



La Route Verte

Strategie 2020-2025

Bern, Oktober 2019

Netzwerk Schweizer Pärke, Rianne Roshier, r.roshier@parks.swiss

*Dieses Dokument ist vertraulich und nur für La Route Verte-Partner bestimmt, die im Anhang 1 aufgeführt sind.
Bitte leiten Sie es nicht an andere weiter.*

La Route Verte in Kürze

Die Pärke des Jurabogens haben ein **nachhaltiges und qualitativ hochwertiges** touristisches Angebot entwickelt: **La Route Verte**, eine speziell für E-Bikes konzipierte Fahrradroute (Schwerpunkt Langsamverkehr), welche von Schaffhausen bis nach Genf führt und dabei sechs Regionale Naturpärke durchquert. 95% der Strecke verlaufen auf SchweizMobil-Routen (Veloland Schweiz). Die Tour gliedert sich in sieben erlebnisreiche Etappen und bildet so eine kulturelle Brücke zwischen der deutsch- und französischsprachigen Schweiz. Auf dieser entdeckt der Gast das **vielfältige Natur- und Kulturerbe** und geniesst die **regionale Kulinarik**. Jede Etappe bietet typische Landschaftselemente, die sogenannten «**lebendigen Landschaften**», die mit den Menschen und lokalen Produkten verbunden sind. Dies schärft das Bewusstsein der Gäste für die Geschichte und die Bedeutung der Landschaft. Dem Besucher werden Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft der Region nähergebracht. **La Route Verte** möchte die Schweizer Bevölkerung mit der einzigartigen Natur des Jurabogens in Berührung bringen – durch **gesunde Bewegung** in freier Natur und weitab von den Stadtzentren. Das Angebot ist buchbar als Package mit Gepäcktransport bei Eurotrek. Alle Informationen sind zudem online verfügbar, so dass die Route auch individuell gestalten werden kann: www.larouteverte.ch



Nach einer über zweijährigen Entwicklungszeit wurde **La Route Verte** am 17. Mai 2018 an zwei gleichzeitig stattfindenden Veranstaltungen im Regionalen Naturpark Schaffhausen (Beginn der Tour) und im Naturpark Doubs (im Herzen der **Route Verte**) eröffnet. Die sechs Pärke des Jurabogens, ihre lokalen und regionalen Partner (fast zwanzig Tourismusorganisationen), das Netzwerk Schweizer Pärke und seine nationalen Partner (SchweizMobil, Rent a Bike, Eurotrek) präsentierten gemeinsam dieses nationale, verbindende und attraktive Angebot.

Ziel dieses Dokumentes ist es, die Strategie für die weitere Entwicklung der **Route Verte** bis 2025 aufzuzeigen. Die Strategie soll dynamisch sein und sich weiterentwickeln können. Gleichzeitig soll sie eine allgemeine Richtung vorgeben und so die verschiedenen Akteure durch eine gemeinsame Vision vereinen.

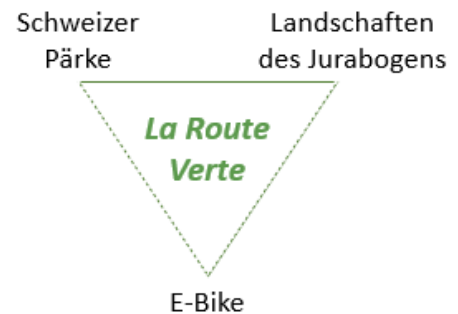
Vision

La Route Verte (**LRV**) bietet ein nachhaltiges und qualitatives hochstehendes Tourismusangebot im Bereich Langsamverkehr und ist in der Schweiz und im benachbarten Ausland bekannt. Sie trägt dazu bei, die Pärke beim Erreichen ihrer Ziele im Bereich nachhaltige Entwicklung zu unterstützen. Dies wird durch Förderung regionaler Produkte und Leistungsträger erreicht, welche die Werte der Schweizer Pärke verkörpern. Somit wird auch Wertschöpfung generiert. Zudem werden die Velofahrer*innen bezüglich Nachhaltigkeits- und Landschaftsfragen sensibilisiert.

Positionierung und Zielgruppe

LRV positioniert sich in der Schnittstelle von zwei USPs:

- **Schweizer Pärke** (und ihre Werte: Identität, Mensch, regionale Wertschöpfung, Erhaltung und Verbesserung der Natur, Sensibilisierung und Bildung für nachhaltige Entwicklung, Innovation und Zusammenarbeit);
- **die Landschaften und die Topographie des Jurabogens**



Zwar sind die E-Bikes kein USP im wahrsten Sinne des Wortes, jedoch ist das E-Bike die Basis des Angebots und somit auch ein wichtiges Element für die Positionierung von **LRV**.

LRV richtet sich an die folgenden Hauptzielgruppen:

- Golden Agers / aktive Senioren (50+)
- DINKs - Paare ohne Kinder

Darüber hinaus richtet sich die **LRV** vor allem an Einwohner der wichtigsten schweizer Städte (Schwerpunkt sind die Städte im Nordosten der Schweiz sowie Agglomerationen im Mittelland).

LRV ist ein dynamisches, touristisches Angebot, das sich weiterentwickeln soll. So können auch Unterprodukte entstehen, die mit den Werten der Schweizer Pärke übereinstimmen (z.B. ein- oder mehrtägige Exkursionen, barrierefreie Variante der **LRV** usw.). In Rahmen von solchen Unterprodukten könnten weitere USPs gefördert werden (Gesundheitsförderung, usw.).

Nationale Zusammenarbeit

Langfristig wird **LRV** von den sechs Pärken des Jurabogens mit der Unterstützung des Netzwerks Schweizer Pärke, von lokalen, regionalen und nationalen Tourismusorganisationen (Schweiz Tourismus), von Leistungsträgern in den Regionen und schliesslich von nationalen Mobilitätspartnern (SchweizMobil, Rent a Bike) mitgetragen. Alle diese Beteiligten arbeiten zusammen, um die **LRV** bekannter zu machen, sie zu verbessern und zu entwickeln. Pärke und Tourismusorganisationen finanzieren die Startphase des Projekts. Um seine langfristige Existenz zu sichern werden Sponsoren gesucht, mit dem Ziel, dass der langfristige Betrieb von **LRV** finanziell durch einen oder mehrere Sponsoren unterstützt wird. Die Sponsoren sollen die Werte der Schweizer Pärke teilen.

Strategische Ziele 2025

1. Image & Werte

Bis 2025 wird **La Route Verte** sowohl national als auch im benachbarten Ausland dank ihren USPs – eine Route durch sechs Regionale Naturparks und den Landschaften des Jurabogens – ein bekanntes Angebot sein. Dank **LRV** positioniert sich der Jurabogen (von Schaffhausen bis Genf) als ideales Ziel für einen naturnahen Tourismus, der auf nachhaltige Mobilität z.B. durch E-Bikes setzt.

2. Kooperationen entlang dem Jurabogen

Bis 2025 wird **La Route Verte** von allen Beteiligten mitgetragen, d.h. von den Leistungsträgern, Gastgebern, Tourismusorganisationen und den Parks. Die Zusammenarbeit bei diesem gemeinsamen Angebot wird den Austausch zwischen den Regionen ermöglichen und die Sichtbarkeit der Parks und Leistungsträger stärken.

3. Verbesserungen

Bis 2025 wird die **Route Verte** qualitativ weiterentwickelt und stetig verbessert, z.B. durch eine bessere Sichtbarkeit der Route vor Ort, entlang der Route (dank Partnern entlang der Strecke und/oder mit einem Guide in Buchform, z.B. Bikeline) sowie ein Konzept für weitere Rent a Bike Verleihstationen. Weitere Verbesserungsmaßnahmen können Partner der Route (Parks, TO) jederzeit einbringen.

4. Entwicklung von Unterprodukten

Bis 2025 wird die Koordination von **La Route Verte** dank der finanziellen Unterstützung von einem oder mehreren Sponsoren neue Unterprodukte entwickeln (vgl. Planung S. 5). Unterprodukte können z.B. kürzere Varianten, Tagesausflüge und/oder Führungen sowie barrierefreie Varianten sein. Kooperationen mit zielgruppenrelevanten nationalen Organisationen (z.B. Pro Senectute, Cerebral) oder die Positionierung als Gesundheitsförderung können auch zu neuen spezifischen Unterprodukten führen.

5. Kommunikation

La Route Verte wird von allen Partnern über verschiedene Kanäle (Website, Social Media, Broschüren, Newsletter, Veranstaltungen, Medienarbeit und Key Account) aktiv kommuniziert. Alle Partner erhalten jährlich einen Marketingplan, wo Massnahmen aufeinander abgestimmt werden sowie Best Practice gezeigt werden. Die Leistungsträger (Hotel, Restaurant, Museen, etc.) erhalten alle notwendigen Informationen zur Route von den Tourismusorganisationen und kommunizieren diese über ihre Kanäle (online, gedruckt, Kleber) und können die Touristen vor Ort beraten und informieren.

6. Besucherzahlen

Im Jahr 2025 wird **La Route Verte** ganz oder teilweise von 4'000 Personen pro Jahr als Ausflugsziel gewählt¹. Die Website wird 100'000 Besucher pro Jahr verzeichnen. Dank ihren Ausgaben von ca. CHF 210.- pro Tag (Zahlen gestützt auf Wertschöpfungsanalyse von SchweizMobil) generieren die Gäste Wertschöpfung in den Pärken und Regionen. Diese Ausgaben unterstützen lokale Produzenten und Leistungsträger und tragen so zur Erhaltung der lebendigen Landschaft bei.

7. Finanzierung

Im Jahr 2025 wird **La Route Verte** von einem oder mehreren nationalen Sponsoren finanziert, welche die Werte der Pärke teilen und sich als langfristige Sponsoren engagieren. Das Interesse der Sponsoren hängt von der Bekanntheit der Route ab – darum muss eine gute Kommunikation durch die Beteiligten garantiert werden. Pärke und Tourismusorganisationen werden bei Bedarf die **Route Verte** bis 2022 finanzieren, damit die Route an Bekanntheit gewinnt und einen oder mehrere Sponsoren gefunden werden können.

¹ Unter "bewusst gewählt" verstehen wir all jene, die die gesamte Route Verte oder einen Teil davon mit dem ausdrücklichen Ziel, die Route Verte zu machen, befahren. Diese Zahl lässt sich schätzen, indem man die Anzahl der Buchungen über Eurotrek (siehe SuisseMobile-Studie), die automatischen Zählungen, die Anzahl der Besucher auf der Website und die Anzahl von verteilten sowie von der Website heruntergeladenen Guides auswertet.

Strategische Ziele: Planung 2019 - 2025

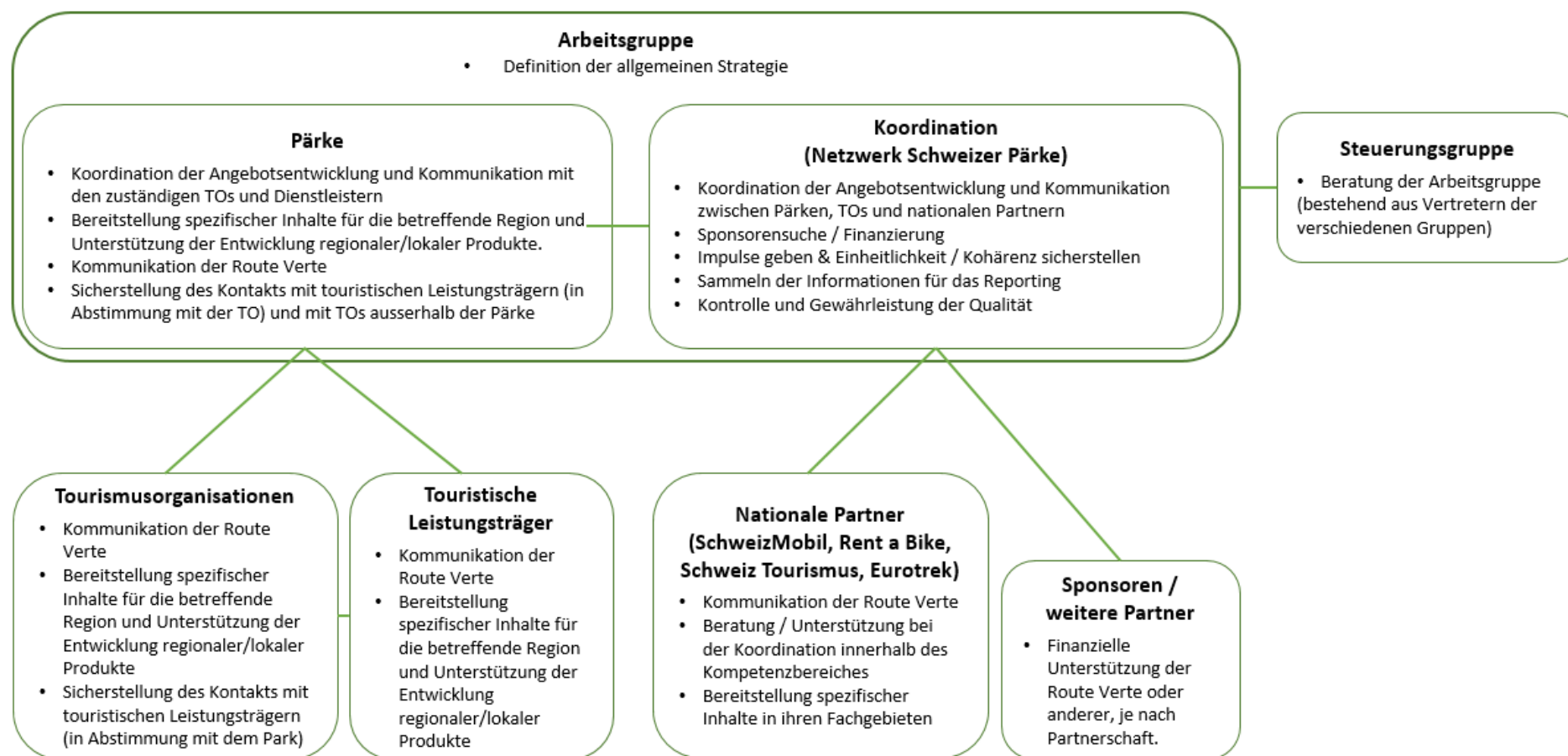
Diese Tabelle listet die oben definierten strategischen Ziele auf und stellt die dazugehörige Planung dar. Diese quantifizierten Ziele dienen als gemeinsamer Nenner für die Erreichung der strategischen Ziele. Sie können jedoch, falls erforderlich, angepasst und ergänzt werden.

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Image							
Positionierung & Image von « <i>La Route Verte</i> »	Positionierung und Bekanntheit/Sichtbarkeit von « <i>La Route Verte</i> » dank: - enger Zusammenarbeit zwischen den Partnern und Leistungsträger der <i>LRV</i>, die gemeinsam die Werte der Pärke tragen; - Kommunikationsmassnahmen, die sowohl auf nationaler Ebene als auch auf regionaler Ebene durch Partner und Leistungsträger ergriffen werden.						
Kooperationen entlang dem Jurabogen							
Kooperationen zwischen Pärke und TOs	Strategiedefinition sowie Vereinbarung		Sitzungen und Austausch; Koordination wird durch das Netzwerk Schweizer Pärke sichergestellt				
Kooperationen mit den Leistungsträgern	Auf Basis der Strategie: 1. Kontakt mit Leistungsträger (durch Pärke und/oder TO)		Regelmässiger Kontakt (min. 2x/Jahr) zwischen Leistungsträger und Park und/oder TO				
Verbesserungen							
Rent a Bike (RaB) – Mietstationen	RaB-Konzept für <i>LRV</i>	Umsetzung der Verbesserung gemäss Konzept für RaB-Vermietstationen von <i>LRV</i>					
Bessere Sichtbarkeit	Konzept für bessere Sichtbarkeit von <i>LRV</i>		Umsetzung der Verbesserungen gemäss Konzept				
Entwicklung von Unterprodukten							
Genussvarianten (4-5 Tage)	+ 3 Genussvarianten		+ 2 Genussvarianten			+ 2 Genussvarianten	
Barrierefrei LRV (begleitete Reisen, Kooperation mit Procap/Cerebral)		Barrierefreie <i>LRV</i>					
Neue Kooperationen (Pro Senectute, Gesundheitsförderung Schweiz, andere....)		<i>LRV</i> & Pro Senectute		<i>LRV</i> & Gesundheitsförderung Schweiz			
Tagesausflüge (RailAway-Angebot, geführte Touren,...)	1 geführte Tour (Doubs)		2 Ausflüge / RailAway		2 Ausflüge / RailAway		

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Kommunikation							
Integration von LRV auf den Kanälen der Pärke, Tourismusorganisationen, Leistungsträger und anderen nationalen und regionalen Partnern	Die nationale Koordination erstellt einen jährlichen Marketingplan, der die Gesamtmassnahmen (zusammenfassende Tabelle mit nationalen Aktionen und Aktionen der regionalen Partner), Kommunikationsmöglichkeiten und Best Practice enthält. Die Pärke koordinieren die Umsetzung des Marketingplans auf regionaler Ebene mit den jeweiligen Tourismusorganisationen. Die nationale Koordination ist auf nationaler Ebene für die Abstimmung mit den nationalen Partnern (SchweizMobil, Rent a Bike) verantwortlich.						
Spezielle Aktionen	Spezielle Kommunikations- und Marketingmassnahmen können entweder durch die nationale Koordination oder auf Vorschlag nationaler und/oder regionaler Partner umgesetzt werden (immer in Zusammenarbeit mit dem betreffenden Park und nationaler Koordination).						
Besucherzahlen							
Touristen auf LRV (ganz oder teilweise)	2025 werden 4.000 Menschen pro Jahr bewusst LRV ganz oder teilweise befahren. Diese Zahl entspricht dem, was sich aus qualitativen und quantitativen Zählungen sowie Anzahl der verkauften Packages (berechnet nach der Nutzungserhebung von SchweizMobil) abschätzen lässt, kann aber in der Realität auch höher sein.						
Finanzierung							
Pärke & Tourismusorganisationen	Hauptfinanzierung		Teilfinanzierung		Eigenleistungen für Entwicklung und Kommunikation		
NRP-Projekt	Einreichung des NRP-Dossiers	Teilfinanzierung					
Sponsoren	Sponsorensuche		Sponsoring (Teilfinanzierung)		Hauptfinanzierung		

Organisation & Betriebsstruktur

Organigramm der **Route Verte** (detaillierte Beschreibung der Aufgaben im Anhang)



Finanzierungsplan 2019 - 2025

	Entwicklungsphase, Unterstützung von Innotour (Budget)			Konsolidierungsphase, Die Unterstützung durch die Projektleiter wird jedes Jahr reduziert.					
Aufwand	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Koordination	19'250	30'250	13'750	30'000	30'000	30'000	30'000	30'000	30'000
Angebotsentwicklung (Übersetzungen, Tests, ...)	1'541	2'885	3'000	4'000	4'000	4'000	4'000	4'000	4'000
Internetseite	1'098	23'910	10'500	4'000	4'000	4'000	4'000	4'000	4'000
Kommunikation (Flyer, Inserate, ...)	0	30'360	30'500	10'000	10'000	10'000	10'000	10'000	10'000
Tour-operator	6'000	12'000	12'000	12'000	12'000	12'000	12'000	12'000	12'000
Monitoring	0	0	0	0	0	5'000	0	10'000	0
Eigen- & Kommunikationsleistungen (Pärke, TOs, Partner)	19'100	35'600	36'100	50'000	50'000	50'000	40'000	40'000	40'000
TOTAL	46'989	135'005	105'850	110'000	110'000	115'000	100'000	110'000	100'000
Ertrag									
Innotour	10'500	37'500	28'500	0	0	0	0	0	0
Pärke (Cash)	19'724	16'164	21'000	21'000	6'000	6'000	0	0	0
Tourismusorganisationen (Cash)	0	12'510	12'510	12'000	12'000	12'000	0	0	0
Eigen- & Kommunikationsleistungen (Pärke, TOs, Partner)	19'100	35'600	36'100	50'000	50'000	50'000	50'000	50'000	50'000
Weitere (Loterie Romande, Sponsoren, NRP, ...)	0	32'000	18'000	27'000	42'000	47'000	50'000	60'000	50'000
Zwischentotal	49'324	133'774	116'110	110'000	110'000	115'000	100'000	110'000	100'000
Reserve des Vorjahres	1'939	4'276	3'045						
TOTAL	51'263	138'050	119'155						
Ertrag/Verlust	4'274	3'045	13'305						

Anhang 1: Partner der *Route Verte*

Die sechs Regionalen Naturpärke des Jurabogens

- Regionaler Naturpark Schaffhausen
- Jurapark Aargau
- Naturpark Thal
- Parc du Doubs
- Parc régional Chasseral
- Parc Jura vaudois

Nationale Partner

- Netzwerk Schweizer Pärke
- SchweizMobil
- Rent a Bike

Tourismusorganisationen

- Schaffhauserland Tourismus
- Aargau Tourismus
- Bad Zurzach Tourismus
- Laufenburg Tourismus
- Brugg Regio
- Baselland Tourismus
- Jura & Drein-Seen-Land / Jura & Trois-Lacs
- Solothurn Tourismus
- Schwarzbubenland Tourismus
- Jura Tourisme
- Jura bernois Tourismus
- Tourisme neuchâtelois
- Office du Tourisme du Canton de Vaud
- Yverdon-les-Bains Région
- Vallée de Joux Tourisme
- Nyon – La Côte Tourisme
- Genève Tourisme

Anhang 2: Aufgaben der verschiedenen Akteure

Arbeitsgruppe

- Definition der allgemeinen Strategie

Steuerungsgruppe

- Beratung der Arbeitsgruppe

Nationale Koordination

- Koordination der Angebotsentwicklung und Kommunikation zwischen Parks und nat. Partnern
 - o Organisieren von Sitzungen und Sicherstellen des Kontakts mit der Arbeitsgruppe
 - o Organisation von Sitzungen und Sicherstellung des Kontakts mit nationalen Partnern
- Sponsorensuche / Finanzierung
 - o Durchführung von Fundraising mit potenziellen Unternehmen und Stiftungen
 - o Vorbereitung des NRP-Projekts und Sicherstellung des Kontakts mit den zuständigen Stellen
- Impulse geben & Einheitlichkeit / Kohärenz sicherstellen
 - o Organisation von Sitzungen mit der Interessensgemeinschaft
 - o Pflegen der Kontakte zu allen relevanten Akteuren
 - o Sicherstellen der Kohärenz & Kommunikation auf nationaler Ebene bei der Entwicklung von regionalen Unterprodukten
- Sammeln von Informationen fürs Reporting
 - o Reporting Zahlen bei den Partnern anfragen
 - o Analyse der Zahlen der Website
- Kontrolle und Gewährleistung der Qualität
 - o Definieren und Kommunizieren der Qualitätskriterien an Partner und deren Einhaltung sicherstellen.
 - o Koordination der lokalen Partner für die Kontrolle der Informationstafeln und falls nötig Ersatz organisieren

Pärke

- Koordination der Angebotsentwicklung und Kommunikation mit den zuständigen TOs und Leistungsträgern
- Bereitstellung spezifischer Inhalte für die betreffende Region und Unterstützung der Entwicklung regionaler oder lokaler Produkte.
- Kommunikation der Route Verte
- Sicherstellung des Kontakts mit touristischen Leistungsträgern (in Abstimmung mit der TO)
- Koordination, Betreuung und Informierung der Tourismusorganisationen, die nicht im Parkperimeter sind (Bad Zurzach, Baselland Tourismus, Tourisme neuchâtelois)

Nationale Partner

- Kommunikation der Route Verte (Integration der Route Verte in verschiedenen Kommunikationskanäle (Website, Broschüre, Messen, etc.))
- Beratung und Unterstützung bei der Koordination innerhalb des Kompetenzbereiches
- Bereitstellung spezifischer Inhalte in ihren Fachgebieten

Tourismusorganisationen

- Kommunikation der Route Verte (integrieren der Route Verte in verschiedenen Kommunikationskanälen (Webseite, Broschüren, Salons/Messen, ...))
- Bereitstellung spezifischer Inhalte für die betreffende Region und Unterstützung der Entwicklung regionaler oder lokaler Produkte
- Sicherstellung des Kontakts mit touristischen Leistungsträgern (in Abstimmung mit dem jeweiligen Park)

Touristische Leistungsträger

- Kommunikation der Route Verte, d.h. integrieren der Route Verte in verschiedenen Kommunikationskanälen (Webseite, Broschüren, Salons/Messen, ...)
- Bereitstellung spezifischer Inhalte für die betreffende Region und Unterstützung der Entwicklung regionaler oder lokaler Produkte