

Die Qualität des Gasterlebnisses in allen Phasen der Customer Journey als Schlüssel zu erfolgreichem Mountainbike-Tourismus

von bb - Donnerstag, 16. Mai 2019

<https://www.pd-f.de/2019/05/16/die-qualitaet-des-gasterlebnisses-in-allen-phasen-der-customer-journey-als-schluessel-zu-erfolgreichem-mountainbike-tourismus/>



Beginn Originaltext:

XXXXXX

Nach intensiven Tagen standen am letzten Tag des fünften deutschen Mountainbike-Tourismuskongresses in Bad Orb im Spessart noch einmal spannende MTB-Entwicklungen, der E-Mountainbike-Gast und die Neugierde im Fokus.

Elias Wälsler (Olympiaregion Seefeld) und Hans-Peter Engelhart (Touristik Münsingen) vermittelten, dass sich die Gast-Orientierung bei zukünftigen Entwicklungen ändern muss. E-Mountainbike-Gäste wünschen sich ein gut und zugänglich aufbereitetes Erlebnis in der Region, einen Rundum-Service, Sichtbarkeit und viel Sicherheit. Die Herausforderung liege hier vor allem in der Ansprache des Kunden und in der intensiven Servicekette. Wälsler verdeutlichte auch, dass die Naturaktivität Mountainbiken in der Mitte der Gesellschaft angekommen sei und man sich überlegen müsse, welches Segment man authentisch bedienen kann.

„E-Biken ist das neue Skifahren.“

Elias Wälsler, Geschäftsführer Olympiaregion Seefeld

In Münsingen habe man genau das umgesetzt und blickt im Mobilitätszentrum auf über 1.500 Verleihvorgänge im letzten Jahr

zurück. Die aufbereiteten Daten der Verleihvorgänge zeigen, dass die meisten Nutzer keine längeren Touren fahren als ohne Unterstützung. Auch die oberen Unterstützungsstufen werden kaum genutzt, sagte Engelhart. Damit bleibt Mountainbiken auch mit dem E-Mountainbike Aktiverholung.

Ebenfalls mit Elektromobilität beschäftigte sich Gregor Prudenz, Masterabsolvent an der Hochschule für angewandtes Management Treuchtlingen. Er wurde von einer Jury ausgewählt seine Forschungsergebnisse im Rahmen des fünften deutschen Mountainbike-Tourismuskongresses zu präsentieren. Er beschäftigte sich mit den Anforderungen und Wünschen von klassischen Mountainbikern und E-Mountainbikern an Destinationen – im Fokus stand für ihn dabei der mögliche Unterschied zwischen den Zielgruppen.

Blitzlichter beleuchten aktuelle Entwicklungen

In den Blitzlichtern werden vielfältige Themen angesprochen. Sven Röber, TrailCenter Rabenberg, gibt einen Einblick in die Entwicklung des Trailparks im Sportpark Rabenberg und welchen Einfluss diese auf die Weiterentwicklung und Neuausrichtung des Sportparks hat. Mountainbike-Entwicklung ohne Lift könne, so konstatiert er, auch im traillastigen AMEN-Segment sehr gut funktionieren, wenn man die Bedürfnisse seiner Zielgruppe wirklich ernst nimmt.

Thomas Britz, Bund deutscher Radfahrer, ist der Offroad-Beauftragte des BDR und gab Einblicke in die Arbeit des Verbandes. Gerade die Breitensportveranstaltungen sieht er als spannendes Instrument für eine touristische Kooperation.

Wie MTB-Events zur Destinationsentwicklung beitragen können, legt Thomas Schlecking, Bike Projects, dar. Mit seiner Trail Trophy Serie richtet er Jedermann-Rennen im deutschsprachigen Raum aus und legt dort besonderen Wert auf die Integration in die spezifische Destination und die Erlebnisqualität für die Teilnehmer.

Bad Orb ist ein schönes Beispiel, an dem man sieht, wie Tourismus und Community zusammenarbeiten können und sich gegenseitig fördern. Die touristische Weiterentwicklung verwässert hier nicht den Nutzen für die lokale Bevölkerung und schafft so einen deutlichen Mehrwert in der Region.

Norman Bielig, Mitglied des Vorstandes Mountainbike Tourismusforum Deutschland
Inspirierender Abschluss

Zum Ende wagte Christine Jürgensen, Dansk Kyst -og Naturturisme, noch einmal den Blick über den Tellerrand – genauer nach Dänemark. Sie arbeitet derzeit an der nationalen Strategie für Natur- und Abenteuer-tourismus und gewährte den Teilnehmern einen intimen Einblick in diesen Prozess, die Zielsetzungen, aber auch in die dänische MTB-Szene und wie diese angesprochen werden könne. Sie zahlt damit auf das Bestreben des Mountainbike Tourismusforum Deutschland ein, mehr ausländische Gäste für MTB-Urlaub in Deutschland zu begeistern.

Zum Abschluss des fünften deutschen Mountainbike-Tourismuskongresses machte Stefan Niemeyer, neusta eTourism, die Teilnehmer noch einmal neugierig. Er übertrug dabei seinen Ansatz der digitalen Gästeverblüffung und des Neugiermarketings auf die Traumwelt der Mountainbiker und entlis die Teilnehmer inspiriert und z. T. verblüfft in eine arbeitsreiche Saison. 2019 werden wir die Arbeit an Leitlinien zur Beschilderung, zur Besuchermessung und zur Unterstützung der Community in der Anbahnung von Projekten weiter abstimmen und vervollständigen. Damit möchten wir mit allen Beteiligten einen Rahmen für hochqualitative Entwicklungen im deutschen Mountainbike-Tourismus schaffen.

Tilman Sobek, Mitglied des Vorstandes Mountainbike Tourismusforum Deutschland

XXXXXX

Ende Originaltext

[Bildauswahl zum Thema \(16 Bilder\)](#)

Passende Themen beim pdf:

[Geländeradsport 2019: Spaß abseits der Straße](#)

[Kaufkriterium Gewicht am Rad](#)

[Bikepacking 2019 – Termine und Tipps](#)

[Wie der Fahrradreifen länger hält](#)

Passendes Bildmaterial