

Bahn am Gotthard – Aus der Pionierzeit in die Moderne



Der Präsentationsverlauf

- Die Ausgangslage
- Die Ziele
- Die Angebote – Eigene
- Die Angebote – Partner
- Die Zielgruppen
- Der Mehrwert für die Region
- Die Mittelbeschaffung
- Das Projektmanagement
- Der Zeitplan
- Die weiteren Schritte

Die Ausgangslage

Eröffnung Gotthard-Basistunnel (GBT) Ende 2016

- ➔ Kapazität für historische Züge am Gotthard nimmt zu
- ➔ Neue Angebotsmöglichkeiten für historische Bahnfahrten
- ➔ Beachtliches Besucherpotenzial bei attraktivem Angebot
- ➔ Seit 1.5.2013 besteht ein Businessplan für «Bahnerlebniswelt Gotthard»
- ➔ Seit 1.5.2014 ist Projektleitung eingesetzt
- ➔ Zusammenarbeit SBB Historic, SBB Hist. Team Erstfeld, Club del San G.
 - SBB Historic, SBB H. Team Erstfeld erstellen Angebot ab Basis Erstfeld
 - Club del San Gottardo erstellt Angebot ab Basis Biasca
- ➔ Nach Erarbeitung beider Angebote: Laufende Koordinat. Fahrtenangebot

Die Ziele

Mythos Gotthard wird neu inszeniert

- SBB Historic, Team Erstfeld und Club del San Gottardo (CSG) initiieren am Gotthard eine Bahnerlebniswelt.
- Die Pionierleistungen von gestern und heute werden erlebbar.
- Die verschiedenen Angebote sind ab Frühling 2017 nutzbar.

Attraktive Angebote fördern Tourismus und schaffen Arbeit

- Eigene Angebote
- Angebote Partner

Die Angebote - Eigene

Vier Basisangebote

→ Fahrten

- Fitnessfahrten: Lokbewegungen im Depot Erstfeld mit Publikum
- Publikumsfahrten: Öffentliche Fahrten auf der Gotthard-Bergstrecke
- Führerstandsfahrten auf historischen Loks auf der Bergstrecke
- Charterfahrten: Vermietung ganzer Zugsfahrten, z.B. an Firmen

→ Depotführungen

- Besichtigung historischer Fahrzeuge mit Führungsperson
- Besuch Werkstattarbeiten mit Führungsperson

→ Ausstellungen

- Wechselnde Ausstellungen im Bhf. Erstfeld (Zusammenarbeit mit SBB Hist.)
- Ausstellung zum GBT im *Gotthardfenster* in Amsteg ist in Abklärung

→ Events

- Saison-Eröffnung: Lancierung Jahresthema zum Saisonbeginn
- Gotthard-Tag: Alljährliches Fest an einem bestimmten Datum
- Bahn-Plattform: 2-4x jährlich bahnspezifische Veranstaltung
- Dampf-Tage: Fahrt von Historic-Dampfloks während mehrerer Tage/Wochen

Die Angebote - Partner

Drei Basisangebote

→ Führungen

- EIZ Erstfeld (SBB)
- Kraftwerk Amsteg (SBB)
- CEP Pollegio (SBB)

→ Events

- Modellbautage (ev. Märklin)
- Erlebnistage (Uri Tourismus AG)
- Postautofahrt/Postkutschenfahrt über den Pass
- Anlässe im Bahnhofbuffet Göschenen

→ Sehenswürdigkeiten

- Wanderweg Gottardo (Verein Wanderweg G.)
- Forte Airolo
- Festung Sasso San Gottardo

Die Zielgruppen

Zielgruppen

- Bahn- und Technik-Affine
- Freizeit- & Erlebnisreisende
- Pauschal-Gruppenreisende / Individualreisende diverse Länder
- Ferienaufenthalter Region (UR/TI)
- Schulen

Herkunft Zielgruppen Alpen-Nordseite

- Grossraum Zürich – Zug – Luzern
- Grossraum Basel – Bern
- Grossraum Elsass – Baden Württemberg – Bayern

Herkunft Zielgruppen Alpen-Südseite

- Grossraum Bellinzona – Locarno – Lugano
- Grossraum Lombardei

Herkunft weitere Zielgruppen

- DE Nord / NL / GB

Der Mehrwert für die Region

Ein Projekt mit Nutzen für die Region, Geldgeber und Sponsoren

- Regionale Wertschöpfung und Erhalt Arbeitsplätze
- Attraktives und authentisches Thema
- Anziehungspunkt mit nationaler und internationaler Ausstrahlung
- Vermittlung positiver Werte und Tradition
- Einzigartiges Angebot
- Relevante Besucherzahlen

Ein Projekt mit Nutzen für die SBB

- Erhalt kulturelles Erbe
- Schaufenster für modernen Bahnbetrieb
- Nachhaltige Nutzung Exponate SBB Historic und ATG

Die Mittelbeschaffung

Drittmittel sind unabdingbar

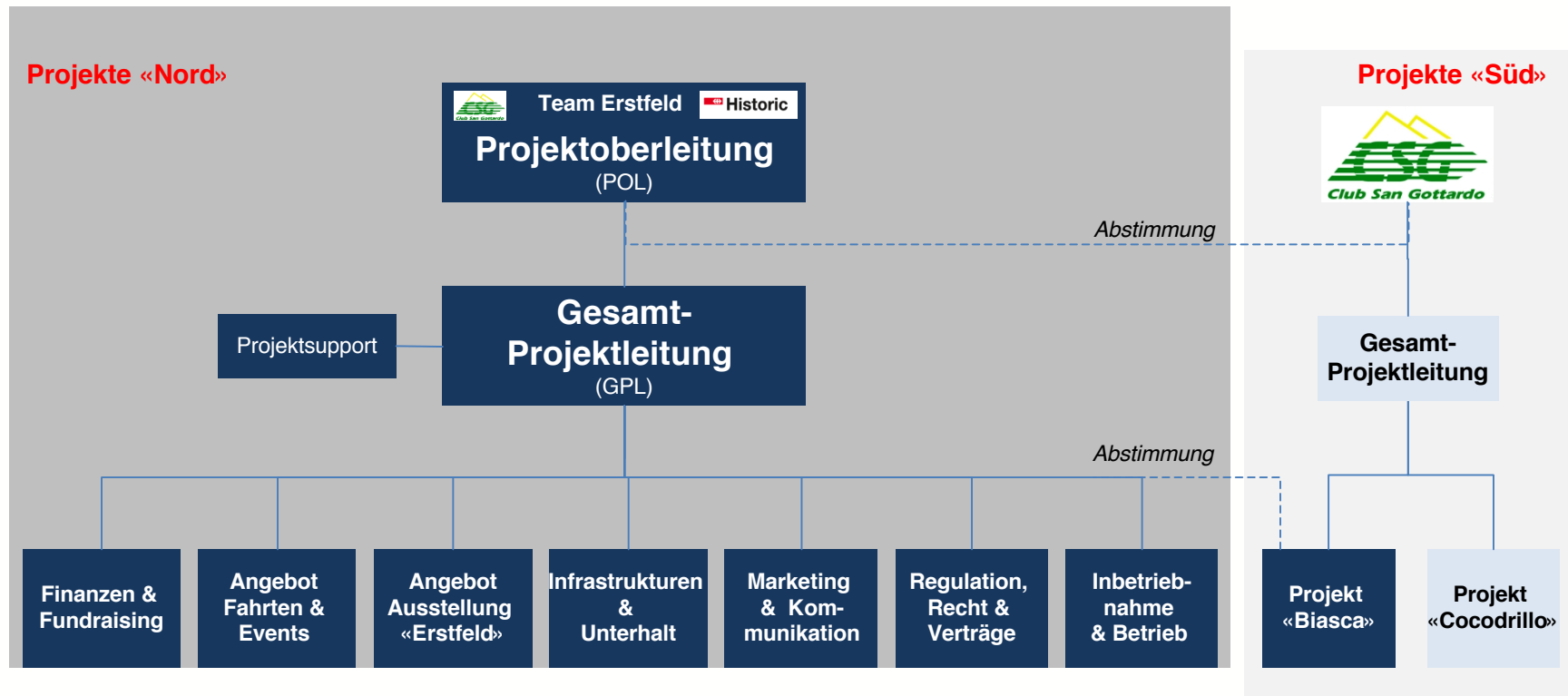
- Investitionsbedarf vor Projektstart: CHF 1.5 bis 2 Mio. (ohne Betrieb *Gotthardfenser*)
- Laufende Betriebskosten können ohne Sponsoring/Fundraising nicht gedeckt werden. Bei fehlender Deckung ist das Projekt gefährdet.



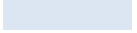
Die Mittelbeschaffung basiert auf vier Säulen

- Öffentliche Hand
Einreichen von Finanzgesuchen (v.a. Fonds NRP Kt. UR / Gemeinden)
- Private Geldgeber
 - Recherche geeigneter Stiftungen und Gesuchstellung
 - Fundraising via Direct Mail
 - Gönner-Akquise
- Sponsoren
 - Erstellen von geeigneten Sponsoring-Paketen
 - Evaluieren von Firmen, die für Sponsoring in Frage kommen
 - Akquise von Firmen
- SBB
Hat sich wiederholt zu Engagement am Gotthard bereit erklärt. Wenn es ihr damit ernst ist, wird sie nicht um eine Unterstützung des Projekts herum kommen.

Das Projektmanagement

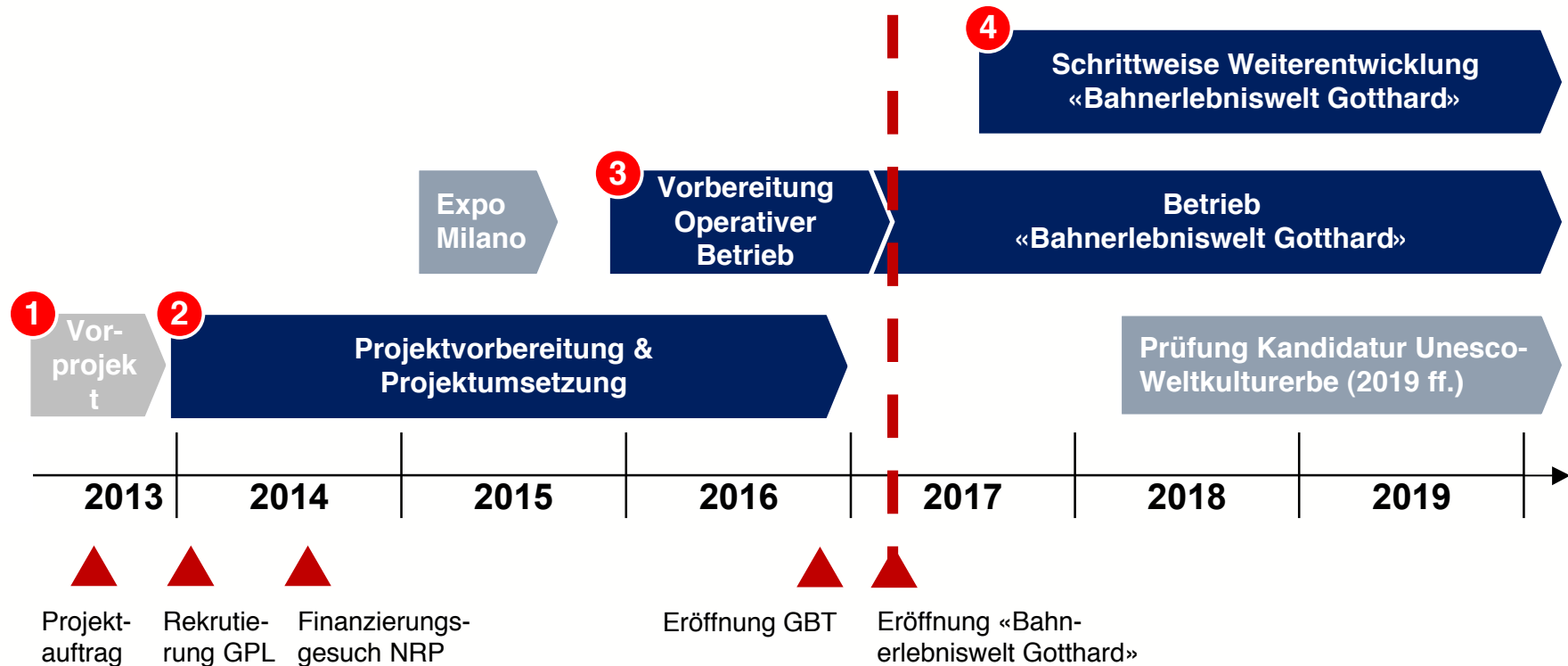
SBB-Historic und ihre Partner im Norden und im Süden



-  Gegenseitige Koordination und Abstimmung der Schnittstellen
-  Scope «Gesamtprojekt Bahnerlebniswelt Gotthard»
-  Projekte «CSG»

Der Zeitplan

Schrittweiser Aufbau und wichtige Meilensteine



Die weiteren Schritte

2014

- Ende September: Detaillierte Arbeitspakete gemäss Projektauftrag liegen vor.
- Ende Oktober: 2-3 Finanzgesuche an Fonds NRP Kt. UR sind eingereicht.
- Ende Jahr: Organisationsform ist geklärt.
- Ende Jahr: Mögliche Gebäudenutzung im Bahnhof Erstfeld ist geklärt.

2015

- 1. Halbjahr: Historische Fahrt für VIP (Politiker, Medienschafter) ist durchgeführt.
- 2. Halbjahr: Günstige Publikumsfahrten für Bewohner Region ist durchgeführt.
- 1. Halbjahr: Fundraising-/ Sponsoringkonzept ist erstellt.
- Laufend: Realisieren Fundraising- und Sponsoring-Massnahmen
- Laufend: Realisieren Aufgaben aus Arbeitspaketen (z.B. Werbemassnahmen)
- Laufend: Bauliche Veränderungen in freigegebenen Gebäuden Bhf. Erstfeld

2016

- 1. Halbjahr: Eigenständiger Beitrag zur Eröffnung GBT ist durchgeführt.
- 2. Halbjahr: Detaillierte Angebotsplanung ist abgeschlossen.
- Laufend: Realisieren Aufgaben aus Arbeitspaketen (z.B. Signaletik)
- Laufend: Bauliche Veränderungen in freigegebenen Gebäuden Bhf. Erstfeld abgeschl.