

„Familien Willkommen“ Analyse und Umsetzungsmöglichkeiten für die Destination Schwarzsee Tourismus



Schriftliche Arbeit zur Erlangung des Diploms der Schweizerischen
Tourismusfachschule Siders

Erarbeitet durch:
Mélanie Schmutz
Lampertshalten
1713 St. Antoni
Tel.: 079 261 96 08

Eingereicht am:
Siders, 12. Juni 2009

Hauptreferent:
Hermann Anthamatten
Dozent Tourismusfachschule Siders

Co-Referent:
Adolf Kaeser
Direktor Schwarzsee Tourismus

Zusammenfassung

Der Destination Schwarzsee, im freiburgischen Sensebezirk, ist es in den letzten Jahren gelungen, sich weiter positiv zu entwickeln und den Bekanntheitsgrad in der Schweiz und Deutschland zu erhöhen. Betrachtet man jedoch die heutige Ist-Situation etwas detaillierter, so werden eine Reihe von Herausforderungen deutlich, welche der Destination Schwarzsee in naher Zukunft bevorstehen. Im Bereich Unterkunft und Angebotsvielfalt ist ein erheblicher Handlungsbedarf vorhanden.

Auch der Schweizer Tourismus sieht sich in einer zunehmend schwierigen Situation, bedingt durch die immer stärker werdende Konkurrenz und die veränderten Gästebedürfnisse. Die klare Positionierung einer Destination wird in Zukunft immer mehr zu dem entscheidenden Wettbewerbsinstrument.

Schwarzsee Tourismus ist mit dem Gütesiegel „Familien Willkommen“ ausgezeichnet. So positioniert sich der Schwarzsee klar als einzige Familiendestination im Kanton Freiburg. Um diese Stellung auch langfristig sichern zu können, sind viele Anstrengungen im Gange, um das Gütesiegel „Familien Willkommen“ auch weiterhin zu erhalten. Dabei sind Optimierungen mittels regelmässigen Gästebefragungen und neuer Produkt- und Angebotsentwicklung erforderlich.

Durch den Bau der Wellnessanlage und den dazugehörigen Ferienwohnungen erhofft man sich, die Attraktivität der Destination noch weiter steigern zu können und für Familien ein zusätzliches Schlechtwetterangebot zu schaffen.

Die vorliegende Arbeit hilft dabei den Optimierungsbedarf klarer zu definieren und anschliessend Verbesserungs- und Umsetzungsmöglichkeiten für die Destination Schwarzsee aufzuzeigen.

Résumé

Doté d'une grande beauté naturelle, le Lac Noir est situé à 1047m d'altitude au milieu de montagnes impressionnantes et d'un lac idyllique. Durant les années passées, le Lac Noir s'est beaucoup développé et a augmenté sa popularité. Cependant, il y a toujours des améliorations à faire, surtout dans les domaines de la famille, de l'animation, du logement et de l'infrastructure.

En effet, le tourisme suisse se trouve dans une situation difficile due à la concurrence croissante, aux différents besoins de la clientèle et au rapport qualité/prix désavantageux. Pour cette raison, il est devenu indispensable de se positionner clairement sur le marché.

En 2006 le Lac Noir est la seule station du canton de Fribourg à avoir obtenu le label «Familles bienvenues » par la Fédération suisse du tourisme. Pour maintenir cette position sur le marché et pour recevoir à nouveau ce label pour les trois prochaines années, il faut encore réaliser quelques améliorations. Des questionnaires de satisfaction ainsi que de nouveaux produits doivent être introduits pour faire face à la concurrence.

Au Lac Noir, on se rend compte de l'importance d'une infrastructure en cas de mauvais temps. C'est pour cette raison qu'une société anonyme va construire une installation de bien-être ainsi que des appartements de vacances.

Ce travail de diplôme apporte diverses propositions d'optimisations pour enfin augmenter l'attractivité de cette destination pour les familles.

Vorwort

Die vorliegende Arbeit stellt einen Bestandteil meiner Ausbildung an der Schweizerischen Tourismusfachschule in Siders dar. Der Inhalt zeigt meinen persönlichen Standpunkt auf und verpflichtet weder mich, noch Schwarzsee Tourismus und die Schule in irgendeiner Weise.

Aufgewachsen im Sensebezirk, bin ich stark verbunden mit der vielseitigen Region. Gerade die Destination Schwarzsee in den Freiburger Voralpen besticht durch die beeindruckende, noch weitgehend unversehrte Landschaft und deren Schönheit. Auch an diesem beliebten Ausflugsziel geht die tief greifende Wirtschaftskrise, die den Schweizer Tourismus erfasst hat, nicht spurlos vorbei. Doch gerade in Zeiten der Krise gewinnen auch immer kleinere Destinationen an Bedeutung. Die Krise sollte als Chance angesehen werden. Destinationen, welche sich klar positionieren, haben bessere Aussichten wahrgenommen zu werden. Eine Chance, die Schwarzsee Tourismus mit der Spezialisierung „Familien Willkommen“ nutzen muss.

Mein Praktikum habe ich bei Schweiz Tourismus in Zürich absolviert. Dort konnte ich in der Abteilung Hotelkooperationen/Produktekampagne tatkräftig mitarbeiten. Die Arbeit für die Familien-Kampagne hat mich besonders begeistert. Schwarzsee ist die nächstgelegene Destination von meinem Wohnort und deshalb interessiere ich mich sehr für das Geschehen im Schwarzsee und möchte mich gerne für die Verbesserung der Dienstleistungen im Bereich Familiientourismus engagieren.

Die Diplomarbeit erschien mir der ideale Anlass, mich vertieft mit dieser Thematik auseinander zusetzen und anschliessend Verbesserungs- und Umsetzungsmöglichkeiten aufzuzeigen.

Dank

An dieser Stelle möchte ich allen Personen danken, die sich für meine Interviews die Zeit genommen haben. Weiter gehört mein Dank allen, die in irgendeiner Weise zum Gelingen der Arbeit beigetragen haben. Ein besonderer Dank geht an meine beiden Referenten Hermann Anthamatten und Adolf Kaeser, die mir während der Arbeit unterstützend und beratend zur Seite standen.

Begriffverständnis

Um die Lesbarkeit zu vereinfachen, wird in der gesamten Arbeit nur die maskuline Form verwendet. Diese schliesst jedoch die feminine stets mit ein.

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung.....	1
1.1	Ausgangslage	1
1.2	Aufgabenstellung.....	1
1.3	Zielsetzungen.....	1
2.	Vorgehensweise	2
2.1	Situationsanalyse	2
2.2	Theoretischer Ansatz	2
2.3	Umsetzungs- und Verbesserungsmöglichkeiten	2
2.4	Abgrenzung des Themas	2
3.	Schwarzsee.....	3
3.1	Gemeinde.....	3
3.2	Lage	3
3.3	Entstehung des Tourismus im Schwarzsee	4
3.4	Verkehr.....	4
3.4.1	Auto	4
3.4.2	Parkplatzbewirtschaftung.....	4
3.4.3	Bahn	4
3.5	Unterkunft.....	5
3.5.1	Hotels	5
3.5.2	Ferienwohnungen.....	5
3.5.3	B&B	5
3.5.4	Schlafen im Stroh	5
3.5.5	Jugendherberge.....	5
3.5.6	Gruppenunterkünfte.....	5
3.5.7	Berghäuser und Alphütten	5
3.5.8	Camping	5
3.6	Bergbahnen.....	6
3.7	Gastronomie.....	6
3.8	Sport.....	6
3.8.1	Bergsee	6
3.8.2	Mountainbike	6
3.8.3	Wandern	6
3.8.4	Trottikick	6
3.8.5	Weitere Sommer-Angebote	6
3.8.6	Bergsee	7
3.8.7	Langlauf.....	7
3.8.8	Schlittelhang Lengels.....	7
3.8.9	Weitere Winter-Angebote:	7
3.9	Freizeit	7
3.9.1	Rodelbahn	7
3.9.2	Themenweg „Sagen und Märchen“	7
3.9.3	Eispaläste	8

3.10	Veranstaltungen	8
3.11	Dienstleistungen.....	9
3.12	Pauschalangebote.....	9
3.13	Zukunft	9
3.13.1	Wellness-Anlage	9
3.13.2	Skilifte	10
4.	Schwarzsee Tourismus	10
4.1	Organisation	10
4.2	Logo	11
4.3	Erfolgsrechnung 2008	11
4.4	Internetauftritt	11
4.5	Logiernächte	12
4.6	Herkunft der Gäste	13
4.7	Qualitätsgütesiegel.....	13
5.	Analysen.....	14
5.1	SWOT-Analyse.....	14
5.2	Standortanalyse	15
5.3	Konkurrenzanalyse.....	16
5.3.1	Destination.....	16
5.3.2	Sommer	17
5.3.3	Winter	17
5.3.4	Unterkunft	17
5.3.5	Aufenthaltsdauer.....	18
5.3.6	Gästestruktur	18
5.3.7	Internetauftritt.....	18
5.3.8	Kärnten Werbung.....	19
5.4	Kundenbedürfnisanalyse	20
5.5	USP.....	21
6.	Familiientourismus	22
6.1	Reiseverhalten von Familien	22
6.2	Wahl der Verkehrsmittel	23
6.3	Hauptreisezeit	23
6.4	Zahl der ausgeübten Aktivitäten	23
6.5	Übernachungskategorien	23
6.6	Ausgaben pro Aufenthalt.....	23
6.7	Familiengäste sind Frühbucher	23
6.8	Familiientourismus in der Schweiz	24
6.9	Die Krise als Chance nützen – Argument für Reisen in der Schweiz	24
6.10	Faktoren für gelungene Familienferien	25
6.11	Gütesiegel Familien Willkommen	25
6.12	Neue Kriterien Schweizer Tourismusverband	26
6.13	Familienpromotion Schweiz Tourismus.....	27
6.13.1	Die Gesamtziele der Familienpromotion sind die folgenden:	27
6.13.2	Familienbroschüre.....	27
6.13.3	Zusammenarbeit Schweiz Tourismus und Schwarzsee Tourismus	28

7.	Umsetzungsmöglichkeiten und Massnahmen im Bereich Familiientourismus	29
7.1	Unterkunft.....	29
7.1.1	Reka-Ferierendorf im Schwarzsee.....	29
7.1.2	Schlafen im Stroh und Ferien auf dem Bauernhof	30
7.1.3	Weitere Plattformen	30
7.2	Gastronomie.....	31
7.2.1	Malbogen.....	32
7.2.2	Gastroführer für Kinder und Jugendliche	32
7.2.3	Spezielle Themenabende	32
7.2.4	Kinderknigge Kurs	33
7.3	Angebotsgestaltung.....	33
7.3.1	Teilnahme Handy-Safari	33
7.3.2	Themenweg	34
7.3.3	Adventure Park.....	35
7.4	Winter-Angebot	35
7.4.1	Snowgarden	35
7.4.2	Iglu-Kinderrestaurant	36
7.4.3	Snowtube.....	36
7.4.4	Funpark	36
7.5	Event/ Animation	37
7.5.1	Kinder-Openair	37
7.5.2	Mitmachzirkus.....	37
7.5.3	Openair Kino.....	38
7.6	Schlechtwetterprogramm	39
7.7	Punktekarte	40
7.8	Gästabefragung.....	41
7.9	Mitarbeiterschulungen	42
7.10	Broschüre.....	42
7.11	Internetauftritt	43
7.12	Maskottchen kreieren	43
7.13	Verkehr.....	44
7.14	Fribourg Region.....	44
8.	Schlusswort	46
	Quellenverzeichnis	
	Anhang	
	Eidesstattliche Erklärung	

Abbilungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage Schwarzsee	3
Abbildung 2: Themenweg Schwarzsee	7
Abbildung 3: Organigramm Schwarzsee Tourismus	10
Abbildung 4: Logo Schwarzsee Tourismus	11
Abbildung 5: Übernachtungsstatistik 2008	12
Abbildung 6: Herkunft der Gäste 2008	13
Abbildung 7: SWOT-Analyse nach eigener Einschätzung	14
Abbildung 8: Weissensee	16
Abbildung 9: Angebot in der Zeitschrift „Wir Eltern“	28
Abbildung 10: Startseite MySwitzerland.com	31
Abbildung 11: Kinderkarussell	35
Abbildung 12: Kinderkonzerte	37

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Nutzwertanalyse	15
Tabelle 2: Kundenbedürfnisanalyse	20
Tabelle 3: Punktekarte	40
Tabelle 4: Abgabe Geschenk	41
Tabelle 5: Preiskalkulation	45

Abkürzungsverzeichnis

A5	Papierformat
AT	Österreich
B&B	Bed & Breakfast
ca.	circa
CHF	Schweizer Franken
CH	Schweiz
d.h.	das heisst
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
evt.	eventuell
Ff	fortfolgende
GPS	satellitengestütztes System
Hrsg	Herausgeber
km	Kilometer
m	Meter
Mio	Millionen
Min.	Minuten
m.ü.M.	Meter über Meer
ÖV	öffentlicher Verkehr
PC	Personal Computer
PDF	Transportables Dokumentenformat
SBB	Schweizerische Bundesbahnen
ST	Schweiz Tourismus
STV	Schweizer Tourismusverband
Tpf	Transport Public Fribourgois
USP	Unique Selling Proposition
v.a	vor allem
vgl.	vergleiche
www	World Wide Web
z.B.	zum Beispiel
&	und

Glossar

Visits	Anzahl Besuche auf einer Website
Patchwork-Familien	Neu zusammengesetzte Familien
Reka	Schweizerische Reisekasse
Webcodes	Nummer die auf MySwitzerland.com ins Suchfeld eingeben wird
Button	Bedienelement in grafischen Benutzeroberflächen
Best-Ager Reisegemeinschaft	Konsumenten mit einem Lebensalter ab 50 Jahren
Snowtube	Reifenrodeln
Ecards	Elektronisch Postkarte

1. Einleitung

1.1 Ausgangslage

Im Jahr 2006 hat Schwarzsee Tourismus das Label „Familien willkommen“ vom Schweizer Tourismusverband erhalten¹.

Drei Jahre später hat der Schweizer Tourismusverband die Kriterien neu erarbeitet und erhöht. Gerade aus diesem Grund ist es wichtig, dass Schwarzsee Tourismus das Label „Familien Willkommen“ auch im 2009 wieder für drei Jahre erhalten wird.

Trotz der kontinuierlichen Positionierung als Familiendestination, sind die Erarbeitung von neuen Ideen massgebend, die Erweiterung und Verbesserung der Infrastruktur notwendig, damit die Positionierung als Familienort verstärkt wird. Nur so kann eine Destination längerfristig überleben. Denn es ist allen durchaus bekannt, dass die schweizerische und europäische Konkurrenz nicht schläft. Es muss ständig am Fortschritt gearbeitet werden. Neuigkeiten und Optimierungen, neue Infrastruktur und Design müssen stets mit offenen Augen beobachtet werden.

Das Ziel von Schwarzsee Tourismus ist es, sich als qualifizierter Familienort in der Schweiz zu positionieren und den Bekanntheitsgrad in der Schweiz und in Deutschland zu steigern.

1.2 Aufgabenstellung

Anhand der Destination Schwarzsee möchte ich die Vor- und Nachteile einer Spezialisierung im Familiientourismus aufzeigen. Weiter möchte ich spezifische Analysen im Bereich Familiientourismus erläutern und eine Konkurrenzanalyse mit der Destination Weissensee in Kärnten AT durchführen. Zum Schluss sollen daraus Verbesserungs- und Umsetzungsmöglichkeiten aufgezeigt werden.

1.3 Zielsetzungen

Schwarzsee Tourismus soll die Möglichkeit haben meine Ideen weiter auszubauen und wichtige Optimierungen so schnell wie möglich umzusetzen. Anhand der genannten Umsetzungsmöglichkeiten im Familiientourismus sollten für die Destination Schwarzsee Tourismus zusätzliche Logiernächte generiert werden und weitere Tagestouristen in den Schwarzsee gelockt werden.

¹ vgl. <http://www.schwarzsee.ch/de/navpage-FamilyFR-FamilySchwaFR-177725.html>, (Stand 18. Mai 2009)

2. Vorgehensweise

Die Arbeit habe ich in drei Teile unterteilt:

2.1 Situationsanalyse

Der erste Teil meiner Arbeit umschreibt die Destination Schwarzsee Tourismus und bezieht sich auf die einzelnen Dienstleistungen und Angebote in der Region. Anhand der Analyse der aktuellen Situation werden Stärken und Schwächen herausgearbeitet und vorhandenes Potenzial aufgezeigt. Weiter wird eine Konkurrenzanalyse mit dem Familienort Weissensee in Kärnten AT durchgeführt und daraus Ideen und Verbesserungen aufgezeigt.

2.2 Theoretischer Ansatz

Der zweite Teil der Arbeit geht auf die Thematik des Familientourismus in der Schweiz, das Qualitätsgütesiegel „Familien Willkommen“ und die Familienpromotion von Schweiz Tourismus ein. Dabei sollen die Vor- und Nachteile eine Spezialisierung im Bereich Familientourismus erläutert werden.

2.3 Umsetzungs- und Verbesserungsmöglichkeiten

Der dritte Teil der Arbeit befasst sich mit konkreten Umsetzungs- und Verbesserungsmöglichkeiten im Bereich Unterkunft, Gastronomie, Animation und Angebotsgestaltung.

Dazu habe ich mit den Verantwortlichen von Fribourg Region und Schweiz Tourismus mündliche und schriftliche Interviews durchgeführt.

Die Umsetzungsvorschläge sollten einen Beitrag zur Verbesserung des Familientourismus in diesem Gebiet leisten können.

2.4 Abgrenzung des Themas

Die Arbeit bezieht sich in erster Linie nur auf den Familientourismus in der Destination Schwarzsee. Die restlichen Aspekte und Zielgruppen werden bewusst nicht in die Arbeit miteinbezogen. Dabei werden verschiedene Verbesserungs- und Umsetzungsmöglichkeiten im Bereich Familienferien erläutert. Allerdings wird darauf verzichtet, auf jeden einzelnen Ansatz sowie auf die Finanzierung näher einzugehen, da dies den Rahmen der Arbeit sprengen würde.

3. Schwarzsee

Schwarzsee ist ein kleiner Ferien- und Ausflugsort in den Freiburger Voralpen. Das Dorf Schwarzsee mit dem gleichnamigen See auf 1050 m.ü.M. ist umgeben von eindrucklichen Bergen wie der Kaiseregg, die Spitzfluh und der Schwyberg. Rund um den idyllischen Bergsee gibt es vor allem für Familien im Sommer wie im Winter unberührte Natur und abwechslungsreiche Familienangebote zu entdecken.

Im Sommer können ausgedehnte Wanderungen unternommen werden, wie zum Beispiel zum Breccaschlund. Denn der Breccaschlund ist eines der schönsten von Gletschern geformten Alpentäler der Schweiz. Im Winter wird Skisport, Schneeschuhlaufen sowie auf dem zugefrorenen See Eislaufen betrieben. Es gibt eine Sesselbahn, welche das Gebiet der Riggisalp erschliesst. Im Winter sind an den Hängen der Kaiseregg und der Riggisalp mehrere Skilifte in Betrieb. Die Eispaläste sind eine Sehenswürdigkeit der besonderen Art.

Die Destination Schwarzsee mit kinderwagengängigen Wanderwegen, Kinder-, Natur- und Picknickplätzen sowie Themenwegen ist mit dem Gütesiegel "Familien Willkommen" ausgezeichnet².

3.1 Gemeinde

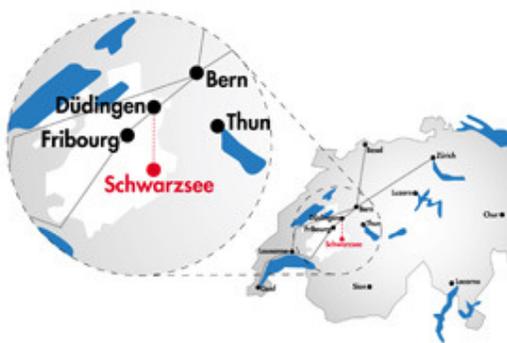
Der Ort Schwarzsee gehört zur Gemeinde Plaffeien und hat etwa 500 ständige Einwohner. Die Gemeinde besteht aus Landwirtschaftsbetrieben, Chalets und weiteren Tourismuseinrichtungen³.

3.2 Lage

Der Sensebezirk – im Nordosten des Kantons Freiburg zwischen Saane und Sense – ist vorteilhaft gelegen und sehr gut erschlossen. Der Sensebezirk ist der einzige vollständig deutschsprachige Bezirk im Kanton Freiburg.

Der Schwarzsee ist der höchstgelegene Ort im Sensebezirk⁴.

Abbildung 1: Lage Schwarzsee



Quelle: <http://www.schwarzsee.ch/de/navpage-AccessFR-AccessTranspFR-250305.html>

2 vgl. <http://www.myswitzerland.com/de/infra.cfm/rkey/549>, (Stand 18. Mai 2009)

3 vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Schwarzsee>, (Stand 28. Mai 2009)

4 vgl. <http://www.schwarzsee.ch/de/navpage-AccessFR-AccessTranspFR-285925.html>, (Stand 18. Mai 2009)

3.4 Entstehung des Tourismus im Schwarzsee

Jahrhundertlang blieb der Schwarzsee unentdeckt. 1717 entdeckte Peter Schuwey eine Schwefelquelle, 1784 errichtete er dort das erste Badehaus. Das schwefelhaltige Wasser des Sees wird somit seit 200 Jahren zum Heilbad benutzt⁵ und die Entstehung des Tourismus kann auf das 18. Jahrhundert betitelt werden. So wurde der Schwarzsee allmählich auch ausserhalb der Kantonsgrenze bekannt. Ausschlaggebend für die Geburtsstunde des Tourismus im Sensebezirk waren deshalb nicht die Berge oder die unberührte Landschaft, sondern vielmehr die Heilquellen, welche erste Gäste in die Gegend lockten. Das Badehaus wurde 1804 von einem Erdbeben komplett zerstört und wurde 1810 durch einen Neubau der Gebrüder Jakob und Franz Blanc ersetzt. Heute steht an dieser Stelle das Hotel zum Bad.

90 Jahre später wurde das Hotel Gypsera errichtet, welches seinen Namen dem Gipsvorkommen in der Region verdankt. 1913 folgte ein drittes Hotel. 1946 wurde der Skilift von der Gypsera auf die Riggisalp eröffnet. 1976 wurde auch der Schwyberg als Skigebiet erschlossen: Es wurden eine Sesselbahn und zwei Skilifte errichtet.

1996 wurde der noch unberührte Breccaschlund ins Bundesinventar für schützenswerte Landschaften und Naturdenkmäler aufgenommen, um dieser einmaligen Landschaft den entsprechenden Schutz zu gewähren⁶.

3.5 Verkehr

3.5.1 Auto

Schwarzsee ist gut mit dem Auto erreichbar. Die Ausfahrt Düdingen führt von der Autobahn A12 (Bern-Freiburg) nach Schwarzsee. Via Freiburg nimmt man die Autobahnausfahrt Freiburg Nord und fährt anschliessend via Marly – Tentlingen – Plaffeien nach Schwarzsee⁷.

3.5.2 Parkplatzbewirtschaftung

Seit dem 1. Dezember 2008 gehört das Parkticket ebenso zum Schwarzsee wie die idyllische Bergkulisse. Als erster und einziger Wintersportort im Kanton Freiburg hat Schwarzsee eine Gebührenpflicht für Parkplätze eingeführt. Für einen Tag bezahlen die Gäste fünf Franken. Die Einnahmen mit der Parkplatzbewirtschaftung werden indirekt wieder dem Gast zukommen, da das Geld in weitere Projekte und Infrastruktur investiert wird. Zudem konnte der grosse Parkplatz weiter aufgewertet werden, da dieser renoviert wurde und so dem Kunden einen neuen Mehrwert gewährt wird⁸.

3.5.3 Bahn

Schwarzsee ist bequem mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar. Am besten fährt man mit dem Zug bis nach Freiburg, von dort aus mit dem tpf-Bus Richtung Schwarzsee. Es fährt alle Stunden ein Bus von Freiburg nach Schwarzsee oder umgekehrt⁹.

5 vgl. <http://www.plaffeien.ch/de/tourismus>, (Stand 28. Mai 2009)

6 vgl. Broschüre Schwarzsee-Senseland, 2009/10, Seite 4

7 vgl. <http://www.schwarzsee.ch/de/navpage-AccessFR-AccessTranspFR-250305.html>, (Stand 18. Mai 2009)

8 vgl. Freiburger Nachrichten, 12. Januar 2009, Seite 3

9 vgl. <http://www.sbb.ch>, (Stand 28. Mai 2009)

3.6 Unterkunft

Die Unterkunftsmöglichkeiten im Schwarzsee sind sehr vielfältig. Besonders kann auf die verschiedenen Unterkunftswünsche von Familien eingegangen werden. Es sind folgende Unterkünfte vorhanden¹⁰:

3.6.1 Hotels

- Hostellerie am Schwarzsee ****, 160 Betten
- Hotel Bad ***, 40 Betten
- Pension Haus Montanara (keine Sterne), 62 Betten

3.6.2 Ferienwohnungen

Es stehen 37 Ferienwohnungen zum Vermieten zur Verfügung. Je nach Ferienwohnung sind verschiedene Familienspiele in der Wohnung vorhanden¹¹.

3.6.3 B&B

In den Bed & Breakfast-Unterkünften stehen 33 Betten zum Übernachten bereit.

3.6.4 Schlafen im Stroh

Im Schwarzsee selber bietet kein Bauernhof das Angebot „Schlafen im Stroh“ an. Im 17 km entfernten Alterswil und in Düdingen gibt es zwei solche Angebote.

3.6.5 Jugendherberge

Es ist keine Jugendherberge in der Destination Schwarzsee vorhanden. Als Familiendestination ist dies auch nicht unbedingt notwendig. Denn das Aufeinandertreffen der verschiedenen Zielgruppen könnten einen Zielkonflikt verursachen. Familien suchen die Erholung, Natur und die Berge. Die Jugendliche wollen Spass, Unterhaltung und Party.

3.6.6 Gruppenunterkünfte

Im gesamten sind zehn Gruppenunterkünfte mit insgesamt 1000 Betten vorhanden. Als bitteren Rückschlag für die Destination Schwarzsee bezeichnet Adolf Kaeser, Direktor Schwarzsee Tourismus, den Entscheid der belgischen Intersoc, ab 2010 auf die Feriendestination Schwarzsee zu verzichten. Der Wegzug bedeutet den Verlust von rund 30 000 Übernachtungen pro Jahr. Er hofft, dass der Kanton als Eigentümer des Lagers gute Alternativen findet¹².

3.6.7 Berghäuser und Alphütten

Die Destination Schwarzsee hat in den Alphütten 150 Betten, in welchen übernachtet werden kann.

3.6.8 Camping

Der Camping Seeweid**** am Schwarzsee ist ganzjährig geöffnet und verfügt über 70 Plätze. Der Camping ist ausgestattet mit einer Buvette, einem Kiosk und einem Grillplatz am See. Für Familien ist ein Camping oftmals der ideale Übernachtungsort.

10 vgl. <http://www.schwarzsee.ch/de/navpage-AccFR.html>, (Stand 19. Mai 2009)

11 vgl. Interview mit Bruno Zbinden, Mitarbeiter Schwarzsee Tourismus, 15. Mai 2009

12 vgl. Anton Jungo, Freiburger Nachrichten, 23. Juli 2008

3.7 Bergbahnen

Das Skigebiet umfasst sechs Skilifte und eine Sesselbahn. Insgesamt stehen dem Gast 22 km Pisten zur Verfügung. Für die Schneesicherheit sorgt eine moderne Beschneiungsanlage. Das auf 1500 m.ü.M. gelegene Skigebiet wird die Auswirkungen des Klimawandels auch zu spüren bekommen. Weitere Investitionen in die Infrastruktur der Beschneiungsanlage sind unabdingbar. Der Kinderskilift im Rohr, eingangs Schwarzsee, ist der ideale Ort für das Erlernen vom Skifahren für die Kinder¹³.

3.8 Gastronomie

Sieben Restaurants verwöhnen und verpflegen die Besucher. Das Restaurant Schwarzsee Stärn wurde letztes Jahr neu eröffnet¹⁴. Die Hostellerie am Schwarzsee zeichnet sich als familienfreundlichen Betrieb aus. Es werden unter anderem mindestens drei Kindermenüs, ein Kinderstuhl, Kinder-Beschäftigungen, Spielecke, eine Babystation und eine rauchfreie Zone angeboten¹⁵.

3.9 Sport

Familien können sich im Schwarzsee so richtig verausgaben und viel Sport machen, damit die Kinder abends müde ins Bett fallen.

Im Sommer stehen den Gästen folgende Möglichkeiten zur Verfügung¹⁶:

3.9.1 Bergsee

An heißen Tagen lädt der Schwarzsee zum erfrischenden Bad ein. Für Familien sind die Pedalos und das Fischen am See eine gelungene Abwechslung.

3.9.2 Mountainbike

Es stehen den Gästen 12 Bikerouten zur Verfügung. Von der gemütlichen Familienstrecke bis zu anspruchsvollen Biketouren können absolviert werden.

3.9.3 Wandern

Über 200 km ausgeschilderte Wanderwege warten darauf von den Familien entdeckt zu werden.

3.9.4 Trottikick

Mit den Monster-Trottinetts können Familien die Riggisalp hinunter fahren. Die Fahrt dauert vier Kilometer.

3.9.5 Weitere Sommer-Angebote

- Minigolf
- Tennis-, Volleyball-, Basketballplatz
- Reiten
- Kutschenfahrten
- Gleitschirm-Passagierflug

Es ist kein Golfplatz vorhanden.

13 vgl. <http://www.schwarzsee.ch/de/navpage-TransportFR.html>, (Stand 19. Mai 2009)

14 vgl. <http://www.schwarzsee.ch/de/navpage-GastroFR.html>, (Stand 19. Mai 2009)

15 vgl. <http://www.hostellerieamschwarzsee.ch/deutsch/sportanimation/index.html>, (Stand 7. Juni 2009)

16 vgl. Broschüre Schwarzsee-Senseland, 2009/10, Seite 9 ff

Im Winter stehen den Gästen folgende Möglichkeiten zur Verfügung¹⁷:

3.9.6 Bergsee

Im Winter friert das Wasser auf dem See und es bildet sich eine dicke Eisfläche, die sich eignet um darauf zu spazieren, Eislaufen und Hockey zu spielen.

3.9.7 Langlauf

Es werden jeweils drei km Loipen präpariert.

3.9.8 Schlittelhang Lengels

Ein Highlight für die Kinder ist der beliebte Schlittelhang Lengels. Die Piste hat eine Länge von 300 Metern und überwindet eine Höhendifferenz von 50 Metern.

3.9.9 Weitere Winter-Angebote:

- Winterspazierwege
- Schneeschuhwandern
- Nachtskifahren
- Nachtschlitteln mit Fondueplausch
- Geführte Schneeschuhtouren
- Pferdeschlittenfahrten

3.10 Freizeit

3.10.1 Rodelbahn

In Schwarzsee wird diesen Sommer die erste Rodelbahn der Region gebaut. Diese wird auf dem Gelände der Trainerskilift-Piste bei den Kaisereggbahnen entstehen.

Die Eröffnung ist auf Ende Juni 2009 geplant. Eine Sommerrodelbahn, die für alle ein Erlebnis sein wird und hoffentlich viele Abenteuerlustige nach Schwarzsee lockt und so zu einer Erhöhung der Attraktivität sorgt. Die Gesamtlänge inklusive der Bergfahrt beträgt gegen 1000m¹⁸.

3.10.2 Themenweg „Sagen und Märchen“

Abbildung 2: Themenweg Schwarzsee



Der Schwarzsee hatte bis in diesem Jahr keinen Themenweg. Für einen Familienort ist es unabdingbar einen Themenweg für die Kinder zur Verfügung zu stellen. Die Eröffnung für den neuen Themenweg „Sagen und Märchen“ wird auf diesen Sommer geplant. Somit wird ein Spaziergang um den See für die Kinder und Eltern noch abwechslungsreicher als bisher.

Quelle:
<http://www.schwarzsee.ch/de/navpage-FamilyFR-FamilySummerFR-330178.html>

¹⁷ vgl. Broschüre Schwarzsee-Senseland, 2009/10, Seite 18 ff

¹⁸ vgl. <http://www.schwarzsee.ch/de/news.cfm?category=NewsFR&subcat=NewsFR&id=333181>, (Stand 19. Mai 2009)

Grundlage für das Projekt bilden Sagen und Märchen, die im Schwarzseegebiet spielen. Es werden sieben Posten rund um den See eingerichtet. Bei den Posten werden die Kinder die Sagen- und Märchenwelt spielerisch erleben. Folgende Themen sind gestaltet worden: „Vom Goldloch“, „Die Schlangenbeschwörung“, „Der Hutätä“, „Der Muggi“, „Die schwarze Kuh“, „Die Ankenhexe“ und „Wie der Schwarzsee entstand“¹⁹.

Die Kosten für den Erlebnis- und Themenweg sind gemäss Adolf Kaeser auf 180 000 Franken veranschlagt²⁰.

3.10.3 Eispaläste

Die Eispaläste im Schwarzsee sind in der Schweiz einzigartig. Dort besteht noch grosses Vermarktungspotenzial, denn nur sehr wenige Leute kennen die Eispaläste im Schwarzsee²¹. Obwohl das Schweizer Fernsehen immer wieder über die Eispaläste in ihren Sendungen berichtet, wie am 2. Januar 2009 in der Sendung Schweiz Aktuell²².

Während dem Besuch der Eispaläste kann der Gast eine faszinierende Reise in eine Eiswelt begeben, die in der Schweiz einzigartig ist. Ein Besuch lohnt sich vor allem am Abend, wenn die nächtliche Beleuchtung besonders eindrucksvoll ist.

3.11 Veranstaltungen

Die Top-Veranstaltungen im Schwarzsee sind:

- Country-Festival
- Schwing- und Äplerfest
- Rock am Schwarzsee
- Alpabzug
- Schwarzsee-Triathlon²³

Diese Top-Veranstaltungen generieren mit den anderen Veranstaltungen weitere Logiernächte in der Region. Zu bemängeln gilt, dass unter den Top-Veranstaltungen keine spezifischen Kinder- und Familienveranstaltungen zu finden sind.

Allgemein gesagt, ist das Unterhaltungsangebot im Schwarzsee relativ bescheiden. Allerdings unternimmt die Region Anstrengungen, durch die Organisation von verschiedenen Grossanlässen den Bekanntheitsgrad zu steigern und Interesse für diese Region zu wecken. 2007 wurde der Schwarzsee als Etappenziel der Tour de Suisse gewählt und konnte mit dem Fernsehbeitrag den Bekanntheitsgrad der Region steigern.

Im Jahr 2006 hat die Destination Schwarzsee einen Weltrekord mit 2854 Fackel-Abfahrer auf die Beine gestellt. Dies war ein Highlight in der ganzen Region und es wurde rege aus allen Alterskategorien teilgenommen. Österreich und Italien haben bereits versucht diesen Weltrekord zu knacken, was den beiden Ländern bis jetzt nicht gelungen ist. Solche Weltrekorde verursachen einen jeweiligen positiven PR-Effekt für eine Destination. Mit diesem Anlass hat der Schwarzsee einige Medienanfragen ausgelöst²⁴.

19 vgl. <http://www.schwarzsee.ch/de/navpage-FamilyFR-FamilySummerFR-330178.html>, (Stand 19. Mai 2009)

20 vgl. Anton Jungo, Freiburger Nachrichten, 7. März 2009

21 vgl. Interview Roland Baumgartner, Leiter Content Management bei Schweiz Tourismus, 8. Mai 2009

22 vgl. <http://www.schwarzsee.ch/de/navpage.cfm?category=MultimediaFR&subcat=VideoFR&id=320283>, (Stand 8. Juni 2009)

23 vgl. http://www.schwarzsee.ch/de/navpage_list-EventsFR-MainEventsFR.html, (Stand 20. Mai 2009)

24 vgl. <http://www.schwarzsee.ch/de/news.cfm?category=NewsFR&subcat=NewsArchivesFR&id=315804>, (Stand 20. Mai 2009)

3.12 Dienstleistungen

Schwarzsee Tourismus baut das touristische Angebot und die Dienstleistungen laufend aus. Es bedarf jedoch noch weiterer Anstrengungen, um das Gesamtangebot von Tourismus und Basisangebot zu ergänzen und zu verbessern.

Als Familienort muss ein Animationsprogramm sowie die Kinderbetreuung gewährleistet sein. Die Kinderbetreuung wird von der Hostellerie am Schwarzsee übernommen, welche auch das Babysitting organisiert. Im Tourismusbüro können verschiedene Gesellschaftsspiele ausgeliehen werden²⁵. Die Spielliste sollte erweitert werden und für jede Alterskategorie etwas bieten. Für ältere Kinder hat das Tourismusbüro keine grosse Auswahl an Spielen vorhanden.

Die Kinderanimation wird hauptsächlich von der Hostellerie am Schwarzsee übernommen und ist vielfältig. Ein Highlight ist das Pizza backen für Kinder²⁶.

3.13 Pauschalangebote

Im Sommer wie im Winter sind attraktive Pauschalangebote wie z.B. „Heidi und Geissenpeter“, „Alphüttenzauber“, „Familien Plausch“, „GPS Mountainbike Tour“ zu buchen²⁷. Wenn Packages finanzielle Angebotsvorteile bringen, sind diese bei den Schweizer Familien sehr beliebt und werden rege gebucht²⁸.

Das Angebot "Heidi & Geissenpeter" wurde im Jahr 2008 zwölf mal gebucht. Dies ergibt Einnahmen von CHF 2880.00. Das Angebot "Urlandschaft Brecca" wurde im gesamten 21 mal gebucht. Dies ergibt Einnahmen im Wert von CHF 5350.00²⁹.

3.14 Zukunft

Noch in diesem Jahr sollten weitere Projekte im Schwarzsee verwirklicht werden. So wird der Themenweg und die Rodelbahn Ende Juni eingeweiht werden. Weiter soll die zweite Etappe der Seeufergestaltung – mit Bademöglichkeit bei der Gypsera – ausgeführt werden³⁰.

3.14.1 Wellness-Anlage

Geplant war eine Wellness-Anlage im Schwarzsee zu bauen. Dazu haben Schwarzsee Tourismus versucht, die Finanzierung über eine Volksaktie zu generieren. Leider kam die notwendige Finanzierung nicht zu Stande und die Trägerschaft hat das Projekt aufgeben müssen. Neu plant eine andere Gesellschaft den Bau einer Wellnessanlage direkt am See³¹. Der Bau der Wellness-Anlage ist für die weitere Entwicklung des Tourismus im Schwarzsee äusserst wichtig.

25 vgl. <http://www.schwarzsee.ch/de/list.cfm?listall=yes&category=FamilyFR&subcat=NurseriesFR>, (Stand 20. Mai 2009)

26 vgl. Broschüre Schwarzsee-Senseland, 2009/10, Seite 44

27 vgl. http://www.schwarzsee.ch/de/navpage_list-AllinFR-AllinSummerFR.html, (Stand 28. Mai 2009)

28 vgl. Interview Roland Baumgartner, Leiter Content Management bei Schweiz Tourismus, 8. Mai 2009

29 vgl. E-Mail von Bruno Zbinden vom 3. Juni 2009

30 vgl. Freiburger Nachrichten, 6. April 2009

31 vgl. Jahresbericht Schwarzsee Tourismus 2008, Seite 7

3.14.2 Skilifte

Die beiden rund 50-jährigen Kaiseregg-Skilifte sollen in den nächsten Jahren für ca. sieben Millionen Franken mit einem auskuppelbaren Sessellift ersetzt werden. Dieser könnte mit einer Kapazität von 1500 Personen pro Stunde etwa gleich viele Skifahrer transportieren wie die beiden jetzigen Skilifte. Baubeginn dürfte aber wegen fehlenden Gelder erst in drei bis vier Jahren sein³².

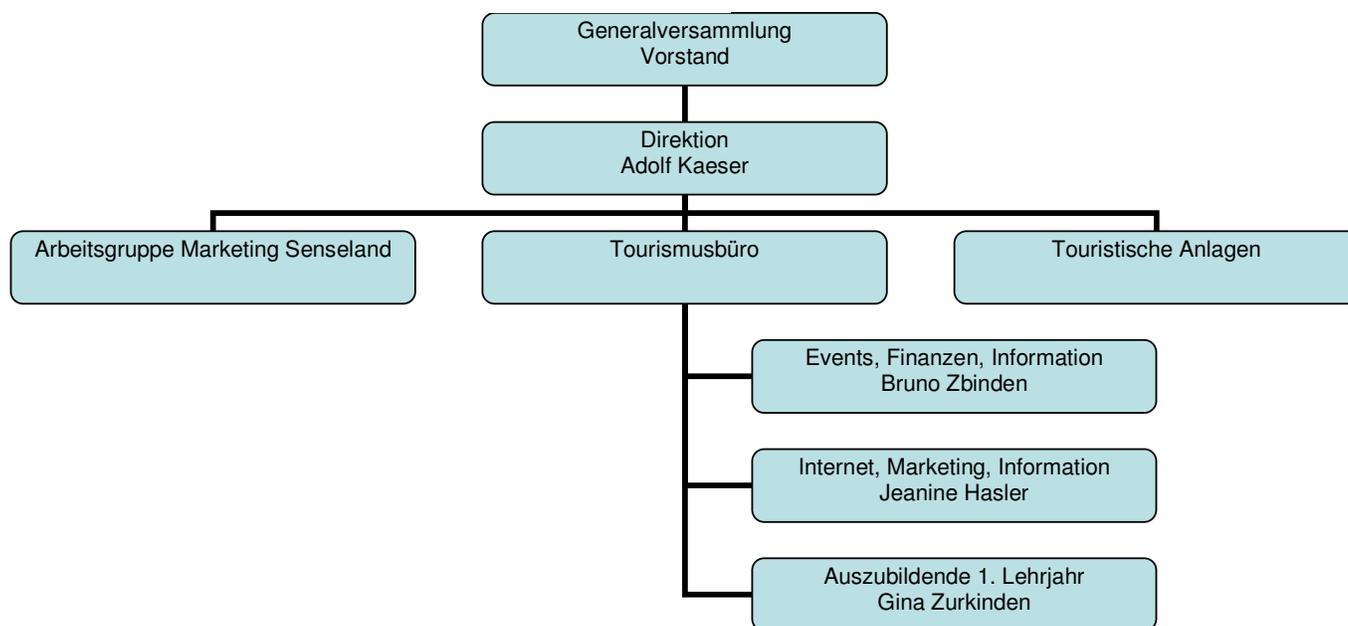
4. Schwarzsee Tourismus

Schwarzsee Tourismus ist ein Verein, der sich aktiv für die Förderung des regionalen Tourismus einsetzt. Die Mitglieder unterstützen Schwarzsee Tourismus und helfen so mit, den Tourismus in der Region stetig und nachhaltig auszubauen und voranzutreiben.

4.1 Organisation

Das Organigramm stellt die ausführliche Struktur von Schwarzsee Tourismus dar.

Abbildung 3: Organigramm Schwarzsee Tourismus



Quelle: <http://www.schwarzsee.ch/de/navpage-InsideFR-SchwTourismusFR-255725.html>

32 vgl. Freiburger Nachrichten, 6. November 2008

4.2 Logo

Die Marke „Schwarzsee - Senseland“ ist Träger von vielen Botschaften. Die Botschaften liefern Informationen über die geografische Herkunft und sollen Qualitätserwartungen wecken und Gefühle auslösen. Das Logo ist auf den ersten Blick auf der Internetseite erkennbar. Das USP der Bergsee ist ersichtlich.

Abbildung 4: Logo Schwarzsee Tourismus



Quelle: <http://www.schwarzsee.ch/de/welcome.cfm>

4.3 Erfolgsrechnung 2008

Die Erfolgsrechnung 2008 von Schwarzsee Tourismus schliesst bei einem Aufwand von 648 510 Franken und einem Ertrag von 651 430 Franken mit einem Gewinn von 2920 Franken³³.

4.4 Internetauftritt

Die grundlegende Umstrukturierung des Internetauftrittes hat sich bewährt. Die Website wird regelmässig besucht. Ein Vergleich, mit Destinationen aus dem Kanton Freiburg, der Visits von Januar bis Dezember 2008 hat ergeben, dass Schwarzsee an dritter Stelle (325'517 Visits) liegt, gleich nach den Websites von Gruyère Tourismus und Fribourg Region. Gruyère hat das beste Ergebnis erzielt, da dies eine bekannte Destination im Kanton Freiburg ist.

80% der Zugriffe erfolgen aus der Schweiz und ungefähr 7% aus Deutschland. Was auch auf die Herkunft der meisten Aufenthaltsgäste zurückzuführen ist. Weiter wurden Zugriffe aus Russland, Japan und Brasilien registriert³⁴.

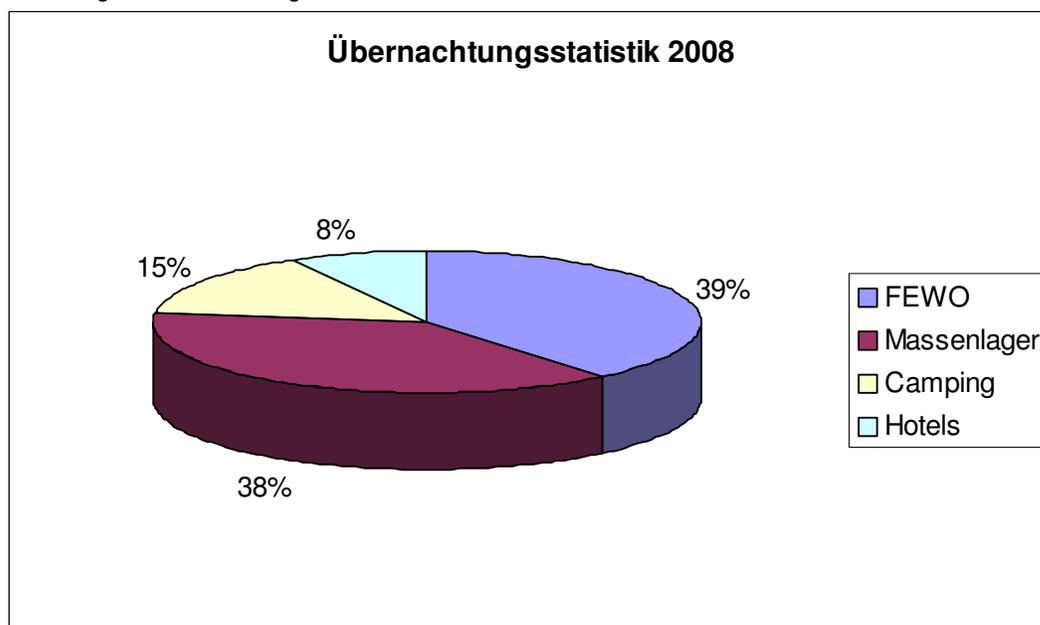
³³ vgl. Jahresbericht 2008, Schwarzsee Tourismus, Seite 15-18

³⁴ vgl. Jahresbericht 2008, Schwarzsee Tourismus, Seite 6

4.5 Logiernächte

Schwarzsee Tourismus verzeichnete 2008 total 135 793 Übernachtungen (Vorjahr 137 970); auf Hotels und Pensionen entfielen 14 878 (10 148), auf Ferienheime und Massenlager 49 997 (55 633), auf Chalets und Ferienwohnungen 51 357 (51 629) sowie auf Camping und Zelte 19 561 (20 500)³⁵.

Abbildung 5: Übernachtungsstatistik 2008



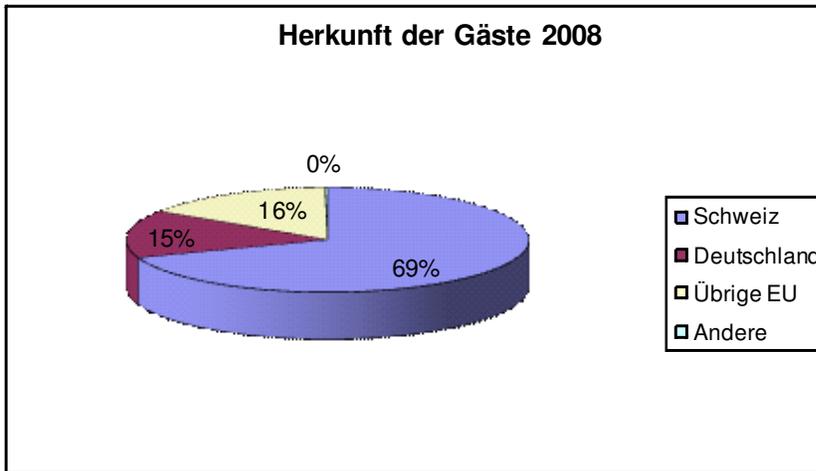
Quelle: Jahresbericht 2008, Schwarzsee Tourismus, Seite 21

³⁵ vgl. Jahresbericht 2008, Schwarzsee Tourismus, Seite 21

4.6 Herkunft der Gäste

Aus den Zahlen des Jahresberichts ist zu entnehmen, dass über 50% der Gäste aus der Schweiz in den Schwarzsee anreisen. Somit ist das eigene Land der Hauptzielmarkt, auf welchen besonders grosse Bearbeitung geschenkt werden muss. 15% der Gäste stammen aus Deutschland und 16% aus der übrigen EU. 0.2% der Gäste stammen aus anderen Ländern³⁶.

Abbildung 6: Herkunft der Gäste 2008



Quelle: Jahresbericht 2008, Schwarzsee Tourismus, Seite 22

4.7 Qualitätsgütesiegel

Mit dem dreistufigen Qualitäts-Programm vom Schweizer Tourismusverband kann ein Betrieb für den optimalen Service sorgen und die Mitarbeiter stärker motivieren. Denn heutzutage ist Qualität eines der wichtigsten Wettbewerbsinstrumente, um sich auf dem Markt zu positionieren. Gäste und Kunden entscheiden sich zunehmend für die Angebote, bei denen sie die Gewissheit und Sicherheit haben, dass die gewünschten Leistungen hochwertig und qualitativ erbracht werden und somit den Preis wert sind. Es gibt drei Stufen: QI, QII, QIII, wobei das QIII die höchste Qualitätssicherung mit sich bringt³⁷.

Schwarzsee Tourismus besitzt das Gütesiegel Stufe I. Um einen weiteren Schritt in der Qualitätssicherung zu machen, streben sie für das nächste Jahr die Stufe II an³⁸. Die Stufe zwei bezieht sich stark auf die Führungsqualität. Nach der Erarbeitung des QII erhält der Betrieb detaillierte Informationen wie die Gäste die Leistungen beurteilen, wie die Mitarbeiter den Betrieb einschätzen und welche Resultate sich ergeben durch die verdeckte Kontrolle einer Mystery-Person. Das Unternehmen bekommt so die Möglichkeit, die Dienstleistungen zu überprüfen, zu sichern und besser zu optimieren³⁹.

³⁶ vgl. Jahresbericht 2008, Schwarzsee Tourismus, Seite 22

³⁷ vgl. http://www.quality-our-passion.ch/index.cfm?parents_id=306, (Stand 20. Mai 2009)

³⁸ vgl. Jahresbericht 2008, Schwarzsee Tourismus, Seite 4

³⁹ vgl. http://www.quality-our-passion.ch/index.cfm?parents_id=308, (Stand 20. Mai 2009)

5. Analysen

Um die Bedürfnisse der Gäste besser herauszufinden, müssen verschiedene Analysen erstellt werden. Anschliessend sollen daraus Verbesserungs- und Umsetzungsmöglichkeiten resultieren.

5.1 SWOT-Analyse

Abbildung 7: SWOT-Analyse nach eigener Einschätzung

<p>Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qualifizierter Familienort vom Schweizer Tourismusverband - Mit ÖV und Auto gut erreichbar - Breites Packageangebot - Ruhe - Fauna und Flora - Gutes Gastronomieangebot - Bergsee im Sommer und Winter eine Attraktion - Schneeschuhtouren - Viele Tagestouristen - Viele Familien aus dem Sensebezirk 	<p>Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> - In der Hochsaison zu wenig Betten in der Hotellerie - Kein Kulturangebot - Mehr Tagestouristen als Übernachtungstouristen - Kein KidsHotel - Viele Gruppenunterkünfte - Langlauf zu wenig ausgebaut - Hohe Infrastrukturkosten - Geringe Auslastung während der Woche - Auf der Einstiegsseite der Internetseite ist nicht klar ersichtlich, dass der Schwarzsee eine Familiendestination ist - Kein Schlechtwetterangebot - Keine ÖV nach 19.00 Uhr
<p>Chancen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einzige Destination im Kanton Freiburg mit dem Gütesiegel „Familien Willkommen“ - Landschaft und Natur - Während der Finanzkrise reisen weniger Personen ins Ausland - Erholungsgebiet 	<p>Gefahren</p> <ul style="list-style-type: none"> - Familien kommen grössten Teils in den Ferienmonaten Februar, Juli, August. Ansonsten schwache Nachfrage - Schneesicherheit in Zeiten des Klimawandels - Anspruchsvolle Zielgruppe = in die Infrastruktur muss investiert werden - Belastung der Umwelt - Akzeptanz und Toleranz der Bevölkerung, wenn vollständige Konzentration auf Familienferien - Hauptzielmärkte nur Schweiz und Deutschland

Quelle: Eigene Einschätzungen

5.2 Standortanalyse

Die Standortwahl ist vorgegeben. Untenstehend wurde eine Standortanalyse im Vergleich zu anderen Destinationen untersucht. Anhand einer Nutzwertanalyse habe ich versucht, die Standortattraktivität vom Schwarzsee herauszufinden. Schwarzsee wurde mit der direkten Konkurrenz Charmey und mit der indirekten Konkurrenz Bettmeralp (Familienort⁴⁰) verglichen.

Tabelle 1: Nutzwertanalyse

Nutzwertanalyse		Gewichtung	Schwarzsee		Charmey		Bettmeralp	
			X	R	X	R	X	R
Standortanforderungen								
1	Lage, Erreichbarkeit	10	3	30	3	30	3	30
2	Unterkunft / Kidshotel	18	3	54	1	18	3	54
3	Familienfreundlich	20	5	100	3	60	5	100
4	Animationsprogramm	14	3	42	1	14	5	70
5	Sportmöglichkeiten	16	3	48	3	48	3	48
6	Veranstaltungen	5	3	15	1	5	3	15
7	Kulturelle Einrichtungen	5	1	5	3	15	3	15
8	Schlechtwettermöglichkeiten	15	1	15	5	75	3	45
Total Punkte			309		265		377	
Rangfolge			2. Rang		3. Rang		1. Rang	
X = Bewertung (gut = 5, befriedigend = 3, schlecht = 1) R = Nutzen pro Standortfaktor								

Quelle: Eigene Einschätzung und eigene Darstellung

Es ist ersichtlich, dass die Bettmeralp einen deutlichen Vorsprung auf die beiden anderen Destinationen ausbauen konnte. Dies zeigt auf, dass in der Destination Schwarzsee noch grosses Verbesserungspotenzial vorhanden ist.

Charmey war, gemäss Katja Clapasson, Mitarbeiterin Marketing Fribourg Region, vor einigen Jahre ebenfalls an der Qualifizierung „Familien Willkommen“ interessiert. Hat sich aber anschliessend doch nicht als Familienort qualifizieren lassen. Mit der neuen Wellnessanlage in Charmey wird sich die Destination in nächster Zeit auch nicht spezifisch auf die Zielgruppe Familien konzentrieren⁴¹.

40 vgl. http://www.myswitzerland.com/de.cfm/erlebnisse/familien/offer-Destinations_Resorts-Family%20Resorts%20New-112926.html, (Stand 28. Mai 2009)

41 vgl. Interview mit Katja Clapasson, Mitarbeiterin Marketing Fribourg Region, 14. Mai 2009

Da die Bettmeralp nicht zur direkten Konkurrenz gehört, können daraus einige Ideen und Verbesserungspunkte übernommen werden (vgl. Umsetzungsmöglichkeiten und Massnahmen im Bereich Familiientourismus 7).

In allen Destinationen ist kein offiziell ausgezeichnetes KidsHotel vorhanden. Dies könnte ein weiterer Punkt sein, damit die Standortanalyse besser für die jeweilige Destination ausfallen würde.

Abbildung 8: Weissensee



Quelle:
<http://www.weissensee.com/de/bilder-vom-weissensee-im-sommer-und-im-winter.html>

5.3 Konkurrenzanalyse

In Europa gelten Österreich und Italien als besonders kinderliebe Länder⁴². In Österreich hat sich insbesondere Kärnten bei der Entwicklung des Familiientourismus hervor getan.

Für die Konkurrenzanalyse habe ich mich deshalb bewusst auf einen kleinen Ort in Kärnten, den Weissensee, konzentriert.

„Familienurlaub am Spielplatz der Natur“⁴³ lautet der Slogan der Weissensee Region. Der Weissensee liegt wie der Schwarzsee auf ca. 1000 M.ü.M und besitzt auch einen See, der jedoch mit 6.5 km² einiges grösser ist als der Schwarzsee (mit 0,5 km²)⁴⁴.

5.3.1 Destination

Laut Arno Kronhofer, Leiter des Tourismusverbandes am Weissensee, handelt sich die Weissensee Region, um eine sehr familienfreundliche Region, da weder Lärm noch Massentourismus die Ferienfreude stören und die Kinder die Fauna und Flora noch so erleben wie sie vielerorts nur früher einmal war. Ausserdem haben viele Betriebe einen kleinen Bauernhof, wo die Kinder mit den Tieren Kontakt aufnehmen können⁴⁵.

Die Destination Schwarzsee verzeichnet auch keinen grossen Lärm und Massentourismus, kann dafür aber mit keinem Streichelzoo oder einem geeigneten Bauernhof auftrumpfen, welcher dieses Angebot anbietet. Für Kinder ist ein Streichelzoo eine beliebte Attraktion und sollte unbedingt in das Angebot mitaufgenommen werden, da dies zusätzlich ein Muss-Kriterium vom Schweizer Tourismusverband ist⁴⁶.

42 vgl. Bastian – Born – Dreyer (2000), Kundenorientierung im Touristikmanagement, Seite 159

43 <http://www.weissensee.com>, (Stand 20. Mai 2009)

44 vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Schwarzsee> (Stand 28. Mai 2009)

45 vgl. Interview mit Arno Kronhofer, Leiter des Tourismusverbandes Weissensee, 19. Mai 2009

46 vgl. <http://www.swisstourfed.ch/index.cfm/fuseaction/show/path/1-2-25-83.htm>, (Stand 21. Mai 2009)

5.3.2 Sommer

Nebst den sportlichen Angeboten wie Mountainbiken, markierte Wanderwege und Nordic Walking ist das Thema Genuss ein Highlight am Weissensee. Als besondere Aktivität wird das Genussfloss verkauft. Dabei fahren der Bürgermeister und der Tourismusverantwortliche höchstpersönlich mit dem Floss auf den See und kredenzen unter Mithilfe ortsansässiger Köche heimische Produkte wie den Weissensee Fisch in roher und veredelter Form⁴⁷.

Im Schwarzsee wird das Thema Genuss und Kulinarik noch nicht gross in die Angebotsvielfalt miteinbezogen. Hier könnten interessante Pauschalangebote oder Aktivitäten nachmittags geschaffen werden.

5.3.3 Winter

Im Winter setzt Weissensee auf sanften Winterurlaub. Mit einem Gesamtlöipennetz von 155 km kann der Schwarzsee mit nur 3 km Loipen bei weitem nicht mithalten. Langlaufen gewinnt beim sanften Winterurlaub immer mehr an Bedeutung. Aus diesem Grund sollte Schwarzsee Tourismus weitere Überlegungen und Anstrengungen treffen, ob in diesem Bereich noch mehr Streckenkilometer hinzugefügt werden können.

Dafür setzt die Region Schwarzsee auf Schneeschuhlaufen. Es sind vier beschilderte Touren sowie GPS-Schneeschuhtouren vorhanden.

Eislaufen auf dem gefrorenen See ist bei beiden Destinationen ein grosses Plus.

5.3.4 Kinderzentimeter

Speziell für Familien hat man sich mit "Meterix - dem Weissenseer Kinderzentimeter" etwas besonderes einfallen lassen. Das Moto lautet: je kleiner desto billiger und gilt für Kinder unter 12 Jahren im Ferienquartier, in der Skischule, beim Skiverleih und beim Skilift⁴⁸.

Warum dieses Angebot nicht auch für die Destination Schwarzsee übernehmen? „Meterkids – der Schwarzsee-Kinderzentimeter“. Bei Familien mit Kindern sind solche attraktiven Preisvorteile gerne gesehen.

5.3.5 Unterkunft

Das Unterkunftsangebot kann nicht mit der Destination Schwarzsee verglichen werden, da Schwarzsee über wesentlich weniger Betten verfügt wie die Destination Weissensee und dementsprechend im 2008 auch nur 135 793 Logiernächte⁴⁹ generieren konnte im Gegensatz zur Region Weissensee mit über 420 743 Logiernächten⁵⁰.

In der Region Kärnten gibt es 44 geprüfte Bärenbetriebe. Bären und Smileys weisen den Weg zum Familienferienerlebnis in qualitätsgeprüften Kinder- und Familienhotels⁵¹.

47 vgl. Interview mit Arno Kronhofer, Leiter des Tourismusverbandes Weissensee, 19. Mai 2009

48 vgl. <http://winter.weissensee.com/?siid=214&jid=wi>, (Stand 21. Mai 2009)

49 vgl. Interview mit Bruno Zbinden, Mitarbeiter Schwarzsee Tourismus, 15. Mai 2009

50 vgl. Interview mit Arno Kronhofer, Leiter des Tourismusverbandes Weissensee, 19. Mai 2009

51 vgl. <http://www.kaernten-family.at/?siid=2009&LAid=1&jid=so&cfg=send>, (Stand 21. Mai 2009)

Die Region Weissensee verfügt über ein Kinderhotel, das Familienhotel Kreuzwirt****, welches mit vier Smileys ausgezeichnet wurde. Vier Smileys bezeichnen einen Betrieb als sehr familienfreundlich und es kann mit guter Qualität überzeugt werden⁵². Die Destination Schwarzsee hat kein ausgezeichnetes Kinderhotel.

Was auffällt ist, dass die Region Weissensee über gar keine Gruppenunterkünfte verfügt. Die Anzahl Gruppenunterkünfte haben im Schwarzsee einen relativ grossen Anteil zum Gesamtangebot. Es muss angemerkt werden, dass mit Gruppen wie z.B. Ferienlager, Schullager wesentlich weniger Umsatz generiert werden kann, als mit Familien die in Hotels oder Ferienwohnungen übernachten. Gruppen, welche in Gruppenunterkünfte übernachten, kochen meistens selber und generieren keinen grossen Umsatz in den Gastronomiebetrieben in der Region.

5.3.6 Aufenthaltsdauer

In der vergangenen Sommersaison war die durchschnittliche Aufenthaltsdauer am Weissensee rund 6.77 Tage und in der Wintersaison 5.67 Tage⁵³. Dies ist deutlich mehr als im Schwarzsee, wo die Gäste durchschnittlich nur 2.5 Tage verweilen⁵⁴. Dies ist bedingt wegen der zum Teil fehlenden Infrastruktur wie z.B. Schlechtwetterangebote etc.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von ca. einer Woche für die Weissensee Region ist überdurchschnittlich gut. Dies belegt auch die Statistik, dass Familien generell länger Ferien machen als der Rest der Bevölkerung⁵⁵.

5.3.7 Gästestruktur

Im Sommer sind die Hauptzielmärkte der Region Weissensee Deutschland, Österreich, Holland und Italien (gereiht nach Wichtigkeit)⁵⁶. Für die Destination Schwarzsee ist der Hauptzielmarkt klar die Schweiz mit 69.4% gefolgt von Deutschland mit 14.8% und übrigen Ländern aus der EU mit 15.6%⁵⁷.

5.3.8 Internetauftritt

Zum Schluss habe ich den Internetauftritt der beiden Destinationen verglichen. Es wurde die Internetseite www.schwarzsee.ch mit der Internetseite www.weissensee.com und www.kaerten-family.at miteinander verglichen.

Bei Schwarzsee Tourismus findet man auf der Startseite jeweils ein wechselndes Einstiegsbild. Daher ist nicht klar ersichtlich, dass es sich hierbei um einen Familienort handelt. Bei Weissensee und Kärnten sind keine wechselnden Einstiegsbilder vorhanden. Es ist auf den ersten Blick ersichtlich, dass es hier um Familienferien geht. Es sind grosse, emotionale Bilder von Familien abgebildet.

Der Slogan „Europas beste Urlaubsdestination für Familienurlaub im Süden Österreichs“ ist auf der Kärnten Einstiegsseite sofort erkennbar. Bei Schwarzsee Tourismus ist kein Slogan erkennbar.

52 vgl. Kärnten Familien-Broschüre, Seite 29

53 vgl. Interview mit Arno Kronhofer, Leiter des Tourismusverbandes Weissensee, 19. Mai 2009

54 vgl. Interview mit Bruno Zbinden, Mitarbeiter Schwarzsee Tourismus, 15. Mai 2009

55 vgl. Bastian – Born – Dreyer (2000), Kundenorientierung im Touristikmanagement, Seite 160

56 vgl. Interview mit Arno Kronhofer, Leiter des Tourismusverbandes Weissensee, 19. Mai 2009

57 vgl. Jahresbericht 2008, Schwarzsee Tourismus, Seite 22

Die Internetseite der Region Weissensee ist auf vier Sprachen übersetzt. Es sind die Sprachen der Hauptzielmärkte (vgl. Gästestruktur 5.3.7). Auch die Homepage der Destination Schwarzsee ist in drei Sprache übersetzt. Falls noch weitere wichtige Hauptzielmärkte spezifisch bearbeitet werden, müsste die Website um diese Sprache erweitert werden.

Auf der Website der Region Weissensee sind eine Bildergalerie, Videos, Webcams, Wettervorhersage, Umfrage, Newsarchiv und ein Gästebuch vorhanden. Bei Schwarzsee Tourismus ist keine Bildergalerie, keine Umfrage, kein Newsarchiv und kein Gästebuch vorhanden. Bei einem Gästebuch können sich die Gäste für den Aufenthalt bedanken, Anregungen anbringen und anderen Gästen empfehlen die Destination zu besuchen. Bei einen Gästebuch muss ständig darauf geachtet werden, dass die Einträge aktuell und nicht veraltet sind.

Wichtig zu beachten ist, das man als Tourismusorganisationen nicht nur die Eltern bewirbt sondern auch die Kinder. Denn das Design der Prospekte zielt in Farben und Gestaltung häufig auch ganz eindeutig auf die Kinder. Bunte Figuren, Bilder zum Ausmalen und Maskottchen sollen sie dazu animieren, bei der Ferienentscheidung entscheidend mitzuwirken⁵⁸.

Diese Erkenntnis wurde auf der Website von Kärnten gezielt umgesetzt. Unter der Rubrik „Mal mich an und gewinn!“ kann ein Malbild vom Maskottchen „Bär“ heruntergeladen werden und als Hauptpreis kann eine Woche Ferien mit der ganzen Familie gewonnen werden.

Ein weiterer interessanter Punkt auf der Website von Kärnten ist das „Schlaubären Quiz“. Dort werden den Kindern witzige Fragen über die Region gestellt. Sobald alle Fragen richtig beantwortet sind, können die Kinder am Wettbewerb teilnehmen. Hierzu können weitere E-Mailadressen für den Newsletter generiert werden. Gemäss Schweiz Tourismus gewinnen Online-Spiele immer an grösserer Beliebtheit⁵⁹.

Als wichtigster fehlender Punkt bei der Homepage von Schwarzsee Tourismus sind die emotionalen Familienbilder. Es sind zwar schöne grosse Bilder von der Region vorhanden, aber speziell für die Einstiegsseite und die Unterseite „Familien“ sollten emotionale Familienbilder geschossen werden.

5.3.9 Kärnten Werbung

Der Weissensee hat sich zu Kärnten Werbung angeschlossen, welche verschiedene Dienstleistungen im Angebotsmarketing und in der Werbung für den Weissensee erbringt. Zum Beispiel haben sie die Kärnten Card produziert. Die Kärnten Card kostet für zwei Wochen für Erwachsene 36.00 Euro und für Kinder 15.00 Euro. Für Kinder unter 6 Jahren und ab dem dritten Kind ist die Kärnten Card gratis.

⁵⁸ vgl. Bastian – Born – Dreyer (2000), Kundenorientierung im Touristikmanagement, Seite 160

⁵⁹ vgl. Präsentation Ferientag, Thomas Winkler, 3. April 2009

Mit der Kärnten Card können Familien im Sommer zwei Wochen lang beliebig oft bei freiem Eintritt mehr als über 100 Ausflugsziele besuchen. Weiter kann man kostenlos alle Schiffe und Seilbahnen benützen⁶⁰.

Eine solche Karte sollte auch für die Destination Schwarzsee ausgearbeitet werden (vgl. Punktekarte 7.7).

5.4 Kundenbedürfnisanalyse

Bedingt durch die Kinder stellen Familien besondere Anforderungen an Reiseangebote. Dabei haben Kinder im Alter von drei Jahren ganz andere Bedürfnisse als die Zwölfjährigen. Was es alles beim Aufbau von zielgruppengerechte Produkte für Familien mit Kinder zu berücksichtigen gilt, wird in der folgenden Kundenbedürfnisanalyse aufgezeigt.

In Anlehnung an die Autoren Bastien, Born und Dreyer untenstehend ergänzend die Kundenbedürfnisanalyse für die bestehenden Segmente⁶¹:

Tabelle 2: Kundenbedürfnisanalyse

Segment	Bedürfnisse
Familien mit Babys bis 2 Jahre	<ul style="list-style-type: none"> - Babysitting Angebot - Babybett - Babyphone - Kinderwagen - Wanderwege, die kinderwagengerecht sind - Nichtraucherabteil im Speisesaal - Ruhe und Erholung - Kochmöglichkeiten in der Unterkunft
Familien mit Kinder im Alter von 3-6 Jahren	<ul style="list-style-type: none"> - Familienzimmer - Interessante Themen- und Erlebniswege - Kinderbett - Spielplatz draussen und drinnen - Bademöglichkeiten - Kindermenüs - Kinder Check-in - Streichelzoo - Spezielle Kinderanimationen - Eltern möchten Erholung in der Natur oder in der Wellnessanlage - Kochmöglichkeiten in der Unterkunft - Nichtraucherrestaurant

60 vgl. <http://www.kaernten-family.at/?arid=1313&jid=SO&siid=2014&cfg=redirect>, (Stand 21. Mai 2009)

61 vgl. Bastian – Born – Dreyer (2000), Kundenorientierung im Touristikmanagement, Seite 163

Familien mit Kinder im Alter von 7-12 Jahren	<ul style="list-style-type: none"> - Kinderbetreuung - Interessante Themen- und Erlebniswege - Spielverleih - Bademöglichkeiten - Kinderbibliothek - Sportmöglichkeiten - Anspruchsvolle Animationsprogramme - Schlechtwetterangebot - Getrennte Zimmer für Eltern und Kinder - Eltern möchten Erholung in der Natur oder in der Wellnessanlage
Familien mit Teenager im Alter von 13-18 Jahren	<ul style="list-style-type: none"> - Fun - Andere Jugendliche kennen lernen - Animation - Sport- und Bademöglichkeiten - Computerzimmer - Diskothek - Funpark - Spielzimmer mit Töggelikasten, Xbox, Ping Pong Tisch etc. - Schlechtwetterangebot - Eltern geniessen die Zeit zu zweit

Allgemein für die Eltern ist eine differenzierte Preispolitik von grosser Wichtigkeit. Gelingt es den Tourismus-, Unterkunfts- und Gastronomiebetrieben sich mit einer familienorientierten Preispolitik zu profilieren, wäre ein wichtiger Schritt zur Kundenbindung getan⁶².

5.5 USP

Als USP der Destination Schwarzsee kann der Bergsee bezeichnet werden. Im Sommer lädt der See zum baden, flanieren, planschen, Pedalo fahren, fischen und erholen ein. Im Winter ist er meistens begehbar und so ein attraktives Ziel für Spaziergänger, Eishockeyspieler, Schlittschuhläufer etc. Eine weitere Attraktion, welche in der Schweiz und in Deutschland noch viel zu wenig bekannt ist, sind die Eispaläste. Diese Sehenswürdigkeit ist einmalig in der Schweiz.

Der Schwarzsee ist zudem die erste und einzige Destination im Kanton Freiburg, welche das Label „Familien Willkommen“ erlangt hat⁶³. Dies sollte die Destination als besonderes USP hervorheben und auch entsprechend vermarkten.

62 vgl. Bastian – Born – Dreyer (2000), Kundenorientierung im Touristikmanagement, Seite 173

63 vgl. Interview mit Katja Clapasson, Mitarbeiterin Marketing Fribourg Region, 14. Mai 2009

6. Famili­entourismus

„Sind die Kinder zufrieden, steigt die Zufriedenheit der Eltern.“⁶⁴

Wer als Tourismusort oder Hotelier einmal die Kinder für sich gewonnen hat, dem stehen die Eltern zumeist auch offen gegenüber. Dieses Argument ist sehr wichtig, um sich als Familienort für den Famili­entourismus zu positionieren.

Famili­entourismus gewinnt immer mehr an Bedeutung. Denn unter den Reisemotiven der Schweizer Bevölkerung stechen insbesondere der Wunsch nach dem Naturerlebnis sowie nach Zeit mit der Familie hervor. Weitere wichtige Reisemotive sind den Horizont erweitern sowie flexible und spontane Reiseentscheidungen fällen zu können⁶⁵.

Wichtig zu beachten ist, dass eine Familie allein aufgrund der Grösse eine höhere Anzahl unterschiedlicher Bedürfnisse zu befriedigen hat, als etwa eine alleinreisende Person. Deshalb müssen verschiedene Aspekte im Bezug auf Familienferien allgemein erkannt werden und anschliessend auf den Famili­entourismus in der Schweiz angewendet werden.

6.1 Reiseverhalten von Familien

Die Zahl der Kinder hat in den letzten Jahren stagniert, da viele Familien immer weniger Kinder haben, als dies früher üblich war. Es wird mehr Alleinerziehende geben. Darüber hinaus werden neben der traditionellen Familie auch verstärkt Patchwork-Familien eine weitere grössere Rolle spielen⁶⁶.

Deshalb ist es wichtig, dass sich die Destination diesen laufenden Bedürfnissen bewusst wird und die Angebote auch auf die neuen Veränderungen ausrichtet. Heute müssen Angebote geschaffen werden, dass Kinder, wenn sie mit einer alleinerziehenden Person reisen, leicht Kontakt mit anderen Spielgefährten aufnehmen können. Dies eignet sich in einem KidsHotel oder beim Animationsprogramm einer Familiendestination hervorragend.

Fährt nur ein Elternteil mit einem Kind in die Ferien, muss natürlich die Unterkunftsmöglichkeit nicht mehr so gross sein, als wenn man mit der ganzen Familie verreisen würde. In den Robinson-Clubanlagen ist es zum Beispiel möglich ein Angebot „Single mit Kind“ zu buchen⁶⁷.

Wichtig ist hier noch zu vermerken, dass die Kinder meistens einen massgeblichen Einfluss auf die Wahl des Ortes haben und in den meisten Fällen auch entscheiden, wohin die Familie in die Ferien fährt. Die Frau als Bucherin trägt anschliessend einen weiteren grossen Beitrag dazu⁶⁸.

⁶⁴ Bastian – Born – Dreyer (2000), Kundenorientierung im Touristikmanagement, Seite 158

⁶⁵ vgl. Tourismuslehre – Ein Grundriss, Thomas Bieger, 2006, Seite 43

⁶⁶ vgl. Bastian – Born – Dreyer (2000), Kundenorientierung im Touristikmanagement, Seite 158

⁶⁷ vgl. <http://www.robinson.com>, (Stand 21. Mai 2009)

⁶⁸ vgl. <http://www.thurgau-tourismus.ch/files/?id=16488>, (Stand 21. Mai 2009)

6.2 Wahl der Verkehrsmittel

Die meisten Familien fahren mit dem Auto in die Ferien. Entweder im eigenen Land oder in die umliegenden Nachbarländern. Für viele bietet das Auto den gewünschten Komfort, da für die Kinder jeweils viel Gepäck wie Babyutensilien oder Spielsachen mitgenommen wird⁶⁹. Das Auto (wegen der Möglichkeit zum Gepäcktransport sowie seiner Flexibilität vor Ort) ist neben dem Flugzeug (Zeitersparnis und des Erlebnischarakters) weiterhin die beliebtesten und wichtigsten Verkehrsmittel der heutigen Zeit⁷⁰.

6.3 Hauptreisezeit

Die stärkste Nachfrage bei den Familien besteht in den Monaten Februar, Juli und August⁷¹. Dies ist nicht verwunderlich, in diesen Monaten sind Schulferien. Aus diesem Grund ist dies auch die Hauptreisezeit der Familien. Die schwächste Nachfrage besteht dagegen im Juni und November.

6.4 Zahl der ausgeübten Aktivitäten

Eine alleinreisende Person unternimmt in der Regel ungefähr 12 verschiedene Aktivitäten (sportlich oder nicht sportlich). Bei einer Familie nimmt die Nachfrage nach der Zahl der ausgeübten Aktivitäten nur bedingt zu. Eine vierköpfige Familie hat eine Nachfrage nach ungefähr 18 Aktivitäten⁷².

6.5 Übernachtungskategorien

Familiengäste nächtigen signifikant häufiger in 2- bzw. 3-Sternehotels als der Durchschnitts-Schweizergast. Deshalb profitieren Zwei- und Dreisternbetriebe auf Kosten der Vier- und Fünfsternebetriebe etwas stärker vom Segment Familien⁷³.

6.6 Ausgaben pro Aufenthalt

Familienurlauber sind kein umsatzstarkes Segment. Die Durchschnitts-Urlaubergemeinschaft gibt pro Tag rund 20% mehr aus, eine Best-Ager Reisegemeinschaft bis zu 11% mehr als der Familienurlauber. Je älter das jüngste Kind eines Familienurlaubers, desto höher die Tagesausgaben einer Familie. Kleine Familien geben tendenziell auch mehr aus als Grossfamilien. Da sie dementsprechend mehr Geld zur Verfügung haben, als Familien mit mehr Kindern⁷⁴.

6.7 Familiengäste sind Frühbucher

Der Familienurlauber bucht früher als ein Nicht-Familiengast. Ein Gast mit Tagesausgaben unter 250 CHF bucht früher als ein Gast, der über 250 CHF pro Tag ausgibt. Allgemein kann gesagt werden, dass der Hotelgast später bucht als der Gast in der Parahotellerie⁷⁵. Dies ist einleuchtend, da viele Ferienwohnungen bereits ein Jahr im voraus gebucht werden müssen.

69 vgl. Bastian – Born – Dreyer (2000), Kundenorientierung im Touristikmanagement, Seite 161

70 vgl. Tourismuslehre – Ein Grundriss, Thomas Bieger, 2006, Seite 121

71 vgl. Christian Laesser (2000), Familientourismus in der Schweiz: Empirische Evidenz einer vielversprechenden strategischen Stossrichtung, Seite 120

72 vgl. Christian Laesser (2000), Familientourismus in der Schweiz: Empirische Evidenz einer vielversprechenden strategischen Stossrichtung, Seite 118

73 vgl. Christian Laesser (2000), Familientourismus in der Schweiz: Empirische Evidenz einer vielversprechenden strategischen Stossrichtung, Seite 116

74 vgl. Präsentation „Der Familiengast“ von Cornelia Brauer, Marktforschung Schweiz Tourismus

75 vgl. Präsentation „Der Familiengast“ von Cornelia Brauer, Marktforschung Schweiz Tourismus

6.8 Familiientourismus in der Schweiz

Der Familiientourismus ist eine zentrale Grösse im Schweizer Tourismus. Trotzdem haben verschiedene Untersuchungen gezeigt, dass die Schweiz ein mangelndes Image bzw. unzureichende Positionierung für Familienferien besitzt. So war es folgerichtig, dass sich die Schweiz und insbesondere Schweizer Tourismus ab dem Jahr 2000 strategisch auf dieses Zielpublikum fokussiert hat⁷⁶.

Daraus haben sich die verschiedenen Anbieter im Familiensegment folgendermassen etabliert:

- Schweizer Ferienorte „Familien Willkommen“
- Bereich Hotellerie
 - KidsHotels
 - Familienfreundliche Hotels
- Bereich Parahotellerie
 - Reka
 - Private Ferienwohnungsanbieter
 - Schweizer Jugendherbergen
 - Schweizer Bauern, Ferien auf dem Bauernhof
 - Schlafen im Stroh!

Im Bereich der Parahotellerie konnte sich speziell die REKA durchsetzen. Sie ist heute eine Unternehmung das schweizweit bekannt ist und eine grosse Anerkennung besitzt, nicht zuletzt wegen ihres sozialen Engagements im Bereich Familienferien. Die langjährige Spezialisierung und Fokussierung im Familiientourismus sind bei der REKA auch die grössten Erfolgsfaktoren⁷⁷.

6.9 Die Krise als Chance nützen – Argument für Reisen in der Schweiz

In Zeiten der Wirtschaftskrise machen die Schweizer möglicherweise wieder vermehrt Ferien in der Schweiz. Dies deutet auf einen positiven Aspekt für kleinere und preiswertere Destinationen hin.

Hier einige gute Gründe⁷⁸, die gegen Fernreisen von Familien mit Kindern sprechen und somit als Argumente für Reisen in der Schweiz verwendet werden können:

- Je länger die Reisen dauern, desto anstrengender sind sie für die Kinder
- Flüge über ca. 4 Stunden erhöhen den Stress für Eltern und Kinder beträchtlich
- Kinder schätzen eine kurze Reise
- Zusätzliche Impfungen belasten den Organismus der Kinder sehr
- Auto als Gepäcktransport und Fortbewegungsmittel eignet sich in der Schweiz mit Kindern am besten
- Für kleine Kinder ist die Hitze besonders anstrengend und deshalb sollte man Kinder vor direkter Sonneneinstrahlung besonders gut schützen
- Natürliches Klima in den Schweizer Bergen
- Individualität der Unterkunft (Ferienwohnungen, Kidshotel und Camping)
- Qualität vor Quantität

76 vgl. Christian Laesser (2000), Familiientourismus in der Schweiz: Empirische Evidenz einer vielversprechenden strategischen Stossrichtung, Seite 104

77 vgl. <http://www.thurgau-tourismus.ch/files/?id=16488>, (Stand 21. Mai 2009)

78 vgl. Bastian – Born – Dreyer (2000), Kundenorientierung im Touristikmanagement, Seite 162

6.10 Faktoren für gelungene Familienferien

Wichtige Faktoren, damit die Familien mit ihren Ferien zufrieden sind und eventuell das nächste Jahr wieder in die Destination zurückkehren sind vielfältig. Hier einige entscheidende Faktoren, damit alle Familienmitglieder glücklich sind⁷⁹:

1. Die Unterkunft ist massgebend. Fühlen sich die Familien im Familienzimmer wohl und haben genügend Platz zum Spielen und Wohnen, entsteht ein angenehmes Klima.
2. Das Animationsprogramm, die Veranstaltungen und die Spielangebote sind vielfältig, einzigartig, spannend und lernreich. Bei den verschiedenen Animationen ist es für die Kinder wichtig, dass sie auch mit anderen gleichaltrigen Kinder zusammentreffen und zusammen spielen können.
3. Die Gastronomie soll kindergerecht eingerichtet sein. Es sollten Kindermenüs, Malsets, Kinderstühle sowie rauchfreie Zonen vorhanden sein.
4. Die Eltern sollen sich erholen können und die Natur geniessen. Die gemeinsame Zeit ohne Kinder wird sehr geschätzt.

6.11 Gütesiegel „Familien Willkommen“

Das Gütesiegel „Familien Willkommen“ wird an Schweizer Ferienorte vergeben, die sich besonders gut für Familienferien eignen und das Angebot gezielt auf die Wünsche und Bedürfnisse von Kindern und Eltern ausrichten. Um das Gütesiegel „Familien Willkommen“ zu erhalten, müssen strenge Voraussetzungen und Kriterien von den jeweiligen Destinationen erfüllt werden.

Für die Destinationen sind einige Mindestanforderungen erforderlich, um sich für das Gütesiegel bewerben zu können. Diese Mindestanforderungen bestehen in folgenden Bereichen:

- **Infrastruktur**
Unterkünften, Restaurants, Spiel- und Picknickplätzen
- **Erlebnisse im Sommer und Winter**
Themenwege, Wasser, Tiere, Abenteuer/Sport, Kultur/Unterhaltung, Transport, Animation
- **Dienstleistungen und Services**
Sicherheit, Pauschalangebote, Gästeinformation, Kinderbetreuung

Jede Region braucht touristische Leistungsträger, die sich am Angebot Familienort beteiligen. Ohne diese Zusammenarbeit könnte sich eine Destination nicht als Familienort bewerben. Aber auch die Leistungsträger müssen sich kontinuierlich mit dem Thema Qualität auseinander setzen und sich besonders für die Dienstleistungsqualität im Bereich Familiientourismus engagieren.

Die Familienorte werden regelmässig kontrolliert und müssen die verlangten Kriterien erfüllen. Das Gütesiegel „Familien Willkommen“ verleiht der Schweizer Tourismusverband jeweils für die Dauer von drei Jahren⁸⁰. Das Qualitätsgütesiegel Q1 muss vorhanden sein, um die Auszeichnung als Familienort zu erhalten. Dies ist bei Schwarzsee Tourismus vorhanden.

⁷⁹ vgl. Bastian – Born – Dreyer (2000), Kundenorientierung im Touristikmanagement, Seite 162

⁸⁰ vgl. <http://www.swisstourfed.ch/index.cfm/fuseaction/show/path/1-2-25.htm>, (Stand 28. Mai 2009)

Durch das Label „Familien Willkommen“ erhält das Angebot von Schwarzsee Tourismus entsprechende Transparenz und Glaubwürdigkeit. Die Gäste möchten sich heute sicher sein, dass die Qualitätskriterien eingehalten werden und das Angebot auch wirklich auf Familien ausgerichtet ist.

6.12 Neue Kriterien Schweizer Tourismusverband

Auf dieses Jahr wurden die Kriterien neu erarbeitet und weiter erhöht. Auch Schwarzsee Tourismus musste sich dieser Selbstdeklaration stellen und gewisse Punkte erkennen, die noch nicht vorhanden sind oder verbessert werden müssen.

Die anschliessende Auswertung vom Schweizer Tourismusverband wird zeigen, ob Schwarzsee Tourismus das Label für weitere drei Jahre erhalten wird. Die Prüfung und definitive Entscheidung wird im September 2009 fallen. Anhand der Selbstdeklaration möchte ich aufzeigen, welche Musskriterien und einige Wunschkriterien von Schwarzsee Tourismus nicht erfüllt werden können. Anhand dieser Mängel, werden anschliessend Verbesserungsmassnahmen (vgl. Umsetzungsmöglichkeiten und Massnahmen im Bereich Familientourismus 7) aufgezeigt.

Folgende Muss- und zum Teil Wunschkriterien werden von Schwarzsee Tourismus nicht erreicht:

Kinderspielplätze

- Weg zum Spielplatz ist beschildert
- Die Sicherheitsbestimmungen gemäss bfu werden eingehalten
- Auf dem Spielplatz befindet sich ein Hinweisschild mit Telefonnummer des Unterhaltungsdienstes, Hinweis zum nächsten Telefon oder die Notfallnummer

Themenweg

- Wettbewerb und/oder Preis wird nach Begehung des Themenweges abgegeben
- Animationsangebote auf dem Weg, fix oder auf Wunsch
- Ergänzende Unterlagen zum Weg sind vorhanden

Tiere

- Streichelzoo

Kultur und Unterhaltung

- Handwerk erlernen
- Unterhaltungsprogramm (Mini-Playback-Show, Theater, Zirkus, Zaubern)
- Seilpark

Ferienwohnungen

- Kindersicherung für Steckdosen vorhanden

Gästeinformation: Print und Web

- Gütesiegel „Familien Willkommen“ ist in der Broschüre erklärt
- Logo des Gütesiegels „Familien Willkommen“ ist auf allen Print-Produkten und Inseraten mit Zielpublikum Familien abgebildet
- Hinweis, dass Anregungen und Kritik zum familienfreundlichen Angebot an das Tourist-Center gerichtet werden kann

6.13 Familienpromotion Schweiz Tourismus

Die Familienpromotion von Schweiz Tourismus deckt das ganze Segment Familienferien in der Schweiz ab. Die Promotion vermittelt mit der Broschüre, dem Webauftritt sowie spezifischen Marktaktivitäten Informationen und Angebote für die ganze Familie. Familienorte der Schweiz, die Schweizer KidsHotels, Reka und weitere Partner präsentieren sich auf dieser Plattform. Der geografische Einsatz findet in den Hauptzielmärkten Schweiz und Deutschland sowie in den Sekundärmärkten England, Holland und Frankreich statt.

6.13.1 Die Gesamtziele der Familienpromotion sind die folgenden:

- Positionierung der Schweiz als attraktive Familienferien-Destination im Alpenraum
- Bekanntheitsgrad der Gütesiegelorte „Familien Willkommen“ & KidsHotels erhöhen
- Bekanntheitsgrad der familienfreundlichen Parahotellerie-Unterkünfte erhöhen
- Konsequente Erlebnis- und Angebotskommunikation
- Generierung von Wertschöpfung aus Tages- und Übernachtungstourismus

Die Teilnahme als Familienort bei der Familienpromotion kostet CHF 15'000⁸¹.

6.13.2 Familienbroschüre

Bis ins Jahr 2008 wurde jeweils eine Familienbroschüre mit familienfreundlichen Unterkünften und familienfreundlichen Orten produziert. In der Familienbroschüre 2008 sind die familienfreundlichen Unterkünfte, KidsHotel, KidsHotel Plus, Reka, Schweizer Jugendherbergen und Partner wie Backpackers und Agrotourismus integriert. Die familienfreundlichen Orte sind nur noch in einer Übersichtskarte zu sehen und wurden zusätzlich in die Sommer- und Winterbroschüre integriert.

Als Familienpartner haben die Familienorte in der Sommer- und Winterbroschüre eine weitaus höhere Auflage und Distribution als in der Familienbroschüre. Es ist zu berücksichtigen, dass die Familienbroschüre in drei Sprachen übersetzt wird, wobei bei der Sommer- und Winterbroschüre sechs Sprachen vorhanden sind. Diese können von den ausländischen Märkten weiter vermarktet werden.

Die neue Lösung hat sowohl Vorteile als auch Nachteile. Früher hatte jede Destination seinen eigenen Auftritt in der Familienbroschüre. Nun ist in der Familienbroschüre nur noch eine Übersichtskarte vorhanden, von welcher die Gäste anhand des Webcodes auf die entsprechende Seite auf MySwitzerland.com verlinkt werden. Eine entsprechende Auswertung von Schweiz Tourismus Ende 2009 wird zeigen, ob die Einführung der Webcodes weiterhin bestehen bleiben soll.

Diese Lösung hat zu Meinungsverschiedenheiten geführt. Daher werden, laut Susanne Tobler von Schweiz Tourismus die Familienorte in der neuen Broschüre wieder mit einem Familientipp und einem Webcode mitaufgenommen. Der Webcode führt dann direkt auf den jeweiligen Auftritt der Destination auf MySwitzerland.com⁸². Diese Lösung wird von den Familienorten als akzeptabel angesehen.

⁸¹ PDF „Familien10_d“ von Schweiz Tourismus

⁸² Mail von Susanne Tobler, Schweiz Tourismus, 22. April 2009

6.13.3 Zusammenarbeit Schweiz Tourismus und Schwarzsee Tourismus

Die Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus ist für eine kleine Destination wie Schwarzsee Tourismus sehr wertvoll. Die verschiedenen Hauptzielmärkte werden bedürfnisgerecht bearbeitet und die einzelnen Familienorte werden professionell vermarktet.

Mit einem Beitrag von CHF 15'000 können Leistungen erbracht werden, die allein von der Destination gar nicht möglich wären aufzubringen. Für ein Zeitungsinserat wird heutzutage fast mehr Geld ausgegeben, was jedoch eine wesentlich geringere Wirkung hat, als ein Jahr Mitglied bei der Promotion von Schweiz Tourismus zu sein.

Weiter werden wirksame Werbemassnahmen in den einzelnen Ländern getroffen, die eine hohe Effektivität aufweisen, wie zum Beispiel die Aktion Wartezimmer von Schweiz Tourismus in Deutschland. Dort wurde bei allen Frauenärzten und Kinderarzt-Praxen im Wartezimmer die Familienbroschüre von Schweiz Tourismus aufgelegt. Insgesamt wurden so 96'000 Familienbroschüren verteilt.

Zusätzlich konnte mit dem Europark in Rust eine Kooperation eingegangen werden, dass in allen Europapark Hotels die Familienbroschüren von Schweiz Tourismus aufliegen. Zudem wurden die Familienorte und KidsHotels in einem speziellen Newsletter vom Europapark erwähnt⁸³.

Im Jahr 2008 wurde die Destination Schwarzsee in der Zeitschrift „Wir Eltern“ mit einem attraktiven Angebot vermarktet. Somit wurde die Destination sowie die Hostellerie am Schwarzsee einmalig präsentiert und der Bekanntheitsgrad bei den Eltern gleichzeitig erhöht.

Abbildung 9: Angebot in der Zeitschrift "Wir Eltern"

Hostellerie am Schwarzsee
FERIEN AM SEE

Das familienfreundliche Hotel liegt in den Freiburger Vorlanden direkt am idyllischen Schwarzsee. In einer der 30 komfortablen, geräumigen Hotelzimmern im Schweizer Chaletstil, ausgestattet mit 4 bis 6 Betten, geniessen Sie einen erholenden Aufenthalt. Die Region rund um den Schwarzsee bietet viele Möglichkeiten für Aktivitäten, speziell auch für Familien. Mit diesem Spezialangebot können Sie die Vielfalt und Schönheit des Schwarzseegebietes wunderbar entdecken.

Das Paket beinhaltet:

- 3 oder 7 Übernachtungen im Familienzimmer, inklusive Halbpension
- Willkommensdrink für Eltern und Kinder
- Eintritt in den grosszügigen Wellnessbereich
- Kinderbetreuung für Kinder zwischen 4 und 10 Jahren
- 1 Stunde Polo für die ganze Familie
- 1 Fahrt mit dem Motorboot für die ganze Familie

Normalpreis für Erwachsene:

- 3 Nächte für CHF 475.- pro Person im Familienzimmer
- 7 Nächte für CHF 965.- pro Person im Familienzimmer

Kostenlos: Übernachtung für Kinder bis 5 Jahre
50% Ermässigung für Kinder von 6 bis 12 Jahren
30% Ermässigung für Kinder von 13 bis 15 Jahren

Mit der Family-Card erhalten Sie 15% Rabatt.
Angebot gilt im September und Oktober 2008.
Geben Sie bitte bei der Reservierung Ihre wir-Eltern-Family-Card-Nummer an.

HOSTELLERIE AM SCHWARZSEE
Anfragen und Reservierung:
Hostellerie am Schwarzsee
1.24-1718 Schwarzsee
Tel. 020 412 34 34

Quelle: PDF von Susanne Tobler, Schweiz Tourismus, 22. April 2009

83 vgl. PDF „Familienkampagne Deutschland“, Angelo Brazzerol, Seite 7

7. Umsetzungsmöglichkeiten und Massnahmen im Bereich Familiientourismus

Anhand der Analysen und Aufzeichnungen im vorderen Teil, werden in diesem Bereich nun einige Umsetzungs- und Verbesserungsmaßnahmen im Bereich Familiientourismus in der Destination Schwarzsee aufgezeigt.

7.1 Unterkunft

In Ferienzeiten und an Schönwetterwochen und Wochenenden hat Schwarzsee eindeutig zu wenig Betten. Wenn der Bau der Wellness-Anlage zustande kommt, wird dies noch stärker spürbar sein.

Familien übernachten besonders oft in 2- und 3-Sternehotels (vgl. Übernachtungskategorien 6.5). Die Frage, warum nicht ein weiteres gut geführtes 2- oder 3-Sternehotel zu bauen, ist deshalb berechtigt. Familien legen grossen Wert auf kindergerechte Unterkünfte. Deshalb wäre ein KidsHotel im Schwarzsee sehr gut denkbar. Die Hostellerie am Schwarzsee wäre ein geeignetes Hotel, welches sich qualifizieren lassen sollte. Mit einigen kleinen Anpassungen erreicht die Hostellerie am Schwarzsee problemlos das Qualitätslabel.

Um den Aufenthaltstourismus langfristig zu fördern, ist der Ausbau der Übernachtungsinfrastruktur ein wichtiger Schritt. Allerdings muss auch verhindert werden, dass die Region allzu stark verbaut wird. Denn die unversehrte Natur und die Ruhe ist eines der Hauptmotive, warum die Gäste in diese Region reisen. Daher muss Sorge getragen werden und allfällige Eingriffe sollten gut überlegt sein.

7.1.1 Reka-Feriendorf im Schwarzsee

Es ist allgemein bekannt, dass in der Schweiz die Reka-Dörfer ein angesehenes Image und hohen Bekanntheitsgrad geniessen und preiswerte Ferien für die ganze Familie anbieten. Diese Ferienanlagen sind meistens mit eigenem Schwimm- oder Hallenbad, dem Rekalino-Familienprogramm mit Gratis-Kinderbetreuung, Mietservice für Babyartikel und zahlreiche Spielräume ausgestattet⁸⁴.

Reka hat vor ein paar Jahren Interesse bekundet, im Schwarzsee ein weiteres Feriendorf zu errichten. Das Reka-Feriendorf wäre ein Projekt, welches die Destination positiv aufwerten würde. Besonders würde sich dies auf einen verbesserten und erhöhten Aufenthaltstourismus auswirken. Die Reka hat aber vor allem das mangelnde Schlechtwetterangebot bemängelt. Aus diesem Grund wurde auch das Wellnessprojekt injiziert. Schlussendlich wurde aber das Projekt seitens der Reka auf Eis gelegt, da sie momentan keine weiteren Projekte mehr lancieren möchten.

Sollte das Wellness- und Thermalbad realisiert werden, dann werden zusätzlich auch Ferienwohnungen gebaut. Bauherr der Ferienwohnungen ist die Firma Wellness Immobilien AG Schwarzsee⁸⁵. Das Marketing der Ferienwohnungen wird in Zusammenarbeit mit der Firma UTORING⁸⁶ betrieben.

84 vgl. <http://www.reka.ch/de/rekaferien/pages/default.aspx>, (Stand 29. Mai 2009)

85 vgl. T. Telefongespräch mit Adolf Kaeser, Direktor Schwarzsee Tourismus vom 3. Juni 2009

86 Die Firma Utoring vermarktet erfolgreich Ferienwohnungen in der Schweiz und im Tirol.

7.1.2 Schlafen im Stroh und Ferien auf dem Bauernhof

Weiter besteht ein Handlungsbedarf bei den einfachen Übernachtungsgelegenheiten wie zum Beispiel Schlafen im Stroh oder Ferien auf dem Bauernhof. Kinder weisen eine grosse Affinität gegenüber Bauernhöfen und Tieren auf. Zeitgleich könnte bei diesem Bauern auch ein kleiner Streichelzoo eingerichtet werden, welcher auch ins wöchentliche Animationsprogramm aufgenommen werden könnte.

Die Organisationen „Schlafen im Stroh!“ sowie „Ferien auf dem Bauernhof“ sind Schweizweit anerkannte Unternehmen, welche für die Vermarktung verschiedener Portale zur Verfügung stellen. Somit kann die Destination Schwarzsee für weitere Gäste schmackhaft gemacht werden. Für Familien sind diese Übernachtungsmöglichkeiten auch finanziell sehr interessant. Der Bauernhof Gassera direkt im Schwarzsee hat dieses Angebot vor einigen Jahren durchgeführt. Durch den Besitzerwechsel ist dieses Angebot nicht mehr zu Stande gekommen⁸⁷. Die Besitzer müssen zu 100% hinter dem Projekt stehen können und motiviert sein. Der Bauernhof von Piller Alfons sowie die zwei Alphütten im Schwarzsee sollten überzeugt werden mitzumachen.

7.1.3 Weitere Plattformen

Auf der Ferienwohnung-Plattform sowie unter der neuen Kampagne „Typische Schweizer Hotels“ von Schweiz Tourismus habe ich kein Hotel und keine Ferienwohnung vom Schwarzsee gefunden.

Typische Schweizer Hotels

Die Produk­tepromotion "Typische Schweizer Hotels" vermittelt mit dem Webauftritt auf www.MySwitzerland.com sowie spezifischen Marktaktivitäten Informationen und Angebote zu den authentischen Schweizer Hotellerie. Die Vielfalt und Traditionen der Schweiz spiegeln sich nicht nur in der Natur sondern auch in der Hotellerie/Parahotellerie ab. Hotels, Jugendherbergen, SAC-Hütten, welche 100% regionale bzw. nationale Tradition und Authentizität in Bezug auf Baustil, Einrichtung, Verpflegung und Gastgeber in den Vordergrund stellen, bereichern nicht nur die Region, sie widerspiegeln auch die Vielfältigkeit der Schweiz⁸⁸.

Zu der Vielfältigkeit der Schweiz gehört ganz sicher auch die Destination Schwarzsee. Deshalb sollte die Tourismusorganisation versuchen mindestens ein Hotel oder eine Alphütte für die Anmeldung an der Promotion von Schweiz Tourismus zu überzeugen. Die reine Web-Kampagne hat eine weltweite Vermarktung. Die Kosten für die Teilnahme an der Kampagne sind:

- Für Unterkünfte 1-3 Sterne und <50 Zimmer (exkl. MwSt):
CHF 2600 / CHF 1950 (hotelleriesuisse Mitglied)
- Für Unterkünfte 4-5 Sterne, bzw. 50+ Zimmer (exkl. MwSt):
CHF 3950 / CHF 2950 (hotelleriesuisse Mitglied)⁸⁹

87 vgl. Gespräch mit Adolf Kaeser, Direktor Schwarzsee Tourismus vom 3. Juni 2009

88 vgl. http://www.stnet.ch/de.cfm/marketing/pm/offer-Leisure_Marketing-Typically.html, (Stand 26. Mai 2009)

89 vgl. PDF Factsheet Typically Swiss Hotels

Ferienwohnung Plattform von Schweiz Tourismus

Auf der Ferienwohnung Plattform von Schweiz Tourismus befinden sich über 15'000 Ferienwohnungen, doch leider keine vom Schwarzsee. Der Button „Ferienwohnungen“ wird auf der Seite „MySwitzerland.com“ äusserts gut platziert, was zu einer grossen Anzahl Klicks zurückzuführen ist. Weiter ist die Ferienwohnung Plattform auf sechs Sprachen übersetzt. Verschiedene Anbieter wie Reka, Interhome, lokale Tourismusorganisationen und freie Vermieter bieten ihre Ferienwohnung auf diesem Portal an⁹⁰.

Abbildung 10: Startseite MySwitzerland.com



Quelle: <http://www.myswitzerland.com>

Die Tourismusorganisation Schwarzsee Tourismus sollte einige Vermieter von Ferienwohnungen überzeugen können, ihr Objekt aufzuschalten. Es müssen überhaupt keine Fixkosten bezahlt werden, sogar der Internetauftritt wird kostenlos übernommen. Bei einer Buchung muss der Vermieter eine Reiseveranstaltungsvergütung in der Höhe von 19,5% des Reisepreises bezahlen⁹¹. Schwarzsee Tourismus könnte sich überlegen, eventuell einen Anteil dieser Kosten zu übernehmen.

Für die Vermieter ist diese Zentrale jedoch ein einmaliges Angebot wie Vermieterin Maria Anna Schulze auf der Seite e-domizil erklärt: „e-domizil hilft uns, die Auslastung unseres Objekts zu optimieren. Seit Beginn unserer Zusammenarbeit haben sich unsere Buchungen verdreifacht, obwohl wir selbst nur wenig dafür tun mussten. Wir brauchen lediglich die Gäste in Empfang zu nehmen und die Schlüssel zu übergeben. Es ist besonders lobenswert, dass auch Vermieter mit nur einem einzigen Objekt so toll betreut und beraten werden. Wir freuen uns, dass wir mit e-domizil endlich einen kompetenten Partner gefunden haben.“⁹²

7.2 Gastronomie

Gäste können sich in sieben verschiedenen Restaurants im Schwarzsee verwöhnen. Somit fällt das Angebot im Bereich Gastronomie sehr vielfältig aus. Im Bereich Kindergastronomie können noch einige Änderungen und Anpassungen vorgenommen werden. Denn mit Kindern entwickelt sich der Restaurantbesuch nicht immer zum Vergnügen, jedenfalls nicht, wenn das Lokal gar nicht oder nur schlecht auf Kinder eingestellt ist. Verrauchte Räume, ein schlechtes Preis-Leistungsverhältnis bei Kindertellern und die Ablehnung von kleinen Wünschen, lassen das Essen für Eltern schnell stressig werden. In den letzten Jahren ist folgender Trend zu erkennen: Spezielle Kinderrestaurants erfreuen sich immer grösserer Beliebtheit. Einer Studie zufolge bestimmen in 41 % der Fälle die Kinder, welches Restaurant besucht wird. Nur in 16 % der Familien haben die Kleinen gar keinen Einfluss auf die Wahl des Lokals. Kein Wunder, dass sich immer mehr Gastronomen auf Kinder als starke Zielgruppe einstellen. Als wichtigster Punkt erachten die Fachbetriebe, dass Kindermenüs, eine Spielecke und weitere Attraktivitäten vorhanden sind⁹³.

90 vgl. <http://fewo.myswitzerland.com/home/?lang=de>, (Stand 28. Mai 2009)

91 vgl. <http://www.e-domizil.ch/index.cfm?fuseaction=page.faq¤t=vermieter>, (Stand 28. Mai 2009)

92 <http://www.e-domizil.ch/vermieter/>, (Stand 28. Mai 2009)

93 vgl. http://www.hamburg-magazin.de/fr_kids_kindergastronomie.htm, (Stand 28. Mai 2009)

7.2.1 Malbogen

Nachdem ein Maskottchen (vgl. Maskottchen kreieren 7.12) kreiert wurde, kann das Tourismusbüro Schwarzsee ein Malbogen erstellen und diese an die verschiedenen Restaurants abgeben. Damit ist gesorgt, dass alle Restaurantbetriebe mit einem Malbogen ausgestattet sind.

7.2.2 Gastroführer für Kinder und Jugendliche

Positiv zu bewerten ist, dass die Hostellerie am Schwarzsee im Gastroführer für Kinder und Jugendliche aufgeführt ist. Jedoch ist die Aktualität nicht gewährleistet, da immer noch der alte Name des Hotels aufgeführt ist⁹⁴.

7.2.3 Spezielle Themenabende

Spezielle Themenabende oder Themenwochen mit Freiburger Spezialitäten wären denkbar. In diesem Zusammenhang müssten die Gastronomiebetriebe miteinbezogen werden und den Gästen ein attraktives Angebot bieten. Diese Themenabende sollten mit einem regionalen Rahmenprogramm verbunden werden, wie z.B. der Auftritt einer Trachtengruppe oder einer Musikgruppe aus der Region.

Themenabende Eispaläste

Der Besuch der Eispaläste ist ein unvergessliches Erlebnis für Gross und Klein. Über die Eispaläste wird auch regelmässig im Fernsehen berichtet⁹⁵.

Bereits heute können Gäste Bratwürste und Cervelats selber an der gedeckten Feuerstelle grillieren. Zudem werden Aperos für Gruppen und Firmen organisiert⁹⁶.

Zu den bereits gemachten Anstrengungen Gruppen und Firmen für die Eispaläste zu begeistern, könnten verschiedene Themenabende, verbunden mit kulinarischen Hochgenüssen aus der Region, organisiert werden. Einmal pro Monat wäre ein Familienabend angesagt. Freiburger Spezialitäten wie das Fondue moitié – moitié unter einem Eispalast zu verspeisen wäre ein gelungenes Angebot für Gruppen, Firmen und Familien.

Denn auf der Homepage von Fribourg Region ist unter der Rubrik „Kulinarische Angebote“⁹⁷ und „Kulinarische Aktivitäten“⁹⁸ kein Angebot von Schwarzsee Tourismus aufgelistet. Mit dem Angebot „Freiburger Genuss unter eisigen Palästen“ wäre ein Top-Angebot geschaffen, welches bestimmt auch über Fribourg-Region gut vermarktet wird.

94 vgl. <http://www.gastrokidzz.ch/main.html?src=%2F#2,4>, (Stand 28. Mai 2009)

95 vgl. <http://www.schwarzsee.ch/de/navpage-WinterFR-WinterActivitiesFR-176725.html>, (Stand 3. Juni 2009)

96 vgl. <http://www.eispalaeste.ch/deutsch.html>, (Stand 3. Juni 2009)

97 vgl. http://www.fribourgregion.ch/de/navpage_list-GastroGourmetTravelFR-GourmetAllinFR.html, (Stand 3. Juni 2009)

98 vgl. http://www.fribourgregion.ch/de/navpage_list-GastroGourmetTravelFR-GourmetActivitiesFR.html, (Stand 3. Juni 2009)

Dinner Krimi

Dinner Krimi – ein mörderisches Abendessen. Beste Theaterunterhaltung und kulinarische Höhepunkte in schöner Atmosphäre. DinnerKrimi bietet den Gästen viel Lachen, Miträtseln und Gemütlichkeit. Die Besucher können so selbst zu Detektiven werden. Dieses unterhaltsame Abendessen eignet sich auch ausgezeichnet mit Kindern, denen sonst meistens immer langweilig ist beim Essen. Hier können sie aktiv miträtseln.

Dieses Angebot wäre ein bis zwei Mal pro Sommer- und Wintersaison durchführbar. Auf der Homepage ist ersichtlich, dass die nächstgelegenen Spielorte Thun und Bern sind.

Laut der Homepage www.dinnerkrimi.ch sind die Verantwortlichen regelmässig auf der Suche nach neuen Gastronomiebetrieben. Dazu gehört ein gepflegtes, freundliches Ambiente, eine ausgezeichnete Küche, vorzüglichen Service und Räumlichkeiten mit Kapazitäten ab 60 Personen⁹⁹.

7.2.4 Kinderknigge Kurs

Kinderknigge Kurse sind momentan im Trend. In diesem Zusammenhang wäre ein Benimmkurs für Kinder in den Sommermonaten als wöchentliches Angebot denkbar. Der Kurs könnte ein bis zweimal im Monat durchgeführt werden. Anschliessend muss beachtet werden, wie gross das Interesse bei den Kindern ist. In diesem Bereich könnte das Tourismusbüro die Anmeldungen und Ausschreibung verwalten, aber aktiv mit einem Restaurant zusammenarbeiten.

7.3 Angebotsgestaltung

Die Angebotsgestaltung ist bereits vielfältig. Hier einige weitere Möglichkeiten, wie man das Angebot im Schwarzsee laufend verbessern oder ergänzen könnte.

7.3.1 Teilnahme Handy-Safari

Im Jahr 2006 wurde die Handy-Safari von Coop und Schweiz Tourismus ins Leben gerufen. Die Handy-Safari ist eine interaktive „Handy-Schnitzeljagd“, bei welcher ein SMS-Rätsel-Parcours mit Beantwortung von fünf Fragen absolviert werden muss. Jede Familie erhält nach der Handy-Safari auf dem Tourismusbüro einen 10-Franken-Einkaufsgutschein von Coop. Aus den Gewinnern wird in jedem Ort eine Familie ausgelost, die eine Woche Gratis-Ferien erhält. Im Jahr 2007 hat die Handy-Safari den Milestone in der Kategorie „Klein & kreativ“ erhalten. In der dritten Saison haben bereits 16 Destinationen teilgenommen und über 2000 Familien und Gruppen haben die Schweizer Ferienorte besucht.

Die Kommunikation erfolgt über Coop, RailAway und Schweiz Tourismus. RailAway bietet zum Beispiel Kombi-Billette zur „Coop Handy Safari“ mit bis zu 20% Ermässigung auf Bahnfahrt und Zusatzleistungen an und macht Werbung in der eigenen Broschüre¹⁰⁰. Auch Schwarzsee Tourismus ist im Jahr 2009 bei der Handy-Safari mit dabei. Dieser Entschluss kann als positiv bewertet werden. Für eine Destination bestehen keine Teilnahmegebühren, sondern lediglich die Vermarktung muss selber übernommen werden.

⁹⁹ vgl. <http://www.dinnerkrimi.ch/andiehoteles.html>, (Stand 4. Juni 2009)

¹⁰⁰ vgl. PDF „Coop Handy-Safari 2008“ von Hans Estermann, Schweiz Tourismus

Es darf also nicht vernachlässigt werden, dieses Produkt gut in der Destination und im Kanton zu vermarkten. Als Vorzeigebispiel kann Bettmeralp Tourismus betrachtet werden. Dort haben im Jahr 2008 498 Personen die Schnitzeljagd absolviert. Bettmeralp Tourismus hat dieses Angebot hervorragend kommuniziert. So wurden Flyers erstellt und im Dorfladen, in den Restaurants und an weitere Leistungsträger verteilt. Zudem wurden Plakate aufgestellt, die im Dorf auf das Angebot aufmerksam gemacht haben. Als indirektes Marketing haben auch viele Einheimische an der Handy-Safari teilgenommen¹⁰¹. Für Schwarzsee Tourismus ist es deshalb wichtig, dieses Produkt auch bei der einheimischen Bevölkerung publik zu machen indem z.B. eine Zeitungsreportage darüber geschrieben wird und Flyers in allen Primarschulen im Sensebezirk verteilt werden.

7.3.2 Themenweg

Der neu gestaltete Themenweg „Sagen und Märchen“ ist eine weitere Attraktion im Schwarzsee. Damit dieser auch rege besucht wird und einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht, muss dieser auch publik gemacht werden.

Zuerst sollte der Themenweg auf der eigenen Homepage besser ersichtlich sein. Der Eintrag ist auf der Website sehr schwer zu finden. Unter der Rubrik Familien – Sommer Aktivitäten erscheint der Themenweg erst ganz weit unten¹⁰². Auch unter News ist der Themenweg nicht ersichtlich¹⁰³. Dies sollte besser und vor allem übersichtlicher gestaltet werden. Es muss zudem gewährleistet werden, dass der Themenweg auch auf einigen wichtigen Familien-Webseiten aufgeführt ist, wie z.B.:

- <http://www.wandersite.ch/Kinderwandern.html>
- http://www.myswitzerland.com/de.cfm/erlebnisse/familien/offer-Activities_Excursions-FamSpecial_Trails-list.html

Der Themenweg könnte im ersten Monat mittels Wettbewerb oder mit einem Fragebogen in Verbindung gebracht werden, damit vor allem in der kommenden Hochsaison und während der Schulferien einheimische Familien den Themenweg absolvieren werden und anschliessend den tollen Themenweg weiter an Bekannte und Verwandte empfehlen.

Sowieso wäre es von Vorteil, wenn der Themenweg mit einem Fragebogen oder einem kleinen Wettbewerb über das ganze Jahr in Verbindung gebracht würde. Nach Abgabe des Fragebogens im Tourismusbüro winkt allen Teilnehmer eine kleine Überraschung. Das Tourismusbüro könnte während der Sommersaison einmal wöchentlich ein Animationsangebot anbieten, welches speziell mit dem Themenweg in Verbindung gebracht wird. Ein Animationspunkt könnte zum Beispiel Goldgraben oder Butter herstellen sein. Ergänzende Unterlagen zum Weg wären für die Besucher sicherlich wünschenswert.

Nach einigen Jahren Erfahrung mit dem ersten Themenweg wird sich zeigen, ob ein zweiter Themenweg in Erwägungen zu ziehen wäre. Falls dies der Fall sein sollte, wären Themenwege in Verbindung mit Sponsoring von bekannten Firmen eine Option. Es hat sich erwiesen, dass der erste Ravensburger Spieleweg in Grächen sich grosser Beliebtheit erfreut.

¹⁰¹ Telefongespräch mit Susanne Tobler, Schweiz Tourismus, 29. Mai 2009

¹⁰² vgl. http://www.schwarzsee.ch/de/navpage_list-FamilyFR-FamilySummerFR.html, (Stand 29. Mai 2009)

¹⁰³ vgl. <http://www.schwarzsee.ch/de/news.cfm>, (Stand 29. Mai 2009)

Die Destination Schwarzsee könnte zum Beispiel eine Kooperation mit der Firma Playmobil, Franz Carl Weber oder mit der Wander AG in Neuenegg eingehen. Die Wander AG ist die Produzentin von Ovomaltine Produkten und sie haben ein firmeneigenes Maskottchen „Ovolino“ kreiert. Eine Ovolino-Themenweg wäre eine gut denkbare Variante und würde zusätzlich viele Ovo-Fans aus der ganzen Schweiz und aus dem Ausland anziehen.

7.3.3 Adventure Park

Ein Adventure Park ist bereits im Kanton Freiburg vorhanden, nämlich genauer gesagt in Charmey¹⁰⁴. Ob ein zusätzlicher Adventure Park notwendig ist, ist fraglich. Der Adventure Park in Charmey verzeichnete im Jahr 2008 18'000 Besucher. Charmey Tourismus hat sich finanziell nicht an der Infrastruktur vom Adventure Park beteiligt. Der Park wurde auf privater Basis realisiert¹⁰⁵.

Ein Adventure Park wäre eine grossartige Angebotsergänzung im Schwarzsee. Die Investitionen in den Ausbau der Schlechtwetteranlage ist aber für die Destination Schwarzsee vorteilhafter. Zudem müsste zuerst ein geeigneter Investor gefunden werden, der bereit ist, einen Adventure Park im Schwarzsee zu finanzieren und zu betreiben.

7.4 Winter-Angebot

Ein grundlegendes Winter-Angebot ist im Schwarzsee bereits vorhanden (vgl. Winterangebot 3.9). Der Schwarzsee eignet sich sehr gut, um Wintersport in dieser Destination auszuüben. Für die familienorientierten Gäste könnte man das Winterangebot mit ein paar Änderungen wesentlich verbessern.

Abbildung 11: Kinderkarussell



Quelle:
<http://www.matterhornvalley.ch/de/familien/wintertipps/kinderpark.html>

7.4.1 Snowgarden

Ein Snowgarden, wo den Kindern spielerisch das Skifahren beigebracht wird, ist bereits vorhanden und erfreut die Kinder. Besonders das Maskottchen SNOWLI eignet sich hervorragend, um die Kinder auf das Skifahren vorzubereiten. Zudem ist bereits ein Zauberteppich (Förderband) vorhanden, welcher die Kinder den Hügel hinauf transportiert. Solche Arbeitsgeräte wie der Zauberteppich motivieren die Kinder beim Erlernen der neuen Sportart.

Deshalb könnte der Snowgarden noch um ein paar weitere Attraktionen erweitert werden, wie zum Beispiel einem Schneekarussell, welches den Kindern das richtige Gefühl für die Skis vermittelt. Dieses Skikarussell wurde auf der Hanigalp (Grächen) erfolgreich eingesetzt und erfreut die Kinder sehr¹⁰⁶. Weiteren Spass könnte den Kindern zum Beispiel eine Riesenrutschbahn, ein Spuktunnel oder ein Igludorf garantieren.

104 vgl. <http://www.la-gruyere.ch/de/list.cfm?listall=yes&category=CharmeyFR&subcat=SportFR>, (Stand 29. Mai 2009)

105 Telefongespräch vom 3. Juni 2009 mit Charmey Tourismus

106 vgl. <http://www.matterhornvalley.ch/de/familien/wintertipps/kinderpark.html>, (Stand 4. Juni 2009)

7.4.2 Iglu-Kinderrestaurant

Ein typisches und spezielles Kinderrestaurant ist im Schwarzsee für die Kinder nicht vorhanden. Warum während der Wintersaison nicht einmal einen Versuch starten und ein grosses Iglu-Kinderrestaurant bauen. Mit speziellen Stühlen, Tischen und mit kindergerechten Menus. Einmal pro Woche am Abend oder bei schlechtem Wetter könnte das Iglu-Restaurant zu einem Iglu-Kino umgebaut werden und so die Gäste animieren auch am Abend vor Ort die Einrichtungen zu benutzen. Wenn die Stühle und Tische nicht fix installiert sind, könnte auch für Gruppen oder individuelle Gäste ein Fondue-Plausch im Iglu organisiert werden. Für den Aufbau des Iglus könnte die Skischule und für die Bewirtschaftung ein Restaurant beauftragt werden. Während der Hochsaison können auch Studenten von Freiburg für den Aufbau und bei der Mithilfe der Bewirtschaftung organisiert werden.

7.4.3 Snowtube

Snowtube, auch genannt Reifenrodeln, wird vermehrt in Winterdestinationen als zusätzliche Attraktivität angeboten. Die Destination Leysin konnte das Angebot bereits gut umsetzen und hat letztes Jahr auch mit einer gezielten Werbekampagne die Schweizer Bevölkerung auf das Angebot aufmerksam gemacht. Jeden Winter baut Silvio Giobellina in Leysin vier bis acht Eiskanäle von 100 bis 250 Meter Länge. Ein fünf Meter hoher Startturm sorgt zusätzlich für die unermessliche Geschwindigkeit. Kinder unter 6 Jahren können sich auf Minipisten austoben¹⁰⁷.

Diese Art von Minipisten könnten auch im Schwarzsee ausprobiert werden. Es wäre für die Kinder eine Abwechslung zum Skifahren, die für weiteren Spass sorgen würde. Folgend würde die Attraktivität des Snowgardens durch diese Anlage erheblich erhöht.

7.4.4 Funpark

Auch für Jugendliche, welche mit der Familie verreisen, muss ein passendes Angebot vorhanden sein, damit sie sich in den Ferien nicht langweilen. Die Bedeutung an Funparks in den Skigebieten nimmt ständig zu. Es ist bereits ein Funpark mit einigen Attraktionen vorhanden, dieser sollte wenn möglich noch um einige Trendgeräte erweitert und somit vergrössert werden, damit die Attraktivität gewährleistet bleibt. Beliebte Geräte für einen Funpark mit mittlerem Schwierigkeitsgrad ist ein Corner, ein Kicker, Rails und Boxen¹⁰⁸.

Auf Facebook wurde bereits von einigen einheimischen Jugendlichen eine Gruppe für einen Freestyle Park im Schwarzsee gegründet¹⁰⁹. Das Bedürfnis für die Erweiterung des Parks ist deshalb unabdingbar.

¹⁰⁷ vgl. <http://www.tobogganing.ch/de/>, (Stand 4. Juni 2009)

¹⁰⁸ Mündliches Interview mit Jan Engberg-Holger, 28. Mai 2009

¹⁰⁹ vgl. <http://www.facebook.com>, (Stand 4. Juni 2009)

7.5 Event/Animation

Bei den meisten Veranstaltungen im Schwarzsee gilt zu bemängeln, dass fast keine spezifischen Kinder- und Familienveranstaltungen zu finden sind. Ein sehr guter Anlass war im 2007 der Piratenland-Anlass, welcher 2000 Besucher in den Schwarzsee lockte. Die Kinder gruben nach Schätzen, liessen sich mit einem Papagei auf der Schulter fotografieren und warfen eine Flaschenpost ins Wasser¹¹⁰.

Gemäss Adolf Kaeser ist dieses Angebot vorläufig gestrichen. Der Aufwand und die Arbeit für einzelne Anlässe ist momentan zu gross. Weiter sind diese Events nur bei schönem Wetter durchführbar. Schwarzsee Tourismus will sich nun auf Themen, wie zum Beispiel der Themenweg, die permanent vorhanden sind, fokussieren. Die Anlässe rücken momentan ein bisschen in den Hintergrund¹¹¹.

7.5.1 Kinder-Openair

Abbildung 12: Kinderkonzerte



Quelle: <http://www.kinderkonzerte.ch/6-0-Fotos.html>

Im Sommer haben Openairs in der Schweiz bereits Tradition. Die meisten Besucher sind Jugendliche aus der Schweiz und dem nahem Ausland. Die Lilibiggs Kinderkonzerte haben in der Schweiz einen hohen Bekanntheitsgrad erreicht¹¹². Die Tournee-Orte im 2009 sind: Liestal, Zürich, Bern, Grüningen, Zug, Meiringen, Urnäsch, Lenk, Bischofszell, Windisch und Chur. Es ist kein Ort aus Deutschfreiburg mit dabei. Dies wäre eine ideale Gelegenheit für die Destination Schwarzsee ein Kinderkonzert zu organisieren.

Einige Konzerte sind mit einem Familiencamping verbunden. Alle Konzerte dauern zwei Tage und lassen so eine richtige Openair-Stimmung aufkommen.

Als Freiburger Künstler könnte Gustav engagiert werden, welcher den Kinderhit „Häppörischnitta“ geschrieben hat. Zirkus-Artisten mit ins Kinderkonzerte Programm einzubinden ist eine herausragende Idee. Am Abend könnte eine Familiendisco organisiert werden.

7.5.2 Mitmachzirkus

Die Destination Schwarzsee verfügt über kein Animationsprogramm, welches sich über eine Woche hinwegzieht. Würde ein solches Angebot angeboten, wo die Kinder eine Woche in einen Kurs oder in einen Mitmachzirkus gehen, besteht die Möglichkeit, dass die Familien länger in der Destination verweilen und nicht bereits nach drei Tagen wieder abreisen. Daher wäre ein einwöchiger Mitmachzirkus eine neue Herausforderung für Schwarzsee Tourismus.

¹¹⁰ vgl. Imelda Ruffieux, Freiburger Nachrichten, 17. Juli 2007

¹¹¹ vgl. Gespräch mit Adolf Kaeser, Direktor Schwarzsee Tourismus vom 4. Juni 2009

¹¹² vgl. <http://www.kinderkonzerte.ch>, (Stand 1. Juni 2009)

Bei einem Mitmachzirkus können die Kinder selber einmal in der Manege stehen, als Clown Spässe treiben oder als Artist waghalsige Kunststücke vorführen. In einem Mitmachzirkus können Kinder in die Zirkuswelt eintauchen und sich so vielleicht einen langersehnten Traum verwirklichen.

Die Familie bucht die Unterkunft in einem Hotel, in einer Ferienwohnung oder auf dem Campingplatz. Die Kinder besuchen dann täglich das Training und am Ende der Woche wird das Programm den Eltern aufgeführt. Somit haben die Eltern auch täglich eine „kinderfreie-Zeit“ und können sich im Schwarzsee erholen.

Die Zirkusschule Marotte organisierte bereits erfolgreich solche Angebote in Zusammenarbeit mit Bettmeralp Tourismus und Savognin Tourismus¹¹³. Die Kosten für die Kinder belaufen sich zwischen CHF 120.00 und CHF 150.00. Laut Bettmeralp Tourismus haben sich bereits 171 Kinder für den Zirkus 2009 angemeldet, d.h. pro Familie entspricht dies ungefähr zwei Kinder¹¹⁴. Dies entspricht ungefähr 85 Familien, welche diesen Sommer nach Bettmeralp in die Ferien fahren. Das Angebot wird seit sieben Jahren angeboten und hat bei den Kindern eine enorme Beliebtheit¹¹⁵.

Gemäss Telefongespräch mit Werner Hug wäre es für den Zirkus Marotte gut vorstellbar, einen Mitmachzirkus auch im Kanton Freiburg anzubieten. Grundsätzlich muss die Infrastruktur, wie eine gross Turn- oder Tennishalle, vorhanden sein. Schwarzsee Tourismus könnte dies in Zusammenarbeit mit dem Zirkus Marotte für die Sommersaison 2010 zum ersten Mal einplanen und den Zirkus das erste Jahr für eine Woche durchführen. In den folgenden Jahren könnte dieses Angebot zwei bis dreimal pro Jahr angeboten werden. Es müssen sich mindestens dreissig Kinder für den Mitmachzirkus anmelden, damit der Zirkus durchführbar ist. Die Kosten sollten durch die Teilnehmer weitgehend gedeckt werden. Zusätzlich berechnet wird der Transport sowie die Verpflegung und Unterkunft der Zirkuslehrer¹¹⁶.

Für dieses Angebot können auch einheimische Kinder begeistert werden.

Das Angebot könnte für Schulklassen erweitert werden und so vermehrt Klassenreisen in den Schwarzsee locken. Somit können die weniger intensiven Monate wie Mai, Juni, Oktober, November für ein solches Animationsangebot optimal genutzt werden. Für Gruppen müsste ein spezieller Rabatt gewährt werden.

7.5.3 Openair Kino

Im Sommer könnte man mit einem Openair Kino auftrumpfen. Ein Openair Kino wäre während den Sommermonaten sicherlich eine Attraktion, denn direkt am See eine Vorstellung zu geniessen, ist nicht an jedem Openair möglich. Mit dem bereits bestehenden Openair Kino Plaffeien könnte eine Zusammenarbeit gegründet werden und es könnte ein Versuch gestartet werden, dieses erfolgreiche Openair Kino im Schwarzsee am See durchzuführen. Diese Attraktion ist für die Touristen ein abwechslungsreiches Angebot und wird sicherlich auch viele Einheimische aus der Region anziehen.

113 vgl. <http://www.marotte.ch/seiten/marotte.html>, (Stand 2. Juni 2009)

114 Telefongespräch mit Bettmeralp Tourismus vom 3. Juni 2009

115 Telefongespräch mit Bettmeralp Tourismus vom 3. Juni 2009

116 Telefongespräch mit Werner Hug, Verantwortlicher Zirkus Marotte, 4. Juni 2009

7.6 Schlechtwetterprogramm

Für Outdoor-Aktivitäten eignet sich die Destination Schwarzsee ausgezeichnet. Was jedoch das Schlechtwetterangebot betrifft, ist noch ein grosses Verbesserungspotenzial vorhanden. Die Destination Schwarzsee verfügt weder über ein Hallenbad noch ein gedecktes Sportzentrum oder ein Museum. Ca. 22 Kilometer vom Schwarzsee entfernt, findet man zum Beispiel das Sensler Museum, ein Tennis- und Squashzentrum, ein Kino, ein Hallenbad oder eine Eishalle. Für einen ausgezeichneten Familienort ist dieses Schlechtwetterangebot nicht zufriedenstellend.

Der Bau der Wellness-Anlage könnte dem schlechten Angebot deutlich entgegenwirken. Somit könnten sich die Kinder bei schlechtem Wetter austoben und die Eltern sich gleichzeitig erholen. Eine Wellness-Anlage würde ganz klar auch den Mehrwert der Destination und des Sensebezirks fördern.

Ein Kulturangebot direkt im Schwarzsee ist nicht vorhanden. Das nächstgelegene Sensler Museum befindet sich in Tifers und gewährt den Besuchern einen Einblick in das Leben und der Kultur der Region um die 1780¹¹⁷. Es ist fraglich, ob viele Gäste über dieses Museum informiert werden und anschliessend das Museum auch besuchen, da es doch ca. eine halbe Stunde vom Schwarzsee entfernt liegt. Deshalb ist die Frage berechtigt, ob das Kulturangebot im Schwarzsee noch erweitert werden könnte. Ein regionalbezogenes Museum wäre laut Adolf Kaeser durchaus denkbar. In diesem Museum würden alte Arbeitsgeräte der früheren Alpwirtschaft ausgestellt werden.

Eine Kunstaussstellung mit regionalen Künstler wie zum Beispiel einer Fotoausstellung in einem Hotel oder in einem Restaurant wäre eine interessante und abwechslungsreiche Variante, um das Kulturangebot auszubauen. Junge und regionale Künstler werden weniger Gage verlangen, als bekannte Künstler und überzeugen mit ihren Werken ebenso.

An Schlechtwettertagen wird am Nachmittag jeweils ein Kinderfilm in der Hostellerie am Schwarzsee präsentiert. Die Durchführung muss bei einem Regentag rechtzeitig an die Gäste weitergegeben werden können.

Einmal pro Monat könnte die Veranstaltung „Kino im Pool für Familien“ eingeführt werden. Die Hostellerie am Schwarzsee müsste hierfür ihr Schwimmbad sowie einen DVD-Player und einen Beamer zur Verfügung stellen.

Regenplausch-Tage

Kinder sollen bei schlechtem Wetter spontan die „Regenplausch-Tage“ beim Tourismusbüro buchen können. An diesen Tagen können die Kinder einmal so richtig aus sich herauskommen und das Wasser, den Schlamm und den Regen geniessen. Es wird ein Schlammparcours absolviert, eine Regenschnitzeljagd organisiert und zum Mittagessen können die Kleinen ein Wasserpfützenteller mit den Händen verspeisen. Am Ende des Tages werden die Kinder mit dem Schlauch gereinigt. Nach dem Hexentee und der Sagengeschichte werden die Kinder zu den Eltern entlassen.

117 vgl. Schwarzsee – Senseland 2009/10, Seite 39

Schlechtwetterparcours

Ein Schlechtwetterparcours könnte man für die ganze Familie jeweils bei schlechtem Wetter anbieten. Wichtig wäre dabei die Gemeinde Plaffeien mit einzubeziehen. Dort ist die notwendige Infrastruktur vorhanden. Der Schlechtwetterparcours könnte folgendermassen aussehen:

- 10.00 Uhr Start im Schwarzsee, Abfahrt nach Plaffeien mit dem Shuttlebus
- 10.30 Uhr Besichtigung der Käserei und dabei sein, beim Herstellen von einem Käse
- 11.30 Uhr Hexenrezepte (Kräutersalbe) selber herstellen in der Apotheke Plaffeien
- 12.30 Uhr Mittagessen im Restaurant zum Goldenen Kreuz
- 13.30 Uhr Besuch der Kirche in Plaffeien
- 14.00 Uhr Backspass in der Bäckerei Fontana in Plaffeien
- 15.30 Uhr Abfahrt nach Schwarzsee
- 15.45 Uhr Lotto oder andere Gesellschaftsspiele in der Hostellerie am Schwarzsee

7.7 Punktekarte

Eine Familienkarte, wie sie dies Kärnten Werbung besitzt, ist im Schwarzsee nicht vorhanden. Eine solche Karte kann für die ganze Familie nur Vorteile bringen. Die Karte könnte verschiedene Leistungsträger im ganzen Sensebezirk beinhalten und zu einem fixen Preis im Tourismusbüro erworben werden.

Es könnte aber auch eine Art Punktekarte entworfen werden. Dort sind die verschiedenen Leistungsträger für die Familien ersichtlich. Jede Familie erhält bei einem Besuch eines Leistungsträger eine unterschiedliche Anzahl Punkte. Ab einer gewissen Anzahl Punkte erhalten die Gäste ein Geschenk oder einen Gutschein beim Tourismusbüro. So kann erreicht werden, dass Familien möglichst viele Leistungsträger besuchen.

Tabelle 3: Punktekarte

Leistungsträger	Anzahl Punkte
Bergbahnen	5
Restaurants	1
Pedalo Miete	3
Minigolf	3
Tennis-, Volleyball- Basketballplatz	3
Kutschenfahrten	1
Strohatelier	1
Ponyreiten	3
Rodelbahn	5
Themen- und Erlebnisweg	5
Ludothek Plaffeien	3
Pizza backen	5
Besuch auf dem Bauernhof	5
Kinder-Kletterkurs	3
Alpkäserei Gantrischli	1
Alpkäserei La Balisa	1
Nachtskifahren	3
Nachtschlitteln	3
Eispaläste	5

Leistungsträger im Kanton	
Sensler Heimatmuseum, Tifers	3
Expodrom Karting, Muntelier	3
Bowlingcenter, Muntelier	3
Espace Jean Tinguely, Freiburg	3
Schokoladenfabrik Cailler Nestlé, Broc	3
Papiliorama, Kerzers	3

Quelle: Eigene Darstellung

Folgende Abgaben könnten bei der erreichten Anzahl Punkte abgegeben werden:

Tabelle 4: Abgabe Geschenk

Anzahl Punkte	Geschenk
15	1 Schwarzsee Kugelschreiber
20	Pro Familienmitglied ein Getränkegutschein im Restaurant Gypsera
25	1 T-Shirt vom Schwarzsee
30	1 Fonduemischung Moité-Moité

Quelle: Eigene Darstellung

7.8 Gästebefragung

Laut Bruno Zbinden, Schwarzsee Tourismus wurde die Gästebefragung vor einigen Jahren gemacht, aber zum heutigen Zeitpunkt eingestellt. Die Sorgen und Probleme der Gäste sei ihnen bekannt und sie sind daran, diese möglichst rasch zu verbessern. Einzig die Hostellerie am Schwarzsee führt eine solche Befragung bei den Gästen durch¹¹⁸.

Gästebefragungen sollten laufen durchgeführt werden. Auch wenn die Sorgen und Wünsche der Gäste bekannt sind, können immer wieder einige aufschlussreiche Details zum Vorschein kommen. Auch in Bezug auf die Familienfreundlichkeit ist man auf Tipps und Anregungen von den einzelnen Familien dankbar. Somit weiss man anschliessend wie man das Angebot für die Familien noch weiter verbessern könnte. Viele Familien waren bereits in anderen Familienorten und haben dort interessante Ideen aufgeschnappt, welche man vielleicht auch für die Destination Schwarzsee verwirklichen könnte. Als Idee könnte man es auch einmal mit einem Kinderfragebogen versuchen. Hier schreiben oder zeichnen die Kinder direkt auf, was ihnen am meisten gefallen hat und was sie vermisst haben. Kinder sind meistens direkter als Erwachsene. Als Gegenleistung vom Tourismusstort könnte den Kinder bei Abgabe des Fragebogens eine kleine Überraschung abgegeben werden.

Zudem ist ein Kriterium vom Schweizer Tourismusverband, dass in der Destination der Hinweis besteht, dass die Gäste Anregungen und Kritik zum familienfreundlichen Angebot direkt an das Tourist-Center richten können. Deshalb ist die Wiedereinführung einer Gästebefragung unumgänglich.

¹¹⁸ Interview mit Bruno Zbinden, Mitarbeiter Schwarzsee Tourismus, 15. Mai 2009

7.9 Mitarbeiterschulungen

Jeder Betrieb ist verantwortlich dafür, seine Mitarbeiter auf die Bedürfnisse der Familien zu schulen. Ob dies auch wirklich umgesetzt wird ist fraglich. Deshalb gilt die Empfehlung für Schwarzsee Tourismus jährlich ein- bis zweimal eine freiwillige Schulung für alle Angestellte, welche im Schwarzsee arbeiten, durchzuführen. Diese Schulungen können selber durchgeführt werden. Sinnvoll wäre auch einzelne externe Referenten mit einzubeziehen. Anhand von anschliessenden Diskussionen können sich alle Mitarbeiter besser kennenlernen und gemeinsame Verbesserungsvorschläge anbringen.

7.10 Broschüre

Die Broschüre Schwarzsee – Senseland 2009/10 ist im Format A5 gestaltet und erstreckt sich über 76 Seiten. Die Broschüre wurde dreisprachig herausgegeben. Somit ist die Broschüre international einsetzbar. Die Auflage beträgt 15'000 Stück, wird aber im kommenden Jahr erhöht¹¹⁹.

Das Logo „Familien Willkommen“ ist nur auf der hintersten Seite ganz klein abgebildet. Zudem fehlt eine Erklärung. Familien, welche sich für dieses Label interessieren, erhalten keine Informationen darüber. Eine Erklärung in der Broschüre wäre deshalb einleuchtend.

Die Broschüre ist nicht speziell auf Familien ausgerichtet. Als qualifizierter Familienort sollte den Familien einen besonderen Schwerpunkt in der Broschüre entgegengebracht werden oder eine eigene spezielle Familienbroschüre erstellt werden. Diese könnte anschliessend gezielt an Familien abgegeben werden. Eine spezielle Familienbroschüre vorläufig in deutsch zu erstellen, wäre wünschenswert. Die Bettmeralp hat als Vorzeigebeispiel eine 16seitige Familienbroschüre „Bettmeralp – Familienparadies“ erstellt¹²⁰.

In der Familienbroschüre von Bettmeralp wurden emotionale Bilder sowie Bilder mit Kinder und Familien beim spielen abgebildet. Heutzutage achten die Gäste immer mehr auf die Bilder, weshalb ihnen auch einen entscheidenden Wert zukommen. Die Bilder in der Broschüre Schwarzsee – Senseland sind zu klein, was keine grossen Emotionen bei den Gästen wecken wird. Weiter sind diejenige Bilder, auf welchen Kinder abgebildet sind, zu emotionslos. In ein professionelles Fotoshooting würde es sich lohnen, Geld zu investieren.

Auf der zweiten Seite der Familienbroschüre der Bettmeralp wird das Gütesiegel „Familien Willkommen“ einleuchtend erklärt. Weiter wird das Fox-Programm (Animationsprogramm), die Kinderspielplätze, die Kinder-Wanderwege, die Kinderaktivitäten, die Lernpfade, die Mietartikel für Kinder, das Schlechtwetterprogramm sowie besonders familienfreundliche Ferienwohnungen und Hotels beschrieben.

119 vgl. Jahresbericht 2008, Schwarzsee Tourismus, Seite 5

120 vgl. <http://www.bettmeralp.ch/d/familienwillkommen/>, (Stand 29. Mai 2009)

Wichtig zu beachten ist, dass man als Tourismusorganisationen nicht nur die Eltern bewirbt sondern auch die Kinder¹²¹. Dazu hat Bettmeralp Tourismus für die Kinder ein Leiterlenspiel eingefügt, welches die Kinder direkt spielen können. Ein Malbild wäre eine andere Variante für die Destination Schwarzsee.

Die Auflage muss im ersten Jahr nicht allzu gross sein. Da die Hauptzielgruppe aus der Schweiz und Deutschland anreist, sollte der erste Versuch einer speziellen Familienbroschüre vorerst in deutsch erstellt werden. Nach einem Jahr kann der Erfolg gemessen werden und anschliessend ist zu entscheiden, ob die Familienbroschüre auch auf französisch oder englisch übersetzt werden soll.

7.11 Internetauftritt

Der Internetauftritt ist sehr ansprechend gestaltet und erweckt das Bedürfnis beim Gast mehr über die Destination zu erfahren. Das Logo ist auf den ersten Blick erkennbar. Es ist jedoch kein Slogan vorhanden. Der einzig auffallende Text lautet „Herzlich willkommen“. Diesen Text könnte man abändern in „Herzlich willkommen – im Ferienparadies für Kinder“.

Bei Schwarzsee Tourismus findet man auf der Startseite jeweils ein wechselndes Einstiegsbild. Daher ist nicht klar ersichtlich, dass es sich hierbei um einen Familienort handelt, da nur wenig familienorientierte Bilder erscheinen.

Positiv zu bewerten ist die Möglichkeit Ecards zu versenden, Bilder und Broschüren im PDF-Format herunterzuladen, 360 Grad Panoramabilder anzuschauen. Weiter ist auch eine Suchfunktion vorhanden, welche bei der spezifischen Suche nach einem Thema behilflich sein kann.

Erweitert könnte man die Website mit einem Gästebuch, Kinderquiz, emotionale Familienbilder, Malbogen (vgl. Internetauftritt 5.3.8).

Der Gesamteindruck fällt positiv auf. Die Website sollte unbedingt familienorientierter gestaltet werden und somit mehr Familien und besonders auch die Kinder direkt ansprechen.

7.12 Maskottchen kreieren

Ein Maskottchen fehlt für die Region Schwarzsee eindeutig! Es wäre sinnvoll ein Maskottchen zu kreieren. Maskottchen ziehen Kinder an und können bewusst mit weiteren Aktivitäten verbunden werden. Zum Beispiel könnten alle Hotel-, Gastro-, Verkaufs- und Sportbetriebe mittels Anzahl Maskottchen (z.B. Bären, Hexen oder Smileys) ausgezeichnet werden. Somit wäre erkennbar, wie viel Familienfreundlichkeit die einzelnen Betriebe besitzen.

Der Name und das Bild vom Maskottchen könnte mittels Wettbewerb bei den Primarschulen im Sensebezirk ausgeschrieben werden, um so gezielt einen Namen und eine Bild für das Maskottchen zu erhalten.

121 vgl. Bastian – Born – Dreyer (2000), Kundenorientierung im Touristikmanagement, Seite 160

Sisu, das Maskottchen von Grächen vermarktet sich ausgezeichnet. Sisu ist jeweils bei Anlässen in der Region dabei und hat sogar einen eigenen Film über die Region produziert und diesen auf dem Internet aufgeschaltet¹²². Die Kinder sind begeistert davon!

7.13 Verkehr

Die Einführung der Parkplatzbewirtschaftung hat sich laut Manfred Riedo als richtig erwiesen. Befürchtungen, dass Gäste ausbleiben, weil sie den Parkplatz bezahlen müssen, haben sich nicht bestätigt. Die Gäste schätzen den gepflegten Parkplatz und wissen auch, dass die Einnahmen indirekt wieder dem Gaste zugute kommen. Das Geld wird wieder in Infrastrukturen wie Wander- und Bikewege und den Sommer- und Winterangebot zukommen.

7.14 Fribourg Region

Fribourg Region ist die Dachorganisation für die sieben Destinationen im Kanton Freiburg und ist für das koordinierte Marketing verantwortlich¹²³. Dabei sind sie auch der Herausgeber des Hauptprospekts „Fribourg Region“, in welcher der Schwarzsee auch vorgestellt wird. In der Broschüre wird anhand des Logos „Familien Willkommen“ erwähnt, dass der Schwarzsee mit dem Gütesiegel „Familien Willkommen“ ausgezeichnet wurde. Näher auf diesen Punkt wird nicht eingegangen. Besonders in einer solchen Broschüre, sollte dieses USP der Destination, einmal mehr hervorgehoben werden.

Unter den Top-Angeboten 2009 trumpft Schwarzsee mit der GPS-Mountainbike-Tour auf. Dies ist ein fünftägiges Pauschalangebot, welche eine GPS-Mountainbike-Tour in den Freiburger und Berner Voralpen beinhaltet. Hier wird ein super Angebot offeriert, aber das USP „Familien Willkommen“ wird vollkommen vergessen. Dies ist kein Angebot, welches eine Familie mit kleinen Kindern durchführen könnte. Zudem gewähren fünf Destinationen Kinderrabatt, Schwarzsee jedoch nicht. Dies ist auf das Angebot zurückzuführen, welches nicht für Kinder geeignet ist. Dieses Angebot ist widersprüchlich gegenüber dem Gütesiegel „Familien Willkommen“, welches in der Broschüre über dem Pauschalangebot ragt.

Die bereits bestehende Pauschale „Heidi und Geissenpeter“ würde sich hier hervorragend eignen.

Auf den Spuren von Heidi und Geissenpeter wandeln und das Leben auf der Alp hautnah erleben – ein tierisches Erlebnis für die ganze Familie! Nach einer rund 2.5-stündigen Wanderung können die Kinder die Abendteuer des Alplebens entdecken, während die Eltern die abendliche Ruhe bei herrlichem Panorama geniessen können. Das Angebot beinhaltet eine Übernachtung auf der Alphütte, Halbpension, Sesselbahnfahrt auf die Riggisalp, Mithilfe beim Ziegen melken und Ziegenkäse herstellen und eine Wanderkarte. Die Kosten belaufen sich für einen Erwachsenen auf CHF 75.- und für ein Kind auf CHF 55.-¹²⁴.

122 vgl. <http://www.matterhornvalley.ch/de/familien/sisu>, (Stand 27. Mai 2009)

123 vgl. http://www.fribourgregion.ch/de/navpage-InsideFR-UFT_FR-181609.html, (Stand 3. Juni 2009)

124 vgl. Broschüre Schwarzsee-Senseland, 2009/10, Seite 58

Dieses Angebot könnte um eine Nacht in einem Hotel erweitert werden. So werden die Gäste zusätzlich animiert, eine weitere Nacht in der Destination zu verweilen. Zudem können die Kosten und somit die Wertschöpfung etwas erhöht werden.

Deshalb schlage ich hier ein neues zweitägiges Angebot „Heidi und Geissenpeter“ vor:

Das neue Angebot beinhaltet:

- 1 Übernachtung in der Alphütte (Massenlager)
- 1 Übernachtung im 3- oder 4-Sterne Hotel
- Sesselbahnfahrt auf die Riggisalp
- Mithilfe beim Ziegen melken und Ziegenkäse herstellen
- Pro Familie einen Ziegenkäse
- 2 Stunden Pedalo auf dem Bergsee
- Wanderkarte

Preiskalkulation

Tabelle 5: Preiskalkulation

Angebot	Preis Erwachsene	Preis Kinder
1 Übernachtung in der Alphütte	25.00	25.00
1 Übernachtung im 3-Sterne Hotel	50.00	25.00 (im Familienzimmer)
1 Übernachtung im 4-Sterne Hotel	110.00	50.00 (Kinder bis 5 Jahre sind gratis)
Sesselbahnfahrt	15.00	8.00
Ziegenkäse	5.00	
1 Stunde Pedalo	10.00 (20.00:2=10.00)	10.00 (20.00:2=10.00)
Wanderkarte	8.50 (17.00:2=8.50)	8.50 (17.00:2=8.50)
Total im 3-Sterne Hotel	113.50	76.50
Total im 4-Sterne Hotel	173.50	101.50

Quelle: Eigene Einschätzung

Aus den obenstehenden Berechnungen würde ich folgende definitive Kosten dem Gast verrechnen:

Preisvorschlag im 3-Sterne Hotel:

Erwachsene: CHF 120.00

Kinder: CHF 80.00

Preisvorschlag im 4-Sterne Hotel

Erwachsene: CHF 180.00

Kinder: CHF 100.00

So ein attraktives Pauschalangebot ist für Familien gemacht und wird sicherlich dementsprechend oft gebucht. Natürlich muss mit den Alphütten und den entsprechenden Hotels Vereinbarungen betreffend den Kontingenten getroffen werden.

8. Schlusswort

Schwarzsee - ein aufstrebender Tourismusort mit erheblichem Entwicklungspotential!

Die intakte Landschaft, die imposante Bergwelt und der eindrückliche Bergsee sind nach wie vor die Garanten für den Erfolg im Schwarzsee. Sich aber auf diesen Lorbeeren auszuruhen wäre das Falsche. Denn nur Produkte mit klarer Positionierung und deutlicher Abgrenzung zu den Mitbewerbern führen zum Erfolg und können sich dementsprechend auch längerfristig behaupten.

Denn bereits heute drängen eine zunehmende Zahl von Anbieter mit qualitativ hochstehenden Angeboten auf den Markt. Dem steht ein verändertes Kaufverhalten der Reisenden gegenüber. Denn heutzutage werden häufiger, aber dafür kürzere Reisen unternommen. Wer den neuen Bedürfnissen der Gäste nicht offen gegenüber steht, hat im heutigen hart umkämpften Markt kaum Überlebenschancen.

Die eindeutige Fokussierung auf eine reine Familiendestination ist der Destination Schwarzsee noch nicht gelungen. Eine solche klare Positionierung braucht Mut. Langfristig gesehen wird dies der Schlüssel zum Erfolg sein.

Die Zielgruppe Familien soll nicht nur zufrieden gestellt, sondern begeistert werden. Es müssen dringend einige Optimierungen und Verbesserungen bezüglich der Infrastruktur sowie der Angebotsvielfalt durchgeführt werden. Nur so gelingt es, beim Gast ein positives Bild zu hinterlassen. Nur so wird der Gast weitere Freunde und Bekannten die Destination Schwarzsee weiterempfehlen. Nur so kann sich der Schwarzsee von der Konkurrenz abheben.

Der Schwarzsee ist ein kleines Prachtstück im Kanton Freiburg – ein Prachtstück mit guten Zukunftsaussichten, sofern Schwarzsee Tourismus die Notwendigkeit erkennt, sich auf die Zielgruppe Familien zu konzentrieren und sich stark dafür einsetzen. So wird die Destination längerfristig überleben können.

Quellenverzeichnis

Literatur

- Bastian, Harald
Born, Karl
Dreyer, Axel
Bieger, Thomas
- Kundenorientierung im
Touristikmanagement, 2. unwesentlich
veränderte Auflage, München/Wien,
Oldenbourg Verlag, 2000
Tourismuslehre – Ein Grundriss, 2. Auflage,
Bern/Stuttgart/Wien, 2006

Dokumentation, Broschüren und Präsentationen

- Bernet, Werner
Brauer, Cornelia
Freiburger Verkehrsverein (Hrsg.)
Kärnten Werbung (Hrsg.)
Kärnten Werbung (Hrsg.)
Laesser, Christian
Schwarzsee Tourismus (Hrsg.)
Schwarzsee Tourismus (Hrsg.)
Schwarzsee Tourismus (Hrsg.)
Schwarzsee Tourismus (Hrsg.)
Schweiz Tourismus (Hrsg.)
Winkler, Thomas
Zbinden, Bruno
- Strategische Qualitätsfaktoren im Segement
Familienferien, PDF-Präsentation, Bern,
2008
Der Familiengast, Power-Point
Präsentation, Zürich, 2008
Fribourg Region (Hrsg.) Hauptprospekt,
Freiburg, 2009
Kärnten Werbung (Hrsg.) Kärnten Card,
Kärnten, 2009
Kärnten Werbung (Hrsg.) Kärnten Family,
Kärnten 2009
Familiientourismus in der Schweiz:
Empirische Evidenz einer
vierversprechenden strategischen
Stossrichtung, St. Gallen, 2000
Schwarzsee Tourismus (Hrsg.) Schwarzsee
- Senseland, Schwarzsee, 2008
Schwarzsee Tourismus (Hrsg.) Unterkünfte
und Restaurants, Schwarzsee, 2008
Schwarzsee Tourismus (Hrsg.)
Jahresbericht 2008, Schwarzsee, 2008
Schwarzsee Tourismus (Hrsg.) Region
Schwarzsee – Senseland, Schwarzsee,
(Jahr unbekannt)
Schweiz Tourismus (Hrsg.) Familien,
Zürich, 2008
Schweiz Tourismus (Hrsg.) Typically Swiss
Hotels, PDF, Zürich, 2009
Schweiz Tourismus (Hrsg.) Coop Handy-
Safari, PDF-Präsentation, Zürich, 2008
Schweiz Tourismus (Hrsg.) Familien10_d,
PDF, Zürich, 2009
Schweiz Tourismus (Hrsg.)
Familienkampagne Deutschland, PDF-
Präsentation, Angelo Brazerol, Zürich, 2008
Online-Kommunikation, Power-Point
Präsentation, Zürich, 2009
Selbstdeklaration Qualitätsprofil Familien
Willkommen, Schwarzsee, 2009

Internetseiten

Bettmeralp Tourismus	http://www.bettmeralp.ch
Charmey Tourismus	http://www.la-gruyere.ch
Dinner Krimi	http://www.dinnerkrimi.ch
E-Domizil	http://www.e-domizil.ch
Eispaläste Schwarzsee	http://www.eispalaeste.ch
Facebook	http://www.facebook.com
Freiburg Tourismus	http://www.fribourgtourisme.ch
Freiburger Tourismusverband	http://www.fribourgregion.ch
Gastrokidzz	http://www.gastrokidzz.ch
Gemeinde Plaffeien	http://www.plaffeien.ch
Grächen Tourismus	http://www.matterhornvalley.ch
Hamburg Magazin	http://www.hamburg-magazin.de
Kinderkonzerte	http://www.kinderkonzerte.ch
Kinderzirkus Marotte	http://www.marotte.ch
Region Kärnten	http://www.kaernten-family.at
Region Weissensee	http://www.weissensee.com
Robinson Club	http://www.robinson.com
SBB	http://www.sbb.ch
Schwarzsee Tourismus	http://www.schwarzsee.ch/
Schweiz Tourismus	http://www.myswitzerland.com und http://www.stnet.ch
Schweizer Reisekasse REKA	http://www.reka.ch
Schweizer Tourismusverband	http://www.swisstourfed.ch
Snowtube Leysin	http://www.tobogganing.ch
Thurgau Tourismus	http://www.thurgau-tourismus.ch
Wikipedia Enzyklopädie	http://www.wikipedia.ch

Interviewverzeichnis

Katja Clapasson	Mitarbeiterin Marketing Freiburger Tourismusverband, Interview: 14. Mai 2009
Bruno Zbinden	Mitarbeiter Schwarzsee Tourismus, schriftliches Interview: 15. Mai 2009
Roland Baumgartner	Mitarbeiter Schweiz Tourismus, schriftliches Interview: 8. Mai 2009
Arno Kronhofer	Leiter Tourismusverband am Weissensee, schriftliches Interview: 19. Mai 2009

Zeitungsartikel

Intensive Anfangsphase für die Parkplatzbewirtschaftung Schwarzsee	Freiburger Nachrichten, 12. Januar 2009
Die belgische Intersoc hat den Vertrag mit dem Kanton Freiburg gekündigt	Anton Jungo, Freiburger Nachrichten, 23. Juli 2008
Piratenland-Anlass im Schwarzsee	Imelda Ruffieux, Freiburger Nachrichten, 17. Juli 2007
Märchenweg für Kinder	Anton Jungo, Freiburger Nachrichten, 7. März 2009
Schwarzsee baut touristisches Angebot laufend aus	Anton Jungo, Freiburger Nachrichten, 6. April 2009

Weitere Hilfsmittel

Mündliches Interview mit Jan Engberg-Holger, 28. Mai 2009

Telefongespräch mit Werner Hug, Verantwortlicher Zirkus Marotte, 4. Juni 2009

Telefongespräch mit Bettmeralp Tourismus, 3. Juni 2009

Telefongespräch mit Charmey Tourismus, 3. Juni 2009

Telefongespräche und E-Mails mit Susanne Tobler, Schweiz Tourismus

Weitere verschiedene Auskünfte per Telefon und per E-Mail

Anhang

Anhang 1: Interview mit Roland Baumgartner, Content Management, Schweiz Tourismus

Anhang 2: Interview mit Arno Kronhofer, Leiter des Tourismusverbandes am Weissensee

Anhang 1

Interview mit Roland Baumgartner, Content Management, Schweiz Tourismus

Wie beurteilst du von Schweiz Tourismus die Region Schwarzsee als Familienort?

Roland Baumgartner (RB): Schwarzsee ist ein Geheimtipp

Was für Vorteile seht ihr in einer Kooperation/Spezialisierung „Familien Willkommen“?

RB: Der Schwarzsee ist für Familien sehr geeignet. Wohlverstanden eher für Familien mit kleinen Kindern. Vorstellen könnte ich mir auch ein Reka-Ferierend (à la Urnäsch). Allerdings muss in die Infrastruktur eben zielgerichtet "Family" auch noch ein wenig investiert werden.

Was für Nachteile siehst du in einer Kooperation/Spezialisierung „Familien Willkommen“?

RB: Wenige; höchstens, dass der Einsatz von Werbegeldern genau überlegt sein muss.

Wie sieht Schweiz Tourismus das Potenzial von kleinen Destinationen, wie z.B. Schwarzsee Tourismus?

RB: Kleine Destinationen haben sehr wohl ein Potential; nicht zuletzt neben den Grossen wie Zermatt. Nicht alle Gäste suchen nur das Grosse und gerade für Familien sind Grossdestinationen oft abschreckend. Wegen den bedeutend geringeren Marketingmitteln muss allerdings mit "überraschender Präsenz" auf sich aufmerksam gemacht werden.

Wo siehst du das grösste Verbesserungspotenzial von Schwarzsee Tourismus?

RB: Man muss auf sich aufmerksam machen, zum Beispiel mit einem grossartigen Familien-Event.

Was ist deiner Meinung nach das USP vom Schwarzsee?

RB: Wie so oft sind Nachteile und USP nahe beisammen; die Ruhe, das Liebliche, das Romantische, das eben etwas Verschlafene sind sehr wohl USP, man muss sie nur als solche darstellen.

Sind Familienpackages bei Schweizer Familien beliebt?

RB: Wenn Packages finanzielle und Angebots-Vorteile bringen, dann ja. Viele Familien sind vom Budget her limitiert (lange Jahre Doppelverdienst und jetzt soll ein Lohn für drei oder vier reichen). Es geht da nicht um Dumping, sondern um "good value for a reasonable price". Und das Angebot muss wirklich stimmen, irgendwo eine Kinderecke mit ein paar kaputten Spielzeugen reicht nicht.

Wie wichtig ist ein KidsHotel in einem Familienort?

RB: Der Name "familien-" und "kinderfreundlich" zu sein ist wohl wichtiger, als unbedingt ein KidsHotel zu haben, das vielleicht nicht mal den Namen verdient.

Was für weitere Übernachtungsmöglichkeiten sollten vorhanden sein?

RB: Ferienwohnungen, gut bewirtschaftete Gruppenunterkünfte, mietbare Alphütten und Camping.

Was für Attraktionen/Infrastruktur muss der Schwarzsee Familien bieten können, um längerfristig zu überleben?

RB: Beweisen, dass man auch tatsächlich familienfreundlich ist. Tipps für Familien, Infrastruktur wie Brätelstelle, Unterhaltung mit HandySafari oder GPS-Schatzsuche. Damit die Eltern wissen, wie sie die Kids eine Woche lang bei Laune halten können.

Wie könnte die Destination noch besser vermarktet werden?

RB: Fokussierte Aussage über das Angebot; Promotion zusammen mit umliegenden Shopping-Centers, Kleininserate in Lokalzeitungen BE/FR....

Wo und wie informieren sich Schweizer Familien über einen Ferienort?

RB: Viel Mund-zu-Mund Propaganda (also muss das Angebot stimmen, und der Ort ein Gesicht haben). Daneben sicher oft "Zufallstreffer", z.B. eine günstige Ferienwohnung genau in der Woche, wo man Ferien hat.

Wie bekannt sind die Eispaläste in der Schweizer Bevölkerung? Wie könnte man die Eispaläste noch bekannter machen?

RB: Die Eispaläste sind bei der Schweizer Bevölkerung weniger bekannt. Vermarktung: Geschichten darum herum kreieren und in die Medien bringen. Vielleicht auch irgendwo in Packages einbinden.

Wo siehst du die grösste Konkurrenz für Schwarzsee Tourismus?

RB: Wohl all jene, die sich als Kleine besser in Szene zu setzen wissen. Konkurrenten könnten sein "Braunwald" (die haben aber teils genau dieselben Probleme, auch wenn sie ein KidsHotel haben), "Axalp", "Les Paccots", "Moléson", dann aber auch "Charmey" oder "Les Mosses" oder "San Bernardino"... etc

Herzlichen Dank, dass du dir die Zeit genommen hast, um meine Fragen zu beantworten!

Anhang 2

Interview mit Arno Kronhofer, Leiter des Tourismusverbandes am Weissensee

Wie sieht das Sommerangebot (2009) am Weissensee aus?

Sportlich unter dem Motto „Bewegungsimpulse im Naturpark“, dazu gehören 150 km MTB Wege, 200 km markierte Wanderwege, Nordic Walking und Laufstrecken

→ Baden im Trinkwasser im höchstgelegenen Badesee der Alpen

→ Das Thema Genuss – entweder in intakter Natur oder durch verschiedene Aktivitäten wie dem Genussflößen, dabei fahren der Bürgermeister und der Tourismusverantwortliche höchstpersönlich mit dem Floß auf dem See und kredenzen unter Mithilfe ortsansässiger Köche heimische Produkte wie den Weissensee Fisch in roher und veredelter Form

Wie sieht das Winterangebot (2009) am Weissensee aus?

→ Eislaufen auf der größten Natureisfläche Europas

→ Langlaufen im Loipenzentrum mit Schneegarantie, Gesamtlloipennetz 155 km

→ Skifahren im Familienskigebiet Weissensee

Wie viele Hotels mit wie viel Sternen sind vorhanden?

1 ** Betrieb , 9 ***** Betriebe, 32 **** Betriebe, 14 ** Betriebe**

Wie viele vermietete Ferienwohnungen stehen zur Verfügung?

30 Betriebe

Wie viele Gruppenunterkünfte hat es? (Zeltplätze)

Es gibt zwei Campingplätzen

Wie lautet das aktuelle Bettenangebot von Weissensee Tourismus?

96 **+ Betten, 540 **** Betten, 1141 *** Betten, 342 ** Betten**

Betten in Ferienwohnungen

1021 Betten

Betten in Gruppenunterkünften

Keine

Andere (Zeltplätze...)

1320 Campingbetten

Wieviele Kinderhotels sind vorhanden? Wie sieht das Angebot dieser Kinderhotels aus? Ausstattung?

Es gibt ein Kinderhotel (Kreuzwirt) das ist ein 4 Stern Hotel und es hat 4 Smiley.

Wie beurteilen Sie als Leiter der Region Weissensee den Ort für Familienferien?

Am Weissensee handelt es sich um eine familienfreundliche Region, da weder Lärm noch Massentourismus die Urlaubsfreude stören und Kinder die Fauna und Flora so erleben wie sie vielerorts nur früher einmal war. Außerdem haben viele Betriebe einen kleinen Bauernhof, wo die Kinder mit den Tieren in Kontakt kommen können.

Wie viele Logiernächte zählte Weissensee Tourismus im Tourismusjahr 2007/2008?

420'743 (306'067 im Sommer und 114'676 im Winter)

Wie sieht die Entwicklung der Logiernächtezahlen der letzten 15 Jahre aus?

Im Winter stetes Wachstum, im Sommer Rückgänge

Wie sieht die Gästestruktur (nach Herkunftsländern gegliedert) aus?

im Sommer: Deutschland, Österreich, Holland, Italien (gereiht nach Wichtigkeit)

im Winter: Holland, Österreich, Deutschland, Italien (gereiht nach Wichtigkeit)

Wie sieht das Verhältnis Kinder – Erwachsene für die Logiernächte für 2007/2008 aus?

340'00 Erwachsenen und 80'000 Kindernächte (bis 16 Jahre)

Wie beurteilen die Tourismusverantwortlichen die künftige Entwicklung (-2012) der Logiernächte?

Im Winter weiteres Wachstum, im Sommer auf hohem Niveau stagnierend

Inwiefern wird die Wirtschaftskrise den Familienort Weissensee tangieren?

Ich denke kaum, da viele Leute statt einer teuren Fernreise eher auf die nah gelegene Reiseziele ausweichen werden.

Kennt die Region Weissensee eine Gästebefragung?

Gästebefragungen werden immer wieder durchgeführt, es gibt auch auf unserer Gästekarte ein Feedback-Formular. Die Kunden/Gästezufriedenheit wird auch aktiv abgefragt, zum Beispiel bei den Genussfloßfahrten.

Wenn ja, wie lautete die letzte Gästebefragung?

Wir stellen Fragen zu verschiedenen Themen, damit wir erkennen, wo wir uns verbessern können / müssen.

Wie lautet die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste?

In der vergangenen Sommersaison 6.77 Tage

In der vergangenen Wintersaison 5.67 Tage

Was schätzen die Kinder am meisten?

Das Wasser und die von uns gesetzten Aktivitäten wie Kindernachmittag am Bauernhof

Was schätzen die Eltern am meisten an der Region Weissensee?

Naturbelassenheit am „Spielplatz der Natur“

Wo ist Verbesserungs-/Entwicklungspotenzial vorhanden?

Mehr Kindereinrichtung in den Betrieben, mehr Kinderhotels

Besteht ein Ferien- oder Animationsprogramm für die Kinder?

Ja, es gibt laufend ein Unterhaltungsprogramm für die Kinder z.B.:

- DO 04.06. **Kindernachmittag am Bauernhof** – Arbeiten am Bauernhof, Kühe von der Weide holen, melken, Milch zentrifugieren, Futter mähen, Kühe, Pferde, Schafe und Hühner füttern, Eier abnehmen, jausnen. Beginn 16 Uhr am Erlebnishof Tschabitscher. Dauer 2 Stunden. Teilnahme mit GK Weissensee gratis. Ohne GK Kosten Erwachsene EURO 7.50
- FR 05.06. **Familienwanderung zur „Alten Mühle“ und Fahrt mit dem „Kindertaxi“.** Treffpunkt 10 Uhr bei der Bergbahn-Talstation in Techendorf. Kinder € 5,50. Info und Anmeldung Tel: 04713-23580.
- DI 07.07. **Kasperl in Afrika.** Handpuppentheater für Kinder ab 3 Jahre. Um 17 Uhr im Weissensee Haus in Techendorf-Süd. Eintrittsermässigung mit GK Weissensee.
- MI 15.07. **Zaubervorstellung für Kinder.** Um 17 Uhr Seminarraum im Weissensee Haus in Techendorf-Süd. Eintrittsermässigung mit GK Weissensee.

Herzlichen Dank für Ihre Bemühungen!

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Diplomarbeit alleine recherchiert und geschrieben habe und dass ich ausschliesslich die erwähnten Quellen benutzt habe.

Siders, 12. Juni 2009

Mélanie Schmutz