

ERFAHREN  ERLEBEN

Rhein

WELTEN



Kurz und knapp



Den Rhein komfortabel, vital, naturnah, genussreich und zeitgemäss mit dem E-Bike erleben!



RheinWelten verläuft auf der Rhein-Route Nr. 2 dem Rhein entlang vom Oberalppass bis zur Grenze in Basel. In 14 Erlebniswelten entdecken Reisebegeisterte mit dem E-Bike regionale, kulinarische und kulturelle Highlights. Geleitet von einer digitalen Plattform erhalten die Gäste ausgewählte Vorschläge für einzigartigen Genuss.

Die Route verbindet als überregionales Projekt mit der Schweiz und Liechtenstein, 2 Länder, 6 Kantone und 12 Tourismusdestinationen. RheinWelten startet ab Juni 2022 mit einem Soft-Launch und ist für Gäste erlebbar. Im Frühling 2023 wird das Angebot mit einem digitalen Begleiter erweitert und ermöglicht die Reise noch individueller zu planen.



Projekt

Von den Bündner Bergen bis zur niederländischen Nordseeküste: Der Rhein bietet mit seinen über 1200 Kilometern eine enorme Vielfalt an Kultur, Kulinarik, Landschaften und Outdoor-Erlebnissen. RheinWelten bündelt diese Vielfalt – vorerst in der Schweiz – einfach und direkt auf einer neuen, digitalen Plattform zum genussvollen Reiseerlebnis.

Entlang der bestehenden Veloroute Nr. 2 werden verschiedene Erlebnistipps angelegt, die in regional-typische Erlebniswelten thematisch zusammengefasst werden. Von der alpinen Surselva bis ins urbane Basel; vom gehobenen Hotel bis zum Campingplatz; vom Wein-Tasting bis zur Bauernhofführung, von der urchigen «Bäsenbeiz» zum Gourmetrestaurant: Für die Gäste bietet RheinWelten eine Vielzahl an individualisierbaren Freizeit- und Ferienerlebnissen und dies ohne grossen Aufwand und Planung. Dieses kundenorientierte Angebot macht für die Gäste nicht nur die regionale Kultur, Kulinarik und Landschaft erlebbar, sondern bietet auch dem Tourismus einen Mehrwert. Das regionenübergreifende Projekt wird bereits

umfänglich von insgesamt 12 Tourismusorganisationen, 6 Kantonen und dem Fürstentum Liechtenstein in der Entwicklung und Finanzierung unterstützt. Weiter ist in einer nächsten Phase des Projekts der Ausbau der Route in Richtung Rotterdam in Planung.

Mit dem zunehmenden Bewusstsein für die Umwelt steigt die Nachfrage nach attraktiven, lokalen und nachhaltigen Reiseangeboten. Dazu passt das E-Bike als Fortbewegungsmittel. Die Nutzung von E-Mobilität wächst stark und macht Outdoor-Erlebnisse für mehr Menschen nutzbar. Neben dem Trend zu nachhaltigerem Reisen besteht auch ein gesteigertes Bedürfnis nach Gesundheit und Bewegung in der freien Natur.



In der Schweiz ist mehr als jedes dritte verkaufte Fahrrad ein E-Bike.

Zielgruppe

Das Angebot der RheinWelten richtet sich an Kulinarik- und Kulturinteressierte, an Naturverbundene und an Bewegungsmotivierte. Durch die Integration unterschiedlicher Erlebnisse und den Einbezug einer selektierten Vielzahl von Dienstleistern aus unterschiedlichen Segmenten entsteht für die Zielgruppe ein breites Angebot.

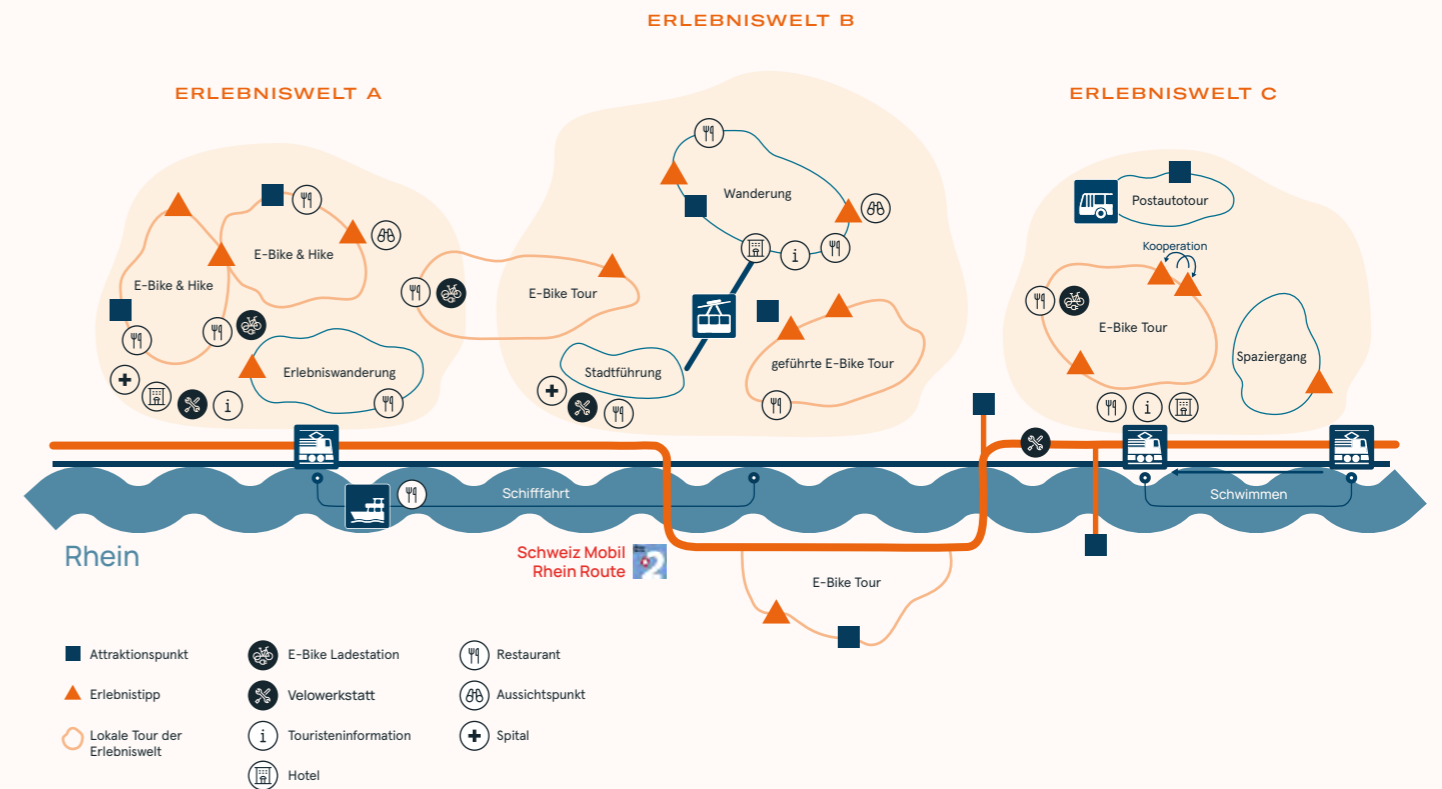


Es werden erwachsene Gäste aller Altersgruppen und mit eher höherem Einkommen angesprochen. Das Angebot richtet sich gleichermaßen an das Ferienprogramm von jungen Erwachsenen, die das Genuss-Abenteuer suchen, an erlebnisorientierte Paare sowie an Seniorinnen und Senioren, die es eher gediegen mögen und mit dem E-Bike den Zugang zur Bewegung

wiederfinden. «RheinWelten» bietet ein umfassendes Tourismusvergnügen für alle Bedürfnisse und ermöglicht durch wegweisende Digitalisierung eine direkte, zielgruppenspezifische Ansprache.

Erlebnisswelten

Eine Route mit mehreren Zentren lässt viel Raum für ein flexibles und individuelles Erleben. Ein Angebot, von dem nicht nur der Gast, sondern auch alle Dienstleister in der Umgebung profitieren.



Das Konzept der regionalen Erlebnisswelten ermöglicht den touristischen Regionen die Gäste von RheinWelten mit attraktiven Angeboten zu einem längeren Aufenthalt zu motivieren und zusätzliche Wertschöpfung (u.a. Einkauf regionaler Produkte, Erlebnisse und Dienstleistungen, Restaurantsaufenthalte und Übernachtungen) zu generieren.

Die regionalen Erlebnisswelten wurden durch die Tourismusorganisationen entwickelt und werden durch sie weiter betreut. Die Integration und Gesamtkoordination der Erlebnisswelten in RheinWelten wird von der Projektleitung sichergestellt.



Die Erlebniswelten sollen ihre potenziellen Alleinstellungsmerkmale in den Vordergrund stellen. Mit einem Claim wird die Erlebniswelt kurz und knapp umschrieben. Jede Erlebniswelt soll mit zwei prägnanten Schlagwörtern definiert werden können. Erlebnistipps, Attraktionspunkte und die lokalen Touren bilden den Raum der Erlebniswelt und sollen den Claim erlebbar machen.

Erlebnistipps

Die Erlebnistipps bieten Gästen innerhalb einer Erlebniswelt unterschiedliche, thematisch abgestimmte Angebote. Diese Orte müssen ein Erlebnis bieten. Dieses Erlebnis kann eine kulinarische oder kulturelle Prägung haben oder ein einmaliger Halt in der Natur sein. Die Tourismusorganisationen selektionieren im Rahmen der Entwicklung die Erlebnistipps. Beispiel für Erlebnistipps: Hofläden, Weingüter, kleine Brauereien, Feuerstelle, Badesee, Aussichtspunkt, etc.



Highlights

Highlights sind ausgesuchte Erlebnistipps, welche als Alleinstellungsmerkmale (USPs) für die Erlebniswelt stehen und eine überregionale/nationale Ausstrahlung haben. Entlang der gesamten Rhein-Route werden 15 bis 20 Highlights integriert.



Lokale Touren

Lokale Touren sind Hauptelemente der Erlebniswelt. Mit 3 bis 5 lokalen Touren (zu vergleichen mit Zusatzschlaufen) pro Erlebniswelt kann eine Region ihre lokalen Leistungsträger (Erlebnistipps und Attraktionspunkte) zu einem Gesamterlebnis verbinden. Das Erleben einer lokalen Tour dauert zwischen einer Stunde und maximal einem Tag und ergänzt die Fahrt entlang der Rhein-Route thematisch und abwechslungsreich.



Übernachtungsmöglichkeiten

Vielseitigkeit und Regionalität stehen für uns über der Klassifizierung mit Sternen und bilden so, gemeinsam mit den restlichen Angeboten, ein passendes Gesamterlebnis.

Erlebniswelten müssen Einzel- und Gruppenreisenden selektionierte Hotels anbieten. Dabei sollen Übernachtungsmöglichkeiten aufgezeigt werden, welche den Anforderungen der Genuss- und E-Bike-Reisenden gerecht werden. Dabei steht nicht die Klassifizierung mit Sternen im Vordergrund, sondern das Gesamterlebnis, welches stimmig sein soll. Regionale Produkte oder die kulturelle Einmaligkeit ist ein Teil des Hotelkonzepts sein. Hotels können Highlights sein und sollen unterschiedliche Bedürfnisse abdecken (z.B. Hotels, Pensionen, Campingplätze, Parahotellerie und Gruppenunterkünfte).

Positionierung der RheinWelten

• REGIONALITÄT, LOKALITÄT UND DIVERSITÄT

Die Unternehmerinnen und Unternehmer aus den Bereichen Tourismus, Gastronomie, Kulinarik, Landwirtschaft und Kultur tragen zur vielfältigen Schweizer Kultur bei. Diese wird durch RheinWelten für die Schweizer Bevölkerung und internationale Gäste zum Erlebnis.

• NACHHALTIGKEIT

Durch die Förderung des umweltbewussten Reisens und den generationen- und kulturübergreifenden Ansatz ist RheinWelten eine Antwort auf das zunehmende Bewusstsein für ökologische und soziale Nachhaltigkeit. Durch strategische Kooperationen können wir nachhaltige Projekte direkt unterstützen und leisten damit einen Beitrag für die Umwelt und das Wohlergehen der Gesellschaft.

• GESUNDHEIT UND VITALITÄT

Das E-Bike bietet Menschen jeden Fitness-Levels die Möglichkeit, sich körperlich zu betätigen und einen gesunden, ausgeglichenen Lebensstil zu führen. Dieser aktive Freizeit-Ausgleich ist auch für das mentale Wohlbefinden essenziell.

• NATURVERBUNDENHEIT

Outdoor-Aktivitäten erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Der Kontakt zur Natur erlaubt uns, zu regenerieren und zurück zu unseren Wurzeln zu finden. Der Rhein bietet dafür eine unglaubliche Vielfalt an imposanten Natureindrücken und Erholungsgebieten.

• DIGITALER REISEBEGLEITER

Unsere Plattformen vereinfachen Nutzerinnen und Nutzern das Leben und bietet Dienstleistungsanbietern durch eine individualisierte Kommunikation mit den Gästen einen entscheidenden Marktvorteil.

• UNTERNEHMERTUM UND ÖFFENTLICHE HAND

RheinWelten wird vom Bund und 6 Kantonen sowie dem Fürstentum Liechtenstein im Rahmen eines Förderprojekts (NRP) umfänglich monetär und in der Entwicklung unterstützt. Die Zusammenarbeit mit den Kantonen sowie den Tourismusdestinationen und deren Partner ist wesentlich für ein erfolgreiches Angebot. Die Integration der privaten Partner als Erlebnisse und Unterstützer hat Vorbildcharakter.





Timing

RheinWelten befindet sich in der Startphase. Ab 2022 werden die ersten Gäste die Route befahren und das Angebot wird laufend weiterentwickelt und mit neuen Partnern ergänzt. Ab Frühling 2023 profitieren die Gäste vom vollen Funktionsumfang von RheinWelten.

FRÜHLING 2021

HERBST 2021

JANUAR 2022

MAI 2022

FRÜHLING 2023



Projektteam



Simona Barmettler
Sedrun Disentis Tourismus
simona.barmettler@disentis-sedrun.ch



Kevin Brunold
Surselva Tourismus
kevin.brunold@surselva.info



Patric Berg
Viamala Tourismus
berg@viamala.ch



Jolanda Rechsteiner
Safiental Tourismus
jolanda.rechsteiner@safiental.ch



Flims Laax Falera
Jascha Schmid
Flims/Laax/Falera Mgt AG
jascha.schmid@flf.ch



Orlando Bergamin
Heidiland Tourismus AG
orlando.bergamin@heidiland.com



Matthias Kramer
Liechtenstein Marketing
matthias.kramer@liechtenstein.li



Alisa Haag
St. Gallen-Bodensee Tourismus
alisa.haag@st.gallen-bodensee.ch



Sabrina Schöllhorn
Thurgau Tourismus
sabrina.schoellhorn@thurgau-bodensee.ch



Rahel Rageth
Schaffhauserland Tourismus AG
rahel.rageth@schaffhauserland.ch



Leonie Liesch
Chur Tourismus
leonie.liesch@churtourismus.ch



Martina Isler
Naturpark Schaffhausen
martina.isler@naturpark-schaffhausen.ch



Nik Berger
Zürcher Weinland
nik.berger@zuercher-weinland.ch



Gianni de Coppi
House of Winterthur
gianni.decoppi@houseofwinterthur.ch



Peter Schläpfer
Aargau Tourismus AG
Bad Zurzach Tourismus AG
peter.schlaepfer@badzurzach.info

Projektleitung

Roger Walser
BikerNetzwerk AG
roger@bikernetzwerk.ch

Gian Carlo Casparis
Wine Tours Switzerland
casparis@wine-tours.ch

KONTAKT MEDIEN

Orlando Bergamin
Vorsitzender
IG RheinGenussRoute
Heidiland Tourismus AG
081 720 08 20
orlando.bergamin@heidiland.com

