

# Nachhaltige Mobilität: Struktur und Organisation des Langsamverkehrs im touristischen Angebot der Schweiz: Der Groundoperator SWISSTRAILS



SwissTrails





# Was ist ein "Groundoperator"?

Der klassische **Touropoperator** stellt die klassischen Touren oder „Packages“ bereit, d.h. einzelne sog. „buchbare Angebote“, die aus einem Paket von zu definierenden Leistungen bestehen (z.B. Transport + Unterkunft+ Besichtigungen u.ä.). Der Kunde kann dieses, im wesentlichen fixe, unveränderliche „Paket“ buchen, sofern es seinen Erwartungen und Bedürfnissen entspricht.

Der moderne **Groundoperator** (oder „Netzbetreiber“) stellt dagegen nicht einzelne „Packages“ her, sondern betreibt ein ganzes Netz von Punkten/Angeboten/Routen, indem er für diese Punkte/Angebote/Routen ein flächendeckendes Netz von touristischen Dienstleistungen bereitstellt und dem Kunden jederzeit zugänglich macht. Der Groundoperator/Netzbetreiber stellt demnach nicht einzelne „Pakete“ (Angebote) bereit, sondern ermöglicht es dem Kunden mit seinem Dienstleitungsnetz, seine eigenen, bedürfnisgerechten, täglich buchbaren, individuellen „Pakete“ zusammenzustellen.



# Die Dienstleistungen des Groundoperators?

Der Groundoperator stellt die für die Nutzbarmachungen des betreffenden „Netzes“ resp. der betreffenden Punkte/Attraktionen notwendigen Dienstleistungen bereit und vernetzt sie. Zu diesen Dienstleistungen gehören:

- **Unterkünfte** in verschiedenen Komfort- und Preisklassen an jedem gewünschten resp. notwendigen Punkt
- **Transfers** je nach Bedarf zwischen den einzelnen Punkten resp. ab Ankunftsort (= Flughafen, Autoparkplatz u.ä. ) zum Startort der Tour und zurück ab Endpunkt
- **Gepäcktransport** von Unterkunft zu Unterkunft (unabdingbar beim Langsamverkehr und evtl. auch bei Reisen per ÖV).
- Bei Bedarf **Vehikelvermietung** ab/nach jedem Start- und Zielort.
- Praktische **Reiseinformationen** (Guidebooks, roadbooks, Kartenmaterial etc.)
- **Helpline** = tägliche Erreichbarkeit per Telefon während mindestens 12 Stunden.
- **Buchungs-, Logistik- und Reservationszentrale**, ausgerüstet mit Software zum Betrieb einer zeitgemässen (online) Buchungsplattform.
- **personelle Präsenz** in der Buchungs- und Logistikzentrale an 7/7 Tagen während mind. 8 Stunden.





# Die Vermarktung

- Der Groundoperator ist nicht für die Bereitstellung der Marketingbudgets verantwortlich. Diese Mittel müssen zwingend von den zuständigen, mit entsprechenden öffentlichen Mitteln ausgestatteten, nationalen und regionalen Marketingorganisationen bereitgestellt werden. Mit der erzielten Marge aus dem Verkauf seiner Angebote finanziert der Groundoperator nicht das Marketing „seiner“ Produkte, sondern die operativen Kosten (Löhne, Mieten, Fahrzeugaufwendungen usw.) des Groundoperatings.
- Die operative Vermarktung der buchbaren Angebote auf dem Servicenetz des Groundoperators kann dagegen, muss aber nicht Aufgabe des Groundoperators sein. Für ihn sprechen:
  - Der Groundoperator verfügt über die notwendige Manpower (z.B. für eine Katalogproduktion)
  - Er verfügt über das notwendige (Produkte-)knowhow
  - Er verfügt über die notwendige Logistik (z.B. Transportfahrzeuge für Messematerial)
- Er kann als Operator z.B. Medien- und Studienreisen organisieren/operieren

Es ist damit sinnvoll, den Groundoperator (gegen Entschädigung) mit dem operativen Marketing zu betrauen.



# Die Generierung des Marketingbudgets

- Es ist nicht Aufgabe des Groundoperators, die Mittel zur Vermarktung der von ihm operierten Angebote bereitzustellen
- Für die entsprechenden Marketingmittel zuständig sind:  
Die nationalen Vermarktungsorganisation(en)  
evtl. die Trägerschaft des entsprechenden Netzwerkes  
die vom Netzwerk abgedeckten Tourismusregionen, Destinationen, Orte;  
in die buchbaren Angebote eingebundene Leistungsträger: Beherberger, Vermieter, Buchverlage, Transportunternehmen u.ä.)
- Es kann sinnvoll sein, diese für die Vermarktung zuständigen/an der Vermarktung interessierten Organisationen in einer „Interessengemeinschaft IG“ zusammenzuschliessen, um die jährliche Generierung der entsprechenden Budgets sowie deren Einsätze zu gewährleisten und zu definieren.
- Es ist denkbar, den Groundoperator finanziell mit einer umsatzabhängigen (und damit erfolgsabhängigen) Abgabe am Marketingbudget der IG zu beteiligen.



# Die Aktivitäten einer Marketing-IG (am

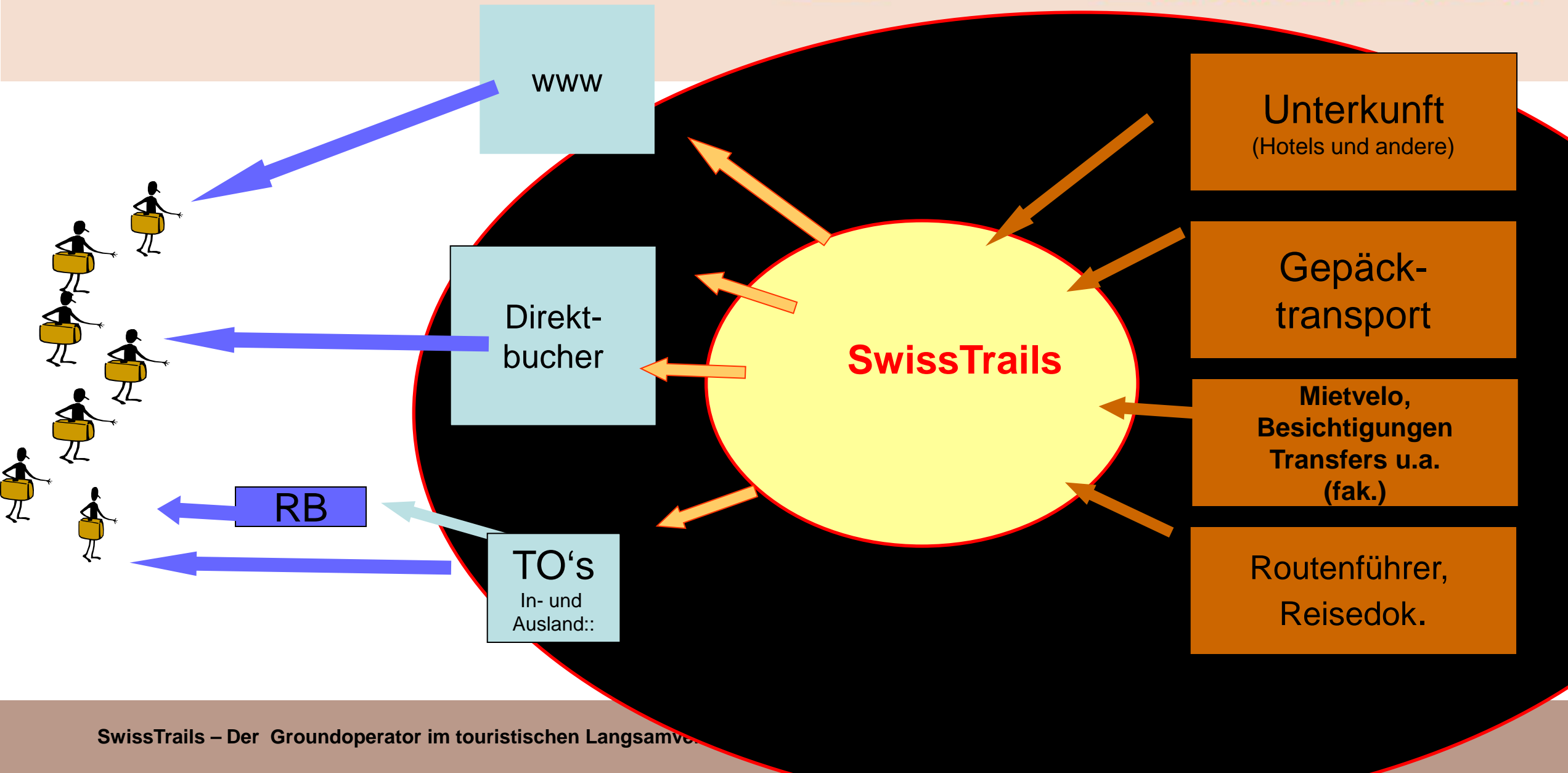
Beispiel der IG SchweizMobil)

- **Marketingplanung:** in zweimonatlichen Sitzungen der Mitglieder und zwischenzeitlichen Arbeitsgruppen.
- **Key Account Management:** Unterstützung (Werbekostenbeiträge) an Veranstalter mit SchweizMobil Angeboten (u.a. Baumeler, RailAway, Touroperators im In- und Ausland)
- **Messen:** Auftritt an allen 5 Ferienmessen der Schweiz, an Themenmessen im Ausland und an Fachmessen (u.a. STM, Touroperator-Workshops mit ST)
- **Medien:** Unterstützung von Publikationen zum Thema SchweizMobil; Organisation und Finanzierung von Medienreisen zum Thema
- **Werbung:** Publikationen, Beilagen, Inserate zum Thema SchweizMobil
- **Umsetzung** dieser Marketingaktivitäten durch den Operator SwissTrails



# Was macht der Groundoperator SwissTrails?

- Bereitstellung der **buchbaren Angebote** auf allen nationalen Routen
- Betrieb eines **Operating-Büros** in Oberweningen
- **Reservationszentrale** für Direkt-, online- und Veranstalterbuchungen aus aller Welt
- Betrieb einer online **Buchungsplattform** [www.swisstrails.ch](http://www.swisstrails.ch) (Software Tourdata)
- Betrieb eines landesweiten **Transportnetzes** (für Gepäck, Mieträder, evtl. auch Kunden) mit eigenen Kurieren (bei SwissTrails ca. 25 Fahrer/Fahrzeuge von April bis Oktober)
- **Contracting** von derzeit ca. 700 Uebernachtungsbetrieben in der Schweiz
- **Vermietzentrale** für Velos, e-Bikes, Rennvelos und Mountainbikes, landesweite Einsätze
- **Realisiert 2012:** 5000 Buchungen, 25 000 Übernachtungen; 25 000 Gepäcktransporte
- **2011/12:** Rückläufige Buchungszahlen infolge hohem Frankenkurs und schlechtem Wetter u.a. in de Hauptbuchungsperiode Mai/Juni („ab in den (preisgünstigen) Süden!“)







# Die Netzwerke

Beispiele:

- **SchweizMobil:** 22 nationale und einige Dutzend regionale Wander-, Velo-, Bikerouten
- **Agrotourismus:** ca. 90 Bauernbetriebe „schlaf-im-Stroh“, Gästezimmer auf dem Bauernhof
- **ViaStoria:** Routennetz mit thematischen Inhalten
- **Beherbergungsgruppen** wie Jugendherbergen, B&B, camping TCS, Best Western Hotels etc.: Vernetzung der einzelnen Unterkünfte für **Tour**-isten (auch Touren per Auto, Motorrad, ÖV etc.)
- **UNESCO Schweiz:** Vernetzung der einzelnen Welterbestätten mit ÖV, Langsamverkehr etc.
- **Naturparks Schweiz:** Vernetzung innerhalb und ausserhalb der einzelnen Parks
- Schweiz Tourismus: erklärtes Ziel, den **Tour**-ismus zu fördern

Alle diese bestehenden oder potentiellen Netzwerke können touristisch nur mit einem Groundoperator oder eben Netzbetreiber „zum Leben erweckt“ werden.



- 1 RHONE-ROUTE
- 2 RHEIN-ROUTE
- 3 NORD-SÜD-ROUTE
- 4 ALPENPANORAMA-ROUTE
- 5 MITTELLAND-ROUTE
- 6 GRAUBÜNDEN-ROUTE
- 7 JURA-ROUTE
- 8 AARE-ROUTE
- 9 SEEN-ROUTE

- 1 ALPINE BIKE
- 2 PANORAMA BIKE
- 3 JURA BIKE

1 AARE KANUSAFARI



- 1 RHEIN SKATE
- 2 RHOEN SKATE
- 3 MITTELLAND SKATE



- 1 VIA ALPINA
- 2 TRANS SWISS TRAIL
- 3 ALPENPANORAMA-WEG
- 4 VIA JACOBI
- 5 JURA HÖHENWEG
- 6 ALPENPÄSSE-WEG



Beispiel  
Vernetzung  
nationales  
Routennetz  
SchweizMobil



# Das buchbare Angebot

Ein buchbares Basis-Angebot von SwissTrails ist weitgehend standardisiert und besteht immer aus:

- Reservierter Unterkunft mit Frühstück
- Gepäcktransport
- Routenführer und Reisedokumentation
- Helpline 7/7 Tage, 8-20 Uhr

Zusätzlich buchbare Leistungen als Supplément u.a.:

- Mietfahrzeuge
- Zusatznächte an allen Etappenorten
- Meet & Greet Flughafen (ab 2013 inkl. für Gäste aus dem Ausland)
- Transfers zum Startort und zurück ab Zielort (ab 2013 inkl. für Gäste aus dem Ausland)
- HP (nur für Gruppen ab 10 Personen)



# Die Unterkünfte

SwissTrails betreibt 2012 ein Unternehmungsnetz von ca. 700 Vertragsunterkünften in derzeit 6 je einheitlichen Komfort- und Preiskategorien:

- **Campingplätze**
- **schlaf-im-Stroh**
- **Hostel** = Mehrbettzimmer (share-a-room)
- **Budget-Hotel:** Einfache EZ, DZ, 3er
- **Standard-Hotel:** Komfortzimmer in \*\*\*Hotels
- **Top Class Hotel** (besondere \*\*\*\*-Hotels)

Je Kategorie einheitliche Verkaufspreise







# Der SwissTrails Gepäcktransport

- Einzigartig, täglich, garantiert
- Eigenes Transportnetz mit 25 Kurieren und 25 Motorfahrzeugen
- Auf dem gesamten Routenetz von SchweizMobil,
- an 400 Etappenorte und 800 Unterkünfte
- Transfers (u.a. Ziel – Start) für Mensch und Fahrrad, ab 2013 ab/nach Flughafen, zentralem Autoparkplatz
- Transport von Mieträdern an beliebige Punkte (in der Regel Starthotel des Gastes)
- pro Jahr ca. 30 000 Gepäcktransporte





# Routenführer + Reisedokumentation

Beispiel SchweizMobil:

- Für jede nationale Route ein Routenführer in deutsch oder französisch
- 4 nationale Routen mit englischem Routenführer
- Reisedokumentation:
- Zusätzliche Reiseinformationen, Karten, Tipps, Bergbahnen, Restaurants, Events







# Mieträder

- **Eigene Vermietlogistik** als „mobiler Arm“ von Rent a Bike:
- **Landesweit**, ab / nach jedem beliebigen Etappenort buchbar – der Gast übernimmt sein Mietrad entweder in seiner ersten Unterkunft oder im SwissTrails „**Biketerminal**“ Nähe Flughafen ZRH und lässt es in der letzten Unterkunft zurück: Kundengerechter Komfort zur Vermeidung von „geschlossenen“ Vermietstellen
- **Zentraler Service** aller Mietfahrzeuge durch SwissTrails im „Bike Terminal“.
- Der Kunde kann wählen unter **12 Modellen** in diversen Grössen.





# SwissTrails à la carte

Die zeitgemässe Angebotsform für den individuellen Kunden:

- täglich buchbar, „selfguided“, individuell
- Einheitliche Preise für die ganze Schweiz
- Freie Wahl und Kombination der Routen
- Freie Wahl der Reisedauer ab 2 Tagen / 1 Nacht
- Freie Wahl der Etappenorte
- Freie Wahl der 6 Unterkunfts-kategorien (auch Mischung möglich)
- Mietvelo ab / nach jedem Etappenort
- Auch kurzfristige Buchung von heute auf morgen (innert 3 Tagen vor Abreise  
Expresszuschlag CHF 30.-/Dossier



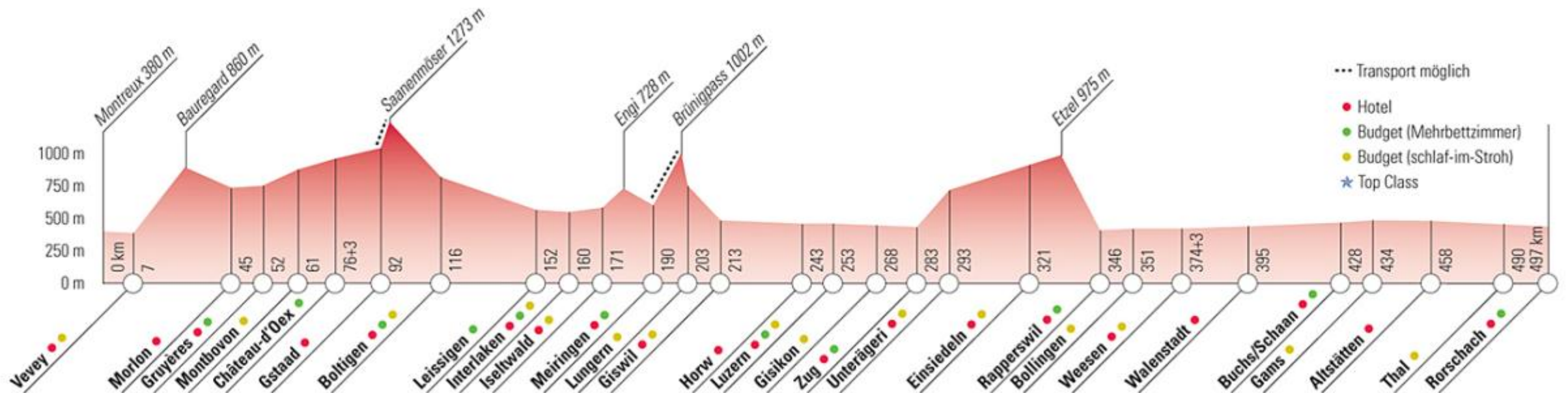




# Höhenprofile (Bsp. Veloland Seen-Route)

Beispiel für „à la carte“-Präsentation im Katalog/auf website:

Alle Etappenorte, Unterkunftsformen, Distanzen und Höhenmeter auf einen Blick





[www.swisstrails.ch](http://www.swisstrails.ch)

- Das gesamte Routennetz SchweizMobil ist online buchbar
- Heute buchen, morgen Reisen

Lasst uns mal bei [www.swisstrails.ch](http://www.swisstrails.ch) reinschauen:



## Die Homepage „SchweizMobil“ von SwissTrails





# Vertriebspartner Schweiz und Ausland

- 10 % Schweiz: Baumeler, Eurotrek, TCS
- 20 % Deutschland / Österreich: Eurobike, Austria Radreisen, Wikinger + 10 weitere Veranstalter
- 10% div. Veranstalter u.a. in Holland, GB, Frankreich, Italien, Spanien, Russland, Israel, USA, Canada (Netz im Ausbau)
- 60 % Direktbücher SwissTrails inkl. Internet







# Weitere Groundoperatings in der Schweiz?

SwissTrails ist grundsätzlich bereit und in der Lage, nach SchweizMobil auch weitere „Mandate“ als Groundoperater resp. Netzbetreiber zu übernehmen.

2012 bereits realisiert wurde die touristischen Vernetzung der UNESCO Welterbestätten Schweiz (Einbindung in buchbare Angebote resp. die Angebotsgestaltung u.a. im Verbund mit dem Langsamverkehr auf dem Routennetz von SchweizMobil) inkl. der entsprechenden Vermarktung.

Für 2013 projektiert: Die Vernetzung und Gestaltung von buchbaren Angeboten inkl. Deren Vermarktung für die neuen Naturparks der Schweiz.

**Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit.  
Ihre Fragen und Anmerkungen?**