

# LIEBE DESTINATIONEN, GEBT UNS DAS RICHTIGE ANGEBOT ...

Spätestens seit der Veröffentlichung der aktuellen Verkaufszahlen für Mountainbikes steht fest: Das Coronavirus hat es geschafft, das Velo können selbst die grössten Fahrrad-Skeptiker nicht mehr ignorieren. Dieser Trend war absehbar, aber so ein bisschen Rückenwind vonseiten Pandemie hat das Rad noch einmal schneller zum Drehen gebracht. Doch dieser Höhenflug hat auch eine Schattenseite. Wie heisst es so schön? «Every magic comes with a price!»

Die steigende Zahl an Bikern intensiviert das vorherrschende Problem. Das Stichwort lautet: Angebot beziehungsweise kein Angebot! Mit Recht warnen nicht nur grosse Hersteller vor einem Mangel an passender Infrastruktur. Die Konsequenz: Die Biker sind da – und sie stürzen sich mehr oder weniger unkontrolliert auf die wenigen guten Angebote. Das Ergebnis wurde 2020 immer deutlicher sichtbar. Unmut und Konflikte zwischen den verschiedenen Nutzergruppen oder auch unter den Bikern machen sich breit. Es steckt viel Potenzial im Mountainbike-Tourismus. Aber dazu braucht es Angebote und hier verschenken noch zu viele Destinationen ihr Potenzial. Doch was braucht eine «Top-Destination», auf was kommt es an?

Es benötigt ein Angebot, das zur Destination passt. Einige Regionen in Europa haben in Sachen Bike-Tourismus schon ordentlich vorgelegt. Aber das Angebot muss der Diversität und den Bedürfnissen gerecht werden. Liebe Destinationen, hört bitte damit auf, irgendwelche Flowtrails zu bauen, die dann irgendwie jedem gerecht werden sollen! Es braucht Angebote mit Progression. Denn nur die Verbesserung der eigenen Fähigkeiten schafft Erfolgserlebnisse, und diesem positiven Gefühl kann man nur schwer widerstehen. Schafft ein Streckenangebot, bei dem eine schrittweise Steigerung möglich ist. Auf diese Weise hält man uns Biker bei der Stange.

Was ich am Mountainbiken liebe? Wenn ich in diesen so oft zitierten «Flow-Zustand» komme. Ich vergesse alles um mich herum, bin im Hier und Jetzt – konzentriert, fokussiert – und fühle mich lebendig. Ein Trail muss für mich daher abwechslungsreich und kreativ gebaut sein und eine aufregende Linienwahl haben. Dies erschafft ein Fahrerlebnis, bei dem ich das Grinsen nicht mehr aus dem Gesicht bekomme. Wenn ihr es schafft, uns dieses Gefühl zu geben, dann kommen wir auch immer wieder in eure Destination.

Aber vielleicht noch wichtiger als die Infrastruktur ist die Akzeptanz: Als Mountainbikerin vermisse ich noch zu oft das Gefühl von Wertschätzung und Zugehörigkeit. Ich möchte mich nicht für meine Existenz am Berg entschuldigen müssen, sondern, wie Bergsteiger oder Wanderer auch, als akzeptierte Nutzerin willkommen sein. Der Schlüssel hierzu lautet: Aufklärung und Kommunikation! Verständnis entschärft Konflikte. Nur die Nutzergruppen zu entflechten, fördert weder die Harmonie noch löst es die eigentliche Problematik. Graubünden zeigt mit der «Fair Trail»-Kampagne erfolgreich, wie ein toleranter Umgang am Berg funktionieren kann. Diesen Frieden spürt man auch.

Die Moral aus der Geschichte? Mountainbike-Tourismus kann man einfach probieren? Falsch! Einfach mal probieren ist nicht. Entweder man macht es richtig oder man lässt es lieber bleiben.



**LILAW KAWANI**  
Allegra Tourismus

## FOURSTROKE LT

MORE TRAVEL, MORE STOKE

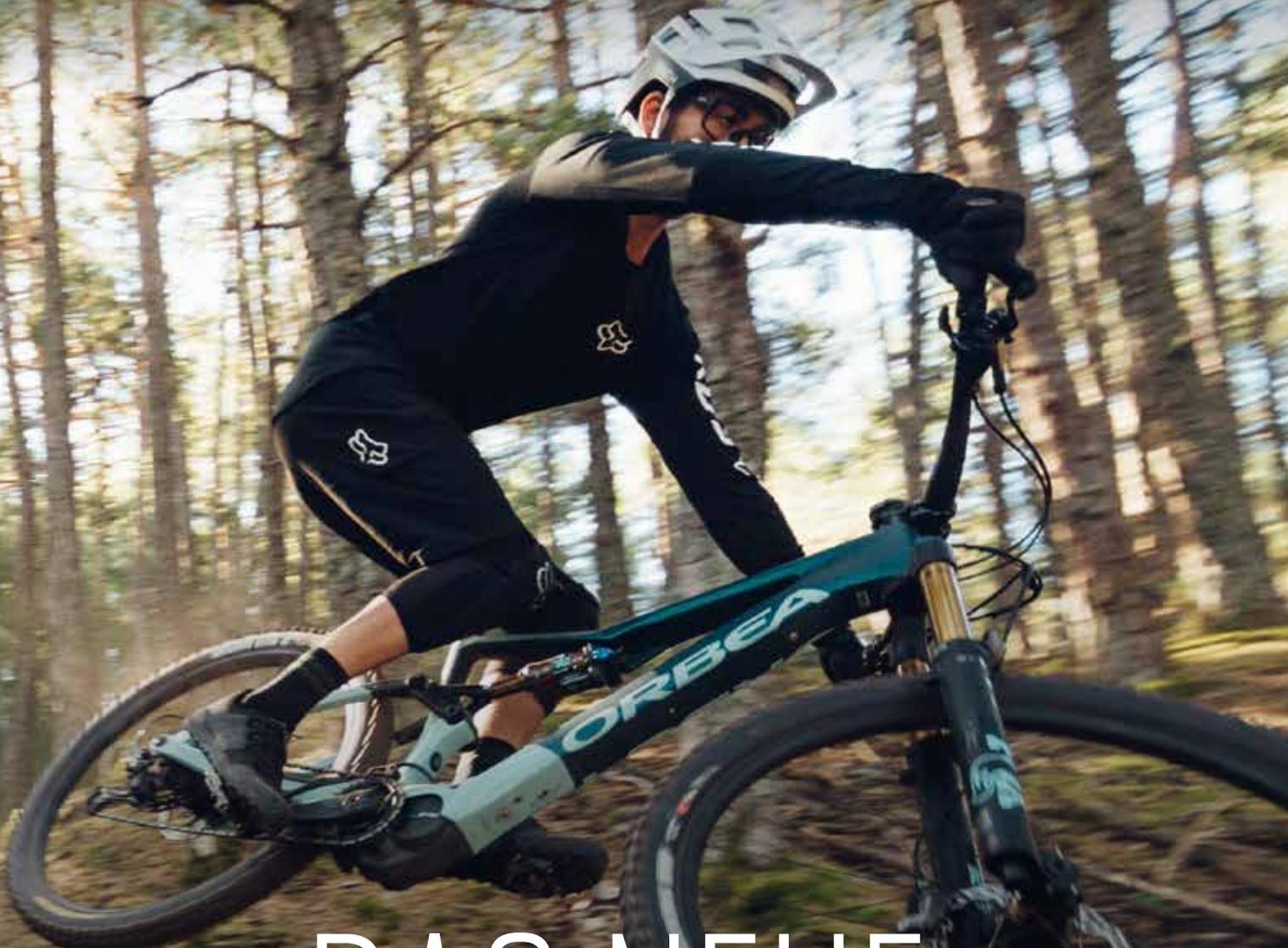
XC Race Gene perfekt kombiniert mit mehr Federweg für einen noch breiteren Einsatzbereich.



**BMC**  
SWITZERLAND



**amsler**  
bikes & parts



# DAS NEUE RISE

**ORBEA**

[WWW.ORBEA.COM](http://WWW.ORBEA.COM) | [WWW.AMSLERSHOP.CH](http://WWW.AMSLERSHOP.CH)