

Workshop mit Veranstaltern und Leistungsträgern

Einführung

Um marktgerechte Packages zu entwickeln und zu verkaufen, hat graubündenBIKE bereits 2013 einen zweitägigen Workshop mit lokalen Leistungsträgern und externen Veranstaltern durchgeführt. Damit weitere Verkaufspunkte und Vertriebskanäle für die Mountainbike-Angebote gefunden und geöffnet werden können, wurde im April 2014 ein anknüpfender Workshop organisiert. Der Fokus lag dabei auf die Konkretisierung von Angebotsideen in Bezug auf das Produktmanagement und die Vermarktung.

Die Resultate des Workshops sollen mit dem Bericht im Anhang auch denjenigen Partnern in Graubünden zugänglich gemacht werden welche am Workshop 2014 in Scuol nicht teilgenommen haben.

Autorinnen: Andrea Hahn und Patricia Roth, Bike Agentur

Erstausgabe: 17.07.2014

Schlussbericht

der Massnahme

M92 Workshop mit Leistungsträgern

von graubündenBIKE



Inhalt

1. Ausgangslage

- 1.1. Ziele
- 1.2. Organisation
- 1.3. Zeitlicher Ablauf
- 1.4. Teilnehmer
- 1.5. Briefings

2. Programm Donnerstag 10.04.2014

- 2.1. Welcome und Stehlunch
- 2.2. Vorstellungsrunde
- 2.3. Inputreferate
- 2.4. Flipchart-Präsentationen
- 2.5. Präsentation von konkreten Pauschalangeboten
- 2.6. Bilaterale Angebots-Gespräche
- 2.7. Abendessen

3. Programm Freitag 11.04.2014

- 3.1. Worldcafé
- 3.2. Inputreferat GRF
- 3.2. Feedbackrunde
- 3.3. Mittagessen
- 3.4. Besuch bei Ludwig Hatecke

4. Feedback der Teilnehmer

- 4.1. Konkrete Ideen und persönlicher Nutzen
- 4.2. Was hat gefehlt?
- 4.3. Was hat besonders gefallen?
- 4.4. Bewertung der Veranstaltung

5. Erkenntnisse und Fazit der Auftragnehmer

6. Empfehlungen für das weitere Vorgehen

7. Impressionen

I. Ausgangslage

I.1. Ziele

- Verkaufspunkte und Vertriebskanäle für die Bikeangebote in Graubünden und Synergien bei deren Vermarktung finden.
- Teilnahme von 10 Biketouren Veranstalter, die ein neues Bikeangebot in Graubünden in ihr Programm aufnehmen wollen.
- Teilnahme von entscheidungskompetenten, gebietskundigen, lokalen Leistungsträgern (Tourismus Organisationen, Graubünden Ferien, Graubünden Bikehotels, ÖV).
- Bildung konkreter Angebots-Kooperationen
- Inputs von Veranstaltern, wie sie unterstützt werden können und wie ihr Business funktioniert
- Synergien zwischen lokalen Leistungsträgern und Bike Tourenveranstaltern
- Stärkung des Mountainbike-Netzwerkes durch persönlichen Austausch aller Teilnehmer
- Emotionale Bindung der Tourenveranstalter an Graubünden

I.2. Organisation

Die Gesamtorganisation des Events wurde von Andrea Hahn und Patricia Roth, Bike Agentur ausgeführt. Die Leitung des Workshops wurde Roland Anderegg, Anderegg Tourismus Denkfabrik übertragen.

I.3. Zeitlicher Ablauf

- 10.12.2013: Abgabe der Offerte an Darco Cazin
- 17.01.2014: Vergabemitteilung durch das Tiefbauamt Graubünden
- 23.01.2014: Abstimmung Zielsetzungen und Ablauf mit Darco Cazin
- 03.02.2014: Konzept und Grobplanung
- 06.02.2014: Öffentliche Ausschreibung des Veranstaltungsorts
- 24.02.2014: Start Akquise der Teilnehmer
- 25.03.2014: Detailplanung
- 10. und 11.04.2014: Durchführung der Veranstaltung

I.4. Teilnehmer

a) Lokale Touristiker und Organisation

Allegra Tourismus	Darco Cazin	darco@allegra-tourismus.ch
Belvedere Hotels Scuol	Linard Brüngger	l.bruengger@belvedere-scuol.ch
Bike Agentur	Andrea Hahn	andrea@bikeagentur.com
Bike Agentur	Patricia Roth	patricia@bikeagentur.com
Chur Tourismus	Michael Christ	michael.christ@churtourismus.ch
Denkfabrik	Roland Anderegg	anderegg@tourismus-denkfabrik.ch
Destination Davos Klosters	Cyprian Sutter	cyprian.sutter@davos.ch
Graubünden Ferien	Cordula Seiler	cordula.seiler@graubuenden.ch
Graubünden Ferien	Manuela Michel	manuela.michel@graubuenden.ch
Hotel Amica	Tinetta Zogg	tinetta.zogg@arnica-scuol.ch
Hotel Central	Claudia Bättig	info@centralvalchava.ch
Hotel Chesa Rosatsch	Sandra Adolph	hotel@rosatsch.ch
Hotel Cresta Palace	Marcel Schulz	fb@crestapalace.ch
Hotel Laret Samnaun	Christian Metz	info@laret.ch
Hotel Schweizerhaus Maloja	Jürg Wintsch	jwintsch@schweizerhaus.info
Lenzerheide Marketing u. Support	Elias Meyer	elias.meyer@lenzerheide.com
Mountain Adventures AG	Marc Woodtli	marc.woodtli@laax.com
Parc-Hotel STAILA	Aldo Pitsch und Barbla Truog	info@parc-hotel-staila.ch
RhB	Werner Calouri	w.caluori@rhb.ch
Swiss Sports Publishing	Thomas Giger	giger@sports-publishing.ch
Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG	Martina Hänzi	m.haenzi@engadin.com
Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG	Simone Weber	s.weber@engadin.com
Tourismusorganisation Engadin St.Moritz	Kerstin Lietzke	kerstin.lietzke@estm.ch
Velomaid GmbH	Astrid Herzog	astrid@velomaid.ch
Weisse Arena Gruppe	Brigitte Pronebner	brigitte.pronebner@laax.com

a) Tourenveranstalter

Alpenevent	Andi Beger	andi@alpenevent.de
Bike Explorer	Michelle Schierle	info@bike-explorer.ch
bikeAlpin	Richard Dress	info@bikealpin.de
DAV Summit Club	Bettina Beierlein	beierlein@dav-summit-club.de
MTB Fahrtwind	Peter Brodschelm	peter@mtb-fahrtwind.de
Level-V	Andrea Eissler	andrea@level-v.de
Multicycle Tours	Sylvia Auer	sylvia.auer@multicycle-tours.de
Top Biketrails	Tim Knab	info@top-bike-trails.com
TrailXperience	Mathias Marschner	mathias@trailxperience.com

I.5. Briefings

Damit sich die Teilnehmer auf den Workshop vorbereiten konnten, wurden eine Woche vor dem Anlass folgende Hausaufgaben aufgeben:

Die Hausaufgabe für die Tourenveranstalter:

Wir bitten als Vorbereitung auf den Workshop dir folgende Fragen zu überlegen und die Antworten stichwortartig zu notieren und mitzubringen. Am Workshop hat jeder Tourenveranstalter kurz Zeit (ca. 2 min) diese vorzustellen.

a) Was interessiert mich an Graubünden?

- Trails: Wo? Welche?
- Kontakte
- Bestehende Packages: Südflucht-, Flowtrail-, Minitransalp-, Terra Raetica-, Uina Bernina-, Bahnen-, PostautoTour; nähere Infos siehe Anhang.
- andere Informationen: Bikeparks: Chur, Lenzerheide, Flims, Klosters.

b) Was suche ich für meine neuen oder bestehenden Angebote?

- Unterkünfte: Wo? Welche?
- Bikeguides: Für welche Touren?
- Transportmöglichkeiten: Bergbahnen, Shuttles, ÖV - andere Aspekte

Die Hausaufgabe für die lokalen Touristiker:

Wir bitten Sie als Vorbereitung auf den Workshop folgende Fragen zu überlegen und die Antworten stichwortartig zu notieren und mitzubringen. Am Workshop sollen Sie diese in 2 Minuten vorstellen.

a) Welche Angebotsteile biete ich/bieten wir?

- Unterkunftsmöglichkeiten, Guiding, Transportangebote - andere Dienstleistungen

b) Was suche ich von den Tourenveranstaltern?

- Know-how und Individualisierung der Angebote - Netzwerk (Vermarktung)
- Gäste

2. Programm Donnerstag 10.04.2014

2.1. Welcome und Stehlunch

Um 12 Uhr begrüßte die Bike Agentur in der Bar Lounge des Hotel Belvedere in Scuol die anwesenden Tourenveranstalter und lokalen Touristiker aus Graubünden. Gleichzeitig wurde das reichhaltige Stehlunch-Bufferet eröffnet.

2.2. Vorstellungsrunde

Um 13 Uhr begann der Workshop im grossen Seminarraum mit der Begrüssung von Rolli Anderegg und einer kurzweiligen Vorstellungsrunde.

2.3. Inputreferate

- Kurzinput zum Gesamtprojekt graubündenBIKE: Darco Cazin, Allegra Tourismus, Projektleiter graubündenBIKE
- Mein erfolgreiches Tourenangebot, was sind typische Erfolgsfaktoren: Mathias Marschner, TrailXperience
- Kriterien für die Auswahl und den Aufbau eines neuen Tourenangebotes: Andreas Beger, Alpenevent
- GraubündenPASS Bike und schnelles Reisegepäck: Werner Calouri, RhB
- ePlattform von Graubünden Ferien: Cordula Seiler, GRF

2.4. Flipchart-Präsentationen

Spielregeln

- A3 Blätter sind die neuen Flipcharts
- Aufs Blatt kommt der Name/Unternehmung
- In Stichworten ‚was suche ich?‘ / ‚was biete ich?‘ (Vorbereitung Hausaufgaben!)
- Jeder (sowohl Tourenveranstalter als auch Leistungsträger) hat maximal 2 Minuten Zeit für die Präsentation

Das Resultat waren 9 tolle Präsentationen von Tourenveranstaltern und 12 von Bündner Leistungsträgern.

Der Tourenveranstalter entscheidet sich mit welchen Angebotsideen er ein Second-Date sucht. Er kann 3 Second Dates auswählen die jeweils 15 Minuten dauern. Für das Second-Date wurde die folgende Struktur als Hilfestellung angeboten:

Second Date>> Gemeinsame Produktentwicklung

Schritt 1 Story/ Zielgruppe

1A)
Name/
Story

1B)
Zielgruppe/
Erwartungen

Schritt 2 Angebots- inhalt

2) Mögliche Inhalte
Im Paket

>> Transport öV
>> Transport BB
>> Bike-Guides
>> Hotels
>>

Schritt 3 Angebots- gestaltung

3A) Kosten/Preis-
Kalkulation

3B) Angebotsdauer-
Zeitpunkt

Schritt 4 Vermarktung

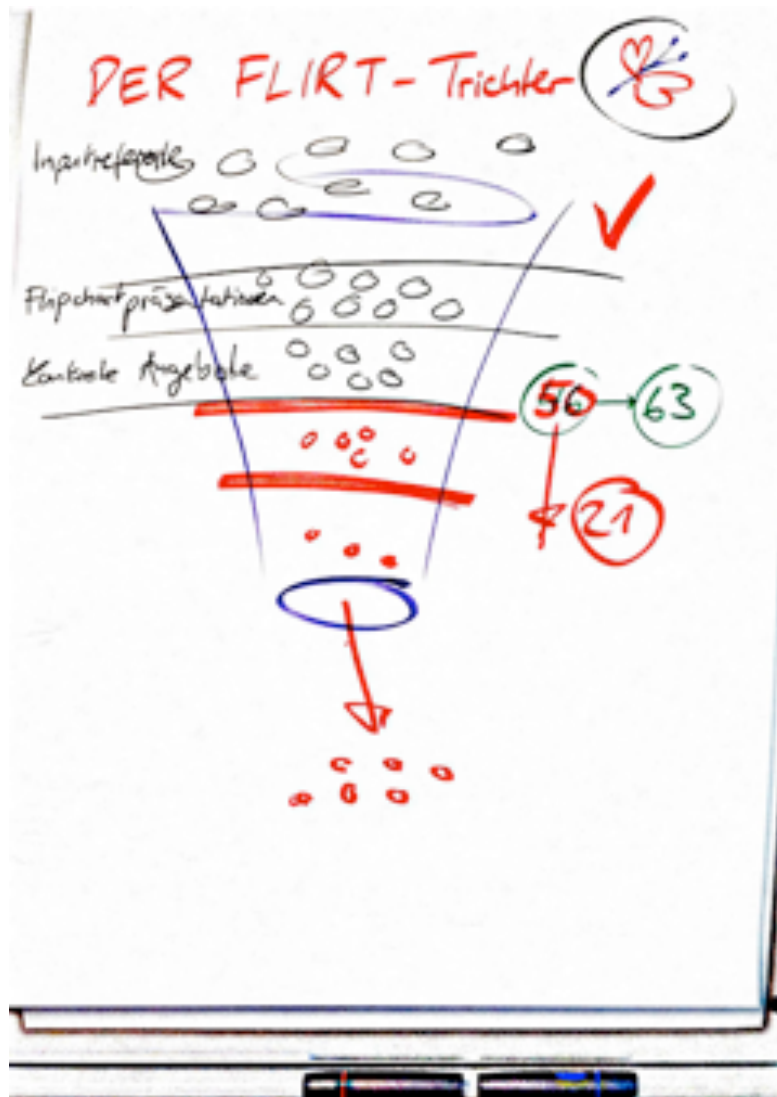
4) Buchbarkeit &
Vermarktung

graub^{enden}BIKE

Ergebnisse:

Nach den Präsentationen haben 50 Speed Dates stattgefunden. 21 Gespräche wurden vor Ort noch vertieft (Second Date). Siehe Skizze „Flirt Trichter“

Jeder Tourenveranstalter hat Kontakte und Ideen, die er verfolgen will.



2.7. Abendessen

Das gemeinsame Abendessen wurde im Restaurant GuardaVal eingenommen. Die Gespräche zwischen den Teilnehmern wurden während dem feinen Abendessen rege weitergeführt.

3. Programm Freitag | 1.04.2014

3.1. Worldcafé

Vier Arbeitsstellen zu verschiedenen Fragestellungen. An jeder Arbeitsstelle stand eine Moderatorin, die die Inputs aufnahm und notierte. Die Gruppen wurden nach jedem Wechsel gemischt. Im Anschluss wurden die Ergebnisse von den Moderatorinnen im Plenum präsentiert. Die wichtigsten Erkenntnisse:

A1) Die Vernetzung muss über diesen Workshop weiter gehen. >> Idee Kontaktbörse/Messe für Tourenveranstalter

A2) Idee Woche der offenen Türen (für Hotels/Destinationen)

A3) Filme, Fotos, Hilfe vor Ort sind für Tourenveranstalter wichtig

C1) Das Knowhow und das Netzwerk vor Ort ist für die Tourenveranstalter wichtig.

C2) Die Zielgruppe muss stark integriert werden

C3) Aussen- und Innensicht sind für Destinationen und Hotels wichtig

A) Vernetzung stärken

C) Werte schaffen

B) Angebote einführen

D) Gäste gewinnen

B1) Die Kreativität für neue Produkte muss gefördert werden.

B2) Das Timing zur Markteinführung muss stimmen

B3) Es braucht Zeit und Durchhaltewillen (>3 Jahre)

D1) GRF hat konkrete Hilfestellungen in der Vermarktung

D2) Gemeinsame Entwicklung Produkt/Kommunikation

D3) Insbesondere Geschichten interessieren.
>> Storytelling

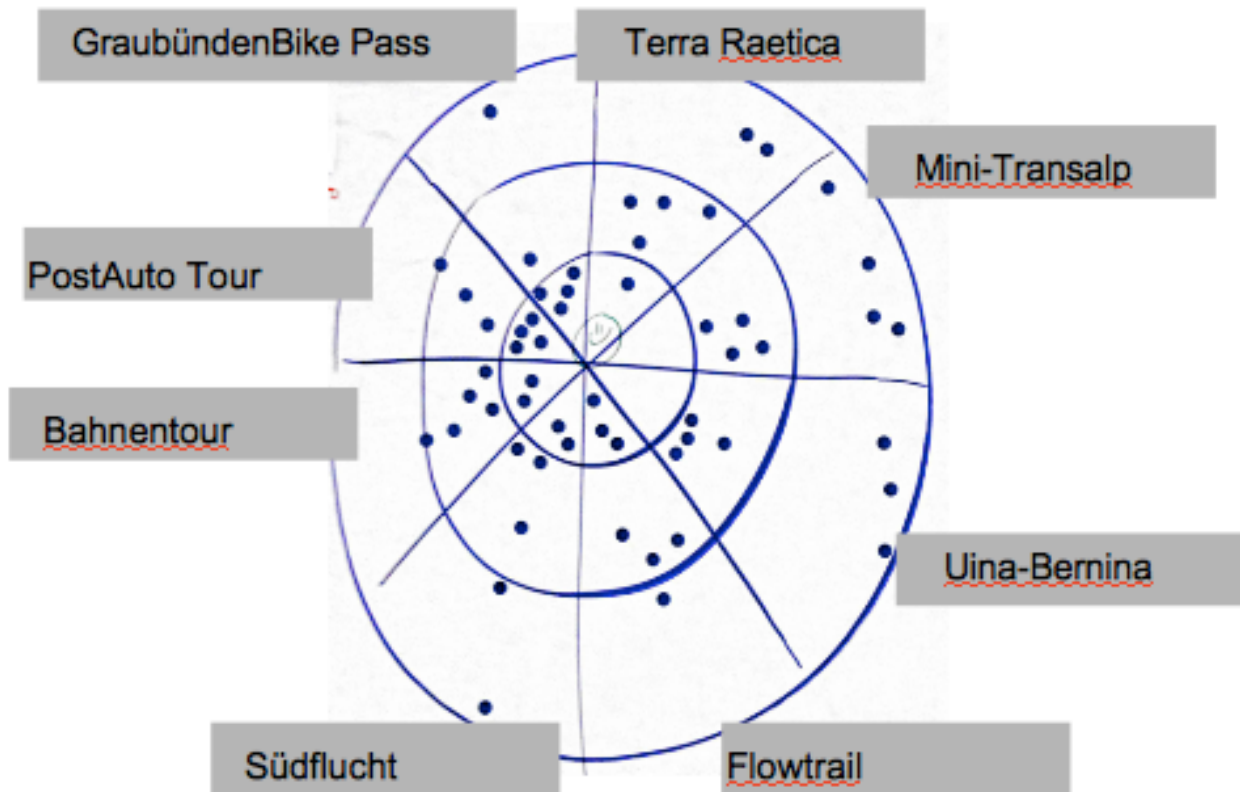
3.2. Inputreferat GRF

In einem kurzen Inputreferat präsentiert Cordula Seiler von GRF die Kooperationsmöglichkeit im Bereich Vermarktung.

3.2. Feedbackrunde

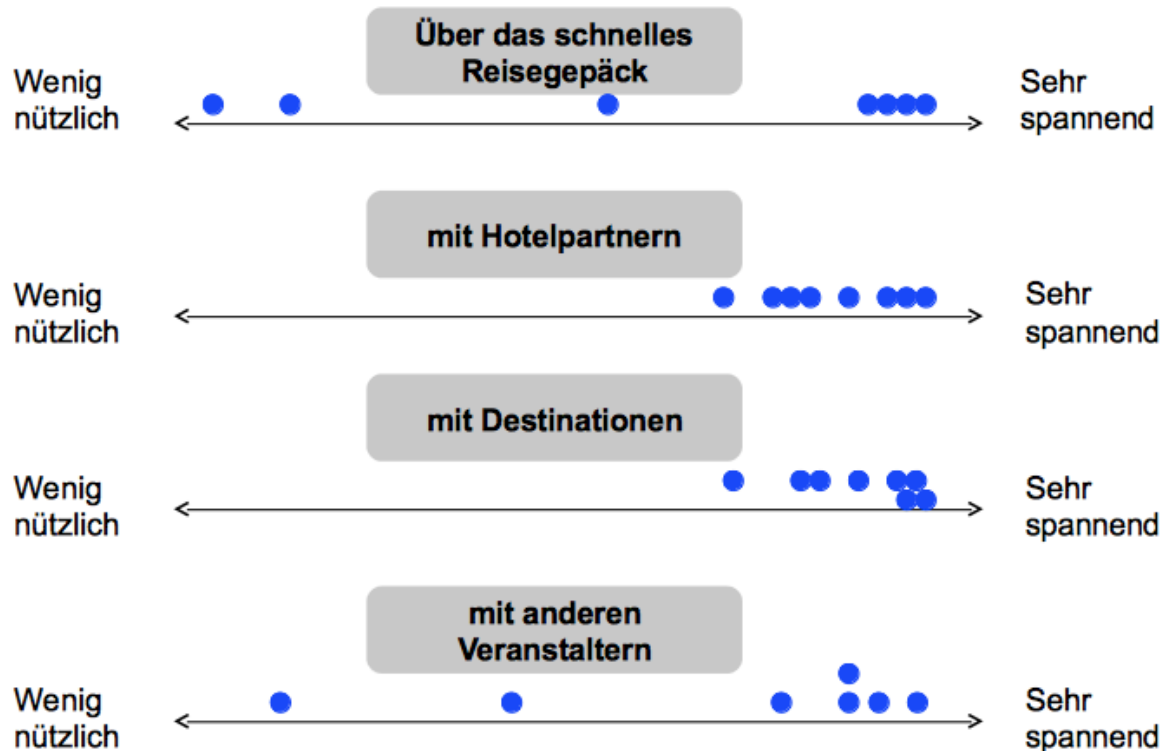
Beurteilung der Angebotsteile und der Gespräche durch die Tourenveranstalter

a) Welche Angebotsvorschläge haben für die Tourenveranstalter Potenzial zur Zusammenarbeit?



b) Wie hilfreich waren die Inputs/Gespräche?

Feedbacks der Tourenveranstalter



- Die Tourenveranstalter haben insbesondere die direkten Gespräche mit den Hotels und den Destinationen geschätzt. Dabei sind neue Ideen und wertvolle Kontakte entstanden.
- Potenzial für eine Zusammenarbeit und eine Weiterentwicklung haben insbesondere die Bahnentour, der graubündenPass und die PostAuto-Tour. Allerdings stehen der graubündenPass und die PostAuto-Tour im Wettbewerb mit den eigenen Shuttles der Veranstalter, welche als günstiger und individueller betrachtet werden.
- Die vorgeschlagenen Mehrtagestouren Südflucht, Flowtrail, Uina-Bernina, Minitransalp haben bei den Tourenveranstalter eher schlechte Karten. Gründe: Alles was auch selfguided konzipiert ist interessiert weniger; die Dauer der Touren ist eher zu kurz.
- Beim schnellen Reisegepäck gehen die Meinungen auseinander: Es wird als eher teuer wahrgenommen.

Übergeordnete Fragen von lokalen Touristiker an die Tourenveranstalter

Prozess in der Tourenplanung:

>> Die Strecke bestimmt die Hotelwahl und nicht umgekehrt!

Auswahlkriterien für die Hotels

>> Es braucht echte Gastgeber, die den Guides die Kunden am Ende des Tages ‚abnehmen‘

Gibt es / braucht es auf Tour einen Plan B bei schlechtem Wetter?

>> Es braucht Varianten und Rückfall-Optionen und evtl. einen Hotelshuttle

3.3. Mittagessen

Im Restaurant Belvedere wurde den Teilnehmern ein leckeres Mittagessen angeboten, bevor die einen die Heimreise und die anderen den Besuch beim Metzger Ludwig Hatecke in Angriff nahmen.

3.4. Besuch bei Ludwig Hatecke

Beim charismatischen Ludwig Hatecke durften die interessierten Teilnehmer einen Einblick in sein traditionelles Handwerk geniessen, selber einen Salsiz herstellen und verschiedene Produkte verkosten. Der Besuch stellte ein stimmiger Abschluss des Workshop Events und gleichzeitig eine schöne Idee für eine „Geschichte“ (Storytelling!) dar.

4. Feedback der Teilnehmer

Das Feedback der Teilnehmer wurde mit Hilfe eines online Formulars eingeholt. Nachfolgend sind die wichtigsten Punkte aufgeführt (Die vollständigen, ausgefüllten Feedbackformulare sind im beliegenden PDF einsehbar).

4.1. Konkrete Ideen und persönlicher Nutzen

- Direkter/Persönlicher Kontakt zu Tourenveranstaltern, deren Bedürfnisse spüren. Austausch mit den TO's
- Neue Kontakte und neue Beziehungen knüpfen
- Direkte Kontakte mit Hotels
- Besonders die direkten Kontakte, der Austausch/Zusammenarbeit fällt leichter, wenn Gesichter hinter den Namen/Regionen stehen.

Marc Woodtli, Mountain Adventures

- Inputs zur Produktgestaltung, konkret für Familiencamps und eine Pässetur.

Michelle Schierle, Bike-Explorer

- Ich habe neue Partner gefunden, welche meine neuen Projekte in GR unterstützen.

Werner Calouri, Rhb:

- Persönlicher Kontakt zu Veranstaltern, Hintergrundinfos zu den Angeboten grPASS Bike und schnelles Reisegepäck GR I: I abzugeben.
- Möglichkeiten/Varianten für neue Angebote, die es bis jetzt so gar noch nicht gibt.

Cyprian Sutter, Destination Davos Kloster

- Umsetzungsideen für Erarbeitung von Angeboten für die 10'000 Hm Tour

Andi Beger, Alpevent:

- Endurocross Graubünden (2015) Chur, Davos, Lenzerheide, Oberengadin
- Bergün als neuer "Geheimtipp" (2015/16)
- Trailcamp/Trail-Roadtrip v.a. Flims/Laax (2015)
- Touren und Trailcamp im Münstertal

Peter Brodschelm, Fahrtwind

- Neue Kontakte zu Hotels, Destination und anderen Veranaltern
- Erweiterung des Portfolios mit Selfguided Touren in GR

Mathias Marschner, TrailXperience

- Bergünd - das unentdeckte Stück Graubünden
- Ausbau der Aktivitäten im Engadin

Bettina Beierlein, DAV Summit Club

- Kontakte zu Regionen und Hotels. Konkret:
- 2 neue Produktideen für unseren Bereich „Bike-Reisen für Familien“

Andrea Eissler, Level-V

- Sehr viele neue Ideen und Kontakte. Konkret:
- Die Idee mit Kindern und Familien Camps bzw. Kurse anzubieten
- Fahrtechnik und Saison -Vorbereitung in Davos und Lenzerheide

- Route durch Graubünden (Alpenüberquerung)
- Graubünden Packages und PostautoTour über die Website von Level-V anzubieten (Synergien nutzen)

Tim Knab, Top-Bike-Trails

- Möglichkeiten für ein Rahmenprogramm
- Tourplanung mit lokalen Guides / Touristiker

Astrid Herzog, Velomaid:

- Mountainbikekurse für Kinder und Erwachsene.
- Ein "Bergüner Rahmenprogramm" für Bikegruppen.

4.2. Was hat gefehlt?

- Zu starker Fokus auf die Produkte. Für die einzelnen Destinationen zu wenig Gelegenheit sich einzubringen.
- Die einzelnen Anbieter (Hotels und Destinationen) wurden zu wenig eingebunden.
- Grössere Tourenveranstalter
- Veranstalter aus der Schweiz
- Vorinformation, dass es eher um die Kopplung TO und Destinationen geht als um die Hotels. Diese standen an unterster Reihe und hatten keine Möglichkeiten in den Austausch zu gehen.
- Mehr Zeit um tiefer zu diskutieren, Ideen und Visionen entwickeln.
- Zeit. Vielleicht wäre etwas weniger mehr gewesen, die Speeddating-Aktivierung hat zwar einerseits die Dinge ins Rollen gebracht - aber das Gefühl eigentlich nie wirklich einsteigen zu können blieb. Der Workshop war auf Reiseveranstalter ausgelegt - und das Missverständnis dass diese fertige Pakete mit Provisionierung als einzig glückspendende Unterstützung aus einer Region suchen hat dazu geführt, dass ein Großteil der Angebote aus eben diesen bestand - die eingeladenen Veranstalter aber viel vertikaler arbeiten und sich über ein eigenes Profil positionieren wollen - und müssen.
- Bessere Info im Vorfeld um was es wirklich geht.
- Noch mehr Teilnehmer/Partner.
- Möglichkeiten für die Destinationen und Hotels am Austausch mit den TO teilzunehmen. Die Speed- und Second Dates waren zu sehr auf die fertigen Produkte fokussiert.
- Konkreter Plan, wie die Idee der Messe für TO weiterverfolgt werden kann. Side-Event zum Ride-Kongress?

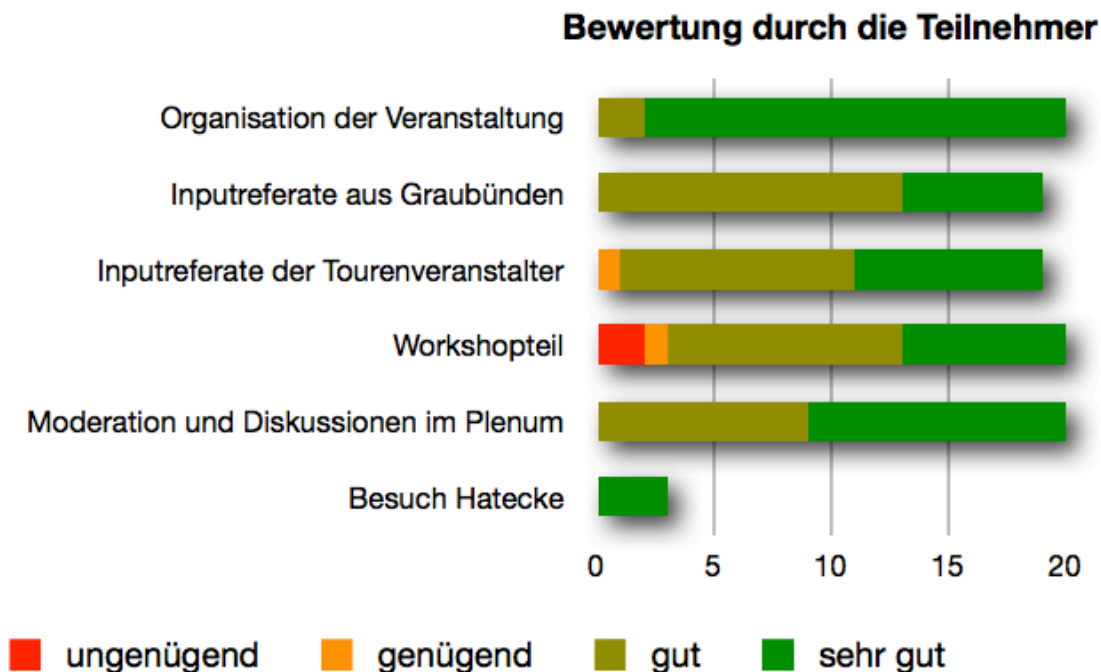
- Zeit um das Bogn Engiadina zu geniessen
- Eine Bike Tour ;-)

4.3. Was hat besonders gefallen?

- Moderation und spielerischer Aufbau (Speed-Date etc.)
- Ausreichend Möglichkeiten zu 2-er Gesprächen
- Die Formate Speed Date und Second Date: zuerst interessante Partner kennenlernen und anschliessend mit denen vertiefen, die einem bei zukünftigen Projekten helfen können! Vielen Dank dafür!
- Rundum gut und informativ
- Ort, Rahmen und Umfang
- Die Schweizer Präzision
- Effektive und trotzdem persönlich/positive und freundliche Moderation
- Extrem gute Unterbringung
- Gute, offene und entspannte Stimmung/Umgang. Kein Konkurrenzdruck spürbar, eher Bestrebungen Synergien zu nutzen.
- Angenehmes, persönliches Miteinander. Zielstrebiges Arbeiten.
- Unterhaltsame Datings, endlich mal ein bisschen Speed statt langes „Geschwätz“
- Allgemein gute Organisation, genügend Möglichkeiten für Austausch
- Stimmung, Location, Gastfreundschaft, Organisatoren. Austausch mit Veranstalter-Kollegen. Viele Menschen aus der Region, die sich Zeit nahmen.
- Die Offenheit aller Teilnehmer und die lässige Atmosphäre
- Sehr unterhaltsamer und kurzweiliger Workshop. Grosses Kompliment an Roland Anderegg und an die Organisatorinnen

4.4. Bewertung der Veranstaltung

Mittels elektronischem Fragebogen wurden durch die Teilnehmer die Aspekte Organisation, Inputreferate, Inhalte, Moderation und Diskussionen sowie der Besuch bei Hatecke bewertet:



5. Erkenntnisse und Fazit der Auftragnehmer

Der zweitägige Workshop hat den Teilnehmern eine gute Plattform zum Austausch geboten. Die fertigen Packages/Angebote wurden von den Tourenveranstaltern nur bedingt aufgenommen, sie werden von den Veranstaltern eher als Konkurrenzangebote betrachtet. Ausserdem sind die Mountainbike-Tourenveranstalter sehr darauf bedacht, dass sie individuelle, exklusive und somit nicht austauschbare Angebote anbieten können. Darum sind für die Tourenveranstalter die persönlichen Kontakte zu den lokalen Touristikern und deren individuellen Tipps, für die Gestaltung ihrer Packages, sehr wertvoll. Somit wurden alle gesteckten Ziele, ausser dem ersten (siehe Liste Punkt 1.1) erreicht.

Positive Aspekte (Stärken):

- Der offene Austausch aller Beteiligten.
- Die Inputreferate der beiden Tourenveranstalter und der aktive Austausch wurden von den lokalen Touristikern sehr geschätzt. Sie haben viel über die Bedürfnisse der TO lernen können.
- Eine gute Location (schöne Unterkunft und gutes Essen) sind wichtig und werden von den Teilnehmern wahrgenommen und geschätzt.

Aspekte mit Verbesserungspotential (Schwächen):

- Nicht alle Teilnehmer waren bis am Schluss des Workshops anwesend.
- In der Präsentation von GRF wurde den Vermarktungsunterstützungen zu wenig Gewicht gegeben.

6. Empfehlungen für das weitere Vorgehen

Der persönliche Kontakt wird von allen Seiten als sehr wertvoll und wichtig erachtet. Ein jährliches Treffen in Form eines Workshops, einer Messe o.ä. ist daher ein echtes Bedürfnis. Es wäre daher sinnvoll einen Side-Event am RIDE Kongress zu organisieren, wo diese Plattform für den Austausch der Tourenveranstalter mit den Destinationen, Hotels und anderen interessierten lokalen Leistungsträgern geboten werden könnte. Die Umsetzung am RIDE Kongress 2014 ist kurzfristig. Für 2015 wäre aber genug Vorlaufzeit gegeben. Die Frage der Finanzierung ist offen. Die Bike Agentur könnte die Organisation übernehmen.

Die lokalen Touristiker und GRF sollten den Kontakt zu den Veranstaltern pflegen. Die initiierten Ideen und konkreten Packages aber auch die Marketingkooperationen sollten unbedingt umgesetzt werden.

7. Impressionen

