

## Nachhaltiger Freizeitverkehr

### Schlussbericht der Phase III mit den Machbarkeitsabklärungen für:

- Teilprojekt 1: Bahn&Hotel  
Teilprojekt 4: Innovativer Freizeitverkehr mit öffentlichem Verkehr/RailAway  
Teilprojekt 5: Gewähr Mobilität an Ferienorten/Mobility Hotel

#### Verfasser

Dr. Ruedi Meier  
Beratender Ökonom/Raumplaner NDS/ETH  
Bolligenstr. 14b  
3006 Bern  
Tel./Fax.: 031/333'24'69  
Tel.: 031 332'49'10  
E-Mail: [ruedimeier@bluewin.ch](mailto:ruedimeier@bluewin.ch)  
Home Page: [www.ruedimeier.ch](http://www.ruedimeier.ch)

#### Kontaktadresse

Ruedi Frischknecht  
Raumplanungsamt Kanton Luzern  
Murbacherstrasse 21  
CH 6002 Luzern  
Tel: 0041 41 228 51 89  
Fax: 0041 41 228 64 93  
e-mail: [ruedi.frischknecht@rpa.bd.lu.ch](mailto:ruedi.frischknecht@rpa.bd.lu.ch)

Unterstützt wurde dieses Programm durch:

- das Aktionsprogramm "Energie und Umwelt des Kantons Luzern"
- das Bundesamt für Raumentwicklung
- das Bundesamt für Energie
- RailAway AG, Luzern
- Mobility CarSharing Schweiz AG; Luzern
- Luzern Tourismus

Bern / Luzern: 19. Dezember 2001/korr. 9.4./20.6. 2002/17.7.2003

G:\Kantonalplanung\Freizeitverkehr\Freizeitverk\_Schlussber 20.6.20021.doc

## Inhaltsverzeichnis

Management Summary - Programm Nachhaltiger Freizeitverkehr.....	3
1. Ausgangslage und Vorgehen.....	8
2. Zielsetzungen, Projektideen.....	10
3. Die involvierten Stellen, Unternehmen und Organisationen.....	11
3.1 Kanton Luzern, Zentralschweiz, weitere Kantone.....	11
3.2 Unternehmen, Organisationen.....	11
3.3 Ausbau der Partnerschaften als zentrale Aufgabe.....	12
3.4 Weitere Partner Programmsteuerung, Externe.....	12
4. Produkte und Dienstleistungen.....	14
4.1 Innovativer Freizeitverkehr mit öffentlichem Verkehr - Ausbau RailAway.....	14
4.2 Gewähr Mobilität an Ferienorten - Ausbau Mobility.....	16
4.3 Mobilitätsberatung - Verbessern der Mobilitätsketten - Koordination mit SchweizMobil.....	17
4.4 Monitoring, Evaluation, Controlling.....	18
5. Märkte, Konkurrenz, Kommunikation - Wirkungen.....	20
5.1 Innovativer Freizeitverkehr mit öffentlichem Verkehr - Ausbau RailAway.....	20
5.2 Gewähr Mobilität an Ferienorten - Ausbau Mobility.....	22
5.3 Weitergehende Wirkungen.....	23
6. Organisation - Management.....	24
7. Finanzplan - Finanzierungslücken.....	26
8. Zeitplan: Phasen I - V (2000 bis 2005).....	28
Anhang 1: Studie "Freizeitverkehr Zentralschweiz, Januar 2001, Luzern/Bern" (sep. Bericht).....	29
Anhang 2: Kurzfassung der Projektbeschriebe.....	30
Anhang 3a: Machbarkeitsstudien / Unterlagen RailAway.....	39
Anhang 3b: Machbarkeitsstudien / Unterlagen Mobility CarSharing Schweiz AG ...	47

## Management Summary

### a) Ausgangslage

Abgestützt auf Arbeiten des Nationalen Forschungsprogramms "Verkehr und Umwelt" (NFP 41) hat der Kanton Luzern im Rahmen seines Aktionsprogramms Energie und Umwelt das Programm „Nachhaltiger Freizeitverkehr“ gestartet. Dieses Programm sieht insgesamt vier Phasen vor:

- In einer **ersten Phase** wurde der Bericht "Nachhaltiger Freizeitverkehr" erarbeitet, (publiziert im Januar 2001, Anhang 1), der den Handlungsspielraum und Massnahmen für den Kanton Luzern, die Zentralschweiz, aber auch weitere Kantone aufzeigt. Insgesamt sind 16 Projekte skizziert worden, die einen Beitrag an einen nachhaltigen Freizeitverkehr leisten können, also wirtschaftlich, sozial und umweltmässig positive Effekte erwarten lassen.
- In der **zweiten Phase** sind gestützt auf die Auslegeordnung in der Phase 1 sechs Teilprojekte evaluiert und auf ihre Machbarkeit überprüft worden.
- In der **dritten Phase** wird die Finanzierung der Teilprojekte geklärt.
- In der **vierten Phase** werden die Teilprojekte mittels Anschubfinanzierungen und Defizitgarantien so umgesetzt werden, dass sie spätestens nach vier Jahren selbsttragend sind.

### b) Zielsetzungen und Nutzen

Konkret werden mit dem Programm Nachhaltiger Freizeitverkehr bzw. den einzelnen Projekten folgende Ziele verfolgt:

- **Reduktion des Energieverbrauchs und der CO<sub>2</sub>-Emissionen sowie Verminderung von weiteren Umweltbelastungen (NO<sub>x</sub>, Lärm, Bodenverbrauch):** Als Mittel stehen die Förderung des Langsamverkehrs (Human Powered Mobility [HPM]), E-Bike's, E-Scooter) und vor allem des öffentlichen Verkehrs, aber auch eine bessere Auslastung des motorisierten Individualverkehrs, im Vordergrund.
- **Positive Wirtschafts- und Tourismuseffekte:** Es wird von den gewünschten Freizeitbedürfnissen ausgegangen und die daraus entstehenden Verkehrsbedürfnisse sollen möglichst umweltfreundlich abgedeckt werden. Die wirtschaftliche Basis der involvierten Freizeitanbieter wird damit gestärkt und die Freizeitakteure sollen mit direkten Zusatznutzen zur Wahl von umweltfreundlichen Verkehrsmitteln animiert werden. Insgesamt können zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen, die Wertschöpfung erhöht und das Image der Region als attraktives Reiseziel gesteigert werden.
- **Pilot- und Demonstrationsprojekte mit nationaler Ausstrahlung:** Die Projekte haben als Pilot- und Demonstrationsprojekte Vorbildcharakter. Sie werden regional gestartet, aber durch national starke Träger, die ihren Sitz in Luzern haben, getragen. Luzern kann sich dadurch in vorteilhafter Weise profilieren.
- **Innovatives Programm mit neuen Produkten, Zielgruppen und Vermarktungskanälen:** Mit dem Programm bzw. den einzelnen Projekten werden neue Wege beschritten. So werden neue Produkte lanciert, die neue Kundensegmente ansprechen. Die zusätzlichen Leistungen werden durch neue Zusammenarbeitsformen erbracht. Auf innovative Weise mit organisatorischen Neuerungen soll das Verhalten bzw. die Verkehrsmittelwahl im Freizeitverkehr beeinflusst werden.
- **Zusammenarbeit öffentliche Hand - Private; Neue Partnerschaften mit hohen Synergien bilden:** Während private Unternehmen die Federführung bei einzelnen Projekten übernehmen, sollen die öffentlichen Stellen einen Beitrag beim Lancieren der Projektideen, dem Marketing und der konkreten Umsetzung leisten. Gleichzeitig wird mit

Gemeinden, Verkehrsvereinen, Hoteliers, Regionalplanungsgruppen, Medien usw. ein breites Netzwerk aufgebaut, dass den innovativen Projektideen erst zum Durchbruch verhelfen kann.

### c) Beteiligte

Die Arbeiten wurden von einer Begleitgruppe betreut, die als Steuerungsorgan weiter aktiv sein soll:

- Kanton Luzern:** Ruedi Frischknecht (Vorsitz), Raumplanungsamt, Kanton Luzern  
Leonhard Buchecker, Fachstelle für Energiefragen, Kanton Luzern  
Walter Ernst, Amt für Umweltschutz, Kanton Luzern  
Ernst Schmid, Verkehrs- und Tiefbauamt, Kanton Luzern
- Unternehmen, Organisationen:** Jürg Emmenegger, Partners & Products MobilityCarSharing Schweiz  
René Kamer, Geschäftsführer, RailAway AG (SBB)  
Rolf Wild, Luzern Tourismus AG
- Experten** Rudolf Baumann-Hauser, Baumann Partners GmbH  
Dr. Ruedi Meier, Beratender Ökonom, Bern  
Walter Ott, econcept, Zürich (nur Phase I)  
Ernst Reinhardt, Ecoprocess (nur Phase I)

### d) Stand der Arbeiten

Aufgrund der Machbarkeitsabklärungen in der Phase 2 hat sich die Begleitgruppe entschieden, die folgenden Teilprojekte weiter zu verfolgen:

1. **Bahn&Hotel:** Marketing mit umfassenden Hotel- und Bahnangeboten in Deutschland, das heisst Deutsche Gäste sollen mindestens drei Tage per Bahn in die Schweiz kommen (Pauschalarrangement). Marketing und Werbung können bei Zusatzfinanzierung weiter gesteigert werden. Neben den Informationen in der vorliegenden Studie, die im Prinzip immer noch zutreffen, wird im Anhang 5 des Begleitbriefes über den neuesten Stand informiert.
2. **Trilogie Tourismusfahrplan Zentralschweiz (Verkehrs- und Tiefbauamt):** Agglo- und Regionalfahrpläne für Zentralschweiz sollen ev. mit Ausflugtipps gedruckt und elektronisch verbreitet werden. (Stand Mai 2002: Projekt ist vorderhand sistiert)
3. **AlpsMobility/Perlen der Alpen:** Mit Unterstützung von Interreg III soll unter anderem ein grenzüberschreitender Reiseführer mit OeV-Angeboten in gedruckter und vor allem elektronischer Form angeboten werden. (Stand Mai 2002: Projekt wurde ohne Zentralschweiz eingereicht).
4. **„Gewähr“ Mobilität an Ferienorten mit CarSharing Schweiz/Mobility:** Es werden 30 Autos bei Hotels mit Zugang des breiten Publikums bereitgestellt (ab 2003 je zusätzlich 10 Fahrzeuge pro Jahr). Das Interesse von Hoteliers hat sich in den Abklärungen erwiesen. Für die Startphase ist eine Defizitgarantie nötig. Weitere Produkte können auf dieser Plattform lanciert werden. Ein funktionierendes Netzwerk von Bahn&Hotel über Verkehrsvereine, Gemeinden, Kanton ist vorgesehen und soll laufend ausgebaut werden. Neue Produkte im Bereich HPM sollen lanciert werden. (Stand Juni 2003: Machbarkeitsstudie liegt vor; Pilotversuche in Luzern sind angelaufen und ein weiterer ist in Sörenberg geplant).
5. **Innovativer Freizeitverkehr mit öffentlichem Verkehr - RailAway:** Es werden pro Jahr 10 neue Freizeit-Angebote mit integrierter OeV-Anreise im Kanton Luzern/Zentralschweiz zusätzlich angeboten, die sich betriebswirtschaftlich (noch) nicht rechnen. 10 bestehende Angebote sollen jeweils für weitere Kundengruppen bereitgestellt werden. Die Interessensbekundungen von neuen Anbietern liegen vor. Ein eingeführtes Verkaufsnetz des

marktstarken Partners RailAway kann voll genutzt werden. Weitere Produktdifferenzierungen mit weiteren Partnern sollen eingeleitet werden: Sportorganisationen, Lucerne Culture Partner, Event-Veranstalter, Wirtschaftspartner wie Banken, Versicherungen. (Stand Juni 2003: Machbarkeitsstudie liegt für 2002 vor, die immer noch gültig ist)

6. **Mobilitätszentren:** Lücken beim Marketing von umweltfreundlichen Verkehrsverbundes und bei der Ausgestaltung von attraktiven Mobilitätsketten sollen aufgezeigt und schrittweise mit neuen, kreativen Angeboten geschlossen werden. In einem ersten Schritt sollen Abklärungen vorgenommen werden, die ebenfalls Gegenstand des vorliegenden Antrages sind, aber mit SchweizMobil koordiniert werden müssen. (Stand Juni 2003: Projektskizzen liegen vor)

## e) Finanzierung

### Zusammenstellung Kosten, Finanzierung, Lücken

<b>Kosten</b>					
<b>Teilprojekte</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Total</b>
Proprammleitung Kanton intern	40	50	50	50	190
Projektmanagement extern	20	25	25	25	95
Monitoring extern	15	15	15	15	60
<i>Subtotal Projektgramm-Projektmanagment</i>	<i>75</i>	<i>90</i>	<i>90</i>	<i>90</i>	<i>345</i>
Urlaub mit der Bahn - Bahn&Hotel <sup>1</sup>	336	336	336	336	1344
Gewähr Mobilität <sup>2</sup>	600	600	600	0	1800
RailAway <sup>3</sup>	212	212	212	212	848
<b>Total Kosten</b>	<b>1223</b>	<b>1238</b>	<b>1238</b>	<b>638</b>	<b>4337</b>
<b>Finanzierung</b>					
Kanton Leistungen	40	50	50	50	190
Kanton Luzern cash <sup>4</sup>	80	0	0	0	80
<b>Programmleitung extern, Anteil Bund</b>	<b>(+45)<sup>5</sup> 0</b>	<b>(+5)<sup>6</sup> 0</b>	<b>(0)<sup>7</sup> 35</b>	<b>(0)<sup>8</sup> 40</b>	<b>75</b>
Urlaub mit der Bahn/Bahn&Hotel	230	230	230	230	920
<b>Anteil Bund 40%</b>	<b>106</b>	<b>106</b>	<b>106</b>	<b>106</b>	<b>424</b>
Gewähr Mobilität	480	480	480	0	1440
<b>Anteil Bund 40%</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>0</b>	<b>360</b>
RailAway	127	127	127	127	508
<b>Anteil Bund 40%</b>	<b>85</b>	<b>85</b>	<b>85</b>	<b>85</b>	<b>340</b>
<b>Total Anteil Bund/Antrag</b>	<b>311</b>	<b>311</b>	<b>346</b>	<b>231</b>	<b>1199</b>

<sup>1</sup> Weitere Angaben in Beilagen 5 von Luzern Tourismus zusammengestellt.

<sup>2</sup> Im Jahr 2003 wird mit 10 Autos mit durchschnittlichen Vollkosten von je Fr. 60'000.- gestartet. In den Jahren 2004 und 2005 folgen je 10 weitere Autos, welche jeweils auf eine Defizitgarantie angewiesen sind. Ab dem Jahr 2006 werden die Autos kostendeckend angeboten. Das Projekt ist ein Selbstläufer: Weitere Angebote kommen hinzu.

<sup>3</sup> Pro Jahr werden zusätzlich 10 neue Angebote gemacht, die jeweils im ersten Jahr die Kostendeckung nicht erreichen. Die Angebote werden jeweils weiter geführt.

<sup>4</sup> Dieser Betrag ist vom Kanton reserviert und muss dieses Jahr geleistet werden. Im Moment sind vom Kanton keine weiteren Cash-Beiträge zu erwarten. Er engagiert sich aber in der Programmleitung und setzt damit weiterhin kantonale Ressourcen ein.

<sup>5</sup> Im Jahr 2003 kommt der Kanton für externe Projektleitung und Monitoring auf: Die Kosten betragen Fr. 35'000.-. Es verbleiben Fr. 45'000.- als Rückstellung für 2004/2005.

<sup>6</sup> Im Jahr 2004 kommt der Kanton für die externe Projektleitung und Monitoring auf: Die Kosten betragen Fr. 40'000.-. Der Betrag kann aus den Rückstellung abgedeckt werden und es verbleiben Fr. 5'000.-.

<sup>7</sup> Im Jahr 2005 kann der Kanton noch Fr. 5'000.- an die externe Projektleitung bezahlen. Der Bund muss Fr. für Fr. 35'000.- von Fr. 40'000.- aufkommen.

<sup>8</sup> Der Bund muss für volle externe Projektleitung und Monitoring aufkommen: Fr. 40'000.-.

In der **dritten Phase** (November 2001- Mai 2002) wurden die Projektstrukturen und vor allem eine Sicherstellung einer minimalen Anschubfinanzierung durch die öffentliche Hand angegangen: Von den kantonalen Amtsstellen wurde ein Betrag von maximal Fr. 80'000.- für die Anschubfinanzierung der Teilprojekte in Aussicht gestellt. Vom Bund wird ein Beitrag gemäss Vorgesprächen mit dem Bundesamt für Raumentwicklung (ARE), dem Staatssekretariat für Wirtschaft (seco) und vor allem dem Bundesamt für Energie (BFE) erwartet.

Der Kanton Luzern hat für die Programm- und die Produkteentwicklung neben finanziellen Mitteln auch bereits sehr viel Eigenleistungen investiert. Er wird das Programm auch weiterhin sowohl mit Eigenleistungen im Bereich der Programmleitung unterstützen. An finanziellen Mitteln kann er für die Anschubfinanzierung für Defizitgarantien maximal Fr. 80'000.- bereitstellen. Dieser Betrag wird wie folgt auf die einzelnen Dienststellen verteilt:

Amt für Umweltschutz	Fr. 20'000.-
Raumplanungsamt	Fr. 10'000.-
Verkehr- und Tiefbauamt	Fr. 10'000.-
Fachstelle für Energiefragen	Fr. 20'000.-
Fachstelle für Wirtschaftsförderung	Fr. 20'000.-
<b>Total</b>	<b>Fr. 80'000.-</b>

Von Seiten des Bundes wird insgesamt ein Betrag von rund Fr. 1'199'000.- erwartet. Pro Jahr sind es rund Fr. 300'000.- .

Für das Projekt **Bahn&Hotel** hat der Kanton Luzern bzw. die Zentralschweiz bereits in der Startphase einen Beitrag geleistet. Mit einem Bundesbeitrag können bedeutende, zusätzliche Umlagerungen auf die Schiene mittels zusätzlicher PR etc. vorgenommen und die Bekanntheit des Produktes mit Synergien zum Projekt Gewähr deutlich gesteigert werden. Das Projekt Bahn&Hotel soll darum zu 100% mit Bundesmitteln gefördert werden, weil damit nicht nur Destinationen in der Zentralschweiz, sondern in der ganzen Schweiz vermarktet werden.

„**Gewähr**“ **Mobilität in Ferienorten**: Bei den Beiträgen handelt es sich ausschliesslich um Defizitgarantien von maximal 40%. Insgesamt können 30 Autostandorte unterstützt werden. Sie sind also nicht nur Hotelgästen reserviert.

Mit dem Projekt "**Innovativer Freizeitverkehr mit OeV** - 10 Neue Angebote und 10 Angebote mit neuen Kundengruppen durch RailAway" können zusätzliche Angebote und neue Segmente erschlossen werden, die sich rein betriebswirtschaftlich im ersten Jahr jeweils nicht rechnen. Mit neuen Kunden und Angeboten werden wertvolle Erfahrungen gesammelt und ein weiteres Umsteigen auf öffentliche Verkehrsmittel bewirkt. Jedes Jahr sollen mindestens 10 zusätzliche Angebote erschlossen werden.

Der Beitrag für das Teilprojekt "**MobilitätsZentren**" wird dann festgelegt, wenn klar ist, ob Luzern als Pilotversuch für SchweizMobil in Frage kommt oder ob hier unabhängige Lösungen gesucht werden müssen.

Die **Programmleitung** ist für die Leitung, das Controlling, die Produkt- und Programmweiterentwicklung nötig. Der externe Teil wird unter Projektleitung und Monitoring aufgeführt. Die Projektleitung leistet auch eine Support an die Programmleitung.

## **f) Fazit**

Insgesamt zeichnen sich die Teilprojekte, die im Rahmen des Programms Nachhaltiger Freizeitverkehr des Kantons realisiert werden sollen, durch folgende Aspekte aus:

- Hohe Synergien unter den Teilprojekten.
- Innovativer Ansatz im Bereich Freizeit und Verkehr.

- Grosse Realisierungschancen der Teilprojekte durch den Einbezug von starken Marktpartnern mit einem grossen Eigeninteressen.
- Positive Wirtschaftseffekte: Schaffung von zusätzlichen Arbeitsplätzen dank mehr Übernachtungen, besser besuchten Freizeitanlagen und Veranstaltungen im Kanton Luzern, Imagegewinne im Freizeit- und Umweltbereich.
- Positive Energie- und Umwelteffekte: Verminderung des Energieverbrauchs und Reduktion der CO<sub>2</sub>- und NO<sub>X</sub>-Emissionen.
- Vorbildlicher Pilot- und Demonstrationscharakter: Mit leistungsfähigen Partnern des Kantons kann eine Pionierarbeit aufgenommen werden.
- Vernetzte Zusammenarbeit mit verschiedenen Akteuren: Gemeinden, Hotels, Verkehrsvereine, Sportorganisationen, Wirtschaft.

Da die finanziellen Mittel des Kantons aber sehr limitiert sind, können diese Projekte nur erfolgreich umgesetzt werden, wenn sich der Bund auch überdurchschnittlich an den Finanzierungslücken beteiligt. Dies ist auch deshalb gerechtfertigt, weil mit den Projekten ein Angebot geschaffen wird, von dem nicht nur der Kanton Luzern alleine in wirtschaftlicher und ökologischer Hinsicht profitieren wird.

# 1. Ausgangslage und Vorgehen

## Phase I: Zusammenstellen und Bewerten von Projektideen

Im Jahr 2001 ist der Bericht "Freizeitverkehr Zentralschweiz - Konkrete Projekte, Luzern/Bern, Januar 2001" als gemeinsamer Studienauftrag des Amtes für Umweltschutz, der Fachstelle für Energiefragen und des Raumplanungsamtes im Rahmen des Aktionsprogramms "Energie und Umwelt" abgeschlossen worden (Bezug: [ruedi.frischknecht@rpa.bd.lu.ch](mailto:ruedi.frischknecht@rpa.bd.lu.ch); Anhang 1). Er dient als Grundlage für die Umsetzung von konkreten Projekten/Aktionen für einen nachhaltigen Freizeitverkehr. Insgesamt soll ein integriertes wohl abgestimmtes Programm "Nachhaltiger Freizeitverkehr" realisiert werden. Mit dem Bericht "Freizeitverkehr Zentralschweiz - Konkrete Projekte" ist die Phase I, das heisst das "Zusammenstellen und Bewerten von Projektideen" abgeschlossen worden (vergleiche ausführlich zu den Projektphasen Kapitel 8, Zeitplan: Phasen I-V).

Dabei ist bereits die Studie "Freizeitverkehr Zentralschweiz - Konkrete Projekte" mit wichtigen Akteuren des Tourismus, der Transportbetriebe und des Freizeitverkehrs des Kantons Luzern und der Zentralschweiz sowie vor allem mit privaten Organisationen bzw. gesamtschweizerisch operierenden Unternehmen erarbeitet worden:

### Kantonsvertreter:

- Ruedi Frischknecht (Vorsitz), Raumplanungsamt, Kanton Luzern
- Leonhard Buchecker, Fachstelle für Energiefragen, Kanton Luzern
- Walter Ernst, Amt für Umweltschutz, Kanton Luzern
- Ernst Schmid, Verkehrs- und Tiefbauamt, Kanton Luzern

### Unternehmen, Organisationen:

- Jürg Emmenegger, Partners & Products, MobilityCarSharing Schweiz
- René Kamer, Geschäftsführer, RailAway AG (SBB)
- Rolf Peter Pfaff, Direktor Dienstleistungszentrum Luzern-Zentralschweiz (DLZ), Luzern Tourismus AG, neu: Rolf Wild, Luzern Tourismus.

### Externe:

- Rudolf Baumann-Hauser, Baumann Partners GmbH
- Dr. Ruedi Meier, Beratender Ökonom, Bern
- Walter Ott, econcept, Zürich (nur Phase I)
- Ernst Reinhardt, Ecoprocess (nur Phase I)

In zwei Workshops im Jahre 2000 bzw. 2001 wurde der Bericht beraten und insbesondere das weitere Vorgehen eingehend definiert. Ebenfalls sind Vertreter der Zentralschweiz über das Vorgehen informiert worden (z.B. Interreg-Tagung vom 7. November 2000).

Aus dem relativ breiten Spektrum von Projektideen sind gezielt folgende Projekte/Aktionen ausgewählt worden, die eine optimale Umsetzung mit hohem Nutzen erwarten lassen:

1. Bahn&Hotel (ursprünglich: Urlaub mit der Bahn; läuft seit Herbst 2001)
2. Trilogie Tourismusfahrplan Zentralschweiz (Machbarkeitsabklärungen, vorderhand si-stiert)
3. AlpsMobility/Perlen der Alpen (Abklärungen laufen, unabhängig von Kt. Luzern einge-reicht)
4. Innovativer Freizeitverkehr mit öffentlichem Verkehr - Ausbau RailAway
5. Gewähr Mobilität an Ferienorten - Ausbau Mobility
6. Mobilitätszentren: Regional und lokal soll die Beratung zugunsten des umweltverträg-lichen Verkehrsverbundes zusammen mit diversen Akteuren intensiviert werden (Schaffen von Mobilitätszentralen). Gleichzeitig ist die Erreichbarkeit von Freizeit-

lagen mit dem umweltfreundlichen Verkehrsverbund (Mobilitätsketten) zu verbessern.

### **Phase II: Antrag formulieren...**

Im vorliegenden Antrag werden die Projekte 1 (Bahn&Hotel), 4 (Innovativer Freizeitverkehr mit öffentlichem Verkehr) und 5 (Gewähr Mobilität an Ferienorten) detailliert beschrieben und begründet. Das Teilprojekt 6 "Mobilitätszentren" wird so weit möglich skizziert und in seiner integrierenden Funktion aufgezeigt.

Wichtig ist, dass die Projekte 1 bis 6 ein integriertes Programm mit Synergieeffekten darstellen. Sie können aber auch einzeln behandelt und unterstützt werden.

Die Projekte 4 und 5 sind dabei von den federführenden Firmen

- **RailAway**
- **Mobility/CarSharing Schweiz**

erarbeitet worden. Die Unterlagen finden sich im Anhang 3.

- An mehreren Sitzungen haben ebenfalls **Rolf Peter Pfaff, Direktor Dienstleistungszentrum Luzern-Zentralschweiz (DLZ), Luzern Tourismus AG, Koordination der Schweizer Regionen; Schweiz Tourismus Gesamtleiter** und Dr. Ruedi Meier als Verfasser des vorliegenden Antrags teilgenommen. Herr Pfaff ist inzwischen durch Herrn R. Wild vollwertig ersetzt worden.

Die umfangreichen Abklärungen und Gespräche haben zur Formulierung von konkreten, direkt umsetzungsfähigen Projekten geführt, die gegenseitig abgestimmt sind und damit Synergien schaffen werden.

Im folgenden wird auf eine **Darstellung der Freizeitthematik und den involvierten Verkehrsaspekten verzichtet**, da dies etwa im Rahmen des Nationalen Forschungsprogramms "Verkehr und Umwelt – NFP 41", aber auch in der bereits erwähnten Studie "Freizeitverkehr Zentralschweiz - Konkrete Projekte" ausführlich getan worden ist. Für das Verständnis des vorliegenden Antrags werden die entsprechenden Studien vorausgesetzt.

### **....und Phase III: Trägerschaft und Finanzierung klären**

Parallel zur Darstellung der konkreten, direkt umsetzungsfähigen Projekte 1, 4, 5 und ev. 6 wird die Trägerschaft der Gesamtleitung des Programms "Nachhaltiger Freizeitverkehr", die Teilprojektleitungen sowie die Finanzierung präsentiert.

Am 29. Oktober 2001 fand ein dritter Workshop statt, an dem das gesamte Programm sowie die einzelnen Projekte vorgestellt und mit Bundesvertretern diskutiert wurden.

### **Phase IV: Start der Teilprojekte - Projektsteuerung**

Ab Sommer 2002 sollen die eigentlichen Umsetzungsarbeiten der Projekte 1, 4 und 5 an die Hand genommen werden und der definitive Projektstart ist auf Herbst 2002 vorgesehen:

**Inzwischen hat sich der Projektstart wegen fehlender Finanzierungszusage auf den Sommer bzw. Herbst 2003 verschoben. Nach einer Zusage kann mit den Arbeiten sofort begonnen werden.**

Die Projekte 1, 4 und 5 sollen während maximal 4 Jahren von 2003 bis 2006 unterstützt werden.

Das Teilprojekt 6 beinhaltet Abklärungen, die vermutlich auf die Jahre 2002 und 2003 beschränkt sind.

### **Phase V: Eigenfinanzierung der Projekte und selbständige Weiterführung**

Spätestens ab dem Jahr 2007 sollen die Teilprojekte 1, 4 und 5 auf eigenwirtschaftlicher Basis weiter geführt werden. Die Umsetzung des Teilprojekt 6 ist im Moment noch offen.

## 2. Zielsetzungen, Projektideen

Mit den Projekten werden folgende Ziele verfolgt:

- **Reduktion des Energieverbrauchs und der CO<sub>2</sub>-Emissionen sowie Verminderung von weiteren Umweltbelastungen (NO<sub>x</sub>, Lärm, Bodenverbrauch):** Der Freizeitverkehr soll nachhaltiger gestaltet werden. Dabei steht die Förderung des umweltfreundlichen Verkehrsverbundes (Langsamverkehr, HPM, E-Bike, E-Scooter und OeV) im Vordergrund. Da der Freizeitverkehr am Gesamtverkehr rund 60 Prozent ausmacht, wird ein zentrales und bisher kaum beachtetes Verkehrssegment in Angriff genommen. Erhebliche Energie- und CO<sub>2</sub>-Minderungen sowie weitere positive Umwelt-Effekte (Lärmreduktion, Bodenverbrauch) sind zu erwarten. Ein Beitrag an die Zielsetzungen des Leitbildes des UVEK und die Ziele von EnergieSchweiz sollen geleistet werden.
- **Zusammenarbeit öffentliche Hand - Private; Neue Partnerschaften mit hohen Synergien bilden:** Es werden neue Formen der Zusammenarbeit zwischen der öffentlichen Hand und privaten Leistungsträgern verfolgt. Während private Unternehmen die Federführung bei einzelnen Projekten übernehmen, sollen die öffentlichen Stellen einen Beitrag beim Lancieren der Projektideen, dem Marketing und der konkreten Umsetzung leisten. Die öffentliche Hand will auch die Mobilitätsberatung und Mobilitätsketten des umweltfreundlichen Freizeitverkehrs in Abstimmung mit den Bedürfnissen der Konsumenten und den Transportunternehmen verbessern. Es wird ein übergreifendes Projekt formuliert. Mit dem Engagement der öffentlichen Hand kann die Mitwirkung der verschiedenen privaten Akteure erleichtert und eine positive Grundstimmung in der Bevölkerung sowie bei Freizeitakteuren geschaffen werden.  
Die federführenden privaten Organisationen suchen ihrerseits die Zusammenarbeit mit neuen Partnern. So wird die Kooperation mit Freizeitveranstaltern (z.B. Anbieter von kulturellen Anlässen, Fussballverband etc.), Hotels, Verkehrsvereinen etc. eine zentrale Rolle spielen. Ein breites Feld von Akteuren mit direktem Kundenkontakt soll aktiviert werden und die Schnittstellen, die im Freizeitverkehr von besonderer Bedeutung sind - sollen kooperativ bearbeitet werden.
- **Innovatives Programm mit neuen Produkten, Zielgruppen und Vermarktungskanälen:** Mit dem Programm bzw. den einzelnen Projekten werden neue Wege beschritten. So werden neue Produkte mit neuen Kundensegmenten lanciert. Neue, zusätzliche Leistungen werden angeboten und neue Zusammenarbeitsformen gepflegt. Auf innovative Weise mit organisatorischen Neuerungen soll das Verhalten bzw. die Verkehrsmittelwahl im Freizeitverkehr geändert werden. Diese anspruchsvolle Aufgabe kann nur mit einer neuen Herangehensweise und neuen Partnerschaften erreicht werden. Dabei wird einerseits auf bestehenden Ansätzen aufgebaut, um eingespielte, leistungsfähige Kommunikationskanäle voll nutzen zu können. Andererseits werden neue Ideen und Vorgehensweisen realisiert, um das Umsteigen auf umweltfreundliche Verkehrsmittel effektiv zu fördern.
- **Pilot- und Demonstrationsprojekte mit nationaler Ausstrahlung:** Die Projekte haben Pilot- und Demonstrationscharakter. Sie werden regional mit nationalen Trägern gestartet. Von Anfang an besteht eine nationale und internationale Vernetzung. Dafür bieten einerseits die involvierten nationalen Organisationen Gewähr. Andererseits sollen bereits in der Startphase weitere Kantone bei der Umsetzung mitwirken.
- **Positive Wirtschafts- und Tourismuseffekte:** Gewünschte Freizeitbedürfnisse werden grundsätzlich akzeptiert. Die daraus entstehenden Verkehrsbedürfnisse sollen aber möglichst umweltfreundlich abgedeckt werden. Die wirtschaftliche Basis der involvierten Freizeitanbieter wird damit gestärkt und die Freizeittreibenden sollen mit direkten Zusatznutzen zur Wahl von umweltfreundlichen Verkehrsmitteln animiert werden.

### 3. Die involvierten Stellen, Unternehmen und Organisationen

#### 3.1 Kanton Luzern, Zentralschweiz, weitere Kantone

##### Projektantrag: Kanton Luzern

- Bau- und Verkehrsdepartement - BVD
- Wirtschaftsdepartement - WD

Dabei sind folgende **Fachstellen** involviert:

- Raumplanungsamt Kanton Luzern (BVD)
- Fachstelle für Energiefragen, Kanton Luzern (WD)
- Amt für Umweltschutz, Kanton Luzern (BVD)
- Verkehrs- und Tiefbauamt, Kanton Luzern (BVD)

Die Koordination erfolgt durch das Raumplanungsamt und das Programm "Nachhaltiger Freizeitverkehr" ist integrierender Bestandteil des **Aktionsprogramms "Energie und Umwelt"**.

##### Zentralschweiz/Nachbarkantone

Die Mitfinanzierung von weiteren Kantonen ist im Moment offen. Die Verhandlungen für ein gemeinsames Vorgehen sind angelaufen. Eine Finanzierung des Bundes wird die Teilnahme von weiteren Kantonen erleichtern.

#### 3.2 Unternehmen, Organisationen

##### RailAway AG

- Gründung: 1999
- Umsatz: 28 Mio. Fr. (2001)
- Verkaufte Arrangements: 430'000 (2001)
- Beschäftigte: 29
- Weiteres:
  - Tochter von SBB (100%)
  - Eingespielte, aber verbesserungsfähige Kontakte zu Freizeitveranstaltern
  - Ausgebautes Marketing- und Werbenetz im Bereich Freizeit  
Freizeitverkehr: Mehrere Millionen Kontakte pro Jahr (20'000 Internetkontakte pro Monat; 2.7 Mio Werbebroschüren pro Jahr). Ein weiterer Ausbau soll gezielt angestrebt werden

Kontaktperson: René Kamer, Geschäftsführer, RailAway AG (SBB), Luzern

##### MobilityCarSharing Schweiz

- Gründung: 1999
- Umsatz: 27 Mio. Fr. (1.1.2000)
- Kunden: ca. 44'000
- Beschäftigte: ca. 140
- Weiteres:
  - Gewinner CallCenter-Award 2001 (Bestes CallCenter der Schweiz)
  - Stark im Auf- und Ausbau begriffen, z.B. Produkt BusinessCarSharing
  - Neue Geschäftsleitung seit Sommer 2001

- Marktführerin in neuen Technologien CarSharing
- Versteht sich als Pionierfirma, Neue Marktfelder werden gesucht.

Kontaktpersonen:

Thomas Lütolf, Leiter Marketing & Verkauf, MobilityCarSharing Schweiz, Luzern

Jürg Emmenegger, Partners & Products Mobility CarSharing Schweiz, Luzern

### **Luzern Tourismus AG bzw. Dienstleistungszentrum Luzern-Zentralschweiz (DLZ)**

- Gründung: 2000 bzw. 2002 (ehemals Tourismus Zentralschweiz)
- Umsatz: 6 Mio. Fr.
- Mitglieder: Tourismus Forum 500
- Beschäftigte (Festangestellte): total 38
- Weiteres:
  - sehr gute Kontakte zu Tourismuskreisen in der Schweiz und vor allem auch im Ausland
  - Erfolgreiche Einführung von "Bahn&Hotel" mit Distribution über die DB, Weitere
  - Nachhaltiger Freizeitverkehr eine Erfolgsposition
  - Zusammenarbeit mit OeV etabliert

Kontaktperson: Rolf Wild, Projektleiter, Luzern Tourismus

### **Weitere:**

Weitere Unternehmen wie SBB, Post-Auto, Schifffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee (SGV) sind im Gespräch und werden so weit nötig ebenfalls einbezogen.

### **3.3 Ausbau der Partnerschaften als zentrale Aufgabe**

Es ist eine zentrale Aufgabe des vorliegenden Programms und der einzelnen Projekte, weitere Partnerschaften mit direkten Kundenkontakten zu schaffen und sie in die Anstrengungen für einen nachhaltigen Freizeitverkehr zu involvieren.

Die öffentliche Hand und die federführenden privaten Unternehmen werden **ein intensives Networking mit grosser Breitenwirkung** entfalten.

Die anvisierten Partnerschaften können hier nur summarisch aufgeführt werden:

- Gemeinden, Verkehrsvereine, lokale Transportunternehmen
- Kulturinstitutionen, Sportverbände, Umwelt- und Naturschutzorganisationen
- Hotels, Anbieter von Ferienwohnungen, Gastrobetriebe
- Medien: Nutzen von Medienpartnerschaften (Print, AV etc.) zur Erschliessung von zusätzlichen Kommunikationskanälen

### **3.4 Weitere Partner Programmsteuerung, Externe**

Organisation Workshops:

Rudolf Baumann-Hauser, Projektmanagement Bau Energie Umwelt, Baumann Partners GmbH, Luzern

Konzeptionelle Arbeiten, Monitoring, Evaluation, Controlling; Projektleitung:

Dr. Ruedi Meier, Beratender Ökonom, Bern

### **Mobilitätszentren und -beratung/Mobilitätsketten**

Für die Mobilitätsberatung und die Verbesserung der Mobilitätsketten wird die Zusammenarbeit mit weiteren externen Stellen (V.a. TU, aber auch Verkehrsplanung, Verkehrsberatung, PR-Agenturen gesucht):

- Einerseits soll in aufdotierten Mobilitätszentren (ausgehend von bestehenden Verkaufsstellen) die Verkehrsberatung verbessert und intensiviert werden.
- Für die Schliessung von Mobilitätsketten werden zum Beispiel über eine Ausschreibung mit einem detaillierten Leistungsbeschrieb neue Wege gesucht. U.a. muss eine hohe Kooperationsbereitschaft mit den federführenden Unternehmen, privaten Organisationen und der Verwaltung bestehen.

In einem ersten Schritt sollen Abklärungen durch die FH Wirtschaft, Abteilung Tourismus, unter der Federführung von Jürg Stettler - zusammen mit der SBB und dem Zweckverband für öffentlichen Verkehr, Luzern - an die Hand genommen werden. Dabei ist eine Koordination mit SchweizMobil vorgesehen.

## 4. Produkte und Dienstleistungen

### 4.1 Innovativer Freizeitverkehr mit öffentlichem Verkehr - Ausbau RailAway

RailAway hat die Produkteentwicklung für eine 1. Etappe in eigener Regie, aber in Absprache mit allen Projektpartnern vorgenommen (Anhang 3).

Die wichtigsten Elemente sind:

- Im Bereich Tagesausflüge (z. B. Freizeitparks, Kulturtreffpunkte, Ausflugsziele /Landschaften/Bergbahnen, Lehrpfade etc.) werden Eintritte und OeV-Tickets gemeinsam angeboten und vermarktet: Packagelösung.
- Preisreduktionen der Veranstalter und der TU schaffen Umsteigeeffekte
- Intensives Marketing bei potentiellen Kunden und erhöhte Markttransparenz gewährleisten zusätzliche Anreize zum Umsteigen.
- Im Vordergrund steht die Werbung mit dem Freizeitziel und nicht die ökologische Anreize, die aber als zentraler Nebennutzen verfolgt wird.

#### Neue Produkte 2002 (neu ab 2003):

- 10 neue Freizeitangebote im ersten Jahr aufnehmen in der Zentralschweiz (Details siehe Anhang 3). In den weiteren Jahren sind je 10 weitere Angebote zu lancieren. Die Produkte der Vorjahre sollen voll kostendeckend weiter geführt werden.
- 10 bestehende Angebote sollen auf weitere Zielgruppen ausgedehnt werden (Details siehe Anhang 3)
- Grundsätzlich besteht bei Veranstaltern ein sehr grosses Interesse an einer Teilnahme bei RailAway. Notwendige Kostenbeteiligung und Overkill (Überlastung) im Distributionsnetz und der Aufnahmefähigkeit der potentiellen Kundschaft setzen aber Grenzen, die zu überwinden sind.
- RailAway-Produkte haben bisher sehr grossen Anklang gefunden.
- Neben dem Preis sind aber die Anfahrtszeit und der Komfort Engpässe, die teilweise nur mittelfristig verbessert werden können: RailAway kann hier keine Aufgabe übernehmen. TU, öffentliche Hand, Gemeinden, Veranstalter etc. müssen Verbesserungen anbieten, um eine umweltfreundliche Mobilitätsberatung bei weiteren Anbietern und sanfte Mobilitätsketten zu realisieren.

Mit dem Ausbau des RailAway-Angebots wird **ein qualitativer Sprung angestrebt**:

- **Weitere Produktdifferenzierung:** Es wird eine deutliche Produktdifferenzierung vorgenommen. Wegen der Gefahr eines Overkills Verkäufer/Käufer kann nicht einfach das Angebot ausgeweitet werden. Vielmehr wird eine Differenzierung nach verschiedenen Sparten vorgenommen. Die bestehende Differenzierung wird in folgenden Sparten bzw. Segmenten weiter entwickelt:
  - **Regional:** In einem ersten Schritt werden zusätzliche Angebote gezielt in der Inner-schweiz lanciert. Weitere Regionen sollen folgen.
  - **Kultur, Sport, Plausch etc.:** Den verschiedenen Bedürfnissen und Zielgruppen wird mit einer stärkeren Segmentierung Rechnung getragen. Spezifische Angebote und Gruppen können spezifischer, aber auch intensiver angesprochen werden.
- **Neue Partnerschaften für Produkte und Vermarktungen:** Die Zusammenarbeit mit neuen Partnern wird angestrebt. Auswahlkriterien sind u.a.: Kundenkontakte, Glaubwürdigkeit, Nachhaltigkeit der Aktivitäten. Es sind bereits entsprechende Kontakte zu neuen Partnern im Rahmen der Machbarkeitsabklärungen geknüpft worden. Die erwartete Unterstützung wird eine intensivere Bearbeitung des Netzwerkes erlauben. Die bestehende Gewinnerorientierung von RailAway setzt heute klare Grenzen. Längerfristig können nachhaltige Effekte erwartet werden, wenn bestehende Eintrittsbarrieren im Networking überwunden werden.

- **Als neue Partnerschaften stehen zur Diskussion:**

- Kulturveranstalter und Vereinigungen
- Sportorganisationen
- Veranstalter Events
- Banken, Versicherungen mit hohem Kundenkontakt und neuen Vermarktungskanälen
- Medienpartnerschaften: Printmedien, elektronische Medien

RailAway soll in Zukunft eine zentrale Rolle im Rahmen von Freizeitveranstaltungen spielen: Es besteht die Absicht, den OeV als wichtige und selbstverständliche Mobilitätsform mit anzubieten.

**RailAway kann sich vorstellen, ein wichtiger Partner von EnergieSchweiz zu werden und in einer Partnerschaft Botschaften von EnergieSchweiz zu übernehmen.** Details eines entsprechenden Arrangements müssen definiert werden.

- **Organisatorische Neuerungen RailAway-Intern:** RailAway verfügt über detaillierte Musterverträge, Abrechnungsmodule etc., die sehr einfach sind und auch von kleinen Tour-Partnern genutzt werden können. Es ist kein Problem, weit mehr Angebote mit einer höheren Differenzierung und Segmentierung zu bewältigen. In diesem Feld besteht kein Handlungsbedarf, der durch die öffentliche Hand abgedeckt werden soll.
- **Organisatorische, verfahrensmässige Neuerungen Extern:** Wie bereits erwähnt, weist ein nachhaltiger Freizeitverkehr mit der Förderung des Umweltverbundes zahlreiche Schnittstellen auf. RailAway ist dabei im Rahmen des Programms "Nachhaltiger Freizeitverkehr" bereit, Informationen und Handlungsanweisungen an die involvierten öffentlichen Stellen weiter zu geben, damit diese Schnittstellen weiter bearbeitet werden können und kundengerechte Angebote entwickelt werden. Beispielsweise geht es um
  - die Realisierung der Erschliessung von weiteren Kommunikationskanälen und der Vermarktung bei öffentlichen und halböffentlichen Stellen (Gemeinden, Verkehrsvereinen, Auskunftsstellen Transportunternehmen etc). Es sollen dabei verschiedene Formen gewählt werden: Auflegen Prospekte, Teil von Packages, AV etc.,
  - die Verbesserung der Mobilitätsketten, um Freizeitorte leichter zu erreichen mit besserer Signalisation, vermehrten und besseren OeV-Angeboten, Einsatz von HPM etc.

Für RailAway sind diese Informations- und Beratungsaufgaben zuhanden öffentlicher Stellen nicht im Rahmen des bestehenden betriebswirtschaftlichen Leistungsauftrages realisierbar. Die zusätzlichen Leistungen bedürfen einer Abgeltung. Dabei ist sicher zu stellen, dass die Informationen kontinuierlich fliessen und von hoher Qualität sind. Die Umsetzung der Informationen ist Aufgabe des Projektes 6 "Mobilitätszentren- und beratung/Mobilitätsketten". RailAway kann und will diese Aufgaben nicht direkt selber übernehmen. Es ist vorgesehen von Seite der öffentlichen Hand die notwendigen Ressourcen zu organisieren.

Insgesamt erfordert das angestrebte, zusätzliche Networking mit neuen Produkten, Zielgruppen und Partnern zusätzliche Abklärungen, Kontakte und Entwicklungen. Bei den bisher kontaktierten Partnern besteht dafür grundsätzlich ein grosses Interesse. Die Pflege von systematischen und nachhaltigen Kontakten stellt aber in der Startphase hohe Anforderungen, die nur mit zusätzlichen externen Ressourcen bewältigt werden können. RailAway ist überzeugt, dass mit einer Unterstützung während einer Phase von vier Jahren ein qualitativer Sprung erzielt werden kann.

**Ab 2004 bis 2006:**

Weiterführung und Entwicklung von weiteren innovativen Produkten, neuen Partnerschaften

und kooperativen Vorgehensweisen - abgestützt auf Evaluation 2003. Im Minimum werden pro Jahr je zusätzliche Angebote lanciert, die ohne Unterstützung nicht auf den Markt kämen. Eine Substitution vom MiV auf den OeV könnte nicht eingeleitet werden.

## 4.2 Gewähr Mobilität an Ferienorten - Ausbau Mobility

Mobility hat die Produkteentwicklung in eigener Regie und in Absprache mit allen Projektpartnern vorgenommen (Anhang 3). Die wichtigsten Elemente sind:

- **Ab 2003:** ca. 30 Hotels sollen in einem ersten Schritt neue Standorte für Mobility werden.
- Pro Jahr werden in Etappen je 10 weitere Fahrzeuge stationiert.
- Hotels und Mobility übernehmen das Marketing und die Betreuung bei potentiellen Kunden.
- Kunden erhalten Gewähr, dass Mobilität auch für Individualfahrten vor Ort sichergestellt ist.
- Dritte sollen Fahrzeuge auch nutzen, damit hohe Auslastung erzielt wird.
- Hotels müssen einzeln akquiriert und betreut werden (Verträge etc.).
- Es bestehen hohe Synergien zum Projekt 1 "Bahn&Hotel".

Mit dem Projekt "Gewähr Mobilität an Ferienorten" wird ein entscheidender erster Schritt Richtung Mobilitätssicherung an Ferienorten gemacht: V.a OeV-Anreisende erhalten die Gewähr, dass sie an einem Ferienort auf individuelle Mobilität - soweit nötig und sinnvoll - nicht verzichten müssen. Das Angebot wird dabei in einem Netzwerk von über 900 Mobility-Standorten und einer 1750 Fahrzeug umfassenden Flotte erbracht. Es werden nicht einfach Einzelversuche an einem Ort oder einem Hotel mit begrenzter Ausstrahlung angestrebt. Die Flächendeckung in der Zentralschweiz und das systematische Vorgehen sind wichtige Markenzeichen.

Die angestrebte Produkteinführung im ersten Projektjahr darf bezüglich Schwierigkeitsgrad und Innovationsgehalt nicht unterschätzt werden. Das Produkt erscheint wohl auf Anhieb einfach und einleuchtend. Bisherige Anstrengungen mit einer ähnlichen Zielrichtung zeigen aber, dass eine nachhaltige Einführung (keine "Eintagsfliege") mit sehr vielen Hürden zu kämpfen hat.

- In den 90-Jahren wurde für das Berner Oberland, d.h. Mürren/Lauterbrunnen, bereits ein erster Versuch gestartet, der aber trotz hohen Anstrengungen nicht zum Ziel führte. Die Projektentwickler kennen die Hürden (Trägheit, Konkurrenzängste etc.).
- Es gibt Einzelprojekte von Hotels und Ferienorten, die Autos zur Verfügung stellen. Die Erfahrungen sind aber nur beschränkt befriedigend, da keine frühzeitige systematische Kommunikation stattfindet. Damit wird die Verkehrsmittelwahl am Quellort nicht frühzeitig im gewünschten Ausmass beeinflusst. Positive Effekte können nur erreicht werden, wenn die Kommunikation über Jahre hinweg spielt und eine hohe Sicherheit bezüglich Fahrzeugangebot besteht. Die bisher bekannten Einzelförderungen weisen in dieser Hinsicht Mängel auf.

Mit dem Projekt Gewähr Mobilität wird ein Einfallstor bei einer zentralen Kundengruppe, den Hoteliers, geschaffen. Es wird die Basis gelegt, eine sanftere Mobilität umzusetzen und über diese und weiter zu erschliessende Kanäle sollen weitere Angebote vermarktet werden. Im Vordergrund stehen:

- **Weiterer Ausbau von Bahn&Hotel mit Dienstleistungszentrum Luzern-Zentralschweiz (DLZ), Luzern Tourismus AG und Tourismus Schweiz.** Mit R.P. Pfaff sind im Projekt die notwendigen Schritte eingeleitet worden und Synergien werden geschaffen.
- Ein **komfortabler Gepäckservice von Tür zu Tür** für OeV-Benutzer soll auf der geeigneten Ebene (national und international) und mit potenten Partnern angegangen werden: Es ist wichtig, dass ein flächendeckendes und leistungsfähiges System eingeführt wird.

Die Realisierung ist allenfalls in Etappen anzugehen. U. a ist das Verhältnis zu dem bestehenden Service der SBB, der ab den Bahnhöfen angeboten wird, abzuklären. Hingegen kann die Aufgabe "komfortabler Gepäckservice von Tür zu Tür" weder von Mobility, einem Ferienort oder einem Hotel alleine angegangen werden. Die systematische Entwicklung und die Ablösung von unrentablen bisherigen Angeboten ist eine wichtige Aufgabe (vergl. dazu Meier R., Nachhaltiger Freizeitverkehr, Zürich/Chur, S. 120 ff.). Das Programm "Nachhaltiger Freizeitverkehr" wird gemäss Studie vom Januar 2001 Schritte in dieser Richtung anstreben.

- Von den Mobility-Hotels, aber auch weiteren lokalen und regionalen Stellen, soll der **öffentliche Verkehr, inklusive Freizeitbahnen**, propagiert werden. Die Aufgabe kann bei den Hotels von Mobility angesprochen und platziert werden. Die Sicherstellung der Diffusion bei den weiteren Trägern (Gemeinden, Touristikvereinen) ist eine Aufgabe der geplanten Mobilitätsberatung. Sie wird zu einem integralen Bestandteil des auszuschreibenden Leistungsauftrags an eine externe Stelle mit PR-Ressourcen oder so weit möglich direkt von der Verwaltung wahrgenommen. Zudem wird das Projekt 2 "Trilogie" das Anliegen der integralen OeV-Beratung und Kommunikation aufnehmen.
- **Velos, HPM, Mountain Bikes** werden bereits von Hotels und Ferienorten angeboten. Aber auch hier wird ein weiteres Angebot angestrebt (vgl. z.B. Prospekt Bahn&Hotel). Mit dem Ausbau von Mobility bei den Hotels soll die Eintrittsschranke überwunden werden, weitere Angebote propagieren zu können und eine Plattform für sanfte Mobilitätsformen zu schaffen. Die konkrete Umsetzung wird über die angestrebte Mobilitätsberatung erfolgen.

Insgesamt ist festzuhalten, dass es eine Illusion wäre zu glauben, in einem Schritt bei den Hotels, aber auch Feriengemeinden und Touristikvereinen mit einem integralen Gesamtpaket landen zu können. Die einschlägigen Erfahrungen in dieser Branche lehren, dass nur mit einem abgesicherten, schrittweisen Vorgehensweisen, aber gleichwohl einem systematischen und umfassenden Ansatz, etwas erreicht werden kann. Es ist wichtig, dass von den bisherigen Erfahrungen ausgegangen wird und die Koordination über die geeigneten Träger gesucht wird. Es besteht das Ziel, sanftere Ferienorte bezüglich Mobilität mit einem realistischen Vorgehen und integralen Angebot zu schaffen.

- **Ab 2004:** Weiterentwicklung der Produkte und Ausbau des Angebots aufgrund des Monitorings und der Evaluation. Die angesprochene Zusammenarbeit und Vernetzung soll vertieft und verbessert werden. Die einzelnen Schritte sind abgestimmt einzuleiten um optimale Gesamtwirkungen zu erzielen.

#### **4.3 Mobilitätszentren- und -beratung - Verbessern der Mobilitätsketten - Koordination mit SchweizMobil**

Das Projekt 6 "Mobilitätszentren- und -beratung - Verbessern der Mobilitätsketten" soll - wie bereits mehrfach angesprochen - einen wichtigen Stellenwert im Programm "Nachhaltiger Freizeitverkehr" einnehmen. Es bildet eine Klammer zu den Teilprojekten 1 bis 5, wobei hier vor allem die Teilprojekte 4 und 5 im Vordergrund stehen.

Grundsätzlich soll mit **Mobilitätszentren und -beratung erreicht werden:**

- Intensivere, zielgruppen- und zweckorientierte (Kultur, Sport, Events etc.) von Freizeitangeboten inklusive Umweltverbund über bestehende und neue Kommunikationskanäle.
- Bessere Zusammenarbeit von bestehenden und allenfalls neuen Leistungsträgern im Bereich umweltfreundlicher Verkehrsverbund, insbesondere OeV
- Bereitstellen von Kommunikationsmitteln in Zusammenarbeit mit bestehenden Leistungsträgern.

- Kommunikation des Programms "Nachhaltiger Freizeitverkehr" bei wichtigen Leistungsträgern um das Feld für eine aktive Teilnahme zu verbessern.

Die **Verbesserung der Mobilitätsketten** geht davon aus, dass ein Teil der Freizeitanlagen mit dem OeV nicht gut erschlossen sind. Die öffentliche Hand soll ausreichend interne und externe Ressourcen zur Verfügung stellen, damit in folgenden Bereichen Abhilfe geschaffen werden kann:

- Bessere Beschilderung von OeV-Stationen zu Freizeitanlagen, Abstimmungen etwa mit dem Veloland und SchweizMobil sind nötig.
- Bessere koordinierte Fahrpläne im Freizeitsektor.
- Neue OeV-Angebote - z.B. Busse - im Freizeitbereich.
- Die Parkraumbewirtschaftung im Einzelfall - so weit möglich - angehen.

Die Verbesserung der Mobilitätszentren und -beratung soll vor allem mit bestehenden Leistungsträgern (u.a. SBB) angegangen werden.

Die Verbesserung der Mobilitätsketten soll von der öffentlichen Hand unter Beizug externer Projektarbeitern angegangen werden. Im 2003/2004 kann ein **Leistungsauftrag** ausgeschrieben werden:

- Zielsetzungen
- Vorgehensweisen
- Bearbeitungsfelder
- Koordination mit öffentlicher Hand und Privaten
- Erfahrungshorizont, Anforderungen
- Kosten, Arbeitsweise.

Die Verbesserung der Mobilitätsketten soll u.a. in Absprache und Anlehnung an die Projekte

- SchweizMobil und
- MobilStationen

angegangen werden. Die Zentralschweiz ist willens, nationale Standards zu übernehmen und als "Pilot" für die Umsetzung, aber auch die Verfeinerung (weitere Standorte im "Knotennetz") Hand zu bieten.

In einer ersten Etappe ist Vorgesehen, dass unter der Federführung von J. Stettler FH Wirtschaft vertiefte Abklärungen vorgenommen werden. Die Kosten der Arbeiten sind im Moment offen.

#### **4.4 Monitoring, Evaluation, Controlling**

Das gesamte Programm "Nachhaltiger Freizeitverkehr" soll periodisch evaluiert werden. Frühzeitig ist ein Evaluationssystem aufzubauen, damit die notwendigen Daten bereits bei Projektstart angefordert werden können.

Das Monitoring bzw. die Evaluation ist u.a. auf das System von EnergieSchweiz, Innotour etc. abzustimmen.

Das Monitoring und die Evaluation sollen von einer externen Person bearbeitet werden.

Dem Monitoring und der Evaluation kommen - auch für die iterative Weiterentwicklung des Programmes "Nachhaltiger Freizeitverkehr" - eine wichtige Funktion zu.

Im Rahmen des Controlling (Siehe Kapitel 6) sind die Ergebnisse aufzunehmen und strategische Entscheide sollen gefällt werden.



## 5. Märkte, Konkurrenz, Kommunikation - Wirkungen

### 5.1 Innovativer Freizeitverkehr mit öffentlichem Verkehr - Ausbau RailAway

**Marktbeurteilung/Wirkungen: Grundsätzlich wird ein sehr breiter Markt angesprochen**  
Untersuchungen im Rahmen des NFP 41 haben ergeben, dass der Freizeit-Ausflugs- bzw. der Veranstaltungsverkehr sehr gross ist.

Ausflugsverkehr: ca. 12 Mrd. Pkm oder ca. 30% vom Freizeitverkehr (inkl. Verwandten-, Bekanntenbesuche)

Veranstaltungsverkehr, inkl. Sport, Kultur : ca. 25 Mrd. Pkm

Grundsätzlich steht ein Marktvolumen von ca. 37 Mrd. Pkm oder rund ein Drittel des Gesamtverkehrs (106 Mrd. Pkm, 1994) zur Diskussion.

Für RailAway kommen mit der jetzigen Ausrichtung max. - aber immerhin - 10 Mrd. Pkm in Frage.

Mit RailAway wurden im Jahr 2000 rund 80 Mio. Pkm erzielt (Annahme ca. 200 km pro Arrangement). Hinzu kommen indirekte Effekte (z.B. Besuch der Angebote ohne Lösen eines RailAway-Tickets, positives Image OeV, Besuch anderer Ziele per OeV), so dass von rund 100 Mio. Pkm ausgegangen werden kann (Bruttoeffekt). Der Marktanteil von RailAway entspricht zur Zeit rund einem Prozent der möglichen Freizeitkilometer (Annahme: 10 Mrd. Pkm als Ausgangsbasis).

In den kommenden Jahren dürften einige Prozent zu holen sein, so dass schätzungsweise einige Hundert Mio. MiV km in der Freizeit auf den OeV umgelagert werden können. Bezüglich Energie- und CO<sub>2</sub>-Zielen können Effekte im Prozentbereich erreicht werden. Gemessen an der CO<sub>2</sub>-Zielsetzung von Minus 10 Prozent bis 2010 können die Effekte ins Gewicht fallen.

#### Heute ist der Modalsplit sehr unterschiedlich:

- Freizeitparks, Zoos, Lehrpfade etc. werden vielmals mit dem MiV aufgesucht (bis zu 90%).
- Veranstaltungen haben - v.a. bei guter OeV-Erschliessung - teilweise einen sehr guten Modalsplit zugunsten des OeV. Der OeV hat im Freizeitverkehr durchaus eine Chance. Die Preise, der Anreisekomfort und das Marketing spielen eine erhebliche Rolle. Mit einer Parkraumbewirtschaftung kann der Modalsplit verbessert werden.
- Zentrale Argumente für die MiV-Anreise sind u.a., neben teilweise ungünstiger OeV-Erschliessung:
  - Unkenntnis der Anreisemöglichkeiten mit OeV, vor allem bei längeren, ungewohnten Distanzen wie sie im Freizeitverkehr üblich sind.
  - Keine Kenntnis der Vergünstigungen
  - Keine Kenntnis der möglichen Zusatznutzen: z.B. Wandern ohne an den Ausgangspunkt zurückkehren zu müssen, neue Wege kennen lernen etc.

#### Marktziele

##### a. RailAway/Marktpartner

- Kenntnis von RailAway verbessern
- Neue Angebote bzw. Anbieter schaffen und vor allem differenzieren
- Neue Zielgruppen erreichen und differenziert ansprechen
- Test der Chancen von kleinen und mittleren Anbietern: Marktfähigkeit ist zu erreichen.

## **b. Öffentliche Hand, Transportunternehmen (siehe auch Kapitel 4.3)**

Verbesserung der Mobilitätsketten zu Freizeitveranstaltern:

- Aufdecken von Defiziten bezüglich Fahrplänen
- Wegkennzeichnung, Beschilderung um Zielorte einfacher und komfortabler zu erreichen
- Zusatzangebote wie Fahrräder, Extrabusse schaffen etc.
- Ev. initiieren von Parkraumbewirtschaftung an Zielorten

Die Marktziele b.) werden nicht direkt von RailAway angegangen. Sie stellen aber die notwendigen Informationen - bei entsprechender Unterstützung - zur Verfügung. Gemäss Kapitel 4.3 sind sie vor allem von der öffentlichen Hand und den TU zu lösen.

### **Marktstellung von RailAway**

- RailAway hat sich in wenigen Jahren eine anerkannte Marktposition errungen und ein stürmisches Wachstum erlebt.
- RailAway kennt keine direkten Konkurrenten im Bahnbereich. Der Wille zur Zusammenarbeit mit RailAway ist denn auch sehr gross. Dies haben auch die Abklärungen für die vorliegende Projekteingabe ergeben.
- Es besteht die klare Absicht, die Marktposition weiter zu stärken und innovativ gemäss Produktebeschrieb weiter zu entwickeln.
- Indirekt ist der MiV der grosse Konkurrent.
- Es müssen weitere Hemmnisse bei der OeV-Nutzung abgebaut werden:
  - Neue Produkte sind bei neuen Zielgruppen zu lancieren.
  - Einbezug von kleineren Anbietern ist nur mit Starthilfe möglich.
  - Neue Distributionskanäle mit neuen Partnern müssen erschlossen werden, um ein breiteres Angebot gezielt kommunizieren zu können. Die Zusammenarbeit mit der öffentlichen Hand und die finanzielle Unterstützung sind dazu nötig.
  - OeV-Anreisen zu Freizeit Anbietern müssen zusammen mit der öffentlichen Hand (vor allem Kantone, Gemeinden), TU und Veranstaltern verbessert werden. Es handelt sich um einen relativ langwierigen und schwierigen Prozess, der von der öffentlichen Hand moderiert und unterstützt werden soll sowie auch das Sammeln von Erfahrungen bedingt. RailAway kann an diesem Prozess als gewinnorientiertes Unternehmen indirekt mitwirken.

### **Kommunikation**

- RailAway verfügt bereits heute über das beste Kommunikationsnetz im Freizeitbereich. Es werden weit über eine Million Kontakte pro Jahr verzeichnet.
- Es wird ein breites Publikum angesprochen.
- Eine kundenspezifische Kommunikation ist entwickelt worden.
- Weitere Fortschritte werden angestrebt, die einen qualitativen Sprung bewirken.

Im Bereich Freizeitverkehr/umweltfreundlicher Verkehrsverbund ist es zwingend, dass mit RailAway und den SBB zusammengearbeitet wird. Andernfalls ist die Gefahr sehr gross, dass neue Kommunikationskanäle aufgebaut werden, die aber kaum je die kritische Masse erreichen werden und damit wirkungslos bleiben. Viel Geld würde in neue, kaum leistungsfähige Kommunikationskanäle gesteckt.

Das vorliegende Programm stellt auch eine grosse Chance dar, mit RailAway ins "Geschäft zu kommen" und weitere öffentliche Anliegen zu plazieren. Eine entsprechende Produktentwicklung wird angestrebt.

## 5.2 Gewähr Mobilität an Ferienorten - Ausbau Mobility

### **Marktbeurteilung/Wirkungen: Relativ beschränkter, aber interessanter Markt für Mobility**

Mit dem Projekt will Mobility Feriengäste in Hotels als ein neues Segment bearbeiten und erschliessen.

Es sollen in einer ersten Etappe bis Ende 2002 rund 30 Hotels in der Zentralschweiz angesprochen und einbezogen werden, was rund 5 Prozent aller Hotels in der Zentralschweiz entspricht (CH total 6000, Stand 2000). Da es sich um mittlere und grössere Hotels bzw. Parahotels (Hapimag) handelt, werden überdurchschnittlich viele Gäste angesprochen. Es kann geschätzt werden, dass in der Startphase theoretisch rund 100'000 Feriengäste angesprochen werden können (technisches Potenzial). Pro Tag können rund 3'000 Gäste geschätzt werden. Als potenzielle Kunden für die Mobility-Angebote stehen im Vordergrund:

- Individual- und Geschäftstouristen mit längerer Aufenthaltsdauer, ca. 70%
- OeV-Reisende (inkl. Flug) in Hotels, ca. 30%

Dies bedeutet, dass heute rund 20 % der Hotelgäste ein Interesse an den Mobility-Angeboten haben. Dabei ist zu beachten, dass mit einem Besetzungsgrad von ca. 2 Personen pro Auto zu rechnen ist und die Angebote nicht an allen Tagen eines Aufenthaltes erwünscht sind. Ist dies nur jeder 5. Tag der Fall, so ist eine potenzielle Nachfrage von rund 2% der Gäste eines Hotels zu erwarten. Mit einem Auto pro Hotel kann somit eine recht gute Abdeckung erzielt werden. Einerseits ist an einzelnen Tagen oder in Schwachlastzeiten eine Auslastung mit weiteren Personen anzustreben. Andererseits sind innovative Lösungen für die Abdeckung von Spitzen zu verfolgen.

Relativ hoher Modalsplit der Hotelgäste mit unausgeschöpftem Potenzial

Hotelgäste reisen zu rund 30% mit dem OeV, Car und Flug (20% OeV, 4.2% Reiseumwagen oder 7.1% Flug, Meier R. Nachhaltiger Freizeitverkehr, 2000, S. 54). In der Zentralschweiz ist der Anteil Car und Flug mit 40% im Sommer besonders hoch, hingegen sind es nur gerade 10% OeV-Reisende. U.a sollen mit den Projekten 1 "Urlaub mit der Bahn" und 3 "Alps/Mobility/Perlen der Alpen" Steigerungen des Modalsplits erzielt werden. Werden die zurückgelegten Kilometer der Gäste im Ausland dazugezählt, dann können recht hohe km-Leistungen festgestellt werden.

Mit dem Projekt "Gewähr Mobilität" kann ein wichtiger Impuls gesetzt werden, dass eher mit dem OeV angereist wird (Meier, a.a.O., S. 59).

Eine Schätzung des Verlagerungspotenzials ist zur Zeit schwierig. Zusammen mit weiteren Massnahmen können mittelfristig aber doch einige zehntausend Personen auf den OeV verlagert werden. Legen diese rund 500 km zurück, so könnten zwischen 1 bis 10 Mio. Pkm verlagert werden. Dabei geben diese Zahlen nur eine allgemeine Grössenordnung wieder. Sie sind im Verlaufe des Projektes zu fundieren.

Neben den positiven Umlagerungseffekten sind weitere Aspekte zu erwähnen:

- Positives Image als umweltfreundliche bzw. umweltbewusste Region
- Zusätzliche Nutzung der regionalen Verkehrsunternehmen
- Bessere Auslastung von Mobility mit positiven Effekten auf das Gesamtangebot
- Verbreitung des Gedankens des CarSharing

### **Marktziele**

- Neues Segment von Hotelgästen soll angesprochen und zum Umsteigen motiviert werden.
- Synergien zu Projekten 1 und 4 schaffen
- Bessere Auslastung von Mobility insgesamt

### **Marktstellung von Mobility**

- Mobility hat in wenigen Jahren eine hohe Professionalisierung erreicht.
- Mit RailLink hat Mobility einen direkten Konkurrenten. RailLink konzentriert sich aber vor allem auf Geschäftsreisende und versucht die „letzte Meile“ abzudecken. Im Gegensatz zu Mobility führt RailLink nur den Fahrzeugtyp Smart in der Flotte.
- Indirekt sind die Autorvermietungen als Konkurrenz, aber auch als Ergänzung zu betrachten. Mobility weist aber verschiedene Vorteile und vor allem Zusatzangebote auf (Anhang 3).
- Das angestrebte Projekt kann die Stellung von Mobility weiter stärken.

### **Kommunikation**

- Mobility hat in der Schweiz einen relativ guten Bekanntheitsgrad und ein gesichertes Stammpublikum.
- Defizite bestehen im Ausland: Die Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus (u.a. Prospekt "Bahn&Hotel") ist nötig.

## **5.3 Weitergehende Wirkungen**

In den Kapiteln 5.1 und 5.2 sind nur gerade die direkten Wirkungen der Projekte 4 und 5 in der ersten Projektphase geschätzt worden.

Die Antragsteller legen grossen Wert auf die Feststellung, dass sie ein integrales und innovatives Programm "Nachhaltiger Freizeitverkehr" umsetzen wollen. Zahlreiche Synergieeffekte werden mit den Projekten 1, 2, 3, 4 und 6 erzeugt.

Beispielsweise wird das **Projekt 1 "Bahn&Hotel"** Anfahrtswege auf langen Strecken substituieren. Grundsätzlich steht ein Potential von mehreren Milliarden Personen-Kilometern zur Disposition. Die Ausschöpfung kann aber nicht kurzfristig erfolgen. Mittelfristig dürften aber bei einer guten Kommunikation, guten OeV-Angeboten auf den langen Strecken (Komfort, Zeit, Preis) und optimalen Serviceleistungen vor Ort Substitutionseffekte von 5 bis 15 % eintreten. Wird von einem "technischen Potenzial" von rund 1.5 Mio. Hotel-Gästen aus Deutschland für die gesamte Schweiz ausgegangen und einer durchschnittlichen Wegdistanz von 1000 km (Hin- Rückreise), so werden durch das Projekt "Bahn&Hotel" bei einer Substitution von 10% rund 150 Mio. Pkm umgelagert (Flug oder MiV).

In absehbarer Zeit sind allerdings die Potentiale bescheidener: Würden die zusätzlichen 1000 Anreisen aufgrund von Bahn&Hotel des Jahres 2001 verdoppelt, so ergibt sich bei einer durchschnittlichen Hin- und Rückreise-Distanz von 1000 km eine Umlagerung von 1 Mio. Pkm. Es braucht somit erheblicher Anstrengungen, bis das Potential von rund 150 Mio. Pkm zusätzlich ausgeschöpft werden kann.

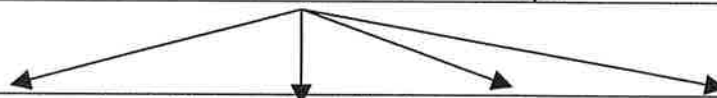
Das **Projekt 6 "Mobilitätszentren und -beratung/Mobilitätsketten"** wirkt sich vor allem mittelfristig positiv auf den Binnenverkehr aus. Es wäre vermessen im jetzigen Zeitpunkt zu den Wirkungen und Effekten auch nur Grobschätzungen vorzunehmen. Es kann einzig die These aufgestellt werden, dass mittel- und längerfristig vom relativ hohen Umlagerungspotential ein gewisser Prozentsatz durch den umweltfreundlichen Verkehrsverbund übernommen werden kann. Würde beispielsweise von einem "technischen Umlagerungspotential" von ca. 25 Mrd. Pkm (siehe oben 5.1) ausgegangen (gesamte Schweiz) und eine Substitution von 3 % erreicht, so ständen immerhin 750 Mio. Pkm zur Diskussion, was immerhin rund einem Prozent der MiV-km der Schweiz entspricht. Dabei gilt aber nochmals: Es handelt sich nur um grobe Top-down Schätzungen, welche Grössenordnungen vermitteln. Den Antragstellern scheint es viel wichtiger zu sein, in das vorgeschlagene Programm einzusteigen und mit einem guten Monitoring inkl. Erfolgskontrolle die Resultate laufend zu messen. Allerdings dürften schlüssige Ergebnisse frühestens in zwei bis drei Jahren zu erwarten sein.

## 6. Organisation - Management

Grundsätzlich ist immer noch die Organisations- und Managementstruktur gemäss dem Bericht "Freizeitverkehr Zentralschweiz" gültig (a.a.O., S. 44, siehe Anhang 1).

### Grafik: Organigramm Programm "Nachhaltiger Freizeitverkehr"

<b>Koordinations- und Steuerungsgremium Freizeitverkehr</b> Teil der Zentralschweizer Regierungskonferenz (Massnahmenplan Lufthygiene) Teil Projekt Interreg III EnergieSchweiz - Zentralschweiz Aktionsprogramm "Energie und Umwelt" Kanton Luzern	
<b>Aufgaben</b>	Politische Konsolidierung der Strategie "Nachhaltiger Freizeitverkehr" Auslösen von neuen Projekten
<b>Programmleitung Verwaltung: R. Frischknecht</b> <b>Projektleiter: R.Meier, Support Programmleitung, Teilprojektleiter, Controlling, Monitoring etc.</b> <b>Bund - involvierte Kantone</b>	
<b>Aufgaben</b>	Programmsteuerung "Nachhaltiger Freizeitverkehr" Frühwarnsystem, Neue Projekte initiieren Monitoring, Evaluation, Controlling Projekte Interregionale Kontakte pflegen Management von Veranstaltungen mit übergreifenden Themen Periodische Workshops



Teilprojekte mit eigenständiger Führung						
Projekt	1	2	3	4	5	6
<b>Name</b>	Bahn&Hotel (Deutschland)	Trilogie	Perlen der Alpen	Innovativer Freizeitverkehr	Gewähr Mobilität	Mobilitätszentren,-beratung,-Ketten
<b>Federführung</b>	Rolf Wild	Th. Schwemm	R. Frischknecht	René Kamer	J. Emmenegger	J. Stettler, R. Frischknecht
<b>Träger</b>	Luzern Tourismus AG	Kanton LU/TU	Interreg III	RailAway AG	Mobility	Bund, Kantone, Gemeinden, Verkehrsvereine etc.
<b>Termin</b>	Start Sommer 2003 mit Zusatzanstrengungen	sisitiert	unabhängig eingereicht	Start: Sommer 2003.	Start: Sommer 2003	Start: ev. Herbst 2003

Quelle: Freizeitverkehr Zentralschweiz, S. 44, angepasst, Luzern/Bern, Januar 2001; ergänzt 2003

Die beiden Projekte 4 und 5 werden von RailAway bzw. Mobility mit klar bezeichneten Personen (R. Kämer bzw. J. Emmenegger) gemanagt und bei ihnen liegt die Verantwortung.

Der Kontakt zur Verwaltung und die Umsetzung innerhalb der Verwaltung wird mit dem Koordinations- und Steuerungsgremium Freizeitverkehr sicher gestellt. Dabei muss das Programm "Freizeitverkehr" in der Zentralschweiz organisatorisch noch weiter konsolidiert werden.

Für den Kanton Luzern ist Ruedi Frischknecht, Amt für Raumplanung der Ansprechpartner.

Solange die Konsolidierung des Projektes in der Zentralschweiz aussteht, ist das Verwal-

tungsgremium des Aktionsplanes "Energie und Umwelt" zuständig für die verwaltungsinterne Koordination und die Sicherstellung der externen Kontakten.

Für das Projektmanagement, Support Verwaltung inkl. Programmleiter, PR, Evaluation, Controlling, Monitoring und Kontaktpflege wird eine Projektleiter zugezogen.

## 7. Finanzplan - Finanzierungslücken

Aufgrund der Nachfrage gemäss Mail von Dr. U. Seewer, ARE, sind die Kosten, Finanzierung überarbeitet und vor allem auf 4 Jahre ausgewiesen worden. Die gleichen Ausführungen werden auch aufgrund ihrer Bedeutung auch als Beilage 4 des Begleitbriefes zugestellt.

**Tabelle: Kosten/Finanzierung/Antrag an Bund: Jahresbudget für 2003-2006**

<b>Kosten</b>					
<b>Teilprojekte</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>Total</b>
Programmleitung Kanton intern	40	50	50	50	190
Projektmanagement extern	20	25	25	25	95
Monitoring extern	15	15	15	15	60
<i>Subtotal Projektgramm-Projektmanagement</i>	<i>75</i>	<i>90</i>	<i>90</i>	<i>90</i>	<i>345</i>
Urlaub mit der Bahn - Bahn&Hotel <sup>9</sup>	336	336	336	336	1344
Gewähr Mobilität <sup>10</sup>	600	600	600	0	1800
RailAway <sup>11</sup>	212	212	212	212	848
<b>Total Kosten</b>	<b>1223</b>	<b>1238</b>	<b>1238</b>	<b>638</b>	<b>4337</b>
<b>Finanzierung</b>					
Kanton Leistungen	40	50	50	50	190
Kanton Luzern cash <sup>12</sup>	80	0	0	0	80
Programmleitung extern, Anteil Bund	(+45) <sup>13</sup> 0	(+5) <sup>14</sup> 0	(0) <sup>15</sup> 35	(0) <sup>16</sup> 40	75
Urlaub mit der Bahn/Bahn&Hotel	230	230	230	230	920
<b>Anteil Bund 40%</b>	<b>106</b>	<b>106</b>	<b>106</b>	<b>106</b>	<b>424</b>
Gewähr Mobilität	480	480	480	0	1440
<b>Anteil Bund 40%</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>0</b>	<b>360</b>
RailAway	127	127	127	127	508
<b>Anteil Bund 40%</b>	<b>85</b>	<b>85</b>	<b>85</b>	<b>85</b>	<b>340</b>
<b>Total Anteil Bund/Antrag</b>	<b>311</b>	<b>311</b>	<b>346</b>	<b>231</b>	<b>1199</b>

<sup>9</sup> Weitere Angaben in Beilagen 5 von Luzern Tourismus zusammengestellt.

<sup>10</sup> Im Jahr 2003 wird mit 10 Autos mit durchschnittlichen Vollkosten von je Fr. 60'000.- gestartet. In den Jahren 2004 und 2005 folgen je 10 weitere Autos, welche jeweils auf eine Defizitgarantie angewiesen sind. Ab dem Jahr 2006 werden die Autos kostendeckend angeboten. Das Projekt ist ein Selbstläufer: Weitere Angebote kommen hinzu.

<sup>11</sup> Pro Jahr werden zusätzlich 10 neue Angebote gemacht, die jeweils im ersten Jahr die Kostendeckung nicht erreichen. Die Angebote werden jeweils weiter geführt.

<sup>12</sup> Dieser Betrag ist vom Kanton reserviert und muss dieses Jahr geleistet werden. Im Moment sind vom Kanton keine weiteren Cash-Beiträge zu erwarten. Er engagiert sich aber in der Programmleitung und setzt damit weiterhin kantonale Ressourcen ein.

<sup>13</sup> Im Jahr 2003 kommt der Kanton für externe Projektleitung und Monitoring auf: Die Kosten betragen Fr. 35'000.-. Es verbleiben Fr. 45'000.- als Rückstellung für 2004/2005.

<sup>14</sup> Im Jahr 2004 kommt der Kanton für die externe Projektleitung und Monitoring auf: Die Kosten betragen Fr. 40'000.-. Der Betrag kann aus den Rückstellung abgedeckt werden und es verbleiben Fr. 5'000.-.

<sup>15</sup> Im Jahr 2005 kann der Kanton noch Fr. 5'000.- an die externe Projektleitung bezahlen. Der Bund muss Fr. für Fr. 35'000.- von Fr. 40'000.- aufkommen.

<sup>16</sup> Der Bund muss für volle externe Projektleitung und Monitoring aufkommen: Fr. 40'000.-.

**Kommentar:**

Der Kanton Luzern hat für die Programm- und Produkteentwicklung bereits recht viele Mittel investiert (Eigenleistungen, private Produkteentwicklung, Ditttaufträge). Für das Jahr 2003/2004/2005 kann der Kanton Luzern insgesamt maximal Fr. 80'000.- (Anschubfinanzierung, Defizitgarantien) einsetzen. Es ist folgender Verteiler festgelegt worden:

Amt für Umweltschutz	Fr. 20'000.-
Raumplanungsamt	Fr. 10'000.-
Verkehr- und Tiefbauamt	Fr. 10'000.-
Fachstelle für Energiefragen	Fr. 20'000.-
Fachstelle für Wirtschaftsförderung	Fr. 20'000.-
<b>Total</b>	<b>Fr. 80'000.-</b>

Es besteht weiter die Erwartung, dass von Seite des **Bundes ein Betrag von Fr. 311'000.- (2003 und 2004), bzw. 346'000.- (2005) und 231'000.- im Jahr 2006** eingesetzt werden.

Für das Projekt **Bahn&Hotel** hat der Kanton Luzern bzw. die Zentralschweiz bereits in der Startphase einen Beitrag geleistet. Mit einem Bundesbeitrag können bedeutende, zusätzliche Umlagerungen auf die Schiene mittels zusätzlicher PR etc. vorgenommen und die Bekanntheit des Produktes mit Synergien zum Projekt Gewähr deutlich gesteigert werden. Das Projekt Bahn&Hotel soll darum zu 100% mit Bundesmitteln gefördert werden, weil damit nicht nur Destinationen in der Zentralschweiz, sondern in der ganzen Schweiz vermarktet werden.

„**Gewähr**“ **Mobilität in Ferienorten**: Bei den Beiträgen handelt es sich ausschliesslich um Defizitgarantien von maximal 40%. Ein etappenweises Vorgehen wird vorgeschlagen.

Mit dem Projekt "**Innovativer Freizeitverkehr mit OeV** - 10 Neue Angebote und 10 Angebote mit neuen Kundengruppen durch RailAway" können zusätzliche Angebote und neue Segmente erschlossen werden, die sich rein betriebswirtschaftlich jeweils nicht rechnen. Mit neuen Kunden und Angeboten werden wertvolle Erfahrungen gesammelt und ein weiteres Umsteigen auf öffentliche Verkehrsmittel bewirkt.

Der Beitrag für das Teilprojekt "**MobilitätsZentren**" wird dann festgelegt, wenn klar ist, ob Luzern als Pilotversuch für SchweizMobil in Frage kommt oder ob hier unabhängige Lösungen gesucht werden müssen.

Die **Programmleitung** liegt beim Kanton. Sie erfährt durch eine **Projektleitung** Unterstützung und leistet eigenständige Arbeit (PR, Controlling, Produkt- und Programmweiterentwicklung; Evaluation, Monitoring).

## 8. Zeitplan: Phasen I - V (2000 bis 2006)

<b>Phase I</b>	
Zusammenstellen und Bewerten von Projektideen: Bericht Freizeitverkehr Zentralschweiz - Konkrete Projekte	August 2000 - Februar 2001
<b>Phase II: Antrag formulieren: Machbarkeitsabklärungen und Businesspläne</b>	<b>März 2001 - Oktober 2001</b>
Begleitgruppe: Festlegen Prioritäten	14. März 2001
1. Teamsitzung der Teilprojekte "Innovation Freizeit" und "Gewähr Mobilität"	5. April 2001
2. Teamsitzung mit R. Kamer; Th. Lütolf. J. Emmenegger, R.P. Pfaff, R. Meier	29. Mai 2001 in Luzern
Abklärungen der Projekte "RailAway"/"Gewähr"	10. August 2001
Redaktion Entwurf Antrag Programm, Projekte 4, 5 und 6 "Machbarkeitsstudie/Businessplan"	4. September 2001
Bereinigung Teilprojekte 4 "Ausbau RailAway" und 5 "Ausbau - Mobility"	15. Oktober
Versand der Unterlagen zuhanden Sitzung vom 23. Oktober mit Bundesvertretern und Workshop vom 29.10.01 durch R. Baumann	16. Oktober
<b>Phase III: Trägerschaft und Finanzierung klären</b>	<b>August 2001 - November 2001</b>
Präsentation Entwurf Antrag der Projekte 4/5 BFE/ARE (H. Scherrer, U. Seewer)	5. September 2001
Sitzung mit Bundesvertretern (BFE/EnergieSchweiz, ARE, Seco) - Unterlagen im Entwurf zugestellt	23. Oktober 2001
Workshop mit Bundesvertretern	29. Oktober 2001
Definitive Redaktion Anträge	
Grundsatzentscheid Finanzierung - Go-No-go Projekte	November/Dezember 2001 Neu Sommer 2003
<b>Phase IV: Start der Teilprojekte – Projektsteuerung</b>	<b>August 2003- 2006</b>
Start Projekte	August 2003
Jährliche Evaluationen Entscheide über Weiterführung, Finanzierung Projektänderungen, Projektergänzungen	
<b>Phase V: Eigenfinanzierung der Projekte</b>	<b>Spätestens ab 2006</b>
Projekte 4, 5 sollen selbsttragend werden	

**Anhang 1: Studie "Freizeitverkehr Zentralschweiz, Januar 2001,  
Luzern/Bern" (sep. Bericht)**

## **Anhang 2: Kurzfassung der Projektbeschriebe**

### **Inhalt**

- Teilprojekt 1: Bahn&Hotel (bzw. Urlaub mit der Bahn)
- Teilprojekt 2: FahrplanTrilogie
- Teilprojekt 3: AlpsMobility/Perlen der Alpen
- Teilprojekt 4: Innovativer Freizeitverkehr mit öffentlichem Verkehr
- Teilprojekt 5: Gewähr Mobilität an Ferienorten
- Teilprojekt 6: Mobilitätsberatung - Verbessern der Mobilitätsketten - Koordination mit SchweizMobil

## **Teilprojekt 1: Bahn&Hotel (bzw. Urlaub mit der Bahn)**

**Träger: Zentralschweiz Tourismus**

### **1. Ziele 2001:**

- Ferien vom Auto, Förderung des ÖV bei An- und Abreise, das heisst Umlagerung auf langen Distanzen
- Förderung der umweltverträglichen Transportmittel im Zielgebiet, Sicherstellen der Mobilität
- 1'000 Buchungen pro Jahr (durchschnittlich 4 Nächte / 2 Personen)
- 8'000 Logiernächte = ca. Umsatz Fr. 2'000'000.--
- Steigerung der durchschnittlichen Übernachtungsdauer durch attraktive "two-center-holidays"

### **2. Produkt:**

- Gemeinschaftsprodukt: 7 Regionen der Schweiz, DB, SBB, LTI
- Schweiz Koordination durch Zentralschweiz-Tourismus. mit Support Schweiz Tourismus.
- buchbar in 160 deutschen Bahnreisezentren, Innovation B to B (Extranet)
- Ganzjahresprodukt, v.a. Frühjahr, Sommer, Herbst
- Launch: 01. September 2001
- Buchung: Am POS 160 Bahnreisezentren der DB und über Call Center ST, weitere geplant

### **3. Zielgruppen:**

- Deutsche Urlauber mit Alpendestination als Ziel
- 30 - 75 Jahre, Seniors, Dinks, Empty Nesters, Families

### **4. Marketing 2001:**

- 70'000 Prospekte über DB Bahnreisezentren, ST Mailinghouse, Regionen
- Reisebegleiter ICE Matterhorn
- Aktion Schweiz 9/10/11 in allen DB Reise Büros (1,5 Mio. Flyers)
- Mailing an 363 Medien in Deutschland
- 2002 Ausbau geplant bei ausreichenden Mitteln

### **5. Mobilitäts- und Umweltziele:**

- Bahnreisende durch Produkt- "convenience" und "all in" - Preis gewinnen
- Autofahrer für Produkt gewinnen, Umlagerung auf OeV. Mittelfristig können mehrere Millionen Pkm umgelagert werden. Das Potential beträgt über 100 Millionen Pkm.
- Hinweis auf ÖV und Rent a bike im Prospekt, Mobility soll aufgenommen werden: Querbezug zu Projekt 5 und teilweise 4

### **6. Nutzen Schweiz, Zentralschweiz:**

- bisheriges Produkt verbessert, Buchungsstelle DB als Erfolgsschlüssel
- überproportionale Präsenz in Zentralschweiz (25 Hotels in ZS, Total 100 Hotels)
- doppelte Attraktivität, da Kombi mit TI via Wilhelm Tell Express als USP
- bessere Auslastung der Transportunternehmen, der Hotels und der gesamten touristischen Infrastruktur
- Vorreiterrolle innerhalb der Regionen durch Initiative und Koordination
- Seit September (USA und Swissair) hat Deutschland an Gewicht gewonnen

### **7. Finanzierung:**

- Gesamtaufwand Fr. 273'000.--; Refinanziert über Regionen Fr. 206'000.--
- Ertragslücke 2001: Fr. 67'000.-- (Projektkoordination ZS und Anteil ZS)
- Ab 2002 Zusatzfinanzierung: Ausdehnung Marketing und PR wird möglich, was eine weitere Verbesserung der Umlagerung und der regionalen Auslastung zur Folge hat.

### **8. Neuester Stand: Vergleiche dazu Anhang 5 vom Begleitbrief Kt. Luzern**

## **Teilprojekt 2: FahrplanTrilogie**

**Träger: Verkehrs- und Tiefbauamt Kanton Luzern**

### **1. Zielsetzung**

Für den Grossraum Luzern soll in Anbetracht der Änderungen im nationalen Kursbuch und der geplanten S-Bahn Zentralschweiz ein koordiniertes Kursbuch-Gefäss eingeführt werden. Ziel ist es, durch eine Fahrplan-Trilogie den Einwohnern und den Gästen der Zentralschweiz optimale Voraussetzungen für die Benutzung des öffentlichen Verkehrs im Alltag und in der Freizeit zu bieten.

### **2. Projektbeschreibung**

Das gesamte Paket soll das gleiche Erscheinungsbild aufweisen. Die einzelnen Bände sollen vom Format und vom Gewicht her in der Jackentasche Platz finden.

<b>Agglofahrplan</b>	Band 1	Wie bisher, jedoch mit Ergänzungen und Hinweisen auf Band 3
<b>Regionenfahrplan</b>	Band 2	Vollständiges Kursangebot der Kantone Luzern (ohne Aggloverkehr Luzern), Nid- und Obwalden; Auszüge aus den Kt. ZG, SZ, UR, AG, BE; Hinweise auf Band 3
<b>Ausflugtipps</b>	Band 3	Touristische Attraktivitäten; Hinweise auf ÖV-Zubringer in Band 1 und 2

### **3. Kosten**

- Gesamtkosten Erstellung 80'000 Fr.
- Finanzierungslücke 40'000 Fr.

### **4. Nutzen**

- Kommunikation wird verbessert
- Link OeV-Feizeitangebote wird hergestellt
- Bessere Auslastung, vielfach bei bestehenden Überkapazitäten wird erreicht.

### **5. Stand**

- Projekt Ende 2000 sistiert wegen fehlender Finanzierung
- Finanzierungsgesuch im Juli 2001 an Bundesamt für Energie eingereicht. Soll ab 2002/2003 als Teil des Programms „Nachhaltiger Freizeitverkehr“ weiter verfolgt werden.
- Weitere Angaben können geliefert werden. Das Teilprojekt 2 wird im Moment in zweiter Priorität verfolgt.

## Teilprojekt 3: AlpsMobility/Perlen der Alpen

Träger: EU, Bund und Zentralschweizer Kantone

### 1. Zielsetzungen

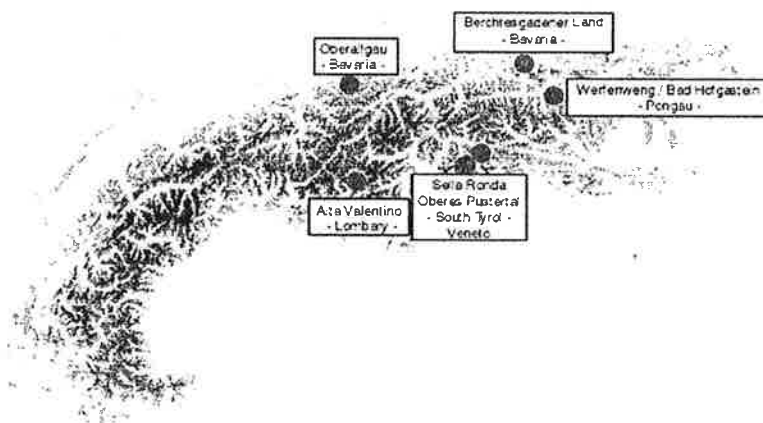
Im Rahmen des gemeinsamen EU-Aktionsprogramms "Raumordnung im Alpenraum (Art. 10 EFRE)" wurde von Kooperationspartnern aus Österreich, Deutschland und Italien ein "Pilotprojekt für umweltfreundliche Reiselogistik verknüpft mit elektronischen Buchungs- und Informationssystemen in alpinen Tourismusregionen" gestartet.

Die Grundidee besteht darin, gemeinsam mit Partnerregionen, die bedeutende Zielregionen im alpinen Tourismus sind, praxistaugliche, umweltschonende Lösungen für die Reise in die Alpen und die Mobilität am Urlaubsort zu entwickeln. Hauptzielrichtungen des Pilotprojektes sind:

- die Schaffung einer transnationalen Zusammenarbeit zur Förderung einer umweltverträglichen Anreise in die Modellregion;
- die Implementierung von Maßnahmen für umweltverträgliche Verkehrslösungen in Modellregionen und Modellorten;
- die Vernetzung dieser Regionen und Orte und die Schaffung einer Vorbildlösung für Tourismusregionen.

Weitere Informationen unter [http://www.alpsmobility.org/html/index\\_deutsch.htm](http://www.alpsmobility.org/html/index_deutsch.htm)

### 2. Partner und Finanzierung



Die Kosten des Projektes werden in einer Mischfinanzierung von der EU, den jeweiligen nationalen Gebietskörperschaften (Bund, Land bzw. Kanton, Gemeinden) und privaten Mitteln getragen.

Für die Beteiligung von Schweizer Regionen an Interreg III hat der Bund ca. 39 Mio. bereitgestellt.

### 3. Das Projekt „Perlen der Alpen“

#### Die Idee

- Verschiedene Alpenregionen sollen mittels einer Erlebnisreise miteinander verbunden werden.
- Dabei steht das Reiseerlebnis im Vordergrund und weniger der längere Aufenthalt an einem Ort, die aber gleichwohl erwünscht sind.
- Der Reiseweg durch den Alpenraum setzt sich ausschliesslich aus umweltfreundlichen Verkehrsmitteln zusammen (wie z.B. Bahn, Bus, Schiff, Pferdekutsche, Fahrrad, Wandern ...).

#### Das Produkt

- Ein Reiseführer als Buch mit Sehenswürdigkeiten und Transportmöglichkeiten;
- Ein elektronisches Medium (Handheld) mit aktuellen Informationen;
- Ein Voucherheft mit allen Reiseunterlagen und den Hotelvoucher

#### 3. Nutzen

- In einem wichtigen Bereich des Reiseverkehrs wird die internationale Zusammenarbeit gestärkt

- Die Zentralschweiz kann sich mit einem internationalen System vernetzen. Zusätzliche Übernachtungen können generiert werden.
- Bestehende Transportkapazitäten werden besser bekannt gemacht und besser genutzt.
- Das umweltverträgliche Reisen wird generell populär gemacht.
- Die neuen Informationstechnologien werden ausgenutzt und es werden im Tourismus Erfahrungen gesammelt. Weiterentwicklungen im Bereich Tourismus/IT werden möglich.
- Insgesamt ist mit positiven Wirtschaftseffekte und Umweltnutzen zu rechnen.

#### **4. Finanzierung**

offen.

## Teilprojekt 4:           Innovativer Freizeitverkehr mit öffentlichem Verkehr

Träger:                   RailAway

### 1. Zielsetzung

- Innovative Produktegestaltung für den Freizeitverkehr Zentralschweiz mit umweltverträglichem Verkehrsverbund
- Vermehrte Nutzung des öffentlichen Verkehrs für Freizeit- und Tourismusverkehr
- Zunahme des Modal-Splits OeV im Freizeitmarkt Luzern/Zentralschweiz
- Kommerzielle Angebote mit OeV Zentralschweiz verdoppeln
- Bestehende Angebote mit OeV verbessert positionieren
- Neue, innovative Freizeitangebote mit OeV gestalten
- Zielgruppen:     **A1:** Tagestouristen Zentralschweiz  
                      **A2:** Tagestouristen ganze Schweiz  
                      **A3:** Mehrtagestouristen Zentralschweiz

### 2. Angebot

Die wichtigsten Elemente des Angebots sind:

- Im Bereich Tagesausflüge (z. B. Freizeitparks, Kulturtreffpunkte, Ausflugsziele, Landschaften, Bergbahnen, Lehrpfade etc.) werden Eintritte und OeV-Tickets gemeinsam angeboten und als sog. Packagelösung vermarktet. Angebote wurden abgeklärt und es besteht ein grosses Bedürfnis. In Startphase besteht aber Finanzierungslücke.
- Preisreduktionen der Veranstalter und der TU schaffen Umsteigeeffekte
- Intensives Marketing bei potentiellen Kunden und erhöhte Markttransparenz gewährleisten zusätzliche Anreize zum Umsteigen.
- Im Vordergrund steht die Werbung mit dem Freizeitziel und nicht die ökologische Anreise, die aber als zentraler Nebennutzen verfolgt wird.
- Für die Zentralschweiz sollen im ersten Jahr 5-10 neue Freizeitangebote aufgenommen und 5-10 bestehende Angebote sollen auf weitere Zielgruppen ausgedehnt werden.

### 3. Produkt, Zielgruppen

- Mit dem Ausbau des RailAway-Angebots wird **ein qualitativer Sprung angestrebt**: Es wird eine deutliche **Produktedifferenzierung** vorgenommen, etwa in folgenden Sparten bzw. Segmenten:
  - **Regional**: In einem ersten Schritt werden zusätzliche Angebote gezielt in der Zentralschweiz lanciert.
  - **Kultur, Sport, Plausch etc.**: Den verschiedenen Bedürfnissen und Zielgruppen wird mit einer stärkeren Segmentierung Rechnung getragen. Spezifische Angebote und Gruppen können spezifischer, aber auch intensiver angesprochen werden.
- Neue Partnerschaften für Produkte und Vermarktungen werden angestrebt, z.B mit:
  - Kulturveranstalter und Vereinigungen
  - Sportorganisationen
  - Veranstalter von Events
  - Banken, Versicherungen mit hohem Kundenkontakt und neuen Vermarktungskanälen,
  - Medienpartnerschaften: Printmedien, elektronische Medien.
- **Organisation und Verfahren**: RailAway verfügt über grosse Erfahrungen und ein dichtes Netz von Kontakten im Freizeit- und Transportbereich sowie detaillierte Musterverträge, Abrechnungsmodulare etc., die sehr einfach von weiteren Partnern genutzt werden können. RailAway ist im Rahmen des Programms "Nachhaltiger Freizeitverkehr" bereit, sein Kenntnisse an öffentliche Stellen weiter zu geben, damit diese in ihren Bereichen kundengerechte Angebote entwickelt und bestellen können (z.B.: Verbesserung der Mobilitätsketten, besserer Signalisation, besseren OeV-Angebote, Einsatz und Angebot von Human Powered Mobility (HPM) etc. Die Umsetzung der Informationen ist jedoch nicht Aufgabe von RailAway sondern muss im Rahmen des Teilprojektes 6 "Mobilitätsberatung/Mobilitätsketten" angegangen werden.

#### **4. Nutzen**

- Es besteht die einmalige Chance mit dem potentesten Partner im Bereich Freizeit/OeV zusammen zu arbeiten, der sich in den letzten Jahren rasch entwickelt und sich einen guten Namen geschaffen hat. Auf ein breites Kommunikationsnetz kann zurück gegriffen werden, das weiter ausgebaut werden soll.
- Die fehlende Nachfragebearbeitung - als eine zentrale Schwachstelle des OeV-Systems im Zusammenhang mit dem Freizeitverkehr - wird angegangen. Neue Kunden können gewonnen werden.
- Das Angebot wird in verschiedener Hinsicht ausgeweitet, das unter rein betriebswirtschaftlichen Gründen im Moment noch nicht ausgeschöpft werden kann. Zusätzliche Umlagerungseffekte entstehen. Mit den Anstrengungen im Rahmen des vorliegenden Projekts kann mit einigen Millionen Pkm gerechnet werden.
- Mit dem Projekt RailAway kann das beste Kosten-Nutzen-Verhältnis erzielt werden. Mehrere Hundert Millionen Pkm können mittelfristig erreicht werden, wenn die Kommunikationskanäle insgesamt und das Angebot ausgeweitet werden. Das vorliegende Projekt kann dazu einen wichtigen Impuls geben.
- Der öffentliche Verkehr wird besser ausgelastet und der Kostendeckungsgrad gesteigert, was dem Kanton wiederum zugute kommt. Das Vertrauen in den öffentlichen Verkehr in bisher vernachlässigten Märkten kann verbessert werden. In der Startphase soll die öffentliche Hand eine initiiierende Rolle übernehmen.
- Es werden neue Zusammenarbeitsformen entwickelt und bisherige Schwachstellen des Umweltverbundes können aufgedeckt werden.
- Es werden mehr Freizeitbesucher auf umweltfreundliche Weise in den Kanton gezogen. Die Freizeitbetriebe und Anlagen können ihre Wertschöpfung steigern. Die Luzerner und Zentralschweizer Betriebe, wie auch die Region als Gesamtes, können sich profilieren.

#### **5. Finanzierung**

- Bei je 5 Zusatzangeboten besteht eine Finanzierungslücke von Fr. 53'000.- und bei je 10 zusätzlichen Angeboten eine Lücke von Fr. 105'000.-.

## **Teilprojekt 5: Gewähr Mobilität an Ferienorten**

### **Träger: Mobility/CarSharing Schweiz**

#### **1. Ziele**

- Massnahmenrealisierung zu einer besseren Gewährleistung der Mobilität an Ferienorten in der Zentralschweiz"
- Vermehrte Nutzung des öffentlichen Verkehrs für Freizeit- und Tourismusverkehr
- Zielpublikum:
  1. Mehrtages(business)tourist
  2. Eintages(business)tourist ausserhalb Z-CH
  3. Eintages(business)tourist Z-CH

#### **2. Angebot**

Die wichtigsten Elemente des Angebots sind:

- Ab 2002 sollen ca. 30 Hotels neu Standorte für Mobility werden.
- Hotels und Mobility übernehmen das Marketing und die Betreuung bei potentiellen Kunden.
- Kunden erhalten Gewähr, dass Mobilität auch für Individualfahrten vor Ort sichergestellt ist.
- Dritte sollen Fahrzeuge auch nutzen, damit hohe Auslastung erzielt wird.
- Hotels müssen einzeln akquiriert und betreut werden (Verträge etc.).
  
- Es bestehen hohe Synergien zum Projekt 1 "Bahn&Hotel".

#### **3. Nutzen**

Mit dem Projekt "Gewähr Mobilität an Ferienorten" wird ein entscheidender erster Schritt Richtung Mobilitätssicherung an Ferienorten gemacht. V.a Gäste, die mit dem öV anreisen, erhalten die Gewähr, dass sie an einem Ferienort nicht auf individuelle Mobilität verzichten müssen. Das Angebot wird dabei in einem Netzwerk von über 900 Mobility-Standorten und einer 1750 Autos umfassenden Flotte erbracht. Es werden nicht einfach Einzelversuche an einem Ort oder einem Hotel mit begrenzter Ausstrahlung angestrebt. Die Flächendeckung in der Zentralschweiz und das systematische Vorgehen sind wichtige Markenzeichen.

Mit dem Projekt Gewähr wird zudem die Basis gelegt, um eine sanftere Mobilität umzusetzen und über diese und weiter zu erschliessende Kanäle sollen weitere Angebote vermarktet werden. Im Vordergrund stehen:

- **Weiterer Ausbau von Bahn&Hotel** mit Tourismus Zentralschweiz und Tourismus Schweiz.
- Ein **komfortabler Gepäckservice von Tür zu Tür** für OeV-Benutzer soll auf der geeigneten Ebene (national und international) und mit potenten Partnern angegangen werden: Dabei ist es wichtig, dass ein flächendeckendes und leistungsfähiges System eingeführt wird.
- Von den Mobility-Hotels, aber auch weiteren lokalen und regionalen Stellen, soll der **öffentliche Verkehr, inklusive Freizeitbahnen**, propagiert werden. Die Aufgabe kann bei den Hotels von Mobility angesprochen und platziert werden.
- **Velos, HPM, Mountain Bikes** werden bereits von Hotels und Ferienorten angeboten. Aber auch hier wird ein weiteres Angebot angestrebt. Mit dem Ausbau von Mobility bei den Hotels soll die Eintrittsschranke überwunden werden, weitere Angebote propagieren zu können und eine Plattform für sanfte Mobilitätsformen zu schaffen.

#### **5. Finanzierung**

- Bei zusätzlichen 30 Autos und einer Defizitdeckung von 50% besteht eine "theoretische" Finanzierungslücke von Fr. 330'000.-.
- Bei der gleichen Anzahl von Autos und einer Defizitdeckung von 30% beträgt die "theoretische" Finanzierungslücke Fr. 144'000.-.
- Bei 10 Autos und einer Defizitdeckung von 30% reduziert sich die "theoretische" Finanzierungslücke auf Fr. 38'000.-. Bei einem guten Start des Projektes und einer breiten Vermarktung die Ausschöpfung der Defizitgarantie - was ein Ziel des Projektes darstellt - tief gehalten werden.

**Teilprojekt 6:            Mobilitätszentren, -beratung - Verbessern der Mobilitätsketten -**

**Träger:                    FH Wirtschaft/Tourismus /J. Stettler); Phase Abklärungen**

**1. Zielsetzung**

Das Teilprojekt "Mobilitätszentren und -beratung - Verbessern der Mobilitätsketten" soll einen wichtigen Stellenwert im Programm "Nachhaltiger Freizeitverkehr" einnehmen. Es bildet eine Klammer zu den Teilprojekten 1 bis 5, wobei hier vor allem die Teilprojekte 4 und 5 im Vordergrund stehen. Grundsätzlich soll mit der **Mobilitätsberatung erreicht werden, u.a.:**

- Intensivere, zielgruppen- und zweckorientierte Kommunikation von Freizeitangeboten (Kultur, Sport, Events etc.) inklusive Umweltverbund über bestehende und neue Kanäle.
- Kommunikation des Programms "Nachhaltiger Freizeitverkehr" bei wichtigen Leistungsträgern um das Feld für eine aktive Teilnahme zu verbessern.
- Bereitstellen von Kommunikationsmitteln in Zusammenarbeit mit bestehenden Leistungsträgern.

Die **Verbesserung der Mobilitätsketten** geht davon aus, dass ein Teil der Freizeitanlagen mit dem ÖV nicht gut erschlossen sind. Die öffentliche Hand soll ausreichend interne und externe Ressourcen zur Verfügung stellen, damit die Schwachstellen in folgenden Bereichen ausgelotet und ausgebessert werden können:

- Beschilderung von ÖV-Stationen zu Freizeitanlagen, wobei eine Abstimmung insbes. mit dem Veloland nötig ist;
- auf die Freizeitbedürfnisse abgestimmte Fahrpläne und ÖV-Angebote;
- Verbesserung des Gepäckservices.

**2. Vorgehen**

In erster Phase werden weitere Abklärungen vorgenommen (FH Wirtschaft, Luzern, Federführung J. Stettler).

**3. Nutzen**

- Stossende Lücken des Umweltverbundes - vor allem im Zusammenhang mit dem Freizeitverkehr - können systematisch angegangen werden.
- Schrittweise Verbesserungen können eingeleitet werden, die sich u.a. in der Angebotsplanung ausdrücken müssen.
- Die Zusammenarbeit der verschiedenen Anbieter und der Akteure mit einem hohen Kommunikationspotential wird systematisiert.
- Mittelfristig kann mit positiven Umlagerungseffekten gerechnet werden. Der OeV im Rahmen des Freizeitverkehrs wird im öffentlichen Bewusstsein besser verankert und die Angebote können echt verbessert werden. eine Zurechnung - auch nur als grobe Schätzung - ist beim momentanen Stand des Projekts schwierig.

**4. Finanzierung**

Totalkosten: offen

Bern/Luzern, 15.12.2001, RF/Rm/Anhang 2, Antrag Freizeitverkehr

## Anhang 3a: Machbarkeitsstudien / Unterlagen RailAway

### Teilprojekt 4: Innovativer Freizeitverkehr mit Öffentlichem Verkehr

#### Machbarkeit/Finanzierung

##### Ausgeführt durch:

RailAway AG  
René Kamer  
Geschäftsführer  
Zentralstrasse 5  
6002 Luzern  
Tel 0512 - 27 33 90  
Fax 0512 - 27 11 19  
e-Mail [rene.kamer@sbb.ch](mailto:rene.kamer@sbb.ch)

#### Inhalt

1.	Ausgangslage: RailAway AG .....	40
2.	Geschäftsidee RailAway AG .....	40
3.	Kernprozesse RailAway AG .....	40
4.	Marktsituation .....	40
5.	Auftrag: Mitarbeit im Programm "Nachhaltiger Freizeitverkehr" .....	41
6.	Freizeitangebote mit RailAway in Zentralschweiz.....	41
7.	Zielsetzungen: Neue Angebote und Zielgruppen.....	41
8.	Beiträge der touristischen Partner und Nachfrage.....	41
9.	Stand Anzahl Partner .....	42
10.	Praktisches Vorgehen - Abklärungen von RailAway.....	42
11.	Gesamtkosten - Finanzierungslücke .....	42
12.	Weitere Schritte: Kombi-Angebote Kultur (KKL) - Sportveranstalter .....	42
13.	Fazit: Teilprojekt 4, Stand Ende August 2001 .....	42

## 1. Ausgangslage: RailAway AG

Basierend auf der bestehenden erfolgreichen Kooperation zwischen den SBB und den touristischen Partnern entschlossen sich die SBB im Frühling 1999 die Freizeitmarke RailAway aufzubauen und eine eigenständige Tochter-Firma RailAway AG zu gründen. Diese bietet ganzjährig Tagesausflüge, Kurzferien- und Sonderangebote in der Schweiz und ins grenznahe Ausland an. RailAway soll in diesen Bereichen als führender Freizeitanbieter für Einzelreisende und Gruppen positioniert werden und den Modal-Split Bahn und Öffentlicher Verkehr nachhaltig verbessern.

## 2. Geschäftsidee RailAway AG

Mit Freizeit-Produkte-Innovationen sollen dem RailAway-Kunden neue Ideen vermittelt und angeboten werden, unterstützt mit der neuen Freizeitmarke RailAway, aktivem Marketing und neuem frischen Kommunikationsauftritt.

Die Freizeitproduktlinie wird mit RailAway stark ausgebaut und das vorhandene Potential bei touristischen Partnern und Leistungsträgern besser ausgeschöpft.

Mit der RailAway Vorwärtsstrategie wollen sich die SBB im Freizeitmarkt klar profilieren gegenüber dem individuellen Verkehrsmittel und damit verlorene Marktanteile zurückzugewinnen (siehe auch NFP 41 von Dr. Ruedi Meier).

Oberste Zielsetzung dabei ist der vom Bund als Eigner der SBB AG vorgegebene Modal-Split für den Öffentlichen Verkehr kontinuierlich zu steigern. Diese Vorgabe wurde im ersten RailAway Geschäftsjahr (1. November 1999 – 31. Dezember 2000) wie folgt erreicht:

Marktanteil Bahn: Personenfahren:	1999: 14.9%	2000: 16.0%	+ 1.1%
Marktanteil Bahn: Personenkilometer:	1999: 25.8%	2000: 28.0%	+ 2.2%

## 3. Kernprozesse RailAway AG

Folgende fünf Kernprozesse wurden für RailAway AG definiert:

1. Planung und Konzeption neuer Freizeitangebote mit touristischen Partnern
2. Einkauf, Produktion und Konvertierung
3. Vermarktung und Kommunikation der RailAway Freizeitpalette
4. Distribution mit SBB und anderen Partnern
5. Partnerschaften und Kunden-Services

## 4. Marktsituation

### RailAway AG

- Einzigartige strategische Erfolgsposition durch grösstes Distributionsnetz Schweiz im Freizeitbereich
- Zusätzliche Absatzkanäle über Reisebüros, Internet und indirekte Kanäle
- klares, auf Kunden- und Regionenbedürfnisse ausgerichtetes Freizeitkonzept mit 15 Profit-Centern im Markt Schweiz und grenznahen Ausland

### Distribution RailAway

- 220 Best-Ticket-SBB Verkaufsstellen,
- 37 SBB-Reisebüros Kuoni und
- ca 500 weitere SBB/KTU Bahnhöfe in der Schweiz
- Internet sowie Telefon-Direktverkauf via RailService
- Internet SBB-Reiseportal – summer-special
- Reisebüros mit RailTicketing
- Kooperationen mit zusätzlichen Absatzpartnern

### Konkurrenz

- Primär Individualverkehr, Car/Busveranstalter,
- Tour-Operator, sowie eine gewaltige Anzahl Freizeitanbieter (z.B. Kino, Events, Musicals etc)

## 5. Auftrag: Mitarbeit im Programm "Nachhaltiger Freizeitverkehr"

Im Rahmen des Aktionsprogramms "Energie und Umwelt" hat der Kanton Luzern im September 2000 den Auftrag erteilt, einen Bericht "Freizeitverkehr Zentralschweiz - Konkrete Projekte" zu erarbeiten. Auf Anfrage von Herrn Ruedi Frischknecht, Projektleiter, Raumplanungsamt des Kantons Luzern hat sich der Geschäftsführer RailAway AG, Herr René Kamer, bereit erklärt mit der Uebernahme der Leitung des Teilprojektes "Angebots-Koordinations-Plattform innovativer Freizeitverkehr" die Machbarkeit für konkrete Freizeitprodukte und Angebote abzuklären.

Im Vordergrund dieses Teilprojektes stehen dabei konkrete Ideen und Angebote für:

- Tagesausflüge mit umweltverträglichem Verkehrsverbund
- OeV Angebote mit Freizeitparks
- Naturpfade und Lehrpfade mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln

## 6. Freizeitangebote mit RailAway in Zentralschweiz

Grundsätzlich ist RailAway AG als SBB-Freizeit-Tochterfirma gesamtschweizerisch tätig. Mit über 250 touristischen Partnern und saisonal ca 150 Angeboten mit dem Oeffentlichen Verkehr wird eine breite und segmentspezifische Freizeitpalette angeboten. Im ersten Geschäftsjahr wurden 411'608 Packages (Bahn und tour.Leistungen) verkauft.

In einem ersten Schritt wurde eine Ist-Analyse der bestehenden RailAway Freizeitangebote und möglicher weiterer Angebote zur nachhaltigen Förderung des OeV gemacht. Dabei zeigte sich, dass bisher 9 Sommerangebote für Einzelgäste, 16 Angebote für Gruppen und 5 für Schulen konkret in der Zentralschweiz angeboten werden (Zusammenfassung Beilage 1.1)

## 7. Zielsetzungen: Neue Angebote und Zielgruppen

Wir haben unsere Ziele (Details Beilage 1.2) wie folgt festgesetzt:

- 10 neue RailAway- Freizeitangebote mit dem OeV anbieten
- 10 bestehende RailAway-Freizeitangebote mit dem OeV für erweiterte Zielgruppen öffnen

## 8. Beiträge der touristischen Partner und Nachfrage

Das Finanzierungsmodell für eine Zusammenarbeit mit RailAway für touristische Partner sieht wie folgt aus:

### A: Kundenermässigung der Bahn und touristischen Leistungen (10-30%)

Je nach Angebot erhält der Kunde mindestens 10% bis max. 30% Ermässigung auf alle im RailAway Packages angebotenen Leistungen (Bahnfahrt, Transfer, touristische Leistung etc.). Diese Ermässigung wird vom Leistungserbringer erbracht und ist neben der Bequemlichkeit ein Ticket für alle Leistungen zu erhalten der Primärnutzen für den Kunden.

### B: Fixer Kommunikations- und Distributionsanteil für RailAway (Fr 5'000.- - 30'000.-)

Die touristischen Partner bezahlen RailAway je nach Zusammenarbeitsvertrag jeweils einen Kommunikations- und Distributionsbeitrag. Dieser variiert je nach Angebotsdauer und Segment zwischen Fr. 5'000 (Gruppen-Jahresvereinbarung, bzw. Sommerpauschale Fr. 10'000.- ) bis Fr. 30'000.- für eine exclusive Zusammenarbeit im Kultur/Eventbereich mit RailAway. Der Betrag wird vollumfänglich vom touristischen Partner übernommen und übersteigt sehr oft die bescheidenen finanziellen Möglichkeiten kleinerer und mittlerer Tourismusunternehmungen.

### C: Kommission an RAW AG und Verkaufsstelle (10% an RAW; 3.5% an SBB)

Der touristische Partner entrichtet eine marktübliche Kommission an RailAway (10%) sowie für den Distributionsanteil noch 3.5% an die ausgebende Verkaufsstelle.

Beispiel:

Normaler Eintrittspreis Verkehrshaus der Schweiz	Fr. 18.00
Angebot RailAway Plausch Sommer 10% Ermässigung für Kunde	Fr. 1.80
Zwischentotal	Fr. 16.20
13.5% Kommission an RAW/Verkaufsstelle	Fr. 2.19
<b>Nettoanteil für Verkehrshaus</b>	<b>Fr. 14.01</b>
<b>Ermässigung von 22.8% auf Normalpreis</b>	

## 9. Stand Anzahl Partner

Momentan ist die Nachfrage für eine Zusammenarbeit der touristischen Partner mit RailAway sehr gross (Sommerpalette Plausch 01: 44 Angebote aufgenommen; knapp 100 Anfragen). Aufgrund einer Limitierung der Angebote (wegen "Overkill" VerkäuferInnen) werden momentan je Saison ca 50% der Nachfrager abgewiesen. Aus betriebswirtschaftlichen Gründen können kleinere und mittlere touristische Anbieter (Schongiland zB; Rodelbahn Unteriberg etc) sich ein Mitmachen kaum leisten und wir unsererseits nicht auf diese Einnahmen verzichten.

## 10. Praktisches Vorgehen - Abklärungen von RailAway

In einer ersten Phase haben sich RailAway mit 6 nachfolgenden neuen touristischen Partnern in der Zentralschweiz (Ziel total deren 10) persönlich getroffen:

- Swiss Holiday Park Morschach
- Schongiland , Schongau
- Wirzweli Sommerbob
- Brunnibahn Engelberg
- Sommerrodeln Unteriberg
- autofreier Ort Stoos

Sämtliche touristischen Partner sind bisher noch nicht in den RailAway Angeboten und zeigten grundsätzlich reges Interesse in 2-3 Segmenten mit konkreten Angeboten mit dem OeV dabeizusein. Die finanziellen Forderungen für das RAW-Leistungspaket übersteigen jedoch ihre Möglichkeiten (Fr. 10'000.—für Sommer-Plausch mit RailAway).

Ebenfalls kontaktiert haben wir bestehende Partner (gemäss Beilage 1) in der Zentralschweiz, welche mit RailAway zusammenarbeiten und grundsätzlich in mehr als einem RailAway Angebot dabeisein möchten. Auch hier sind die finanziellen Möglichkeiten eingeschränkt.

## 11. Gesamtkosten - Finanzierungslücke

Wie bereits erwähnt würden wir aufgrund unserer Ziele 10 neue und 10 bestehende RailAway Angebotspartner in der Zentralschweiz ev. grenznahe Kantone berücksichtigen. Dies ist jedoch ohne finanzielle Unterstützung nicht möglich. Als Grundsatz haben wir definiert, dass RailAway zusammen mit dem tour. Partner 50% Eigenleistungen übernehmen könnten und der Rest dank Unterstützung der öffentlichen Hand im Sinne einer Anschubfinanzierung beigesteuert wird. Konkret bedeutet das:

Teilprojekt 4. Gesamtkosten Finanzierungslücke

10 neue Angebote

- 8 Plausch à 10'000
- 2 Kultur à 30'000 (Total Fr. 140'000) Fr 70'000.-

10 bestehende Angebote mit neuen Segmenten (Total Fr. 80'000) Fr. 40'000-

- **Total bei je 10 neuen Angeboten bzw. neuen Segmenten Fr.110'000.-**

## 12. Weitere Schritte: Kombi-Angebote Kultur (KKL) - Sportveranstalter

Aufgrund der von Dr. Ruedi Meier gemachten NFP 41 Studie erachten wir in der Zentralschweiz die Bereiche Kultur (mit dem KKL) und Sportveranstaltungen (Fussball, Eishockey etc.) als für den nachhaltigen Freizeitverkehr mit dem OeV sehr interessante Varianten mit Kombi-Angeboten Marktanteile zu gewinnen.

Wir planen ev. in einer 2. Phase diese Themen zusammen mit StudentInnen der Höheren Fachschule für Tourismus an der Hochschule für Wirtschaft in Luzern detailliert anzugehen.

## 13. Fazit: Teilprojekt 4, Stand Ende August 2001

Grundsätzlich besteht bei den touristischen Partnern ein grosses Interesse für eine verstärkte oder neue Zusammenarbeit mit RailAway als Freizeitanbieter des öffentlichen Verkehrs. Die finanziellen Möglichkeiten zeigen jedoch die klaren Grenzen des Wunsch- und Machbaren auf.

Ohne finanzielle Starthilfe werden diese Partner sicher nicht neu oder verstärkt die Freizeitangebote mit dem öffentlichen Verkehr propagieren und ein Zusammenarbeit mit RailAway eingehen. Auch unsererseits sind aus betriebswirtschaftlichen Gründen mit dem aufgezeigten Entgegenkommen (Eigenfinanzierung zusammen mit Partner zu 50%) die Grenzen klar gezeigt; nicht zuletzt auch aus Präjudizgründen zu den anderen rund 200 RailAway Vertragspartnern.

Wir sind überzeugt, dass unsere Ansätze zur Förderung des Freizeitverkehrs mit dem OeV zusammen mit einem etablierten Anbieter wie RailAway richtig sind.

## Beilage 1.1 - Rail/Away

### 1. Bestehende RailAway-Angebote in der Zentralschweiz 1.1 Sommerpalette 2001

Angebotsname	Region	FIT	GRP	SCH
<b>Kultur / Wissen</b>				
Verkehrshaus Luzern	Luzern	X	X	X
Glasi Hergiswil	Hergiswil	X		
Kirschbrennerei Fassbind	Arth am See		X	
Schaukäserei Engelberg	Engelberg	X		
<i>Total Kultur / Wissen</i>		<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Natur / Wandern</b>				
Natur- und Tierpark Goldau	Goldau	X	X	X
Stanserhorn	Stans	X	X	X
Weg der Schweiz	Urnersee	X	X	
Vier-Seen-Wanderung Engelberg	Engelberg	X		
Höllgrotten Baar	Baar		X	
<i>Total Natur / Wandern</i>		<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
<b>Spass / Erlebnis</b>				
Rodelplausch Pilatus	Luzern	X	X	
Velotour Engelberg/Stansstad	Engelberg	X	X	X
Trotti-Bike Gerschnialp/Engelberg	Engelberg		X	
Flying Fox Engelberg	Engelberg		X	
City-Tresure Hunt Luzern	Luzern		X	
City-Tresure Hunt Engelberg	Engelberg		X	
City-Tresure Hunt Vitznau	Vitznau		X	
Trottierbe/Cartspass Marbachegg	Marbach			X
<i>Total Spass / Erlebnis</i>		<b>2</b>	<b>7</b>	<b>2</b>
<b>Kulinarisch</b>				
Mittagsschiff SGV	Luzern		X	
Festung Vitznau	Vitznau		X	
Älplermakaronenpfad Obwalden	Giswil/Schüpflheim		X	
<i>Total Kulinarisch</i>			<b>3</b>	
<b>Gesamttotal Angebote Zentralschweiz</b>		<b>9</b>	<b>16</b>	<b>5</b>

#### LEGENDE:

FIT = Einzelreisende  
GRP = Gruppenreisen  
SCH = Schulreisen

#### TOTAL RAILWAY-ANGEBOTE NATIONAL

Plausch /Abenteuer: 60 Angebote  
Gruppen 2001: 64 Angebote  
Schulreisen 2001: 25 Angebote

## **1.2 Winterpalette 2000/2001**

### **Snow&Rail Skipässe**

Klewenalp

Stoos

Hoch-Ybrig

Engelberg/Titlis

Melchsee-Frutt

Sörenberg

Lungern-Schönbüel

### **Einzelreisende**

Verkehrshaus, Luzern

Pilatus

Glasi Hergiswil

Tierpark Goldau

Brünig-Rundfahrt

## **Beilage 1.2 - RailAway**

### **2. Weitere mögliche Freizeitangebote in der Zentralschweiz**

#### **2.1 Bestehende Angebote (nicht im RailAway-Programm)**

- Wildbeobachtung in Emmetten
- Kulturveranstaltungen/Ausstellungen
- Gletschergarten Luzern
- Richard Wagner Museum
- KKL
- Gleitschirmflug (Tandem) Klewenalp
- Bootsfahrten (Ruderboote, Pedalos, Kanu)
- Schongi-Land
- Bobbahn Wirzweli
- Sportveranstaltungen (Fussball, Eishockey)
- Swiss Holiday-Park Morschach

#### **2.2 Besichtigungen/Führungen (ev. lokal bereits angeboten)**

- Pilatuswerke Stans
- Hug Guetzi, Malers
- Flugzeugwerke Emmen
- Schindler Ebikon
- DIWISA Willisau
- Brauerei Eichhof, Kriens
- Baer AG, Küssnacht a.R.
- Bruder Klaus, Sachseln
- Höhlenbesichtigung Hoch-Ybrig

#### **2.3 Neue Ideen Freizeitangebote**

- Foto-Trophy Zentralschweiz
- Kulinarium Bürgenstock mit Hammetschwand-Lift
- Casino Luzern/Weggis
- Eigental Unterlaulenen
- Armeeausbildungszentrum, Luzern
- Autobahnbaustelle A2 Horw/Hergiswil

#### **2.4 Mögliche Ausflugsziele**

- Zugerberg
- Seebodenalp
- Rigi
- Bürgenstock
- Wirzweli
- Klewenalp
- Stoos
- Brunni
- Melchsee-Frutt
- Sörenberg
- Titlis

## **Anhang 3b: Machbarkeitsstudien / Unterlagen Mobility CarSharing Schweiz AG**

### **Teilprojekt 5: „Gewähr Mobilität an Ferienorten“**

#### **Machbarkeit/Finanzierung**

##### **Ausgeführt durch:**

Mobility CarSharing Schweiz

Jürg Emmenegger

#### **Inhalt**

<b>1. Ausgangslage .....</b>	<b>48</b>
<b>2. Produktentwicklung für Hotels in Ballungsräumen .....</b>	<b>48</b>
<b>3. Hotels für Evaluationsphase .....</b>	<b>52</b>
<b>3. Produktunterschiede für Hotels in ländlichen Räumen .....</b>	<b>53</b>
<b>4. Marketingkonzept (Stichworte).....</b>	<b>53</b>

## 1. Ausgangslage

Das Schloss Wartegg in Rorschacherberg ist z.Z. das einzige Hotel mit einem stationierten Mobility-Auto, welches von den Hotelgästen genutzt wird. Das Schloss Wartegg beurteilt CarSharing als sehr gute Ergänzung und identifiziert sich mit dieser Idee. Da heute noch kein auf Touristen ausgerichtetes CarSharing-Angebot besteht, ist das operative Engagement seitens Schloss Wartegg entsprechend hoch.

### 1.1 Mitgliedschaft / Nutzungsberechtigung

Das Hotel hat 5 übertragbare Mobility Cards und zahlt dafür jährlich CHF 750.-

MitarbeiterInnen des Hotels können damit schweizweit Mobility-Autos nutzen, Hotelgäste hingegen nur beim Hotel vorgefahrene Mobility-Autos. Die Hotelgäste erhalten von den HotelmitarbeiterInnen eine kurze Instruktion.

### 1.2 Abrechnung

Die Abrechnung erfolgt periodisch und dokumentiert die Kosten aus den bezogenen Fahrten, die geltenden Kilometer- und Stundentarife, Ort, Datum und Zeit jeder Fahrt. Es erfolgt eine Fahrtenrechnung pro Mobility Card, welche dem Hotel zugestellt wird. Das Hotel haftet im Schadenfall und für die Zahlung der Fahrtenrechnungen all seiner Nutzungsberechtigten.

### 1.3 Tarife

Mobility verrechnet dem Hotel für sämtliche Nutzungen Vorzugstarife. Falls eine jährliche Mindest-Fahrleistung von 15'000 km erreicht wird, offeriert Mobility Spezialtarife. Die Nutzung wird pro Stunde und Kilometer abgerechnet. Darin sind sämtliche Kosten enthalten, insbesondere Benzin, Haftpflicht-, Vollkasko- und Insassenversicherung, Reparaturen und Unterhalt, Fahrzeuersatz und Amortisation. Das Hotel ist berechtigt, den Gästen einen mit Mobility abgesprochenen Administrationsaufwand zu verrechnen.

## 2. Produktentwicklung für Hotels in Ballungsräumen

### 2.1 Idee

Die Mobility-Autos stehen an öffentlich zugänglichen Orten mit heute nachgewiesener CarSharing-Nachfrage. Nebst der bestehenden Mobiliy-Kundschaft sollen die Hotelgäste (und evtl. Dritte generell) diese Autos nutzen. Da die Anzahl der Mobility-Autos in Ballungsräumen entsprechend gross ist, dürfte die dadurch zusätzlich erzeugte Auslastung kein Problem werden (siehe untenstehende Abbildung).

Die Hotel können ihren Gästen Autos je nach Bedürfnis ab einer Stunde gegen vorherige Bezahlung zur Verfügung stellen. Gegebenenfalls reserviert ein Hotel das gewünschte Mobility-Auto im Mobility-CallCenter in Luzern (24h-Service), füllt mit dem Gast einen Standardvertrag aus und instruiert ihn kurz.

Die **Vorteile** gegenüber der klassischen Autovermietung sind:

- einfach zugängliche individuelle Mobilität für mit ÖV anreisende Gäste
- Stunden -Angebot möglich
- spontane Reservation rund um die Uhr möglich(Telefon und Internet)
- Zutritt zum Auto rund um die Uhr möglich
- telefonische Auskunft rund um die Uhr möglich
- Selbstbedienung für Hotelgäste (nach Reservation) und für Hotelangestellte möglich
- Vorfahrt durch Hotelangestellte möglich
- Zentrale und ÖV-erschlossene Mobility-Autostandorte
- erschwingliche Cabrios
- Nutzung für Hotel-eigene Zwecke auch stundenweise möglich, auf separater Rechnung
- preisgünstiger

Die **Nachteile**:

- Sauberkeit weniger hoch

- Fahrzeuge der Mittel- und Oberklasse fehlen
- Vertragsabschluss mit Hotelgast muss vom Hotel übernommen werden (Debitorenrisiko)

## 2.2 Projektierungsschritte

Mit den heutigen Erfahrungen wird ein Produkt ausgearbeitet, das

- die Abläufe für das Hotel vereinfacht,
- die administrativen Aufwände für das Hotel verringert,
- eine klare Kostenstruktur für Hotel und Gast vermittelt und
- einen standardisierbaren Ablauf für Mobility erlaubt.

Aufgrund unterschiedlicher Randbedingungen bzgl. der Verfügbarkeit von Mobility-Autos werden für Ballungsräume und ländliche Gegenden unterschiedliche Kostenstrukturen zugrunde gelegt.

In der Zentralschweiz werden ausgewählte Hotels verschiedenen Typs diese Produktversion inkl. Preisoptik beurteilen und weitere Bedürfnisse einbringen, mit dem Ziel, spätestens Mitte Jahr 2002 ein marktaugliches Produkt lancieren zu können. Zudem sollen dann evtl. Bearbeitungsgebühren für die Hotels quantifiziert werden.

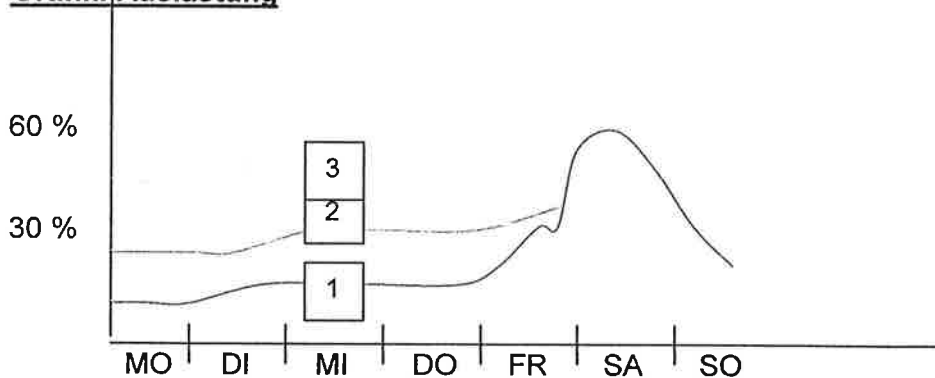
Nach evtl. Modifikationen wird das Produkt kommunikativ aufgearbeitet. Parallel dazu werden ausgewählte Elemente eines Businessplans ausgearbeitet zwecks Beurteilung der wirtschaftlichen Machbarkeit.

Sobald der mögliche Markteintritt feststeht, wird das Produkt den grundsätzlich in Frage kommenden Hotels im Raum Zentralschweiz angeboten. Die daraus generierten Interessenten werden mit Verkaufsgesprächen akquiriert.

Bei erfolgreicher Nachfrage in der Zentralschweiz soll das Angebot mit folgender Priorisierung auf nationaler Ebene ausgedehnt werden:

1. Zürich/Ostschweiz
2. Basel/Nordwestschweiz
3. Bern/Mittelland
4. Genf/Lausanne
5. Tessin
6. Wallis

**Grafik: Auslastung**



1. Ist-Stand
2. Business Car Sharing
3. ...

## 2.3 Evaluation E-Mail-Abrechnung

**Aufgabenstellung:** Ist eine E-Mail-Bestätigung unmittelbar im Anschluss an bezogene Fahrt möglich zwecks vereinfachter Abrechnung zwischen Hotel und Hotelgast?

**Ergebnis:** Ohne grossen Aufwand und Kosten (erfordert mehrere Neu- und Umprogrammierungen) kann die Bestätigung nicht automatisch ausgelöst werden. (Vorgang ist ähnliches Prinzip wie bei einer

Reservationsbestätigung) Zudem besteht folgendes Problem: Der Bordcomputer befindet die Reservation erst für abgeschlossen, wenn ein neuer Kunde sich anmeldet:

Beispiel: Kunde X benützt das Mobility-Auto von 14.00 Uhr bis 15.00 Uhr. Der nächste Hotelgast Kunde V betritt das Auto um 17.00 Uhr. Somit werden erst jetzt die Daten von Kunde X an Mobility gesandt bzw. der BC erkennt die Reservation von Kunde X nun als beendet.

**Fazit:** Eindeutig Tarife festsetzen, welche für das Hotel einfach weiterverrechnet werden können (Stundenpauschale)

### 2.3 Evaluation: Tarifierung

#### Zusätzlich notwendiger Ertrag pro Tag und Auto (ohne MWSt): Ist-Situation:

Kategorie A

Voraussetzung: **mittlere Auslastung**

Notw. Ertrag pro Tag	CHF	40.00	= Deckungsbeitrag
+ Marge (ca. 15 %)	CHF	<u>6.00</u>	
	<b>CHF</b>	<b><u>46.00</u></b>	

Kategorie B

Voraussetzung: **mittlere Auslastung**

Notw. Ertrag pro Tag	CHF	35.90	= Deckungsbeitrag
+ Marge (ca. 15 %)	CHF	<u>5.40</u>	
	<b>CHF</b>	<b><u>41.30</u></b>	

Kategorie C

Voraussetzung: **mittlere Auslastung**

Notw. Ertrag pro Tag	CHF	50.45	= Deckungsbeitrag
+ Marge (ca. 15 %)	CHF	<u>7.55</u>	
	<b>CHF</b>	<b><u>58.00</u></b>	

#### Mögliche Situation „kleine Auslastung“:

Kategorie A

Falls **Auslastung klein**

Notw. Ertrag pro Tag	CHF	80.00	= Deckungsbeitrag
+ Marge (ca. 15 %)	CHF	<u>12.00</u>	
	<b>CHF</b>	<b><u>92.00</u></b>	

Kategorie B

Falls **Auslastung klein**

Notw. Ertrag pro Tag	CHF	71.80	= Deckungsbeitrag
+ Marge (ca. 15 %)	CHF	<u>10.80</u>	
	<b>CHF</b>	<b><u>82.60</u></b>	

Kategorie C

Falls **Auslastung klein**

Notw. Ertrag pro Tag	CHF	100.90	= Deckungsbeitrag
+ Marge (ca. 15 %)	CHF	<u>15.10</u>	
	<b>CHF</b>	<b><u>116.00</u></b>	

### Abschätzung Mindestkosten pro Tagesmiete (inkl. MWSt)

Fahrzeugtyp: VW Golf (Mobility Kat. B; CarRental Kat. C)

Durchschnittsfahrer mit Grenzkosten 98  
Zeitraum: 08.00 bis 18.00 Uhr  
Stundengebühr: CHF 2.70  
Kilometer: 20 km/h  
Preis pro Km: CHF 0.25  
**Preis CHF 77.—.**

Rennfahrer mit Grenzkosten 98  
Zeitraum: 08.00 bis 18.00 Uhr  
Stundengebühr: CHF 2.70  
Kilometer: 60 km/h  
Preis pro Km: CHF 0.25  
**Preis CHF 177.—.**

Durchschnittsfahrer mit Grenzkosten hyp.  
Zeitraum 08.00 bis 18.00 Uhr  
Stundengebühr CHF 2.70  
Kilometer: 20 km/h  
Preis pro Km: CHF 0.60  
**Preis CHF 147.—.**

Rennfahrer mit Grenzkosten hyp.  
Zeitraum: 08.00 bis 18.00 Uhr  
Stundengebühr: CHF 2.70  
Kilometer: 60 km/h  
Preis pro Km: CHF 0.60  
**Preis CHF 367.—.**

### Konkurrenz: Kosten pro Tagesmiete (ohne MWSt)

Fahrzeugtyp: VW Golf (Mobility Kat. B; CarRental Kat. C)

Montag bis Freitag

Zeitraum: 08.00 bis 18.00 Uhr  
Tagespauschale: ca. CHF 130.—. + Benzin  
**Preis ca. CHF 150.—. bis CHF 200.—.**

Ab 3 Tagen Mietdauer ca. 30% Ermässigung.

**Samstag oder Sonntag**

Zeitraum: 08.00 bis 18.00 Uhr  
Tagespauschale: ca. CHF 110.—. + Benzin  
**Preis ca. CHF 130.—. bis CHF 180.—**

Ab 3 Tagen Mietdauer ca. 25% Ermässigung.

### Fazit: Kosten pro Miete mit Mobility (inkl. MWSt)

Fahrzeugtyp: VW Golf (Mobility Kat. B; CarRental Kat. C)

**CHF 18.- (Preis Fr. 16.- + Fr. 2.- für Haftungsreduktion) .- pro Stunde inkl. Benzin**

Verspätungsgebühr CHF 30.- pro halbe Stunde

- entspricht ungefähr Mindestkosten-Fall -.40/km und 30km/h
- und liegt über dem notwendigen Deckungsbeitrag bei minimaler Auslastung

### 3. Hotels für Evaluationsphase

#### Swissmotel Zug

Herrn Philip C. Brunner  
Chollerstrasse 1a  
6300 Zug

Telefon 041 747 28 28

E-mail [email@swissmotel.ch](mailto:email@swissmotel.ch)

#### Hotel Cascada

Herrn Barmet  
Bundesplatz 18  
6003 Luzern

Telefon 041 226 80 88

E-mail [info@cascada.ch](mailto:info@cascada.ch)

#### Hotel Magic

Frau Andrea Maurer  
Brandgässli 1  
6004 Luzern

Telefon 041 417 12 20

### Erörterung Zielgruppenaffinität

#### Hotelgast

Sozio-demografische Merkmale	<ul style="list-style-type: none"><li>λ Alter</li><li>λ Einkommen</li><li>λ Familienstand</li><li>λ Länder/Sprachregionen</li><li>λ Privatbesuch / Businessbesuch</li><li>λ Durch. Aufenthaltsdauer</li></ul>
Verhaltensbezogene Merkmale	<ul style="list-style-type: none"><li>λ Benützung öffentlicher Verkehr</li><li>λ Benützung von Taxis</li><li>λ Anreise mit Privatauto</li><li>λ Zeitbezogenes Verhalten</li><li>λ Besichtigungen organisiert oder Flexibilität gewünscht</li></ul>
Kommunikationsbezogene Merkmale	<ul style="list-style-type: none"><li>λ Publikation im Hotelprospekt</li><li>λ Kenntnis vom Angebot bei Begrüssung (z.B. Carfahrten)</li></ul>
Psychologische Merkmale	<ul style="list-style-type: none"><li>λ Evtl. Angebot über Hertz Publikation (Bekanntheitsgrad ausnützen)</li></ul>

Neben dem Hotelgast kommen grundsätzlich auch **Dritte generell** als Konsument in Frage. Bei nicht im anbietenden Hotel untergebrachten Touristen hat obige Merkmalstruktur Gültigkeit. Weitere in Frage kommenden Konsumenten sollen erst dann näher betrachtet werden, wenn sie einen relevanten Anteil der Nachfrage verursachen.

#### Hotels

Hotelinfrastruktur (Anzahl Betten, Seminarräume, etc.)  
Preisklasse / Luxus / Zusatzdienste  
Erschliessung öffentlicher Verkehr / Standort  
Naheliegende Touristenattraktionen / Anziehungspunkte

Durch Aufenthaltsdauer der Gäste / Zielgruppe

#### **Ablauf für Hotelgast bei Benützung Mobility**

1. Angebotskenntnis durch Hinweis im Hotelprospekt/Hoteldispenser im Hotelzimmer etc.
2. Bei Interesse Kontaktaufnahme am Empfang (zentrale Abwicklung)
3. Reservation durch das Hotelpersonal am Empfang
4. Vor der Benützung Abholung der Mobility Card und kurze Instruktion durch Hotelpersonal
5. Hotelgast bezahlt(Pauschalbetrag) + Depot und bekommt Mobility Card + kurzer Systembeschrieb (Notfallnummer)
6. Bei Zurückgabe der Mobility Card erhält der Hotelgast das Depot zurück

#### **Möglicher Ablauf für ein Hotel bei zusätzlichem Dienstleistungsangebot „CarSharing“**

1. Hotel informiert bei Ankunft neuer Gäste über das Angebot (z.B. mittels Merkblatt, etc.)
2. Hotelpersonal erteilt kompetente Auskünfte zum Angebot bei Interesse von Hotelgästen
3. Entgegennahme der Reservation vom Hotelgast
4. Reservation durch Hotel per Internet, 24-Std.-Call Center oder ARS
5. Vor Ausgabe der MC Nutzungsvertrag vom Hotelgast unterschreiben lassen (Mit Ausweiskontrolle).(Für Hotelgast dient dieser Vertrag als Quittung) Dann Ausgabe der MCs (Kontrolle gemäss interner Reservationslisten), Abrechnung mit dem Hotelgast, zusätzlich wird ein Depot eingezogen
6. Nach Gebrauch Entgegennahme der MC + Rückerstattung des Depots
7. Hotel erhält monatlich eine Rechnung (Alle Fahrten werden in einem Pauschalbetrag verrechnet)

#### **4. Produktunterschiede für Hotels**

Defizitgarantie für jedes neu zu stationierende Auto pro Jahr (exkl. MWSt), Maximalbeträge:

- Kat. A Opel Agila CHF 16'000.-
- Kat. B VW Golf CHF 17'000.-
- Kat. C Opel Zafira, Skoda Oktavia, Cabrios CHF 22'000.-

Allfällige Kosten für Parkplatzmiete sind unberücksichtigt.

Vorteil bei Neustationierung: Hotelbezogene Optimierung möglich!

Z.B. 30 Autos in der ganzen Innerschweiz zusätzlich: CHF 480'000.- bis 660'000.-pro Jahr  
(Maximalbetrag, jede Nutzung durch Mobility-Kundschaft reduziert diesen Betrag entsprechend)

#### **5. Marketingkonzept (Stichworte)**

##### **Leistungen Mobility**

Mobility erstellt Flyer mit detailliertem Beschrieb des Angebots

Angebot wird präsentiert auf dem Internet

##### **Leistungen von beteiligten Hotels**

Angebot (USP) wird implementiert in Hotelprospekte / (Redaktionsschluss)

Mailings an bestehende Kundschaft

Angebot wird präsentiert auf dem Internet

Mobility-Flyer auflegen (Hotelzimmer)

##### **Leistungen Kanton Luzern/Gemeinden**

Pressekonferenz zur Information über das Projekt (Angebot)

Informationen an Hotelierversammlung

Bericht an DPA

Angebot wird präsentiert auf dem Internet

Aufklärungsarbeit zugunsten Kombiniertes Mobilität

Aktive Bewerbung Mobility Kundschaft

Abwicklung Gepäcktransport (mit SBB)

**Leistungen Tourismus Zentralschweiz**

Angebotsaufnahme in Aktionsprogramm

Aktive Mithilfe zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades

**Leistungen RailAway**

Spezifische Einbindung in Kommunikationsmassnahmen (Zielgruppenaffinität vorhanden)