



Vision

Die Schifffahrt auf dem Zugersee ist Teil des öffentlichen Zugangs der Menschen an und auf den See. Sie ermöglicht ihren Gästen einen Perspektivenwechsel, trägt zur naturnahen Entschleunigung bei und bietet Erlebnissuchenden eine einzigartige Location.

Selbstverständnis

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Wer sind wir? • Wo agieren wir? | <p>Wir sind Anbieter von Schifffahrtserlebnissen, naturnah, entschleunigend, gastronomisch top. Wir fokussieren uns hauptsächlich auf die Region Zug sowie die Regionen im Umkreis von maximal einer Stunde Fahrzeit.</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • Wie agieren wir? • Warum? • Für wen? | <p>Wir sind herzlich, kompetent und zeigen Flair für «Gastgeber sein».</p> <p>Wir vermitteln dem Gast das Gefühl von Erholung. „Hier ist eine gute Zeit“. Einzigartiges Feeling.</p> <p>Wir fokussieren uns auf die Bevölkerung und Besucher der Region Zug sowie touristische Gäste.</p> |

Handlungsfelder

- | | |
|--------------------|---|
| Flottenmanagement | <ul style="list-style-type: none"> • Auslastung der Schiffe optimieren / Flottenpark prüfen und überarbeiten • Unterhaltsarbeiten optimieren • CO²- Neutralität prüfen, planen und umsetzen |
| Angebote | <ul style="list-style-type: none"> • Fahrplanfahrten optimieren und Abhängigkeit von Wetter reduzieren • Sonderfahrten müssen mindestens kostendeckend sein • Extrafahrten müssen Gewinn bringen • Exzellente Bordgastronomie / Borderlebnis sicherstellen und ausbauen |
| Kooperationen | <ul style="list-style-type: none"> • Die Kundenerlebnisketten definieren und erweitern • Vor- / nachgelagerte Services anbieten / aufbauen • Partnerschaften aufbauen und pflegen |
| Wirtschaftlichkeit | <ul style="list-style-type: none"> • Optimaler Mitteleinsatz sicherstellen • Politische Frage zu Finanzierung lösen • Wertschöpfungskette langfristig dominieren |

Massnahmen Schlüsselprojekte

- | | | | |
|---|---|---|---|
| Flottenmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Zustandsanalyse Flotte • Auslastung Schiffe optimieren • Anzahl Schiffe prüfen | Angebote <ul style="list-style-type: none"> • Marktbearbeitung für Extrafahrten • Integrierte Angebote auf Kursfahrten ausdehnen | Kooperationen <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau und aktive Kommunikation der Kundenerlebnisketten • Partnerschaften aufbauen | Wirtschaftlichkeit <ul style="list-style-type: none"> • Finanzierung sichern • Aus Benchmark lernen und optimieren • Weiterentwicklung VR |
|---|---|---|---|