

Sanfte Mobilität in alpinen Destinationen

Projektbeschrieb

Strategische Trägerschaft

Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusdestinationen GaST

Verband öffentlicher Verkehr VÖV

Bundesamt für Raumentwicklung ARE

Schweizer Tourismus-Verband STV



Zürich, 5. April 2012

Projektleitung

Arbeitsgemeinschaft solèr / cebulla

Hochschule Luzern – Wirtschaft, Institut für Tourismuswirtschaft

In Kooperation mit

Institut für Bau und Umwelt der Hochschule für Technik in Rapperswil IBU-HSR

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
Zusammenfassung	4
1. Ausgangslage	5
2. Grundlagen.....	6
3. Pilotphase «Ferien ohne Auto»	7
4. Zentrale Fragen und Projektziele	8
4.1. Zentrale Fragen	8
4.1. Projektziele	8
5. Geplante Mobilitätsangebote (Auswahl)	9
6. Zeitplanung	11
6.1. Übersicht.....	11
6.2. Zielgruppenanalyse (AP2)	12
6.3. Handbuch (AP3)	12
6.4. Vertrieb, Bewerbung und Multiplikation (AP4)	13
6.5. Schulung (AP5).....	13
6.6. Beratung und Innovation (AP6).....	14
6.7. Evaluation (AP7).....	14
7. Projektorganisation.....	15
7.1. Projektleitung.....	15
7.2. Strategische Trägerschaft	15
7.3. Weiteres Projektteam	15
7.4. Aufbauorganisation im Überblick	16
7.5. Kontakte.....	17
8. Budget und Finanzierung	18
8.1. Aufwand	18
8.2. Finanzierung	19
Anhang I: Potenzielle Destinationen (Multiplikatoren AP4 / AP5)	20
Anhang II: Leistungserbringer entlang der Mobilitätskette.....	21
Anhang III: Partner für die operative Ebene (Multiplikatoren)	22

Zusammenfassung

Ausgangslage

Die Emissionen des Strassenverkehrs sind heute in vielen Tourismusregionen eine Belastung für die Bevölkerung. Die Alpen reagieren ausserdem besonders sensibel auf klimatische Änderungen, die durch die CO₂-Emissionen von Verbrennungsmotoren mitverursacht werden. Das Projekt «Sanfte Mobilität in alpinen Destinationen» setzt hier an. Es hat zum Ziel, die in der Pilotphase 2009 und 2010 von «Ferien ohne Auto» geschaffenen Angebotsmodule für sanfte Mobilität zu erweitern und in weiteren Destinationen zu verbreiten.

Ziele und Nutzen

Mit dem Projekt soll aufgezeigt werden, dass autofreie Ferien nicht Verzicht, sondern im Gegenteil hohe Lebensqualität bei gleichzeitig tieferem Energieverbrauch und gleichwertiger Mobilität bedeutet. Das erfolgreiche Beispiel von Werfenweng im Salzburger Land zeigt eindrücklich, dass das Potenzial von autofreien Gästen beträchtlich ist. Die Tourismusbranche ihrerseits leistet mit diesem Projekt einen Beitrag im Rahmen ihrer Nachhaltigkeits-Charta.

Aufgrund der potenziellen Steigerung der Gästezahlen können Impulse für zusätzliche regionale und lokale Arbeitsplätze entlang der touristischen Dienstleistungskette ausgelöst werden. Weil Gäste ohne Auto vor allem vor Ort einkaufen und Dienstleistungen nutzen, kann von einer erhöhten Wertschöpfung ausgegangen werden. Zudem gehören Seniorinnen und Senioren, die häufiger mit dem öffentlichen Verkehr anreisen, zum Touristensegment mit hoher Kaufkraft. Und gerade Familien, die bis heute am meisten auf das Auto angewiesen sind, profitieren von den neuen Angeboten.

Zielpublikum

Das Projekt «Sanfte Mobilität in alpinen Destinationen» spricht Gemeinden und Regionen im Berggebiet an, welche sich konsequent auf eine «Sanfte Mobilität» ausrichten. Im ersten Projektabschnitt wird auf ausgewählte Destinationen des Netzwerkes «Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte» GaST fokussiert. Die aufgrund des vorliegenden Projektes erweiterte Produktpalette steht in der Folge allen Destinationen und touristischen Leistungsträgern entlang der Mobilitätskette zur Verfügung.

Innovation

Die im Projekt angestrebten Innovationen beziehen sich auf die Mobilitätskette während der Reise wie auch auf die Mobilität vor Ort. Angebote für die bedarfsgerechte Erschliessung der ersten und letzten Meile beispielsweise beim Gepäcktransport gehören ebenso dazu wie die Förderung des Langsamverkehrs in den Destinationen. Mit Schulungsmodulen wird der Transfer von Know-how an das Zielpublikum ermöglicht.

Umsetzung

Die erfolgreichen Erfahrungen der Pilotphase von «Ferien ohne Auto» und von «Mobiles Entlebuch» sowie die Produkte, welche zusätzlich in der ersten Projektphase in den autofreien Schweizer Tourismusorten (GaST) entstehen, werden in einem ersten Schritt in einem Handbuch festgehalten. In einer nächsten Phase werden die Produkte entlang der Mobilitätskette aktiv bei Tourismusdestinationen und Leistungserbringern beworben. Ergänzend wird in praxisnahen Schulungskursen beispielsweise an Tourismus-Fachschulen die Umsetzung des Know-how vermittelt.

Unique selling proposition

Einige wenige Massnahmen der nachstehend vorgeschlagenen Produktpalette wurden von Schweizer Tourismusdestinationen bereits realisiert. Neu ist, dass mit dem hier vorliegenden Projekt massgeschneiderte Produkte entlang der gesamten Mobilitätskette angeboten werden. Die Tourismusdestinationen profilieren sich dabei mit einem Beitrag zum Klimaschutz und für Ruhe und Stille in den Bergen. Ein ökologisch nachhaltiger Tourismus kann eine Unique Selling Proposition für die Zukunft sein.

Innovation

Das Instrument der Prozessinnovation dient dazu, die Kosten von Mobilitätsdienstleistungen im Tourismus zu senken. Das vorliegende Projekt kann mit der systematischen Analyse der Mobilitätskette einen Beitrag dazu liefern.

1. Ausgangslage

Verkehrsemissionen

Saubere Bergluft, unverbaute Landschaften, wilde Natur mit rauschenden Bächen und eine vielfältige Flora und Fauna sind wichtige Kriterien für die Wahl des Ferienortes. Mitentscheidende Einflussfaktoren auf die Wohn- und Erholungsqualität sowie auf die Gesundheit sind die Luftqualität und der Lärmpegel. Verkehrsarme Siedlungen haben einen positiven Einfluss auf deren Einwohnerschaft und die Feriengäste. In beliebten Alpendestinationen stösst jedoch die Verkehrsinfrastruktur heute an ihre Grenzen, und die Verkehrsemissionen belasten Bevölkerung und Umwelt. Die Folgen davon sind Luftverschmutzung, Lärm und gesundheitliche Schäden. Das touristische Potential der Alpen wird durch Strassenbau in sensiblen Landschaften, Zersiedlung und Belastung durch Transit- und Tourismusverkehr ernsthaft gefährdet.

Klimaerwärmung

Die Alpen gelten als Frühwarnsystem für die Auswirkungen des Klimawandels: Die Durchschnittstemperatur in den Alpen stieg in den letzten 50 Jahren doppelt so stark an wie im globalen Durchschnitt. Die Auswirkungen dieser Erwärmung machen sich in Bergregionen schneller und heftiger bemerkbar als anderswo. Da das globale Klimasystem sehr träge reagiert, sind einschneidende Folgen selbst dann unvermeidlich, wenn internationale Klimaschutzziele verschärft und global umgesetzt würden. Neue Studien belegen, dass extreme Naturereignisse sich häufen werden. Ohne Korrektur dieser Entwicklungen kann die Natur und damit das Kapital des Tourismus erheblich geschädigt werden.

Die Zukunft ist «Sanfte Mobilität»

Rund 80% des Energieverbrauchs von Feriengästen werden für die An- und Abreise verbraucht oder eingesetzt. Ein nachhaltiger Tourismusverkehr spielt deshalb angesichts der weiter wachsenden Mobilität eine zentrale Rolle zur Erreichung des Millenniumsziel 2 der UNO in Bezug auf die ökologische Nachhaltigkeit. «Sanfte Mobilität in alpinen Destinationen» versteht sich auch als Beitrag der Umsetzung der 2000-Watt-Gesellschaft im Schweizer Alpenraum. Der ökologische Fussabdruck von Ferien und Freizeit wird mit den angestrebten Massnahmen deutlich kleiner.

Grosses Potenzial

- Autofreie Haushalte in der Schweiz: ca. 1 Million;
- Umsteigefähige und (-willige) Automobilisten in der Schweiz: ca. 2 Millionen;
- Ausländische Touristen, welche ohne Auto in die Schweiz reisen: Zahl unbekannt;
- Überdurchschnittliche Anteile an der öV-Nutzung für die Ferienreise weisen Hotelgäste (23 % öV) sowie jüngere (40 % öV) und ältere (25 % öV) Personen auf.

Werfenweng als Modellfall: Urlaub ohne Auto

Die mittelgrosse Destination im Salzburger Land hat mit ihrer konsequenten Ausrichtung auf die sanfte Mobilität im Zeitraum 1996 (vor dem Start des Projektes «Sanfte Mobilität - Urlaub vom Auto») bis 2006 ein Nächtigungsplus von 56 % erreicht, und dies notabene ohne nennenswerte weitere Innovationen, welche den Zuwachs erklären könnten. Wer ohne Auto anreist oder den Autoschlüssel abgibt, kann zusätzliche und teils exklusive Angebote des Ferienorts gratis oder vergünstigt buchen. Darüber hinaus stehen dem Gast beispielsweise Shuttle-Busse, Elektromobile und E-Bikes zur Verfügung (cf. www.werfenweng.org).

Koordination mit «Nachhaltigkeitsmanagement für Tourismusdestinationen»

Der thematische Bezug zum Projekt «Nachhaltigkeitsmanagement für Tourismusdestinationen» der Hochschule Luzern wurde durch die Projektleitungen erkannt. Für das dort geplante Managementtool stellen thematische Umsetzungsprojekte wie das hier vorliegende eine unverzichtbare Basis dar. Die Resultate aus diesem Projekt werden deshalb in das «Nachhaltigkeitsmanagement für Tourismusdestinationen» übernommen. Die beiden Projekte ergänzen einander auch auf vom zeitlichen Ablauf her ideal.

2. Grundlagen

Grundlagen International (Auswahl)

Der Schlussbericht des EU-Projekts «Sanfte Mobilität in Tourismusregionen und -orten»¹ zeigt die Bedeutung von Gästebefragungen in Österreich zur An- und Abreise, zur Mobilität vor Ort respektive und zum gewünschten Verkehrsbild eines Ferienzies auf. Die Auswertungen bestätigen, dass die Bahn nur dann eine ernstzunehmende Alternative für die Anreise ist, wenn der komplette Weg von der Haustüre über die Bahn und Autobus bis zur Unterkunft einfach und kostengünstig zu buchen ist. Wichtig sind der bequeme Transport, attraktive Preise und Reisezeiten sowie ein bequemer Gepäcktransport und keinen Verlust individueller Mobilität am Ferienort. Die Befragung bei Partner-Destinationen des Projekts ergab, dass Bahnpauschalreisen dann Anklang finden, wenn ein attraktives Gesamtpaket mit Basisleistungen wie Anreise, Transfer, Unterkunft und Zusatzleistungen wie ein regionales Ticket inklusive Bergbahnen und Ermässigungen vorliegt.

Grundlagen Schweiz (Auswahl)

- Nachhaltigkeits-Charta des Schweizer Tourismus;
- Anbindung Schweizer Tourismusorte mit öffentlichem Verkehr: Situation und Verbesserungsvorschläge entlang der Mobilitätskette, Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Luzern;
- Mobiles Entlebuch, Angebote für die Ausflugsmobilität ins Entlebuch. Ergebnisse der Begleitforschung, Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Luzern;
- Schlussbericht der Pilotphase «Ferien ohne Auto», 2009/2010;
- Jahresberichte alpmobil 2010 und 2011.

Positive Ansätze

Braunwald erarbeitet zurzeit ein Konzept für gästefreundlichen öV, Arosa bietet klimaneutrale Winterpauschalen, und private und öffentliche Institutionen lancierten zusammen in einer Pilotphase das Projekt «Ferien ohne Auto» (2009/2010). Weiter zurück hat der Pilotversuch Saas-Fee im Rahmen des Projekts «New Mobility» in der Wintersaison 2000 aufgezeigt, wie gross die Effekte ausfallen können. Dabei wurde die Anreise mit dem öffentlichen Verkehr mit einem preisgünstigen Tür-zu-Tür-Gepäckservice (Regionen Basel, Bern und Luzern) nach Saas-Fee erleichtert sowie das Angebot des öffentlichen Verkehrs im Saastal bspw. mit der Stationierung von Car-Sharing-Autos deutlich aufgewertet. Ein weiteres Beispiel ist das «Ferienbillet Unterengadin»: Ab der Eröffnung des Vereina-Tunnels war bis Herbst 2003 bei der Buchung eines Aufenthalts in über 60 Hotels und Ferienwohnungen der Region Unterengadin die Anreise mit dem öffentlichen Verkehr inbegriffen. Die Hotels verzeichneten eine Steigerung der Logiernächte bis zu 25 % und von den Gästen, welche die Pauschalangebote genutzt haben, bezeichneten sich 44 Prozent als Umsteigende.

Handlungsbedarf

Allerdings hat bis jetzt noch keine Tourismusdestination in der Schweiz den Klimaschutz und damit eine sanfte Mobilität konsequent in ihr Destinationsmanagement integriert. CO₂-neutrale Tourismusdestinationen im Schweizer Alpenraum könnten einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz im Alpenraum leisten und als Pioniere im Bereich «klimafreundlicher Tourismus» auftreten. Die «Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte» (GaST) beispielsweise, aber auch weitere Destinationen, verfügen durchaus über die nötigen Voraussetzungen dazu.

Pilotphase «Ferien ohne Auto»

Erste Rückschlüsse auf das Potenzial in Bezug auf die weitere Umsetzung in der Schweiz lässt der Schlussbericht von «Ferien ohne Auto» zu. Bei den vorbereitenden Recherchen zum vorliegenden Projekt ist aufgefallen, dass kaum eine Destination in der Schweiz versucht, sich im Segment «Ferien ohne Auto» oder «Sanfte Mobilität» zu positionieren und zu profilieren.

¹ ECOTRANS REPORT 1997 - Sanfte Mobilität in Tourismusorten und -regionen, ARGE Sanfte Mobilität, ECOTRANS, 1997, German, vergiffen.

3. Pilotphase «Ferien ohne Auto»

Das Projekt «Ferien ohne Auto» konnte dank Mitfinanzierung durch das Eidgenössische Dienstleistungszentrum für innovative und nachhaltige Mobilität UVEK in den Jahren 2009 und 2010 durchgeführt werden. Die Projektinitianten haben mit der Pilotphase aufgezeigt, dass es auch in der Schweiz möglich ist, spezifische Angebote für Gäste ohne Auto aufzubauen, diese gezielt zu vermarkten und Kunden für die Angebote zu finden. Als Referenzbeispiel galt die Gemeinde Werfenweng im österreichischen Salzburger Land.

Die vier Pilotdestinationen Ägerital-Sattel, Braunwald, Engadin Scuol und Lenk-Simmental wurden unterstützt durch die nationalen Träger WWF Schweiz, Verkehrs-Club der Schweiz und die Fachhochschule Westschweiz (HES-SO) Wallis. Für die Auswahl der Pilotdestinationen haben die Projektinitianten im Jahre 2008 folgende Ziele formuliert, wie die Mobilität für Gäste ohne Auto optimiert werden kann:

- Optimierung der Reise mit öV bei der Feinverteilung vor Ort;
- Erleichterter Gepäcktransport;
- Förderung der Mobilität vor Ort durch Ausbau des öffentlichen Verkehrs;
- Förderung des Langsamverkehrs vor Ort, z.B. mit Elektrovelos;
- Angebotsbündelung in Form von Pauschalarrangements für Gäste ohne Auto.

Bei der Reise bestand der kleinste Handlungsbedarf. Die Pilotdestinationen waren und sind allesamt mit dem öffentlichen Verkehr recht gut erschlossen. Mit dem Projekt wurde der Druck auf die politischen Entscheidungsträger aufrechterhalten, den öffentlichen Verkehr in den Regionen weiter auszubauen. Ein Erfolg konnte zu Beginn des Projektes erzielt werden, indem der Kanton Bern nicht zuletzt wegen dem geplanten Projekt in der Lenk darauf verzichtete, die Bahnlinie Lenk–Zweisimmen durch einen Busbetrieb zu ersetzen.

Auch vor Ort war und ist das Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln zum grossen Teil bereits gut ausgebaut. Hervorzuheben sind die Anstrengungen der Pilotdestination Engadin Scuol, welche sich um regionale Fahrplanverdichtungen bemüht. So konnte neu ein Halbstundentakt Scuol–Ftan initialisiert werden. In zwei Pilotdestinationen haben die lokalen Projektverantwortlichen neu ein Angebot an Elektrovelos eingeführt und in den beiden anderen wurde dieses ausgebaut.

In allen Pilotdestinationen haben die Tourismusverantwortlichen die Angebote für «Ferien ohne Auto» gebündelt und neu als Packages angeboten. Für das Projekt und die Angebote wurde bei allen Pilotdestinationen auf der obersten Ebene ihrer Websites eine spezielle Rubrik geschaffen. Die beiden nationalen Träger WWF und VCS schufen ihrerseits eine Rubrik auf ihren Homepages, welche die Projektinformationen bündelt und auf die einzelnen Websites der Pilotdestinationen verweist.

Beim Gepäcktransport hat das Projekt «Ferien ohne Auto» Verbesserungen insbesondere in den Pilotdestinationen selber erreicht. So wurde die Liste der Beherbergungsbetriebe erweitert, welche ihren Gästen den Gepäcktransport zur Unterkunft anbieten. Ebenso wurde die Information über die Angebote verbessert, beispielsweise auf der Website der SBB.

Als Fazit lässt sich festhalten, dass die Destinationen ständig neue Projekte mit Mehrwert für Gäste ohne Auto schaffen müssen, um beim Zielpublikum glaubwürdig zu sein, wie es Werfenweng in Österreich beispielhaft vormacht. Dies ist für das vorliegende Projekt eine Herausforderung und wichtige Aufgabe, die durch die Einführung eines Innovationslabors aufgenommen wird.

4. Zentrale Fragen und Projektziele

4.1. Zentrale Fragen

Bezüglich der Angebotsgestaltung und Kommunikation der nachhaltigen und der Förderung der autofreien Mobilität in Destinationen besteht noch einiges Potenzial. Erst wenige Massnahmen aus der vorgeschlagenen Produktpalette des Pilotprojektes «Ferien ohne Auto» wurden bereits realisiert. Folgende Fragen stellen sich für das vorliegende Projekt:

- Welche Zielgruppen können mit CO₂-neutralen und autofreien Ferien in Zukunft angesprochen werden?
- Wie müssen die An- und Abreise, die Mobilität vor Ort und das weitere touristische Angebot gestaltet werden, um diese neuen Zielgruppen tatsächlich anzuziehen?
- Welche Naturerlebnisse, welche gastronomische Ausrichtung und welche Art der Übernachtung suchen diese Zielgruppen?

Die zentrale Frage lautet entsprechend: Mit welchen Massnahmen können sich die GaST- und weitere interessierte Destinationen erfolgreich zu Tourismusdestinationen mit nachhaltiger und möglichst autofreier Mobilität weiterentwickeln und sich als DIE Destinationen für ursprüngliche und naturnahe Ferien mit sanfter Mobilität positionieren?

In Anbetracht der Voraussetzungen der GaST- und weiterer Destinationen, den sehr guten Marktchancen für ein klimafreundliches Tourismus- und Mobilitätsangebot in alpinen Destinationen sowie der bisher fehlenden Beachtung, Umsetzung und Kommunikation von entsprechenden Massnahmen seitens der Destinationen, leitet sich ein grosses Potenzial für die Erhöhung der Gästefrequenzen ab.

4.2. Projektziele

Mit den oben formulierten Fragestellungen sind folgende fünf Projektziele verbunden:

1. Evaluierung und Ansprechen neuer, an nachhaltiger Mobilität interessierter Gästesegmente und damit Steigerung von Logiernächten und Wertschöpfung.
2. Stärkung des Images der Destinationen und der Schweizer Tourismuswirtschaft durch einen Beitrag zur Erfüllung der Strategie für Nachhaltigkeit im Tourismus.
3. Etablierung von Innovation und Lernen von «Best Practice-Beispielen» in erfolgreichen Destinationen, und damit Schaffen eines lebendigen Netzwerks sanfter Mobilität.
4. Reduzierung des durchschnittlichen ökologischen Fussabdrucks von Ferien in den Alpen, insbesondere der CO₂-Emissionen sowie Lärm und Abgasen innerhalb der Destinationen.
5. Evaluation der umgesetzten Massnahmen und Berechnung der eingesparten Emissionen.

5. Geplante Mobilitätsangebote (Auswahl)

Damit das Potenzial für sanfte Mobilität in den alpinen Destinationen ausgeschöpft werden kann, umfasst die geplante Produktpalette die gesamte Mobilitätskette vom Wohnort bis zur Unterkunft in der Feriendestination inklusive Gepäcktransport sowie dem Mobilitätsangebot in der Tourismusdestination selber. Der jeweilige Ferienort, unabhängig ob GaST oder weitere, kann selber auswählen, welche der Module gut in die Angebotspalette der Destination hineinpassen und wo Lücken geschlossen werden sollen.

Eine zentrale Erkenntnis aus der Pilotphase des Projekts «Ferien ohne Auto» (2009/2010) ist, dass die Tourismusdestinationen bei der Umsetzung von Angebotselementen unterstützt werden müssen. Das vorliegende Projekt setzt hier an und bietet mit dem Handbuch, den Tools für Websites und den Schulungsmodulen einen niederschweligen Service an. Schulungsmodule können in die Programme von Touristik-Schulen aufgenommen werden, um so das Know-how für die Umsetzung einer sanften Mobilität breit zu verankern. Bei den nachstehend aufgeführten Ideen handelt es sich um eine Auslegeordnung für die zweite Projektphase.

An- und Abreise mit dem öffentlichen Verkehr

- Komfort im Zug und Autobus, bei der Buchung, unterwegs und bei der Ankunft;
- Fahrplanverdichtungen für die regionalen Busverbindungen;
- Gäste von der Bushaltestelle abholen mit Shuttle-Bus oder durch Einzelbetriebe;
- Eventcharakter bei der An- und Abreise;
- Einfaches Buchen der An- und Abreise, auch bei der Unterkunft.

Gepäcktransport

- Abklärungen und Einführung des «Schnellen Reisegepäcks» (Tagesgepäcktransport) wo möglich und Abklärungen Gepäcktransport innerhalb 24 Stunden von Tür zu Tür;
- Lösungen für die Feinverteilung des Gepäcktransports in den Tourismusdestinationen.

Förderung des Langsamverkehrs vor Ort

- Mietangebote für Velos, E-Bikes, Trottinets und weitere «Human Powered Mobility»;
- Aufbau einer zentralen Verkaufs- und Verleihstelle für Langsamverkehrs-Fahrzeuge;
- Stärkung des Langsamverkehrs in der Ortsplanung.

Mobilität vor Ort

- Shuttle-Angebot während des Aufenthaltes, das überall und fast immer gebucht werden kann;
- Ortsbus-Anschlüsse sollen ausgebaut oder ein Rufbussystem eingeführt werden, insbesondere auch für den Abend und an Wochenenden;
- Förderung von Carsharing (bspw. mit Mobility-Fahrzeugen);
- Bereitstellung von Energie an Solar- und / oder Biogastankstellen.

Realisierung von Packages (Pauschalarrangement)

- Packages mit öV-Angebotskomponenten schaffen, respektive weiter ausbauen mit Einbezug der An- und Abreise;
- Packages mit Gepäckservice sowie die Mobilität vor Ort ohne eigenes Auto;
- Mobilitätskarten: Gästekarten, wie in Werfenweng.

Kommunikation mit Fokus auf sanfte Mobilität

- Auf der Website einen Menüpunkt «Sanfte Mobilität» mit Online-Informationen und spezifischen Angeboten aufschalten;
- Gästeinformation allgemein für öV-Anreise verbessern;
- Direkter Link zu www.sbb.ch mit Klimarechner und zu weiteren relevanten Websites.

Information vor Ort

- Hotelkarten mit Informationen zum gesamten Angebot inkl. Fahrpläne, Ausflugstipps – also alles was der Gast vor Ort braucht;
- Listen von Betrieben, welche Gepäcktransport anbieten – eventuell in Kombination mit Gästeabholung;
- Gästeführung in den Destinationen verbessern: Beschilderung und akustische Lösung suchen für noch fehlende Informationen.

Service beim Marketing

- Hinweis in den Werbebroschüren;
- Aufbau von Informationsstellen (bspw. Tourismusbüro) für Gästeanfragen und Buchungen in Bezug auf Ferien ohne Auto;
- Aktive Beratung der Gäste bei der Organisation der Reise und für die Mobilität vor Ort;
- Zusammenarbeit mit Tour Operators.

Zielgruppengerechte Angebote

- Ältere Menschen: persönliche Beratung für die Mobilität in den Ferien – Begleitung für Ausflüge – hindernisfreie Gehwege für Gäste mit Rollatoren und Gehstöcken;
- Familien: Handwagen zur Verfügung stellen, Angebote nur für Kinder und Jugendliche: Bike-, Trekking-Touren, etc. (Die Eltern haben so «frei»);
- Wintertourismus: Depots für Skiausrüstung, Umziehräume im Skigebiet, schneller Zutritt zu den Bahnen, günstige Mietangebote.

Finanzierungsmodelle

- Vorschläge und Modelle für die Finanzierung der einzelnen Module.

6. Zeitplanung

6.1. Übersicht

Phase	Inhalte	Termine
AP1: Lancierung	Aufbau einer Struktur, Einbezug Trägerschaft und Partner, Kooperationsvereinbarungen, Bereitstellen der Zweitfinanzierung, Konzept mit Realisierungsplan, Eingaben Geldgeber	Mai 2012
AP2: Zielgruppen	Konzept, Abklärungen und Recherchen für Inhalte, Gästebefragungen, Auswertung, Fazit für Angebotsgestaltung in fünf Pilotdestinationen (GaST)	Juni - Oktober 2012
Meilenstein 1	Resultate aus der Befragung Schlussfolgerungen für die Angebotsgestaltung	November 2012
AP3: Handbuch	Konzept, Recherchen Verfassen der Texte Lektorat, Layout und Druck	Oktober 2012 November 2012 Januar 2013 April 2013
Meilenstein 2	Fertigstellung Handbuch	Mai 2013
AP4: Vertrieb Bewerbung Multiplikation	Konzept für Distribution Tools für Website und Flyer Medieninformation Aktive Bewerbung bei Destinationen und Leistungserbringer entlang der Mobilitätskette Versand und Vertrieb	April 2013 Juni 2013 Juni 2013 Sommer 2013 September 2013
AP5: Schulung	Konzept zu drei Schulungsmodulen Abklärungen und Recherchen Realisierung der drei Module Bewerbung und Plazierung Durchführung der Schulungen	November 2012 November 2012 April 2013 Juni 2013 ab August 2013
Meilenstein 3	Start Schulung	August 2013
AP6: Vernetzung Beratung Innovation	Beratung Innovationslabor	2013/2014
AP7: Evaluation	Konzept Realisierung Auswertung und Bericht	2014
AP8: Projektmanagement	Planung, Koordination, Information, Qualitätssicherung, Berichte, Buchhaltung, Sitzung mit Trägerschaft, Absprachen mit Partnern	2012 - 2014
Meilenstein 4	Projektabschluss	Oktober 2014

6.2. Zielgruppenanalyse (AP2)

Welche Gästesegmente sollen in Zukunft durch sanfte Mobilitätsangebote angesprochen werden? Diese Frage wird mit Hilfe einer Gästebefragung in der ersten Projektphase in den fünf Partnerdestinationen (GaST) beantwortet. Die Feriengäste vor Ort werden dabei zu ihren Ansprüchen an die Mobilität in Destinationen und der Akzeptanz verschiedener Angebotsformen befragt. Daraus können Schlüsse gezogen werden, welche Zielgruppen heute bereits kommen und was sie charakterisiert. Diese Befragung wird durch die Hochschule Luzern – Soziale Arbeit in Zusammenarbeit mit der Hochschule für Technik Rapperswil und der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Chur geplant und durchgeführt. Dafür ist ein Kooperationsvertrag abgeschlossen worden (siehe Beilage).

Aus der Befragung und der Erfahrung aus anderen Projekten (Pilotphase «Ferien ohne Auto», alpmobil, Mobiles Entlebuch) können Rückschlüsse auf die potentiellen Zielgruppen und ihre Ansprüche an die Mobilität gezogen werden: Welche Angebote, welche Kommunikation (Botschaften) und welche Distributionskanäle sind zu verwenden, um erfolgreich zu sein?

In Zusammenarbeit mit der Hochschule für Technik Rapperswil wird ein CO₂-Kalkulator für die Mobilität bei der An- und Abreise sowie für die Mobilität in Destinationen entwickelt, so dass die klimarelevanten Themen in die Angebotsplanung und vor allem in die Kommunikation mit einbezogen werden können.

6.3. Handbuch (AP3)

Laut dem Fazit der Pilotphase von «Ferien ohne Auto» 2009/2010² sind eine klare Positionierung auf eine sanfte Ferienmobilität und eine ständige Innovation mit Mehrwert für Gäste ohne Auto grundlegende Voraussetzung. Dazu fehlt bis heute eine kompakte und praktische Darstellung, wie eine touristische Strategie für Angebote von «Ferien ohne Auto» entwickelt und umgesetzt werden kann. Viel Zeit benötigt die Recherche bereits bestehender Angebote und Projektideen für die touristischen Leistungserbringer.

Auf Basis der vorgängigen Gästebefragungen in diesem Projekt, bereits gemachten Erfahrungen und des erworbenen Know-how wird deshalb ein praxisnahes Handbuch für autofreie Ferien erstellt, welches das gesammelte Wissen vereinigt. Das Handbuch umfasst die gesamte Mobilitätskette vom Quellgebiet bis in die Zieldestination und enthält detaillierte Handlungsleitfäden. Das Handbuch soll einen praxisnahen und direkten Nutzen für die Destinationen und die touristischen Leistungserbringer nach sich ziehen und motivieren, einzelne Elemente umzusetzen.

Das Handbuch leistet damit einen substanziellen Beitrag zur Förderung von autofreien Ferien und zur Multiplikation der Produktpalette und ist Grundlage für die Schulungsmodule. Es soll die Hemmschwelle für Tourismusverantwortliche, Behörden und weiterer relevanter Leistungserbringer senken, eine entsprechende Strategie ins Auge zu fassen. Zudem werden die Stolpersteine bei der Realisierung aufgezeigt. Das Handbuch umfasst folgende Inhalte:

Theoretischer Teil (rund ein Viertel des Umfangs)

- Zusammenstellung der Rahmenbedingungen für eine sanfte Mobilität im Tourismus
- Zusammenstellung von Argumenten für autofreie Mobilitätsangebote
- Hinweise zum ökonomischen Potenzial
- Hinweise zum ökologischen Beitrag
- Darstellung der Vorgehensweise von der Strategieausrichtung bis zu Angeboten
- Hinweise zur Vernetzung der relevanten Partner
- Hinweise zum Marketing
- Hilfreiche Kontaktadressen
- Bibliographie

² Vgl. Schlussbericht «Ferien ohne Auto» vom 30.11.2010

Praktischer Teil (rund drei Viertel des Umfangs)

- Darstellung von Referenzbeispielen («Good practise»)
- Produktpalette für sanfte Mobilität im Tourismus, auf konkrete Themen bezogen (vgl. Kap. 5)
- Einheitliche Darstellung mit Beschreibung, Kosten-Nutzen-Verhältnis, benötigten Ressourcen, Attraktivität für Gäste, etc.
- Für alle Angebotsmodule der Produktpalette werden Leitfäden für die konkrete Vorgehensweise entwickelt und publiziert

6.4. Vertrieb, Bewerbung und Multiplikation (AP4)

Die im Handbuch aufgeführte Angebots-Palette und Handlungsleitfäden für autofreie und / oder klimaneutrale Ferien werden an alle interessierten Akteure in den Destinationen im Schweizer Berggebiet sowie an die Leistungserbringer entlang der Mobilitätskette vertrieben. Dazu wird ein Distributionskonzept erstellt. Die Zielgruppen wie auch die Gruppe der «Multiplikatoren» gehen aus dem Anhang hervor.

Für die weitere Bewerbung und niederschwellige Multiplikation wird ein Tool für den Einsatz auf Websites der Träger, Partner und Destinationen sowie Leistungserbringer aufgebaut, welche die Produktpalette und deren Umsetzung in einfacher Form darstellt. Mit dieser Massnahme wird die Zugänglichkeit und Nutzbarmachung entscheidend verbessert. Ergänzend steht ein einfacher Flyer, welcher auf das Handbuch und die Website hinweist, als Kommunikationsmittel zur Verfügung.

Darüber hinaus soll mit geeigneten Informationsmassnahmen der wirtschaftliche, soziale und ökologische Nutzen, der eine sanfte Mobilität im Tourismusbereich nach sich zieht, aufgezeigt werden. Eine Medieninformation pro Jahr soll die Ausstrahlung nach aussen gewährleisten. Die Bewerbung dient auch der Bekanntmachung der Schulungsmodule.

6.5. Schulung (AP5)

Mit Schulungsmodulen zu den drei wichtigsten Bereichen werden die Verantwortlichen vor Ort und die touristischen Leistungserbringer entlang der Mobilitätskette befähigt, die notwendigen Massnahmen einzuleiten und die neuen Angebote nach Bedarf zu realisieren. Folgende Schulungsmodule sind geplant, die einen bis höchstens zwei Tage dauern.

- Modul 1: An- und Abreise inklusive Gepäcktransport
- Modul 2: Mobilität vor Ort inklusive Langsamverkehr
- Modul 3: Marketing: Service, Information, Packages

Die Module werden von solèr / cebulla und der Hochschule Luzern – Wirtschaft, Institut für Tourismuswirtschaft erarbeitet, welche über das notwendige thematische, didaktische und methodische Fachwissen verfügen. Nach Bedarf werden zusätzlich punktuell externe Experten beigezogen. Als Grundlage dienen die Inhalte des Handbuchs.

Für die Testphase der Schulungsmodule werden die Tourismusdestinationen, wo die Gästebefragungen stattgefunden haben, einbezogen und ein bis zwei wichtige Leistungserbringer entlang der Mobilitätskette, die eine möglichst hohe Repräsentativität aufweisen.

Die Kurse finden in dafür geeigneten Institutionen statt: Fachhochschulen, höhere Fachschulen, Touristik-Schulen und / oder beispielsweise die sanu. Um die Schulungsmodule zu lancieren, werden die ersten 20 Studierenden mit einer Ermässigung als Pilotbeitrag belohnt. Im Gegenzug verpflichten sie sich zur Teilnahme an einer Erhebung zur Qualitätssicherung der Schulungsmodule.

6.6. Beratung und Innovation (AP6)

Damit die Projekte in den interessierten Destinationen langfristig erfolgreich werden und bleiben, ist eine periodische Überprüfung des Fortschrittes zwingend notwendig. Die Arbeitspakete 6 und 7 werden dazu eingesetzt die Akteure, welche an einer sanften Mobilität im Tourismus interessiert sind, in der Umsetzung langfristig zu begleiten.

- *Beratung* in der Projektphase: Für die Umsetzung der Produktpalette in den Partnerdestinationen werden 2013 und 2014 gezielte Beratungsdienstleistungen angeboten. Damit wird sichergestellt, dass die Handlungsfäden aus dem Handbuch greifen und gleichzeitig können Erfahrungen gesammelt werden, die in die Schulungsmodule einfließen.
- *Innovationslabor*: Wie kann langfristig sichergestellt werden, dass die Innovation langfristig in den Destinationen weiter läuft? Diese aufwendige aber für den Projekterfolg zentrale Frage soll mit dem Innovationslabor beantwortet werden. Dieses «Labor» soll den beteiligten Umsetzungspartnern z.B. über den Austausch von Best Practice-Beispielen die geeigneten Instrumente und die Motivation geben, um den Angebotsgestaltungsprozess laufend weiter zu entwickeln. Die Konzeption und Umsetzung des Innovationslabors geschehen in Zusammenarbeit mit der Hochschule für Technik in Rapperswil und der Hochschule Luzern - Soziale Arbeit.

6.7. Evaluation (AP7)

Die Evaluation spielt in der Qualitätssicherung des vorliegenden Projektes eine zentrale Rolle. Sie wird von der Hochschule Luzern – Wirtschaft konzipiert und durchgeführt. Die Evaluation bezieht sich insbesondere auf die Umsetzung der Angebote und die Messung des Erfolges in den Destinationen vor Ort. Es wird einerseits dokumentiert, welche Angebote tatsächlich umgesetzt wurden, von wem und mit welchem Aufwand (Ressourceneinsatz). Andererseits wird gemessen, wie oft und wie intensiv neue Angebote auf der An- und Abreise sowie innerhalb der Destinationen genutzt werden, und ob dabei die formulierten Zielgruppen (cf. AP2) angesprochen wurden. Damit können auch Rückschlüsse auf die Wirksamkeit der einzelnen Module wie Handbuch, Schulung und Innovationslabor gezogen werden.

7. Projektorganisation

7.1. Eingebende Organisation

Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte GaST
Ivan Steiner Präsident Gast 2012 Stooshorn 1 6433 Morschach

7.2. Strategische Trägerschaft

Körperschaft	Vertreten durch	Stand
Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte GaST	Ivan Steiner, Präsident 2012	Zusage erfolgt.
Schweizer Tourismus-Verband STV	Mila Trombitas, Vizedirektorin	Zusage erfolgt.
Verband öffentlicher Verkehr VöV	Ueli Stückelberger, Direktor	Zusage erfolgt
Bundesamt für Raumentwicklung ARE	Peter Schild, Sachbearbeitung	Zusage erfolgt inkl. Beitrag Fr. 10'000

7.3. Projektleitung und Projektteam

Die Projektleitung setzt sich zusammen aus Reto Solèr, Vertreter der Arbeitsgemeinschaft solèr / cebulla und Roger Sonderegger, Vertreter des Institutes für Tourismuswirtschaft der Hochschule Luzern – Wirtschaft ITW. Ergänzend wirken Ludo Cebulla der Arge solèr/cebulla und vom ITW Widar von Arx mit. Kooperationspartner sind das Institut für Bau und Umwelt der Hochschule für Technik in Rapperswil (IBU-HSR), die Hochschule für Technik und Wirtschaft in Chur sowie die Hochschule Luzern - Soziale Arbeit.

Arbeitsgemeinschaft solèr/cebulla

Reto Solèr, Projektleiter

Fachmann „Nachhaltige Entwicklung für Berggebiete“

Projektrelevante Referenzen (Auswahl):

- Geschäftsleiter der CIPRA Schweiz von 2000 bis 2009: Projekte wie climalp, cc.alps, Gemein-denetzwerk Allianz in den Alpen, Wissensprojekt „Zukunft in den Alpen“.
- Ferien ohne Auto: Mitinitiant und stellvertretender Projektleiter der Pilotphase 2008 bis 2010.
- Mitinitiant von «bus alpin», alias Alpentälerbus.
- Zurzeit arbeitet er zu 45 % als Kampagnenleiter «Respektiere deine Grenzen» für den Schweizer Alpen-Club und das Bundesamt für Umwelt.

Ludo Cebulla, Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Gesundheits- und Mobilitätsprojekte

Dr. med., arbeitete nach dem Studium während einigen Jahren als Forschungsassistent im Bereich der orthopädischen Grundlagenforschung. Anschliessend folgte die internistische Weiterbildung vor allem am Bürgerspital Solothurn. Als Mitglied der Ärztinnen und Ärzte für Umweltschutz engagierte er sich seit langem in Projekten zur Förderung des Langsamverkehrs verknüpft mit der Gesundheitsförderung durch regelmässige körperliche Aktivität. Sein anderes grosses Interesse gilt dem sanften Tourismus: Als Teilhaber des Büros Rundum mobil in Thun beschäftigte er sich im Zeitraum von 2003 bis 2010 mit der Förderung der Anreise ohne Auto in Feriendestinationen mit entsprechenden Projekten an der Lenk und in

Saas-Fee. Hauptberuflich unterrichtet er an medizinischen Fachschulen und in der Erwachsenenbildung.

Institut für Tourismuswirtschaft der Hochschule Luzern – Wirtschaft

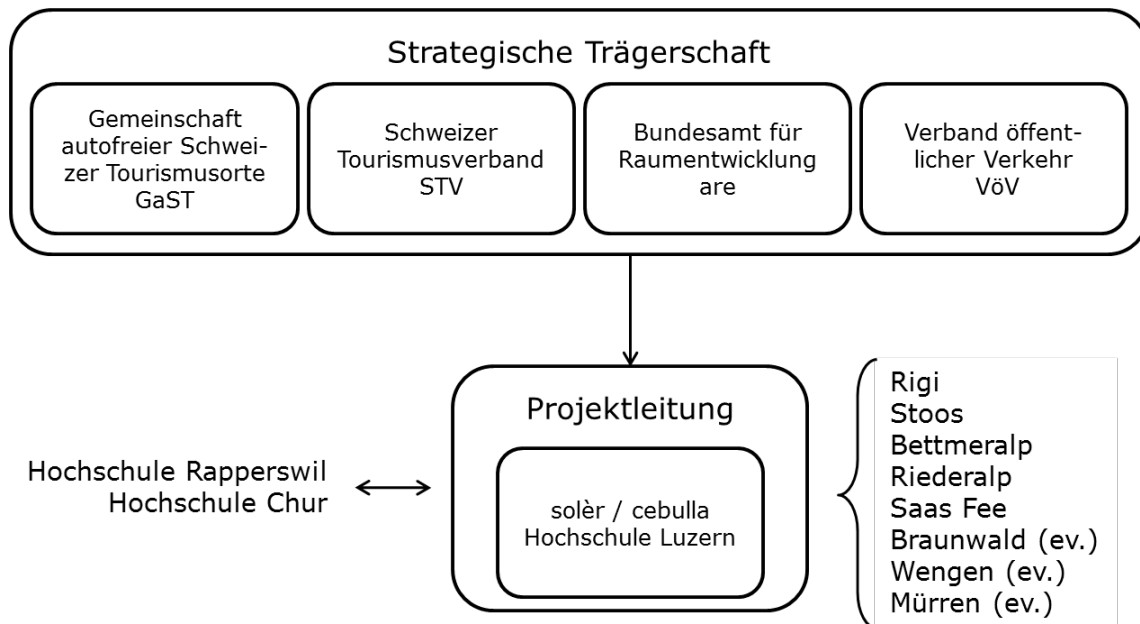
Roger Sonderegger, Projektleiter

Roger Sonderegger ist Geograph und Senior Researcher an der Hochschule Luzern. Er unterrichtet und bearbeitet diverse Forschungs- und Beratungsprojekte in den Bereichen Tourismus und Mobilität. Aktuell schreibt er an seiner Dissertation über Zweitwohnungen im Alpenraum bei Prof. Dr. Werner Bätzing an der Universität Nürnberg-Erlangen.

Widar von Arx, Leiter Mobilität

Dr. oec. HSG Widar von Arx ist Leiter des Kompetenzzentrums Mobilität am Institut für Tourismuswirtschaft (ITW). Er studierte Wirtschaft an der Universität Basel und promovierte an der Universität St. Gallen. Nach einigen Jahren in der Praxis als politischer Berater ist Widar von Arx an die Hochschule Luzern gekommen, um sich ganz der angewandten Forschung und der Lehre zu widmen. Herr von Arx ist zudem Lehrbeauftragter der Universität St. Gallen. An der Hochschule Luzern leitet er den CAS Management im öV für Quereinsteiger, der im Sommer 2012 erstmals durchgeführt wird. Er berät Transportunternehmen in den Bereichen Strategie und Marketing.

7.4. Projektorganisation im Überblick



7.5. Kontakte

Gemeinschaft autofreier Schweizer Tourismusorte
Ivan Steiner, Präsident
c/o Morschach-Stoos Tourismus Stooshorn 1 6433 Stoos ivan.steiner@morschach-stoos.ch

Schweizer Tourismus-Verband	Verband öffentlicher Verkehr
Mila Trombitas, Vizedirektorin	Ueli Stückelberger, Direktor
Finkenhübelweg 11, Postfach 8275 3001 Bern Tel. +41 (0)31 307 47 47 mila.trombitas@swisstourfed.ch	Dählhölzliweg 12 3000 Bern 6 Tel. +41 (0)31 359 23 35 ueli.stueckelberger@voev.ch

Bundesamt für Raumentwicklung
Peter Schild, Sachbearbeiter Verkehrspolitik
Mühlestrasse 2, CH-3063 Ittigen Postadresse: CH-3003 Bern Tel. +41 (0)31 322 55 55 peter.schild@are.admin.ch

Arbeitsgemeinschaft solèr/cebulla	
Reto Solèr	Ludo Cebulla
solerworks.ch Postfach 294, 8042 Zürich Weinbergstrasse 133, 8006 Zürich Tel. +41 (0)44 431 27 30 Mobile +41 (0)79 628 16 03 reto.soler@solerworks.ch www.solerworks.ch	Untere Gasse 55A 3645 Zwieselberg Tel. +41 (0) 33 654 07 72 cebulla@sunrise.ch

Hochschule Luzern – Wirtschaft	
Roger Sonderegger	Widar von Arx
Institut für Tourismuswirtschaft Rösslimatte 48 6002 Luzern Tel. +(0)41 228 42 18 roger.sonderegger@hslu.ch	Institut für Tourismuswirtschaft Rösslimatte 48 6002 Luzern Tel. +(0)41 228 42 88 widar.vonarx@hslu.ch

8. Budget und Finanzierung

8.1. Aufwand

	Arbeitspakete	SFr.	Kommentar
AP1	Lancierung Projektstruktur, Kooperationsvereinbarungen, Bereitstellen der Zweitfinanzierung, Konzept mit Realisierungsplan	8'000	Davon Fr. 4'000 für B) Überbetriebliche Zusammenarbeit
AP2	Zielgruppen Konzept, Abklärungen und Recherchen für Inhalte, Gästebefragungen, Auswertung, Fazit für Angebotsgestaltung in fünf (bis acht) Partnerdestinationen	72'000	A) Innovation Inkl. Eigenleistung Destination In Kooperation mit der Hochschule Rapperswil
AP3	Handbuch -Konzept -Recherche und Abklärungen -Schreibarbeiten und Redigieren -Layout -Bildmaterial und Bildrechte / Illustrationen -Druck	40'000 3'000 5'000 15'000 5'000 7'000 5'000	A) Innovation C) Wissensaufbau
AP4	Vertrieb, Bewerbung, Öffentlichkeitsarbeit -Konzept für Distribution -Werbung und Vertrieb -Tool Website: Inhalte, Layout -Flyer: Text, Layout, Druck -Medieninformation (zweimal) -Medienkonferenz	28'000 1'500 8'000 8'000 5'000 2'000 3'500	C) Wissensdiffusion
AP5	Schulung -Abklärungen und Recherchen -Grob-Konzept für drei Module -Produktion Modul 1 inkl. Detailkonzept -Produktion Modul 2 inkl. Detailkonzept -Produktion Modul 3 inkl. Detailkonzept -Bewerbung und Begleitung der Lancierung -Ermässigung für Lancierung -Institutionalisierung des definitiven Schulungsbetriebs inkl. Betriebskonzept	135'000 3'000 4'000 35'000 35'000 35'000 5'000 10'000 8'000	C) Wissensaufbau und Wissensdiffusion Zuzug von Fachleuten Module: inhaltliche und didaktische Konzeption, Erstellen und Redigieren der Texte, Layout und Druck Für erste 20 Studierende
AP6	Beratung und Innovation -Individuelle Beratung der Partnerdestinationen bei Umsetzung und Weiterentwicklung -Aufbau und Initialisierung Innovationslabor	130'000 90'000 40'000	A) Innovation Inkl. Eigenleistung Destination In Kooperation mit der Hochschule Rapperswil
AP7	Evaluation -Konzept und Realisierung -Bericht inkl. Auswertung -Verbesserungen einbringen	20'000 14'000 2'000 4'000	A) Innovation C) Wissensaufbau
AP8	Projektleitung und -management Inkl. Planung, Koordination, Information, Qualitätssicherung, Berichte, Buchhaltung	40'000	Davon Fr. 20'000 für B) Überbetriebliche Zusammenarbeitskosten
AP9	Reserven für nicht vorhersehbare Risiken	20'000	Nicht anrechenbar
	Zwischentotal	493'000	(= Finanzierung, s. 8.2)
	Bei Innotour nicht anrechenbare Kosten	- 24'000	
	Abzüglich Reserven (AP9)	-20'000	
	Gesamttotal für Innotour-Eingabe	449'000	(entspricht nicht der Finanzierung)

8.2. Finanzierung

Finanzierung in SFr.		Kommentar / Status
Beiträge der öffentlichen Hand: -Bundesamt für Raumentwicklung ARE	10'000	Bewilligt im November 2011
Eigenmittel Hochschule Luzern Zugesagt durch den Leiter „Interdisziplinärer Schwerpunkt Tourismus und nachhaltige Entwicklung“, Prof. Martin Barth	20'000	Definitiv zugesagt
Beiträge von Destinationen (5 definitiv): - 2'500 in cash - 12'000 Eigenleistung (100h) Die Eigenleistungen durch die Destinationen und Gemeinden werden eingesetzt bei der Befragung / Erarbeitung der Zielgruppen, bei Aufbau und Weiterentwicklung des «Innovationslabors Mobilität», sowie für die Entwicklung und Umsetzung neuer Mobilitätsangebote in den Partnerdestinationen	72'500	Definitiv zugesagt: - Stoos - Rigi - Bettmeralp - Riederalp - Saas-Fee Unter Vorbehalt zugesagt (Entscheid Gemeinde; Einnahmen nicht budgetiert): - Braunwald - Wengen - Müren
Beiträge von Stiftungen	120'000	Provisorisch zugesagt. Definitiver Bescheid Mitte/Ende April.
Beiträge von Sponsoren: Unternehmen aus den Branchen: -Mobilität und Energie -Rückversicherer wie swiss re -Versicherungen -Banken Beiträge von NPO wie VCS, WWF, myclimate etc.	10'000 45'000	Für Handbuch. Anfragen geplant. Für Handbuch. Anfragen geplant. Kontakt zu myclimate besteht.
Einnahmen für erbrachte Dienstleistungen: -Verkauf Handbücher -Einnahmen Schulungen	5'000	Vertrieb Handbuch Schulung von Destinationen und Leistungserbringern
Zwischentotal Eigenfinanzierung	282'500	
Finanzierung durch Innotour	210'500	Eingabe Anfang April 2012
Total Finanzierung	493'000	

Anhang I: Potenzielle Destinationen (Multiplikatoren AP4 / AP5)

Netzwerke	Beitrag zur Zielerreichung	Relevanz	Gemeinden/Regionen
Pilotdestinationen von «Ferien ohne Auto»: Scuol Engadin, Aegerital-Sattel, Braunwald	Interessenten für Handbuch, Schulung und Erfahrungsgruppen. Können Erfahrungen weitergeben.	Hoch Anfrage Projektpartner	Braunwald: Partner bei Projekt von IBU-HSR
Pool von interessierten Gemeinden anlässlich der Evaluation für die Pilotphase im 2008	Interessenten für Handbuch, Schulung und Erfahrungsgruppen.	hoch	Bettmeralp, Haslital, Rigi, Wengen-Mürren, Zermatt, Saas-Fee, Reichenbach, Habkern
Mitglieder von «bus alpin»	Interessenten für Handbuch, Schulung und Erfahrungsgruppen.	hoch	Gantrisch, Moosalp, Regionen Alp Flix, Greina, Parke: Chasseral, Thal, Binntal. www.busalpin.ch
Mitglieder von «Alpine Pearls»	Interessenten für Handbuch, Schulung und Erfahrungsgruppen.	hoch	Arosa, Interlaken www.alpine-pearls.com
Netzwerk Schweizer Pärke	Interessenten für Handbuch, Schulung und Erfahrungsgruppen.	hoch	Diverse: www.netzwerk-pärke.ch
Energiestadt Schweiz	Vertriebs- und Informationskanäle zu deren Mitglieds-Gemeinden und -Regionen.	mittel bis hoch	Diverse, abzuklären www.energiestadt.ch
Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete SAB	Vertriebs- und Informationskanäle zu deren Mitglieds-Gemeinden und -Regionen	mittel	Diverse, abzuklären. www.sab.org
Gemeindenetzwerk «Allianz in den Alpen»	Vertriebs- und Informationskanäle zu den Mitglieds-Gemeinden und -Regionen.	mittel bis hoch	Diverse: www.alpenallianz.org

Einige Destinationen sind in verschiedenen Netzwerken oder Pools vertreten, was abgestimmt wird. Teils sind die Organisationen oder Netzwerke potenzielle Vertriebs- wie auch Informationsschleusen in Bezug auf das vorliegende Projekt.

Anhang II: Leistungserbringer entlang der Mobilitätskette

Neben den Destinationen zählen diese zu den potenziellen „Kunden“ im Hinblick auf die Projektentwicklung. Dazu zählen insbesondere Branchen wie Mobilität, Energie, Tourismus:

Körperschaften	Beitrag zur Zielerreichung	Relevanz	Bemerkungen
Schweiz Mobil	Vertriebs- und Informationskanal für Produkte und zu Destinationen	hoch	Guter Kontakt zu Geschäftsführer
Swiss Trails GmbH	Buchung, Gepäcktransport und weiteres (Schweiz Mobil)	mittel	Gepäcktransport ohne öV
STC Switzerland Travel Centre AG	Online-Buchung und Call-Centre von Hotels / Unterkünften (SBB)	hoch	Auslandkunden
Hotelketten	Produkteanbieter, Zielpublikum für Handbuch und Schulungen	hoch	Beispielsweise Sunstar
Tour-Operator	Produkteanbieter, Zielpublikum für Handbuch und Schulungen	hoch	Teils bestehen Kontakte
Reise-Veranstalter	Produkteanbieter, Zielpublikum für Handbuch und Schulungen	hoch	
Swissconnect	Gepäcktransport (tagsüber und während der Nacht)	hoch	Bestehende Kontakte aus der Pilotphase
alpmove: Touristische Präsentationsplattform im Internet	Buchung, Gepäcktransport und weiteres	hoch	Teils bestehen Kontakte
Cargo 24: Vereinigung Transportunternehmen	Gepäcktransport (tagsüber, während der Nacht)	mittel	Transport nur mit LKW
PostLogistics	Gepäcktransport	mittel	Verbund mit Schiene schwierig
SBB BahnUmwelt-Center	Laut Aussagen der SBB von Ende 2010 liegen ihre Prioritäten vorerst auf der Optimierung des bestehenden 24-Stunden-Transportes.	mittel	Die SBB kann nur bedingt regionale Lösungen herbeiführen.
DHL	Gepäcktransport (Transport Tag A / Tag B)	mittel	Transport mit Kleinlastwagen
Postauto Schweiz	Unterstützung bei Kommunikation: Newsletter, Kundenzeitschrift „Mobilissimo“	hoch	Bestehende Kontakte aus der Pilotphase
Carrier / Transportunternehmen für Gepäcktransport	Gepäcktransport in den Destinationen	hoch	
Anbieter Langsamverkehr: -Biketec, usw. -Rent a bike, usw.	Mobilität in den Destinationen	hoch	Bestehende Kontakte aus der Pilotphase
Nationale Anbieter, Verwaltungen von Ferienwohnungen	Gepäcktransport zu den Ferienwohnungen	hoch	

Anhang III: Partner für die operative Ebene (Multiplikatoren)

Ergänzend zu den drei Trägerorganisationen können diese Körperschaften für eine Kooperation auf der operativen Ebene angefragt werden:

Unternehmen / Institution	Beitrag zur Zielerreichung	Relevanz	Bemerkungen
Schweiz Tourismus	Informationskanal für Produkte und zu den Destinationen, Buchung.	hoch	Bestehende Kontakte aus der Pilotphase
Hotellerie Suisse	Informationskanal für Produkte und zu den Hotels	hoch	
Verband Schweizer Tourismusdirektoren, Konferenz der regionalen Verkehrsdirektoren	Informationskanal für Produkte und zu den Destinationen	hoch	
Verband Schweizer Tourismusmanager VSTM	Informationskanal für Produkte und zu den Destinationen	hoch	Anfrage erfolgt
Seilbahnen Schweiz SBS	Informationskanal für Produkte und zu den Destinationen	hoch	Anfrage via VöV
GastroSuisse	Informationskanal für Produkte und zu preiswerten Hotels, Buchungen	hoch	
Coop / Migros (Hotelplan)	Informationskanal für Produkte und zu den Destinationen, Produktanbieter, Buchungen	hoch	
Anbieter für Familien, Schulen, Gruppen, etc.	Reka-Dörfer, etc.	hoch	
Haute école valaisanne HES-SO Wallis, Kontaktperson : Rafael Matos	Nicht monetäre Unterstützung bei Recherchen und Evaluationen.	Mittel	Projektträger Pilotphase «Ferien ohne Auto»
Verkehrs-Club der Schweiz VCS, Kontaktperson: Noelle Petitdemange	Synergien zu Öko-Rating. Informationskanal für Produkte, Schulungen, Handbuchabsatz	Mittel	Projektträger Pilotphase «Ferien ohne Auto»
WWF Schweiz	Informationskanal für Produkte, Schulungen, Handbuchabsatz	hoch	Projektträger Pilotphase «Ferien ohne Auto»
Schweizer Alpen-Club	Beim Schweizer Alpen-Club SAC tut sich mit der neuen Klimakampagne allenfalls eine Türe auf. Gespräche werden angestrebt.	hoch	Sehr guter Kontakt ist vorhanden.
Naturfreunde Schweiz	Ebenfalls potentieller Partner, im ähnlichen Segment wie der SAC	hoch	Sehr guter Kontakt ist vorhanden.