ALLEGRA

VORPROJEKT MOUNTAINBIKE FRIBOURG

INHALTSVERZEICHNIS

1.	. Ausgangslage	5
	Wozu ein Vorprojekt Mountainbike Fribourg?	5
	Leitbild Velo	5
	VISION 2030	5
	Die Voralpen im Fokus	6
	Projektziel	6
2.	. Projektablauf	7
	Impulspräsentationen	7
	Workshops	8
	Bestandsanalyse	9
	Auswertung / Interner Workshop	10
3.	. Erkenntnisse	11
	Workshops	11
	Bestandsanalyse	12
	La Berra Bikepark	13
	Les Paccots	14
	Les Moléson	15
	Charmey	16
	Jaun	17
	Schwarzsee, Plaffeien	18
	Routeninformationen	18
	Marktpotenzialanalyse Fribourg	19
4.	. Empfehlungen	21
	Leuchttürme	21
	Le Moléson	22
	Fribahnen Tour	22
	La Berra Bike Park	23
	Hapfere Trailcenter	24

Zielgruppen	24
Familien	24
Touren(E)Biker	25
Enduro Fahrer	
Park Rider	25
Mountainbike Business Model Canvas	26
Kosten	27
Erträge	27
Massnahmen	28
Anhang 1: Massnahmenliste	29
Quellen	36

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Präsentation in Schwarzsee	7
Abbildung 2: Workshop in St. Antoni	8
Abbildung 3: Ausschnitt aus Experience Fellow	9
Abbildung 4: Interner Workshop Allegra Tourismus	10
Abbildung 5: Word Cloud - Was ist das Wichtigste?	12
Abbildung 6: La Berra Bikepark	13
Abbildung 7: Les Paccots	14
Abbildung 8: Les Moléson	15
Abbildung 9: Charmey	16
Abbildung 10: Jaun	17
Abbildung 11: Schwarzsee, Plaffeien	18
Abbildung 12: Marktpotenzialanalyse Kanton Fribourg	20
Abbildung 13: Leuchtturm Angebote Kanton Fribourg	22
Abbildung 14: Fribahnen Tour	23
Abbildung 15: Hapfere Trailcenter	24
Abbildung 16: Übersicht der Zielgruppen und Destinationen	26
Abbildung 17: Mountain Bike Business Model Canvas Fribourg	26

1. AUSGANGSLAGE

Einzelne Destinationen und Leistungsträger im Kanton Fribourg haben vereinzelte Anstrengungen unternommen, um den Mountainbike Markt zu bearbeiten. Doch es fehlt an strategisch ernst zu nehmen Anstrengungen, die kantonal vernetzt und abgestimmt sind.

WOZU EIN VORPROJEKT MOUNTAINBIKE FRIBOURG?

Das Vorprojekt "Mountainbike Fribourg" soll das Potenzial aufzeigen, wie der Mountainbike-Tourismus wirtschaftlich genutzt werden kann und wo es an Unterstützung für eine erfolgreiche Umsetzung bedarf.

Im Wesentlichen spielt sich Mountainbike-Tourismus in den Handlungsfeldern Trails, Services und Identität ab. Das Vorprojekt "Mountainbike Fribourg" schafft Klarheit über das Entwicklungspotenzial in diesen Bereichen und die Bedürfnisse der Destinationen, welche im Umsetzungsprojekt "Mountainbike Fribourg" abgedeckt werden müssen.

Mittels internen Bedarfsabklärungen und Begehungen vor Ort konnten Ziele und Strategien, sowie entsprechende Massnahmen definiert werden, welche das Rüstzeug bieten, um das Projekt "Mountainbike Fribourg" koordiniert in Angriff nehmen zu können. Gleichzeitig zeigt das Vorprojekt "Mountainbike Fribourg" auf, wo keine Bedürfnisse bestehen und welche Themen nicht bearbeitet werden müssen.

LEITBILD VELO

Das Leitbild Velo des Kantons Fribourg wurde bereits am 6. Juni 2011 verabschiedet (Mobliltät, 2011). Unter Kapitel 5, Velonetz – Freizeit steht im Unterkapitel Mountainbike: "Der Kanton erarbeitet ein Konzept mit Richtlinien für Planung, Realisierung, Signalisation, Betrieb und Finanzierung von Mountainbike-Routen. Er unterstützt die Realisierung von regionalen und regionsübergreifenden Mountainbikerouten." (Mobliltät, 2011, S. 9).

VISION 2030

2009 wurde die Entwicklungsstrategie für den Freiburger Tourismus "Vision 2030" (Tourismusverband, Juni 2009) verabschiedet. Das Vorprojekt "Mountainbike Fribourg" ist integraler Bestandteil dieser Vision.

DIE VORALPEN IM FOKUS

Im Fokus dieses Vorprojektes liegen die Voralpen und zwar aus folgenden Gründen:

- "Mountainbike Fribourg" ist ein touristisches Projekt
- Innerhalb der Vision 2030 stehen die Skigebiete im Mittelpunkt
- Als NRP-Projekt ist auch "Mountainbike Fribourg" exportorientiert

Natürlich gibt es auch in den Agglomerationen und im Seenland ein Bedürfnis für die Entwicklung von Mountainbike Strecken. Aufgrund der oben genannten Punkte müssen diese Projekte jedoch über Städte, Sportämter und deren Bewegungsförderungen entwickelt werden.

PROJEKTZIEL

Das Vorprojekt "Mountainbike Fribourg" soll das Potenzial aufdecken, wie der Mountainbike-Tourismus im Kanton Fribourg wirtschaftlich genutzt werden kann und wo es an Unterstützung für eine erfolgreiche Umsetzung bedarf.

2. PROJEKTABLAUF

Das Vorprojekt "Mountainbike Fribourg" wurde nach der gleichen Methode entwickelt wie der Massnahmenkatalog des Projektes graubündenBIKE, dem Vorzeigeprojekt im Mountainbike-Tourismus in den Alpen. Damit kann garantiert werden, dass definierte Massnahmen optimal in bestehende Projekte und Organisationsstrukturen integriert werden können.

IMPULSPRÄSENTATIONEN

In einem ersten Schritt wurden in Schwarzsee, Bulle und Fribourg Impulspräsentationen gehalten, an welchen die Teilnehmer von Darco Cazin über verschiedene Facetten des Mountainbike-Tourismus' informiert wurden. In den anschliessenden, ausgiebigen Fragerunden wurde die verschiedensten Fragen geklärt. Teilnehmer dieser Anlässe waren Gemeinden, Tourismusorganisationen, touristische Leistungsträger, lokale Mountainbiker, Forst, Jagd, Landwirtschaft, Umweltorganisationen u.a. Ziel der Impulspräsentationen war die Sensibilisierung der Teilnehmenden für das Thema Mountainbike Tourismus.



Abbildung 1: Präsentation in Schwarzsee

WORKSHOPS



Abbildung 2: Workshop in St. Antoni

Anschliessend an die Impulspräsentationen folgten zwei Workshops, die im Mai in Bulle und St. Antoni mit lokalen und kantonalen Partnern durchgeführt wurden.

Zielgruppe waren touristische Leistungsträger (Logiegeber, Gastronomen, Guides, Bergbahnen, Transportdienstleister, Shops, Vermieter und Veranstalter) sowie regionale und kantonale Vertreter der verschiedenen Interessensgruppen (Langsamverkehr, Tourismus, Landwirtschaft, Forst, Natur und Umwelt, Transport u.a.).

In diesen Workshops diskutierten die Teilnehmenden vier verschiedene Themen. Die Posten wurden jeweils während 12 Minuten bearbeitet, dann gab es einen Wechsel. Die Teilnehmer wurden immer wieder in neuen Konstellationen zusammengesetzt.

Folgende Fragen wurden bearbeitet:

- Wünsche in Bezug aufs Mountainbiken im Kanton Fribourg
- Ängste in Bezug aufs Mountainbiken im Kanton Fribourg
- Was es an Angeboten gibt und welche Angebote bekannt sind.
- Auf einer Karte wurde eingetragen wo bereits Mountainbike Angebote bestehen

Im Rahmen dieser "World Cafés" wurden die internen Bedürfnisse ermittelt, relevante Fragestellungen aufgedeckt, laufende Projekte erfasst und Entwicklungspotenziale im Kanton Fribourg aufgezeigt.

BESTANDSANALYSE

In der dritten Phase folgte die Bestandsanalyse. Während einer Woche waren Severin Gisler, Chris Bernhardt und Sandra Gredig von Allegra Tourismus in den Destinationen in Fribourg vor Ort, um das Entwicklungspotenzial für mögliche Kundensegmente anhand der bestehenden Strukturen und topographischen Gegebenheiten zu ermitteln.

Die Erkenntnisse aus der Begehung vor Ort wurden in verschiedenen, konzeptionellen Übersichtskarten konsolidiert. Ein detaillierter Masterplan oder genaue Streckendesigns waren allerdings nicht Teil der Begehungen vor Ort.

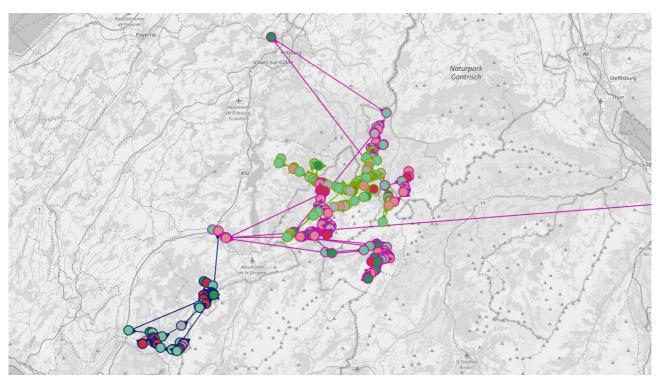


Abbildung 3: Ausschnitt aus Experience Fellow

In der Abbildung oben sind die verschiedenen Aufzeichnungen mit der App Experience Fellow zu sehen. Die verschiedenen Journeys der Personen sind in unterschiedlichen Farben gekennzeichnet. Die Farben der Punkte zeigen die Klassierung der Punkte auf, von -2 dunkelrot bis +2 grün.

AUSWERTUNG / INTERNER WORKSHOP

Im Anschluss an die Bestandsanalyse in Fribourg wurden die Erkenntnisse in einem internen Workshop während zweier Tage diskutiert, analysiert und konsolidiert. Die Erkenntnisse aus den Workshops in Fribourg wurden ebenfalls in Betracht gezogen und in der Analyse mitberücksichtigt.



Abbildung 4: Interner Workshop Allegra Tourismus

3. ERKENNTNISSE

Aufgrund der unterschiedlichen Projektschritte konnten vielschichtige Erkenntnisse gewonnen werden, basierend auf einer internen Perspektive und einer externen Perspektive. Die Zusammensetzung des Allegra Teams mit einem erfahrenen Trail Bauer, einer Touristikerin, sowie einem Umweltingenieur erlaubte unterschiedliche Blickwinkel, die in ausgiebigen Diskussionen zu durchdachten Erkenntnissen und Empfehlungen verarbeitet werden konnten.

WORKSHOPS

In den Workshops konnten die wichtigsten Anliegen der Fribourger eruiert werden. Folgende Themen wurden mehrfach erwähnt und scheinen im Kanton Fribourg zusätzliche Aufmerksamkeit zu verlangen.

- Ein sehr wichtiges Thema im Kanton Fribourg ist die Koexistenz zwischen Wanderern, Mountainbikern, Reitern, Landbesitzern, Natur und Umwelt.
- Ebenfalls als sehr wichtig wurde der ÖV Transport gewichtet. So wurden der Wunsch nach besseren Transportmöglichkeiten, sowie besseren Anschlüssen oft genannt.
- Ein weiterer Punkt betraf das Routennetz. Dieses soll über den ganzen Kanton, aber auch über die Kantonsgrenzen hinaus führen.

Erfreulicherweise gibt es im Kanton Fribourg sehr aktive Bike Clubs, die Wettkämpfe organisieren und ein aktives Clubleben pflegen. Diese möchten gerne aktiv in die Entwicklung eingebunden werden.

In der Abbildung unten sieht man in einer Word Cloud, was die Teilnehmer als das Wichtigste im Kanton Fribourg in Bezug aufs Mountainbiken genannt haben. Je grösser ein Wort ist, desto öfter wurde es von den Teilnehmern aufgeschrieben.



Abbildung 5: Word Cloud - Was ist das Wichtigste?

BESTANDSANALYSE

Während der Bestandsanalyse waren die Allegra Mitarbeitenden mit dem Mountainbike unterwegs. Die Erlebnisse in den verschiedenen Destinationen wurden anhand der App "Experience Fellow "aufgezeichnet und dokumentiert. Nach Möglichkeit wurden zudem die Öffentlichen Verkehrsmittel benutzt, dies war aber nicht immer sinnvoll machbar.

LA BERRA BIKEPARK







Abbildung 6: La Berra Bikepark

Die Entwicklung in La Berra ist insofern erfreulich, als dass man ein grosses Engagement verzeichnen kann. Einerseits die lokalen Biker, andererseits die Bergbahnen sind sehr engagiert. Im Frühjahr 2018 konnten zwei neue Strecken im Berra Bike Park eröffnet werden. Leider sind die Strecken zu wenig nachhaltig gebaut, bergen viele Gefahren und verursachten bereits in der ersten Saison viel Unterhaltsaufwand und schwere Unfälle. Zudem sind die Strecken sicher schwieriger einzustufen als sie gekennzeichnet sind (eher schwarz und rot als rot und blau).

In Bezug auf die Services kann gesagt werden, dass der Transport der MTBs mit der Bahn funktioniert, es ist eine Waschstation für die Bikes vorhanden und für Besucher gibt es genügend Parkplätze. Ob eine Anreise mit den Öffentlichen Verkehrsmitteln möglich wäre, konnte nicht abschliessend geklärt werden. In jedem Fall besteht in bei den Services durchaus noch Verbesserungspotenzial.

LES PACCOTS







Abbildung 7: Les Paccots

Die Nationale Mountainbike Route Nummer 2, die Panoramaroute von SchweizMobil führt durch Les Paccots. Die Auflistung des Bikers auf dem Ortsschild heisst den Biker freundlich willkommen. Die Touristen Information ist einladend und das Personal sehr freundlich. Ebenfalls findet der Besucher genügend Parkplätze vor, sowie hygienische Sanitäre Anlagen und einen Brunnen, an welchem die Wasserflasche aufgefüllt werden kann.

Im Gegensatz dazu sieht die Situation auf der Mountainbikeroute selbst wenig erfreulich aus. Die Wege sind von den Kühen zertrampelt und oft muss der Biker dem vielen Kuhmist ausweichen.

LES MOLÉSON





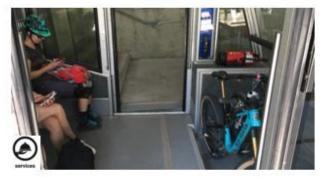


Abbildung 8: Les Moléson

In Les Moléson ist der Biketransport nur in der ersten Sektion der Bahn möglich und ein Transport bis zum Gipfel wird dem Biker verwehrt. Der Transport in der ersten Sektion ist angenehm und unkompliziert, allerdings ist nicht allzu viel Platz für die Bikes vorhanden. Auf der Webseite der Bahn lassen sich keine Hinweise auf den Biketransport finden, weshalb nur der informierte Gast überhaupt auf die Idee kommt, sein Mountainbike mitzunehmen.

Die Qualität der Wege lässt leider auch um den Moléson zu wünschen übrig. Hier gibt es ebenfalls viele Kuhweiden und die Wege werden entsprechend in Mitleidenschaft gezogen. Dazu kommt, dass der Biker viele Zäune in unterschiedlichster Form passieren muss.

CHARMEY







Abbildung 9: Charmey

In Charmey besteht ein Mietangebot von E-MTBs. Die Abwicklung des Mietprozesses ist problemlos und das Personal ist sehr freundlich. Zudem gibt es verschiedenen Angebote, wie beispielsweise «mit dem E-Bike zur Berghütte», wo man zusätzlich zur E-Bike Miete einen Gutschein für ein Dessert in einer der ausgewählten Buvetten erhält. Mit dem Mietbike erhält man zudem eine Karte mit Routenempfehlungen. Darauf fehlen leider Richtungsangabe für die Touren, ansonsten sind die Vorschläge sehr hilfreich. Einzig die Abfahrt auf der Route 4 ist sehr anspruchsvoll und nur für Könner fahrbar.

Nebst den E-Bikes ist auch der Transport mit der Bahn möglich (Stand Sommer 2018). Allerdings ist die Abfahrt von der Bergstation nur über eine Schotterstrasse oder der sehr anspruchsvollen Route 4 möglich und nicht attraktiv. Allgemein ist der obere Teil rund um die Bergbahn sehr steil und nicht als Mountainbike Gelände geeignet. Sobald man aber die Tiefenmeter überwunden hat und auf die Nationale Route 2 trifft, gibt es ein paar schöne Varianten.

JAUN







Abbildung 10: Jaun

Um nach Jaun zu gelangen gibt es einen schönen Tal Bikeweg von Charmey. Alternativ kann auch der Bus genommen werden, der bei genügend Kapazität auch Mountainbikes transportiert. In Jaun beim Gastlosen Express ist der Bike Transport mit der Sesselbahn problemlos möglich.

Für Jaun gibt es ebenfalls eine Bikekarte, die den Gästen einige Routen empfiehlt. Leider handelt es sich dabei vor allem um langweilige Schotterstrassen und nicht um attraktive Bikestrecken. Ein sehr attraktives Wegstück ist leider für Biker verboten, was die Auswahl an attraktiven Strecken nochmal verkleinert.

SCHWARZSEE, PLAFFEIEN









Abbildung 11: Schwarzsee, Plaffeien

In Plaffeien gibt es einen Bike-Parcours, der die Existenz eines aktiven Bikeclubs erahnen lässt. Ausserdem gibt es eine Skill Area, dass teilweise überwachsen ist und nicht sehr gut gepflegt ist. Dies ganz im Gegensatz zum Bike Parcours. Mit Mahu Sport ist ein Fachgeschäft mit motivierten Mitarbeitern vor Ort und der Bikesport hat viele Anhänger, die gerne etwas bewegen wollen.

Schwarzsee heisst die Besucher mit einem grossen Parkplatz und einem einladenden Areal beim See und an der Talstation der Kaisereggbahnen willkommen. Hier vergnügen sich Familien am See oder auf der Rodelbahn. Der Biketransport mit dem Sessellift ist unkompliziert. Leider findet man in Schwarzsee nicht viel Singletrail Anteil, die Beschilderung ist veraltet (TCS Schilder) und der Biker muss viele Zäune überwinden. Die Route nach Jaun scheint bei Bikern sehr beliebt zu sein und mit Unterstützung des Bahntransports auch für Familien fahrbar.

ROUTENINFORMATIONEN

Will man sich als externer Biker über das Angebot an Bikestrecken im Kanton Fribourg erkunden wird es schwierig. Bei SchweizMobil findet man weder regionale, noch lokale Routen. Einzig die Nationale Route 2 führt durch den Kanton. Im Gegensatz dazu ist das Velonetz gut ausgebaut und eine Vielzahl an Routen sind bei SchweizMobil erfasst.

Erkundigt man sich auf der App von Trailforks (<u>www.trailforks.com</u>) findet man den Berra Bikepark und sehr kurze Strecken in der Stadt Fribourg. Auch hier ist das Potenzial nicht ausgenutzt. Ein Biker, der die Region nicht kennt, bleibt ohne Informationen und wird deshalb dem Kanton fern bleiben.

Auf Komoot (<u>www.komoot.com</u>), ebenfalls eine wichtige Webseite auf welcher sich Mountainbiker informieren, ist keine einzige Strecke für den Kanton Fribourg eingezeichnet.

Einzig auf Outdooractive (<u>www.outdooractive.com</u>) wird man schliesslich fündig, auf dieser Seite sind einige Touren eingezeichnet.

MARKTPOTENZIALANALYSE FRIBOURG

Die Durchführung einer Marktpotenzialanalyse für den Kanton Fribourg zeigt auf, dass ein durchaus grosses Potenzial vorhanden ist, obwohl man in Konkurrenz zu den nahe gelegenen Destinationen im Wallis und in Frankreich steht. Dieses Potenzial beruht vor allem auf den vielen Agglomerationen und somit einer grossen Bevölkerungszahl in naher Umgebung. Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass es in der Schweiz für Mountainbiker vor allem Angebote in den Bergregionen gibt, wo die Sommersaison deutlich kürzer ist als in den Voralpen. Somit könnte man mit einem guten Angebot diese Lücke schliessen und die Mountainbike Saison verlängern.

	Fribourg	In 60 km	60-135 km	135-280 km	
Population	311 914	1 987 908	7 827 356	39 346 950	
	Kanton	Erreichbar in	Erreichbar in	Erreichbar in	Total
	Fribourg	1 Stunde	2 Stunden	4 Stunden	Total
Anzahl zusätzliche Personen	311 914	1 675 994	6 151 362	33 195 588	
Anteil Mountainbiker (6.9%)	21 522	115 644	424 444	2 290 496	
Anteil Mountainbike-Urlauber (20%)	4 304	23 129	84 889	458 099	
Anteil MTB-Nichturlauber	17 218	92 515	0	0	
Potenzielle Besuchertage (29 Ausübungstage pro Jahr)	624 140	3 353 664	174 022	939 103	5 090 929
Ausgaben pro Tag (1.00)	40	90	175	230	
Ausgaben pro Tag indiziert	43	97	189	248	
Logie (0%, 49%)	0	0	93	122	
Kost (58%, 29%)	25	56	55	72	
Transport (20%, 8%)	9	19	15	20	
Andere Services (22%, 14%)	10	21	26	35	
Marktpotenzial	26 962 844	325 976 140	32 890 164	233 273 231	619 102 379
Relativer Marktanteil	70,00%	7,20%	3,00%	0,50%	
Absoluter Marktanteil	18 873 991	23 470 282	986 705	1 166 366	44 497 344
Absoluter Marktanteil in Besuchertagen	436 898	241 464	5 221	4 696	688 278

Abbildung 12: Marktpotenzialanalyse Kanton Fribourg

4. EMPFEHLUNGEN

Es ist wichtig zu verstehen, dass das Konzept modular aufgebaut ist. Das heisst, dass der Erfolg nicht von der gesamtheitlichen Umsetzung in allen Destinationen abhängt. Jedes Puzzleteil kann unabhängig umgesetzt werden und als eigene Einheit bestehen. Natürlich ist es für das Gesamtkonzept Fribourg von Vorteil, wenn möglichst viele Projekte umgesetzt werden, es ist jedoch nicht Bedingung für den Erfolg.

Vier Zielgruppen wurden als ideal für den Kanton Fribourg eruiert. Allerdings soll nicht jede Zielgruppe in jeder Destination abgeholt werden. Ganz im Gegenteil soll es zu Spezialisierungen kommen und verschiedene Destinationen sollen sich mit einem unterschiedlichen Angebot profilieren. Gleichzeitig ist es wünschenswert, dass gewisse Zielgruppen in verschiedenen Destinationen angesprochen werden können.

Für den Kanton Fribourg empfehlen wir den Fokus auf Familien, Tourenbiker, Enduro Fahrer und Park Rider zu setzen. Der Kanton als Ganzes soll dabei für Mountainbike Kompetenz stehen, wo es in verschiedenen Destinationen verschiedenen Fokusse gibt.

LEUCHTTÜRME

Um auf die Landkarte der Biker zu gelangen, sollen Leuchtturm-Angebote mit grosser Ausstrahlungskraft geschaffen werden. Dadurch wird Fribourg als Bike Destination bekannt und kann mit einem qualitativ hochstehenden Angebot auftrumpfen. Diese Leuchttürme müssen sich nicht für alle Zielgruppen eignen. Idealerweise bietet jede Destination im Kanton ihr spezifisches Leuchtturm Angebot oder ist Teil eines Leuchtturm Angebotes. Die folgende Abbildung zeigt, wo solche Leuchttürme entstehen können.

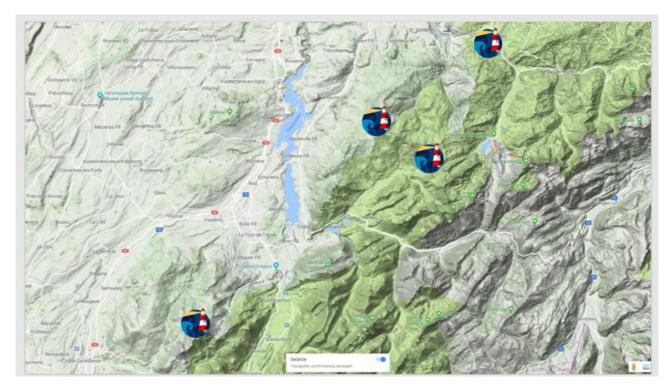


Abbildung 13: Leuchtturm Angebote Kanton Fribourg

LE MOLÉSON

Dieser Berg bietet ein sehr grosses Potenzial. Ein heller Leuchtturm entsteht, wenn man den Biketransport bis auf den Gipfel erlaubt, denn die Aussicht von der Bergstation ist grandios. Ab dem Gipfel gibt es spektakuläre Abfahrtsmöglichkeiten nach Gruyère, Les Paccots und Moléson Dorf. Diese Abfahrtsvarianten müssten entsprechend in Stand gestellt und signalisiert werden, um ein einzigartiges Erlebnis schaffen zu können.

FRIBAHNEN TOUR

Auf der Abbildung unten ist eine mögliche Route der Fribahnen Tour eingezeichnet.

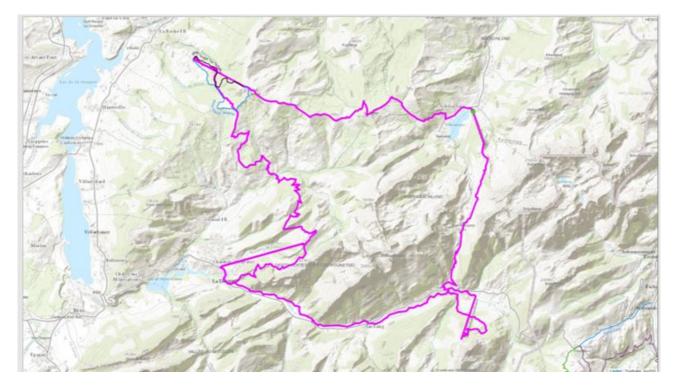


Abbildung 14: Fribahnen Tour

Dieser Vorschlag basiert auf der Idee von Philip Jost. Die Fribahnen Tour könnte als Enduro, sowie als Tourenbiker Tour angeboten werden. Sogar mehrtägige Optionen wären denkbar. Um diesen Vorschlag umzusetzen benötigt man einerseits ein Ticket für alle beteiligten Bergbahnen und öffentlichen Verkehrsmittel. Zudem muss die Qualität der Wege auf ein gutes Niveau angehoben werden, eine genaue Strecke definiert und signalisiert werden.

Als Produkt ist die Fribahnen Tour grossartig, weil man in verschiedene Destinationen von Fribourg gelangt mit repräsentativen, wunderschönen Panoramen. Als Einstiegsorte wären Jaun, Charmey, La Berra und Schwarzsee möglich.

LA BERRA BIKE PARK

Der Bike Park in La Berra existiert bereits. Um ihn zu einem Leuchtturm zu machen, müssen die Strecken verbessert und ergänzt werden. So können beispielsweise Teilabschnitte der Trails doppelt geführt werden, damit die Fahrer verschiedenen Optionen haben. Eine gute Idee ist in La Berra zur Zeit schlecht umgesetzt. Nun muss man schnell eine Professionalisierung und eine Verbesserung der Strecken erreichen.

HAPFERE TRAILCENTER



Abbildung 15: Hapfere Trailcenter

Diese Idee stammt von Thomas Raemy, der bereits einige Abklärungen getroffen hat. Plaffeien wäre gut geeignet, da es von Fribourg aus gut erreichbar ist, aber auch sehr nah an dem touristischen Schwarzsee liegt. Ein Trailcenter mit niederschwelligen Trails ist im Alpenraum weiterhin nicht vorhanden, obwohl das Potenzial dafür enorm ist. Die Möglichkeiten in Plaffeien mit dem Schwyberg erlauben zudem, dass auch anspruchsvollere und längere Trails im Trailcenter integriert werden können.

ZIELGRUPPEN

Die folgenden vier Zielgruppen passen sehr gut zum Kanton Fribourg und den vorgefundenen Gegebenheiten. Deshalb wird empfohlen, dass man sich auf diese konzentriert.

FAMILIEN

Familien wollen gemeinsam Zeit verbringen und dafür sollen möglichst gute Möglichkeiten für verschieden alte Kinder bestehen. Oberste Priorität für die Eltern ist die Sicherheit, sie

wollen eine gute Übersicht haben, damit sie ihren Nachwuchs im Auge behalten können. Sehr oft ist das Motiv gemeinsam Spass zu haben und auf einem Ausflug etwas zu erleben.

In einem Mini Trailcenter können diese Bedürfnisse gut erfüllt werden. Hier werden vor allem Familien angesprochen, das Angebot ist aber auch für Einsteiger, Gruppen und Schulklassen geeignet. Auf wenig Platz kann ein erfolgreiches Mountainbike Angebot umgesetzt werden. Als Aufstiegshilfe können beispielsweise Zauberteppiche benutzt werden, die auch im Winter zum Einsatz kommen.

In Fribourg würden sich Les Paccots, Moléson und Schwarzsee eignen, zu einem gewissen Grad auch Jaun.

TOUREN(E)BIKER

Tourenbiker oder E-Biker suchen schöne Panoramarouten. Für sie ist das Hauptmotiv das Naturerlebnis, gerne erleben sie auch die Lokalität der Gegend, in welcher sie unterwegs sind.

Dies ist gut denkbar mit der Nationalen Route 2 und der Fribahnen Tour für Tourenbiker. Diese Touren verbinden alle Destinationen, mit Ausnahme von La Berra. La Berra wird zwar bei der Bergstation besucht, es gibt aber keine gut realisierbare Variante, um per Bike zur Talstation zu gelangen, respektive sind die Strecken des Bikeparks für diese Zielgruppe zu schwierig.

ENDURO FAHRER

Für Enduro Fahrer steht der Fahrspass im Zentrum. Auch sie geniessen gerne die Lokalität, dies jedoch nur in Zusammenhang mit einem qualitativ hochstehenden Wegnetz. Die Enduro Fahrer informieren sich auf einschlägigen Bike Kanälen. Biken ist für sie Lifestyle und Identifikation. Die Ansprüche sind entsprechend hoch. Im Kanton Fribourg besteht durchaus Potenzial diese Zielgruppe zu begeistern. Mit 3 verschiedenen Abfahrten vom Moléson und der Fribahnen Enduro Tour lassen sich diese Biker begeistern.

PARK RIDER

Die Bikepark Rider suchen vor allem das Adrenalin und die Herausforderung. Sie sind am besten in einem Bike Park aufgehoben, wo sie auf ihren Strecken den Berg runterbrettern können. Für die Reputation als Bike Kanton ist eine Bike Park sicher sinnvoll und mit dem Berra Bikepark besteht bereits ein entsprechendes Angebot. Allerdings sollte diese Gruppe auf La Berra konzentriert werden und nicht auf mehrere Destinationen verteilt werden.

Die unten stehende Übersicht zeigt, für welche Zielgruppen in welchen Destinationen entsprechende Angebote entwickelt werden können.

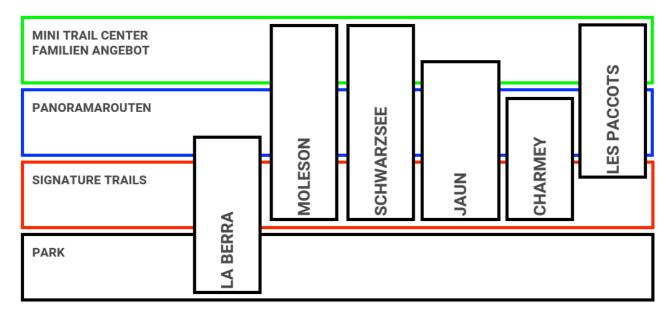


Abbildung 16: Übersicht der Zielgruppen und Destinationen

MOUNTAINBIKE BUSINESS MODEL CANVAS

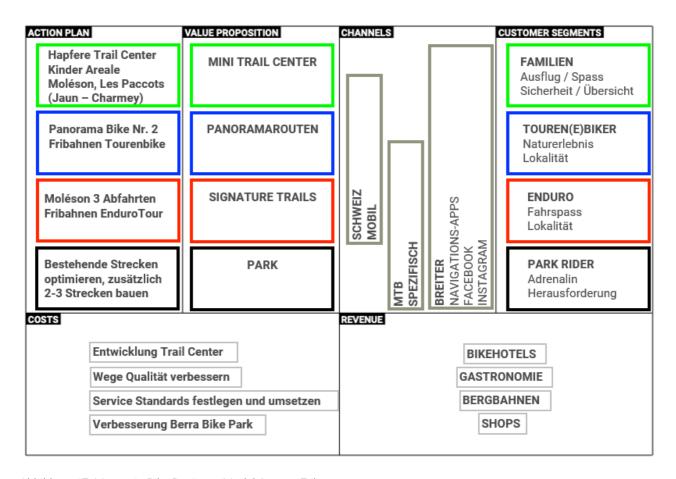


Abbildung 17: Mountain Bike Business Model Canvas Fribourg

Im Mountainbike Business Model Canvas sind die Zielgruppen (customer segments) und die für sie relevanten Werteversprechen dargestellt. Im Action Plan ist ersichtlich, mit welchen Massnahmen man diese Werteversprechen realisieren kann. Über die Channels wird klar, wie man welche Zielgruppe erreichen kann.

KOSTEN

Um ein qualitativ hochstehendes und nachhaltiges Produkt zu gestalten, sind signifikante Investitionen nötig. Auch im Kanton Fribourg stehen verschiedene Investitionen an, wenn man sich als Bike Destination auf dem Markt etablieren will. Trail Centers müssen entwickelt werden, die Wegequalität muss markant gesteigert werden, Service Standards müssen definiert und umgesetzt werden, sowie eine Verbesserung des Berra Bike Parks muss vollzogen werden.

ERTRÄGE

Die Kosten sollen mit Einnahmen an verschiedenen Wertschöpfungspunkten belohnt werden. Hauptsächliche Profiteure wären (Bike)Hotels, Gastronomie, Bergbahnen und Shops.

MASSNAHMEN

Die Massnahmenliste ist ein lebendes Dokument, welches laufend angepasst werden soll. Aufgrund der Fülle des Dokumentes wird es Priorisierungen geben.

Die Massnahmen wurden in die Kategorien Grundlagen, Trails, Services und Identity unterteilt. Die Grundlagen müssen erst geschaffen werden, damit im Anschluss die weiteren Massnahmen umgesetzt werden können. Jede Kategorie wurde in zusätzliche Unterkategorien aufgeteilt, welche wiederum verschiedene Handlungsempfehlungen enthalten. Es ist ausgesprochen wichtig, dass eine sinnvolle Reihenfolge der Umsetzung eingehalten wird, auch wenn der Zeitplan angepasst werden muss. So sollten zum Beispiel zuerst gute Angebote bestehen, bevor die Kommunikation verstärkt wird.

Die Kategorie Trails, also die Wegestruktur wurde in zwei Unterkategorien aufgeteilt. Einerseits geht es darum die Leuchttürme zu schaffen, andererseits muss im ganzen Kanton die Qualität der Wege gesteigert werden.

Bei den Services gibt es die Unterkategorien Servicequalität steigern, Kommunikation verbessern und Angebote entwickeln.

Bei der Kategorie Identität gibt es die Unterkategorien Kanton und Region.

ANHANG 1: MASSNAHMENLISTE

Kategorie		Bezeichnung			_			Mitwirkende	Verantwortung nach Projektende	Kostenschätzung	Berechnung
		Präsentation der Ergebnisse und Definition nächster	2019	2020	2021	2022	2023	Arbeitsgruppe	keine	0	In Projektschritt 7 enthalten
GRUNDLAGEN		Schritte Festlegung der Strategie, der Einnahmequellen, sowie des Umfangs des Projekts						Fribourg Region, Leistungsträger, Lokale TO, Gemeinden	keine	0	In Projektschritt 7 enthalten
		Information an alle Teilnehmenden der Workshops						Arbeitsgruppe	keine	0	In Projektschritt 7 enthalten
	LEUCHTTÜRME ENTWICKELN	Les Moléson für Biker öffnen (erste und letzte Bahn) - 3 Abfahrtsmöglichkeiten entwickeln						Lokale TO, ev. Gemeinde	Bergbahn	750000	Gruyère Enduro: 12km, Les Paccots Enduro: 14 km Moléson Enduro: 11km Alles auf bestehenden Wegen, teils identische Wege, Strassen. 50 % der 30 km sanieren.
TRAILS		Kinderangebot in Moléson mit Zauberteppich						Gemeinde, Lokale TO	Leistungsträger / Bergbahn	1 000 000	Grösseres Angebot mit 8 km Trail
		Fribahnen Tour umsetzen						Bergbahnen, Gemeinden, Lokale TO, TPF	Zusammenarbeit Schwarzsee Tourismus und la Gruyère	500 000	10 km der bestehenden Wege sanieren, um ein gutes Angebot zu erhalten. 20'000m * 50 CHF
		Berra Bikepark - bestehende Strecken						Bergbahn	La Berra Bikepark	1 000 000	2 neue Trails à je 6 km Total Neubau: 12 km

	optimieren und ergänzen, 2-3 zusätzliche Strecken(teile) bauen				Schwarzsee			Baukosten, berechnet
	Hapfere Trail Center eröffnen				Tourismus, Gemeinde Plaffeien	Leistungsträger / Bergbahn	954 000	von Thomas Raemy + 20%
	Kinderangebot in Les Paccots mit Zauberteppich				Gemeinde, Lokale TO	Leistungsträger / Bergbahn	500 000	Kleines Zauberteppich Angebot mit 4 km Trail
	Modular Pumptrack Tour durch den Kanton Fribourg				Gemeinden, Kantonales Sportamt	Fribourg Region	45 000	World Cup Layout mit einem Anhänger und Branding.
7	Trail-Masterpläne für beteiligte Regionen erarbeiten				Destinationen	Destinationen/Regionen	120 000	Trail-Masterpläne Mountainbike für alle beteiligten Regionen / Abstimmung mit bereits vorhandene Trail- Masterpläne
WEGQUALITÄT STEIGERN	Trail Unterhalt: regelmässig & professionell um Erosion und Schäden zu vermeiden und Nutzererlebnis zu verbessern				Gemeinden	Gemeinden	CHF 5 pro Meter +/- 25%	Hängt von der Frequenz, Neigung und Bodenbeschaffenheit ab, bei nachhaltig gebauten Trails 4-7 % der Baukosten
^	Schulungen für den Unterhalt und den Neubau von Mountainbike-Routen und Strecken durchführen				Gemeinden, Leistungsträger, lokale Shaper	Gemeinden, ev. Leistungsträger	50 000	Jährlich eine 3tägige Schulung à CHF 8'000 Erarbeitung Unterlagen à CHF 10'000.

		Trail Sanierungen: - erodierte Stellen: Linienführung optimieren - klare Linienführungen, um verschiedene Linien zu verhindern - Entwässerung sicherstellen			Gemeinden, Leistungsträger, lokale Shaper	Gemeinden, ev. Leistungsträger		Je nach Umfang. Ein Teil kann im Rahmen der Unterhaltsarbeiten erledigt werden. Ansonsten CHF 50 pro Meter Trail
		Trail Neubauten und Ergänzungen: Angebot an attraktiven, nachhaltigen Single Trails erweitern und verbessern			Gemeinden, Bergbahnen, Lokale TO	Leistungsträger, ev. Gemeinden		
		Zaundurchgänge durch MTB und EMTB taugliches System ersetzen			Landbesitzer und Bewirtschafter	Gemeinden	35 000	Annahme: 50 Flowgates à 700 CHF
		Wege auszäunen auf Weiden			Landbesitzer, Bauern	Gemeinden	nach Aufwand	Materialkosten plus Arbeitsstunden
		Klares, einheitliches Beschilderungskonzept einführen, alte TCS Schilder entfernen, nach VSS Norm (gemäss SchweizMobil)			SchweizMobil, Wanderwege (Organisationen)	SchweizMobil	nach Aufwand	In Anlehnung an SchweizMobil die Kriterien für Mountainbike-Routen erarbeiten
SERVICES	SERVICE QUALITÄT	Ausbildung von zertifizierten Swiss Cycling Guides fördern			Swiss Cycling	Swiss Cycling	30 000	50% der Ausbildungskosten während zwei Jahren werden vom Projekt übernommen.

	Standards für Bikehotels einführen				hotelleriesuisse/ Schweiz Tourismus	hotelleriesuisse	25 000	Übernahme der nationalen Kriterien durch hotelleriesuisse und 3 jährliche Schulungen für Bikehotels.
	Bike Transport im öffentlichen Verkehr verbessern - Kapazität in den Bussen erhöhen				TPF	TPF	50 000	Umsetzung zu Lasten des öffentlichen Verkehrs, Projekt kann Konzeption und Entwicklung von technischen Lösungen unterstützen
	Zusätzliche Bike Service Stationen mit: -Bike Waschanlagen -Werkzeugstationen				Leistungsträger, Lokale TO, Gemeinden	Betreiber	10 000	Erarbeitung eines Merkblatts à 10'000
	Buvetten Bike freundlich -Bike Ständer -Werkzeug, ev. Ersatzmaterial bereit halten -Speisekarte variieren, ev. Sportlermenu anbieten -E-Bike Ladestationen -Camping Möglichkeiten anbieten				Fribourg Region	Leistungsträger	10 000	Erarbeitung eines Merkblatts à 10'000
KOMMUNI	Aktuelle und akkurate Bilder verwenden				Tourismus Regionen	Leistungsträger	250 000	Produktion von aktuellem Content (Video, Fotos, Texte)

		MTB Routen einheitlich und übersichtlich kommunizieren			Tourismus Regionen	Fribourg Region	0	Mit bestehendem Marketingbudget abzudecken
		Informationen zum Bike Transport in den Bergbahnen kommunizieren			Tourismus Regionen	Bergbahnen	0	Mit bestehendem Marketingbudget abzudecken
		Informationen zum Bike Transport in Zügen und Bussen			Fribourg Region	TPF	0	Mit bestehendem Marketingbudget abzudecken
	KELN	All inclusive Ticket für Fribahnen Tour einführen			Beteiligte Bergbahnen, TPF	Tourismus Regionen	0	keine zusätzlichen Kosten, Koordinationsaufwand durch Projektkoordination abgedeckt
	ANGEBOTE ENTWICKELN	Spezifische Tickets für Bergbahnen und/oder ÖV einführen			Bergbahnen, TPF	Fribourg Region	5 000	Umsetzung zu Lasten des öffentlichen Verkehrs, Projekt kann Konzeption und Entwicklung von Ticketing und "Transportplänen unterstützen
		Begleitung Produktgestaltung			Destinationen, Leistungsträger	PM Destinationen	50 000	Benchmark graubündenBIKE Projekt
IDENTITÄT	KANTON	Gesamtpositionierung Kanton Fribourg entwickeln			Leistungsträger, Touristische Regionen	Fribourg Region	0	Aufwand von Fribourg Region, Projektkoordination beratend
	KA	SchweizMobil Routen mit Regionalen und			Gemeinden, Tourismus	Schweiz Mobil	0	keine zusätzlichen Kosten, Koordinationsaufwand

	Lokale Routen ergänzen			Regionen, Gemeinden			durch Projektkoordination abgedeckt
	Events mit nationaler Ausstrahlungskraft durchführen			Gemeinden, Tourismus Regionen, Leistungsträger	Fribourg Region	0	Aufwand zu Lasten von Organisationen
REGION	Eigene Identität im Kontext MTB Fribourg aufbauen (Zielgruppe, Angebot)			Fribourg Region	Leistungsträger, Tourismus Region	0	Aufwand zu Lasten der Destinationen/ Regionen, durch Projektkoordination unterstützt
	Projektkoordination (15%))				807 600	
	Total					6 191 600	

QUELLEN

Freiburger Tourismusverband (Juni 2009). *Entwicklungsstrategie für den Freiburger Tourismus "VISION 2030".* Freiburg: Freiburger Tourismusverband.

Amt für Mobilität (2011). Leitbild Velo. Freiburg: Staat Freiburg.