

Kooperationsmodell 2027

IG SchweizMobil **Eurotrek AG**



ab 2027: Netzwerk Aktivreisen Schweiz



Abstract

Im vorliegenden Kooperationsmodell zeigen wir - die IG SchweizMobil (künftig: Netzwerk Aktivreisen Schweiz) und Eurotrek AG - die **Zusammenarbeit** im geschaffenen Netzwerk 'SchweizMobil' für das kommende Jahr auf.

Unsere Hauptzielsetzung ist, den Tourismuskunden **attraktive buchbare Mehrtagesangebote**, mit Voll-Service und in der ganzen Schweiz, anzubieten. Daraus generieren wir Wertschöpfung, auch in strukturschwächeren Regionen.

Unsere Mitglieder/Partner können aus **pauschalisierten Kooperationspaketen** verschiedener Stufen auswählen oder Leistungen individuell buchen. **Timing für Abschlüsse: Sommer 2026.**

Gemeinsam mit diesen/unseren Partnern wollen wir das Angebot unseres Netzwerks 'SchweizMobil' **in die Welt hinaustragen**, sowohl BtoC wie BtoB. Dazu leisten alle ihren Beitrag und wir arbeiten Hand in Hand.

Die kommenden Wochen möchten wir uns mit allen Interessierten **direkt unterhalten**, um die jeweiligen Bedürfnisse kennenzulernen und die besten Lösungen zu eruieren.

Gemeinsam vermarkten wir eines der schönsten Tourismusprodukte der Schweiz: Tourentourismus, aus Muskelkraft!

!

Eilige Leser halten sich an diese **farblich markierten Passagen ...**



SchweizMobil

SchweizMobil ist das offizielle Netzwerk des Schweizer Langsamverkehrs für Freizeit und Tourismus.

Im Sommer besteht das Angebot aus Wandern, Velofahren, Mountainbiken, Skating und Kanu fahren. Der Winter umfasst das Winterwandern, Schneeschuhwandern, Langlaufen und Schlitteln.

Mit SchweizMobil lassen sich die 1500 schönsten Routen der Schweiz und Liechtenstein entdecken: Von nationalen Routen, die in mehreren Etappen die ganze Schweiz durchqueren, bis zum Tagesausflug. Alle Routen sind offiziell, einheitlich und vor Ort signalisiert.

Zu jeder Route finden sich ausführliche Beschreibungen, detaillierte Fotoreportagen sowie praktische Zusatzinformationen zu Übernachtungsmöglichkeiten, buchbaren Angeboten, Sehenswürdigkeiten und weiteren Services.

Die Gratis-App SchweizMobil ist die ideale Begleitung für unterwegs. In der Version SchweizMobil Plus bietet sie zusätzliche Funktionen für die individuelle Tourenplanung.

Stiftung SchweizMobil
schweizmobil.ch / schweizmobil.info



Vision, Mission

Interessengemeinschaft (IG) Schweiz Mobil

Vision

Gäste aus aller Welt können die Schweiz in ihrer natürlichen Schönheit und Authentizität mit eigener Muskelkraft bereisen und erleben - einfach, zugänglich und sicher.

Mission

Als zentraler Akteur ermöglicht die IG SchweizMobil und ihr Netzwerk ein schweizweites Angebot buchbarer Mehrtagesreisen/-touren mit umfassenden Dienstleistungen* auf den schönsten Wegen der Schweiz. Das Angebot kommt aus einer Hand und wird gemeinsam vermarktet.

Eurotrek AG

Vision

Eurotrek ist der führende und bekannteste Schweizer Veranstalter von Aktivferien. Unsere Reisen sind naturnah und entwickeln sich laufend weiter. Unsere Gäste, Mitarbeitende und Partner sind Botschafter unserer Marke.

Mission

Eurotrek macht Aktivreisende glücklich - vor, während und nach den Ferien. Unser Serviceangebot* bietet individuelle und aussergewöhnliche Naturerlebnisse mit Bewegung im eigenen Tempo.

*Unterkunfts-Netzwerk, Gepäcktransport, Mietmaterial, Buchung, Beratung, Umsetzung, Hotline, Dokumentation, Kartenmaterial

Ziele, Werte

IG Schweiz Mobil

Ziele

Die IG SchweizMobil vereint die wichtigen Akteure in einem Netzwerk, welches durchgängig, auch in strukturschwachen Regionen, Wertschöpfung generiert. Sie selbst hat keine Gewinnorientierung.

Sie verzichtet zur Zweckerreichung auf den Aufbau eigener neuer Strukturen, sondern vergibt einen Auftrag an einen Ground-Operator, der die Angebotsentwicklung und -abwicklung umsetzt, mitsamt allen notwendigen Services, sowie die ganze Vermarktung erbringt.

Überdies verpflichten sich alle Mitglieder/Akteure im Netzwerk, das geschaffene Angebot auch im Rahmen ihrer eigenen Möglichkeiten aktiv mit- und hinauszutragen.

Finanzierung

Die IG SchweizMobil finanziert sich aus Mitglieder- und Marketingbeiträgen der Akteure in ihrem Netzwerk. Diese haben die Wahl über verschiedene Kooperationsmodelle (Marketing) und/oder die Mitgliedschaft in einem für sie passenden Rahmen Angebot(e) beim Ground-Operator zu platzieren.

Werte

Markt- und Kundenfokus. Schaffung von Mehrwert(en) für die Kunden. Stark Service-orientiert. Verlässlich. Zuvorkommend. Innovativ. Ökologisch. Inspirierend.

Eurotrek AG

Innovation

Wir sind innovativ und offen für neue Ideen. Technologische Entwicklungen verfolgen wir laufend und bleiben so auf dem neusten Stand.

Qualität

Qualitativ hochwertige Kundenbetreuung ist die Grundlage für eine erfolgreiche Reise. Leistungsträger und Partner wählen wir mit Sorgfalt aus. Wir kennen unsere Reisen und die inkludierten Leistungen persönlich und sichern so eine hohe Qualität. Wir nehmen die Anliegen unserer Kunden ernst und sehen jedes Feedback als Chance zur Verbesserung.

Naturverbundenheit

Wir organisieren Reisen in der Natur. Deshalb respektieren wir unsere Umwelt. Mit natürlichen Ressourcen gehen wir sparsam um und wir versuchen den Verbrauch laufend zu optimieren.

Teamwork

Vertrauen und Kollegialität haben für uns einen hohen Stellenwert. Wir helfen und unterstützen einander. Der Zusammenhalt im Team ist ein wichtiger Faktor für unseren Erfolg.

Kundenorientierung

Unsere Kunden können uns vertrauen und sich auf uns verlassen. Wir sind bei Fragen oder Problemen vor, während und nach der Reise für sie erreichbar und gehen bestmöglich auf Anliegen unserer Kunden ein.

Umsetzung, Leistungen, Infos

IG Schweiz Mobil

Der Ground-Operator erstellt auf der Basis der Partnerschaften eine Auswahl an buchbaren Angeboten, die mit den Mitgliedern/Regionen abgestimmt werden.

Diese Produkte werden offline, online und über B2B-Partner vertrieben und beworben.

Jedes Mitglied (und jeder Partner) der IG SchweizMobil erhält i.d.R. quartalsweise ein Reporting zu den Umsatz- und Personenzahlen.

Als Verein führt die IG SchweizMobil mind. eine jährliche Mitgliederversammlung durch, an der (oder im Anschluss daran) ein detailliertes Reporting zu den Reisen, Übernachtungen und den Marketing-Massnahmen vorgelegt wird.

Weitere Infos

www.eurotrek.ch/ig-schweizmobil

Eurotrek AG

Leistungen

Produkt-Management

Buchbarmachung von Angeboten

Vermarktung

B2C: Messen, Kataloge, Newsletter, Youtube, Podcast, Social media,

Online-Werbung, Homepage

B2B: Internationaler Vertrieb

Beratung und Buchung

Buchung online, telefonische Beratung, à la carte-Offerten, Buchung von Service-Leistungen

Operating der Reisen

Reisunterlagen, Gepäcktransport, Velo-/MTB-Miete und -bereitstellung, Service-Hotline

Weitere Infos – zur Firmengeschichte von Eurotrek

www.eurotrek.ch/de/ueber-uns/vorstellung/firmengeschichte

Weitere Infos – zur Eurofun-Gruppe

www.eurofun-gruppe.at/de

Gemeinsam vermarkten wir eines der schönsten Tourismusprodukte der Schweiz: Tourentourismus, aus Muskelkraft!



Kooperationspakete im Vergleich

Paket	L	M	S	I
Preis, CHF (inkl. Mitgliederbeitrag IG, exkl. MWST auf Kooperationsanteil)	45'000	35'000	25'000	20'000 (richtet sich an Institutionelle Partner)
Freileistungen (wahlweise Freiplätze Reisen (z.B. für Wettbewerbe) oder Buchbarmachung neues Angebot oder...)	3'500	1'500	0	3'500
Leistungen				
Anzahl buchbare Reisen	> 12	8 bis 9	max. 5	tbd
Katalog (*Katalog FR in leicht reduziertem Umfang)	Image-Doppelseite Alle Reisen im Katalog DE und FR* (halbe bis Doppelseiten) 50% der Reisen in EN (online)	Image-Doppelseite 8 bis 9 Reisen im Katalog DE und FR* (halbe bis Doppelseiten) 50% der Reisen in EN (online) Min. Umsatzziel Reisen: je ca. 15'000/Saison	Image-Doppelseite Max. 5 Reisen im Katalog DE und FR* (halbe bis Doppelseiten) 50% der Reisen in EN (online) Min. Umsatzziel Reisen: je ca. 15'000/Saison	Image-Seiten im Katalog DE und FR Einbindung Karte(n) und Infos, allfällige Reisen Präsenz EN (online)

Kooperationspakete (2)

Paket	L	M	S	I
Internationaler Vertrieb	Aufnahme mehrerer Angebote in den Warenkorb für den internationalen Verkauf. Webinare (Touren-Vorstellung(en)/Verkäufer-Schulung) bzw. Sales-Dokumentation für Angebote, gemäss Nachfrage	Aufnahme mind. eines Angebots in den Warenkorb für den internationalen Verkauf. Webinar (Touren-Vorstellung(en)/Verkäufer-Schulung) bzw. Sales-Dokumentation für Angebot(e), gemäss Nachfrage	Aufnahme eines Angebots in den Warenkorb für den internationalen Verkauf. Webinar (Touren-Vorstellung/Verkäufer-Schulung) bzw. Sales-Dokumentation für ein Angebot, gemäss Nachfrage	Aufnahme allfälliger Angebote des Partners in den Warenkorb für den internationalen Verkauf. Webinare (Touren-Vorstellung(en)/Verkäufer-Schulung) bzw. Sales-Dokumentation für allfällige Angebote, gemäss Nachfrage
Key Media Management	Bevorzugte Behandlung in punktuellen Medienmitteilungen und monatlichen Reportagen. Dito betreffend Vorstellung (v.a. neuer) Reisen bei Medienbesuchen	Key-Media Management (in punktuellen Medienmitteilungen und monatlichen Reportagen). Vorstellung (v.a. neuer) Reisen bei Medienbesuchen	Key-Media Management (in punktuellen Medienmitteilungen und monatlichen Reportagen). Vorstellung (v.a. neuer) Reisen bei Medienbesuchen	Bevorzugte Behandlung (in punktuellen Medienmitteilungen und monatlichen Reportagen). Dito bei Medienbesuchen
Messen	Auflage des Katalogs an mind. 2 Publikumsmessen			
Option 'Buchbarmachung' zusätzliche Reise	Pauschale CHF 3'000 im 1. Jahr (Schaffung) und CHF 3'000 im 2. Jahr (Vermarktung, mit min. Umsatzziel ca. 15'000/Saison)			
www.eurotrek.ch	Landingpage Alle Reisen auf der Homepage 50% in EN	Landingpage 8 bis 9 Reisen auf der Homepage 50% in EN	Landingpage Max. 5 Reisen auf der Homepage 50% in EN	Landingpage Allfällige Reisen auf der Homepage 50% in EN

Kooperationspakete (3)

Paket	L	M	S	I
SchweizMobil	Präsenz der buchbaren Angebote auf den Seiten von SchweizMobil			
Schweiz Tourismus (je nach vertraglicher Möglichkeit)	Präsenz der buchbaren Angebote auf myswitzerland.com			
SEA, GEO	Bewerbung der buchbaren Angebote im Rahmen Kampagnen Eurotrek (GDN, Adwords, Facebook ...)			
Newsletter & eigene digitale Kanäle	Nennung mehrerer buchbarer Reisen in einem B2C-Mailing von Eurotrek, soweit möglich auch in einem B2C- Mailing von SchweizMobil Nennungen auf Social media, Podcast oder Youtube	Nennung einer buchbaren Reise in einem B2C-Mailing von Eurotrek Nennungen auf Social media, Podcast oder Youtube	Nach Möglichkeit Nennung einer buchbaren Reise in einem B2C-Mailing von Eurotrek Nennungen auf Social media, Podcast oder Youtube	Nennung einer allfälligen buchbaren Reise in einem B2C-Mailing von Eurotrek Nennungen auf Social media, Podcast oder Youtube
Übriges:	Buchung 1 zusätzliche Reise, pro Paket: 3'000			
	Katalogseite (DE und FR), Werbung: ab 5'000			
	Angebotsseite Individualpartner/generell: 6'000			
Mitgliedschaften:	Regionen: Basisbeitrag 6'000, Zusatz gemäss Statuten (im Rahmen Kooperationspaket)			
	Schweiz Tourismus: 10'000			
	Partner mit Angebotseinbindung: 6'000 (Basisbeitrag)			
	Partner ohne Angebotseinbindung/Einzelpartner: 3'000			
	Passivmitgliedschaft: 1'500 (ohne Stimmrecht)			

REPORTING

Angaben Ende Saison hier:

Marketing-Leistungen durch Partner

! Erwartungen:

- Weitergabe der Angebote auch an Unterregionen/Destinationen mit Bitte auf Verlinkungen zu buchbaren Angeboten. **So erzielen wir mehr Sichtbarkeit und Vertrauen!**
- Hinweis auf buchbares Package bei Tourenbeschreibungen auf Landingpages oder via Outdooractive, Komoot oder anderen Plattformen.
- 2 bis 3 Social media-Posts im Jahr über buchbare Packages in der Region.
- Bereitstellung von Performance-Marketing: Budget im Wert von mind. CHF 1000.- auf Google Adwords, Meta oder via Schweiz Tourismus-Partnerschaft zur Distribution der buchbaren Angebote.
- Falls vorhanden: Integration der Reiseangebote in die hauseigenen Onlineshops.

Um ein flächendeckend rentables Geschäft in der Schweiz in seinem ganzen Umfang aufrecht zu erhalten, ist Eurotrek auf Marketingmassnahmen von Seiten Regionen/Partner angewiesen! Dies hilft, zusätzliches Volumen zu generieren und den beträchtlichen betrieblichen Aufwand zu decken.

Integrationen (Bsp.) in den Marketing-Mix

Product • Sorgfältige Produktentwicklung und Gestaltung • Sortimentsplanung	Price • Aktionen/Rabatte von Eurotrek-Angeboten individuell verhandelbar
Promotion • Aufbau von Inspirationsseiten zum Thema «Touring im Langsamverkehr» (Mehrtaages-Wanderungen, Mehrtaages-Velotouren, Hüttentouren, etc. mit Verlinkung zum buchbaren Angebot von Eurotrek • Social Media Ads • Aufnahme von Eurotrek-Angeboten oder passenden Inspirationsseiten in Google Adwords Kampagnen der Regionen • Bewerbung der Angebote/Aktivitäten in Publireportagen oder physischen Anzeigen • Bewerbung von Angeboten an Messen/Events • Aufnahme im Newsletter im Austausch mit Eurotrek-Newsletter	Place • Verlinkung der Reiseangebote auf Webseiten • Physische Präsenz der Kataloge in Tourismusbüros oder an öffentlichen von den Regionen betreuten Orten • Falls vorhanden: Aufnahme der Angebote in das individuelle Buchungssystem (Schnittstellen) • Auslegung von Flyer in Tourist Offices (NEU)

Diese Liste ist nicht vollständig. Ein Reporting über die getätigten Massnahmen seitens Regionen wäre top!

Marketing-Leistungen durch Eurotrek / Bsp.

Buchungsseiten

The image displays two screenshots of the Eurotrek website's booking interface. The left screenshot shows a search results page for 'Bikeferien Valais Panorama Bike'. It features a sidebar with filters for 'Reiseziele (197)', 'Suchbegriff oder Code', 'Anreise - Abreise', and 'Suche'. The main content area shows a list of travel options, including 'Bikeferien Valais Panorama Bike' with a price of 'ab 969.- CHF' and a difficulty level of 'mittelschwer'. The right screenshot shows a detailed booking page for 'Bikeferien Valais Panorama Bike'. It includes a price calculator showing 'ab 969.- CHF' and a 'Preis berechnen' button. The page also features a 'Seite als PDF heruntergeladen' button and a 'Jetzt buchen' button. The background of the right screenshot shows a scenic view of a mountain range.

- Jährliche Aktualisierung von total 480 Buchungsseiten in 3 Sprachen
- Bildupdates/Feedbacks erwünscht
- Erarbeitung eines neuen Buchungsformulars (2026)

Blog

Azaleen Tessin

Von [Romane Bayard](#)

Die süsslich duftenden Azaleen findet man im Tessin in allen Farben: gelb, orange, rosa, rot, violett oder weiss. Das wunderschöne Blütenspektakel bewundert man am besten im Frühling, zwischen März und Mai.

Die farbenfrohen Blumen laden dazu ein, in den beeindruckenden Gärten und Parks etwas zu verweilen und dieses herrliche Leuchten in sich aufzunehmen: sei es im [botanischen Garten von Ouchy](#) oder auf dem [Seraingebirge](#), dem einzigen botanischen Park der Schweiz, der auf einer Insel liegt. Am besten entdeckt man dieses herrliche Spektakel mit einer Velotour. Das Tessin punktet zudem noch mit einem milden Klima, glitzernden Seen, tollen Kaffees und dem Dolce Vita Flair.



Velotour Bodensee - Lago Maggiore
6 Tage
★★★★★ 27 Bewertungen



Bühende Magnolen mit Blick auf verschneite Alpengipfel.



Wandern auf dem Trans Swiss Trail - Teil zwei

Tropische Temperaturen, karibische Grösse und eine verhängnisvolle Meringue

Vom Drei-Seen-Land zu den Hügeln des Emmentals: Die zweite Etappe des Trans Swiss Trails fordert [Franziska Hübner \(Text\)](#) und [Indra Joshi \(Fotos\)](#) heraus — nur anders als gedacht. Zwar sind die Höhenmeter harmlos, aber die Versuchungen am Wegesrand haben es in sich.

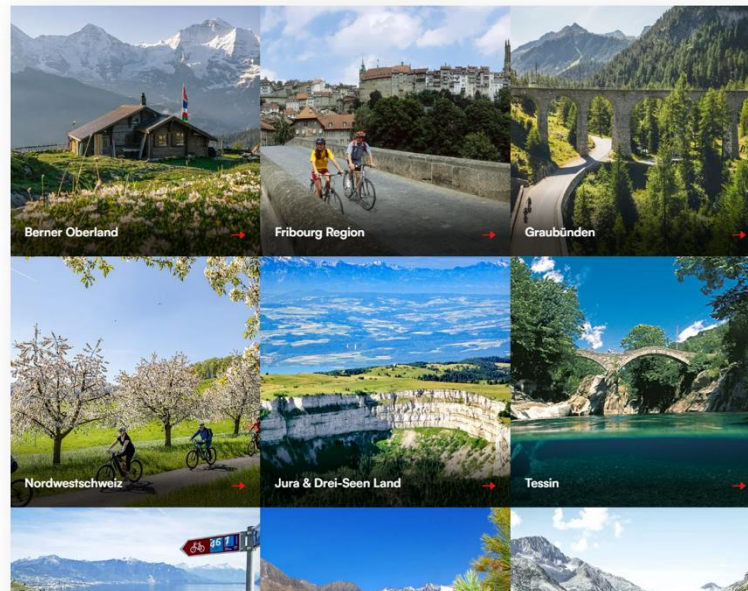
21. März 2025

Artikel teilen



Portale der Regionen

Schweizer Regionen im Überblick



- Regelmässiger Blog über CH-Reisen (2x monatlich)
- Themenideen erwünscht!
- Teilen, recyceln erwünscht

- Regelmässige Überarbeitung durch Eurotrek
- Weiterentwicklung (z.B. Themenseite Wanderferien Berner Oberland)
- Inputs für neue Fokusthemen/Bildmaterial erwünscht

Newsletter





**MTB:
Neuchâtel Bike**

Erst über Jura-Kreuzen und dann weiter ans Ufer des Doubs. Auch Creux-du-Vans und die Aare-Schlucht dürfen bei dieser Biketour natürlich nicht fehlen. Nur vier Tage für so viele Highlights!

[zur Reise](#)



**Wandern:
Sentiero Lago di Lugano**

Die Ausblicke auf den Lago di Lugano und die verschneiten Walliser Gipfel zählen zu den schönsten, die die Schweiz zu bieten hat. Die perfekte Frühlingsreise für alle, die hoch hinaus möchten.

[zur Reise](#)

**Reisebericht:
Freiburger Fondue-Runde**

Die Region Fribourg bietet hügelige Kulturlandschaften und schöne alte Städte. Werner hat sie im Juni auf der Freiburger Fondue-Runde bereist und schildert uns hier seine Eindrücke.

[zum Bericht](#)



- 2 x monatlich auf DE an 24'000 Empfänger
- 1 x monatlich auf FR an 5'000 Empfänger
- Reisevorschläge, Reiseberichte, Videos, Blogbeiträge zu den Reisen in den Regionen

Youtube Reisevlogs



Wanderferien Via Engiadina - Entlang malerischer...

Eurotrek
1409 Aufrufe • vor 1 Jahr

[Untertitel](#)



Peaks of the Balkans - Wandern über die Grenzen...

Eurotrek
1416 Aufrufe • vor 1 Jahr

[Untertitel](#)



Die Haute Route - Hüttentour im Wallis

Eurotrek
1178 Aufrufe • vor 1 Jahr

- Alle 2 Monate neuer Reisevlog
- Letztes CH-Projekt [Rund um den Nationalpark](#)

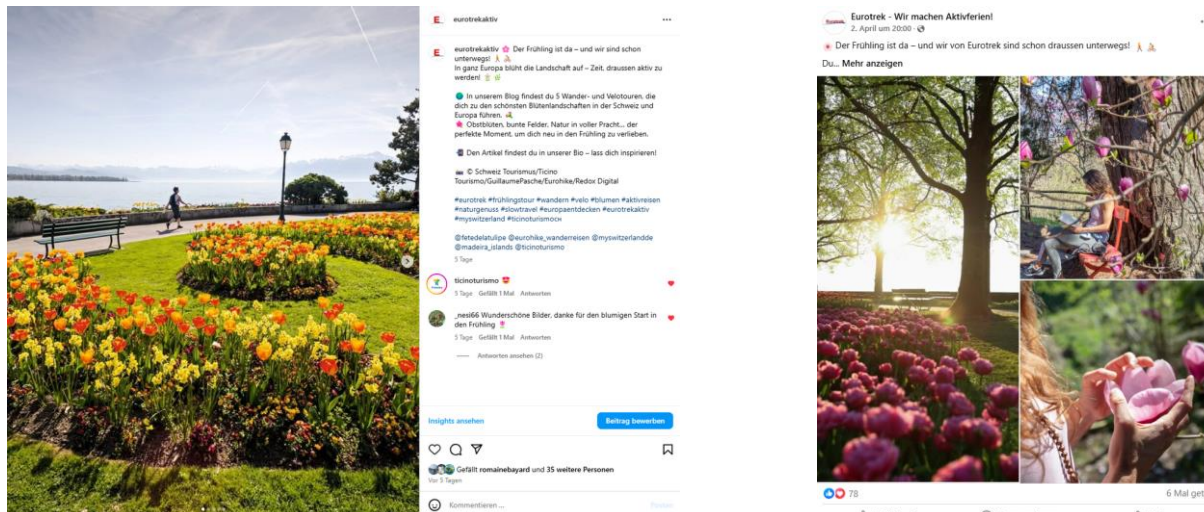
Anzeigen



- Inserate und Zeitungsberichte (Travelmagazin, Velojournal)
- Gewinnspiele und Verlosungen (z.B. SchweizMobil, Swissmilk)



Social media



- Regelmässige Postings auf Instagram und Facebook
- Einsatz von Social Budget für Kampagnen
- Machen wir etwas zusammen: → [zum Beispiel](#)

Facts für Interessierte

IG SchweizMobil. Budget. Herkunft, Verwendung.

Das Jahresbudget der IG liegt etwas unter CHF 400'000. Es generiert sich je etwa zur Hälfte aus Mitgliederbeiträgen und Kooperationen. Während Mitgliederbeiträge vor allem der Schaffung und dem landesweiten Betrieb der Services zukommen, fliessen die Kooperationen in Kommunikation und Vertrieb/Vermarktung.

Ein überwiegender Anteil des Jahresbudgets geht an den Ground Operator Eurotrek, für die Bereitstellung der Services und deren Betrieb sowie das ganze Operating, inklusive Vertrieb.

Erfolg, Umsatzzahlen. Durchschnittliche Aufenthaltsdauer.

Aktuell generiert das Netzwerk jährlich jeweils gut 4 Millionen CHF Reiseumsatz. Daneben noch Umsätze aus dem Verkauf isolierter weiterer Services. Das Ganze bei rund 4'000 Gästen, rund 25'000 Übernachtungen und bei ca. 40'000 transportierten Gepäckstücken.

Da die angebotenen Reisen im Operating sehr komplex und deshalb aufwändig sind, ist der grosse kommerzielle Erfolg bisher nicht eingetreten. Allerdings finden in den Tourismusregionen schweizweit wichtige Übernachtungen und weitere Ausgaben statt!

Der genannte Umsatz ist zudem wohl bloss ein Bruchteil der effektiv getätigten Kundenausgaben. Zählungen und Erhebungen der Stiftung SchweizMobil auf den Routen haben ergeben, dass nur rund einer von zehn übernachtenden Kunden mit Eurotrek unterwegs war. Alle anderen sind Selbstorganisierer ... die sich aber durchaus von den bestehenden Pauschalangeboten inspirieren lassen! Für diese Realität spricht auch die durchschnittliche Aufenthaltsdauer eines über Eurotrek buchenden Gastes. Sie liegt bei über 5 Tagen. Vor allem die kürzeren Aufenthalte – und gerade auch solche auf dem Velo – lassen sich leicht(er) selber organisieren und bspw. der Gepäcktransport ist eher verzichtbar.

Facts für Interessierte (2)

Projekte, Innovation. Bsp. Innotour mit Produktfeldern Gruppen und Hüttentouren.

Ein Anliegen des Netzwerks ist die Umsetzung von Innovationen. Kürzlich wurden die Arbeiten an zwei neuen Geschäftsfeldern, Hüttentouren und Gruppenangebote, abgeschlossen, welche nun in den Normalbetrieb übernommen wurden. Sie waren eingebettet in ein Innotour-Projekt.

Ziele für die kommenden Jahre.

Die letzten Jahre waren von grosser Kontinuität geprägt, mit einer hervorragend funktionierenden Arbeit des Ground Operator. Externe Faktoren (wirtschaftliche, geopolitische, klimatische Krisensituationen) sorgen indessen immer wieder für Überraschungen. Sorgen bereiten auch die zuletzt merklich gestiegenen Kosten und Preise. Deshalb braucht es für einen längerfristig rentablen Betrieb entweder Umsatzsteigerungen oder kostenbewussteres Umsetzen, unter gewissen Einsparungen.

Der bereits eingeschlagene Weg stimmt zuversichtlich. Die Nachfragetendenzen ebenso. Das Netzwerk hatte in diesem Sinne sein Kooperationsmodell bereits für 2025 leicht angepasst. Viel Potenzial liegt in einem Plus an Zusammenarbeit unter den Netzwerk-Partnern. Künftig soll dem Informations- und Wissenstransfer, sprich der Optimierung der Arbeit und des Austausches im Netzwerk, noch mehr Raum zu kommen.

Offen für weitere Partnerschaften. Mithilfe bei Projekten, Ideen.

Das Netzwerk bleibt weiterhin offen für neue Partnerschaften. Auch geht es darum, in der Kommunikation weitere win-win-Situationen zu erschliessen. Eine Zusammenarbeit ist recht preisgünstig, zumal das Netzwerk keine Gewinn-Erzielung verfolgt sondern touristische Wertschöpfung, letztlich bei den Leistungsträgern. Gerne stehen die Netzwerk-Mitglieder für Informationen und beratende Begleitung zur Verfügung.

Bis bald!

