



CANTON DU VALAIS
KANTON WALLIS



INS HERZ GEMEISSELT.

Strategie Velo & Bike Valais/Wallis

Dezember 2016

INHALTSVERZEICHNIS

A. STANDORTBESTIMMUNG	3
A.1 TOURISMUS IM WALLIS	3
A.2 MOUNTAINBIKING IM WALLIS	3
A.3 VELOFAHRER UND MOUNTAINBIKER	3
A.4 REFERENZEN	6
A.5 NEUE WALLISER TOURISMUSPOLITIK	8
A.6 STEUERUNGSAUSSCHUSS	8
A.6.1 ORGANIGRAMM 2017-2020	10
A.7 RECHTLICHER RAHMEN	10
B. VISION DES KANTONS	12
B.1 ZUNAHME DES WIRTSCHAFTLICHEN WERTS	12
B.2 DIE VIER STRATEGISCHEN SÄULEN	12
B.2.1 RESSOURCEN	12
B.2.2 KUNDEN	13
B.2.3 ANGEBOTE	14
B.2.4 KOSTEN UND FINANZEN	15
B.3 KANTONALE VISION - ZUSAMMENFASSUNG	17
B.4 ZIELSETZUNGEN	18
B.4.1 TOURISMUS	18
B.4.2 WIRTSCHAFT	18
B.4.3 UMWELT	18
B.4.4 GESELLSCHAFT	18
C. ROLLE DER BERATER	20
D. ANHANG I - FAHRPLAN VELO-BIKE 2021-2025	
E. ANHANG II - BUSINESS MODEL CANVAS	
F. ANHANG III - SCHWEIZER VELOMARKT	
G. ANHANG IV - FOKUS VELO 2016 (WTO) - - - - -	

A. Standortbestimmung

A.1 Tourismus im Wallis

Sinkende Wintertourismuszahlen gepaart mit einer Verlängerung der Sommersaison zwingen das Wallis, sich in Frage zu stellen, sich leistungsfähiger zu zeigen, um an Wettbewerbsfähigkeit zuzulegen und den immer höheren Anforderungen der touristischen Nachfrage zu entsprechen. Die Entwicklung des Erlebnisses «Velo & Bike» könnte das heutige, vor allem auf Wanderer ausgerichtete Sommerangebot im Kanton ergänzen und erweitern. Dieses sollte marktorientierter gestaltet sein und die Erwartungen der Anhänger der verschiedenen Arten des Velofahrens erfüllen. Diese Entwicklung muss unter Miteinbezug der Herausforderungen der Tourismusdestinationen und der Dienstleistungserbringer realisiert werden, die tagtäglich an vorderster Front stehen.

A.2 Mountainbiking im Wallis

Das Wallis besitzt alle Qualitäten, um eine anerkannte Velo- und Bike-Destination zu werden, wie beispielsweise grandiose Passstrassen, Panoramawege mitten in der Natur und Fahrten durch Rebberge, die zum Erlebnis einladen. Trotz diesem grossen Potenzial sind derzeit äusserst wenig Routen homologiert und noch weniger marktorientiert. Der Unterhalt der bestehenden Angebote und die Entwicklung neuer Angebote müssen zwingend den Erwartungen der Velofahrer und Biker punkto Infrastruktur (Wege), Unterkunft, Materialverleih und Transportmöglichkeiten (Zug, Bus, Bergbahnen) Rechnung tragen. Zurzeit fehlt es der Velo-Bike-Tourismusindustrie an einem Rahmen für die Sensibilisierung der Destinationen und als Grundlage für ein effizientes Konzept für hochwertige touristische Produkte. Diese umfassenden Strukturen müssen gemäss den Erwartungen des Marktes die Realisierung von Erlebnissen ermöglichen und fördern.

A.3 Velofahrer und Mountainbiker

Velofahren und Mountainbiking sind Freizeitsportarten, die immer beliebter werden und die für die Tourismusdestinationen attraktiv sind, da das Ausüben dieser Sportarten interessante finanzielle Auswirkungen generiert und auf zahlreiche Elemente der Dienstleistungskette einen Einfluss hat.

Gemäss dem Bundesamt für Sport¹ stieg die Zahl der Radfahrer und Biker zwischen 2008 und 2014 um 2,7 bzw. 0,2 Prozentpunkte. Zudem liegt die Häufigkeit der Ausübung im Vergleich zu Aktivitäten wie Wan-

¹ Bericht 2014 über Sportaktivität und Sportinteresse der Schweizer Bevölkerung

dern und alpinem Skifahren (Nr 1 und Nr. 4 bezüglich Anzahl Freizeitsportler im Verhältnis zur Schweizer Bevölkerung) mit durchschnittlich 45 Tagen pro Jahr für die Velofahrer und 30 für die Biker deutlich höher. Ein Wanderer ist durchschnittlich 20 Tage pro Jahr unterwegs und ein Skifahrer profitiert 10 Tage pro Jahr vom Schnee.

	Genannte Aktivitäten (in % zur Bevölkerung)	Differenz zwischen 2008 und 2014 (in pp)	Häufigkeit des Ausübens (durchschnitt. Anzahl Tage/Jahr)	Durchschnittsalter (Anzahl Jahre)	Hauptaktivität (in % zur Bevölkerung)
Wandern und Bergsteigen	44,3 %	+6.9	20	49	7,6%
Velofahren (ausser Mountainbiking)	38,3%	+2.7	45	44	7,0%
Alpinski fahren	35,4%	+8.8	10	42	3,0%
Mountainbiking	6,3%	+0,2	30	41	1,7%

(Bericht 2014 über Sportaktivität und Sportinteresse der Schweizer Bevölkerung)

Als praktische Beispiele können die Entwicklung des Schweizer Verkaufsmarkts für Fahrräder² nach Kategorie aufgeführt werden:

- **Mountainbike:** Gemäss den Statistiken des Verbands der Schweizer Fahrradlieferanten «velosuisse» wurden im vergangenen Jahr 112'244 Mountainbikes (Total der Mountainbikes mit 26, 27.5 und 29 Zoll) verkauft. Dies sind 4'836 weniger als 2014. Diese Zahl widerspiegelt jedoch nur den Verkauf der Mountainbikes ohne elektrischen Motor. Zahlreiche Biker fahren heute ein Mountainbike mit elektrischer Unterstützung. Insgesamt wurden 19'697 Elektro-Mountainbikes verkauft. Dies sind 5'990 oder 43,7% mehr als letztes Jahr. Der Verkauf war so erfolgreich, dass der Mountainbike-Sektor um 0,9% zunahm.
- **Strassenvelo:** 2015 wurden 15'816 Strassenvelos verkauft. Dies sind 4,9% aller Fahrräder und +1,3% im Vergleich zum Vorjahr. Die Zahl der Radfahrer hat sich auf einem in den letzten Jahren konstant gebliebenen Niveau eingependelt. In den letzten Jahren konnte festgestellt werden, dass viele Radfahrer für ihre Trainingsfahrten nicht nur das Strassenvelo sondern auch das Mountainbike benutzen und umgekehrt.

² velosuisse.ch. Siehe Anhang III - Schweizer Fahrradmarkt

- **Elektro-Velo** 2006 wurden 300'000 neue Fahrräder in der Schweiz verkauft; davon waren 3'000 E-bikes (1%). 2015 wurden 323'000 neue Fahrräder verkauft und hiervon waren mehr als 66'332 elektrisch unterstützt, d.h. 20,5%. Mit anderen Worten: eines von fünf verkauften Fahrrädern in der Schweiz ist derzeit ein E-bike.

Zudem steigt die Nachfrage nach attraktiven Routen, Trails, sportlichen Veloparcours oder Veranstaltungen. Die potenzielle Kundschaft ist somit vorhanden. Dank Marktstudien³ können die Mountainbiker heute besser kennen gelernt und verstanden werden. Die Studien liefern wichtige Daten für die Entwicklung von Strategien und geeigneten Angeboten. Hinsichtlich einer Angebotsaufwertung ist es beispielsweise wichtig zu wissen, dass 30% der Mountainbiker zwischen 100 und 149 Franken im Tag ausgeben. Dieser Betrag liegt weit über jenem der Wanderer, die zwar nur einen Marktanteil von 23% ausmachen, jedoch in absoluten Zahlen weit mehr sind.⁴

	Strassenvelo	Mountainbike
Zielgruppe im Wallis in den Ferien	62.8% aus der Schweiz 25.5% aus Europa	61.1% aus der Schweiz 36% aus Europa
Potenzial des CH-Marktes	3,3 Mio. Velofahrer 78% CH-DE (2,6 Mio.) 19% CH-FR (630'000) 1, 596 Mio. regelmässige Fahrer	3,3 Mio. Velofahrer 78% CH-DE (2,6 Mio.) 19% CH-FR (630'000) 595'000 regelmässige Fahrer
Unterbringung	13,8% Vermietung 46,2% Hotellerie 19,8% Camping 6,8% Zweitwohnungen	23,3% Vermietung 29,5% Hotellerie 9,5% Camping 23,7% Zweitwohnungen
Kategorie	3*-4*	3*-4*
Monatliches Einkommen pro Haushalt	22% CHF 8'000-10'000 pro Monat	
Jahresferienbudget	45% haben ein Budget von CHF 3'000 - 6'000	
Durchschnittliche Ausgaben pro Tag	34,9% CHF 50-99 27,6% CHF 100-149 14,9% CHF 150-199	33,7% CHF 50-99 30,3% CHF 100-149 8,7% CHF 150-199
Soziale Demographie	56% Männer 62% ohne Familie 35% 40-50 Jahre alt	82% Männer 67% ohne Familie 62% 36-55 Jahre alt
Saisonalität	89% Sommer / 11% Winter	65% Sommer / 35% Winter
Stammkunden	70%	84%

³ TMS 2013 Valais & Segmentation VWP MACH consumer 2013

⁴ TMS 2013 Valais

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	19% 1-3 Übernachtungen 36% 4-7 Übernachtungen 45% 8+ Übernachtungen	19% 1-3 Übernachtungen 29% 4-7 Übernachtungen 52% 8+ Übernachtungen
Touring	68% stationär 20% mobil in der CH	92% stationär 6% mobil in der CH

Facts & figures aus der TMS 2013 und der Segmentierung VWP MACH 2013

Das Mountainbiking kann also für den Kanton Wallis als eine prioritäre Herausforderung für die Entwicklung des Sommertourismus im Tal und in den Bergen gesehen werden. Bis anhin verlief diese Entwicklung eher im Stillen. Künftig sollte sie jedoch an Bedeutung zulegen.

Eine erste grundlegende Analyse mit einigen Feststellungen und Denkanstössen zum Thema Velo im Wallis und in Europa ist ebenfalls erhältlich als Anhang im Focus des Walliser Tourismusobservatoriums (WTO)⁵. In der Umweltanalyse werden die unterschiedlichen Praktiken des Velofahrens sowie die Herkunftsmärkte der Fahrer angesprochen. Das folgende Kapitel widmet sich dem heutigen Angebot an homologierten Verkehrswegen im Wallis für Mountainbikes und Strassenvelos. Das nachfolgende Profil der Mountainbiker basiert auf zwei Analysen der betreffenden Kundschaft. Die erste Analyse stammt aus einer Studie des WTO (2014) im Auftrag von VWP, welche vor allem an Zweitwohnungsbesitzer gerichtet war und sich für die Feriengewohnheiten der Schweizer interessierte. Der letzte Teil ist dem Thema «Horizons & benchmark» gewidmet und stellt Entwicklungsmöglichkeiten der in den Fokus genommenen Aktivität zusammen, um die Innovation in den verschiedenen untersuchten Walliser Tourismussektoren zu fördern. An dieser Stelle muss hinzugefügt werden, dass bis heute keine spezifische Velo-Bike-Studie im Wallis durchgeführt wurde und die analysierten Daten aus verschiedenen Studien zusammengetragen wurden, die nicht unbedingt auf das Thema oder auf das Wallis fokussiert waren.

A.4 Referenzen

Gewisse Destinationen sind in der Ausarbeitung ihrer touristischen Angebote im Zusammenhang mit dem Strassenvelo oder dem Mountainbike weiter vorangeschritten. Das Wallis muss sich bei diesen inspirieren lassen, um qualitative Produkte anzubieten, die aus dem Kanton eine anerkannte Velo-Bike-Destination machen. Nachfolgend ein kurzer Überblick zweier guter Beispiele:

⁵ Anhang IV: Focus Velo 2016, Walliser Tourismusobservatorium

Strassenvelo

Das alpine Tal «La Maurienne» in Savoien ist von der Grösse her mit dem Wallis vergleichbar und profiliert sich wie folgt: Das grösste Velogebiet der Welt. Dabei werden zahlreiche komplette und qualitative Produkte angeboten: 50 Parcours für alle Niveaus, 11 Pässe, Veranstaltungen und gar 62 Betriebe mit einem Velo-Qualitätslabel, das alle für den Empfang von Velofahrern erforderlichen Dienstleistungen vereint.

Hier einige Zahlen aus einer Studie des Tourismusobservatoriums Savoie Mont Blanc von 2015 für das gesamte Gebiet:

- 70% der Velofahrer sind Ausflügler, die gekommen sind, um einen Pass oder einen anspruchsvollen Parcours zu machen. Es handelt sich vornehmlich um Männer um die 50, Pensionierte oder höhere Kaderleute.
- 12% der Velotouristen sind Reisende; 85% von ihnen Ausländer.
- Zwischen Juli und August 2014 wurden auf dem Col du Galbier 16'824 Übergänge mit dem Velo verzeichnet.
- Die Velotouristen geben durchschnittlich 65 Euro pro Tag aus, etwas mehr für die Durchreisenden (75 Euro/Tag) als für die Aufenthalter (60 Euro/Tag).⁶

Mountainbike:

Die Bündner verstanden es, sich als attraktive Destination für Mountainbiker in der Schweiz zu profilieren. 4'000 km markierte Mountainbikewege aller Schwierigkeitsgrade durchfurchen den Kanton und eine Anzahl Hotels entlang der Parcours, die gewisse Kriterien erfüllen, sind mit dem Label «GraubündenBike» ausgezeichnet und garantieren die Beförderung des Gepäcks untereinander, um das «Touring» zu erleichtern. Zudem werden den Kunden, die dies möchten, etliche Mountainbikeschulen und -führer angeboten. Eine effiziente digitale App vereint all diese Informationen und schlägt ein komplettes und zusammenhängendes touristisches Produkt vor.

Die Daten aus der Studie von Allegra Tourismus⁷ widerspiegeln die Wichtigkeit dieses Segments für den Sommertourismus:

- Es gibt mehr Mountainbiker als Skifahrer und die Grösse des Marktes bietet unerschöpfliche Chancen für ein Nischenprodukt und eine dementsprechende Positionierung. Destinationen, die auf Massensport ausgerichtet sind, machen am meisten Profit.
- Mountainbiking ist ein teurer Sport und Biker geben pro Tag mehr aus als Wanderer oder Golfer.
- Die Mountainbiker sind punkto Wertschöpfung eher mit Skifahrern vergleichbar als mit anderen Sommersportlern.

⁶ Atout France – Grand Angle Spécial Economie du vélo – Hors série n°6 – Juli 2009

⁷ Allegra Tourismus: Konzept GraubündenBike 2009

A.5 Neue Walliser Tourismuspolitik

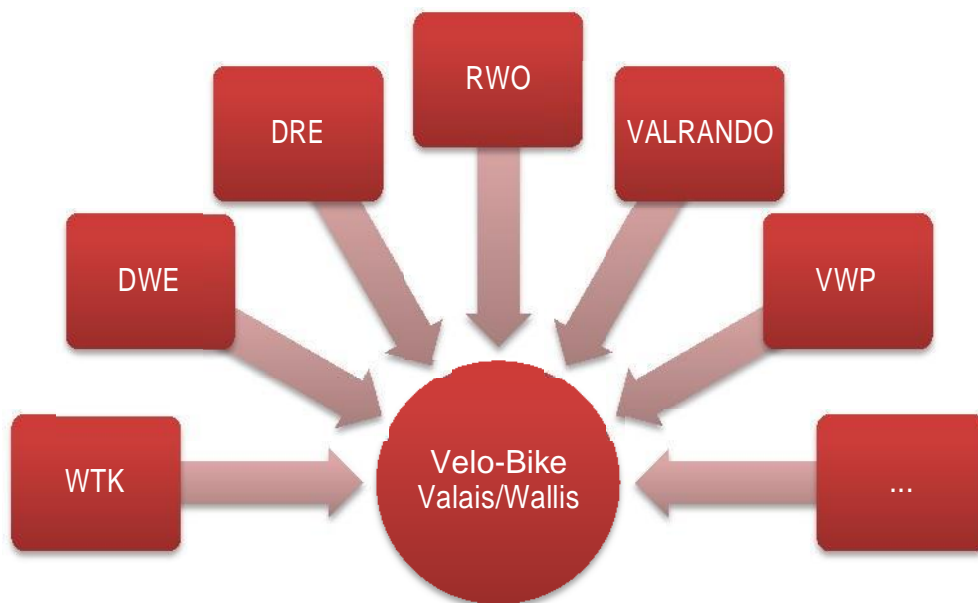
Mit der neuen Tourismuspolitik, die gemeinsam mit der Walliser Tourismuskammer ausgearbeitet wurde, hat der Kanton Wallis für die nächsten Jahre eine Vision, Zielsetzungen sowie Stärken der touristischen Entwicklung definiert. Die Entwicklung des Themas Velo-Bike ist von dieser Politik direkt betroffen. Tatsächlich will der Kanton weiterhin den Tourismus proaktiv unterstützen und sich unter anderem vor allem für nachfolgende Themen engagieren:

- Förderung einer Jahresbelegung durch die Entwicklung von Produkten/Erlebnissen für den Sommer (lokal oder zwischen Destinationen wie beispielsweise mit dem Produkt Velo-Bike)
- Flexibilisierung von Reglementierungen: Der Kanton muss darauf achten, dass die Reglementierungen nicht zu einer allzu grossen Last für die Tourismusindustrie werden. Dabei sollen die touristischen Interessen bei der Ausarbeitung von neuen Reglementierungen sowie der raschen Streichung oder Änderung alter, überholter Reglementierungen berücksichtigt werden.

Zudem wird dieses Transportmittel in das derzeit erarbeitete Gesamtkonzept der Mobilität des Kantons Wallis 2030 aufgenommen.

A.6 Steuerungsausschuss

Der Kanton will die Entwicklung des Produkts Velo-Bike mithilfe einer kantonalen Strategie unterstützen. Diese muss allen betroffenen Tourismusakteuren als starkes Zeichen, als Aktionslinie und Referenz dienen. Tatsächlich benötigt die Entwicklung eines solchen Projekts die Darlegung des Themas Velo-Bike in der Entwicklungs- und Förderungsstrategie des Wallis und eine richtige Unterstützung sowohl auf kantonaler Ebene wie auch auf Ebene der verschiedenen Destinationen und der lokalen Leistungserbringer. In diesem Sinne wurde ein Steuerungsausschuss bestehend aus der Walliser Tourismuskammer (WTK), der Dienststelle für Wirtschaftsentwicklung (DWE), der Dienststelle für Raumentwicklung (DRE), dem Regions- und Wirtschaftszentrum Oberwallis (RWO) als Projektträger für das Netzwerk STRATOS, VALRANDO, einem Vertreter der Destinationen sowie Valais/Wallis Promotion (VWP) zusammengestellt, um dieser Nachfrage gerecht zu werden. Experten auf dem Gebiet des Strassenvelos und des Mountainbikes werden ebenfalls als Berater zu gewissen Sitzungen eingeladen.



Organigramm des Steuerungsausschusses

Auftrag:

- Die Tourismusakteure des Wallis rund um das Projekt «Velo-Bike Valais/Wallis» vereinigen
- Die kantonale Strategie entwickeln und bei den verschiedenen Partnern zur Einsichtnahme vorlegen
- Zielsetzungen und geltende Qualitätskriterien definieren
- Die Umsetzung dieser Strategie bei den Projektträgern, kantonalen Dienststellen und Destinationen koordinieren und begleiten

Rechtliches:

- Die Mitglieder des Steuerungsausschusses werden von einem Vertreter ihrer Institution vertreten und sind befugt, Anträge zu stellen und ihre Bedürfnisse auf dieser Plattform auszudrücken. Sie legen ihrer Institution die in der Arbeitsgruppe erarbeiteten Grundlagen zur Einsichtnahme vor.

Pflichten:

- Die Mitglieder des Steuerungsausschusses stellen die nötigen Ressourcen zur Verfügung. Vom Komitee wird eine aktive Zusammenarbeit erwartet. Die Mitglieder müssen ihre Institutionen über den Verlauf der Diskussionen, die im Rahmen dieser Arbeitsgruppe stattfinden, informieren.

Vertraulichkeit:

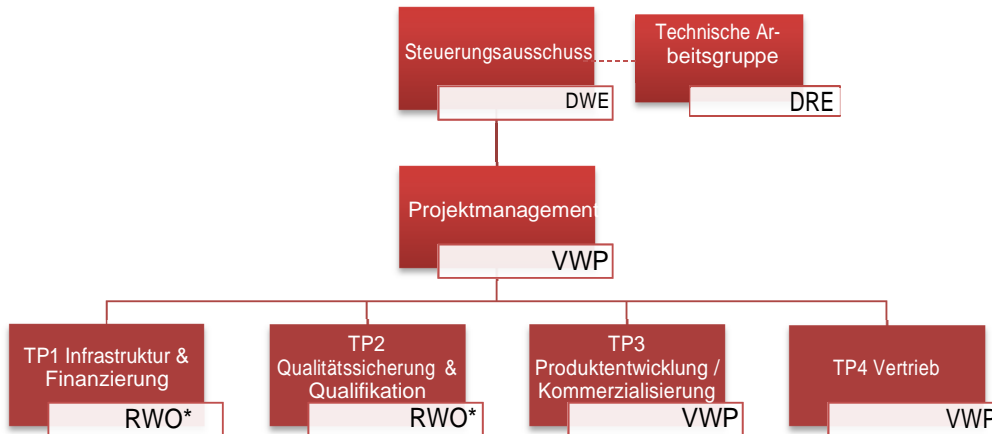
- Alle ausgetauschten Auskünfte werden von der Arbeitsgruppe vertraulich behandelt. Die gegenseitig zur Verfügung gestellten Dokumente werden sorgfältig behandelt.

Zielsetzung:

- Die Markteinführung eines Gesamtangebots, das finanzielle Auswirkungen für alle Partner generiert und das Wallis als Velo-Bike-Destination positioniert, fördern.

A.6.1 Organigramm 2017-2020

Der Geschäftsbetrieb dieses Projekts ist gemäss nachfolgendem Organigramm strukturiert. Die Rolle des Steuerungsausschusses besteht darin, auf strategischer Ebene Entscheide zu fällen, während der operative Bereich von den Geschäftsführern von vier bestimmten Teilprojekten (TP) gewährleistet werden.



*sichert die Koordination mit der Antenne Valais Romand

A.7 Rechtlicher Rahmen

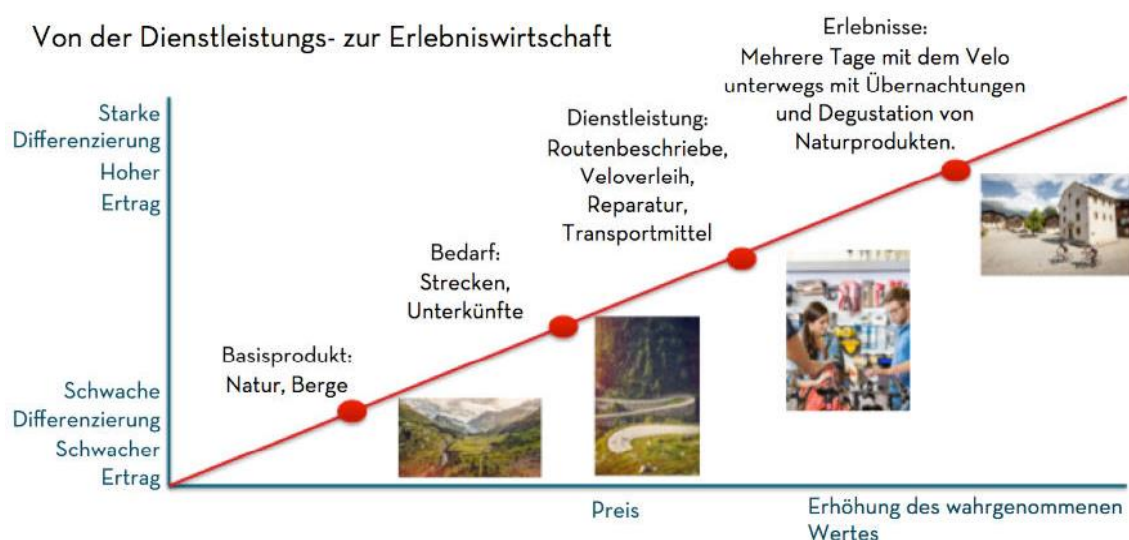
Das Wallis verfügt seit den 90er-Jahren über ein qualitativ gutes Wanderwegnetz, das nach dem Inkrafttreten des Bundesgesetzes über die Fuss- und Wanderwege geschaffen wurde. Seit einigen Jahren führt die punktuelle Entwicklung des Mountainbikings zur Erstellung von Wegen ohne rechtlichen Rahmen bezüglich Verantwortung und Vorgehen. Um die verschiedenen Arten des Freizeitverkehrs besser untereinander und mit anderen räumlichen Interessen (Umwelt, Natur, Landschaft, usw.) zu koordinieren, trat am 1. Januar 2012 das neue kantonale Gesetz über die Wege des Freizeitverkehrs (GWFV) mit dem entsprechenden Ausführungsreglement (RWFV) in Kraft. Ziel ist es, alle Wege, die hauptsächlich im Zusammenhang mit Freizeit-, Sport und Erholungsaktivitäten (Wandern, Mountainbiking, Radfahren, usw.) stehen, zu reglementieren. Die Gemeinden sind seither verpflichtet, jeden Weg auf ihrem Gebiet zu melden, damit dieser homologiert wird. Für den Bereich Velo-Bike bedarf dieser Vorgang oftmals einer Zusammenarbeit mehrerer Gemeinden und einer Einbindung zahlreicher betroffener Akteure. Aus diesem Grund möchte der Steuerungsausschuss eine Empfehlung zum geltenden rechtlichen Rahmen abgeben:

Die Arbeitsgruppe möchte, dass jeder Weg dem Gesetz entspricht. Für den Bereich Strassenvelo scheint jedoch eine Anpassung nötig zu sein. Tatsächlich könnte das Gesetz für Velowege auf Strassen, die für den Verkehr offen und homologiert sind, mit vereinfachten Homologierungsprozessen geändert oder angepasst werden.

B. Vision des Kantons

B.1 Zunahme des wirtschaftlichen Werts

Je personalisierter das Angebot ist, desto besser ist seine Wettbewerbsfähigkeit und desto höher steigt der Preis. Zuerst der Steigerung des wirtschaftlichen Werts befinden sich die Erlebnisse, die mit den Grundprodukten, den Gütern und Dienstleistungen einhergehen und Teil einer Tourismuserfahrung sind, die zu einem unglaublichen Erlebnis beitragen. Die kantonale Vision muss das Erreichen dieser Zielsetzung fördern.



Beispiel Erlebnis Mountainbike mit Steigerung des wirtschaftlichen Werts

B.2 Die vier strategischen Säulen

Gemäss dem Businessmodell «CANVAS»⁸ hat der Steuerungsausschuss neun Rubriken definiert: wichtigste Partner, wichtigste Aktivitäten, wichtigste Ressourcen, Kundenbeziehung, Kundensegmente, Vertriebskanäle, Kostenstruktur, Einkommensquelle und Wertangebot. Diese wurden in vier strategische Säulen zusammengefasst, ausgehend von welchen die kantonale Strategie entwickelt wurde.

B.2.1 Ressourcen

Das Wallis verfügt über reichhaltige und vielfältige Ressourcen (Infrastruktur, Dienstleistungen, Human Ressourcen) und muss diese nutzen, um seinen Gästen ein abwechslungsreiches Angebot an Aktivitäten zu bieten. Diese aussergewöhnlichen natürlichen und kulturellen

⁸ siehe Anhang II

Reichtümer sind ein Trumpf für eine nachhaltige Entwicklung von kundenorientierten Angeboten.

Ziele:

- Ein komplettes und abwechslungsreiches Angebot «Velo-Bike» auf kantonaler Ebene entwickeln, das den meisten Erwartungen der Zielgruppe entspricht

Massnahmen:

- Miteinbezug der wichtigsten Partner (Gemeinden, Destinationen, betroffene kantonale Dienststellen), der lokalen Dienstleistungserbringer, der nationalen und internationalen Touroperatoren, der Eigentümer und Umweltorganisationen in die Entwicklung des Angebots
- Gewährleistung der Koordination der verschiedenen Abläufe, damit ein nachhaltiges und gegenüber den anderen Benutzern respektvolles Angebot vorgeschlagen werden kann

Zusammenfassend:

Die natürlichen und kulturellen Ressourcen des Wallis aufwerten und die wichtigsten Partner in die Entwicklung und Förderung eines koordinierten Velo-Bike-Angebots miteinbeziehen

B.2.2 Kunden

Jeder Kunde entlang der Dienstleistungskette muss die Möglichkeit haben, seinen Aufenthalt gemäss seinen Erwartungen zu personalisieren und im Wallis ein Velo-Bike-Gesamterlebnis zu erfahren, das in seiner Erinnerung gemeisselt bleibt. Die anvisierte Kundschaft ist keine Eliteeinheit, sondern in erster Linie eine Massenkundschaft, mit Geld, um die vierzig mit oder ohne Kinder und auf der Suche nach neuen Erlebnissen.

Ziele:

- Einen erleichterter Zugang zu allen verfügbaren Informationen bieten
- Ein schlüsselfertiges Produkt anbieten

- Den Bekanntheitsgrad des Wallis als Velo-Bike-Destination steigern

Massnahmen:

- Der Vertrieb durch die kantonalen und regionalen Verkaufsförderungsorgane (VWP, Destinationen) sicherstellen, aber auch durch die lokalen Dienstleistungserbringer (Beherberger, lokale Szene) und durch ausländische Touroperatoren
- Eine digitale, aktualisierte und optimierte Kommunikationsplattform zur Verfügung stellen, die das gesamte kantonale Angebot zusammenfasst

Zusammenfassend:

Eine vollständige, qualitative Dienstleistungskette sicherstellen und jedem Kunden die Möglichkeit geben, sein Erlebnis gemäss seinen Erwartungen zu personalisieren und zu erleben

B.2.3 Angebote

Die Velo- und Bike-Strecken verbinden verschiedene Destinationen und Kantonsteilen mit touristischen Zentren unter einander. Sie gewährleisten den Fortbestand unter den verschiedenen Regionen und berücksichtigen die wichtigsten Haltestellen des öffentlichen Verkehrs. Die lokalen Strecken ergänzen als nahegelegenes Angebot punktuell das Netz.

Ziele:

- Ein komplettes und abwechslungsreiches Angebot «Velo-Bike» anbieten, das den meisten Erwartungen der Zielgruppe entspricht
- Dank der Qualität unseres Angebots an Wettbewerbsfähigkeit zulegen
- Das Niveau der Dienstleistungen für alle Destinationen harmonisieren
- Die Vertikalisierung des Vertriebs mit einer hohen digitalen Präsenz sicherstellen

Massnahmen:

- Impulse für eine regionale und interregionale Planung der Velo-Bike-Strecken geben
- Die Planung und Realisierung lokaler Strecken fördern
- Die Einrichtung von zusammenhängenden, leicht zugänglichen, sicheren und attraktiven Strecken fördern und ständig deren Verbesserung anvisieren
- Die nationale Verkaufsförderung durch VWP, die Destinationen und Suisse Mobile; Schweiz Tourismus kümmert sich um die Verkaufsförderung auf den ausländischen Märkten.
- Der Unterhalt der Mountainbike-Strecken sicherstellen und sich um den Erhalt der Fusswege, die auch mit dem Mountainbike benutzt werden, kümmern
- Die Aufhebung und Entschilderung von qualitativ schlechten Strecken veranlassen
- Die Aufhebung von irreführenden Veröffentlichungen auf Internetseiten veranlassen

Zusammenfassend:

Ein komplettes, abwechslungsreiches, leicht zugängliches und auf kantonaler Ebene kohärentes «Velo-Bike»-Angebot vorschlagen, das dem Grossteil der Erwartungen der Zielgruppe entspricht

B.2.4 Kosten und Finanzen

Die Konkretisierung und Ausführung der kantonalen Strategie zur Förderung und Entwicklung des Velo-Bike-Angebots benötigt grosse Investitionen. Um die Kosten einzuschränken, muss die kantonale Strategie in mehreren Etappen und gemäss vorbestimmten Finanzierungsplänen umgesetzt werden.

Ziele:

- Die Finanzierung der Infrastrukturen mit Hilfe der kantonalen, regionalen und lokalen Akteure, aber auch mit NRP-Krediten, privaten Investoren (z.B. Bergbahnen) und Sponsoring sicherstellen

- Indirekte wirtschaftliche Folgen generieren, indem die Velo-Bike-Touristen angepeilt werden, die wirtschaftlich interessant sind und welche die Wertschöpfung des Sommertourismus dank touristischen Aufenthalten und dem Konsum von lokalen Leistungen und Dienstleistungen effizient steigern können

Massnahmen:

- Die Schaffung eines Mechanismus lancieren, mit dem ein Teil der Erträge wieder in die Entwicklung und den Unterhalt des Angebots, die Verbesserung seiner Qualität und seine Erneuerung fliessen

Kosten für eine neue Strecke

Der Bau und die Homologierung von Strecken führen zu Kosten in den unten aufgeführten Bereichen. Die Kostenhöhe variiert je nach Art des Freizeitverkehrs (Velo oder Mountainbike) und ihrer Kategorisierung - Ausdauer, Downhill, Flowtrail, usw. stark. Die Gesamtbeträge können also von mehreren Tausend Franken bis zu mehreren 10 Tausend Franken ansteigen.

Kostenbereiche:

1. Homologierung
 - a. Gesamtplanung
 - b. Baubewilligungsdossier (Pläne und technische Berichte mit oder ohne Bau)
 - c. Behandlung von Sonderfällen (Abholzen, usw.)
2. Beschilderung
 - a. Planung
 - b. Produktion und Aufstellen
3. Bau
 - a. Strecke
 - b. Aufstellen der Beschilderung
4. Unterhalt
 - a. der Strecken
 - b. der Beschilderung

Einige Kostenfinanzierungsideen im Zusammenhang mit der Entwicklung des Velo-Bike-Tourismus:

Finanzierung der Produktentwicklung

Entwicklung des Projekts in Destinationen mit einer doppelten oder dreifachen Finanzierung:

- kantonal via NRP (höchstens 30%)
- regional und lokal via Destinationen und Gemeinden (ca. 50%)

- regional und lokal via die lokalen Dienstleistungserbringer (Akteure aus der Velo-Bike-Szene, Bergbahnen, Partner der Dienstleistungskette) und privates Sponsoring (ca. 20%)

Finanzierung der Produktnutzung

Nutzung eines Velo-Bike-Produkts vor allem mit einem selbstfinanzierenden Mechanismus

- Jeder Partner der Dienstleistungskette zahlt in einen Fonds für den Unterhalt, die Ausbesserung und die künftige Entwicklung des Produkts mittels einer Taxe, die auf Dienstleistungen oder Produkte erhoben wird, die im Zusammenhang mit dem Velo-Bike-Angebot verkauft werden. Betrag je nach Jahreskosten zu definieren. Reinvestitionsidee in das Produktionsinstrument mit den Destinationen und Partner diskutieren
- Neue umfassende Entwicklungen können sich auf das Finanzierungsprinzip zurückbeziehen, das bei der ersten Entwicklung genutzt wurde.

Zusammenfassend:

Die längerfristige Finanzierung der Entwicklung von Produkten, Infrastrukturen und der Verkaufsförderung sicherstellen und in den Destinationen Gewinne generieren

B.3 Kantonale Vision - Zusammenfassung

*Koordiniert ein aufwertendes, abwechslungsreiches, komplettes, kohärentes und nachhaltiges Velo-Bike-Angebot entwickeln, damit bis 2015 alle touristischen Sommeraktivitäten gleich viel Gewinn generieren wie die Winteraktivitäten
Das Wallis muss die Möglichkeit bieten, ein einzigartiges Velo-Bike-Erlebnis anbieten, das in die Erinnerung gemeisselt bleibt.*

Diese kantonale Gesamtvision basiert auf vier, weiter oben erläuterten Säulen und kann je nach den nachfolgenden Themen detailliert werden.

B.4 Zielsetzungen

B.4.1 Tourismus

Das Wallis ist als eine Velo-Bike-Destination auf nationaler und internationaler Ebene bekannt.

- An Bekanntheit und Ruf gewinnen. Anerkennung und Differenzierung auf dem Markt dank einer klaren Positionierung
- Das Wallis als DIE Velo-Bike-Destination-Referenz in der Schweiz positionieren

B.4.2 Wirtschaft

Die wirtschaftlichen Sommeraktivitäten generieren insgesamt gleich viel wie die Winteraktivitäten. Die durch die Entwicklung des Velo-Bike-Angebots generierte Einlage ist bedeutend.

- Wertschöpfung für die lokalen Leistungserbringer dank dem Velo-Bike-Aufenthalt
- Und schliesslich dank der Qualität unserer Angebote und Verkaufsförderung die Übernachtungen durch das Kommen dieser neuen Kundschaft steigern

B.4.3 Umwelt

Die Angebote sind nachhaltig und werten das einzigartige natürliche, landschaftliche und kulturelle Erbe im Kanton Wallis auf.

- Die einzigartigen Ressourcen im Kanton Wallis im Velo-Bike-Angebot aufwerten und erhalten
- Die Auswirkungen auf die durchfahrene Umgebung klein halten und bestehende Wege maximal nutzen
- Die Projekte konzentrieren, um gewisse Regionen des Kantonsgebiets zu schützen (Ruhe, Natur, usw.)

B.4.4 Gesellschaft

Die Bevölkerung ist für den Velo-Bike-Tourismus sensibilisiert.

- Das Velo-Bike-Angebot in der lokalen Kultur bei den Akteuren der ganzen Dienstleistungskette und bei der Bevölkerung einrichten
- Ein harmonisches Nebeneinander aller Benutzer fördern

C. Rolle der Berater

Der Kanton

- validiert und fördert die kantonale Velo-Bike-Strategie
- erarbeitet eine kantonale Tourismuspolitik
- erarbeitet Richtlinien und technische Weisungen für die Planung und Homologierung von Wegen für den Freizeitverkehr via das GWFV (Velo und Bike)
- homologiert Wege des Freizeitverkehrs
- wird von den verschiedenen Dienststellen bei der Planung von Netzen und im Rahmen der Baubewilligungen konsultiert
- achtet darauf, dass die Wege unterhalten und gemäss den geltenden Normen beschildert sind
- aktualisiert ein Inventar der homologierten Netze
- unterstützt Projekte durch die neue Regionalpolitik (NRP)

Die Gemeinden

- leiten ein Genehmigungsverfahren gemäss GWFV ein, bevor sie eine Strecke anlegen;
- nehmen Mass für die Beschilderung, den Unterhalt und den Erhalt der Wege und damit verbundenen Bauwerke
- entwickeln und beteiligen sich finanziell an der Thematik «Velo-Bike»

Die Destinationen

- entwickeln die Velo-Bike-Thematik im Rahmen ihrer Strategie und erfassen die Zielgruppe zu den Prioritäten bei der Erstellung des Angebots, der Dienstleistungen und des Marketings
- koordinieren die verschiedenen Akteure vor Ort für die Entwicklung des Angebots.

Die Dienstleistungserbringer

- entwickeln ein kundenorientiertes Angebot unter Berücksichtigung der spezifischen Bedürfnisse der Dienstleistungskette

Valais/Wallis Promotion (VWP)

- koordiniert den Steuerungsausschuss
- analysiert die Nachfrage der Märkte, die Kundensegmentierung, das Inventar des Walliser Angebots, das Benchmarking der Konkurrenzangebote
- stellt die Koordination mit den Destinationen in Zusammenarbeit mit dem RWO und der Antenne Valais Romand sicher
- erarbeitet das Marketing im Zusammenhang mit dem Velo-Bike und koordiniert die Aktivitäten
- gewährleistet die kantonale Verkaufsförderung der Thematik «Velo-Bike» nur auf den homologierten Netzen

Die Walliser Tourismuskammer (WTK)

- vereinigt die Tourismusakteure des Wallis rund um das Projekt «Velo-Bike Valais/Wallis»
- unterstützt und begleitet die Destinationen, die Gemeinden, die Branchenverbände und die interessierten touristischen Organe
- koordiniert die Produkte und Angebote auf kantonaler Ebene

VALRANDO

- unterstützt und berät die Gemeinden und andere Einrichtungen bei Fragen zum GWFV in Zusammenarbeit mit und im Auftrag des Staates Wallis
- realisiert die Planung der Beschilderung der Wege für den Freizeitverkehr, zu dem das Velofahren und das Mountainbiking gehören
- arbeitet mit den Destinationen für die Ausgabe touristischer Produkte (Karten, topografische Führer, Broschüren, usw.) zusammen

Das Regions- und Wirtschaftszentrum Oberwallis (RWO)

- übernimmt die Rolle des Projektträgers für das STRATOS-Netz
- begleitet die Entwicklung des Projekts «Bike Valais/Wallis» in Koordination mit den Destinationen
- begleitet die Entwicklung des Projekts «Velo Valais/Wallis» in Koordination mit den Destinationen
- hilft bei der Ausarbeitung und den NRP-Kreditfragen

Die Antenne Valais Romand

- begleitet die Entwicklung des Projekts «Velo Valais/Wallis»

D. Anhang I - Fahrplan Velo-Bike 2021-2025

Der Fahrplan Velo-Bike legt die Umsetzung der Strategie Velo-Bike Valais/Wallis für den Zeitraum 2021 bis 2025 fest. Es handelt sich dabei um die Verlängerung der Projekte Bike Valais/Wallis und Velo Valais/Wallis, die zwischen 2017 und 2021 entwickelt wurden.

Der Fahrplan hat folgende Ziele:

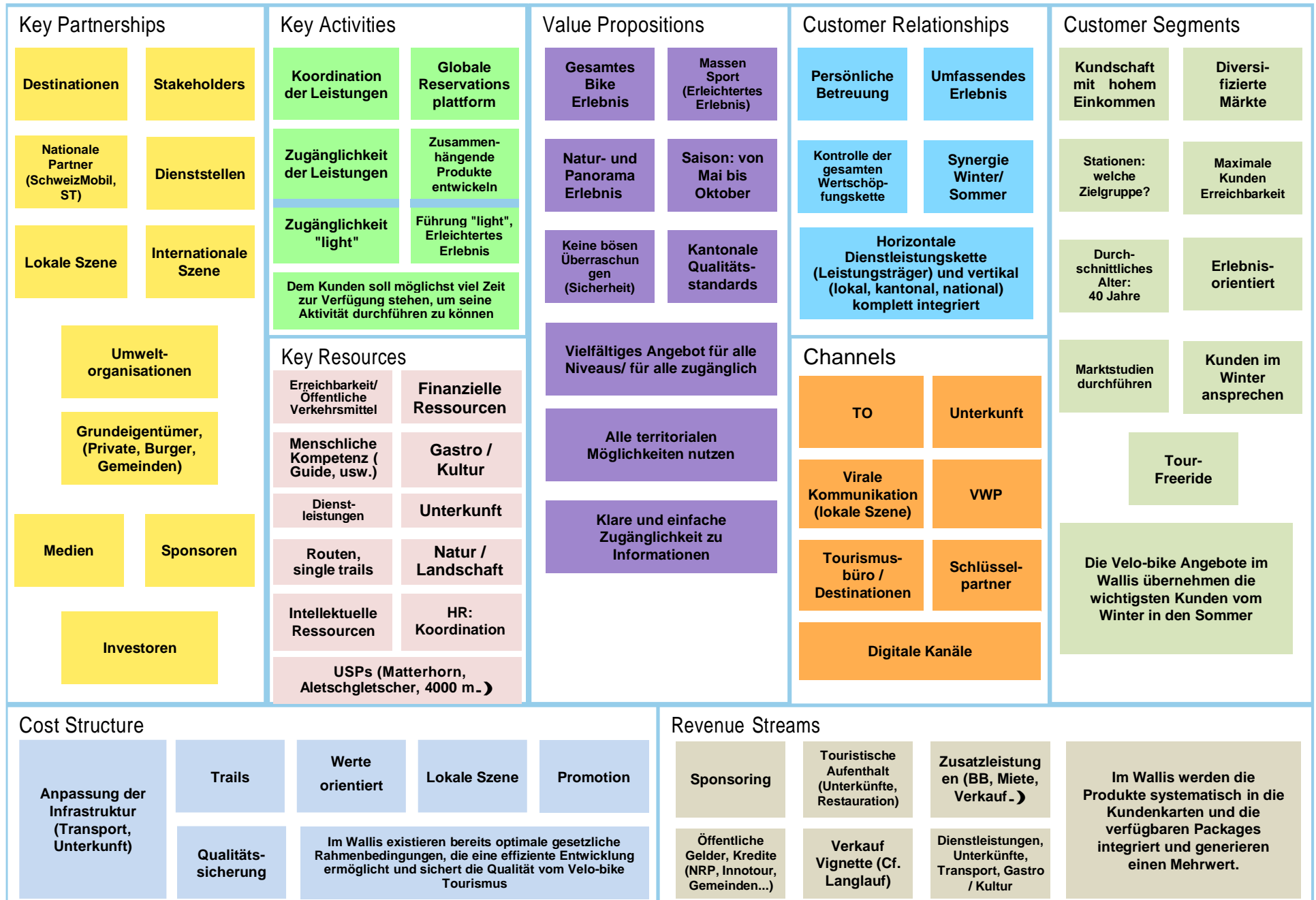
- Die Ausarbeitung der Grossprojekte im Zusammenhang mit Strassenvelo und Mountainbike, mit dem Ziel, das Wallis als anerkannte Velo-Bikedestination zu stärken (Entwicklung regionaler Routen und die Homologation von Velo- und Bikewegen);
- Die Zusammenführung der Akteure und Stakeholder mit einem gemeinsamen Ziel in Bezug auf Velofahren und Biken (Unterstützung von Velo- und Mountainbike-Dienstleistern und Sensibilisierungskampagne für das Zusammenleben von Mountainbikern und Wandernden);
- Die Nutzung der Chancen, die die UCI Mountainbike-Weltmeisterschaften 2025 mit sich bringen.

Der Fahrplan stützt sich auf die kantonale Strategie, welche die Richtlinien und die langfristige Vision definiert. Damit setzen wir ein starkes Zeichen an unsere Partner, die Themen Velofahren und Mountainbiken weiterhin zu fördern. Diese Zielgruppe muss bei der Entwicklung der Angebote, der Dienstleistungen und des Marketings einer Destination Priorität haben.

Link zum Herunterladen des Fahrplans Velo-Bike 2021-2025:

<https://www.vwpnet.ch/media/document/0/vwp-feuille-de-route-velo-vtt-deweb.pdf>

Strategie Velo-Bike



Uebersicht Fahrradmarkt 2015 (ohne Spiel- und Kindervelo 10"-18")
 Marché suisse de la bicyclette 2015: Vue d'ensemble (sans les vélos d'enfants ou vélos jouets 10-18")

Segmente / Catégorie	Total Stk. / pces		Total % vom Gesamttotal		Fachhandel Part commerce spécialisé		Fachhandel Part commerce spécialisé		Grossverteiler und Fachmärkte Part grands distributeurs/marchés spécialisés		Grossverteiler und Fachmärkte Part grands distributeurs/marchés spécialisés		Gesamtmarkt Marché total		Fachhandel / Part commerce spécialisé		Grossverteiler und Fachmärkte Part grands distributeurs/marchés spécialisés	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	
A Sportvelos ohne Ausrüstung / Vélos de sport sans équipement	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	
MTB 26"	50'954	32'818	15.6%	10.2%	26'828	17'617	52.7%	8.0%	24'126	15'201	22.1%	14.7%	18'136	-35.59%	-9'211	-34.33%	-8'925	-36.99%
MTB 27.5"	31'866	45'267	9.8%	14.0%	27'463	33'553	86.2%	15.3%	4'403	11'714	4.0%	11.3%	13'401	42.05%	6'090	22.18%	7'311	166.05%
MTB 29"	34'260	34'159	10.5%	10.6%	31'325	31'172	91.4%	14.2%	2'935	2'987	2.7%	2.9%	-101	-0.29%	-153	-0.49%	52	1.77%
Cross 28"	11'073	10'843	3.4%	3.4%	9'175	8'654	82.9%	3.9%	1'898	2'189	1.7%	2.1%	-230	-2.08%	-521	-5.68%	291	15.33%
Rennvelo / Vélo de course	15'620	15'816	4.8%	4.9%	14'703	14'962	94.1%	6.8%	917	854	0.8%	0.8%	196	1.25%	259	1.76%	-63	-6.87%
Junior 20-24", Freestyle inkl.	37'896	31'895	11.6%	9.9%	16'225	14'877	42.8%	6.8%	21'671	17'018	19.9%	16.4%	-6'001	-15.84%	-1'348	-8.31%	-4'653	-21.47%
Total Sport Segment	181'669	170'798	55.7%	52.9%	125'719	120'835	58.0%	55.0%	55'950	49'963	51.3%	48.3%	-10'871	-5.98%	-4'884	-3.88%	-5'987	-10.70%
B Freizeit-/Alltagsvelos mit Ausrüstung / Vélos de loisir et d'usage quotidien avec équipement	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	
Citybikes 28"	54'852	53'776	16.8%	16.6%	33'868	32'928	61.7%	15.0%	20'984	20'848	19.3%	20.1%	-1'076	-1.96%	-940	-2.78%	-136	-0.65%
Citybikes 26"	13'784	15'797	4.2%	4.9%	5'792	6'332	42.0%	2.9%	7'992	9'465	7.3%	9.1%	2'013	14.60%	540	9.32%	1'473	18.43%
Junior 20-24"	14'322	14'523	4.4%	4.5%	3'590	2'462	25.1%	1.1%	10'732	12'061	9.8%	11.7%	201	1.40%	-1'128	-31.42%	1'329	12.38%
Special (Tandems, Faltvelos / vélos à plier etc.)	3'668	1'833	1.1%	0.6%	755	792	20.6%	0.4%	2'913	1'041	2.7%	1.0%	-1'835	-50.03%	37	4.90%	-1'872	-64.26%
Total City Segment	86'626	85'929	26.6%	26.6%	44'005	42'514	20.3%	19.4%	42'621	43'415	39.1%	41.9%	-697	-0.80%	-1'491	-3.39%	794	1.86%
C Elektro-Fahrräder ohne Ausrüstung / Vélos électriques sans équipement	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	
E-MTB 26", 25 km/h*	1'777	415	0.5%	0.1%	1'368	298	0.6%	0.1%	409	117	0.4%	0.1%	-1'362	-76.65%	-1'070	-78.22%	-292	-71.39%
E-MTB 26", 45 km/h**	4'795	4'654	1.5%	1.4%	4'692	4'654	2.2%	2.1%	103	0	0.1%	0.0%	-141	-2.94%	-38	-0.81%	-103	-100.00%
E-MTB 27.5", 25 km/h*	1'175	7401	0.4%	2.3%	1'152	6'946	0.5%	3.2%	23	455	0.0%	0.4%	6'226	529.87%	5'794	502.95%	432	1878.26%
E-MTB 27.5", 45 km/h**	135	794	0.0%	0.2%	135	794	0.1%	0.4%	0	0	0.0%	0.0%	659	488.15%	659	488.15%	0	0.0%
E-MTB 29", 25 km/h*	1'875	2'461	0.6%	0.8%	1'708	1'893	0.8%	0.9%	167	568	0.2%	0.5%	586	31.25%	185	10.83%	401	240.12%
E-MTB 29", 45 km/h**	3'940	3'962	1.2%	1.2%	3'937	3'957	1.8%	1.8%	3	5	0.0%	0.0%	22	0.56%	20	0.51%	2	66.67%
Total ohne Ausrüstung	13'697	19'687	4.2%	4.2%	12'992	18'542	6.0%	8.4%	705	1'145	0.6%	1.1%	5'990	43.73%	5'550	42.72%	440	62.41%
Total sans équipement	13'697	19'687	4.2%	4.2%	12'992	18'542	6.0%	8.4%	705	1'145	0.6%	1.1%	5'990	43.73%	5'550	42.72%	440	62.41%
D Elektro-Freizeit-/Alltagsfahrräder mit Ausrüstung / Vélos électriques de loisir et d'usage quotidien avec équipement	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	
City-E-Bike 26", 25 km/h*	7'857	5'605	2.4%	1.7%	6'180	5'249	2.8%	2.4%	1'677	356	1.5%	0.3%	-2'252	-28.66%	-931	-15.06%	-1'321	-78.77%
City-E-Bike 26", 45 km/h**	1'239	1'737	0.4%	0.5%	1'239	1'737	0.6%	0.8%	0	0	0.0%	0.0%	498	40.19%	498	40.19%	0	0.0%
City-E-Bike 28", 25 km/h*	29'708	33'139	9.1%	10.3%	21'657	24'520	10.0%	11.2%	8'051	8'619	7.4%	8.3%	3'431	11.55%	2'863	13.22%	568	7.06%
City-E-Bike 28", 45 km/h**	5'112	6'164	1.6%	1.9%	5'112	6'146	2.4%	2.8%	0	18	0.0%	0.0%	1'052	20.58%	1'034	20.23%	18	0.0%
Total mit Ausrüstung	43'916	46'645	13.5%	14.4%	34'188	37'652	15.8%	17.2%	9'728	8'993	8.9%	8.7%	2'729	6.21%	3'464	10.13%	-735	-7.56%
Total avec équipement	43'916	46'645	13.5%	14.4%	34'188	37'652	15.8%	17.2%	9'728	8'993	8.9%	8.7%	2'729	6.21%	3'464	10.13%	-735	-7.56%
TOTAL Sport / City / Elektrisch	325'908	323'059	100.0%	100%	216'904	219'543	100.0%	100.0%	109'004	103'516	100.0%	100.0%	-2'849	-0.87%	2'639	1.22%	-5'488	-5.03%
TOTAL Sport / City / Électrique	325'908	323'059	100.0%	100%	216'904	219'543	100.0%	100.0%	109'004	103'516	100.0%	100.0%	-2'849	-0.87%	2'639	1.22%	-5'488	-5.03%
Zusatz: Total Elektro-Fahrräder ohne* und mit** Typengenehmigung (25 km/h oder 45 km/h) Supplément: Vélos électriques sans* ou avec** réception par type (25 km/h oder 45 km/h)															Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	Veränderung 2014/2015	
Total Elektro-Fahrräder / e-vélos	57'613	66'332	17.7%	20.5%	47'180	56'194	21.8%	25.6%	10'433	10'138	9.6%	9.8%	8'719	15.13%	9'014	19.11%	-295	-2.83%
Total 25 km/h	42'392	49'021	13.0%	15.2%	32'065	38'906	14.8%	17.7%	10'327	10'115	9.5%	9.8%	6'629	15.64%	6'841	21.33%	-212	-2.05%
Total 45 km/h	15'221	17'311	4.7%	5.4%	15'115	17'288	7.0%	7.9%	106	23	0.1%	0.0%	2'090	13.73%	2'173	14.38%	-83	-78.30%
Zusatz: Total Mountainbikes ohne und mit E-Motor Supplément: Total Mountainbikes sans et avec e-moteur																		
Total MTB (26", 27.5", 29") ohne und mit E-Motor / sans et avec e-moteur	130'777	131'931	40.1%	40.8%	98'608	100'884	45.5%	46.0%	32'169	31'047	29.5%	30.0%	1'154	0.88%	2'276	2.31%	-1'122	-3.49%

*ohne Typengenehmigung / *sans réception par type = max. 25 km/h
 **mit Typengenehmigung / **avec réception par type = max. 45 km/h