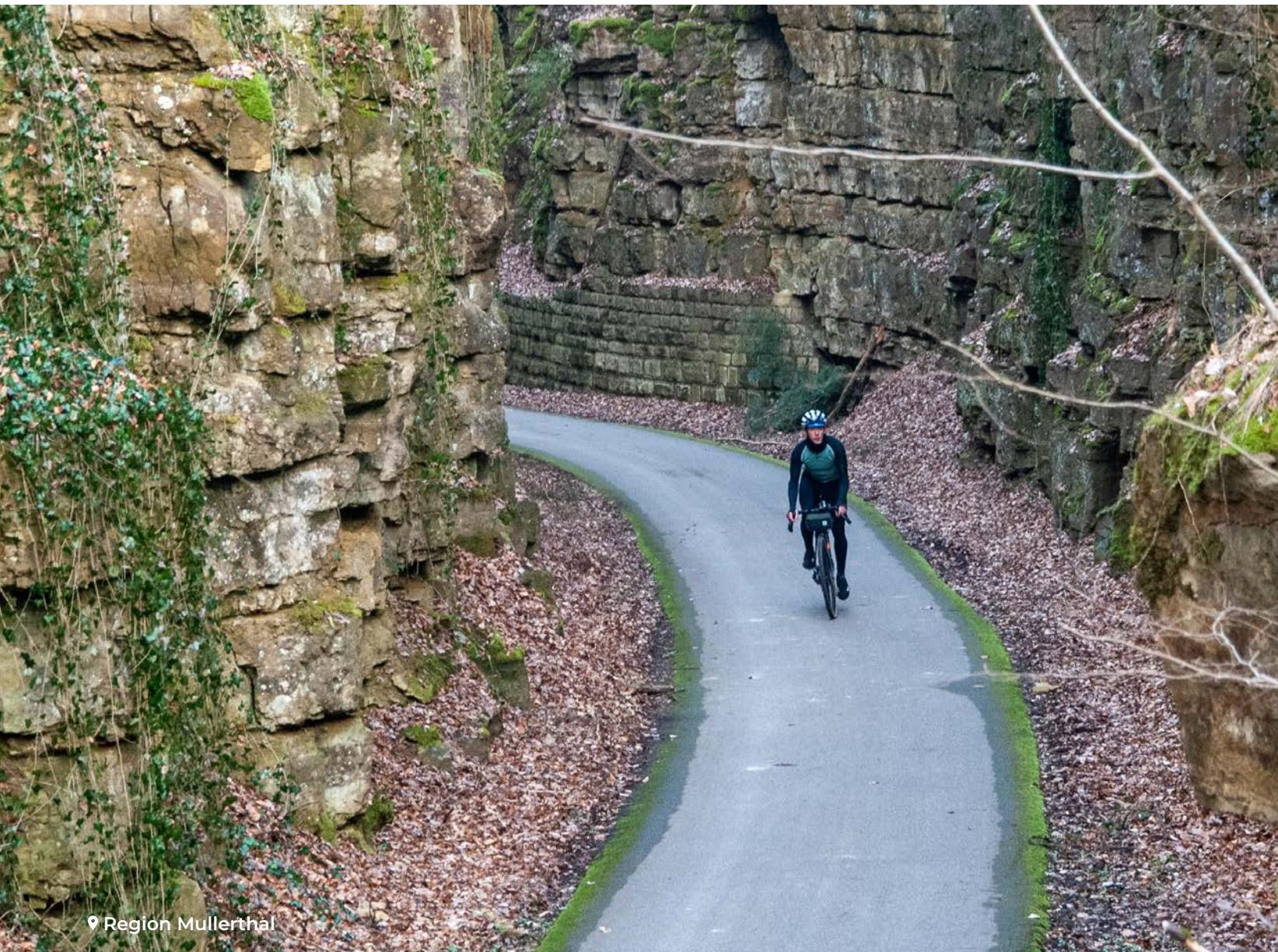
- Hochwertige Verpflegung ist zentraler Bestandteil des Fahrerlebnisses
- Interesse an kulinarischen Stationen entlang der Route
- Bedarf an komfortablen, naturnahen und ruhigen Rast- oder Verweilorten

Genussorientierte Gravelbiker:innen

Diese Gruppe besteht hauptsächlich aus Personen, die das Gravelbiken nicht nur als Sport, sondern auch als Möglichkeit sehen, die Region individuell und intensiv zu erleben. Das bedeutet nicht nur zu fahren, sondern sich auch Zeit zu nehmen, die Umgebung zu erkunden und zu genießen.

Sie bevorzugen ein weniger technisches, dafür aber komfortableres Fahrerlebnis und suchen nach einer Balance zwischen Aktivität und Erholung. Auch hier spielen Outdoorplattformen eine zentrale Rolle bei der Planung.

Ein Anteil von 16 % der Zielgruppe schätzt Wellness, 35 % der Community zeigen eine Vorliebe für Camping und Van-life, beides Ausdruck eines Bedürfnisses nach einem ganzheitlichen Erlebnis, das über die reine Gravelbike-Aktivität hinausgeht und auch Erholung sowie den Aufenthalt an besonderen Orten einschließt. 51 % der Gravelbiker:innen legen zudem Wert auf gutes Essen und hochwertigen Kaffee, für viele ein wesentlicher Bestandteil ihres Fahrerlebnisses. Bevorzugt werden Unterkünfte mit individuellem Charakter, etwa stilvolle Öko-Unterkünfte oder naturnahe Schlafhäuser bzw. Pods.



© Fatpigeon-Visit Luxembourg

Sportorientierte Gravelbiker:innen

Charakteristika und Bedürfnisse

Tourenprofil & Fahrverhalten

- Bevorzugen lange, anspruchsvolle Strecken
- Mischung aus naturnahen Pfaden, schnellen Abschnitten, fahrtechnischen und konditionellen Herausforderungen
- 37 % fahren gerne lange Strecken
- 26 % möchten Regionen intensiv erleben, inklusive landschaftlicher Schönheit und speziellem Terrain
- Teilw. wettbewerbsorientiert, rd. 2 % möchten an Events oder Rennen teilnehmen

Soziodemografie und Zugang

- Hohes Bildungsniveau und überdurchschnittlich hohes Einkommen
- Häufig mehrere sportliche Räder (z. B. Racebike: 52 %, Mountainbike: 53 %)
- Stark technikaffin
- Meist ganzjährig aktiv (rund 75 %)
- Individuelle Reisegestaltung steht im Vordergrund
- Kombination aus sportlicher Herausforderung und Eventteilnahme

Unterkunft & Reiseverhalten

- Bevorzugen praktische Unterkünfte wie Camping- oder Shelterplätze
- Reisen individuell organisiert
- Häufige Verbindung der Reise mit Events oder sportlichen Herausforderungen

Service- & Infrastruktur (unterwegs)

- Bedarf an schnellen, funktionalen Versorgungsoptionen
- Infrastruktur wie Shelterplätze, Bike-Service, Self-Service-Stationen
- Orientierung an sportlichen Anforderungen, z. B. Höhenmeter, Tempo, Technik

Zusatzangebote & Services

- Outdoorplattformen wie Komoot sind zentrales Planungstool
- Interesse an neuen Events und Wettbewerben als Anreiz für Reiseplanung
- Technik, Training, Community-Veranstaltungen
- Kleine Gruppenformate oder Challenges können Motivation fördern



3

Produkt- und Angebotsgestaltung

Auf Grundlage der definierten Segmente und Zielgruppen für den Mountainbike- und Graveltourismus in Luxemburg, gilt es Antworten auf die folgenden Fragen zu geben:

- Wie müssen Produkte und Angebote auf die Zielgruppen zugeschnitten werden?
- Wie können Angebote dazu beitragen, die Teilhabe am Mountainbiken zu erhöhen?
- Welche Infrastrukturen sind notwendig, um eine gute Basisqualität zu gewährleisten? Mit welchen Details können wir unsere Gäste begeistern?
- Was macht ihren Aufenthalt zu einem besonderen Erlebnis?
- Da sich die Ansprüche an Gravelangebote und an Mountainbikeangebote unterscheiden, werden sie im Folgenden separat betrachtet.

Produkt- und Angebotsgestaltung im Mountainbiking

Die Grundlage eines Mountainbike-Angebots bilden Trails bzw. Trailnetze und vorgefertigte Routen, mit einer klaren Beschilderung. Für die Entwicklung eines touristischen Basisangebots sind zudem geeignete Unterkünfte, Einkehrmöglichkeiten sowie Versorgungsangebote erforderlich. Ergänzende Infrastrukturen und Zusatzangebote erhöhen die Erlebnisqualität und tragen maßgeblich zur Gästezufriedenheit bei. Auf die Zielgruppen abgestimmte Details bilden das „i-Tüpfelchen“.

Trails und Trailnetze

→ **Schaffung von bzw. Inwertsetzung bestehender MTB-Angebote:**

Trails sollen durchgängig gepflegt und einheitlich sowie klar gekennzeichnet sein. Ein besonderes Augenmerk liegt auf der Identifizierung von Flowtrails, die sowohl Einsteiger:innen als auch erfahrene Fahrer:innen ansprechen. Besondere Aufmerksamkeit gilt der Schaffung einstiegsfreundlicher Angebote. Dazu zählt die Planung flacherer Trails mit sanften Anstiegen auf den Routen, gut markierten und übersichtlichen Strecken sowie Umfahrungen für technisch anspruchsvollere Passagen. Auch sichere Rast- und Picknickplätze sind Teil dieses Ansatzes. Orientierung bietet die Singletrail-Skala zur Bewertung des Schwierigkeitsgrades. Einstiegsfreundliche Strecken bewegen sich vor allem im Bereich S0 (sehr leicht) und S1 (leicht):

- ◆ S0-Trails sind einfache, rutschfeste Wege mit weiten Kurven und ohne technisch anspruchsvolle Hindernisse, die grün markiert werden, ideal für Anfänger:innen und weniger erfahrene Biker:innen. S1-Trails weisen kleinere Wurzeln oder Steine sowie leichtes Gefälle auf, bleiben aber gut fahrbar und sind mit einer blauen Markierung gekennzeichnet.
- ◆ Dagegen stellen Trails ab S2 (mittel) mit größeren Hindernissen, steileren Passagen und technischem Anspruch höhere Anforderungen an Fahrtechnik und Erfahrung, sie haben eine rote Markierung. S3 bis S5-Trails gelten als schwer bis extrem schwer und sind nur für sehr geübte Mountainbiker:innen geeignet. Diese werden mit schwarzer oder doppelt

schwarzer Markierung ausgewiesen und spielen für die Gestaltung eines einsteigerfreundlichen Angebots keine Rolle.

- ◆ Ziel ist es, vor allem S0- und S1-Strecken zu entwickeln, um möglichst vielen Nutzer:innen ein sicheres und attraktives Erlebnis in der Natur zu ermöglichen. Schwere Trails sollen nur vereinzelt und gezielt, vornehmlich im Minett, geschaffen bzw. erhalten werden.

→ **Schaffung von Trailnetzen**

In einigen Potenzialräume ist es möglich, die vorhandenen Trails auszubauen und zu einem **Trailnetz** zu kombinieren. Dabei kann das Radverkehrsnetz als Verbindung zwischen Räumen dienen. Ziel ist es, vielfältige Angebote durch unterschiedliche Kombinationsmöglichkeiten zu gestalten. Somit sind die Trailnetze für mehr Menschen zugänglich und nutzbar, so z.B. auch bei heterogenen Gruppen mit unterschiedlichem Fahrniveau. Dabei steht die Gestaltung von leichten und mittelschweren Trails im Vordergrund, um den Zugang zum Angebot für alle Bikende zu erleichtern. In einigen Regionen kann das Trailsystem zu einem **Trailpark** weiterentwickelt werden, indem die Trails in Routen eingebunden und vernetzt werden.

Besucherlenkung und Beschilderung

→ Einrichtung eines durchgängigen und landesweit einheitlichen Beschilderungssystems für Mountainbike-Trails und Routen:

Um den Gästen ein optimales Erlebnis zu bieten, wird ein national einheitliches, nutzungsfreundliches Beschilderungssystem eingeführt. Dieses wird in Form eines Leitfadens nach dem Vorbild des „Leitfaden für Wanderwege in Luxemburg – Markierung, Wegweisung, Standards“ erarbeitet und sorgt für klare Orientierung, indem alle Strecken eindeutig markiert werden. Gleichzeitig werden Informationen zu Schwierigkeitsgraden, Untergrund und Sehenswürdigkeiten entlang der Routen bereitgestellt. Notfallmarkierungen und Trailnummerierungen garantieren zusätzliche Sicherheit.

Gleichzeitig unterstützt die Beschilderung eine klare Willkommenskultur gegenüber Mountainbiker:innen, sie signalisiert, dass diese Gäste gewünscht sind und ermutigt, die Wegeinfrastruktur zu nutzen. Auch für Grundeigentümer:innen, Forst und weitere beteiligte Akteure bietet eine einheitliche Beschilderung Vorteile: Sie ermöglicht eine gezielte Lenkung der Nutzer:innen, schützt sensible Bereiche und reduziert potenzielle Konflikte. Durch die klare Führung der Besuchsströme können Störlinien verringert und empfindliche Naturräume geschont werden.

→ Einrichtung von Einstiegsportalen in Trailsysteme:

An zentralen Orten sollen Einstiegsportale an den „Trailheads“ entstehen, die mit Übersichtstafeln, klarer Beschilderung, Serviceangeboten wie Reparaturstationen, Verleihoptionen und Routeninformationen ausgestattet sind. Diese Portale bieten Orientierung und erleichtern den Zugang zur Infrastruktur für alle Zielgruppen. Die Portale können als „MTBasecamp“ weiterentwickelt werden: Dabei werden neben statischen Informationen auch Servicedienstleistungen, gastronomisches Angebot (inkl. Kiosks, Regiomaten, etc.) oder auch Camping- bzw. Übernachtungsangebote an einem Ort vereint und zugänglich gemacht.

→ Bereitstellung der Routen in Portalen und als GPX-Tracks:

Das Trail- und Routenangebot muss in etablierten Outdoorportalen wie Komoot und Outdooractive sichtbar gemacht und als GPX-Tracks frei zugänglich bereitgestellt werden. Dies erleichtert die individuelle Tourenplanung (Welche Trails sind wie schwer? Welche werden in die Route eingebunden? Wo kann gerastet werden? Wo geschlafen?), unterstützt die Orientierung im Gelände und trägt zu einer gezielten Besucherlenkung bei.

Begleitende Infrastruktur

→ Einrichtung von Basisinfrastruktur für Pausen, Versorgung und Information: Zur Steigerung der Aufenthaltsqualität entlang der Trails und Routen soll eine bedarfsgerechte Infrastruktur eingerichtet werden. Hierzu zählen Rast- und Picknickplätze, Trinkwasserversorgungsstellen, Toilettenanlagen sowie Reparaturstationen für Fahrräder. Ergänzend bieten Standorte mit Übersichtskarten Orientierung über das gesamte Trail- bzw. Routensystem vor Ort und unterstützen die Besucherlenkung. Positiv formulierte Warn- und Verhaltenshinweise sensibilisieren für ein rücksichtsvolles Miteinander auf den Strecken.

Gastronomie und Unterkunft

→ Zielgruppengerechte Einkehrmöglichkeiten in Routennähe:

Entlang der Routen sollte ein gastronomisches Angebot vorhanden sein, das eine unkomplizierte Einkehr ermöglicht und regionale Produkte einbindet. Die konkrete Ausgestaltung erfolgt zielgruppenspezifisch.

→ Zielgruppengerechte Übernachtungsangebote mit fahrradfreundlicher Ausstattung:

Zur besseren Erreichbarkeit der Routen und Angebote sowie zur Unterstützung mehrtägiger Touren sollten entlang der Routen geeignete Übernachtungsmöglichkeiten angeboten werden. Wichtig sind sichere Unterstellmöglichkeiten für Bikes sowie, im Idealfall, zusätzliche Services



© Pancake! Photographie

wie Wasch- und Reparaturmöglichkeiten oder Fahrradverleih in der Nähe. Die Angebote sollen möglichst auch für eine Nacht buchbar sein und sich in ihrer Form an den Erwartungen der jeweiligen Zielgruppe orientieren. Eine fahrradfreundliche Zertifizierung wie bed+bike kann als Qualitätsmerkmal dienen.

Empfohlene Ergänzungsangebote zur Steigerung der Erlebnisqualität

→ Schaffung spezifischer Angebote:

Angebote wie geführte Touren, Techniktrainings und Events sollen gezielt entwickelt werden, um den Zugang in die Sportarten zu erleichtern und die Attraktivität der Region zu erhöhen. Vorhandene Services wie Gepäcktransporte, bspw. „MoveWeCarry“, bei Mehrtagestouren erhöhen den Komfort.

→ MTB-Verleihangebote mit technischem Service:

Verleihservices, die unterschiedliche Rahmengrößen abdecken und technisch einwandfreie und gewartete Bikes zur Verfügung stellen, unterstützen die Erlebnisqualität weiter. Eine Einweisung in die Fahrtechnik und das geliehene Bike sollte gegeben werden. Ergänzend sind Services wie Pannen- und Reparaturhilfe sowie ggf. auch Ersatzakkus für E-Bikes

sinnvoll. Optional können Helme und Reparaturkits zum Verleihangeboten werden. Bringservices und Rückgabemöglichkeiten an verschiedenen Stationen erhöhen die Attraktivität und Flexibilität.

Besonderheiten der Produkt- und Angebots-gestaltung relevante Zielgruppen im Mountainbiken

Mountainbike-Angebote müssen sich an den unterschiedlichen Bedürfnissen und Erfahrungs niveaus der für Luxemburg ausgemachten Zielgruppen orientieren. Während genussorientierte Biker:innen Wert auf landschaftliches Erleben, Komfort und einfache Streckenführung legen, stehen für sportlich ambitionierte Nutzer:innen anspruchsvolle Routen und technische Herausforderungen im Vordergrund. Die folgende Übersicht stellt die zentralen Anforderungen der relevanten Zielgruppen gegenüber und bildet eine Grundlage für die zielgerichtete Weiterentwicklung der Mountainbike-Infrastruktur und -Angebote.

Besonderheiten der Produkt- und Angebotsgestaltung nach Zielgruppen

Aspekt	Entspannte Tourengeiße:innen	Naturinteressierte Neubiker:innen	Ambitionierte Bikeurlauber:innen
Streckencharakter, Anspruch	<ul style="list-style-type: none"> Ausgewogene Kombination aus Singletrails und Forstwegen moderate Anstiege jmäßig technische Abschnitte naturnahe Wege 	<ul style="list-style-type: none"> Vorgeplante Routen mit ausgewogenem Trailanteil familienfreundlich, teilweise geführt 	<ul style="list-style-type: none"> Routennetz mit hohem Trailanteil, unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden
Routenangebot, Erlebnis	<ul style="list-style-type: none"> Geführte (thematische) Touren Tourenpakete mit Picknick-Körben 	<ul style="list-style-type: none"> Ergänzende Freizeitangebote neben dem Biken 	<ul style="list-style-type: none"> sportlich an-spruchsvoll bzw. längere Touren, die verschieden kombiniert werden können Trail Park
Verpflegung, Versorgung	<ul style="list-style-type: none"> Regelmäßige Rastmöglichkeiten, Toiletten Restaurants mit regionaler Küche 	<ul style="list-style-type: none"> Toiletten, Trink-brunnen Brasserien mit durchgehender Öffnungszeit und regionaler Küche 	<ul style="list-style-type: none"> Refill-Stationen, Trinkbrunnen, Toiletten schnelle Einkehr (Imbisse, Bistros)
Unterkunft	<ul style="list-style-type: none"> Jugendherbergen, Ferienwohnungen, Hotels mit Parkplatz; ideal als Tourenstartpunkt; 1-Nacht-Buchung möglich 	<ul style="list-style-type: none"> Bed+Bike-Betriebe, Campingplätze, Ferienwohnungen, Gites Insolites 	<ul style="list-style-type: none"> Campingplätze, Ferienwohnungen, Hotels mit fahrrad-freundlichem Service; bed+bike-Betriebe; 1-Nacht-Buchung möglich
Verleih-/Technik-service	<ul style="list-style-type: none"> Fahrradverleih mit Anrufservice, Er-satzakkus und La-dekabel 	<ul style="list-style-type: none"> Hochwertiger Ver-leih inkl. Fullys, E-Bikes, Helmen, Ein-weisung 	<ul style="list-style-type: none"> Fahrrad Check Ups, Technikkurse
Zusätzliche Services	<ul style="list-style-type: none"> Vorgeplante Tou-ren/ Pauschalen, mobiler Reparatur-dienst, Abschlepp-, Bring- und Ab-holservice 	<ul style="list-style-type: none"> Mobiler Reparatur-dienst, Abschlepp-, Bring- und Ab-holservice; Tech-niktrainings 	<ul style="list-style-type: none"> Sichere Abstellplätz-e, Waschstatio-nen, Reparaturmöglichenkeiten

©LFT ASchösser



Potenzialräume zur Entwicklung von Mountainbikeangeboten

Für eine zielgerichtete Entwicklung der Mountainbikeangebote in den fünf touristischen Regionen Luxemburgs und um Investitionen effizient zu tätigen, wurden in einer Raumanalyse Potenzialräume innerhalb der Regionen identifiziert, die sich besonders für die (Weiter-)Entwicklung von mountainbiketouristischer Infrastruktur eignen. Sie sind auf die touristischen Schwerpunktthemen der Regionen und die jeweilige Bedeutung von Mountainbike im regionalen Portfolio abgestimmt.

Voraussetzungen für die Potenzialräume

- **Bewegte Topografie und attraktive, zusammenhängende Landschaft:** Ermöglicht interessante und herausfordernde Angebote. Dazu gehört auch, dass die Räume nicht durch große (Fern-)Straßen oder Bahntrassen „zerschnitten“ sind.
- **Vereinbarkeit mit Naturschutz und Forst:** Die Nutzung des Gebiets für Mountainbikeangebote ist mit Naturschutz und Forst vereinbar (Festlegung der Trassenführung und Infrastruktur in Abstimmung mit ANF).
- **Keine Beeinträchtigung wichtiger Wanderangebote:** Wanderwege und -angebote werden nicht beeinträchtigt, sodass Wandernde und Mountainbikende das Gebiet gleichermaßen nutzen können.
- **Übernachtungsmöglichkeiten:** Im Gebiet sind Unterkünfte wie Hotels, Pensionen oder Campingplätze verfügbar, um mehrtägige Aufenthalte zu ermöglichen.
- **Versorgungsmöglichkeiten unterwegs und zum Einkehren:** Mindestens zwei gastronomische Einrichtungen sowie weitere Versorgungsstationen im Raum, um die Verpflegung der Mountainbikenden sicherzustellen.
- **Trailangebot vorhanden oder entwicklungsfähig:** Für unterschiedliche Schwierigkeitsgrade und Trail-Längen.
- **Fahrradspezifische Infrastruktur vorhanden oder entwicklungsfähig:** Das Gebiet ist mit fahrradspezifischen Einrichtungen wie Rastplätzen, Fahrradverleih, etc. ausgestattet bzw. es besteht die Möglichkeit, diese entsprechend herzustellen.
- **Gebündelte Trail- und Routeneinstiege vorhanden oder entwicklungsfähig:** Einstieg in verschiedenen Trails an einem Ort vorhanden oder herstellbar.

Die Potenzialräume werden für zwei Anspruchsgruppen unterschieden:

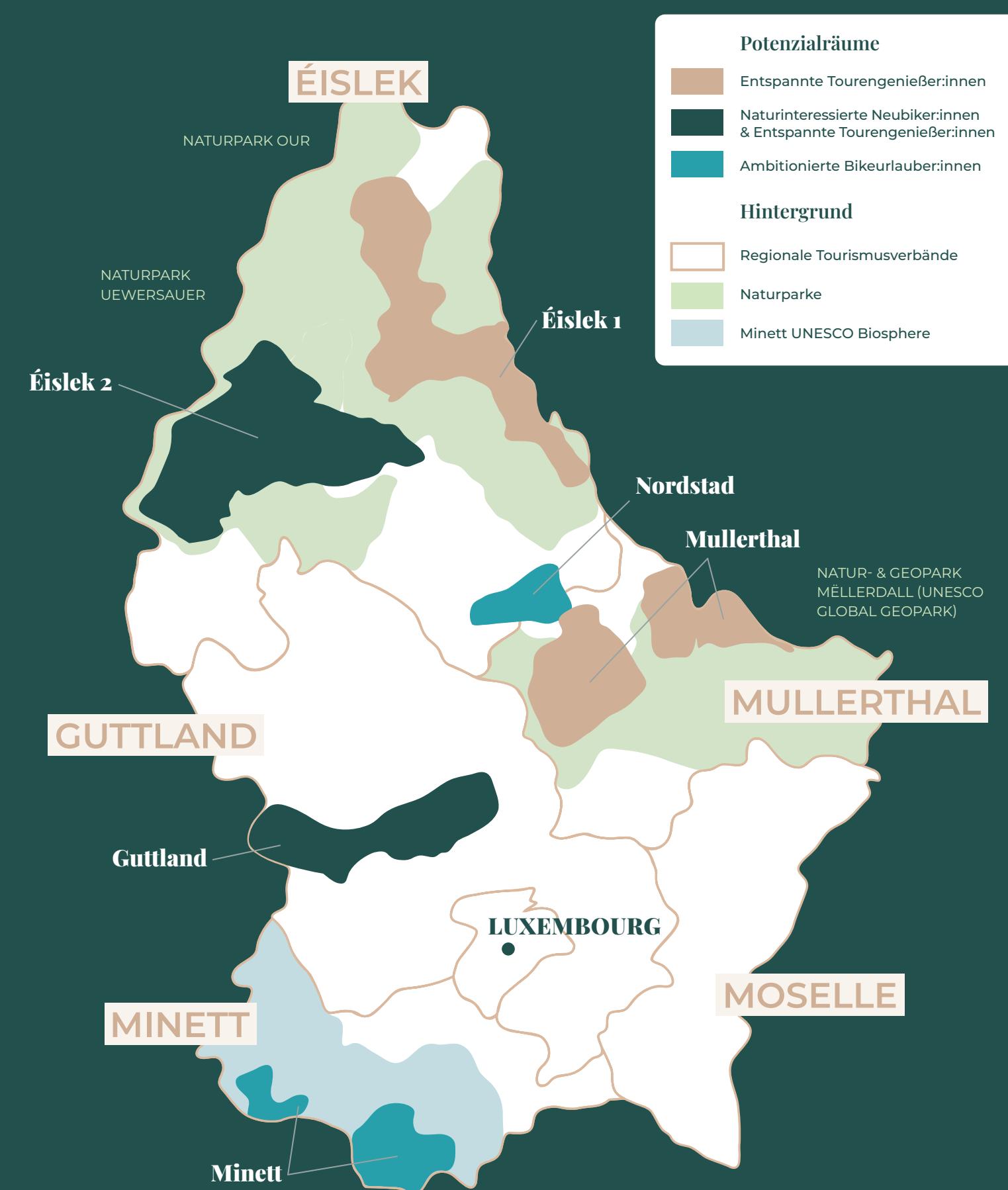
Potenzialräume für interessierte Neubiker:innen & entspannte Tourengenießer:innen

- ◆ Ziel ist es, dieser Zielgruppe ausgewogene Touren anzubieten, die sich als Tagesausflug oder überregionale Mehrtagestouren erfahren lassen.
- Potenzialräume für ambitionierte Bikeurlauber:innen
 - ◆ Ziel ist es, dieser Zielgruppe eine Auswahl unterschiedlicher Touren (unter Nutzung verschiedener, kombinierbarer Trails, Forst- und Wirtschaftswege) in einem Raum anzubieten, bevorzugt sollte ein 3 Tagesprogramm möglich sein.

Es wurden insgesamt 6 Potenzialräume identifiziert:

- Éislek 1
- Éislek 2
- Nordstad
- Mullerthal
- Gutland
- Minett

Diese sind auf der Karte auf der rechten Seite abgebildet und werden in den folgenden Kapiteln, aufgeteilt nach den touristischen Regionen, einzeln beschrieben. Die Farben der Potenzialräume zeigen die Zielgruppe(n) an, für die sie gedacht sind.

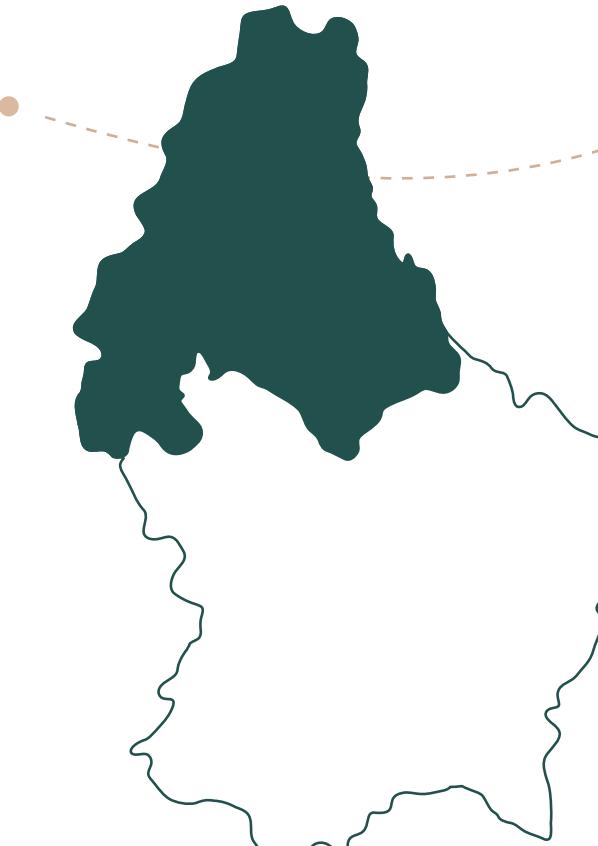


Éislek

©Adrien Protano - Visit Luxembourg



Konzept für den Mountainbike- a Graveltourismus zu Lëtzebuerg



Im Norden Luxemburgs liegt die Region Éislek, die durch naturnahe, hügelige Landschaften mit Wäldern und Flüssen gekennzeichnet ist. Ergänzt wird das Landschaftsbild durch historische Ortschaften und kulturhistorisch bedeutende Bauwerke, darunter eine Vielzahl von Burgen und Schlössern. Diese Gegebenheiten schaffen geeignete Voraussetzungen für Outdoor-Aktivitäten.

Die Region weist eine hohe biologische Diversität auf, umfasst mehrere, kleinere Schutzgebiete und bietet mit den großen Naturparken Our und Öewersauer, erlebenswerte Naturräume. Ein weiteres naturräumliches Highlight ist der in der Mittelgebirgslandschaft im Westen gelegene Öewersauer-Stausee, der sowohl Trinkwasserreservoir als auch touristischer Erholungsraum mit Infrastrukturen für Badegäste und Wandernde ist.

Éislek 1

Das Wandern ist etablierte Outdooraktivität im **Éislek**: Ein dichtes Netz markierter Wanderwege, darunter wichtige **überregionale Angebote** wie der Escapardenne Lee und **Éislek** Trail, erschließen die Region und verbinden sie mit angrenzenden Gebieten. Die Region ist von der Europäischen Wandervereinigung als "Leading Quality Region" zertifiziert.

Besonders im Norden der Region spielt das Tourenradfahren eine bedeutende Rolle: Neben einem dichten Tourenradnetz startet der Vennbahn-Radweg als grenzübergreifender, steigungsarmer Radfernweg in Troisvierges. Von dort verläuft er durch die Ardennen in Belgien in Richtung Aachen in Deutschland und führt auf der Trasse der ehemaligen, stilgelegten Vennbahn. Er ist mit 4 ADFC-Sternen als Premiumradweg ausgezeichnet.

Das Thema Mountainbike spielt in der Region Éislek eine zunehmend wichtige Rolle, wenngleich es dem Wandern untergeordnet ist. Auffällig ist jedoch, dass ein Großteil der Übernachtungsgäste mit dem Schwerpunkt Biken in die Region kommt. Es besteht bereits ein solides und attraktives Trailangebot, und engagierte regionale Clubs.

Innerhalb der Region **Éislek** lassen sich drei räumliche Entwicklungsschwerpunkte für das Mountainbiken identifizieren: Raum 1 umfasst das Gebiet nördlich von Vianden, Raum 2 erstreckt sich nördlich des Stausees und westlich des Flusses Wiltz beziehungsweise rund um die Stadt Wiltz, so wie der Raum Nordstad.

Auf Basis des nationalen Mountainbike- und Gravel-konzepts ist vorgesehen, die Produktentwicklung in der Region im Rahmen des LEADER-Projekts umzusetzen

Vorstellung des Potenzialraums Éislek 1

Das Gebiet umfasst eine Fläche von rund 114 km² und bietet viele Möglichkeiten zum Wandern, Biken und Tourenradfahren. Im Grenzgebiet zwischen Belgien und Deutschland gelegen, ist es flächendeckend mit fahrradfreundlichen Übernachtungsbetrieben ausgestattet. Wanderwege sind von großer Bedeutung, während im Norden besonders das Tourenradfahren stark vertreten ist. Alle Tourenangebote starten in Troisvierges (Ulfingen). Im gesamten Raum bestehen mittelschwere Trails, die zu Touren kombiniert werden können und an die bestehende Infrastruktur angebunden sind. Vor allem die Angebote in Vianden weisen eine gute Qualität auf und werden von Bikenden gut angenommen. Der nördliche Teil des Ourtals (von Ouren bis Dasbourg-Pont) wird zur Erschließung für Mountainbikende nicht fokussiert, da dieser Raum von vielen schmalen Pfaden durchzogen ist, die für das Wandern genutzt werden.

Chancen für den Potenzialraum Éislek 1

- **Zielgruppe für den Raum:** Aufgrund der Weitläufigkeit des Gebiets, der Nähe sowie der Übergangsmöglichkeiten zum Potenzialraum Éislek 2 und der vorhandenen Infrastrukturangebote wird der Raum perspektivisch für entspannte Tourengeißler:innen entwickelt.
- **Gewinnung internationaler Gäste:** Der Potenzialraum bietet aufgrund seiner geographischen Lage großes Potenzial, Mountainbiker:innen aus dem In- und Ausland anzusprechen.
- **Weitläufiges Gebiet mit vorhandener Basisinfrastruktur:** Die Region verfügt über ein großes, gut zugängliches Gebiet, das bereits grundlegende Infrastruktur wie Trails und Unterkünfte umfasst. Dies erleichtert den Ausbau der Angebote und reduziert die Notwendigkeit für grundlegende Investitionen. Aufgrund der hohen Dichte an Bett+Bike-Betrieben ist der Raum gut für Mehrtagestouren mit verschiedenen Aufenthaltsorten geeignet.

→ **Naturverträgliche Entwicklung im Naturpark Our:** Der im Potenzialraum gelegene Naturpark bringt als Institution der nachhaltigen Regionalentwicklung sowohl den Naturschutz als auch die Förderung von Tourismus und Naherholung in Einklang. Während der Naturpark strukturelle Rahmenbedingungen und Entwicklungsimpulse gibt, übernimmt das ORT in der Regel die operative Umsetzung touristischer Maßnahmen. Fördermittel können dabei gezielt eingesetzt werden, um Projekte zu realisieren, die sowohl ökologischen Anforderungen als auch touristischen Zielsetzungen gerecht werden. Durch eine enge Zusammenarbeit kann so eine nachhaltige Bikeinfrastruktur entstehen, die Naturverträglichkeit und -erlebnis gleichermaßen berücksichtigt.

Herausforderung für den Potenzialraum Éislek 1

- **Platzierung des MTB-Angebots neben dem starken Wanderangebot:** Die enge Nachbarschaft des MTB-Angebots zu den bestehenden Wanderwegen kann zu Überschneidungen und möglichen Konflikten führen, da sowohl Wanderer:innen als auch Mountainbiker:innen dieselben Streckenabschnitte nutzen könnten. Eine sorgfältige Planung und Abstimmung sind notwendig, um die Interessen beider Zielgruppen zu berücksichtigen.

Handlungsempfehlungen für den Potenzialraum Éislek 1

Infrastruktur & Angebot

- **Ergänzung der mittelschweren Routen durch leichtere Trailangebote und vereinzelte, technisch anspruchsvollere (umfahrbare) Elemente:** Das bestehende Routenangebot wird um leichtere Trails erweitert, während gleichzeitig technisch anspruchsvollere Elemente integriert werden, die

jedoch umfahrbar bleiben, um unterschiedliche Fahrniveaus anzusprechen.

→ **Verknüpfung des Tourenangebots zur Ermöglichung längerer Fahrstrecken:** Durch die Verbindung der bestehenden Tourenangebote sollen längere, zusammenhängende Strecken ermöglicht werden, die den Bikenden mehr Flexibilität und neue Erlebnismöglichkeiten bieten.

→ **Direkte Verknüpfung der Routen mit Übernachtungsangeboten:** Die Routen werden direkt mit Übernachtungsbetrieben verknüpft, um längere Touren und eine durchgehende Erreichbarkeit von Unterkünften zu gewährleisten.

→ **Schaffung von Übergängen zum Potenzialraum Éislek 2:** Es sollen Übergänge geschaffen werden, die den Mountainbikenden eine nahtlose Anbindung an den Potenzialraum Éislek 2 ermöglichen, um eine größere Tourenvielfalt zu bieten und die Region als Ganzes zu stärken.

Produkt & Marketing

→ **Stärkung der Außenkommunikation, insbesondere in der Großregion:** Die Kommunikation wird verstärkt, um den Raum als attraktives Mountainbike-Ziel in der Großregion bekannter zu machen und mehr Besucher:innen anzusprechen.

Éislek 2

Vorstellung des Potenzialraums Éislek 2

Das weitläufige Gebiet bietet auf rund 147 km² zahlreiche Möglichkeiten für Mountainbiker:innen: Besonders die Lage am Stausee wird bereits von lokalen Biker:innen geschätzt, da der Raum eine attraktive Naturkulisse mit gut ausgebauten Forstwegen bietet, die perspektivisch als weiträumige Verbindungen zwischen Trails dienen können. Die bestehenden Touren sind im Nordosten bereits gut verknüpft und werden überwiegend positiv bewertet, was das Gebiet zu einem Ziel für Mountainbike-Touren macht.

Chancen für den Potenzialraum Éislek 2

- **Zielgruppe für den Raum:** Aufgrund der Eigenschaften des Gebiets, der Nähe sowie der Übergangsmöglichkeiten zum Potenzialraum Éislek 1 und der vorhandenen und weiterzuentwickelnden leichten, bis mittelschweren Trails wird der Raum perspektivisch für entspannte Tourengenießer:innen sowie naturinteressierte Neubiker:innen etabliert.
- **Schaffung eines Trailparks mit Trailpass-System:** Die Etablierung eines Trailparks stellt eine potentialreiche Möglichkeit dar, das Mountainbike-Angebot gezielt auszubauen. Dabei geht es nicht um einen abgegrenzten Bikepark, sondern um die sinnvolle Verbindung bestehender und perspektivisch neuer Routen in einem strukturierten Gesamtsystem. Ein Trailpark spricht nicht nur erfahrene Mountainbiker:innen an, sondern auch Anfänger:innen und Familien, da er ein strukturiertes und sicheres Umfeld mit verschiedenen Schwierigkeitsgraden bietet. Dies stärkt die Positionierung der Region als Ziel für unterschiedliche Erfahrungsstufen und stärkt das Angebot.
- Zur Unterstützung des Betriebs und zur Finanzierung der Infrastruktur wird ein freiwilliger Trailpass eingeführt. Dieser ist vergleichbar mit einer

touristischen Gästekarte und bietet Nutzenden ausgewählte Mehrwerte, wie zum Beispiel Rabatte bei regionalen Anbietern oder Ermäßigungen auf bestimmte Dienstleistungen. Mit dem Erwerb eines Trailpasses leisten Nutzer:innen zudem einen Beitrag zur Pflege, Instandhaltung und Weiterentwicklung der Trails. Die Einnahmen dienen der langfristigen Qualitätssicherung des Angebots.

- **Wiltz wächst und definiert sich als urbaner Raum:** Wiltz entwickelt sich zunehmend zu einem urbanen Zentrum, was die Region für junge Zielgruppen, die an Outdoor-Aktivitäten interessiert sind, attraktiv macht. Der Trend zu einem aktiveren Lebensstil und die wachsende Nachfrage nach naturnahen Freizeitmöglichkeiten bieten hier Potenzial.
- **Starke Übernachtungsstruktur vorhanden:** Wiltz und die umliegenden Gebiete verfügen bereits über eine ausgebauten Übernachtungsinfrastruktur, insbesondere existieren zahlreichen Bett+ Bike-Angebote. Durch die Weiterentwicklung dieser Angebote kann Wiltz als attraktiver Ausgangspunkt für Radtourismus und explizit längere Mountainbike-Touren positioniert werden.

- **Naturverträgliche Entwicklung im Naturpark Öewersauer:** Der im Potenzialraum gelegene Naturpark Öewersauer verfolgt als Instrument der nachhaltigen Regionalentwicklung sowohl ökologische als auch touristische Zielsetzungen. Er schafft strukturelle Rahmenbedingungen und setzt Entwicklungsimpulse, während das ORT in der Regel die operative Umsetzung touristischer Maßnahmen übernimmt. Fördermittel können gezielt eingesetzt werden, um naturverträgliche Projekte im Bereich Mountainbike-Tourismus zu realisieren. Durch eine enge Abstimmung zwischen Naturpark, ORT und weiteren relevanten Akteur:innen entsteht eine Infrastruktur, die Freizeitnutzung und den Schutz der sensiblen Naturräume wirkungsvoll in Einklang bringt.

Herausforderungen für den Potenzialraum Éislek 2

- **Starkes Wandergebiet und hohe Nutzung der Wege am Stausee:** Das Gebiet ist bereits stark von Wanderer:innen frequentiert, insbesondere die beliebten Wege am Stausee. Diese hohe Nutzungsintensität kann zu Konflikten führen, da Wanderer:innen wie auch Mountainbiker:innen aktuell dieselben Streckenabschnitte nutzen. Dies erfordert eine sorgfältige Planung, um eine harmonische Koexistenz der beiden Nutzungsgruppen zu gewährleisten. Hoher Nutzungsdruck kann zur verstärkten Abnutzung einzelner Wege führen und macht regelmäßige Wartungs- und Pflegemaßnahmen erforderlich.

Handlungsempfehlungen für den Potenzialraum Éislek 2

Infrastruktur & Angebot

- **Qualitätssicherung der vorhandenen Touren und Schaffung ergänzender Angebote:** Es ist wichtig, die Qualität der bestehenden Touren kontinuierlich zu sichern und durch zusätzliche Angebote zu ergänzen, um die Attraktivität der Region zu erhöhen.

- **Verbindung der Touren und perspektivische Verknüpfung zu einem Trailpark:** Durch die Verknüpfung der bestehenden Touren mittels Ziehwege kann das Netz erweitert werden, sodass Biker:innen problemlos zwischen verschiedenen Tourengebieten wechseln können. Diese Verbindungen erhöhen die Flexibilität und Erreichbarkeit entlegener Routen. Perspektivisch könnte die Vernetzung weiter ausgebaut und zu einem Trailparksystem entwickelt werden, das eine Auswahl an Trails bietet.

- **Schaffung von Übergängen zum Potenzialraum Éislek 1:** Zur Förderung einer regionalen Vernetzung gilt es Übergänge zu bieten, um den Mountainbikenden die Möglichkeit zu geben, nahtlos in benachbarte Regionen zu gelangen. Dies erweitert das Streckennetz und bietet den Gästen mehr Auswahl und Flexibilität bei der Tourengestaltung.

- **Verleihangebote für Einsteiger:innen:** Der Verleih hochwertiger (E-)Mountainbikes in verschiedenen Rahmengrößen erleichtert den Einstieg in den Sport und macht das Angebot für viele Menschen zugänglich.

Produkt & Marketing

- **Schaffung weiterer Routen, orientiert an den bestehenden Touringangeboten, Trails und Verknüpfung zum Trailnetz (Trailpark):** Um das inoffizielle Angebot digitaler Routen sowie die eigenen Pauschalen der Jugendherbergen zu touristisch vermarktbaren Produkten zu entwickeln, sollten Routen geschaffen werden, die auf diesen Angeboten und bestehenden Trails aufbauen. Dazu sollte eng mit den ursprünglichen Initiator:innen, wie lokalen Guides und den Jugendherbergen zusammengearbeitet werden.

Vorstellung des Potenzialraums Nordstad

Der rund 20 km² große Raum zwischen Ettelbrück und Diekirch bietet mit seinem stark bewegten Gelände ideale Voraussetzungen für technisch anspruchsvolle Mountainbike-Angebote. Eine bestehende schwere Route befindet sich in gutem Zustand und spricht erfahrene Biker:innen an. Planungen für einen lokalen Bikepark ergänzen das Potenzial. Die Nähe zu Diekirch und die gute Erreichbarkeit erhöhen die Zugänglichkeit.

Éislek Nordstad

Chancen für den Potenzialraum Éislek Nordstad

- **Zielgruppe für den Raum:** Das technisch anspruchsvolle Angebot richtet sich an lokale Fahrer:innen sowie ambitionierte Bikeurlauber:innen.
- **Schaffung eines Bikeparks für abfahrtsorientierte Fahrer:innen:** Die Entwicklung eines kompakten Bikeparks mit Fokus auf technische Abfahrten stärkt das Angebot für anspruchsvolle Biker:innen v.a. aus dem Norden des Landes und positioniert den Raum als Ziel für sportlich orientiertes Mountainbiken.

Herausforderungen für den Potenzialraum Éislek Nordstad

- **Aktuell noch offene Finanzierungsfragen für den Bikepark:** Die Finanzierung des geplanten Bikeparks ist derzeit noch nicht gesichert. Es gilt, geeignete Mittel und Fördermöglichkeiten zu identifizieren, um das Projekt erfolgreich umzusetzen und einen langfristigen Betrieb zu sichern.
- **Abstimmungen mit Naturschutz zur Genehmigung weiterer Wegetrassen:** Eine enge und konstruktive Zusammenarbeit gewährleistet, dass die geplanten Maßnahmen in Einklang mit den Umweltanforderungen und der nachhaltigen Entwicklung des Raumes vorangetrieben werden können.

Handlungsempfehlungen für den Potenzialraum Éislek Nordstad

Infrastruktur & Angebot

- **Schaffung eines kleinen Bikeparks:** Aufbau eines Bikeparks als Freizeitangebot für lokale Fahrer:innen und nachgelagert als touristisches Einstiegsprodukt, basierend auf den bereits bestehenden Planungen der Firma Schneestern. Dieser Bikepark sollte eine Infrastruktur bieten, die die Bedürfnisse ambitionierter Mountainbiker:innen erfüllt.

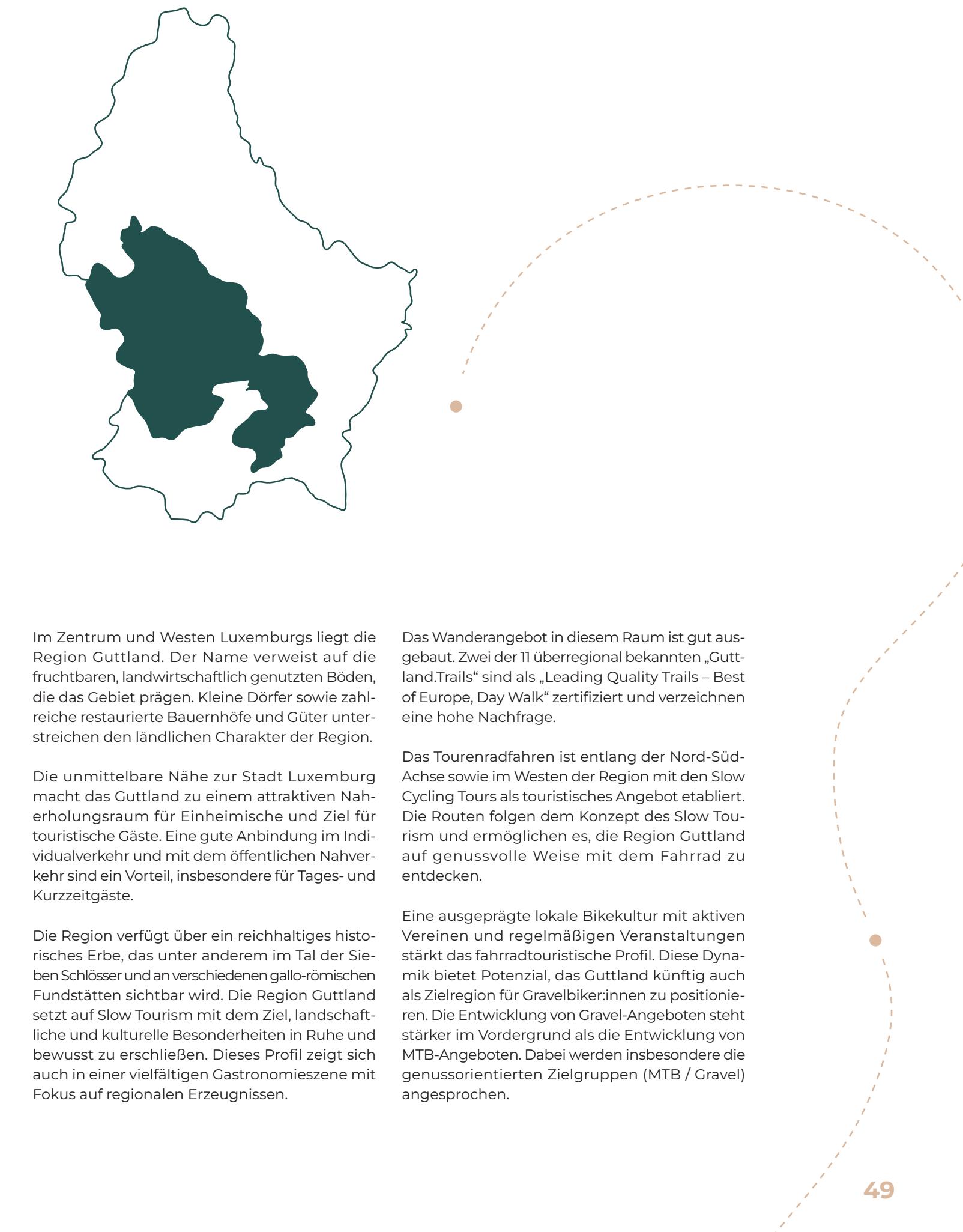
- **Förderung einer Bike-Community:** Aufbau und Förderung einer lokalen Bike-Community durch Kooperationen mit Vereinen und regionalen Partnern zur Organisation gemeinsamer Ausfahrten, Events und Workshops – zur Vernetzung, Aktivierung und touristischen Profilierung der Region.

Produkt & Marketing

- **Aufnahme in das touristische Marketing sinnvoll:** Auch wenn das Angebot vorrangig für lokale Fahrer:innen bzw. ambitionierte Mountainbiker:innen konzipiert ist, spricht dies nicht gegen eine Aufnahme in das touristische Marketing, im Gegenteil: Qualitativ hochwertige Angebote tragen zur Sichtbarkeit bei und unterstützen grundsätzlich die Positionierung Luxemburgs als attraktive Bikedestination.
- **Events:** Organisation von Events und Aktivitäten, die gezielt auch neue Fahrer:innen ansprechen. Dazu zählen bspw. Technik-Workshops, lokale Wettkämpfe oder gemeinschaftliche Ausfahrten.



Guttlанд



Im Zentrum und Westen Luxemburgs liegt die Region Guttlанд. Der Name verweist auf die fruchtbaren, landwirtschaftlich genutzten Böden, die das Gebiet prägen. Kleine Dörfer sowie zahlreiche restaurierte Bauernhöfe und Güter unterstreichen den ländlichen Charakter der Region.

Die unmittelbare Nähe zur Stadt Luxemburg macht das Guttlанд zu einem attraktiven Naherholungsraum für Einheimische und Ziel für touristische Gäste. Eine gute Anbindung im Individualverkehr und mit dem öffentlichen Nahverkehr sind ein Vorteil, insbesondere für Tages- und Kurzzeitgäste.

Die Region verfügt über ein reichhaltiges historisches Erbe, das unter anderem im Tal der Sieben Schlösser und an verschiedenen gallo-römischen Fundstätten sichtbar wird. Die Region Guttlанд setzt auf Slow Tourism mit dem Ziel, landschaftliche und kulturelle Besonderheiten in Ruhe und bewusst zu erschließen. Dieses Profil zeigt sich auch in einer vielfältigen Gastronomieszene mit Fokus auf regionalen Erzeugnissen.

Das Wanderangebot in diesem Raum ist gut ausgebaut. Zwei der 11 überregional bekannten „Guttlанд.Trails“ sind als „Leading Quality Trails – Best of Europe, Day Walk“ zertifiziert und verzeichnen eine hohe Nachfrage.

Das Tourenradfahren ist entlang der Nord-Süd-Achse sowie im Westen der Region mit den Slow Cycling Tours als touristisches Angebot etabliert. Die Routen folgen dem Konzept des Slow Tourism und ermöglichen es, die Region Guttlанд auf genussvolle Weise mit dem Fahrrad zu entdecken.

Eine ausgeprägte lokale Bikekultur mit aktiven Vereinen und regelmäßigen Veranstaltungen stärkt das fahrradtouristische Profil. Diese Dynamik bietet Potenzial, das Guttlанд künftig auch als Zielregion für Gravelbiker:innen zu positionieren. Die Entwicklung von Gravel-Angeboten steht stärker im Vordergrund als die Entwicklung von MTB-Angeboten. Dabei werden insbesondere die genussorientierten Zielgruppen (MTB / Gravel) angesprochen.

Vorstellung des Potenzialraums Guttland

Der Entwicklungsschwerpunkt für Mountainbike-Angebote in der Region Guttland befindet sich Nähe der belgischen Grenze auf Höhe Arlon und verläuft in Richtung West-Ost. Der Raum erstreckt sich über eine Fläche von 67 km² und ist verkehrlich gut angebunden, insbesondere über Mersch. Er ist bisher kaum als Mountainbikeziel entwickelt, es besteht jedoch Potenzial für die Schaffung neuer Mountainbike-Routen und die Verbesserung der bestehenden Infrastruktur.

Das Thema Wandern steht hier bisher im Vordergrund, es gibt viele kleinräumige Angebote, die nicht durch weitere Planungen beeinträchtigt werden sollen. Das Wanderangebot soll auch perspektivisch weiterentwickelt und ausgebaut werden.

Chancen für den Potenzialraum Guttland

- Zielgruppe für den Raum: Aufgrund der Größe des Gebiets und der gebotenen Entwicklungspotenziale, auch für das Gravelbiken, wird der Raum für genussorientierte Tourengeiße:innen sowie naturinteressierte Neubiker:innen entwickelt. Der Entwicklungsfokus wird perspektivisch jedoch auf dem Segment Gravel liegen.
- **Verbindung der Themen Biken, Natur und Genuss (Slow Tourism):** Die Region hat das Thema Slow Tourism bereits in ihrer Tourismusstrategie verankert und kann es auch im Mountainbiken spielen, indem sie das Biken mit regionaler Natur und kulinarischen Erlebnissen verknüpft.



© MaiaLazzarini

Herausforderungen für den Potenzialraum Guttland

- **Bisher kaum Infrastruktur vorhanden, daher kostenintensive Entwicklung:** Da die Region bislang kaum über eine ausgebauten Infrastruktur für Mountainbiker:innen verfügt, ist der Aufbau der notwendigen Trails, Verleihstationen und Serviceeinrichtungen mit Investitionen verbunden. Die Entwicklung eines leistungsfähigen und attraktiven Mountainbike-Angebots erfordert dementsprechend umfangreiche finanzielle Mittel und eine langfristige Planung.
- **Viele Absprachen mit Behörden und Eigner:innen:** Die Entwicklung und Umwandlung von privat genutzten Routen in offiziell anerkannte Trails setzt die enge Zusammenarbeit mit verschiedenen Behörden und Grundstückseigentümer:innen voraus. Diese Abstimmungsprozesse sind zeitaufwendig und komplex, da es sowohl rechtliche als auch praktische Hürden zu überwinden gilt.

Handlungsempfehlungen für den Potenzialraum Guttland

Infrastruktur & Angebot

- **Verknüpfung bestehender Touren:** Entwicklung eines zusammenhängenden Netzsystems zu einem Trailpark für bessere Orientierung und vielseitige Nutzung des Potenzialraumes.
- **Erweiterung des Angebots:** Schaffung neuer, abwechslungsreicher Strecken und Angebote mit einem besonderen Fokus auf Touring und Genussradfahren.
- **MTBasecamp als Startportal:** Einrichtung eines „MTBasecamp“ mit Angeboten wie Bikeverleih, Techniktrainings und Tourenberatung; ergänzend Entwicklung thematischer Routen mit Fokus auf Natur- und Genusserlebnisse.
- **Verleihangebote für Einsteiger:innen:** Der Verleih hochwertiger (E-)Mountainbikes in verschiedenen Rahmengrößen erleichtert den Einstieg in den Sport und macht das Angebot für viele Menschen zugänglich.

Produkt & Marketing

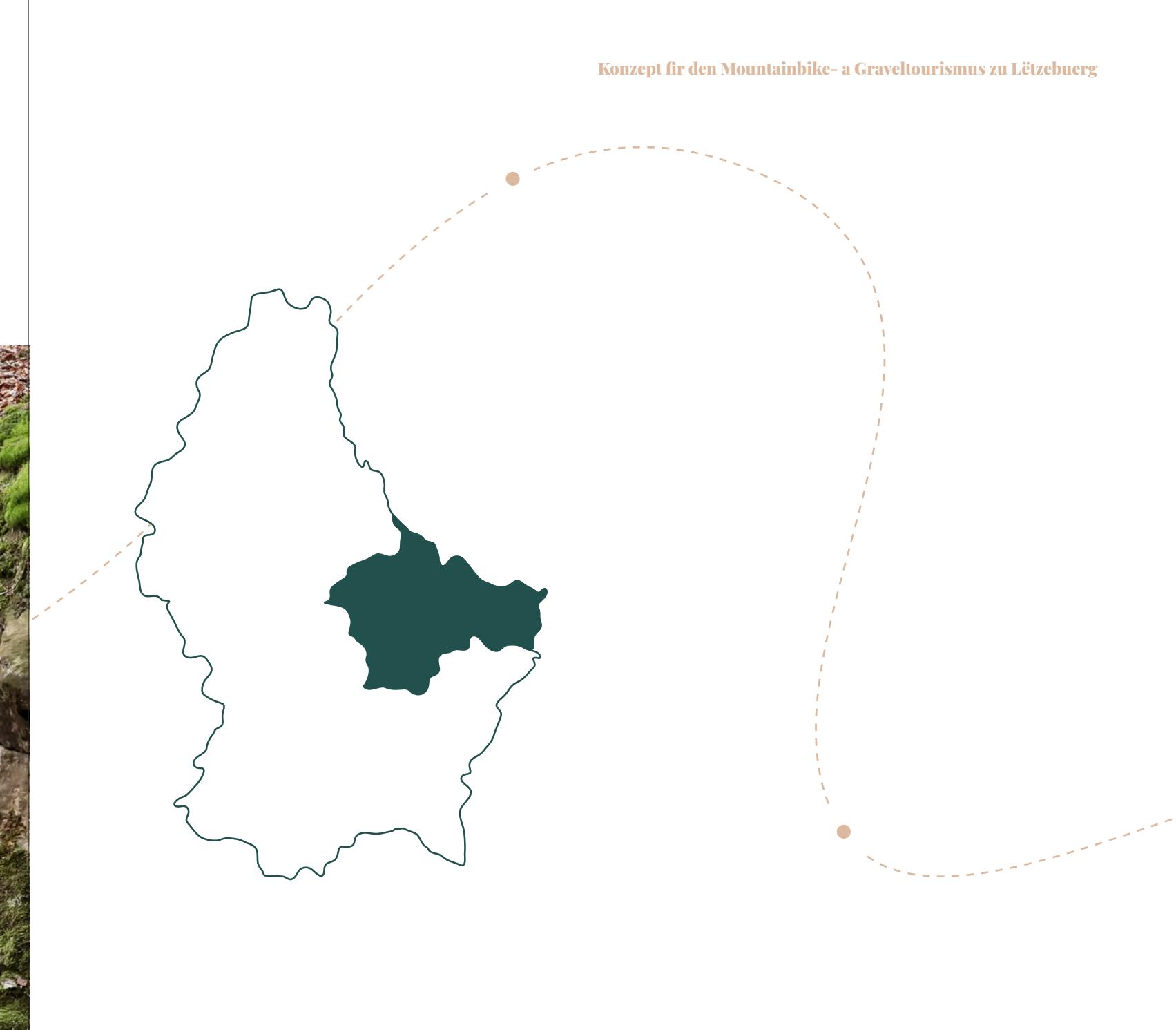
- **Positionierung und Kommunikation:** Positionierung der Region über thematische „Bike & Genuss“-Erlebnisse in Kombination mit regionaler Gastronomie und Naturangeboten und gezielte Kommunikation zur Ansprache genussorientierter Zielgruppen in Luxemburg und der Großregion. Mountain- und Gravelbiker:innen könnten ihre Touren mit Stopps in lokalen Gasthäusern, Bauernmärkten und Restaurants kombinieren, die typische, regionale Produkte anbieten. Diese „Bike & Genuss“-Erlebnisse könnten die Gäste dazu einladen, langsamer zu reisen, die Region auf einer tieferen Ebene zu erleben und gleichzeitig die lokale Gastronomie zu unterstützen.

Mullerthal

- Kleine Luxemburger Schweiz



© Sophie Margue



Die Region Mullerthal – Kleine Luxemburger Schweiz im Osten Luxemburgs, ist geprägt durch markante Felsformationen, enge Schluchten und bewaldete Flächen. Die Region ist von einem dichten Wanderwegenetz durchzogen, darunter der international bekannte Mullerthal Trail. Der Natur- & Geopark Mëllerdall, der als UNESCO Global Geopark zertifiziert ist, erstreckt sich über einen großen Teil der Region.

Wandern ist das zentrale touristische Leitthema und aufgrund der räumlichen Begrenzung besteht kein Interesse daran, Mountainbiking als Schwerpunkt zu etablieren. Der Schutz sensibler Naturräume, darunter zahlreiche Natura 2000-Gebiete, hat hohe Priorität und schränkt die Entwicklung neuer Freizeitangebote aufgrund teils strikter Auflagen stark ein.

Das Gebiet wird bereits heute von Mountainbiker:innen genutzt, teils auch auf nicht offiziell ausgewiesenen Wegen. Daher ist die Entwicklung eines strukturierten und lenkenden Angebots dennoch sinnvoll, um eine ungesteuerte Nutzung zu vermeiden und potenzielle Konflikte mit anderen Nutzungsgruppen zu reduzieren.

Die Region profitiert von einer stark touristisch geprägten Infrastruktur, guter Erreichbarkeit sowie einer Vielzahl an fahrradtouristischer Infrastruktur, wie bed+bike Betriebe, darunter viele Campingplätze und Fahrrad-Servicestationen. Vor diesem Hintergrund erscheint auch die behutsame Entwicklung von Gravel-Touren als ergänzendes Angebot zum Wandern denkbar.

Vorstellung des Potenzialraums Mullerthal

Die Entwicklung von Mountainbike-Angeboten in der Region Mullerthal konzentriert sich gezielt auf die Bereiche mit bereits bestehenden MTB-Trails: den Raum rund um Berdorf/ Beaufort und den Raum rund um Larochette. Diese zwei Gebiete, jeweils etwa 35 km² und 55 km² groß, sollen über das offizielle Radverkehrsnetz miteinander verbunden werden. Neue Routen oder Ausweitungen sind ausschließlich dort vorgesehen, wo sie den bestehenden Wanderbetrieb nicht beeinträchtigen und sinnvoll ergänzt werden können.

Chancen für den Potenzialraum Mullerthal

- **Zielgruppe für den Raum:** Der Potenzialraum ist primär als Wanderregion etabliert. Perspektivisch sollen auch naturinteressierte Menschen für das Mountainbiken gewonnen werden. Im Fokus stehen daher vor allem interessierte Neubiker:innen sowie entspannte Tourengeießer:innen, die die Landschaft auf ruhige und naturorientierte Weise mit dem Rad erkunden möchten.
- **Positionierung des Raumes für Wandernde mit Interesse am Radfahren:** Die Positionierung des Potenzialraums, speziell für Menschen, die neben dem Wandern auch Rad fahren möchten, kann die Attraktivität der Region für einen breiteren Besuchskreis steigern.

→ **Gewinnung neuer Zielgruppen für das Biken in Luxemburg:** Durch ein erweitertes Angebot können neue Besuchsgruppen für das Biken in Luxemburg gewonnen werden, die an einer Kombination aus sanften Outdoor-Aktivitäten und Naturerlebnis interessiert sind und ursprünglich für das Wandern gekommen sind.

Herausforderungen für den Potenzialraum Mullerthal

→ **Gefahr der Übernutzung durch intensive Erschließung mit Wanderrouten:** Aufgrund der starken Nutzung der Region durch zahlreiche Wanderrouten besteht das Risiko einer Übernutzung der Wege und Anlagen. Ein sorgfältiges Management ist erforderlich, um die Naturbelastung zu minimieren und die Qualität zu sichern.

Handlungsempfehlungen für den Potenzialraum Mullerthal

Infrastruktur & Angebot

→ **Verbesserung der Verbindungen zwischen Potenzialräumen (auch überregional):** Eine bessere Anbindung der Gebiete durch nationale Radverkehrsverbindungen fördert den Zugang und die Attraktivität. Besonders relevant sind überdies die Anbindung an Diekirch entlang der Sauer sowie die Verbindung zwischen Echternach, Berdorf und Larochette.

→ **Optimierung der Trails für Tourenfahrer:innen:** Um die Region für ein breiteres Publikum zugänglich zu machen, sollten einige Trails vereinfacht werden.

→ **Fokussierung auf das bestehende Wegenetz:** Die Region verfügt bereits über ein dichtes Wegenetz, weshalb die Nutzung und Optimierung vorhandener Routen im Vordergrund stehen sollte, um den Landschaftsschutz zu gewährleisten.

→ **Verleihangebote für Einsteiger:innen:** Der Verleih hochwertiger (E-)Mountainbikes in verschiedenen Rahmengrößen erleichtert den Einstieg in den Sport und macht das Angebot für viele Menschen zugänglich.

Produkt & Marketing

→ **Angebot von geführten Touren und Mehrtagespauschalen:** Die Einführung geführter Touren und attraktiver Mehrtagespaket kann neue

Besucher:innen anziehen und bietet speziell für **weniger selbstständige Gäste einen Mehrwert.**

→ **Einführung saisonaler Erlebnispakete wie Frühlings- und Herbst-Trailwochen:**

Diese thematisch ausgerichteten und entsprechend kommunizierten Angebote schaffen zusätzliche Besuchsanreize und zielen auf eine gleichmäßige Auslastung außerhalb der Hauptsaison ab.

→ **Kampagne zur gemeinsamen Wegenutzung mit Wandernden:**

Eine Informationskampagne zur gemeinsamen und respektvollen Wegenutzung, inspiriert von Modellen des Deutschen Wanderverbands oder des Alpenvereins, trägt dazu bei, Konflikte zu minimieren und das Bewusstsein für gegenseitige Rücksichtnahme zu stärken.



Minett



© LFT ASchösser



Im Süden Luxemburgs liegt die Region Minett, aufgrund ihres hohen Eisenerzanteils im Boden auch „Land der Roten Erde“ genannt, die für ihre industrielle Vergangenheit bekannt ist. Sie ist geprägt durch die Relikte der Eisen- und Stahlindustrie, stillgelegte Tagebauten wie der Giele Botter sowie Bagger und Fördertürme erinnern an diese Zeit.

Die ehemaligen Abaugebiete haben sich zu einem wertvollen Ökosystem entwickelt, das eine Vielfalt von Orchideen, Schmetterlingen, Wildbienen und Vogelarten beherbergt.

2020 wurde die Region Minett von der UNESCO als Biosphärenreservat anerkannt, der Minett UNESCO Biosphere. Das Naturschutzgebiet Haard-Hessesbierg-Staebierg liegt als größtes Naturschutzgebiet des Landes ebenfalls in der Region.

In dieser Naturvielfalt wurde das Wandern als Outdooraktivität verankert: Der „Minett Trail“ führt über 90 km durch die Region und verbindet historische Standorte und bedeutende Städte der Region. In den „Kabaischer“, den am Weg gelegenen Wanderhütten, kann übernachtet werden. Das Mountainbiken ist über die ausgewiesenen „RedRock Trails“, die auf technisch anspruchsvollem Terrain die Naturräume erschließen, bereits etabliert.

Die Region Minett bildet einen markanten landschaftlichen Kontrast zum übrigen Landesgebiet und eignet sich als reizvoller Gegenpol innerhalb eines landesweiten biketouristischen Angebotes.

Vorstellung des Potenzialraums Sud

Der Entwicklungsschwerpunkt für Mountainbike-Angebote in der Region Minett ist durch die Stadt Esch-sur-Alzette in zwei Bereiche geteilt. Der westliche Teil erstreckt sich ausgehend von Differdange. Er wird im Norden vom Naturschutzgebiet Prenzberg-Gielebotter begrenzt, wo das Fahrradfahren laut Règlement Grabd-Ducal verboten ist. Im Osten wird der Raum von der Bahnlinie zwischen Differdange, Belvaux und Esch-sur-Alzette begrenzt.

Der östliche Teil liegt südlich von Schiffange und erstreckt sich über den Lalléngerberg bis Rumelange und weiter nach Dudelange.

Der Raum bietet auf rund 42 km² ein umfangreiches Mountainbike-Angebot, das speziell für fortgeschrittene Fahrer:innen konzipiert wurde. Die vorhandene, gut ausgebauten Infrastruktur umfasst beschilderte Trails sowie Rast- und Reparaturmöglichkeiten und ist über die Verkehrsanbindung an Esch-sur-Alzette erreichbar.

Das MTB-Angebot besteht aus sechs beschilderten Trails mit einer Gesamtlänge von rund 170 Kilometern. Diese Trails wurden von den Regionalförstern entwickelt, indem vorrangig bestehende Wege genutzt und in spezialisierte Trails umgestaltet wurden. Der größte Teil der Strecken ist auf der Singletrailskala als rot und schwarz eingestuft, was eine klare Abgrenzung gegenüber anderen Angeboten in Luxemburg schafft.

Das Gebiet umfasst neben dem Naturschutzgebiet Haard-Hesselsbierg-Staebierg mit Leiffrächen, Burcherbierg-Lallénbierg, Ellergronn und Kiemchern-Scheiergronn-Groussebësch vier weitere Schutzgebiete auf engem Raum. Eine effektive Besucherlenkung ist essenziell, um ungewollte Nutzungen und das Betreten gesperrter Wege zu vermeiden. MTB- und Wanderwege sind größtenteils voneinander getrennt; wo sie sich dennoch kurzzeitig überschneiden, sorgen mindestens drei Meter breite Wege für ein konfliktfreies Miteinander.

Im Nordwesten wird der Raum durch das Naturschutzgebiet Prenzberg-Giele Botter begrenzt. In diesem Gebiet ist der Zugang reglementiert, das Radfahren grundsätzlich verboten.

Chancen für den Potenzialraum Sud

- **Zielgruppe für den Raum:** Das technisch anspruchsvolle Angebot richtet sich maßgeblich an ambitionierte Bikeurlauber:innen.
- **Entwicklung eines Trailnetzes:** Das bestehende Wegenetz wird zu einem Trailpark weiterentwickelt, der sowohl fortgeschrittene Mountainbiker:innen als auch weniger ambitionierte Fahrende anspricht, mit Fokus auf mittelschwere Touren und umfahrbaren, technisch anspruchsvoller Abschnitten; gleichzeitig werden Rundkurse mit klar definierten Up- und Downhill-Trassen geschaffen und ein strukturiertes Beschilderungssystem eingeführt.
- **Weiterentwicklung des bestehenden Infrastrukturangebots:** Durch die Erweiterung und Verfeinerung der vorhandenen Infrastruktur kann das Gebiet seine Attraktivität und Bekanntheit weiter steigern und ein noch breiteres Publikum anziehen.
- **Stärkung als „Geheimtipp“:** Mit einer gezielten Kommunikation und Vermarktung kann das Gebiet als Ziel für abfahrtsorientierte Mountainbiker:innen, maßgeblich in der Großregion, positioniert werden.

Herausforderungen für den Potenzialraum Sud

- **Hohe Naturschutzauflagen:** Teile des Gebiets und angrenzende Regionen unterliegen strengen Naturschutzbestimmungen, die den Ausbau der Infrastruktur einschränken.
- **Notwendigkeit einer guten Besucherlenkung:** Aufgrund der hohen Naturschutzauflagen und des begrenzten Raums ist eine gezielte Besucherlenkung erforderlich, um Nutzungskonflikte zu vermeiden und den Schutz sensibler Bereiche zu gewährleisten. Maßnahmen sollen das Miteinander von Bikenden und Wandernden fördern und eine nachhaltige, gemeinschaftliche Nutzung des Naturraums ermöglichen.

Handlungsempfehlungen für den Potenzialraum Sud

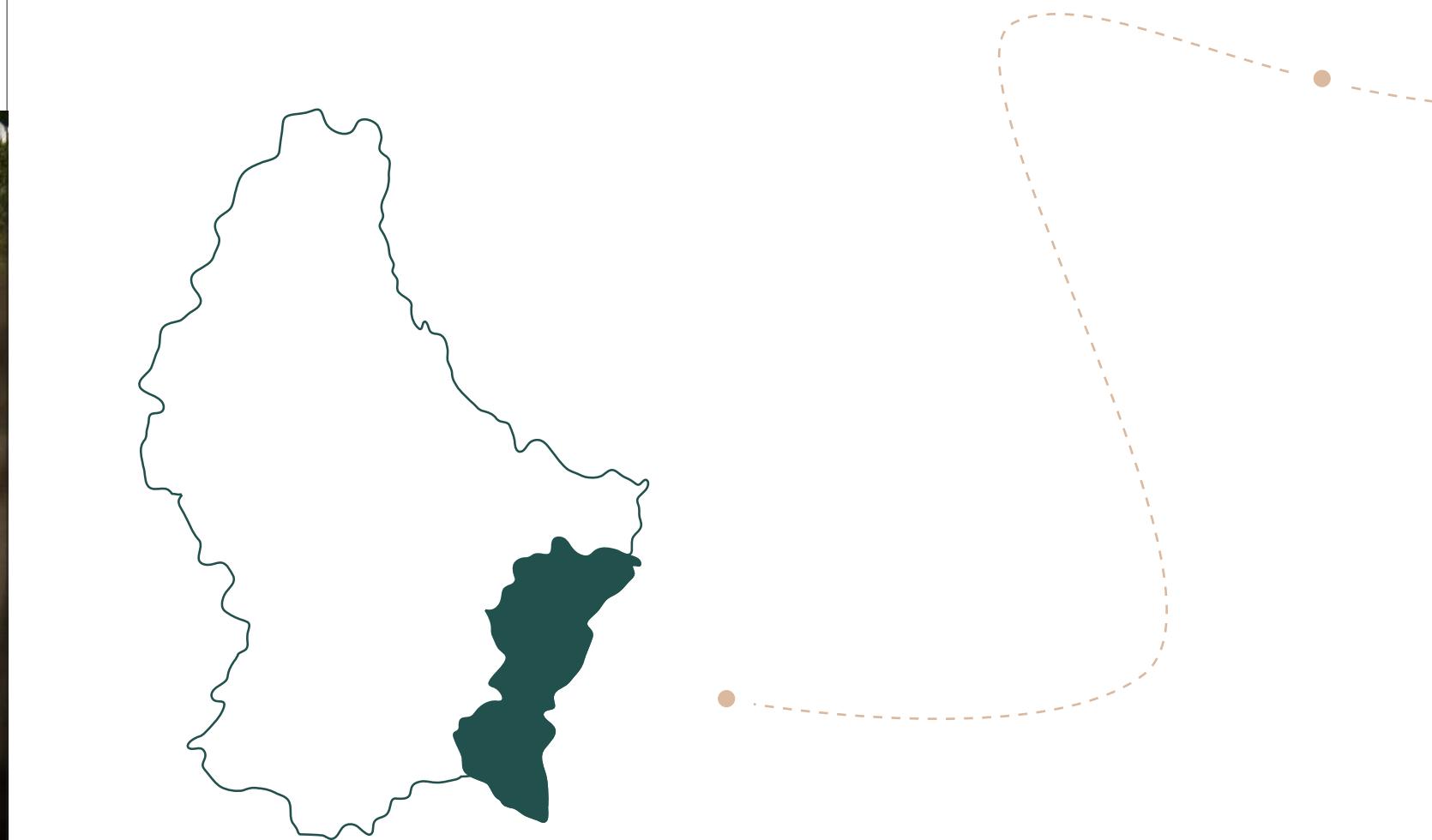
Infrastruktur & Angebot

- **Verbindung der Raumbereiche zu einem Potenzialraum:** Zur Erhöhung der Attraktivität wird empfohlen, eine nahtlose Anbindung der Potenzialräume über nationale Radverkehrsverbindungen sicherzustellen. Dies verbessert den Zugang zur Region und erleichtert die Anreise für Besucher:innen.
- **Verknüpfung und Trailsystem:** Die bestehenden Trails sollten über ein zusammenhängendes Trailsystem zu einem Trailpark verknüpft werden, das klare Routenführungen, eine detaillierte Wegeplanung und umfassende Beschilderung umfasst. Die aufbauende Mikroplanung der Streckenführung berücksichtigt ein harmonisches Miteinander der Nutzungsgruppen und sicheres Fahrerlebnis.
- **Einstiegsportalen und zusätzliche Uphill-Wege:** Die Schaffung von klar definierten Einstiegsportalen bietet Gästen Orientierung und erleichtert den Zugang. Zudem sollte eine zusätzliche Ausweisung von Uphill-Wege erfolgen, um Downhill- und Uphill-Verkehre besser zu trennen und ein konfliktfreies Erlebnis zu fördern.
- **Trennung von Wander- und MTB-Nutzung:** Eine strikte Trennung der Wander- und Mountainbike-Nutzung ist essenziell, um Konflikte zu vermeiden und allen Nutzungsgruppen eine positive Erfahrung zu bieten.
- **Hochwertige Verleihangebote für (E-)Mountainbikes:** Durch den gezielten Aufbau professioneller Verleihstationen wird der Zugang zum Angebot erleichtert, insbesondere für Tagesgäste und Einsteiger:innen ohne eigenes Equipment.
- **Einrichtung eines Koordinierungsgremiums:** Um das Angebot regelmäßig zu prüfen und weiterzuentwickeln wird die Einrichtung eines Koordinierungsgremiums, besetzt mit den Touristiker:innen der Region, den Regionalforstämtern und der Naturschutzverwaltung, empfohlen. Dieses garantiert die Naturverträglichkeit der Angebote.

Produkt & Marketing

- **Angebotspakete und -pauschalen:** Die Einführung attraktiver Angebote als „Trail-Erlebniswochen“ etwa in Kombination mit Übernachtungen, Fahrtechniktrainings oder lokalen Erlebnisangeboten.
- **Fahrtechnikkurse und Events:** Mit dem Angebot von Fahrtechnikkursen, darunter spezialisierte Kurse für Frauen, sowie regelmäßigen Events wird die Bindung zu Mountainbiker:innen gestärkt. Diese Angebote fördern die Sicherheit auf den Trails und erweitern das Skill-Level der Fahrer:innen.
- **Gezielte Kommunikation und Präsenz in Fachportalen:** Eine stärkere Sichtbarmachung der gesamten Region und ihrer bestehenden Highlights, kann durch gezielte Marketingmaßnahmen erfolgen, bspw. durch die Platzierung in relevanten Portalen, Fachmagazinen und sozialen Medien. Eine starke Kommunikation unterstreicht den Ruf als MTB-Region und erreicht eine breitere Zielgruppe.

Moselle



Die Moselregion in Luxemburg erstreckt sich entlang des gleichnamigen Flusses, der die Grenze zwischen Luxemburg und Deutschland markiert. Sie ist geprägt durch Weinberge, charmante Dörfer und historische Städte sowie eine malerische Kulisse mit Weinberghügeln und Ausblicken auf den Fluss. Die Region richtet sich insbesondere an Weininteressierte, zahlreiche Weingüter bieten Führungen und Verkostungen an. Die Moselstädte Remich, Grevenmacher und Wasserbillig laden zu Spaziergängen ein. Für Wandernde sind die drei Premiumwanderwege der „Traumschleifen“ hervorzuheben, die sich durch ihre landschaftliche Qualität und gute Infrastruktur auszeichnen.

Der touristische Schwerpunkt für die Region liegt derzeit auf dem Touring-Angebot entlang der Mosel mit weiterem Potenzial für das Gravelbiking. Der Moselradweg, als 4-Sterne-ADFC-Premiumroute mit einer Streckenführung über rund 35 Kilometer auf deutscher Seite, zählt zu den zehn beliebtesten Radfernwegen Deutschlands. Darüber hinaus

ergänzen thematische Touren wie „Romanum“, „Vinum“ und „Pomarium“ das bestehende Radangebot.

Eine ausgeprägte lokale Bikekultur mit aktiven Vereinen und regelmäßigen Veranstaltungen stärkt das fahrradtouristische Profil der Region. Diese Dynamik bietet Potenzial, die Moselregion künftig auch als Zielraum für Gravelbiker:innen zu etablieren. Aufgrund der landschaftlichen Gegebenheiten sowie der bereits bestehenden Infrastruktur- und Serviceangebote erscheint eine Entwicklung in diesem Segment besonders aussichtsreich. Eine Entwicklung von MTB-Angeboten wird nicht anvisiert.

Produkt- und Angebotsgestaltung im Gravelbiking

Gravelbiker:innen haben klare Erwartungen an das Angebot vor Ort, wie der MTB Monitor Gravel Edition 2024 bestätigt: An erster Stelle steht dabei eine attraktive Landschaft, die von 93 % der Befragten als besonders wichtig eingestuft wird. Es folgen Übernachtungsmöglichkeiten für eine Nacht mit 64 % und eine große Auswahl an Routen mit 58 %. Ebenso wichtig sind verfügbare GPS-Tracks und gute Kartensmaterialien, die ebenfalls 58 % der Befragten erwarten.

Einkehrmöglichkeiten spielen für 59 % eine zentrale Rolle, während 55 % der Befragten Wert auf gepflegte Routen legen. Pausenplätze sind für 53 % relevant. Für 46 % ist ein Bike-Angebot für alle Niveaus wichtig, um unterschiedlichen Fahrsprüchen gerecht zu werden.

Rund 40 % erwarten konkrete Tourenvorschläge und 39 % wünschen sich eine Fahrradwerkstatt oder einen Service vor Ort. 34 % der Befragten halten auch den Radtransport zum Reiseziel für wichtig. Spezialisierten Bike-Unterkünften messen 28 % der Befragten Bedeutung bei, während 23 % explizit auf spezielle Bike-Unterkünfte Wert legen.

Die Empfehlungen zur Angebotsgestaltung im Gravelbiking orientieren sich an den Zielgruppen und sollen Luxemburg in seiner regionalen Vielfalt erlebbar machen. Grundlage ist ein Basisangebot, das durch zielgruppenspezifische Elemente ergänzt werden kann.

Routen- und Wegeinfrastruktur

→ Ausbau und Vernetzung von Gravelrouten:

Die Entwicklung einer nationalen Gravelroute, die Luxemburg in seiner Gesamtheit erlebbar macht, soll das Herzstück des Gravelbike-Angebots bilden. Kürzere, lokale Touren unterstützen das Angebot und machen die Besonderheiten der Teilregionen erlebbar. Diese Strecken sind so zu konzipieren, dass sie unterschiedliche Schwierigkeitsgrade abdecken sowie die landschaftlichen Highlights und touristische Besonderheiten integrieren. Die Vernetzung mit bestehenden Radverkehrsachsen und Bahnhaltepunkten ermöglicht eine gute Erreichbarkeit, mehrere Zugangspunkte und damit eine hohe Individualisierbarkeit der Touren.

→ Qualitativ hochwertige Strecken:

Die Streckenprofile werden gezielt auf die Bedürfnisse der unterschiedlichen Zielgruppen ausgerichtet: Während flachere, gut fahrbare Abschnitte Genuss fördern und den Zugang für Gravel-Neulinge erleichtern, bieten technisch anspruchsvollere Passagen mit variierendem Untergrund sportlich ambitionierten Fahrer:innen die Möglichkeit, ihre Fähigkeiten zu beweisen. Ein Mix aus wassergebundenen Wegen, Schotterstrecken und asphaltierten Abschnitten sorgt für ein abwechslungsreiches und komfortables Fahrerlebnis. Besonders naturnahe Abschnitte werden so konzipiert, dass sie das typische Gravel-Feeling vermitteln, ohne Einsteiger:innen zu überfordern. Die Routen werden nicht vor Ort ausgeschildert, sondern digital über Routingportale und eingebundene GPX-Tracks bereitgestellt.

→ Nachhaltige Routenplanung:

Künftige Strecken führen auf bereits bestehender Infrastruktur. Wirtschafts- und Forstwege werden gezielt in das Routenangebot integriert, um neue Eingriffe in die Natur zu minimieren und bestehende Wege sinnvoll für das Gravelbiken zu erschließen. Dabei wird auf eine verträgliche Koexistenz mit anderen Nutzungsgruppen geachtet, etwa durch eine enge Abstimmung mit der Land- und Forstwirtschaft. Die Einbindung von bereits vorhandenen Radverkehrsachsen und Verbindungswegen stärkt zudem die Erreichbarkeit der Gravelrouten und umgeht die Notwendigkeit neuer baulicher Maßnahmen.

Besucherlenkung

→ Bereitstellung der Routen in Portalen und als GPX-Tracks:

Das Routenangebot sollte in Outdoorportalen wie Komoot und Outdooractive sichtbar gemacht und als GPX-Tracks bereitgestellt werden. Dies erleichtert die individuelle Tourenplanung (Wo soll gerastet werden? Wo geschlafen?), unterstützt die Orientierung im Gelände und trägt zur Besucherlenkung bei. Eine eigene Beschilderung ist nicht erforderlich, da

die Zielgruppe es gewohnt ist, mit GPS-Tracks zu navigieren. Zudem sind Gravelrouten im Vergleich oft länger und verlaufen über unterschiedliche Wegetypen. In Abschnitten mit Trailcharakter kann die bestehende MTB-Beschilderung genutzt werden, im Bereich des offiziellen Radverkehrsnetzes dient die vorhandene Radwegweisung zur zusätzlichen Orientierung.

Begleitende Infrastruktur

→ Einrichtung von Basisinfrastruktur für Pausen, Versorgung und Information:

Zur Steigerung der Aufenthaltsqualität entlang der Trails und Routen sollte eine umfassende, bedarfsgerechte Infrastruktur eingerichtet werden. Hierzu zählen Rast- und Picknickplätze, Trinkwasserversorgungsstellen, Toilettenanlagen sowie Wartungsstationen mit Luftpumpe und Basiswerkzeug. Ergänzend bieten Standorte mit Übersichtskarten Informationen zu den Routen, dem Radwegenetz und den Anbindungen an den öffentlichen Nahverkehr.

Gastronomie und Unterkunft

→ Vernetzung mit fahrradfreundlichen Gastgebern:

Gravelbiker:innen legen besonderen Wert auf authentische Erlebnisse und fahrradfreundliche Unterkünfte. Daher wird eine gezielte Vernetzung mit ausgewählten Gastgebern vorangetrieben, die sich durch eine besondere Atmosphäre und ein fahrradfreundliches Angebot auszeichnen. Dies umfasst unter anderem bett+bike-Betriebe, besondere Campingangebote, nachhaltige Gästehäuser, kleine Design-Unterkünfte sowie moderne Bike-Cafés und Restaurants, die auf die Bedürfnisse der Gravelbikenden eingehen und bspw. neben gesunden Speisen auch sichere Abstellmöglichkeiten und Tools für kleinere Reparaturen bieten.

Ergänzungsbiete zur Steigerung der Erlebnisqualität

→ Schaffung spezifischer Angebote für unterschiedliche Zielgruppen:

Das Gravelangebot wird auf die definierten Nutzungsgruppen ausgerichtet: sportlich ambitionierte Fahrer:innen und genussorientierte Freizeitradler:innen. Als ergänzende Angebote können, neben klassischen Touren, auch spezielle geführte Touren (z. B. Genusstouren mit einem kulinarischen Fokus) angeboten werden. Zudem können Events und Veranstaltungen (z. B. in Zusammenarbeit mit Vereinen) das Angebot weiter unterstützen, auch als Marketingmaßnahme, um Luxemburg als Standort für das Gravelbiken positionieren und sichtbar machen.

→ Gravelbike-Verleihangebote mit Tourenzubehör:

Ein verlässliches Verleihangebot mit gewarteten und technisch zuverlässigen Gravelbikes in unterschiedlichen Größen unterstützt die Attraktivität und Zugänglichkeit des Gesamtangebots. Optional können GPS-Geräte mit Routenvorschlägen, Packtaschen sowie Zubehör für Mehrtagestouren angeboten werden. Eine Einweisung in das Fahrverhalten und Fahrtechnik sollte erfolgen. Auch ein mobiler Pannenservice, Ersatzakkus für E-Bikes sowie die flexible Rückgabe an mehreren Standorten sind wünschenswert. Helme und Reperaturkits können ergänzend angeboten werden. Auf dieser Grundlage könnten aufbauende Kooperationen mit Radportgeschäften entstehen, die hochwertige Gravelbikes für die touristische Nutzung zur Verfügung stellen und als Testcenter fungieren.

Besonderheiten der Produkt- und Angebotsgestaltung für relevante Zielgruppen im Gravelbiken

Die Anforderungen und Erwartungen an Gravelbike-Angebote unterscheiden sich je nach Zielgruppe. Während genussorientierte Gravelbiker:innen insbesondere Wert auf landschaftliches Erleben, kulturelle Highlights sowie eine ausgewogene Streckenführung legen, stehen für sportlich orientierte Nutzer:innen längere, herausfordernde Strecken und ein möglichst störungsfreier Fahrfluss im Vordergrund. Die nachfolgende Übersicht stellt zentrale Aspekte der Angebotsgestaltung für beide Zielgruppen gegenüber und unterstützt die zielgerichtete Entwicklung differenzierter Routen- und Angebotskonzepte.

Besonderheiten der Produkt- und Angebotsgestaltung nach Zielgruppen

Aspekt	Genussorientierte Gravelbiker:innen	Sportorientierte Gravelbiker:innen
Streckenlänge, Höhenmeter	<ul style="list-style-type: none"> 30–80 km Länge 300–1000 Hm 	<ul style="list-style-type: none"> 80–150 km (teilweise mehr), bis 300 km als Rundkurs bis zu 1500 Hm
Tourgestaltung, Erlebnis	<ul style="list-style-type: none"> Tages- oder Halbtagestouren intensives Erleben einer Region oder Verbindung mehrerer Touren zu Rundtouren 	<ul style="list-style-type: none"> Tages- oder Halbtagestouren Verbindung mehrerer Touren zu fordernden Rundkursen in der Region
Verpflegung	<ul style="list-style-type: none"> Regelmäßige Verpflegungsmöglichkeiten entlang der Strecke Fokus: regionale Küche 	<ul style="list-style-type: none"> Fokus auf schnelle, energiereiche Versorgung, ausgiebige Verpflegung v. a. am Etappenziel Trinkwasserversorgung essentiell
Routeführung, Schwierigkeitsgrad	<ul style="list-style-type: none"> Abwechslungsreiche Fahrt mit moderaten Steigungen/Abfahrten technisch wenig herausfordernd 	<ul style="list-style-type: none"> Anspruchsvolle Strecken mit integriertem Höhenprofil technische Herausforderungen möglich
Wegebeschaffenheit	<ul style="list-style-type: none"> Vielfältige Geländearten ohne technische Schwierigkeit geeignet zum entspannten Erkunden 	<ul style="list-style-type: none"> Wassergebundene Wege, Waldwege, Trails, glatter Asphalt keine Doppelnutzung mit anderen Gästen
Startpunkt, Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> Bahnansbindung zur freien Gestaltung der Tourenlänge 	<ul style="list-style-type: none"> Zentraler Startpunkt gute Parkmöglichkeiten

Räumliche Verortung von Gravelangeboten

Im Gegensatz zum Mountainbiking existieren für das Gravelbiken bislang keine klar definierten Segmente oder Disziplinen. Entsprechend ist eine Fokussierung auf bestimmte Ausprägungsarten nicht gegeben. Gravelbiken zeichnet sich vielmehr durch eine hohe Flexibilität und Offenheit aus: Es verbindet Merkmale des Straßenradfahrens, des klassischen Trekkingradfahrens und des leichten Offroad-Radfahrens auf unbefestigten Wegen.

Diese Vielseitigkeit spiegelt sich auch in der Nutzererwartung wider: Während beim Mountainbiking spezifische technische Anforderungen, Streckenprofile und bauliche Elemente im Vordergrund stehen, suchen Gravelbiker:innen häufig flächige Landschaftserlebnisse, ruhige Wege abseits des motorisierten Verkehrs und eine Mischung aus sportlicher Betätigung und entspanntem Naturerleben. Technisch anspruchsvolle Strecken oder eigens angelegte Infrastrukturen sind dabei in der Regel nicht erforderlich.

In Luxemburg bietet die bestehende Wegeinfrastruktur gute Voraussetzungen für ein attraktives Gravelangebot. Die Nutzung kann dabei auf bereits vorhandenen Wegen erfolgen, sodass aufwändige Baumaßnahmen oder genehmigungsbedürftige Eingriffe in die Landschaft vermieden werden.

„Aufgrund der zahlreichen landschaftlichen Highlights und der kompakten Vielfalt auf kleinem Raum ist Luxemburg prädestiniert, sich als attraktive Destination für Gravelbiker:innen zu positionieren.“

4

Kommunikation und Vermarktung

Das bestehende und zukünftige Mountainbike- und Gravelangebot Luxemburgs muss gezielt vermarktet und kommuniziert werden, um sich in einem stark wachsenden und wettbewerbsintensiven Markt zu positionieren. Hierbei stehen die folgenden Fragen im Vordergrund:

- Welche Inhalte, Botschaften und Narrative sind für die definierten Zielgruppen relevant?
- Wie können diese Inhalte erzählt werden?
- Welche Emotionen, Worte und Bilder transportieren die Botschaft und erzeugen eine Verbindung zur Zielgruppe?
- Über welche Kanäle und Touchpoints entlang der Customer Journey erreichen wir die Zielgruppen effektiv und können sie überzeugen?

Ziel ist es, das Thema Mountainbike und Gravel in Luxemburg so zu kommunizieren, dass Aufmerksamkeit und Bekanntheit gesteigert werden und potenzielle Gäste durch emotionale Anreize zur tatsächlichen Nutzung der Angebote motiviert werden. Im Mittelpunkt steht die Aufgabe, aus bestehendem Interesse konkrete Besuche und Erlebnisse vor Ort entstehen zu lassen, das sorgt in der Folge auch für Wertschöpfung in den Regionen.

- Die Kommunikation soll sich dabei eng an der **Tourismusstrategie und der bestehenden Marketingstrategie bzw. Markenkommunikation Luxemburgs** orientieren. Sie stützt die Werte und Botschaften der Tourismusmarke. Authentizität, Qualität und emotionale Erlebbarkeit stehen dabei im Mittelpunkt.
- **Qualität** bildet die Grundlage der Vermarktung und ist maßgeblich für die Glaubwürdigkeit und Attraktivität des Angebots. Es gilt, die hochwertigen Infrastrukturen, Services und das ganzheitliche Erlebnis in den Fokus zu rücken. Mountainbike und Gravel werden dabei als Vehikel verstanden, um Land und Leute, Natur und Kultur authentisch zu erleben, nicht nur als sportliche Aktivität, sondern als Zugang zu besonderen regionalen Erlebnissen.
- **Regionalität** wird zum zentralen Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb. Sie schafft emotionale Verbindungen, erzählt Geschichten und fördert die Identifikation mit der Destination

Luxemburg. Besondere Naturräume, kulturelle Highlights und regionale Produkte werden als Stärken herausgearbeitet und kommunikativ in Szene gesetzt.

- Der Einsatz von **narrativen Elementen und Storytelling** ist in diesem Kontext ein geeignetes Instrument. Sie ermöglichen eine zielgruppengerechte Ansprache entlang der gesamten Customer Journey, von der Inspiration über die Information bis hin zum konkreten Erlebnis vor Ort. So wird Luxemburg als naturnahe, hochwertige und authentische Bike-Destination emotional für (potenzielle) Gäste erlebbar.
- Eine besondere Aufmerksamkeit liegt unter anderem auf der **Ansprache von Frauen**, die im Mountain- und Gravelbiking nach wie vor unterrepräsentiert sind. Studien zeigen, dass vor allem Mountainbiking und die mediale Darstellung der Sportart häufig von männlich geprägten Bildern dominiert werden, wodurch nicht männlich gelesene Personen sich oft ausgeschlossen oder nicht angesprochen fühlen. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, ist es wichtig, gezielt Kommunikationsformate und Inhalte zu entwickeln, die weibliche Perspektiven und vielfältige Erfahrungswelten sichtbar machen und stärken. Ziel ist, dass Luxemburg so Zugänge für bisher wenig beachtete Zielgruppen schafft und sich als progressive, offene Destination für MTB- und Graveltourismus positioniert.

Narrative und Positionierung

Was sind Narrative?

Narrative sind ein wirkungsvolles Kommunikationsinstrument, um Luxemburg als authentische, emotionale und attraktive Mountainbike- und Gravel-Destination zu positionieren, insbesondere in der Inspirations- und Informationsphase der Customer Journey. Sie übersetzen die Besonderheiten Luxemburgs in sinnstiftende Geschichten und schaffen so eine emotionale Verbindung zwischen Gästen und dem Land bzw. seinem Angebot.

Ein Narrativ vermittelt Werte, Identität und Einzigartigkeit eines Angebots. Es macht Erlebnisse greifbar, weckt Neugier und Orientierung – emotional, sinnhaft und identitätsstiftend.

Im Tourismusmarketing dienen Haupt- und Subnarrative dazu, ein konsistentes Bild der Destination zu zeichnen: Während das Hauptnarrativ eine übergreifende Botschaft formuliert, vertiefen Subnarrative spezifische Themen, Zielgruppen oder Erlebnisräume.

Gut gewählte Narrative differenzieren Luxemburg im Wettbewerb und stärken die touristische Marke. Sie machen das Angebot bereits in der Kommunikation erlebbar, fördern Vorfreude, binden Gäste emotional und schaffen ein Profil. Damit sind sie wesentlich für die erfolgreichen Positionierung Luxemburgs als Mountainbike- und Gravelregion.



Positionierung und Narrative Luxemburgs für MTB/Gravel

Die Rahmenbedingungen verdeutlichen: Luxemburg wird sich nicht als klassische Mountainbike-Destination mit spektakulären Downhill-Strecken oder großen Bikeparks positionieren. Vielmehr liegt die Stärke in einem naturnahen und qualitativ hochwertigen MTB- und Gravelangebot, das für breite Zielgruppen attraktiv ist, von genussorientierten Tourenbiker:innen und Einsteiger:innen bis zu sportlich orientierten Biker:innen.

Positionierung

- Luxemburg steht für ein Bike-Erlebnis, das Natur, Kultur und regionale Besonderheiten verbindet, abseits des Extremsports. Im Mittelpunkt stehen naturnahe Erlebnisse, kurze Distanzen, hohe Qualität und die Möglichkeit, das Land authentisch kennenzulernen.
- Die Kommunikation setzt gezielt auf emotionale Narrative, die diese Stärken herausarbeiten und als roter Faden durch alle Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen wirken. Dabei wird Teilhabe als Querschnittsaspekt verankert, Luxemburg spricht explizit auch Frauen, Einsteiger:innen und weniger technikorientierte Zielgruppen an.

„Luxemburg steht für ein Bike-Erlebnis, das Natur, Kultur und regionale Besonderheiten verbindet, abseits des Extremsports. Im Mittelpunkt stehen naturnahe Erlebnisse, kurze Distanzen, hohe Qualität und die Möglichkeit, das Land authentisch kennenzulernen.“

Kernelemente der Narrative

Um das geplante MTB- und Gravel-Angebot erfolgreich zu kommunizieren, sind zentrale Kernelemente festgelegt, die in allen Narrativen aufgegriffen werden. Diese Kernelemente bündeln thematisch verschiedene Schwerpunkte und schaffen so eine klare Grundlage für eine einheitliche und wirkungsvolle Ansprache der Zielgruppen:

- **Erlebnis**
Neue Perspektiven, Natur- und Kulturerlebnisse, Entdecken im eigenen Tempo, sicher und entspannt, für alle Niveaus
- **Emotionen**
Wohlfühlen, Teil einer Community sein, Leidenschaft, Abschalten, Akzeptanz
- **Einzigartigkeit**
Privilegierter Zugang zu Natur, das Unerwartete entdecken, keine Massen, einzigartige Erlebnisse, Geheimtippcharakter
- **Qualität**
Offen und einladend, regionale Küche und Kultur, Qualität der Wege und Infrastruktur, Planbarkeit und Sicherheit
- **Geografie**
Kleine Distanzen, Vielfalt der Landschaften, gepflegte Strecken, ruhige Umgebung
- **Zielgruppenbezug**
Trails für alle Niveaus, natürlicher Flow, Anfänger:innen- und familienfreundlich, Ansprache marginalisierter Gruppen

Zentraler kommunikativer Rahmen

Die Kommunikation verzichtet bewusst auf eine Inszenierung von Adrenalinsport oder Extremerlebnissen. Im Fokus stehen zugängliche und naturnahe Erlebnisse für verschiedene Fahrniveaus, emotionales Storytelling mit authentischen Menschen sowie die Betonung der regionalen Besonderheiten Luxemburgs. Aktivität und Genuss werden gezielt mit starken Bezügen zu Natur, Kultur und Kulinarik verknüpft.

Beispiele zum Hauptnarrativ⁷

- „Luxemburg: Wege, die verbinden – Natur erleben, Kultur entdecken, Freiheit spüren!“
- „Erlebe Luxemburgs Flow – Ursprüngliche Natur, sichere Trails, grenzenloser Genuss.“
- „Luxemburg – Spüre die Natur, entdecke Kultur, erweitere deinen Horizont“
- „Luxemburg: Ein Land, unzählige Trails – Dein persönliches Abenteuer.“

Beispiele zu Subnarrativen

Genussorientierte Zielgruppen:

- „Luxemburg auf breiten Reifen – Sanfte Trails, lokale Kultur und beeindruckende Natur entdecken.“
- „Natürlich, einzigartig, sicher – Gestalte dein Bike-Abenteuer in Luxemburg.“
- „Finde deinen Rhythmus – Sanfte Trails, unvergessliche Landschaften und regionale Kulturbabenteuer im eigenen Tempo“
- Sportorientierte Zielgruppen:
- „Jeder Anstieg eröffnet neue Perspektiven – Entdecke spannende Trails, die dich herausfordern.“
- „Dein Abenteuer in Luxemburg – Anspruchsvolle Trails und sportliche Routen in atemberaubender Kulisse.“
- „Luxemburg ruft – Technische Trails, große Herausforderungen und spektakuläre Natur.“



Handlungsempfehlungen

Die erfolgreiche Positionierung Luxemburgs als Mountainbike- und Gravel-Destination erfordert eine strategisch abgestimmte Kommunikation, die auf klaren Zielgruppenansprüchen, emotionalen Erzählmustern und hochwertigen Inhalten basiert.

Nachfolgend werden zentrale Empfehlungen für die Umsetzung dieser Kommunikation angeführt. Im Fokus stehen dabei übergeordnete Maßnahmen und ergänzend spezifische Ansätze für die unterschiedliche Zielgruppen. Zusätzlich wird aufgezeigt, wie die Kommunikation von Naturschutzregeln gelingen kann.

Übergeordnete Empfehlungen

Zur erfolgreichen Vermarktung des Mountainbike- und Gravelangebots Luxemburgs ist es notwendig, die Kommunikation konsequent auf die Bedürfnisse der Zielgruppen und die regionalen Stärken auszurichten. Inhalte müssen emotional ansprechen, differenziert aufbereitet und über geeignete Kanäle verbreitet werden. Dazu gilt es, geeignete Maßnahmen umzusetzen, von der gezielten Integration des Angebots in bestehende Marketingstrukturen bis zur Entwicklung hochwertiger Inhalte und Formate für verschiedene Plattformen. Die folgenden Empfehlungen zeigen konkrete Ansätze, wie das Angebot effektiv kommuniziert, sichtbar gemacht und nachhaltig positioniert werden kann.

Zielgerichtete Einbindung in die bestehende Marketingstrategie Luxemburgs:

Eine gezielte und passgenaue Integration des Themas Mountain- und Gravelbiking in die bestehenden Kommunikationsstrukturen Luxemburgs wird angestrebt. Diese Herangehensweise ermöglicht es, das neue Angebot wirkungsvoll im nationalen wie internationalen Kontext zu verankern, bestehende Reichweiten zu nutzen und Synergien zu stärken. Es wird angeregt, grenzüberschreitend zu denken und bestehende Kooperationen auszubauen, etwa mit Belgien, Lothringen und der Eifel. Rund 40 % der Gäste kombinieren ihren Luxemburg-Aufenthalt mit dem Ausland, wodurch die Großregion als Reiseziel an Attraktivität gewinnt. Im Mittelpunkt steht dabei die zielgruppengerechte Ansprache, die auf den im Prozess entwickelten

Narrativen und Inhalten aufbaut. Auf dieser Grundlage werden im Folgenden zentrale Maßnahmen empfohlen, die eine Kommunikation und Positionierung des Angebots unterstützen.

→ **Strategische Weiterentwicklung der Online-Kommunikation im Fahrradtourismus:** Das Thema Radtourismus sollte auf der zentralen Plattform VisitLuxembourg strukturell neu aufgesetzt und in seiner Gesamtheit gestärkt werden. Die Angebote aller Raddisziplinen (Touring, Mountainbike, Gravel und Rennrad) sind gebündelt darzustellen und als gleichwertige Facetten eines gemeinsamen Themenbereichs sichtbar zu machen. Dies schafft Übersichtlichkeit, verbessert die Nutzerorientierung und stärkt den Stellenwert des Radtourismus in Luxemburg. Ergänzend dazu sind die bestehenden Webseiten und Landingpages hinsichtlich Struktur, Zielgruppenansprache und inhaltlicher Schärfung zu optimieren. Die themenspezifische Aufbereitung, insbesondere für die Bereiche Mountainbike und Gravel, erfolgt dabei zielgerichtet auf Basis der im Prozess erarbeiteten Ergebnisse und unter Einsatz hochwertigen Contents. Auch die Bespielung und Pflege von quellmarktrelevanten Plattformen wie RouteYou oder Wikiloc ist Bestandteil einer strategisch ausgerichteten Kommunikation.

→ **„Content-Baukasten“ und Angebot:** Kommunikation benötigt vielseitig einsetzbare Inhalte. Daher empfiehlt sich die frühzeitige Entwicklung eines Content-Baukastens mit Texten, Bildmotiven, Kartenmaterial sowie stimmungsvollen Erlebnis- und Hintergrundbeschreibungen zu Regionen, Menschen oder der Verbindung von Kultur und Natur. Parallel sollte die Angebotsstruktur klar definiert werden: Welche Regionen, Routen, weiterführende Aspekte und Infrastrukturangebote stehen im Zentrum der Kommunikation?

→ **Einstellung, Pflege und Vermarktung des Angebots auf relevanten (Outdoor-) Plattformen** insbesondere auf Komoot und Outdooractive, inklusive weiterführender Informationen, emotionaler Beschreibung und ansprechender Medien (siehe auch Kap. 4.2.2 Kommunikation auf Online-Portalen)



→ **Integration des Themas in weitere bestehende Kommunikationsmaterialien von Luxemburg (online und analog),** bspw. VisitLuxembourg-App, LUCI-Magazin und Landingpages der ORT mit emotionaler, zielgruppenorientierter Darstellung der Erlebnisse rund um das Thema MTB und Gravel, unter Nutzung von hier aufgezeigten Narrativen; Verankerung des Angebots und Kommunikation über Rad- und Erlebniskarten.

→ **Entwicklung von zielgruppenorientierten (Cross-) Marketing-Kampagnen** Entwicklung von Kampagnenformaten für Mountainbike- und Gravelbiking in Luxemburg, die gezielt unterschiedliche Bedürfnisse der genuss- und sportorientierten Zielgruppen ansprechen, Bewerbung national und international (v. a. in der Großregion), crossmedial

→ **Initiierung und Umsetzung einer nationalen „Share the Trail“-Kampagne** Ziel ist die Sensibilisierung für ein respektvolles und sicheres Miteinander aller Nutzungsgruppen um Nutzungskonflikten vorzubeugen. Inhaltlich orientiert sich die Kampagne an bewährten Modellen, wie denen des Deutschen Wanderverbands oder des Alpenvereins. Empfohlen ist die Entwicklung einer crossmedialen Content-Kampagne, die verschiedene Formate wie Social Media, Print und Video umfasst. Ergänzend sollen Informationsmaterialien erstellt, Beschilderungen vor Ort umgesetzt sowie die zentralen Botschaften in Websites, Tourenportale und digitale Routenführer integriert werden. Die Umsetzung erfolgt in enger Abstimmung mit den zuständigen Naturschutzbehörden sowie regionalen und lokalen Partner:innen.

Kommunikation auf Online-Portalen

Digitale Outdoorplattformen sind heute zentrale Werkzeuge für die Planung und Durchführung von Touren. Marktforschungsdaten zeigen, dass die Angebote **Komoot** und **Outdooractive** besonders relevant sind, ergänzt durch **Google** für die Vorbereitung und Anreise. **Strava** spielt im sportlichen Bereich eine Rolle, ist touristisch jedoch nachrangig. Hochspezialisierte Plattformen wie **Trailforks** eignen sich aufgrund ihres Fokus auf technische Trails und Rankings nicht für die anvisierten Zielgruppen.

→ **Komoot**: Die Plattform überzeugt durch eine nutzerfreundliche Oberfläche, die eine intuitive Navigation und einfache Routenplanung ermöglicht. Mit vielfältigen Kartenoptionen und interaktiven Funktionen unterstützt Komoot Nutzer:innen bei der Planung und dem Teilen ihrer Touren. Obwohl keine spezifische Suchfunktion für einzelne Anbieter:innen vorhanden ist, empfiehlt sich eine Präsenz für ausgewählte Routen. Alsreichweitenstarke App mit großer Community bietet Komoot gute Sichtbarkeit, sowohl in der App als auch über Direktzugriffe. Zudem stärkt die Plattform die eigene SEO-Strategie wirksam. Registrierte Nutzer:innen: 25 Mio.

→ **Outdooractive**: Die Plattform legt den Schwerpunkt auf detaillierte Karten und umfassende Informationen zu Routen und Points of Interest. Das Interface ist funktional, aber möglicherweise etwas weniger intuitiv. Dafür gibt es eine Suchfunktion, die auch die Recherche spezifischer Anbieter:innen zulässt. Registrierte Nutzer:innen: 6 Mio.

→ **OpenStreetMap (OSM)**: Die Pflege von Wegetrasse und Routendaten in OSM ist entscheidend für die Qualität und Nutzbarkeit digitaler Karten- und Navigationsdienste. Besonders im Outdoor-Bereich sind aktuelle, korrekt eingetragene Wege unverzichtbar, da viele Apps direkt auf OSM-Daten zugreifen. Gepflegte Routendaten erleichtern die Orientierung, verbessern die Nutzerfreundlichkeit und leisten zugleich einen wichtigen Beitrag zur Besucherlenkung und zum Schutz sensibler Natur- und Erholungsräume.

Rund 58 % bevorzugen den Download von Touren als GPX-Track, wobei je nach Zielgruppe auch unterschiedliche Plattformen zur Planung und Navigation genutzt werden:

- Sportlich orientierte Radfahrende, insbesondere Gravelbiker:innen und Mountainbiker:innen, sind vor allem (95 %) auf Komoot (48% auch auf Strava) aktiv.
- Genussorientierte Radfahrende bzw. Tourenradler:innen (und auch Wandernde) greifen hingegen zusätzlich häufig auf Outdooractive zurück.

Bei der parallelen Nutzung mehrerer Plattformen ist eine differenzierte Ansprache entscheidend. Inhalte sollten nicht identisch übernommen werden, um duplicated Content zu vermeiden. Eine Aktivität auf anderen Plattformen wird nicht empfohlen, da das Suchvolumen bereits zu 100% von Komoot, Outdooractive und Google Maps abgedeckt wird.



Kommunikation von Naturschutzregeln

Sowohl Mountainbiken als auch Gravelbiken sind Aktivitäten, die in der Natur stattfinden, teilweise auch in **geschützten oder ökologisch besonders sensiblen Bereichen**. Dies stellt, bis auf die Gebiete, wo das Fahrradfahren laut Règlement Grad-Ducal verboten ist, grundsätzlich kein Ausschlusskriterium dar. Nichtsdestotrotz ist gerade in diesen Gebieten die **Kommunikation von Naturschutzregeln** besonders wichtig, um Konflikte zu vermeiden, das Bewusstsein für den Naturraum zu schaffen, Natur und Umwelt zu schützen und gleichzeitig ein positives Erlebnis für die Nutzer:innen zu ermöglichen.

Um die Regeln zur Nutzung der Angebote und zum Umgang mit der Natur zu kommunizieren, bietet die Besucherlenkung wichtige Anknüpfungspunkte, sowohl **vor** Beginn einer Tour, also insbesondere bei der Planung, als auch **während** der Tour:

Über gezielte **Hinweise entlang von Strecken** können Informationen zu naturverträglichem Verhalten vermittelt und das Bewusstsein der Bikenden für den Schutz von Natur und Landschaft gestärkt werden. Auch andere Erholungssuchende profitieren von klaren Signalen und Hinweisen, die helfen, Nutzungskonflikte zu vermeiden und ein **respektvolles Miteinander** im Naturraum zu fördern. Direkte Steuerungsmaßnahmen wie reine Betretungsverbote erzielen dabei jedoch oft nicht die gewünschte Wirkung⁸. Entscheidend für den Erfolg solcher Maßnahmen ist die Art der Ansprache der Gäste: Besonders wirksam sind **positive Formulierungen**, personalisierte Empfehlungen und der Appell an das Verantwortungsgefühl der Gäste, anstelle von reinen Verboten. So werden Akzeptanz und Wirkung der Lenkungsmaßnahmen deutlich erhöht. Wichtig hierbei ist außerdem, den Schutzzwecke (was wird geschützt und wieso?) zu erklären, da dies zur Akzeptanz von Regeln beiträgt.

Für den Bereich der **digitalen Besucherlenkung**, insbesondere bei der Planung von Touren, ist auch die Mitgliedschaft des Ministeriums für Wirtschaft im Verein **Digitize the Planet e.V. (DtP)** von besonderer Bedeutung. Der Verein sammelt und strukturiert weltweit freizeitrelevante Naturschutzinformationen und stellt sie digital zur Verfügung. Outdoor-Plattformen können so ihre Nutzer:innen bereits bei der **Tourenplanung** über lokale Regelungen, Gesetze und Schutzgebiete informieren, indem sie die Datengrundlage des Vereins direkt in die Routingoptionen einbetten und beispielsweise durch das Hinterlegen von Betretungsverboten eine Tourenplanung bzw. ein lückenloses Routing durch entsprechend sensible Gebiete gar nicht erst ermöglichen.

Dieser digital gestützte Ansatz fördert ein verantwortungsvolles Verhalten der Gäste und trägt wesentlich dazu bei, Konflikte sowie negative Auswirkungen auf geschützte Naturräume zu minimieren. Er unterstützt damit konkret die im **Nachhaltigkeitskonzept** des Landes Luxemburg festgeschriebene Leitlinie zum Schutz der ökologischen Grundlagen. Darüber hinaus stellt er eine Maßnahme im Umsetzungsbereich der **Nachhaltigkeitskommunikation** dar und leistet einen Beitrag zur Umsetzung nachhaltiger Markt- und Vermarktungsstrategien, insbesondere im Kontext eines effektiven und zielgerichteten Besuchermanagements.⁹

Empfehlungen für genussorientierte Zielgruppen

Erlebnis und Entdeckung im Mittelpunkt: Die Kommunikation stellt die Vielfalt der Landschaften, die Möglichkeit, Natur und Kultur in eigenem Tempo zu entdecken, sowie die Verknüpfung von Aktivitäten mit Genussmomenten, wie regionaler Kulinarik, in den Vordergrund. Inhalte sollten Entdeckerfreude und Entspannung vermitteln, mit einem Fokus auf vielfältige und familienfreundliche Erlebnisse mit niedrigschwelligem Zugang.

Kernbotschaften

- Entspanntes Entdecken in eigenem Tempo
- Verbindung von Biken mit Naturerleben, regionaler Kulinarik und kulturellen Erlebnissen
- Sicherheit, Familienfreundlichkeit und Zugänglichkeit
- Geschichten von Menschen aus Luxemburg

Emotionen, Bildsprache und Tonalität:

- **Emotionen:** Spaß, Freiheit, Sicherheit, Leichtigkeit, Zugehörigkeit und Entschleunigung; erleben von Natur, Kultur, Kulinarik sowie Land und Leute im eigenen Tempo, wobei die Inhalte Entdeckerfreude wecken und kleine Abenteuer sowie neue Perspektiven zeigen – unaufdringlich und inspirierend
- **Bildsprache:** Authentische, emotionale Motive mit Menschen und Erlebnissen; (z. B. Einsteiger:innen, Gruppenmomente an einem Trail, Pausenmomenten mit Helm auf dem Tisch); im Mittelpunkt stehen Natur, Kultur sowie Land und Leute, der Fokus liegt nicht unmittelbar auf dem Fahrrad
- **Tonalität:** Informell, neugierig, einladend und motivierend, Interesse schaffen und aufgreifen
- **Beispiel-Begriffe:** „Freiheit“, „Dein Flow“, „Entdecke das Land“, „Qualitätsrouten“, „Finde Dein eigenes Abenteuer“

Kanäle und Formate

- Entwicklung von Stories und Geschichten, inkl. Produktion qualitativ hochwertiger Medien
- Website-Optimierung: Narrative Integration; Angebote und Routen mit zielgruppenorientierter Beschreibung, Highlights, Weiteres; emotionale und qualitative Bilder (ggf. Bewegtbilder)
- Darstellung und Kommunikation auf Outdoorplattformen (v. a. Komoot bzw. Outdooractive) und den Internetseiten der ORT für inspirierende Tourenvorschläge
- Nutzung von Social Media (v. a. Instagram, YouTube) mit Fokus auf emotionale Bild- und Videowelten
- Influencer:innen-Kooperationen (z. B. Familien, Genuss- und Lifestyle-Kanäle/Blogs, Familien-Influencer:innen mit Story-Ansätzen wie „3 Tage Luxemburg“)
- Produktion hochwertiger Kurzvideos, die Natur, Entdeckungsfreude und Genuss an attraktiven Orten vermitteln, nutzbar für Webseite, Social Media etc. (bspw. „MTB/Gravel in LUX“, „Slow Cycling Guttland“)
- Darstellung im LUCI-Magazin und in weiteren touristischen Kommunikationsmaterialien für ergänzende Reichweite (analog und online)
- Physische Karten und Broschüren als ergänzendes Angebot vor Ort und als Übersicht
- Entwicklung einer MTB- und Gravelbike-Kultur und Präsentation, z. B. „Slow Cycling Guttland“

Zeitliche Fokussierung

- **Frühling/Sommer:** Familien- und Genussthemen
- **Herbst:** Kurztrips, Kulinarik und Naturerlebnisse

Empfehlungen für sportorientierte Zielgruppen

Abenteuer und sportliche Herausforderung im Fokus: Die Ansprache setzt gezielt auf technische Strecken, ikonische Anstiege und persönliche Erfolgserlebnisse bzw. Challenges. Luxemburg wird als vielseitige Trainings- und Erlebnisdestination positioniert, dennoch aber verbunden mit den Themen Natur, Kultur, Kulinarik. Inhalte sollen Abenteuer, Entdeckung und Fitness in den Vordergrund rücken.

Kernbotschaften

- Anspruchsvolle Trails in verschiedenen Schwierigkeitsgraden in Luxemburg
- Verbundene Trails, Höhenmeter und technische Herausforderungen
- Trainingsmöglichkeiten und sportliche Events bzw. Challenges (z. B. „Fastest known Time“-Segmente, Stoneman)
- Ikonische Anstiege und spektakuläre Aussichten

Emotionen, Bildsprache und Tonalität:

- **Emotionen:** Leidenschaft (fürs Biken), Abenteuer und Aufregung, Freiheit und Entdeckergeist; sportliche Biker:innen suchen Herausforderungen, persönliche Erfolge und starke Trails
- **Bildsprache:** Authentische, emotionale Motive mit Menschen und Erlebnissen; dynamisch, kraftvoll mit Fokus auf Bewegung, das Rad, die Trails sowie Distanzen, Intensität, Challenges, Anstiege und persönliche Erfolge; Naturkulissen und Trail-Perspektiven schaffen emotionale Tiefe.
- **Tonalität:** Aktivierend, motivierend und direkt, geprägt von Leidenschaft fürs Thema
- **Beispiel-Begriffe:** „Lux Trails warten auf dich“, „Finde deine Herausforderung“, „Verborgene Schätze entdecken“, „Sich verlieren – und ankommen“.

Kanäle und Formate

- Entwicklung von Stories und Geschichten, inkl. Produktion qualitativ hochwertiger Medien
- Website-Optimierung: Narrative Integration; Angebote und Routen mit zielgruppenorientierter Beschreibung, Highlights, Weiteres; emotionale und qualitative Bilder (ggf. Bewegtbilder), Weiterleitung zu relevanten Online-Portalen (Komoot/Strava)
- Darstellung und Kommunikation auf Komoot und Strava mit gezielten Routen- und Challenge-Angeboten (z. B. „fastest known time“); Gruppenfunktion kann zur Vernetzung von lokalen und touristischen Akteur:innen genutzt werden
- Nutzung von Social Media (v. a. Instagram, YouTube) mit Hero-Stories, Videoblogs und User Generated Content (z. B. auch Gäste und Nutzer:innen ihre Erfahrung berichten lassen)
- Influencer:innen-Kooperationen (mit sportlich orientierten Influencer:innenn)
- Anzeigen und Beiträge in relevanten Sport- und Bike-Magazinen
- Kooperation mit Clubs und Veranstaltern für authentische Erlebnisse und Reichweite, (bspw.): Geführte Touren („Randonnée guidée“), Events/Festivals
- Kampagnen zur Vorsaison für Trainingscamps und sportliche Aufenthalte (bspw. „Lux Trails erwarten Dich“)

Zeitliche Fokussierung

- **Vorsaison:** Trainingscamps, Sportreisen
- **Winter:** gezielte Online-Kampagnen (denkbar: Werbung mit Anzeigen über Zwift oder anderen Indoor-Apps)

5

Vision

Luxemburg wird als naturnahe, diverse und aufgeschlossene Destination für Mountainbiking und Gravelbiking in Europa etabliert. Mit dem Charme eines Geheimtipps setzt das Land auf Nachhaltigkeit, Naturerlebnis und Teilhabe: Luxemburg wird zum Hotspot für Aktivurlauber:innen, die sportliche Herausforderung, Genuss und Natur in sicherer und einladender Umgebung verbinden wollen.

Das Land ist einstiegsfreundlich und erleichtert den Zugang zum Sport, um Menschen für das naturnahe Biken zu begeistern. Besonders Familien und Frauen werden so angesprochen. **Der Fokus der Angebote liegt nicht auf technischem Anspruch oder rasanten Abfahrten, sondern auf dem Naturerlebnis, welches durch das Biken ermöglicht wird.** Dies spiegelt sich auch in der Zielgruppenansprache und im Marketing wider. Damit etabliert sich das Land beispielhaft in der Entwicklung entsprechender Bike-Destinationen.

Die Markenwerte der Tourismusstrategie finden sich im Mountainbike- und Gravelangebot wieder:

- **Verlässlichkeit:** Das Mountainbiken und Gravelbiken in Luxemburg ist sicher. Die Wege sind gut markiert und gepflegt sowie Informationen zur Sicherheit sind vorhanden.
- **Offenheit:** Luxemburg ist eine weltoffene, tolerante, diverse und aufgeschlossene Destination, die jeden Menschen, unabhängig von Geschlecht, Alter oder Erfahrung willkommen heißt und ihm Raum zur persönlichen Weiterentwicklung bietet. Neues Denken und Empowerment werden gefördert. Dabei soll der Zugang insbesondere für Frauen, die im Mountainbiken oft unterrepräsentiert sind, vereinfacht werden.
- **Dynamik:** Luxemburg als Destination für Mountainbike und Gravelbike bietet unerwartete und kontrastreiche Erlebnisse. Das Biken bietet eine neue Perspektive, Natur und Stadt kennen zu lernen.

„Das Fahrrad dient in erster Linie als Mittel, um die Landschaften und die unterschiedlichen Regionen des Landes aktiv und intensiv zu erleben.“



6

Kontakte

Die Erarbeitung des Konzeptes erfolgte in Zusammenarbeit mit den fünf Offices Régionaux du Tourisme sowie den externen Berater:innen von BTE Tourismus- und Regionalberatung:

**Ministerium für Wirtschaft,
Generaldirektion Tourismus**
sentiers@eco.etat.lu
www.meco.gouvernement.lu



ORT Guttland
info@visitgutland.lu
www.visitgutland.lu



ORT Éislek
info@visit-eislek.lu
www.visit-eislek.lu



ORT Région Moselle Luxembourgeoise
info@visitmoselle.lu
www.visitmoselle.lu



**ORT Région Mullerthal -
Petite Suisse Luxembourgeoise**
info@mullerthal.lu
www.mullerthal.lu



ORT Sud
info@visitminett.lu
www.visitminett.lu



Legende

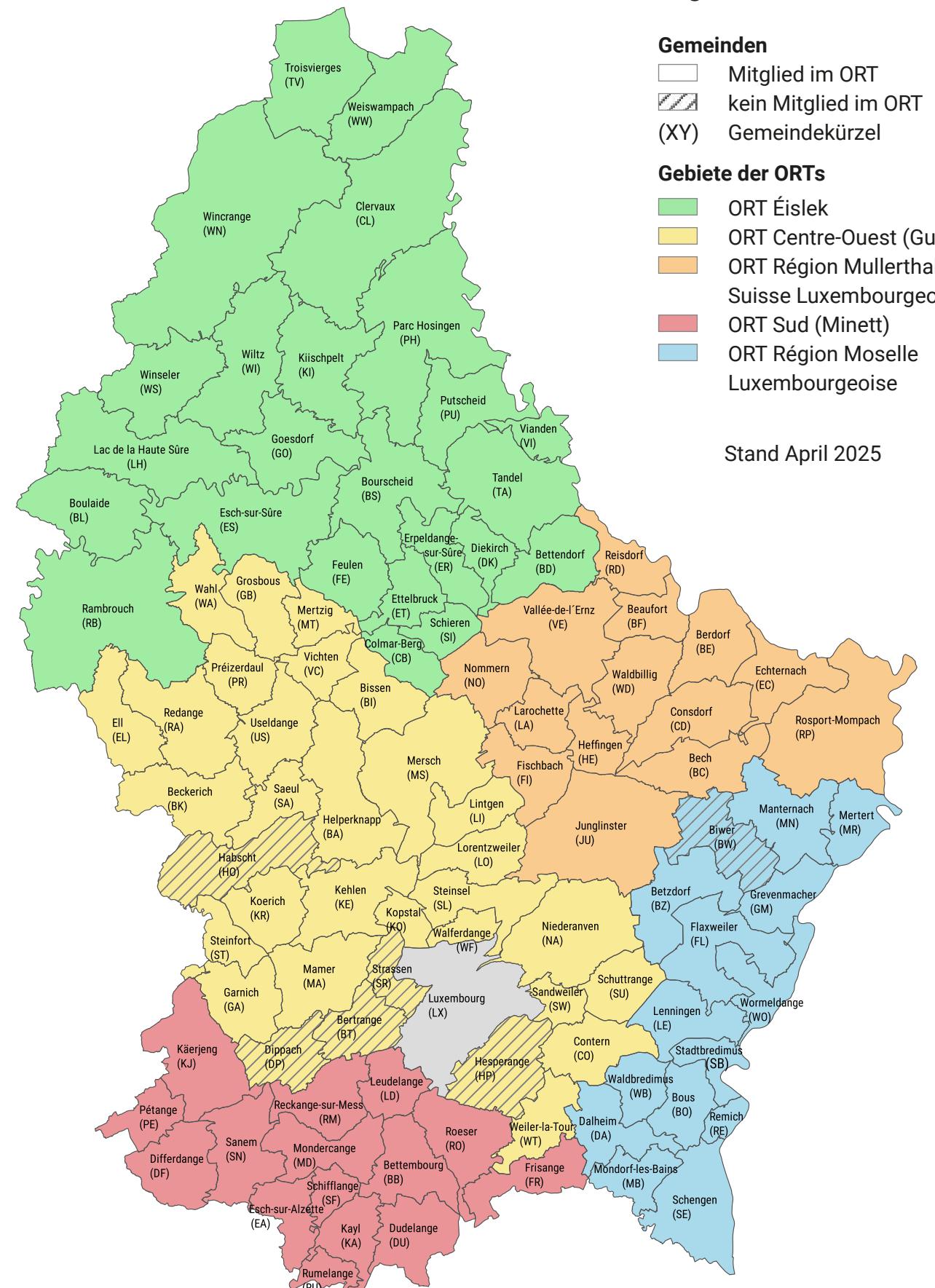
Gemeinden

- Mitglied im ORT
- ▨ kein Mitglied im ORT
- (XY) Gemeindekürzel

Gebiete der ORTs

- ORT Éislek
- ORT Centre-Ouest (Guttland)
- ORT Région Mullerthal - Petite Suisse Luxembourgeoise
- ORT Sud (Minett)
- ORT Région Moselle Luxembourgeoise

Stand April 2025



Literatur- und Quellverzeichnis

- **Administration du Cadastre et de la Topographie (o. J.):** Geoportail Luxembourg – Thema Tourismus. Online verfügbar unter: <https://map.geoportail.lu/theme/tourisme?lang=fr> (Zugriff am 25.03.2025).
- **Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V. (ADFC) (2024):** ADFC-Radreiseanalyse 2024 – Radreisejahr 2023 | Ergebnisbericht. Berlin.
- **Deutscher Alpenverein e.V. (DAV) (2020):** Mountainbiken im DAV – Auswertung der Online-Umfrage. München.
- **Deutsche Initiative Mountainbike e.V. (DIMB) (2010):** Große Bikerumfrage 2010 – Auswertung der Online-Umfrage. Haar.
- **GRAN FONDO Cycling Magazine (2019):** Ergebnisse der Leserumfrage 2019. Online verfügbar unter: <https://granfordo-cycling.com/de/ergebnisse-leserumfrage-2019/> (Zugriff am 25.03.2025).
- **GRAN FONDO Cycling Magazine (2020):** GRAN FONDO-Leserumfrage 2020 – Ergebnisse. Online verfügbar unter: <https://granfordo-cycling.com/de/leserumfrage-2020-ergebnisse/> (abgerufen am 25.03.2025).
- **Großherzogtum Luxemburg (2023):** Loi du 23 août 2023 sur les forêts. Journal officiel du Grand-Duché de Luxembourg, Mémorial A, Nr. 544 vom 24. August 2023.
- **Haag, A. (2021):** How to create attractive mountain biking in Luxembourg? An assessment with recommendations for improvement. Travail de Réflexion, Ministère de l'Économie – Direction Générale du Tourisme. Luxemburg.

- **IMBA Europe. (o. J.):** Women in Mountain Biking. Online verfügbar unter: <https://www.imba-europe.org/networks/women-in-mountain-biking/> (abgerufen am 08.04.2025).
- **Institut für Demoskopie Allensbach (2022):** Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) 2022 – Sport und Freizeit. Auszug. Allensbach.
- **Luxembourg for Tourism (o. J.): Nature & Outdoors – Visit Luxembourg. Online verfügbar unter:** <https://www.visitluxembourg.com/experience-luxembourg/nature-outdoors> (Zugriff am 25.03.2025).
- **Luxembourg for Tourism (LFT) (2020):** Visit Luxembourg Brand Book – Neue Perspektiven. Luxemburg.
- **Luxembourg for Tourism (LFT) (2023):** Theme Profil Mountainbiking. Luxemburg.
- **Luxembourg for Tourism (LFT) (2023):** Theme Profil Cycling & Mountainbiking. Luxemburg.
- **Ministère de l'Économie – Direction générale du Tourisme (MECO) (2022):** Mënschen, Regiounen an Ekonomie – Tourismusstrategie Lëtzebuerg. Luxemburg.
- **Ministère de l'Économie – Direction générale du Tourisme (MECO) (2024):** Nachhaltigkeitskonzept für den Tourismus in Luxemburg. Langfassung (DE). Luxemburg.
- **Moczek, N., Dworschak, U. & Klar, C. (2020):** Besucherverhalten im Nationalpark Berchtesgaden – Auswirkungen von Social Media. Natur und Landschaft, 95. Jahrgang, Heft 11, S. 492–499. DOI: 10.17433/11.2020.50153853.492-499.
- **Mountainbike Tourismusforum Deutschland (MTF) (2022):** Mountainbike-Monitor 2022. Leipzig.
- **Mountainbike Tourismusforum Deutschland (MTF) (2022):** Mountainbike-Monitor 2022 – Sonderauswertung Luxemburg. Leipzig.
- **Mountainbike Tourismusforum Deutschland (MTF) (2024):** Gravel-Monitor 2024 – Sonderauswertung Luxemburg. Leipzig.
- **Sächsische Netzwerkstelle für Mountainbike-Tourismus (SNMTB). (o. J.):** Ökonomische Effekte des Mountainbike-Tourismus. Online verfügbar unter: <https://www.netzwerk-mtb-tourismus.de/fachwissen-arbeitshilfen/effekte-mountainbike-tourismus/oekonomische-effekte-mtb/> (Zugriff am 08.04.2025).
- **Similarweb (o. J.): Similarweb – Digital Intelligence Platform.** Online verfügbar unter: <https://www.similarweb.com/> (Zugriff am 23.10.2023).
- **Spotswood, F., Hurcombe, M. & Moxey, M. (2024):** The emergence of new mountain biking media practices: toward a culture of inclusive mountain biking. In: Sport in Society. DOI: 10.1080/17430437.2024.2424556.
- **Zweirad-Industrie-Verband (ZIV) (2020):** Marktdaten Fahrradindustrie 2020 – Präsentation der Pressekonferenz am 11.03.2020. Online verfügbar unter: https://www.ziv-zweirad.de/wp-content/uploads/2023/09/PK-2020-11-03-2020_Praesentation-1.pdf (Zugriff am 25.03.2025).

- **Zweirad-Industrie-Verband (ZIV) (2022):** Marktdaten Fahrradindustrie 2022 für das Geschäftsjahr 2021. Online verfügbar unter: https://www.ziv-zweirad.de/wp-content/uploads/2023/09/ZIV_Marktdatenpraesentation_2022_fuer_Geschaeftsjahr_2021.pdf (Zugriff am 25.03.2025).
 - **Zweirad-Industrie-Verband (ZIV) (2023):** Marktdaten Fahrradindustrie 2023 für das Geschäftsjahr 2022. Online verfügbar unter: https://www.ziv-zweirad.de/wp-content/uploads/2023/09/ZIV_Marktdatenpraesentation_2023_fuer_GJ_2022.pdf (Zugriff am 25.03.2025).
 - **Zweirad-Industrie-Verband (ZIV) (2024):** Marktdaten Fahrradindustrie 2024 für das Geschäftsjahr 2023. Online verfügbar unter: https://www.ziv-zweirad.de/wp-content/uploads/2024/03/ZIV_Marktdatenpraesentation_2024_fuer_GJ_2023.pdf (Zugriff am 25.03.2025)
- 1 vgl. Luxembourg for Tourism (LFT) 2020

2 vgl. Luxembourg for Tourism (LFT) 2024

3 vgl. Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club e. V. (ADFC) 2024

4 vgl. GRAN FONDO Cycling Magazine 2019

5 vgl. Sächsische Netzwerkstelle für Mountainbike-Tourismus (SNMTB) o.J.

6 vgl. Spotswood, F., Hurcombe, M. & Moxey, M. 2024

7 Die Ergebnisse der projektbegleitenden Workshops sind die Grundlage für die aktuellen Entwürfe der Haupt- und Subnarrative. Sie sollen als Anregung dienen und zur Diskussion einladen. Für die endgültige Ausarbeitung wird empfohlen, die Inhalte zu schärfen.

8 vgl. Moczek et al. 2020

9 vgl. Ministère de l'Économie – Direction Générale du Tourisme (MECO) 2024



