

Fahrradverleihsystem USEDOMRAD – Ein Kooperationsmodell in der Praxis

Axel Bellingner

Geschäftsführer USEDOMRAD GmbH

Clever über die Insel Usedom.

Hotline 030 55576911



Fahrradverleihsystem USEDOMRAD – Ein Kooperationsmodell in der Praxis

Branchentag Fahrrad
auf der Viva Touristika 20.01.2012 in Rostock

Referent: Axel Bellinger (Geschäftsführer USEDOMRAD GmbH)



Agenda



1. Die Ausgangssituation und die Probleme
2. Das Besondere an UsedomRad
3. Was bedeutet das für Usedom?
4. 2012 – Wie geht es weiter?
5. Was sollten Sie tun?



Die Ausgangssituation und die Probleme

- Service- und Tourismusangebote verschiedener Anbieter wurden nur unzureichend beworben
- Keine Kooperationen – eher Kampf und Ignoranz → z.T. ruinöser Wettbewerb
- Fehlende Bindung zum ÖPNV
- Auswirkung für den Kunden:
 - eingeschränktes dezentrales Angebot
 - keine Reservierung inselweit
 - keinen Reparaturservice inselweit
 - keine Möglichkeit des One Way Betriebes
 - z.T. veraltetes Radmaterial





Das besondere an UsedomRad Vermeidung vom Konkurrenzproblem



- Verleiher hatten die Möglichkeit sich gleichberechtigt am System zu beteiligen
- Nach einem 5 monatigen Klärungsprozess gründeten 10 von 55 Verleihern die Fahrradgesellschaft mbH und diese mit Zustimmung des LK die Betreibergesellschaft UsedomRad GmbH als 100%ige Tochter
- wirtschaftl. notwendige Festlegungen:
 - 49,9% der Anteile bei gleichzeitiger Kapitalerhöhung an interessierte Unternehmen der Übernachtungsbranche, Hotels, etc. veräußern
- **Hotels bilden seit dem das Rückgrat der gut aufgestellten GmbH**
- **unzählige Verpartnerungen ergeben ein immer dichteres, flächendeckendes Verleihnetz**



Das Besondere an UsedomRad

Übersicht der Verleihstationen



Übersicht der Verleihstationen



Das Besondere an UsedomRad Das Zusammenwirken der Gesellschafter

- Großes Engagement
 - Zuverlässigkeit der Partner wie:
 - ÖPNV
 - der Marketinggesellschaft
 - der überregionalen Kompetenzträger, wie TeamRed Deutschland

→ Sehr wichtig in der schwierigen Anschubphase und jetzt unverzichtbar um Vertriebsstrukturen in bester Qualität zu installieren
 - Gemeinsames hohes Qualitätsverständnis
 - Gemeinsame Marke
 - Gemeinsame Prozesse
- ❖ **Das Resultat: überdurchschnittliche Kundenzufriedenheit**



Was bedeutet das für Usedom?

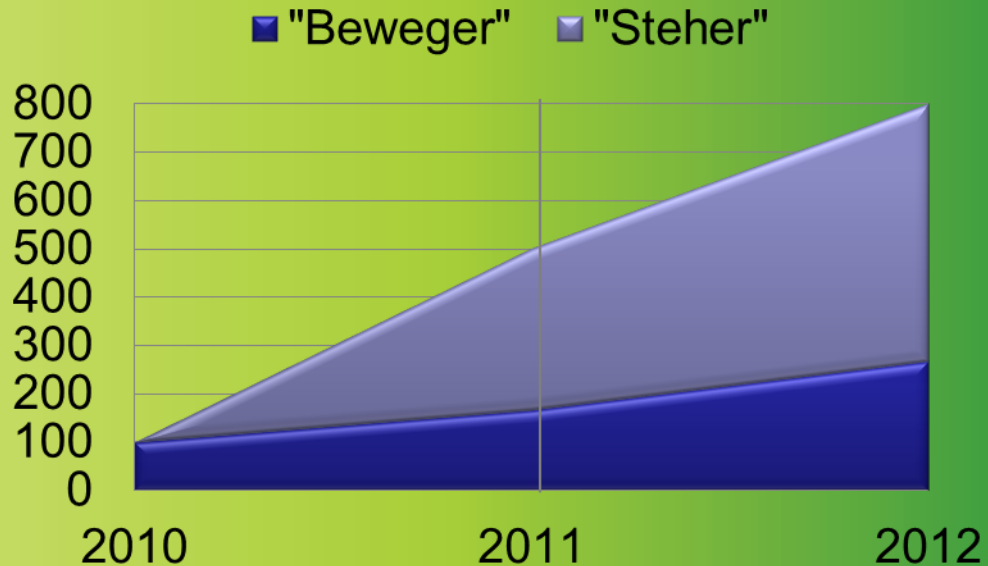
- Überregionale Aufmerksamkeit
- Weit über der Norm liegende Werbewirksamkeit, durch verbindende Angebote aus der Tourismuswirtschaft
- Vermarktungs- und Renditemöglichkeiten stehen erst am Anfang





2012 – wie geht es weiter?

- Erhöhung des Radbestandes von 500 auf 800
 - erlaubt eine überdurchschnittliche Bestückung aller relevanter Stationen
 - Resultat: Keine täglichen Nutzungsausgleiche .
Etwa 7 jährige Bewirtschaftung des Rades.





2012 – wie geht es weiter?

- Stationsausbau von derzeit 70 auf 90 Stationen
 - Besetzung noch wenig profitabler Punkte im ÖPNV und Landschaftsbild
- Gewinnung der Bevölkerung von Usedom als ganzjährige Nutzergruppe
- Ein wesentlich besseres Vertriebsbild
- Stark verbesserte Servicekompetenz der Partner
- Gezielte Verbreiterung des Angebotes auch in Richtung E-Mobilität





Was sollten Sie tun?

- Sie haben die unglaubliche Chance, Menschen in ihren Destinationen zueinander zu bringen
 - Neben einer Anschubfinanzierung auf die privatwirtschaftliche Stärke setzen
 - Willige Kompetenzen bündeln
- Attraktivieren Sie Ihre Region mit diesen oder ähnlichen radtouristischen Angeboten



Ich bedanke mich für die
Aufmerksamkeit.

