

*Wir machen Aktivferien!*

**Mitgliederversammlung**

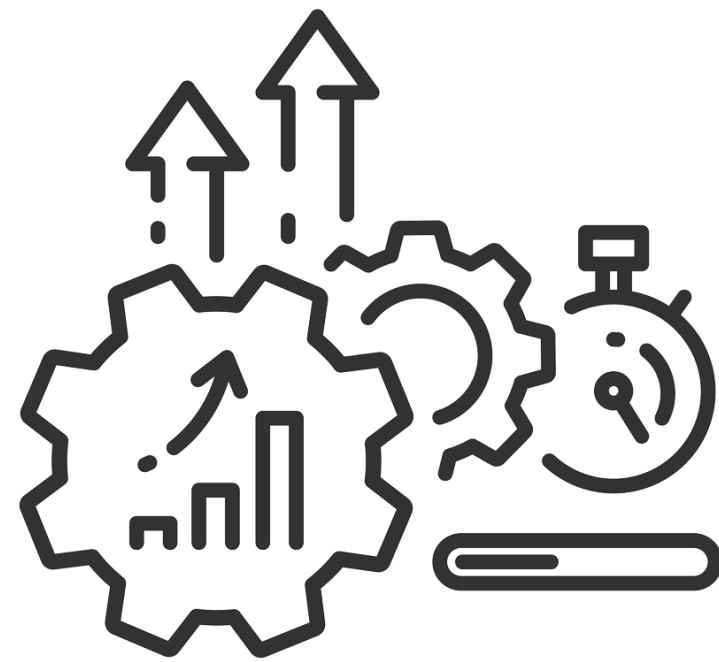
**IG SchweizMobil  
2026**



# Update Eurotrek



## Prozessoptimierungen



## Fahrerworkshop (Zürich, Wallis, Tessin)



# Neue Fahrzeuge

- Ersatz von 3 Fahrzeugen
- 2x Opel Vivaro, 1x Opel Movano (grosser Kastenwagen)
- Fahrzeugbeschriftung in neuem Design



# Nachhaltigkeit



Zertifizierungsstufe Partner  
Ziel 2026: Stufe Certified



Zertifizierungsstufe Committed  
Ziel 2025/26: Stufe Engaged



Eigene Marke "Naturally Aktiv"  
Strategisches Ziel: Aufbau von  
nachhaltiger Produktlinie

# Reporting Gästezahlen 2026

# Gäste pro Region 2026

Stichtag: 10.03.2026

	Anzahl PAX 2026	Anzahl PAX 2025	Anzahl PAX 2024
Berner Oberland & Bern	268	266	258
Fribourg Région	60	21	36
Genfersee & Waadt	196	172	110
Graubünden	248	209	167
Jura & Drei-Seen-Land	91	102	51
Nordwestschweiz	61	61	36
Ostschweiz	3	119	76
Tessin	195	119	83
Wallis	220	103	88
Zentralschweiz	251	188	122
Eurotrek-Alpin	24	22	17
Liechtenstein	37	-	-
À la carte (nicht zugewiesen CH)	-	45	102
<b>Total</b>	<b>1'654</b>	<b>1'427</b>	<b>1'146</b>
Planwagen Eigentouren CH	86	187	99
Mont Blanc	66	80	65
Gepäcktransporte	552	329	13

Umsatz 2026: 60%  
erreicht per 10.03. von  
Umsatz 2025

PAX 2026:  
**+ 15.91%**

Ziel 2026  
Gäste + 4% (+150 PAX)



# Gäste pro Aktivität 2026

Stichtag: 10.03.2026

	Anzahl PAX	%	B2C	%	B2B	%
Velo Eigentouren CH	498	30%	203	53%	295	47%
Rennvelo Eigentouren CH	1	0%	1	0%	0	100%
Mountainbike Eigentouren CH	77	5%	48	82%	29	18%
Wandern Eigentouren CH	980	59%	481	58%	499	42%
Eurotrek Alpin Eigentouren CH	24	1%	5	76%	19	24%
Eurotrek Trailrunning CH	0	0%	0	100%	0	0%
À la carte Eigentouren	74	4%	53	92%	21	8%
Summe CH PAX	1654		791	48%	863	52%





# Produktmanagement

## 2027

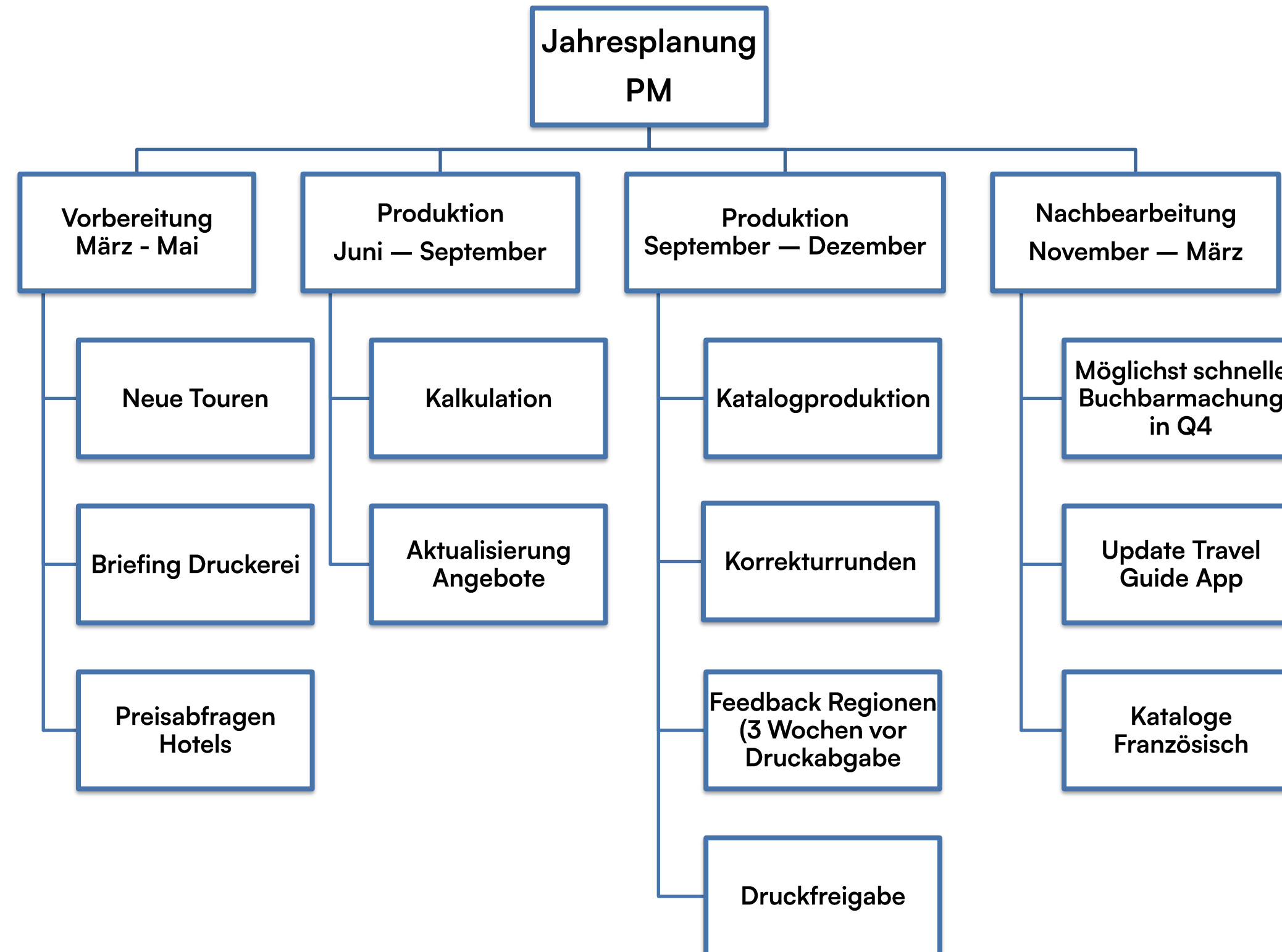
# Neue Reisen 2027

- **4-5 Gravelbike Touren in der Schweiz (auf sinnvollen Routen) für 2027 konzipieren**
- **Schärfung des MTB-Angebots**
- **Gezielte Angebotsanpassungen im Velo- und Wanderland**

# Ziele Katalogproduktion

- **Mehr Zeit für Kontrolle für euch Regionen**  
2 Wochen Zeit für Feedbacks. 3 Wochen vor Druckabgabe. 
- **Mehr inhaltliche Tiefe 2.0**  
Nach den Magazinseiten, neue Katalog-Introseiten 

# Roadmap 2027

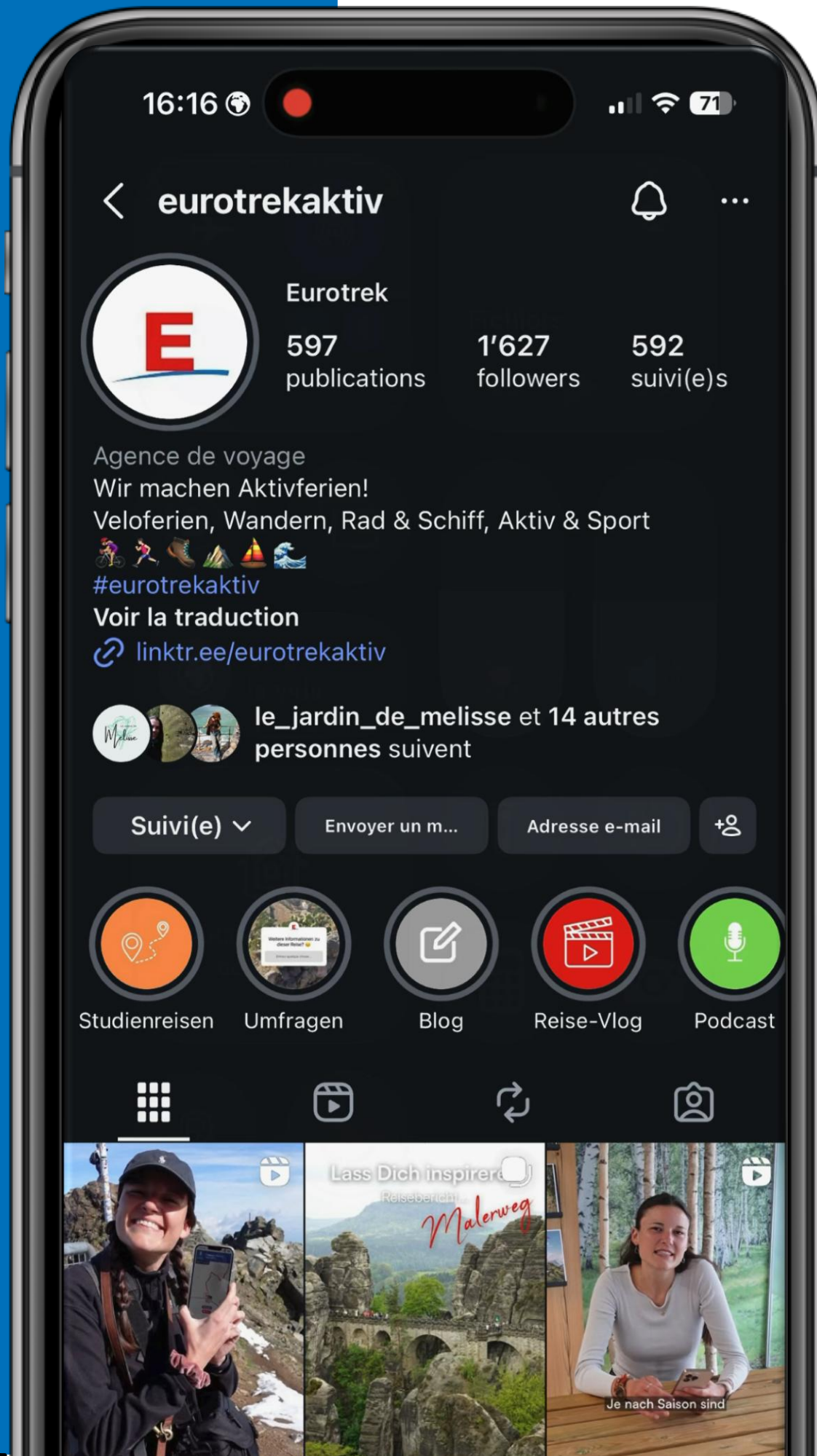


# Marketing

# Marketing

## Ziele/Massnahmen 2026 :

- Social Media Budgeterhöhung um 50%
- Erhöhung Conversion Rate um 30%
- Erhöhung Engagement Rate um 30%
- Konstantere Performance über das ganze Jahr  
Hauptbuchungszeit stärker bearbeiten (Kampagnen)
- 2 x Newsletter pro Monat
- Gezielte Präsenz in Print-Medien



# Google Analytics

01.11.2025 – 24.03.2026

## Website Klicks

ca. 52 k Klicks / - 10 %

- Verlust hauptsächlich durch AI Overviews (Google) im Organic und Paid Search Bereich
- Holen in allen Bereichen stark auf (Umstellung von Google war im letzten Jahr in diesem Zeitraum).

## Referrals:

ca. 4,5 k Klicks / - 13.6 %

## E-Mail:

12 k Klicks / + 36.4 %

- Auswirkungen der 2x Newsletter-Strategie



# YouTube

2025 vs 2026

## Auswirkungen der Kampagnen:

### Views

2026: **685 k**

2025: 127 k

### Watch Time:

2026: **1800 h**

2025: 849 h



The screenshot shows a YouTube video player interface. At the top left is the YouTube logo with a 'CH' superscript. To its right is a search bar containing the text 'Suchen' and a magnifying glass icon. The video content shows four hikers standing in a forest. A blue banner at the bottom of the video frame contains the text 'Wiedergeben Romaine wandert mit Freunden in der Schweiz'. Below the video frame, the video title 'Wanderferien Nationalpark Panoramaweg von Romaine' is displayed. At the bottom of the player, there is a channel name 'Eurotrek' with '134 Abonnenten', a notification bell icon, a thumbs-up icon with the number '1', a thumbs-down icon, a share icon labeled 'Teilen', a bookmark icon labeled 'Speichern', a scissors icon labeled 'Clip', a download icon labeled 'Herunterladen', and a three-dot menu icon.



# Social Media

## Facebook & Instagram 2025 vs 2026

Impressions:

2026: **630 k**

2025: 470 k

Klicks auf Webseite:

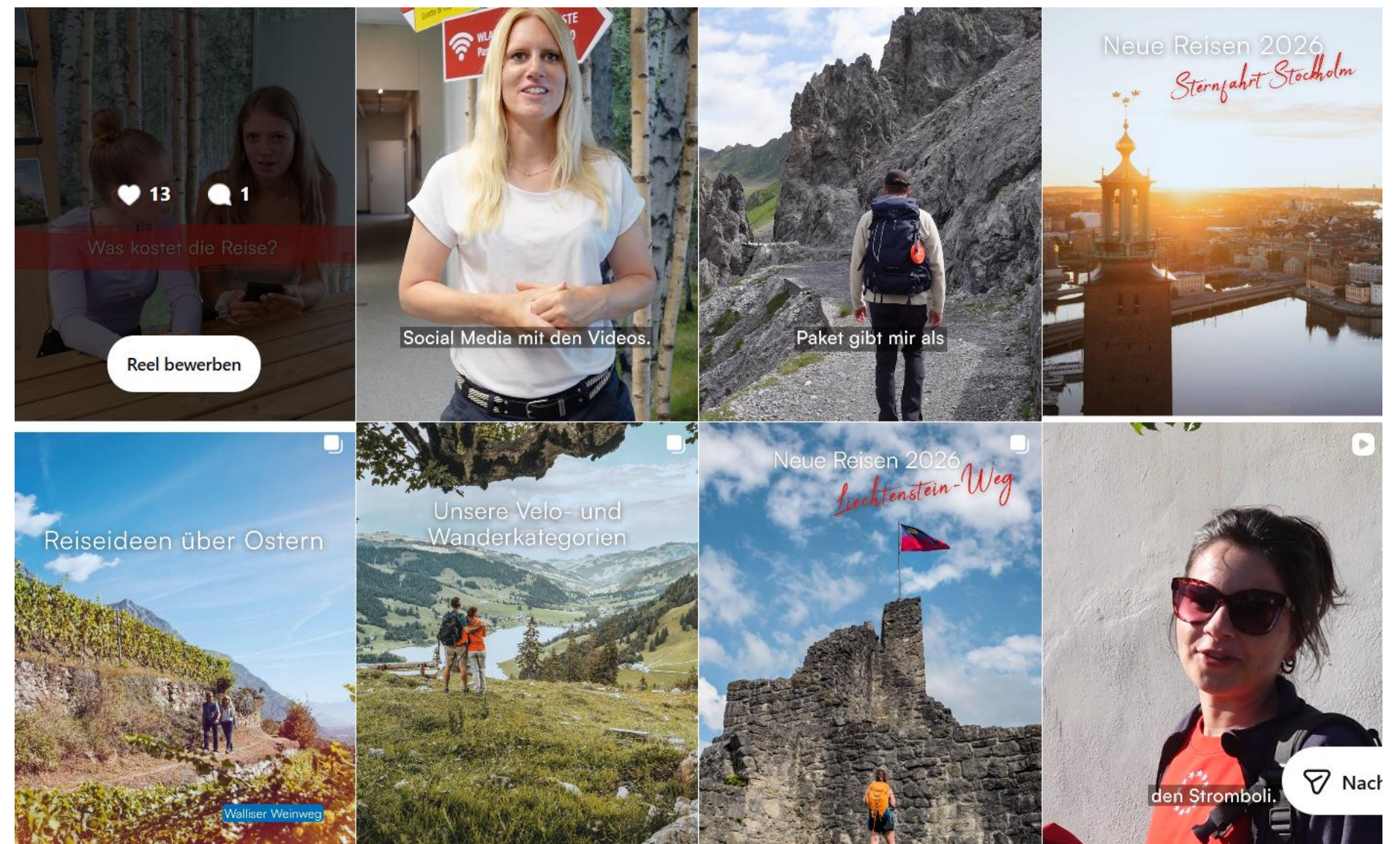
2026: **4,600 Klicks**

2025: 350 Klicks

Interaktionen:

2026: **1,2 k**

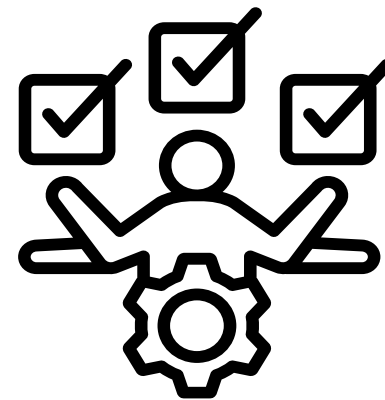
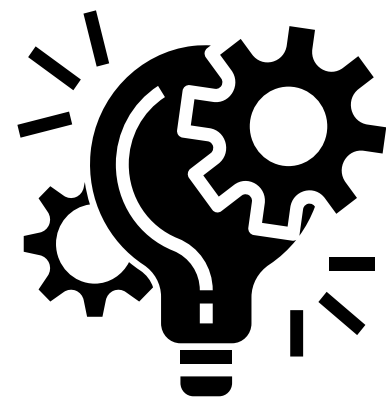
2025: 3,4 k



# Ausblick 2026

“

Jede neue Reise ist ein **neues Projekt** mit einer Marketingstrategie, Bedarfsanalyse und soll für mindestens eine definierte Zielgruppe funktionieren.



# Unsere strategischen Ziele 2026

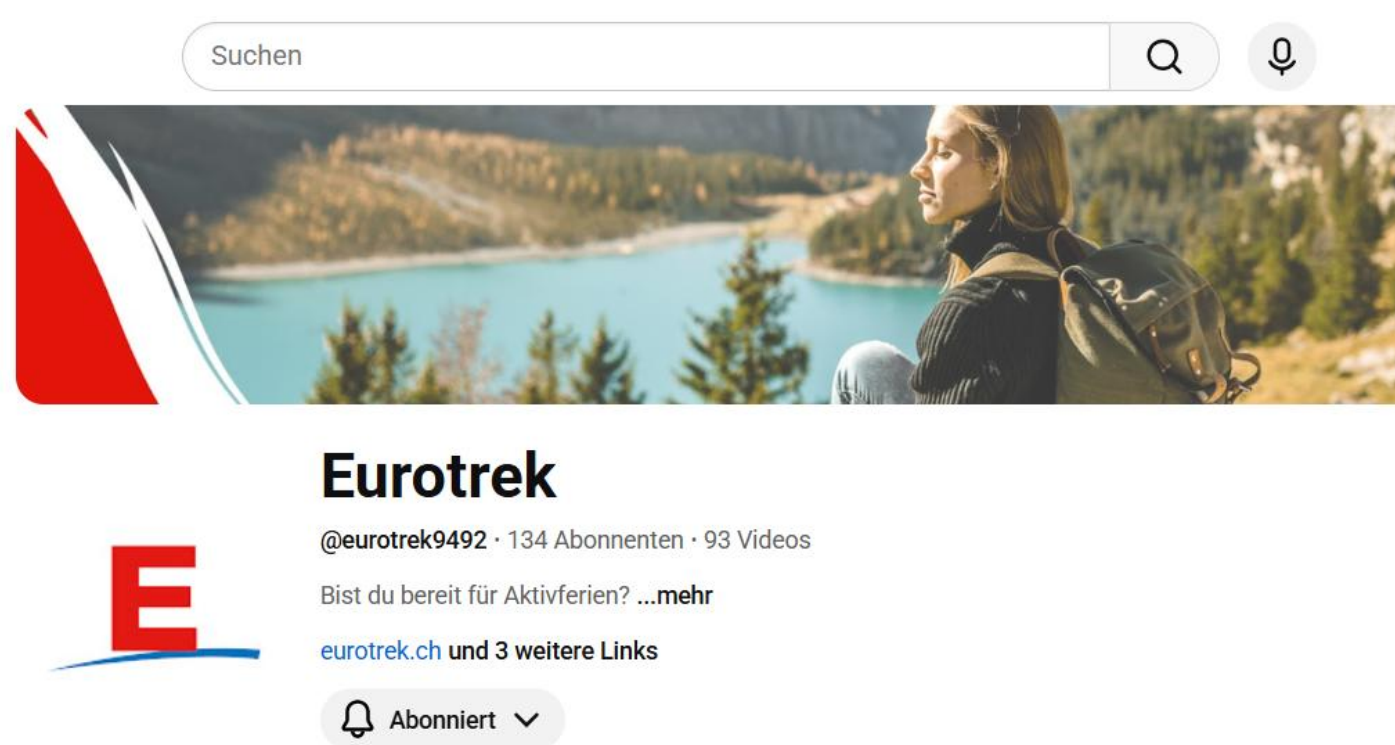
- **Effizienz steigern durch Produktschärfung  
(Angebotsreduktion)**
- **Mehr Awareness generieren (YouTube, Social Campaigns)**
- **Netzwerke pflegen und ausbauen**
- **Qualität und Customer Experience verbessern**

# Effizienz (Produktschärfung)

- Kickoff bereits erfolgt 2025
- Kleineres Portfolio ; höhere Buchungszahlen
- Bessere Auslastung (weniger Leerfahrten)

## Ziel 2027:

- Steigerung der Rentabilität im Produkt Schweiz
- Angebotsdichte beibehalten. Poor Dogs 1:1 durch neue Projekte ersetzen.



# Bekanntheit

- Budgets in Youtube und Meta einsetzen
- Umsetzung ist erfolgt. Kampagnen laufen stark
- PR oder Social Media Kooperationen mit Tourismusregionen für diesen Sommer sehr erwünscht!

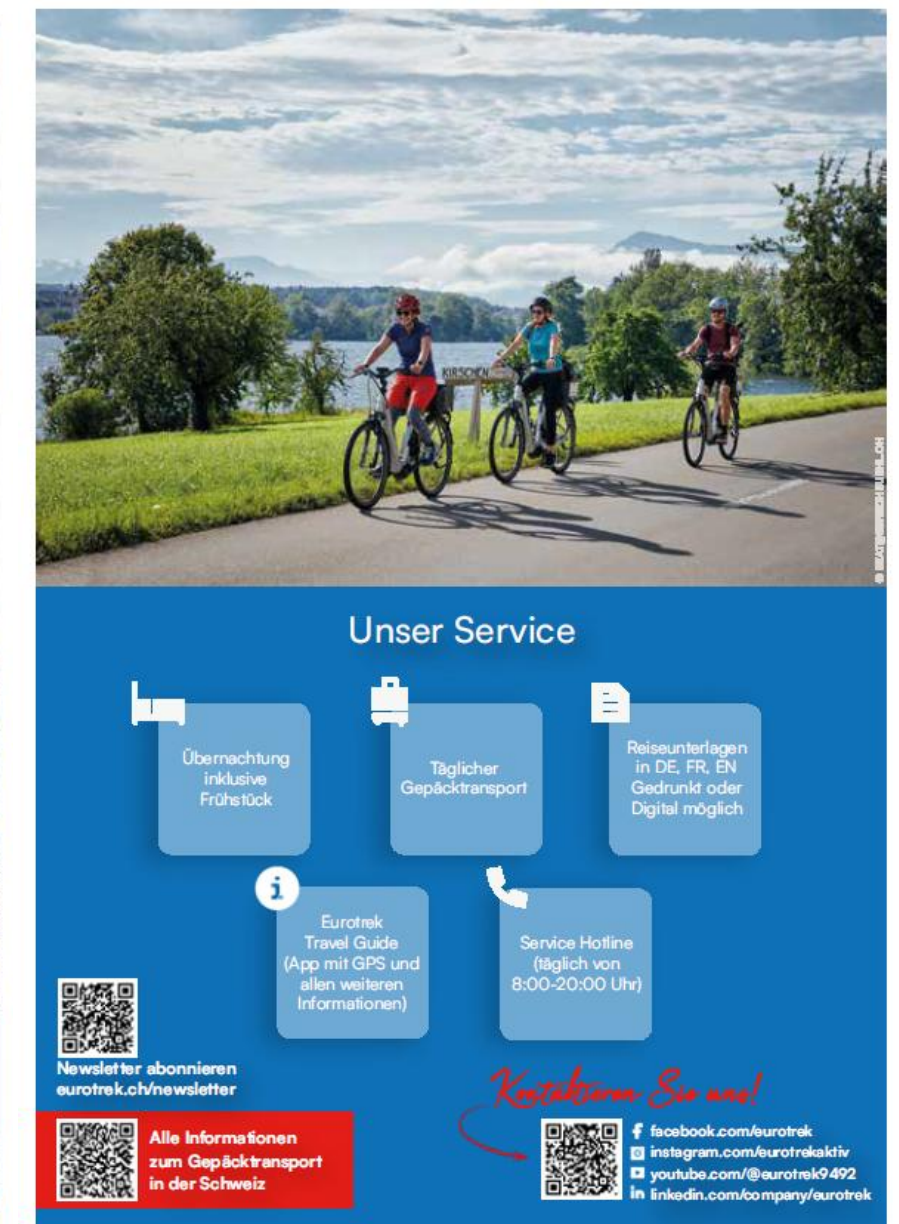
## Ziel:

- Mehr Reichweite erlangen für langfristige Bekanntheit
- Stärkung der Marke Eurotrek im Schweizer Markt



# Wie könnt ihr uns unterstützen?

- Links auf relevanten Landingpages
- Flyer A5, (DE, FR) für Tourismusbüros bestellbar bei uns im Anschluss an die MV





# Netzwerk pflegen

## **B2C:**

Ferienmesse Bern, FESPO Zürich, OFFA St. Gallen

**NEU:** Stammkundenanlass in Zürich im Dezember

## **B2B:**

ITB Berlin, Connect Switzerland, Cycle Summit

Austausch mit Tourismusregionen:

Tour de Suisse 2.0 ; online oder offline je nach Bedarf

**Ziel:** Let's connect! Fragt uns bei Ideen oder Kooperationen gerne an.

# Qualität

- **Deutlicher Anstieg an Hotelbesuchen und Kontakten mit Hotels**
- **Veloflotte: Fokus auf Bremsen & Akku  
Diagnosegerät Flyer seit März in Betrieb**

## **Ziele:**

- **Qualität und Customer Experience verbessern (Fokus Hotel, Velo)**
- **Qualität Gesamtbewertung auf  $\varnothing$  4.6 steigern**

# Eurotrek

Wir machen Aktivferien!

Danke für eure Aufmerksamkeit!