

# Analyse der Kommunikation von signalisierten Bikerouten

## Abstract

Die vorliegende Analyse untersucht, wie gut die signalisierten Mountainbikerouten im Kanton Graubünden kommuniziert werden. Die Betrachtung der Prospekte, Broschüren, Karten und Webseiten zeigt, dass diese Touren zwar meist vollständig aufgeführt sind, oft jedoch für den Gast fast nicht ersichtlich sind. Es fehlen meist konkrete Hinweise zu den signalisierten Routen. Die wichtigsten Empfehlungen aus der Studie betreffen einerseits den konsequenten Einsatz der Routenfelder (Logos) und andererseits Massnahmen, damit die offiziellen Routen generell leichter aufzufinden sind.

**Autor:** Roland Anderegg  
Anderegg Tourismus Denkfabrik

**Ausgabe:** Dezember 2015

## Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangslage und Auftrag	2	
2. Aspekte der Prüfung	2	
3. Auswertung und Erkenntnisse	3	
4. Empfehlungen zur Umsetzung	8	
5. Fazit	11	
Anhang 1	Verzeichnis Destinationen/Webseiten	13
Anhang 2	Bewertung Broschüren/Prospekte	14
Anhang 3	Bewertung Webseiten	15

## 1. Ausgangslage und Auftrag

Die offiziellen Routen im Kanton Graubünden, die nach Norm SN640829a signalisiert sind, sind ein wichtiger Bestandteil des touristischen Mountainbikangebots. Die Fachstelle für Langsamverkehr orientiert sich in der Routensignalisation an den Vorgaben von SchweizMobil.

Die Gemeinden und der Kanton investieren jährlich erhebliche Mittel in die Signalisation und den Unterhalt dieser Routen. Zur Zeit sind 118 Mountainikerouten mit Routenfeldern als eigenständige Angebote signalisiert. Davon werden 91 auf schweizmobil.ch publiziert. Mit gesamthaft über acht Millionen Zugriffen pro Jahr ist diese Vermarktungsplattform die weitaus am häufigsten besuchte der Schweiz. Der Kanton zahlt jährlich einen Interessensbeitrag von Fr. 60'000 an die Stiftung SchweizMobil, welche diese Website betreibt.

Das Mountainbiken als Freizeit- und Ferienaktivität zeigt weiterhin eine stark steigende Beliebtheit. Als ausgabefreudiges Gästesegment werden Mountainbiker von den Bündner Destination mit Unterstützung des Kantons entsprechend stark beworben. Nicht verschwiegen werden darf dabei das steigende Konfliktpotential mit einem vergleichsweise deutlich breiteren Gästesegment, den Wandernden, da beide Aktivitäten grösstenteils auf dem gleichen Wegnetz stattfinden. Eine Entflechtung der Nutzergruppen auf getrennte Wege ist nur an wenigen Stellen möglich. Umso wichtiger ist im Sinne einer Kanalisierung die Lenkung der Mountainbiker auf die zahlreichen signalisierten Routen, was schwergewichtig über die Kommunikation der touristischen Anbieter erfolgen muss.

Als Teilmassnahme des Projektes graubündenBIKE wurde kantonsweit, systematisch untersucht, in welchem Umfang und in welcher Weise die von Gemeinden und Kanton bereitgestellte Routen-Infrastruktur von den touristischen Organisationen kommuniziert werden.

Dieser Schlussbericht zeigt die Erkenntnisse der Auswertung von Broschüren und Webseiten und gibt Empfehlungen ab, wie die signalisierten Routen noch besser gezeigt werden können.

## 2. Aspekte der Prüfung

Folgende Aspekte wurden zusammen mit der Fachstelle für Langsamverkehr als relevante Kriterien in der Kommunikation eingestuft:

- 1) Ersichtlichkeit respektive Auffindbarkeit der signalisierten Routen
- 2) Vollständigkeit der aufgeführten Routen (Abgleich mit dem Routeninventar)
- 3) Detaillierungsgrad im Beschrieb der Routen
- 4) Visualisierung der Routen auf Karten
- 5) Verwendung der Nummern respektive der Routenfelder (Logos)
- 6) Hinweis oder Verlinkung zum GPS-Download der signalisierten Routen
- 7) Hinweis oder Verlinkung zu SchweizMobil

Zu jedem dieser Aspekte wurde eine Prüffrage entwickelt, die sowohl für die Kontrolle der Webseiten als auch für die Printerzeugnisse zur Anwendung kam.

Systematisch betrachtet wurden die Informationen und Verlinkungen auf den Webseiten von 17 Destinationen (siehe Anhang 1) und der Fachorganisation Graubünden Ferien. Des Weiteren wurde die Graubünden Bike App auf die Kommunikation der signalisierten Routen geprüft. Von allen Destinationen und von Graubünden Ferien wurden Broschüren, Prospekten und Mountainbikekarten postalisch bestellt und nachfolgend analysiert.

### 3. Auswertung und Erkenntnisse

Nach eingehendem Studium der Webseiten und Broschüren wurden die Resultate der einzelnen Prüfaspekte in eine Excel-Tabelle eingetragen, ausgewertet und interpretiert.

Pro Fragestellung wurden jeweils Antwortkategorien vordefiniert (siehe Anhänge 2 und 3), denen die Attribute ‚gut‘, ‚genügend‘, ‚schlecht‘ zu geordnet werden konnten. In den nachfolgenden Abbildungen ist immer die Verteilung der 18 geprüften Organisationen auf die Attribute gezeigt.

Die Antwort-Attribute können wie folgt umschrieben werden:

- gut (hier sind die Anforderungen an die Kommunikation erfüllt)
- genügend (hier sind die Anforderungen nur teilweise erfüllt)
- schlecht (die Kommunikation ist in diesem Punkt nicht oder ungenügend gelöst)

#### 3.1. Ersichtlichkeit und Auffindbarkeit der Routen

Der Gast wird mit den Printprodukten in der Regel auf die signalisierten Routen aufmerksam. In einzelnen Destinationen werden die Routen sowohl auf der physischen Karte als auch in der Broschüre aufgeführt und sind entsprechend leicht auffindbar.

Im Gegensatz zu den Broschüren ist die Ersichtlichkeit der signalisierten Routen auf den Webseiten nicht gegeben. Die Routen sind zwar aufgeführt, aber oft sind mehrere Klicks nötig um diese zu finden.

Broschüren/Prospekte

gut	genügend	schlecht
10	5	3

Webseiten

gut	genügend	schlecht
2	13	3

Abbildung 1: Ersichtlichkeit/Auffindbarkeit der Routen

Quelle: graubündenBIKE

### 3.2. Vollständigkeit der gezeigten Routen

In sämtlichen mittleren und grossen Destinationen sind die signalisierten Routen sowohl in Prospekten wie auch auf der Webseite vollständig aufgeführt.

Broschüren/Prospekte

gut	genügend	schlecht
12	3	3

Webseiten

gut	genügend	schlecht
14	1	3

Abbildung 2: Vollständigkeit der Routen

Quelle: graubündenBIKE

Das bedeutet, dass der Aspekt der Vollständigkeit über den ganzen Kanton betrachtet sehr gut erfüllt ist. Es ist zu vermerken, dass in drei kleinen Destinationen entsprechende Broschüren fehlen oder die Kommunikation der Routen ungenügend umgesetzt sind.

### 3.3. Detaillierungsgrad der gezeigten Routen

Online sind die signalisierten Routen sehr detailliert beschrieben, was eine Stärke der Destinationen in Graubünden ist. Der Gast erhält nebst einem Kurzbeschreibung auch Informationen zu Länge, Dauer und Höhenangaben der Tour. Ausdruckbare Höhenprofile sind online ebenfalls zum Standard geworden.

In den Printprodukten ist der Detaillierungsgrad nur bei der Hälfte aller untersuchten Destinationen gut. Hier besteht noch ein Verbesserungspotential, was die Tourenbeschreibungen angeht.

Broschüren/Prospekte

gut	genügend	schlecht
9	2	7

Webseiten

gut	genügend	schlecht
14	1	3

Abbildung 3: Detaillierungsgrad der Routen

Quelle: graubündenBIKE



### 3.4. Visualisierung der gezeigten Routen

Im Internet sind die Routen mit interaktiven Karten wesentlich besser visualisiert als in den Prospekten und Broschüren. Dabei kann der Gast teilweise auswählen, ob er eine Topo-Karte oder eine Hybrid-Karte anschauen will.

Broschüren/Prospekte

gut	genügend	schlecht
1	12	5

Webseiten

gut	genügend	schlecht
11	2	5

Abbildung 4: Visualisierung der gezeigten Routen

Quelle: graubündenBIKE

Bei den Printerzeugnissen weiss nur eine einzige Mountainbike-Broschüre zu überzeugen. Sie zeigt die signalisierten Routen auf einer nützlichen Karte und bildet zudem Wegweiser mit entsprechenden Routenfeldern ab.

### 3.5. Einsatz des Routenfeldes/Logos

Generell kann vermerkt werden, dass die Logos respektive Routenfelder auf den Prospekten wesentlich besser eingesetzt werden, als auf den Webseiten. Online sind oft nur die Nummern der Touren im Namen genannt. Teilweise wird das Routenfeld (Logo) unter den gezeigten Fotos eingefügt.

Broschüren/Prospekte

gut	genügend	schlecht
8	5	5

Webseiten

gut	genügend	schlecht
1	11	6

Abbildung 5: Einsatz des Routenfeldes/Logos

Quelle: graubündenBIKE

### 3.6. GPS-Download

Die Verlinkung des GPS-Downloads von signalisierten Routen ist auf Webseiten der Destinationen zum Standard geworden. Es gibt jedoch nur auf wenigen Prospekten nützliche Hinweise auf den Download dieser Routen.

Broschüren/Prospekte

gut	genügend	schlecht
1	7	10

Webseiten

gut	genügend	schlecht
11	2	5

Abbildung 6: GPS-Download

Quelle: graubündenBIKE

### 3.7. Verlinkung zu SchweizMobil

Verlinkungen oder Hinweise zu SchweizMobil gibt es praktisch nicht. Das mag daran liegen, dass viele Destinationen in der Umsetzung der Tourendatenbanken auf der Technologie von anderen Anbietern basieren wie beispielsweise GPS-Tracks.com, outdooractive oder anderen.

Broschüren/Prospekte

gut	genügend	schlecht
0	3	15

Webseiten

gut	genügend	schlecht
1	1	16

Abbildung 7: Verlinkung zu SchweizMobil

Quelle: graubündenBIKE

SchweizMobil wird auch in den Broschüren, Prospekten und Karten der Destinationen praktisch nicht erwähnt.

### 3.8. Graubünden Bike App

Die Graubünden Bike App hilft dem Mountainbiker in der Tourenplanung. Zahlreiche Touren aus allen Teilen des Kantons werden vorgeschlagen. Auf die signalisierten Routen wird nicht explizit hingewiesen, obwohl sie in der Auswahl vollständig vertreten sind. Im Namen der signalisierten Touren kommt zwar in den meisten Fällen die Nummerierung vor. Das Routenfeld wird als Foto eingesetzt, das jedoch nicht immer ersichtlich ist. In der Beschreibung der Routen ist die Nummer der Route teilweise noch als Wegekennzeichen vermerkt. Die genannten Aspekte sind auf der App nicht einheitlich und stringent durchgezogen.



Abbildung 8: Logo Graubünden Bike App

Quelle: Graubünden Ferien

### 3.9. Erkenntnisse aus der Auswertung

In den Printprodukten sind die signalisierten Routen meist vollständig aufgeführt und auch zu finden. Auf den Webseiten jedoch müssen die signalisierten Routen richtiggehend gesucht werden. Die Suche lohnt sich, da ein Grossteil dieser Touren im Internet detailliert beschrieben ist. Es gilt zu vermerken, dass Visualisierungen der Touren und Downloads der Routen heute Standard sind.

Die signalisierten Routen sind in Prospekten und Broschüren teilweise sehr schwach visualisiert und es zeigt sich, dass Panoramakarten oft nicht genug übersichtlich sind.

Die Destinationen kommunizieren die signalisierten Routen und SchweizMobil auf allen Kanälen klar zu wenig. In Broschüren und Prospekten wird zu wenig auf einen GPS-Download der signalisierten Routen hingewiesen.

Die Potentiale in der Kommunikation könnten mit einfachen Mitteln viel besser ausgeschöpft werden. Im nächsten Kapitel werden die fünf entscheidenden Schritte zur Kommunikation aufgezeigt und erklärt.

## 4. Empfehlungen zur Umsetzung

Nachfolgend sind Empfehlungen aufgeführt, wie die signalisierten Routen auf Webseiten und in Broschüren besser kommuniziert werden sollen. Diese fünf Schritte richten sich an Destinationen und Graubünden Ferien. Ebenfalls werden in diesem Kapitel mögliche Anpassungen für die Graubünden Bike App genannt.

### 4.1. Vollständigkeit der kommunizierten Routen prüfen

Es ist zuerst zu prüfen, ob alle signalisierten Routen richtig und vollständig kommuniziert werden. Dabei sind alle offiziell signalisierten Routen massgebend, die im Inventar der Fachstelle für Langsamverkehr aufgeführt sind.

### 4.2. Auffindbarkeit der signalisierten Routen fördern

Die rasche Auffindbarkeit der signalisierten Routen in Broschüren, Karten und Webseiten ist wichtig. Auf diese Routen soll explizit und prominent hingewiesen werden, damit der interessierte Mountainbiker seine Touren planen kann.

Graubünden Ferien lässt beispielsweise auf der Webseite die Gäste wissen, dass sie auf ein ganzes Routennetz von markierten Bikewegen zugreifen können, das nach der Schweizer Norm aus-  
geschildert ist. Diesen Hinweis sollten die Destinationen ebenfalls machen.

#### Mountainbike Touren in Graubünden

Über 4000 Kilometer beträgt das Routennetz an markierten Bikewegen. So legendär wie vielfältig sind die unzähligen Trails, welche jedes Bike-Herz höher schlagen lassen. Bei uns finden Sie aber auch attraktive und gemütliche Mountainbike-Touren für Familien und Geniesser, aber auch Bike-Freaks kommen in Graubünden voll auf ihre Kosten.

Die Bikerouten sind in Graubünden einheitlich nach Schweizer Norm ausgeschildert. Die roten Bikewegweiser sind mit Routenfeldern für die einzelnen Trails versehen. Jede Route hat ihre eigene Nummer: nationale einstellig, regionale zweistellig und lokale dreistellig.

Abbildung 9: Beschrieb Mountainbike Touren

Quelle: <http://www.graubuenden.ch/mountainbiken-schweiz/mountainbike-touren.html>

In der Praxis werden in einigen Regionen die Nummern der Routen im Namen vermerkt. So wird beispielsweise auf der Webseite von Lenzerheide die ‚612 Westside Tour‘ als Vorschlag genannt. Sämtliche Tourenvorschläge von signalisierten Routen sollen in der Kommunikation nach aufsteigenden Nummern geordnet sein. Dabei soll der Grundsatz gelten, dass offizielle Routen in der Auflistung vor den weiteren Tourenvorschlägen einer Region platziert werden.

In einigen Webseiten werden Sortierfunktionen in der Tourenausswahl angeboten. Die Touren können nach Dauer, Länge oder Schwierigkeitsgraden sortiert werden. Ebenfalls in Betracht zu ziehen wäre, dass eine Filterfunktion ‚Signalisierte Routen‘ eingesetzt wird.

### 4.3. Routenfelder und Wegweiser in der Kommunikation verwenden

Die Routenfelder sind eigentliche Logos, die im Gelände auf den Wegweisern eingesetzt werden. Sie beinhalten Nummer und Namen der Route und sind mit weiteren Angaben wie Höhendifferenz und Länge versehen. Dieses Branding der signalisierten Routen erzeugt bei den Nutzern einen hohen Wiedererkennungswert, den es auch kommunikativ zu nutzen gilt. Nebst den Routenfeldern sollen auch Fotos oder Grafiken von Wegweisern eingesetzt werden, die helfen, Tourenvorschläge als offizielle Routen zu bewerben.



Abbildung 10: Routenfelder und Wegweiser in der Kommunikation

Quellen: [www.arosa.ch](http://www.arosa.ch), Bike-Broschüre Engadin/St. Moritz

### 4.4. Detailbeschreibung und Visualisierung der Routen erstellen

Die signalisierten Routen sollen visualisiert werden und auf sämtlichem Kartenmaterial ersichtlich sein.

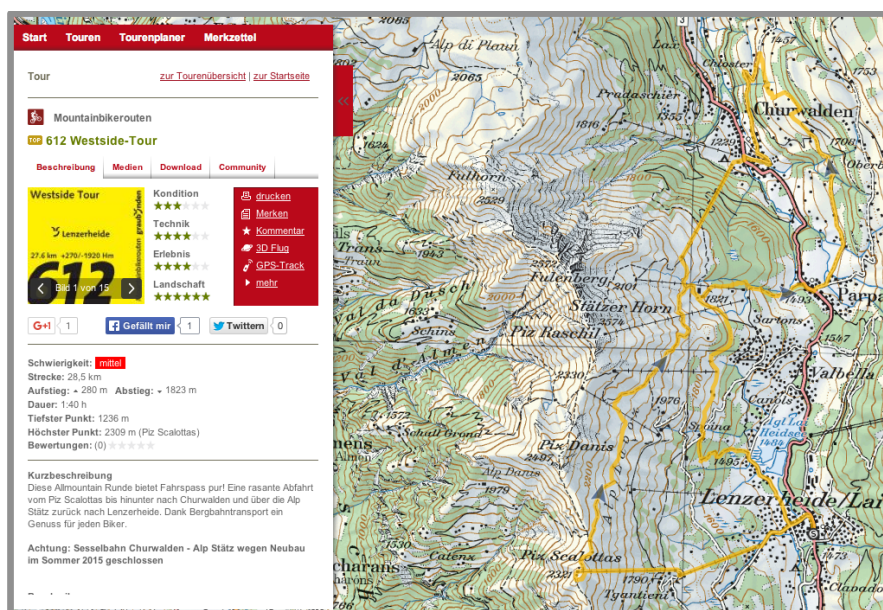


Abbildung 10: Routenempfehlung 612 Westside-Tour

Quelle: <http://lenzerheide.com/de/sommer/bike/biketouren>

© 2015 Fachstelle für Langsamverkehr Graubünden / [flv@tba.gr.ch](mailto:flv@tba.gr.ch)

Zu den empfohlenen Eckdaten einer signalisierten Route gehören folgende Aspekte: Name, Länge, Höhendifferenz, geschätzte Fahrzeit sowie Angaben zur Kondition und zu den technischen Fähigkeiten. Ebenfalls Standard sind ein Kurzbeschreibung der Route sowie ein Höhenprofil, das die Mountainbiker ausdrucken können.

#### **4.5. Nützliche Links für Mountainbiker einrichten**

Die signalisierten Routen, die auf den Webseiten gezeigt werden, sollen gleichzeitig sinnvoll verlinkt sein. So bietet sich eine Verlinkung zu SchweizMobil an, weil hier sämtliche nationalen, regionalen und lokalen Routen sehr gut visualisiert und beschrieben sind. Die Kommunikation der offiziellen Routen auf der Mountainbikeland-Webseite [www.mountainbikeland.ch/de/routen/](http://www.mountainbikeland.ch/de/routen/) kann in der Umsetzung als Standard betrachtet werden.

Eine weitere Möglichkeit zur Vermarktung der signalisierten Routen ist der Hinweis oder die Verlinkung auf mögliche GPS-Downloads.

#### **4.6. Graubünden Bike App anpassen**

Auf der App sollte ein Hinweis gemacht werden, dass die signalisierten Routen mit einer Nummer im Namen aufgeführt sind. Die Routenfelder sollten bei jeder Tour als erstes Foto ersichtlich sein. Im Beschreibung der Route sollte nicht von ‚Wegekennzeichen‘ die Rede sein, sondern von ‚signalisierte Routen‘.



## 5. Fazit

Ein Grossteil der Mountainbikegäste soll die signalisierten Routen nutzen. Die qualitativ hochstehende Weginfrastruktur mit einheitlicher Signalisation steht bereit. Nun braucht es noch die kommunikative Unterstützung der Touristiker. Die signalisierten Routen werden von den Destinationen zwar kommuniziert, es mangelt jedoch an einer sichtbaren, stringenten Umsetzung auf den Webseiten und in den Broschüren.

Die vollständige Erwähnung der signalisierten Routen ist online und offline auf einem guten Stand. Der detaillierte Beschrieb dieser Touren ist auf den Webseiten gut gelöst. Hier liegen hinsichtlich der Kommunikation in Broschüren und Prospekte noch Potentiale brach. Ebenfalls sollte die Visualisierung dieser Routen auf Printerzeugnissen noch verbessert werden.

Auf den Webseiten muss vor allem der Einsatz der Routenfelder als Erkennungszeichen noch konsequenter eingesetzt werden. Zudem soll die Ersichtlichkeit der signalisierten Routen noch verbessert werden, da diese zum Teil schwer auffindbar sind.

Diese Studie kann dazu beitragen, das Bewusstsein für den Nutzen der signalisierten Routen bei den Touristikern zu steigern. In den Empfehlungen werden Aspekte aufgezeigt, dank denen die Destinationen mit vertretbarem Aufwand die Kommunikation der signalisierten Routen merklich verbessern können.

## **Abbildungen**

Abbildung 1: Ersichtlichkeit/Auffindbarkeit der Routen

Abbildung 2: Vollständigkeit der Routen

Abbildung 3: Detaillierungsgrad der Routen

Abbildung 4: Visualisierung der gezeigten Routen

Abbildung 5: Einsatz des Nummernfeldes/Logo

Abbildung 6: GPS-Download

Abbildung 7: Verlinkung zu Schweiz Mobil

Abbildung 8: Graubünden Bike App

Abbildung 9: Beschrieb Mountainbike Touren

Abbildung 10: Routenfelder und Wegweiser in der Kommunikation

Abbildung 11: Tourenempfehlung 612 Westside-Tour

Abbildung 12: Resultate Bewertung Broschüren/Prospekte

Abbildung 13: Resultate Bewertung Webseiten

## **Fachliche Unterstützung**

Peter Stirnimann, Fachstelle für Langsamverkehr

Peter Oberholzer, Fachstelle für Langsamverkehr



## Anhang 1) Verzeichnis Destinationen/Webseiten

Arosa ([www.arosa.ch](http://www.arosa.ch))  
Davos Klosters ([www.davos.ch](http://www.davos.ch))  
Engadin Scuol Samnaun ([www.engadin.ch](http://www.engadin.ch))  
Engadin St. Moritz ([www.engadin.stmoritz.com](http://www.engadin.stmoritz.com))  
Flims/Laax ([www.flims.com](http://www.flims.com))  
Lenzerheide ([www.lenzerheide.com](http://www.lenzerheide.com))  
Savognin ([www.savognin.ch](http://www.savognin.ch))  
Chur ([www.churtourismus.ch](http://www.churtourismus.ch))  
Viamala ([www.viamala.ch](http://www.viamala.ch))  
Surselva ([www.surselva.info](http://www.surselva.info))  
Bergün/Filisur ([berguen-filisur.ch](http://berguen-filisur.ch))  
Disentis/Sedrun ([www.disentis-sedrun.ch](http://www.disentis-sedrun.ch))  
Prättigau ([www.praettigau.info](http://www.praettigau.info))  
Poschiavo ([www.valposchiavo.ch](http://www.valposchiavo.ch))  
Bergell ([www.bregaglia.ch](http://www.bregaglia.ch))  
San Bernardino/Misox ([www.visit.moesano.ch](http://www.visit.moesano.ch))  
Bündner Herrschaft ([www.heidiland.com](http://www.heidiland.com))  
Graubünden Ferien ([www.graubuenden.ch](http://www.graubuenden.ch))

## Anhang 2) Bewertung der Kommunikation in Broschüren/Prospekten

Nr. (ID)	Frage	Bewertung - Erklärung wann --   -   +   ++	Gut (3)	Genügend (2)	Schlecht (1)
<b>A Signalisierte Routen in Broschüren</b>					
A1	Wie ersichtlich sind die signalisierten Routen in den Print-Produkten/Broschüren der Destination?	(1)– die signalisierten Routen sind nicht ersichtlich (2)+ die signalisierten Routen sind aufgeführt aber nicht sofort ersichtlich (3)++ die signalisierten Routen sind sofort ersichtlich und zuoberst aufgeführt	10	5	3
A2	Wie vollständig sind die signalisierten Routen der Region in der Broschüre aufgeführt? >> Vergleich Liste	(1)– es sind keine signalisierten Routen aufgeführt (2)+ ein Teil der signalisierten Routen ist aufgeführt (3)++ alle signalisierten Routen sind aufgeführt	12	3	3
A3	Wie detailliert sind die signalisierten Routen beschrieben?	(1) – kein/oder ungenügender Beschrieb (2) + Kurzbeschrieb der Routen mit Angabe der Länge oder der Zeitdauer (3) ++ die sign. Routen sind detailliert beschrieben inkl. Länge, Zeitdauer, Höhenmeter	9	2	7
A4	In welcher Qualität sind die signalisierten Routen auf Karten visualisiert?	(1)– Es gibt keine Visualisierung der Routen auf Karten (2)+ Die Routen werden visualisiert, jedoch wenig ansprechend dargestellt (3)++ Sämtliche Routen sind sehr ansprechend dargestellt	1	12	5
A5	Wie werden Nummerierung und Routenfeld (Logo) eingesetzt?	(1)– Es werden keine oder fehlerhafte Nummern kommuniziert (2)+ Die Nummern werden korrekt und vollständig kommuniziert, jedoch ohne Routenfeld (3)++ Sowohl Nummern als auch Routenfeld werden überall korrekt eingesetzt	8	5	5
A6	Wie wird auf mögliche GPS-Downloads zu den signalisierten Routen hingewiesen?	(1)– Es wird nicht auf GPS Tracks hingewiesen (2)+ Es wird auf GPS-Downloads verwiesen, es ist jedoch unklar, wie diese zu finden sind. (3)++ Die Download-Möglichkeit wird sehr gut aufgezeigt, die Files sind einfach zu finden.	1	7	10
A7	Wie wird Schweiz Mobil kommuniziert?	(1)– Schweiz Mobil wird nicht erwähnt. (2)+ Schweiz Mobil wird erwähnt (mit Logo) jedoch ohne weitere Anknüpfungspunkte (3)++ Schweiz Mobil wird aufgeführt und kurz beschrieben	0	3	15

Abbildung 12: Resultate Bewertung Broschüren/Prospekte

Quelle: graubündenBIKE

## Anhang 3) Bewertung der Kommunikation auf Webseiten

Nr. (ID)	Frage	Bewertung - Erklärung wann --   -   +   ++	Gut (3)	Genügend (2)	Schlecht (1)
<b>B Web-Check Signalisierte Routen</b>					
B1	Wie ersichtlich sind die signalisierten Routen auf den Websites Destination?	(1)– die signalisierten Routen sind nicht ersichtlich (2)+ die signalisierten Routen sind aufgeführt aber nicht sofort ersichtlich (3)++ die signalisierten Routen sind sofort	2	13	3
B2	Wie vollständig sind die signalisierten Routen der Region auf den Webseiten aufgeführt? >> Vergleich Liste	(1)– es sind keine signalisierten Routen aufgeführt (2)+ ein Teil der signalisierten Routen ist aufgeführt (3)++ alle signalisierten Routen sind aufgeführt	14	1	3
B3	Wie detailliert sind die signalisierten Routen auf den Webseiten beschrieben?	(1) – kein/oder ungenügender Beschrieb (2) + Kurzbeschrieb der Routen mit Angabe der Länge oder der Zeitdauer (3) ++ die sign. Routen sind detailliert beschrieben inkl. Länge, Zeitdauer und Höhenmeter	14	1	3
B4	In welcher Qualität sind die signalisierten Routen auf Karten visualisiert?	(1)– Es gibt keine Visualisierung der Routen auf Karten (2)+ Die Routen werden visualisiert, jedoch wenig ansprechend dargestellt (3)++ Sämtliche Routen sind sehr ansprechend dargestellt	11	2	5
B5	Wie werden Nummerierung und Routenfeld (Logo) eingesetzt?	(1)– Es werden keine oder fehlerhafte Nummern kommuniziert (2)+ Die Nummern werden korrekt und vollständig kommuniziert, jedoch ohne Routenfeld (3)++ Sowohl Nummern als auch Routenfeld werden korrekt eingesetzt	1	11	6
B6	Wie wird auf mögliche GPS-Downloads zu den signalisierten Routen hingewiesen?	(1)– Es wird nicht auf GPS Tracks hingewiesen (2)+ Es wird auf GPS-Downloads verwiesen, diese sind jedoch schwierig zu finden oder sie sind nicht verlinkt (3)++ Die Download-Möglichkeit wird sehr gut aufgezeigt, Downloads sind verlinkt	11	2	5
B7	Wie wird Schweiz Mobil kommuniziert?	(1)– Schweiz Mobil wird nicht erwähnt. (2)+ Schweiz Mobil wird erwähnt (mit Logo) jedoch ohne Verlinkung (3)++ Schweiz Mobil wird aufgeführt und verlinkt.	1	1	16

Abbildung 13: Resultate Bewertung Webseiten

Quelle: graubündenBIKE