

Management Summary

1. Vision und Grundanliegen

Die Schweiz mit nachhaltigen Produktinnovationen zur kombinierten Mobilität für Freizeit, Tourismus und Alltag national und international stärken.

2. Ziele und Strategien

Mit der Gestaltung, Vernetzung und Kommunikation von attraktiven Mobilitätsangeboten einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Schweiz leisten.

3. Massnahmen

Das Team Veloland Schweiz initiiert, koordiniert, realisiert und entwickelt gemeinsam mit einer grossen Zahl von öffentlichen und privaten Partnern neue und qualitativ bessere Angebote für HPM in Kombination mit dem ÖV und unter Anbindung des MIV.

Es entwickelt, produziert und vertreibt gemeinsam mit Partnern qualitativ hochwertige Informationen. Das eigentliche Marketing betreiben nationale und regionale Tourismusorganisationen.

Mit mehrjährigen Qualitätsförderungsprogrammen und einer Vielzahl von Entwicklungsprojekten sorgt das Team Veloland Schweiz für kontinuierliche Erfolgskontrolle und Qualitätsverbesserungen der von ihm entwickelten Angebote.

Mit Veloland Schweiz hat es bereits eine international und mit dem slowUp eine national gut bekannte und anerkannte Marke geschaffen.

In den nächsten Jahren sollen weitere Marken (Wanderland, Mountainbikeland, Skatingland und Paddelland) aufgebaut und der Schweiz generell für Reisen in kombinierter Mobilität zu internationalem Renommé verholfen werden.

4. Nutzniesser

Von den attraktiveren Angeboten sollen einerseits die Bevölkerung der Schweiz und ihre ausländischen Gäste, andererseits die Anbieter von Produkten und Dienstleistungen (Unternehmungen) sowie die Umwelt profitieren können.

5. Umsetzungen

Ab 1995: Veloland Schweiz National

Planen, Realisieren und Weiterentwickeln eines nationalen Angebots für Velowandern in der Schweiz. Neun einheitlich signalisierte nationale Routen von ca. 3300 km mit touristischen Angeboten (insbesondere Übernachtung, Verpflegung, Reisepauschalen), Verknüpfung mit dem ÖV, Anbindung des MIV, Velovermietung, Veloservice, Information (Internet, Routenführer, Routenkarte, Informationstafeln und Fahrplan "Velo und Bahn") und nationalem sowie regionalem Marketing.

1998 - 2002: Human Powered Mobility HPM an der Expo.02 Schaffen eines bleibenden, attraktiven und sicheren Routennetzes zwischen den vier Arteparks für Velos und Skates, Veloparking, Velo- und Skates-Vermietung, HPM-Events und Information.

Ab 2000: slowUp, regionale autofreie Erlebnistage

Initiierung, Organisation, Entwicklung und Coaching von 8 - 10 slowUp pro Jahr in allen Landesteilen. Ein Pilot-Event am Murtensee konnte im Rahmen des Projekts HPM-Expo.02 entwickelt und mit grossem Erfolg realisiert werden. 2002 folgte der zweite slowUp am Bodensee, 2003 der Dritte rund um den Sempachersee. 2004 werden es voraussichtlich 5 - 6 slowUp sein. Weitere Kandidaten prüfen die Machbarkeit.

Ab 2000: SchweizMobil

Idee und Konzept für ein nationales Angebot für nachhaltige kombinierte Mobilität. Dazu verknüpft SchweizMobil nationale Routen und Routen-Highlights für das Wandern, Velowandern, Mountainbiken, Skaten und Paddeln an sogenannten Serviceorten (Nahtstellen zum öffentlichen und privaten Verkehr und einem Grundangebot an touristischen Dienstleistungen). Die Angebote sollen mit modernen und

kundengerechten Mitteln über Internet und Printmedien kommuniziert werden. Der Planungsstart kann frühestens im Herbst 2004 erfolgen.

Ab 2003: Veloland Schweiz Regional

Planen, Realisieren und Weiterentwickeln eines regionalen Angebots für das Velowandern mit 4 - 6'000 km einheitlich (zweistellig) signalisierten Routen in allen Landesteilen. Optimale Verknüpfung mit dem nationalen Routennetz, Integration in Information und Marketing von Veloland Schweiz. Förderung der Qualität der Veloinfrastruktur und Kommunikation als Anreiz, in der Freizeit und im Alltag mehr Velo zu fahren.

6. Wirkungen

Die Umsetzung der Projekte des Teams Veloland Schweiz bewirken, dass mehr Menschen mehr Mobilitätsbedürfnisse mit HPM und kombinierter Mobilität befriedigen. Das schont Menschen, Umwelt und Ressourcen, bringt zusätzliche Wertschöpfung in die Schweiz (vor allem auch in ländliche Gebiete), schafft hohe Erlebnisqualität und begünstigt gesundheitsfördernde Bewegung für alle.