

# ALLEGRA

## 7 Fehler,

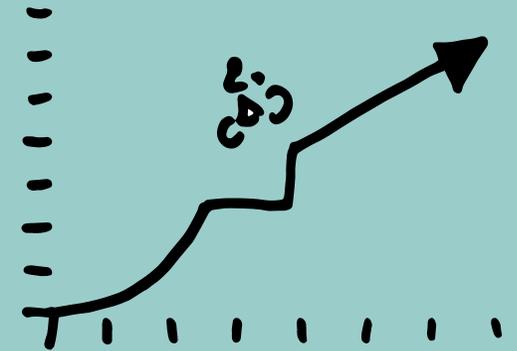
die es beim Aufbau einer MTB-Destination  
zu vermeiden gilt!



# FEHLER 1

**EIN ANGEBOT FÜR KINDER  
UND FAMILIEN ZU  
ERSTELLEN, DAS ZU  
EINFACH IST.**

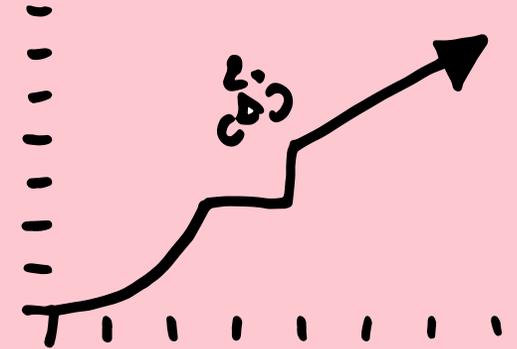
Familien und Kinder sind eine grosse und relevante Zielgruppe, doch viele **Mountainbike-Destinationen** denken, dass sie mit simplen Schotterpisten und flachen Strecken bereits alles bieten, was nötig ist. Aber das ist ein Irrtum. Denn Kinder brauchen mehr als nur einfache Ausdauertouren. Sie möchten herausgefordert werden, Spass haben und sich auspowern.



# FEHLER 2

## FRAUEN AUF DEM MTB WIE NICHT-MOUNTAINBIKER BEHANDELN

Frauen sind genauso leidenschaftlich beim **Mountainbiken** wie Männer – und sie suchen nicht nach Wellness-Angeboten oder Shopping-Erlebnissen in **Mountainbike-Destinationen**. Der Versuch, Frauen durch diese Nebenschauplätze zu gewinnen, ist völlig unangebracht und out-dated!

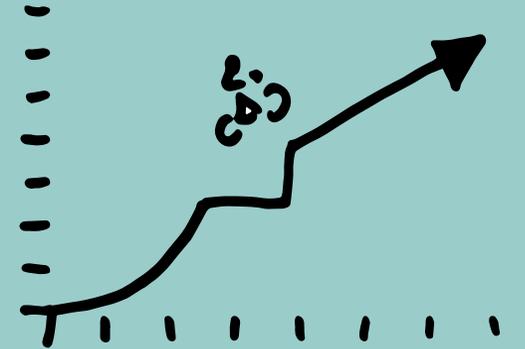


# FEHLER 3

## ZU DENKEN, DASS GRÖßER AUTOMATISCH BESSER IST

„Mehr als 600 Kilometer Trails!“ – diese Marketingbotschaft ist wertlos, wenn deine **Mountainbike-Trails** nicht den Erwartungen entsprechen.

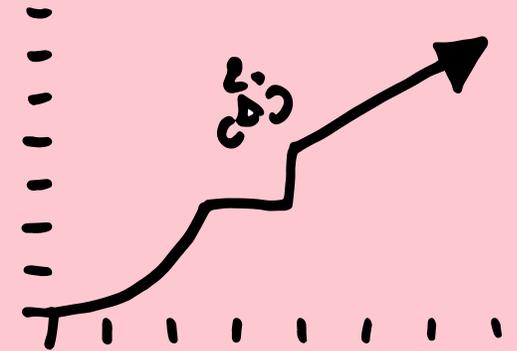
**Qualität geht vor Quantität!**



# FEHLER 4

## EINE MTB-DESTINATION AUFBAUEN, ABER NICHT DAHINTER STEHEN

Der Aufbau einer **Mountainbike-Destination** erfordert mehr als nur den Bau von Trails und Infrastruktur. Es braucht echtes Engagement und die Unterstützung aller Beteiligten. Wenn Entscheidungsträger:innen in einer Region sich nicht aktiv mit dem Projekt identifizieren und keine Vision für die Zukunft haben, wird es schwer, langfristigen Erfolg zu sichern.

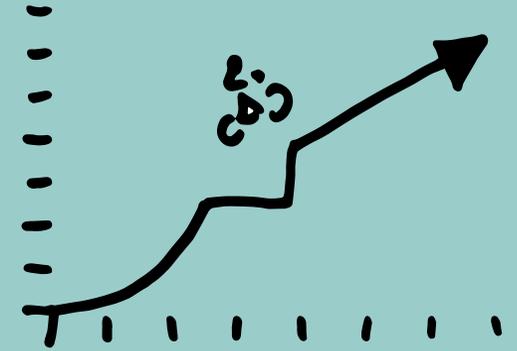


# FEHLER 5

## NICHT RAUSGEHEN UND FAHREN

Die grösste Chance, die du hast, eine erfolgreiche **Mountainbike-Region** zu entwickeln, ist das persönliche Erleben. Wenn du selbst als Entscheidungsträger:in nicht auf den Trails unterwegs bist, wirst du nie wirklich verstehen, was die **Mountainbiker** brauchen.

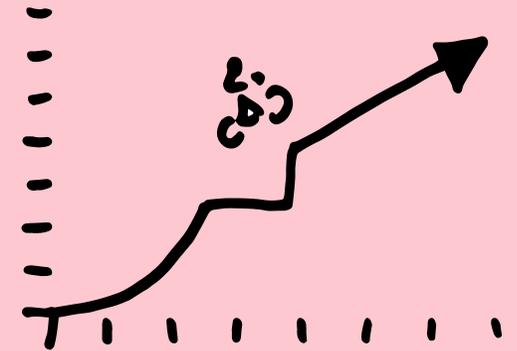
Also Zeit sich das Velo zu schnappen und zu starten!



# FEHLER 6

## EINE MTB-DESTINATION MIT FREUNDEN UND LOKALEN FAHRENDEN AUFZUBAUEN

Es ist absolut richtig, die lokalen MTB-Profis in die Entwicklung einer Destination einzubeziehen – aber sie sind vorrangig **Mountainbikende** und keine professionellen Trailbauer:innen oder Entwickler:innen. Trotz ihrer Begeisterung und Leidenschaft werden sie allein keine professionellen Ergebnisse erzielen.



# FEHLER 7

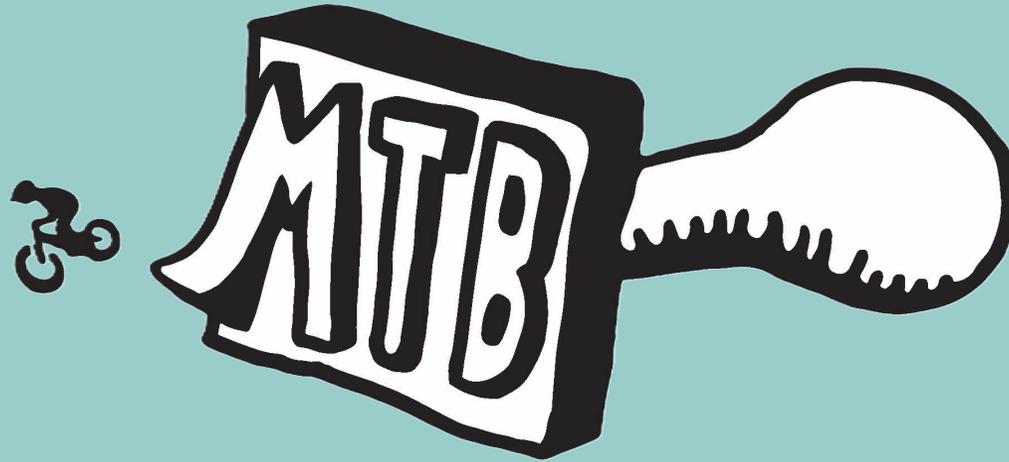
## MIT DEM ZIEL „DIE NUMMER 1 ZU SEIN“, ZU STARTEN

Jedes Jahr liest man in Mountainbike-Magazinen über neue **Mountainbike-Destinationen**, die sich als das „neue Mountainbike-Mekka“, die „Nummer 1 auf dem Kontinent“ oder den „besten Ort zum Fahren in der Galaxie“ anpreisen – oder was auch immer sich Werbeagenturen noch ausdenken. Aber was bedeutet das eigentlich? Und spielt das überhaupt eine Rolle?  
Einfache Antwort: Nein.



# ALLEGRA

[www.helloallegra.com](http://www.helloallegra.com) | [@hello\\_allegra](https://www.instagram.com/hello_allegra)



**Wir prägen Mountainbiken!**