

# Erstmalige Entwicklung und Vermarktung eines Pauschalangebotes im Jurapark Aargau unter Einbindung der bestehenden touristischen Elemente



Bachelorarbeit zur Erlangung des Titels „Bachelor of Science HES-SO in Tourismus“

Eingereicht am 19. Juli 2010, Zürich

HES-SO Wallis

Bereich Wirtschaft & Dienstleistungen, Studiengang Tourismus

---

**Verfasserin**

Jakob Gabriella  
Eglisporweg 12  
3506 Grosshöchstetten

**Dozent**

Kreuzer Bernhard  
Beugenstrasse 6  
5647 Oberrüti

**Experte**

Baumgartner Roland, Dr. phil. nat.  
Leiter Content Management, Schweiz Tourismus  
Tödistrasse 7  
8002 Zürich

## **Management Summary**

Naturpärke von nationaler Bedeutung haben in der Schweiz eine zunehmend wichtige Funktion: Sie helfen natürliche Lebensräume und Landschaften von besonderer Schönheit zu schützen und aufzuwerten. Allerdings bieten die schönen Landschaften zwar Vorteile für den Tourismus, aber sie generieren keine Einnahmen. Damit aus der landschaftlichen Schönheit eine Wertschöpfung erzielt werden kann, braucht es attraktive, marktfähige, touristische, landwirtschaftliche und gewerbliche Angebote, über deren Verkauf diese Schönheit der Landschaften vermarktet werden kann. Zurzeit gibt es in der Schweiz 18 Naturparkprojekte, von denen der Naturpark Jurapark Aargau eines ist. Aufgrund der Angebotsanalyse des Juraparks Aargau wurde festgestellt, dass nur wenige marktkräftige Angebote bestehen und diese ausschliesslich für den Tagestourismus bestimmt sind. Ein mehrtägiges Angebot besteht nicht.

In Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus und dem Jurapark Aargau wurde das erste Pauschalangebot für den Jurapark Aargau ausgearbeitet. Das Angebot „Pedalitto – die Spiel und Spass Velotour durch den Jurapark Aargau“ ist eine wahlweise zwei oder dreitägige Velotour, die für Familien mit Kindern bestimmt ist.

## **Vorwort und Dank**

Die Themenwahl der vorliegenden Arbeit basiert auf den Erfahrungen meines sechs Monate dauernden Praktikums bei Schweiz Tourismus in der Abteilung Content Management. Durch meine Arbeit hatte ich unter anderem die Chance, bei der Bearbeitung der Inhalte sämtlicher schweizerischen Naturpärke von nationaler Bedeutung mitzuwirken. Ich stellte fest, dass der Jurapark Aargau im Vergleich zu anderen Naturpärken erst wenig marktkräftige Angebote anbietet. Die Schwierigkeit der Arbeit lag darin, das Angebot so auszuarbeiten, dass es durchführbar ist. Während der Ausarbeitung des Angebotes stand ich andauernd in Kontakt mit der Geschäftsstelle des Juraparks Aargau.

Ein spezieller Dank gilt Katja Jucker von der Geschäftsstelle Jurapark Aargau, die mich mit Ideen und Informationen unterstützt hat. Die gute Zusammenarbeit, die Gespräche und E-Mails haben einen wesentlichen Beitrag zum Gelingen dieser Arbeit geleistet. Einen grossen Dank richte ich auch an Roland Baumgartner, Leiter Content Management Schweiz Tourismus, für die Hilfe bei der Themenfindung, bei der Erarbeitung und dem Redigieren. Ein weiteres Dankeschön geht an Bernhard Kreuzer und an das Content-Management-Team von Schweiz Tourismus, für die Betreuung während der Realisierung der Arbeit. Zum Schluss steht ein grosses Merci meiner Familie und meinen Freunden zu, die

mich während der gesamten Ausbildung unterstützt haben und mir stets mit guten Ratschlägen zur Seite gestanden sind.

## Inhaltsverzeichnis

Management Summary.....	ii
Vorwort und Dank.....	ii
Inhaltsverzeichnis.....	iv
Abkürzungsverzeichnis.....	viii
Abbildungsverzeichnis.....	viii
Tabellenverzeichnis.....	x
Begriffsverständnis.....	xi
1. Einleitung.....	1
1.1. Ausgangslage.....	1
1.2. Zielsetzung.....	1
1.3. Methodik.....	1
1.3.1. Kartenmaterial.....	2
1.3.2. Empirische Analyse.....	2
1.4. Aufbau der Arbeit.....	3
1.5. Definition Pauschalangebot.....	3
2. Schweizer Naturpärke von nationaler Bedeutung.....	4
2.1. Die Rolle des Bundes.....	5
2.2. Errichtung eines Naturparkes von nationaler Bedeutung.....	5
2.3. Übersicht über die Schweizer Pärke.....	6
3. Einführung zum Begriff „Naturnaher Tourismus“.....	8
3.1. Positiver Einfluss der Naturpärke auf den Tourismus und die beteiligten Branchen.....	8
3.1.1. Tourismus.....	8
3.1.2. Regionalwirtschaft.....	8
3.1.3. Landwirtschaft / Agrotourismus.....	9
3.2. Nachteile eines Naturparkes.....	10
4. Regionaler Naturpark Jurapark Aargau (Kandidat).....	11

---

4.1.	Entstehung der Jurafaltung .....	12
4.2.	Rechtliche Entwicklungen des Juraparks Aargau .....	13
4.2.1.	Organisation .....	13
4.2.2.	Finanzierung .....	14
4.2.3.	Kommunikation .....	14
4.3.	Stärken/Schwächen Analyse des Juraparks Aargau .....	15
5.	Angebotsanalyse des Juraparks Aargau .....	16
5.1.	Übersicht über die angebotenen Ausflugsziele.....	17
5.2.	Übersicht über die Hauptzielgruppen .....	18
5.3.	Positionierungen der Parkangebote.....	19
5.4.	Zuständigkeiten in der Angebotsgestaltung.....	20
5.5.	Probleme in der Angebotsgestaltung.....	21
6.	Ausarbeitung eines konkurrenzfähigen Angebotes .....	22
6.1.	Die Erlebnisökonomie .....	22
6.2.	Die Erlebnisgesellschaft.....	23
6.3.	Zielgruppen im naturnahen Tourismus.....	23
6.4.	Touristische Nachfragetrends des naturnahen Gastes .....	26
6.5.	Aktivitäten und Verhalten im naturnahen Tourismus .....	27
6.6.	Das Erlebnis-Setting.....	28
6.7.	Kontrolle und Anpassung .....	29
7.	Neues Angebot: „Pedalitto – die Spiel und Spass Velotour“ .....	30
7.1.	Kurzbeschreibung des Angebotes .....	30
7.2.	Zielgruppe.....	30
7.3.	Anwendung des Erlebnis-Settings.....	31
7.4.	Zusammenarbeit zwischen Leistungsträger und Enabler .....	32
8.	Voraussetzungen für ein Velo-Angebot für Familien mit Kindern .....	33
8.1.	Anforderungen an Velowege .....	33

---

8.1.1	Radwanderer .....	33
8.1.2.	Anreise/Wegdauer.....	34
8.1.3.	Übernachtungsmöglichkeiten.....	34
8.1.4.	Gepäcktransport.....	35
8.2.	Ausarbeitung der Routen .....	35
8.3.	Beschilderung und Kartenmaterial.....	37
8.4.	Berechnungstabelle von SchweizMobil.....	37
9.	Die Routen „Pedalitto – die Spiel und Spass Velotour“ .....	39
9.1.	Übersicht Drei-Tages-Route .....	39
9.1.1.	Etappe 1: Aarau – Frick .....	40
9.1.2.	Etappe 2: Frick – Herznach .....	42
9.1.3.	Etappe 3: Herznach – Aarau .....	43
9.2.	Zwei-Tages-Route Übersicht .....	45
9.2.1.	Etappe 1: Aarau – Herznach .....	46
9.2.2.	Etappe 2: Herznach – Aarau .....	47
9.3.	Varianten .....	47
9.4.	Tipps für Begleitpersonen .....	47
9.5.	Pauschalpreise und Buchungsmöglichkeiten .....	47
10.	Swot-Analyse des Angebotes „Pedalitto“ .....	49
11.	Partner, Sponsor, Beteiligte Unternehmen.....	50
11.1.	Partner/Sponsoren.....	50
11.2.	Beteiligte Unternehmen.....	51
12.	Finanzierung .....	52
12.1.	Preiszusammenstellung.....	52
12.2.	Defizitberechnung („Szenario mager“) für 50 Teilnehmer .....	55
13.	Konkurrenzanalyse .....	56
13.1	Direkte Konkurrenz in der Region .....	56

---

13.2.	Direkte Konkurrenz schweizweit .....	56
13.3.	Indirekte Konkurrenz in der Region .....	57
13.4.	Indirekte Konkurrenz schweizweit .....	57
14.	Marketing-Analyse .....	58
14.1.	Logo (Eigenkreation) .....	59
14.2	Marketingmöglichkeiten .....	60
14.2.1.	Broschüre.....	60
14.2.2.	Daten für GPS und Google Earth .....	72
14.2.3.	Daten für iPhone.....	73
14.2.4.	News auf „myswitzerland.com“ .....	75
14.2.5.	Pärkeseite auf „myswitzerland.com/natur“ .....	77
14.2.6.	Website Jurapark Aargau.....	78
14.2.7.	Website Aargau Tourismus.....	79
14.2.8.	Weitere Vermarktungsmöglichkeiten .....	80
15.	Projekt- und Aktionsplan.....	80
	Schlussfolgerung.....	82
	Literaturverzeichnis.....	83
	Anhang I: Empirische Analyse .....	89
	Anhang II: Angebotsanalyse .....	96
	Anhang III Finanzierung .....	99
	Anhang IV: Anleitung für die iPhone Applikation.....	100
	Anhang V: Brief Anfrage Partnerbetriebe .....	103
	Anhang VI: Inhalt der Broschüre .....	104
	Eidesstattliche Erklärung.....	114

## Abkürzungsverzeichnis

App	Applikation
BAFU	Bundesamt für Umwelt
GPS	Global Positioning System
GPX	GPS Exchange Format
Hm	Höhenmeter
Km	Kilometer
Kmz	Datenformat Keyhole Markup Language
MICE	Meetings, Incentives, Events
Mio.	Millionen
NEP	Naturerlebnispark
PNR	Parc naturel régional
POI	Point of Interest
PR	Public Relation
RNP	Regionaler Naturpark
USP	Unique Selling Proposition

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Übersicht Schweizer Pärke.....	6
Abbildung 2: Gemeinden des Juraparks Aargau .....	11
Abbildung 3: Aussichtsbilder .....	12
Abbildung 4: Tektonische Karte Region Jurapark Aargau .....	13
Abbildung 5: Angebotsanalyse.....	16
Abbildung 6: Übersicht über die angebotenen Ausflugsziele .....	17
Abbildung 7: Übersicht Hauptzielgruppen .....	18
Abbildung 8: Positionierung der bestehenden Parkangebote .....	19
Abbildung 9: Wirtschaftliche Differenzierung.....	23
Abbildung 10: Vier E der Erlebnisgesellschaft.....	23
Abbildung 11: 50-Plus.....	24
Abbildung 12: Familie.....	24
Abbildung 13: Gruppe .....	24
Abbildung 14: Schulklasse .....	24
Abbildung 15: Zielgruppen naturnaher Tourismus .....	24
Abbildung 16: Touristische Nachfragetrends.....	26

---

Abbildung 17: Erlebnis-Setting .....	28
Abbildung 18: Inszenierungs-, Entwicklungs-, Sicherungsrad .....	29
Abbildung 19: Netzwerk der Leistungsträger und Enabler .....	32
Abbildung 20: Wegweiser .....	37
Abbildung 21: Übersicht Drei-Tages-Route mit POI und Profil .....	39
Abbildung 22: Etappe 1 Aarau – Frick mit POI und Profil.....	40
Abbildung 23: Etappe 2 Frick – Herznach mit POI und Profil.....	42
Abbildung 24: Etappe 3 Herznach – Aarau mit POI und Profil.....	43
Abbildung 25: Übersicht Zwei-Tages-Route mit POI und Profil .....	45
Abbildung 26: Etappe 1 Aarau – Herznach mit POI und Profil.....	46
Abbildung 27: Swot - Analyse.....	49
Abbildung 28: Konkurrenzanalyse.....	56
Abbildung 29: Logo.....	59
Abbildung 30: Broschüre Seiten 1 und 2.....	62
Abbildung 31: Broschüre Seiten 3 und 4.....	63
Abbildung 32: Broschüre Seiten 5 und 6.....	64
Abbildung 33: Broschüre Seiten 6 und 7.....	65
Abbildung 34: Broschüre Seiten 8 und 9.....	66
Abbildung 35: Broschüre Seiten 10 und 11.....	67
Abbildung 36: Broschüre Seiten 12 und 13.....	68
Abbildung 37: Broschüre Seiten 14 und 15.....	69
Abbildung 38: Broschüre Seiten 16 und 17.....	70
Abbildung 39: Broschüre Seite 18.....	71
Abbildung 40: Website Pedalitto .....	72
Abbildung 41: Anzahl iPhone-Besitzer .....	73
Abbildung 42: Nutzung Gratis-Applikation.....	73
Abbildung 43: Ansicht Etappen der Drei-Tages-Route.....	75
Abbildung 44: Ansicht Etappen der Zwei-Tages-Route.....	75
Abbildung 45: Top News der Woche auf myswitzerland.com, Übersicht.....	76
Abbildung 46: Top News der Woche auf myswitzerland.com .....	76
Abbildung 47: Angebote im Park, Dateilansicht.....	77
Abbildung 48: Angebote im Park, Übersicht .....	77
Abbildung 49: Ausflüge Juraprk Aargau, Übersicht.....	78
Abbildung 50: Ausflüge Jurapark Argau, Detailansicht .....	78

Abbildung 51: Angebote im Park, Detailansicht.....	79
--	----

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Analyse des Alters.....	3
Tabelle 2: Stärken - Schwächen Analyse .....	15
Tabelle 3: Aufenthaltintensität in der freien Natur .....	27
Tabelle 4: Hauptgründe für den Aufenthalt in der freien Natur .....	27
Tabelle 5: Aktivitäten in der freien Natur .....	27
Tabelle 6: Angebotsinteresse .....	30
Tabelle 7: Analyse Wegdauer .....	34
Tabelle 8: Analyse Transportmittel .....	34
Tabelle 9: Analyse Beherbergungsart mit Kinder.....	35
Tabelle 10: Analyse Beherbergungsart ohne Kinder.....	35
Tabelle 11: Interesse an Gepäcktransport .....	35
Tabelle 12: Beispiel Berechnungstabelle Fahrzeiten.....	38
Tabelle 13: Berechnungstabelle Fahrzeiten Etappe 1 Aarau – Frick.....	41
Tabelle 14: Berechnungstabelle Fahrzeiten Etappe 2 Frick – Herznach .....	43
Tabelle 15: Berechnungstabelle Fahrzeiten Etappe 3 Herznach – Aarau .....	44
Tabelle 16: Berechnung Fahrzeiten Etappe 1 Aarau – Herznach .....	46
Tabelle 17: Partner/Sponsoren .....	51
Tabelle 18: Beteiligte Unternehmen .....	51
Tabelle 19: Übersicht Ausgaben/Einnahmen.....	52
Tabelle 20: Berechnung Preise Drei-Tages-Route .....	53
Tabelle 21: Annahme Buchung von 100 Personen .....	53
Tabelle 22: Berechnung Preise Zwei-Tages-Route .....	54
Tabelle 23: Annahme Buchung von 100 Personen .....	55
Tabelle 24: Defizitberechnung Drei-Tages-Route .....	55
Tabelle 25: Defizitberechnung Zwei-Tages-Route .....	55
Tabelle 26: Aufmerksamkeitsanalyse für touristisches Angebot .....	58
Tabelle 27: Einholung Information zu touristischem Angebot .....	59
Tabelle 28: Broschüre Titelseite .....	61
Tabelle 29: Projekt - und Aktionsplanung Übersicht.....	80
Tabelle 30: Projekt - und Aktionsplanung Übersicht, mit Beispiel Durchführung Mai .....	81

## **Begriffsverständnis**

Um die Lesbarkeit zu vereinfachen, werden in der gesamten Arbeit die Fahrradfahrer und Radfahrer als Velofahrer bezeichnet. Wenn nachfolgend der Begriff Naturpark verwendet wird, so ist der Begriff „Naturpark von nationaler Bedeutung“ zu verstehen. Die Bezeichnungen Gast, Besucher und Teilnehmer werden gleich gesetzt. Zudem wird nur die maskuline Form verwendet, welche die Feminine stets miteinschliesst.

## **1. Einleitung**

26% der Schweizer Bevölkerung lebt im ländlichen Raum (vgl. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel 2010). Für sie ist die Möglichkeit, in diesem Raum den Lebensunterhalt zu verdienen, von grosser Bedeutung. Zugleich ist der Natur- und Landschaftsschutz ein wichtiges Thema. Der Bund unterstützt die Suche nach Lösungen von Schutz und Nutzen der Natur und Landschaft. Neue Infrastrukturen für Naturpärke werden geschaffen, die in Zukunft das Synergiepotential zwischen Natur- und Landschaftsschutz sowie der Regionalentwicklung fördern. Die Errichtung eines Naturparkes bringt einer Region einen anhaltenden Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Regionen, um naturnahe Tourismusaktivitäten anzubieten. Zurzeit gibt es rund 18 Parkprojekte in Errichtung, die untereinander im Wettbewerb stehen. Eines davon ist der Jurapark Aargau.

### **1.1. Ausgangslage**

Der Jurapark Aargau bewirbt sich seit August 2009, um das Label „Regionaler Naturpark von nationaler Bedeutung“ und befindet sich zurzeit in der Errichtungsphase (vgl. Jurapark Aargau, 2009 a). Die Angebotsanalyse des Juraparks Aargau zeigt, dass es verschiedene Angebote für Tagestouristen in den Bereichen Sehenswürdigkeiten, Themenpfade, Wandervorschläge und geführte Touren gibt. Diese einzelnen touristischen Angebote sind allerdings nicht miteinander verbunden, weshalb es schwierig ist, mit dem Tagestourismus eine angemessene Wertschöpfung zu generieren.

### **1.2. Zielsetzung**

Da der Park noch kein Pauschalangebot ausgearbeitet hat, wird im Rahmen der vorliegenden Arbeit, in Zusammenarbeit mit dem Jurapark Aargau und Schweiz Tourismus, das erste Pauschalangebot für den Jurapark Aargau ausgearbeitet, welches einige der bestehenden touristischen Elemente miteinander verknüpft. Das Konzept soll der Geschäftsstelle des Juraparks Aargau ermöglichen, das Angebot unter den benötigten Anpassungen und Weiterentwicklungen, umzusetzen. Das Angebot soll möglichst rentabel sein, damit viele Leute angesprochen werden und eine maximale Wertschöpfung generiert werden kann.

### **1.3. Methodik**

Der Jurapark Aargau ist in der Errichtungsphase und bietet bis jetzt wenige attraktive Angebote und Ausflugsziele an. Im Parkgebiet gibt es keine ausserordentlichen Sehenswürdigkeiten wie Bergpanoramas, Seen oder Seestrände. Die wenig dynamische Landschaft mit nur einem Landschaftstyp bietet daher eine Herausforderung, ein konkurrenzfähiges Pauschalangebot zu kreieren. Informationen für

die Erarbeitung des Angebotes wurden beim Jurapark Aargau, bei Schweiz Tourismus und bei weiteren Akteuren, die an der Routenkonzeption beteiligt sind, eingeholt.

Im Anschluss an die Angebotsanalyse und Besichtigung des Parkgebietes, wurde die Entscheidung getroffen, eine Velotour für Familien mit Kindern zu erarbeiten. Anhand der Velokarte der Region „Basel-Aarau“ von „Kümmerly und Frey“, wurden die vorhandenen Velorouten, die durch das Parkgebiet führen, analysiert. Die Routenkonzeption wurde durch die Standorte der Sehenswürdigkeiten und Attraktionen, die für die Zielgruppe interessant sind und die topografischen Gegebenheiten beeinflusst. Zusätzlich zu den Sehenswürdigkeiten wurden bei den jeweiligen Gemeindeverwaltungen sämtliche Spielplätze entlang der Routen angefragt. Die Hotels und Restaurants wurden anhand des Projektes Genuss-Strasse<sup>1</sup> ausgewählt. Sämtliche Betriebe, die in der vorliegenden Arbeit erwähnt werden und am Angebot beteiligt sind, wurden für eine allfällige Zusammenarbeit angefragt.

### **1.3.1. Kartenmaterial**

Die Velorouten wurden auf dem Kartenportal „Geolives“ ([www.geolives.ch](http://www.geolives.ch)) eingezeichnet. Sämtliche Kartenausschnitte und Höhenprofile stammen von diesem Portal. Aufgrund rechtlicher Einschränkungen dürfen maximal fünf Kopien von einer Ansicht verwendet werden. Bei einer Durchführung muss daher ein anderer Kartenhersteller gefunden oder die Karten selber gezeichnet werden.

### **1.3.2. Empirische Analyse**

Um das Verhalten der Schweizer Bevölkerung in naturnahen Gebieten zu analysieren und um herauszufinden, welche Bevölkerungsgruppe durch eine mehrtägige Velotour durch ein Parkgebiet angesprochen wird, sowie welche Bedürfnisse diese haben, wurde ein Fragebogen erarbeitet. (Der Fragebogen befindet sich im Anhang)

Die Umfrage wurde auf dem Umfragetool „<http://crm.stnet.ch>“, das Schweiz Tourismus zur Verfügung stellte, eingegeben. Die Umfrage startete am 16.4.2010 und wurde per Mail an 510 Personen versandt. Am Ende der Umfrage, am 7.5.2010, nach einer Laufzeit von drei Wochen, wurde eine Rücklaufquote von 41% (209 beantwortete Fragebogen) gezählt. 80 Fragebogen wurden von Männern und 129 von Frauen ausgefüllt.

Die Anzahl Antworten je Altersgruppe ist aus der Tabelle 1 zu entnehmen. Von den befragten Personen wohnen 30.6% in der Stadt, 34% auf dem Land und 30% in einer Agglomeration. 73% der befragten Personen haben keine Kinder, 21% dagegen schon (Umfrage).

---

<sup>1</sup> 170 Kilometer lange signalisierte Route, wo bei 25 Gastronomen und rund 40 Produzenten lokale Produkte genossen und gekauft werden können.

Sie sind im Alter von	Abs.	Rel.	0%	100%
nicht beantwortet	12	5,74%		
Unter 25 Jahre	81	38,76%		
26 – 45 Jahre	101	48,33%		
46 – 65 Jahre	15	7,18%		
über 66 Jahre	0	0,00%		
Gesamt Antworten	209	100,00%		
Gesamt Teilnehmer	209	100,00%		

**Tabelle 1: Analyse des Alters**  
(Umfrage)

Wenn in den folgenden Kapiteln aus der empirischen Analyse zitiert wird, wird mit dem Hinweis „Umfrage“ darauf hingewiesen.

#### 1.4. Aufbau der Arbeit

Im ersten Teil werden die Schweizer Naturparks von nationaler Bedeutung präsentiert. Neben der Definition werden u.a. die verschiedenen Parkformen vorgestellt, die Rolle des Bundes und die Entstehung der Parks erklärt, sowie eine Einführung zum Begriff „Naturnaher Tourismus“ und dessen Einfluss auf die beteiligten Branchen erläutert. In einem weiteren Teil erfolgt die Präsentation des Naturparks Jurapark Aargau und die Analyse seiner Angebote. Im dritten, theoretischen Teil, gehe ich auf die Entwicklung eines konkurrenzfähigen Angebotes im naturnahen Tourismus ein. Daraufhin wird im letzten Teil das neue Pauschalangebot „Pedalitto – die Spiel und Spass Velotour“ vorgestellt. Zum Schluss wird eine Schlussfolgerung gezogen.

#### 1.5. Definition Pauschalangebot

„Als Pauschalreise gilt die im Voraus festgelegte Verbindung von mindestens zwei der folgenden Dienstleistungen, wenn diese Verbindung zu einem Gesamtpreis angeboten wird und länger als 24 Stunden dauert oder eine Übernachtung einschliesst:

- a. Beförderung;
- b. Unterbringung;
- c. andere touristische Dienstleistungen, die nicht Nebenleistungen von Beförderung oder Unterbringung sind und einen beträchtlichen Teil der Gesamtleistung ausmachen. Dieses Gesetz ist auch anwendbar, wenn im Rahmen derselben Pauschalreise einzelne Leistungen getrennt berechnet werden.“ (Bundesgesetz über Pauschalreisen, 1993, Art. 1)

## 2. Schweizer Naturpärke von nationaler Bedeutung

Naturpärke beinhalten Natur- und Kulturlandschaften in ihrer ursprünglichen Form. Sie helfen, natürliche Lebensräume und Landschaften mit besonderer Schönheit langfristig zu erhalten, aufzuwerten und zu schützen. Sie erhalten dadurch einen besonderen Wert. Die Parkgebiete beinhalten Flächen, die sowohl zu den verschiedensten nationalen und regionalen Landschafts- und Biotopinventaren gehören als auch über Objekte, die im nationalen Kulturinventar eingetragen sind. Ein Parkgebiet besteht somit im schweizweiten Vergleich aus Gebieten und Objekten mit ausserordentlichen Werten. Die Ortschaften im Parkgebiet verfügen über traditionellen und historischen Charakter. Die ursprünglichen Gebäude und Verkehrswege bilden eine Einheit, die nicht durch schwerwiegende Eingriffe für technische Infrastrukturanlagen getrennt werden darf. Ebenfalls wird das Ökosystem vor Interventionen bewahrt. Die Bevölkerung der Parkgemeinden ist verpflichtet, ihr natürliches und kulturelles Erbe respektvoll zu nutzen und zu erhalten (vgl. Kappler, Forster, Siegrist, 2009, S. 48).

Die Bildung eines Parks von nationaler Bedeutung begünstigt die wirtschaftliche Entwicklung der Region. Die Parkbesucher können echte Naturerlebnisse geniessen, Kontakte zur Bevölkerung herstellen, spannende Geschichten kennen lernen und lokale Spezialitäten kosten. Der Bund unterscheidet drei verschiedene Park-Kategorien:

**Nationalpärke:** Sie bieten der Fauna und Flora sowie der Eigenentwicklung der Naturlandschaft einen unberührten Lebensraum. Die Parkgebiete werden in eine Kern- und eine Umgebungszone gegliedert (vgl. ebd. S. 48). Die Kernzone weist mindestens eine Fläche von 100 km<sup>2</sup> in den Voralpen und Alpen, 75 km<sup>2</sup> im Jura und auf der Alpensüdflanke, 50 km<sup>2</sup> im Mittelland auf (vgl. Christine Künzler, 2009).

**Regionale Naturpärke:** Diese Gebiete sind teilweise besiedelt und werden durch hohe Natur- und Landschaftswerte ausgezeichnet. Die Anlagen und Bauten fügen sich in das Landschafts- und Ortsbild ein. Die minimalste Fläche beträgt 100 km<sup>2</sup> (vgl. ebd.).

**Naturerlebnispärke:** Nicht weiter als 20 km entfernt von einer Agglomeration bilden sie naturnahe Ausgleichsräume mit einer Kernzone von mindestens 4 km<sup>2</sup>. Die Städtische Bevölkerung soll sich dort erholen können (vgl. ebd.).

## **2.1. Die Rolle des Bundes**

Naturpärke werden durch das Bundesamt für Umwelt BAFU als Fachstelle des Bundes betreut und gefördert. Grundlagen dafür sind das „Bundesgesetz über den Natur- und Heimatschutz“ und die „Verordnung vom 7. November 2007 über die Pärke von nationaler Bedeutung“. Die Rechtsgrundlagen werden in Form von Finanzhilfen für die Errichtung, den Betrieb, die Qualitätssicherung, zur Ausarbeitung von Richtlinien und zur Verleihung des Parklabels eingesetzt. Im Jahre 2010 hat der Bund dafür 7.5 Mio. Franken gesprochen, im 2011 sind es 9.5 Mio. Franken (vgl. Bundesamt für Umwelt BAFU, 2010 a).

Das BAFU ist ausserdem zuständig, die Zusammenarbeit der Pärke untereinander sowie mit denjenigen im Ausland zu fördern und die Park- und Produkte-Labels zu schützen (vgl. Kappler et al., 2009, S. 35). Mit Hilfe des BAFU können die Synergien zwischen dem Natur- und Landschaftsschutz und der Regionalentwicklung besser genutzt werden. Ebenfalls können die nachhaltigen touristischen Angebote qualitativ verbessert, sowie deren Vernetzung und Vermarktung gesteigert werden (vgl. Siegrist, StremLOW, 2009, S. 15). Die neu geförderten Pärke schaffen somit die Voraussetzung, den Parktourismus in der Schweiz neu zu beleben.

## **2.2. Errichtung eines Naturparkes von nationaler Bedeutung**

Die Errichtung eines Naturparkes erfolgt in vier Etappen:

### **1. Machbarkeitsstudie**

In der Machbarkeitsstudie erfolgt die Prüfung, ob das Gebiet die ländlichen und naturräumlichen Qualitäten eines Parks erfüllt und die Bevölkerung einen Park als Zukunftsperspektive sieht (vgl. Netzwerk Schweizer Pärke, 2010 a).

### **2. Projektierung**

Unter Einbezug aller Akteure (Gemeinden, Trägerschaft und Bevölkerung) wird ein Managementplan erstellt. Um das Label „Kandidatur“ vom Bund zu erhalten, bewirbt sich das Parkprojekt mit dem Managementplan und einem Gesuch um globale Finanzhilfe. Wird das Label verliehen, unterstützt der Bund finanziell die Errichtung des Projekts (vgl. ebd.).

### **3. Errichtung**

In der Errichtungsphase verfasst die Parkträgerschaft mit der Bevölkerung, den Interessengruppen und der Wirtschaft eine Charta, die das Basisplanungsinstrument darstellt. Diese besteht aus einem

Parkvertrag, einem Managementplan und einer Vier-Jahresplanung. Die Jahresplanung und der Managementplan haben eine Gültigkeit von zehn Jahren. Die Detailprojekte werden jeweils nach vier Jahren überprüft und entsprechend angepasst (vgl. ebd.).

#### 4. Betrieb

Werden alle Voraussetzungen erfüllt, kann in die zehn Jahre dauernde Betriebsphase übergegangen werden. Der Bund vergibt das Label „Park von nationaler Bedeutung“. Dieses Label ist geschützt und darf nur durch den Bund an anerkannte Pärke vergeben werden. Ist die erste Betriebsphase positiv, kann nach einer Evaluation in die zweite zehn Jahre andauernde Betriebsphase gestartet werden (vgl. ebd.).

### 2.3. Übersicht über die Schweizer Pärke

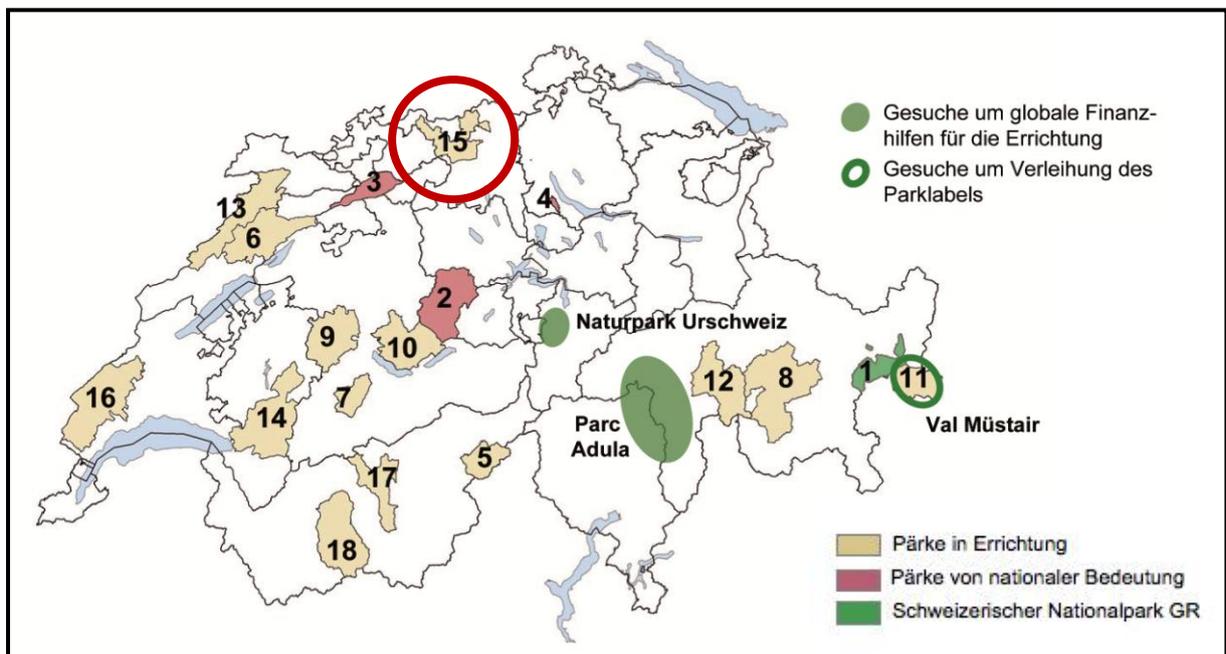


Abbildung 1: Übersicht Schweizer Pärke  
(Bundesamt für Umwelt BAFU, 2010 b)

#### Schweizer Pärke

- |                                   |                                |
|-----------------------------------|--------------------------------|
| 1 Schweizer Nationalpark GR       | 12 RNP Beverin                 |
| 2 RNP UNESCO Biosphäre Entlebuch  | 13 PNR du Doubs                |
| 3 RNP Thal                        | 14 PNR Gruyère Pays-d'Enhaut   |
| 4 NEP Wildnispark Zürich-Sihlwald | 15 RNP Jurapark Aargau (AG/SO) |
| 5 RNP Landschaftspark Binntal     | 16 PNR Jurassien Vaudois       |
| 6 PNR Chasseral                   | 17 RNP Pfyn-Finges             |
| 7 RNP Diemtigtal                  | 18 PNR Biosphère Val d'Hérens  |
| 8 RNP Ela                         |                                |
| 9 RNP Gantrisch                   |                                |

Rund 14% der Schweizer Landesfläche befindet sich in einem Parkgebiet (vgl. Bundesamt für Umwelt BAFU, 2010). Die schweizweiten Parkprojekte sind unterschiedlich weit fortgeschritten:

Vier Pärke befinden sich in der Betriebsphase: Schweizerische Nationalpark (seit 1914). Ab 2010 bildet der Nationalpark mit der Val Müstair ein gemeinsames Unesco Biosphärenreservat, Unesco-Biosphäre Entlebuch (seit 2008), Wildnispark Zürich-Sihlwald (seit 2009), Naturpark Thal (seit 2009). Weitere dreizehn Pärke sind in der Phase der Errichtung und haben das Label „Kandidat“. Ihr Gesuch wurde im Jahr 2008 oder 2009 eingereicht: Binntal, Chasseral, Diemtigtal, Ela, Gantrisch, Val Müstair, Jurapark Aargau, sowie Piz Beverin, Doubs, Gruyère-Pays d’Enhaut, Parc Jurassien Vaudois, Pfyn-Finges und Val d’Hérens (vgl. Netzwerk Schweizer Pärke, 2010 b).

Im Januar 2010 haben die Kantone Nidwalden und Uri das Gesuch um Finanzhilfe für die Errichtung des Projekts „Regionaler Naturpark Urschweiz“ beim Bund eingereicht. Ebenso taten es die Kantone Tessin und Graubünden für das Projekt „Nationalpark Parc-Adula“. Der Bund wird im Spätsommer 2010 darüber entscheiden (vgl. Bundesamt für Umwelt BAFU, 2010 c).

### **3. Einführung zum Begriff „Naturnaher Tourismus“**

Die Landschaft, Natur, Kultur, Gesellschaft und Regionalökonomie werden in einem Naturpark als Einheit betrachtet. Ein Gleichgewicht zu schaffen und zu erhalten zwischen den Umweltinteressen der Bevölkerung, der Wirtschaft und der Gesellschaft, ist ein Hauptziel. Der naturnahe Tourismus hat somit eine verantwortungsvolle Aufgabe: Er macht schonend die Vielfalt der landschaftlichen, natürlichen und kulturellen Werte einer Region erlebbar. Der Gast soll authentisch die Natur und Kultur erleben und mit der lokalen Bevölkerung in Kontakt treten können. Der Tourismus soll dabei mit möglichst wenig Energie und Eingriffen in der Natur auskommen (vgl. Siegrist et al., 2009, S. 36). Aus diesen Ausführungen entstand die Definition des naturnahen Tourismus.

„Naturnaher Tourismus ist ein verantwortungsbewusster Aufenthalt in Naturgebieten und naturnahen Kulturlandschaften, dessen Organisation und Realisierung sich aus den regionalen Bedürfnissen über die Mitbestimmung der Beteiligten heraus entwickelt und dabei die Umwelt, die sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Gegebenheiten achtet sowie nachhaltig schützt, fördert und finanziert. Im naturnahen Tourismus wird dem Gast das Erleben von Natur und Kultur aktiv und mit allen Sinnen ermöglicht“ (Kappeler et al., 2009, S. 42)

Die Schweiz, mit viel ländlichem Raum, bietet für den naturnahen Tourismus eine gute Basis mit grossen Chancen. 71% der touristischen Aktivitäten finden im ländlichen Raum statt. Rund 30% der Gäste aus dem Inland verbringen ihren Urlaub in der Natur. Diese Tourismusform ist nicht nur für den Binnentourismus wichtig, sondern auch für die Fremdenverkehrsbranche von grosser Bedeutung (vgl. Statssekretariat für Wirtschaft Secco, 2002, S. 6).

#### **3.1. Positiver Einfluss der Naturpärke auf den Tourismus und die beteiligten Branchen**

##### **3.1.1. Tourismus**

Naturpärke schützen und werten die natürlichen Lebensräume und Landschaften von besonderer Schönheit auf und beleben den örtlichen Tourismus. Sie heben den Stellenwert der Landschaft hervor und stärken somit die Nachfrage. Der Begriff „Park“ unterstützt den Marketingauftritt der Region national und international.

##### **3.1.2. Regionalwirtschaft**

Durch die Vermarktung des Parkgebietes mit dem Label „Park von nationaler Bedeutung“ erhöht sich das Gästeaufkommen in Hotellerie und Gastronomie. Das ansässige Gewerbe wird dadurch gestärkt und die Absatzchancen für lokale Produkte verbessert. Die Parkgemeinden können eine höhere Wertschöpfung generieren und mehr Arbeitsplätze können geschaffen werden. Durch die vermehrte

gemeindeübergreifende Zusammenarbeit können Synergien und Erfahrungen genutzt werden. Weiter wird die Identifikation bei der ansässigen Bevölkerung mit der Natur-, den Landschafts- und Kulturwerten der Region gesteigert (vgl. Kappeler et al., 2009, S. 51).

### **3.1.3. Landwirtschaft / Agrotourismus**

Die Landwirtschaft trägt zu einem wesentlichen charakteristischen Landschaftsbild der Schweiz bei. Tourismus und Landwirtschaft stehen in einer engen wechselseitigen Beziehung, da beide als gegenseitige Anbieter und Nachfrager von Gütern und Dienstleistungen auftreten. Durch diese vielfältigen Wechselbeziehungen profitieren sie indirekt voneinander. Die Landwirtschaft tritt in verschiedenen Rollen als Partnerin auf:

#### **Stille Partnerin**

- Ein grossteil des Wegnetzes wird zur Verfügung gestellt.
- Die Wohngebäude mit ihren geschmückten Gärten, repräsentieren einen Teil der bäuerlichen Kultur und Tradition.

#### **Aktive Partnerin**

- Angebote im Bereich Agrotourismus: Beherbergungsangebote wie Ferien auf dem Bauernhof, Schlafen im Stroh, Restauration, Erlebnisangebote wie bspw. Maislabyrinth, Wellness, Kreativwochenenden etc. Diese Angebote haben ein hohes Innovationspotential und eine grosse Nachfrage.
- Vermarktung von landwirtschaftlichen Produkten wie bspw. Milch, Fleischprodukte, etc. mit dem dazugehörigen Produkte-Label.

#### **Strategische Partnerin**

- Aufbau von Netzwerken zur Erschliessung zusätzlicher Absatzwege für landwirtschaftliche Produkte aus dem Park wie bspw. mit der Gastronomie, dem Detailhandel etc.

Ein neues optimal adaptiertes Angebot, eine Dienstleistung oder verbesserte Marketingmassnahmen bieten die Chancen, die oben aufgeführten positiven Eigenschaften zu verstärken. (Ein Beispiel dafür siehe Kapitel 7. Neues Angebot: „Pedalitto – die Spiel und Spass Velotour“)

### **3.2. Nachteile eines Naturparkes**

Die Entscheidung, einen regionalen Naturpark zu bilden, ist ein Beschluss für einen bestimmten Entwicklungsweg und muss von sämtlichen Parkgemeinden mitgetragen werden. Ein Naturpark bedeutet für ein Gebiet mehr Gesetze und Einschränkungen:

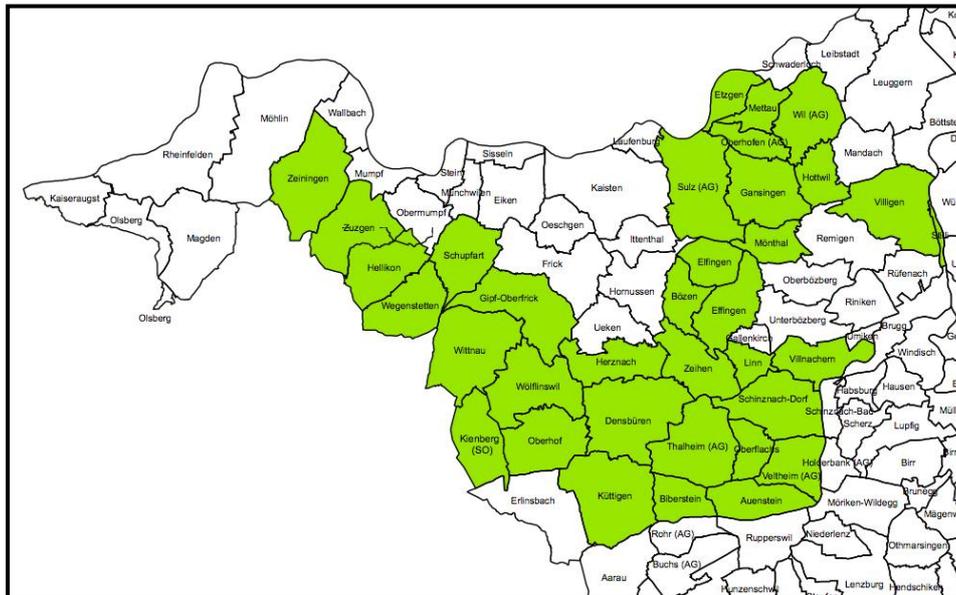
- Keine grossen umweltbelastenden Bauvorhaben dürfen getätigt werden.
- Traditionelle Kulturlandschaften dürfen nicht überbaut werden.
- Die Zerstörung von Naturwerten ist verboten.
- Bedeutsame Ortsbilder dürfen nicht abgeändert werden.
- Historische Bausubstanzen dürfen nicht abgerissen werden.

Mögliche Gründe stehen für die Ablehnung der Erstellung eines Naturparkes:

- Die Parkgemeinden sehen keinen konkreten Vorteil.
- Die Parkgemeinden fürchten Einschränkungen für traditionelle Nutzungen wie Landwirtschaft, Jagd, etc.
- Die Parkgemeinden befürchten, dass Bauten und Anlagen mit erheblichen negativen Umweltauswirkungen bspw. Wasserkraftwerke, Windanlagen, Tourismusresorts, neue Skigebiete etc. nicht mehr oder nur mit strengen Auflagen realisiert werden können.

#### 4. Regionaler Naturpark Jurapark Aargau (Kandidat)

Die Hügellandschaft des Aargauer Jura ist der grösste Natur- und Erholungsraum zwischen Basel und Zürich. Die Landschaft liegt eingebettet zwischen Aare und Rhein. Insgesamt bilden 33 Gemeinden, aus den Bezirken Laufenburg (12), Rheinfelden (5), Brugg (13) und Aarau (3), das Flächengebiet des Parks. Die totale Fläche des Parks beträgt 244 km<sup>2</sup> und zählt 37'000 Einwohner.



**Abbildung 2: Gemeinden des Juraparks Aargau**  
(Jurapark Aargau c)

Die Jurahöhen sind bis zu 350 Meter hoch und beeinflussen so die Siedlungstätigkeit und Nutzungsdichte. Das Parkgebiet setzt sich aus drei verschiedenen Landschaftsräumen zusammen: unberührte Natur, leicht besiedelte und dicht besiedelte Gebiete. Im Norden wird es aus dem Tafeljura und im Süden aus den Ausläufern des Kettenjuras gebildet. Auf den Jura Anhöhen ist die noch unberührte Natur vorhanden. Schroffe Felskanten, Gehängeschutt und Risse im Gestein prägen diese Gegend. Viele Täler sind nur leicht besiedelt und bilden trotz der Nähe zu den dicht besiedelten Gebieten, eine ungewohnte Abgeschlossenheit. Somit ist dieses ländliche Gebiet mit Tälern und Dörfern der Gegensatz zum Wirtschaftsraum entlang der Aare und dem Rhein bis in den Talkessel von Frick. Der Kettenjura wird hier von Überschiebungen, Sackungen, Rutschungen und Dolinen geformt.

Durch die Jurafaltung traten die Gesteinsschichten aus dem Urmeer „Thetys“<sup>2</sup> an die Oberfläche, was bemerkenswerte Versteinerungen erscheinen liess. Hobbygeologen haben die Möglichkeit, an ver-

<sup>2</sup> Existierender Ozean im Erdmittelalter (251 Millionen bis etwa 65.5 Millionen Jahren)

schiedenen Stellen nach Ammoniten<sup>3</sup> zu klopfen. Das Meerwasser verfügte über eisenhaltige Schichten, welche im Aargauer Jura noch heute sichtbar sind. Dies führte dazu, dass der Abbau von Erzflöss in Herznach und Wölflinswil eine lange Tradition hat. Das Parkgebiet verfügt über beachtliche Föhrenbestände und zahlreiche Orchideenhänge, die auf europäischer Ebene geschützt sind: Felsensteppen, Rebberge, Fromental-, Mager-, sowie Trockenwiesen und verschiedene Aussichtspunkte. Die wechselnden Bodenverhältnisse bieten einen guten Lebensraum für Fauna und Flora. Für Wildtiere liegt das Gebiet auf der Begegnungsachse von Norden nach Süden (vgl. Jurapark Aargau, 2010 b).



**Abbildung 3: Aussichtsbilder**  
(Swiss-Images, 2010)

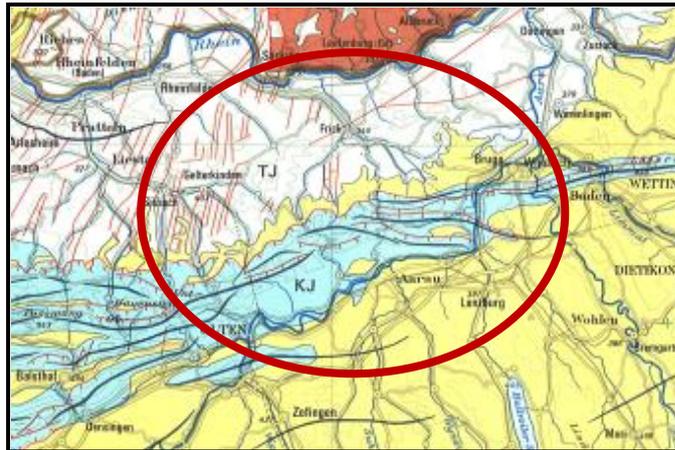
#### **4.1. Entstehung der Jurafaltung**

Die Alpenbildung hatte, aufgrund der Verschiebung des afrikanischen Kontinentes nach Norden, vor zehn bis zwei Millionen Jahren einen starken Einfluss auf die Jurafaltung. Zwei unterschiedlich kräftige Schübe führten zu verschiedenen Ausbildungsformen im Juragebiet: dem Kettenjura mit parallel zueinander verlaufenden Kämmen, die durch Längstäler<sup>4</sup> voneinander getrennt und oft von mächtigen Klusen durchbrochen sind und dem Tafeljura, der durch die Schübe nicht gefaltet wurde und somit ein flaches Gebiet darstellt. Zudem entstand der Plateaujura (auch Jura der Freiberge genannt), mit leicht gewölbter Oberfläche, in dem härtere Gesteinspartien rippenartige Höhenzüge bilden. Als mittelländische Molasse wird das Abtragungsmaterial der Gebirge in der Spätphase der Entstehung verstanden (vgl. Schweizer Seiten, Die Faltung des Juras).

---

<sup>3</sup> Ausgestorbene, versteinerte marine Kopffüssler; sie haben eine schneckenähnliche Form.

<sup>4</sup> Bezeichnet den Verlauf eines Flusses oder Tales zwischen parallelen Gebirgsketten.



-  Kettenjura
-  Mittelländische Molasse
-  Tafeljura

**Abbildung 4: Tektonische Karte Region Jurapark Aargau**  
(Schweizerische Geologische Kommission, 1980)

## 4.2. Rechtliche Entwicklungen des Juraparks Aargau

Die Machbarkeitsstudie für den Jurapark Aargau wurde im Jahr 2007 durch den Vorstand des Vereins „Dreiklang“ erstellt und beim Bundesamt für Umwelt eingereicht. Im Jahre 2009 wurde das Projektdossier inklusive Managementplan und Umsetzungsmassnahmen zur Prüfung nachgereicht. Seit August 2009 ist der Jurapark Aargau in Errichtungsphase und wird vom Bund finanziell unterstützt. Noch bis im Dezember 2010 gilt er als Kandidat, um das Label „Regionaler Naturpark von nationaler Bedeutung“ zu erhalten. Welche Gemeinden definitiv zum Parkgebiet dazugehören werden, entscheidet eine Abstimmung aller Parkgemeinden Ende 2010. Der Bund gibt vor, dass Naturpärke ein geschlossenes Areal bilden müssen. Das bedeutet, dass Randgemeinden wegfallen dürfen, nicht aber Gemeinden im Zentrum des Parkgebietes. Nach dieser Abstimmung gilt der Park als anerkannt und wird mit dem Park-Label (ohne Kandidat) ausgezeichnet. In der anschliessenden zehn Jahre andauernden Betriebsphase werden die Ziele aus der Charta umgesetzt.

Dank dem Jurapark Aargau werden in den Bereichen Land- und Forstwirtschaft, Tourismus, Energienutzung, Kultur, Gesundheit, Umweltbildung und Naturschutz Projekte umgesetzt, für die sonst die Mittel fehlen würden (vgl. Geschäftsstelle Jurapark Aargau, 2010, Teilprojekt).

### 4.2.1. Organisation

Der Trägerschaftsverein des Juraparks Aargau ist der Verein „Dreiklang“, dessen Name für Jura-Aare-Rhein steht. In diesem Verein sind die 70 Gemeinden zwischen Aare und Rhein vertreten. Sie wollen

einen sanften und naturnahen Tourismus in der Gegend zwischen Basel, Bern und Zürich gewährleisten. Unter ihnen sind auch die 33 Parkgemeinden, die das Projekt Regionaler Naturpark unterstützen. Der Trägerschaftsverein beauftragt die Geschäftsstelle des Parks „Agrofutura“ in Frick, mit der operativen Verantwortung für die Teilprojekte. Die der Geschäftsstelle unterstellten Arbeitsgruppen sind ebenfalls operativ tätig. In der Geschäftsstelle arbeiten momentan vier Personen mit einem Arbeitspensum von mindestens 40%. Sie stehen im ständigen Austausch mit dem Vorstand des Trägerschaftsvereins (vgl. ebd.).

#### **4.2.2. Finanzierung**

Die Parkgemeinden beteiligen sich pro Jahr mit dem „Jurafünfliber“ (fünf Franken pro Einwohner) an der Finanzierung des Parks. Damit leisten sie einen Beitrag von ungefähr 15% an das Parkbudget. Der grösste Teil, etwa 50%, wird vom Bund getragen. Der Kanton Aargau beteiligt sich mit rund 25%, die Organisation des Juraparks Aargau bringt mit selbst beschafften Mitteln 10% ein (K. Jucker, Geschäftsstelle Jurapark Aargau: E-Mail 26.3.2010).

#### **4.2.3. Kommunikation**

Das erste ausgearbeitete Kommunikationskonzept erscheint im Juli 2010.

### 4.3. Stärken/Schwächen Analyse des Juraparks Aargau

Damit konkurrenzfähige Angebote kreiert werden können, müssen die Stärken und Schwächen des Parkgebiets bekannt sein. Folglich wurde das Gebiet aufgrund seiner topografischen, kulturellen und geschichtlichen Gegebenheiten analysiert. Auffallend ist, dass das Gebiet zwar einige Stärken hat, diese allerdings nicht besonders aussergewöhnlich und attraktiv sind. Ohne Marketingaktivitäten kommen die Gäste nicht. Die Sehenswürdigkeiten und Attraktionen müssen daher in ein Angebot verpackt und inszeniert werden.

Stärken	Schwächen
Hügelige Gegend (Jurahügel) mit vielen Aussichtspunkten und Kraftorten	Wenig dynamische Landschaft, nur ein Landschaftstyp
Die meisten Höhenzüge verlaufen auf einer Höhe zwischen 600 und 800 Meter	Keine Berge, höchster Punkt auf rund 900 Meter
Zentral gelegen zwischen Zürich, Basel, Bern,	Keine Seen, einzige grosse Gewässer sind Aare im Osten und Rhein im Norden des Parkgebietes
Gut erschlossen mit den öffentlichen Verkehrsmitteln und PW	Eine natürliche Top-Attraktion, Top Sehenswürdigkeit fehlt, d.h. muss durch Inszenierung geschaffen werden
Jurakalk, welchen die Zementindustrie in Gruben ausbeutet	Wenig touristische Angebote
Erzbergwerke	
Fossilien-Funde von Dinosauriern	
Landwirtschaftliche Erzeugnisse (Kirschen, Apfel, Wein, etc.)	
Naturbäder	
Burgen und Ruinen	
Nicht so viele Touristen, kein Massentourismus – allein sein in der Natur	

Tabelle 2: Stärken - Schwächen Analyse

## 5. Angebotsanalyse des Juraparks Aargau

In der Angebotsanalyse der bestehenden Angebote des Juraparks Aargau wurden ausschliesslich die Angebote, die durch Schweiz Tourismus vermarktet werden, respektive auf der Homepage [www.myswitzerland.com](http://www.myswitzerland.com) aufgeführt sind, berücksichtigt. Die Angebote werden von Schweiz Tourismus in die Kategorien Veranstaltungen, Restaurants, Lokale Produkte, Beherbergung, Pauschalangebote und Ausflugsziele/Empfehlungen unterteilt. Die letztgenannte Kategorie wird weiter unterteilt in Geführte Touren, Themenwege, Wandervorschläge und Sehenswürdigkeiten. (Die detaillierte Auflistung befindet sich im Anhang)

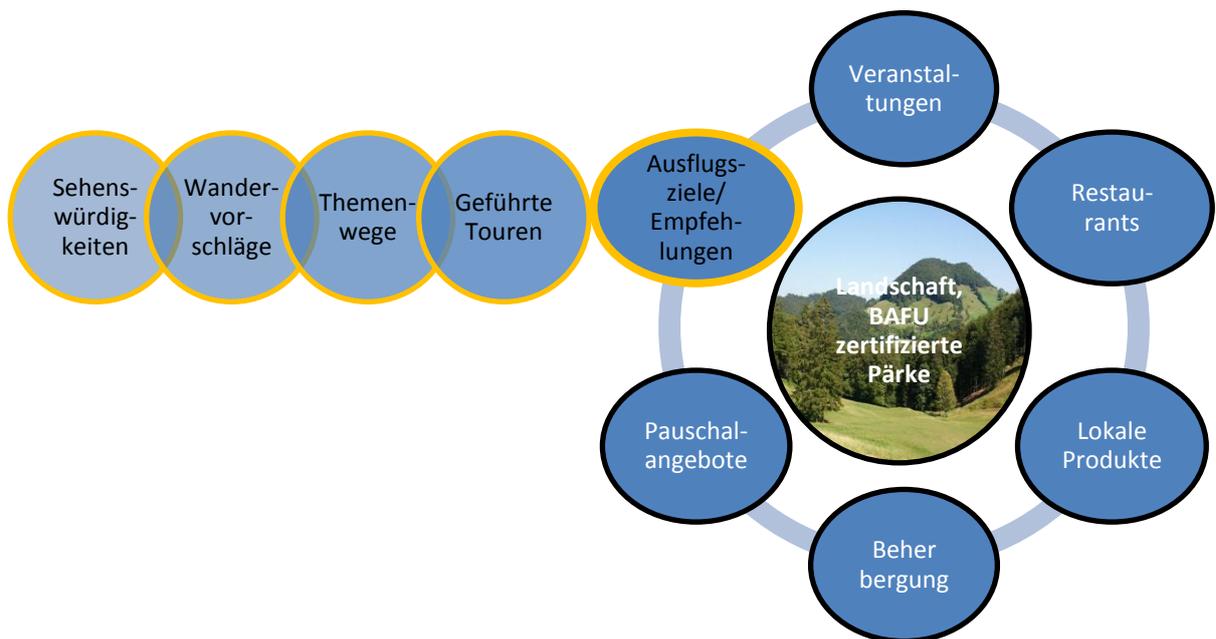
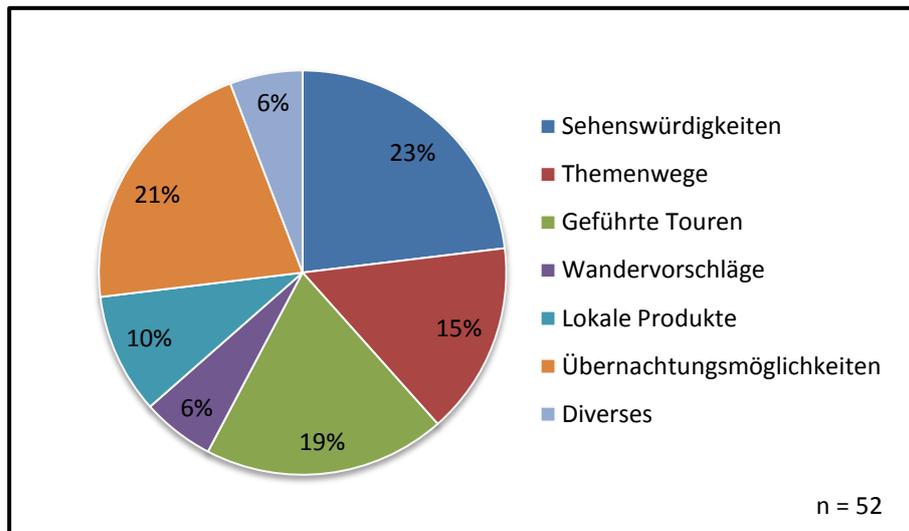


Abbildung 5: Angebotsanalyse

## 5.1. Übersicht über die angebotenen Ausflugsziele



Sehenswürdigkeiten: Museen, Freiluftbäder, Sehenswürdigkeiten im Freien

Diverses: Radtouren, Wanderungen, Walking

Übernachtungsmöglichkeiten: Hotels, Bed & Breakfast, Schlafen auf dem Bauernhof (im Stroh), Camping

**Abbildung 6: Übersicht über die angebotenen Ausflugsziele**

Aus der Abbildung 6 ist ersichtlich, dass das Angebot an Übernachtungsmöglichkeiten im Jurapark Aargau 21% des gesamten Angebotes ausmacht. Ebenfalls einen hohen Anteil haben die Sehenswürdigkeiten mit 23%, die Geführte Touren mit 19% und die Themenwege mit 15%. Allerdings wurden bei den Sehenswürdigkeiten sämtliche sehenswerten Objekte mit einbezogen. Da bleibt die Frage offen, ob ein alleinstehender grosser, knorriger Baum wirklich so sehenswert ist. Die geführten Touren und Themenwege wurden oft um eine bestimmte Sehenswürdigkeit herum kreiert und erweitert. Die Tour erhält somit das Thema der Sehenswürdigkeit. Das Angebot an Wandervorschläge mit 6% ist noch klein, ebenfalls das Angebot an Lokalen Produkten mit 10%.

Diese Ausführungen zeigen, dass das touristische und agrotouristische Angebot im Jurapark Aargau ziemlich eindimensional und schmal ist. Die meisten Ausflugsziele und Empfehlungen werden in Verbindung mit der Natur wie Naturkundeführungen, -wanderungen und Themenwegen in Verbindung mit einer natürlichen Sehenswürdigkeit angeboten.

Daraus kann kaum Wertschöpfung generiert werden. Ebenfalls fehlt eine Einbindung in bestehende Tourismusangebote sowie eine Verbindung der einzelnen Angebote. Auffallend ist zudem, dass keine Pauschalangebote buchbar sind.

## 5.2. Übersicht über die Hauptzielgruppen

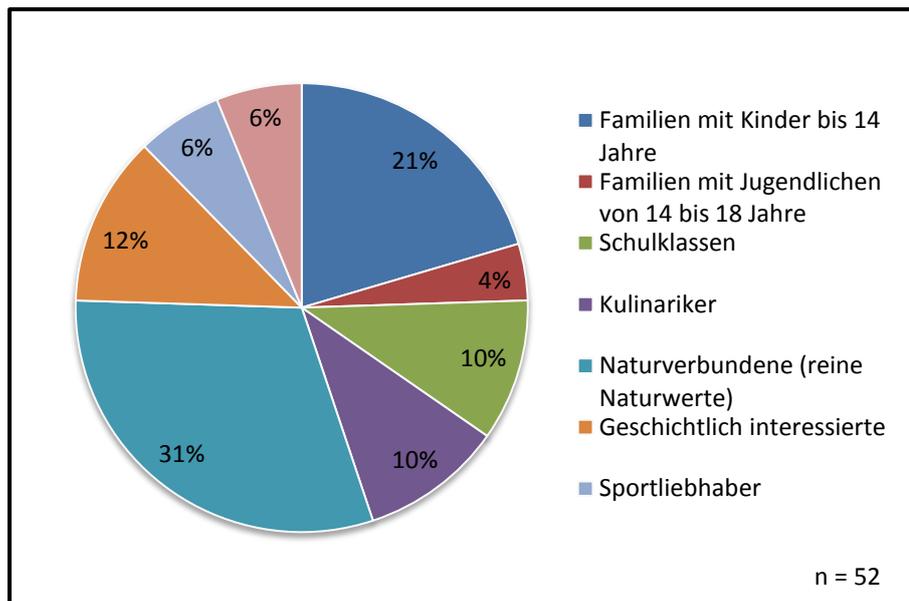


Abbildung 7: Übersicht Hauptzielgruppen

Um eine bessere Übersicht zu erhalten, wurden sämtliche angebotenen Ausflugsziele und Empfehlungen in die oben dargestellten Hauptzielgruppen unterteilt. Die grösste Zielgruppe ist mit 31% die an reinen Naturwerten interessierte Gruppe, welche in der Folge „Naturverbundene“ genannt wird. Diese Zielgruppe bucht hauptsächlich Angebote, bei welchen die Natur, die Geschichte der Natur oder spezielle Gegebenheiten der Natur im Vordergrund stehen. Die zweitgrösste Zielgruppe sind die Familien mit Kindern bis 14 Jahre, gefolgt von den geschichtlich Interessierten, den Kulinarikern und den Schulklassen. Für die Zielgruppen der Sportliebhaber und Familien mit Kindern zwischen 14 und 18 Jahren ist das Angebot nur sehr gering. 6% der Angebote konnten keiner der oben genannten Zielgruppen zugeordnet werden. Die Unterteilung der Familien mit Kindern wurde auf 14 Jahren festgelegt, da die Kinder bis zu diesem Altersjahr (mit Ausnahmen), Ausflüge mit den Eltern noch wertschätzen.

### 5.3. Positionierungen der Parkangebote

Aus der Grafik ist ersichtlich, wie sich die bestehenden inszenierten Angebote in den Bereichen Sehenswürdigkeiten, Themenwege, Geführte Touren und Wandervorschläge innerhalb der Achsen „Unterhaltung“ und „Sport“ sowie „Kinder/Familien“ und „Rentner“ positionieren.

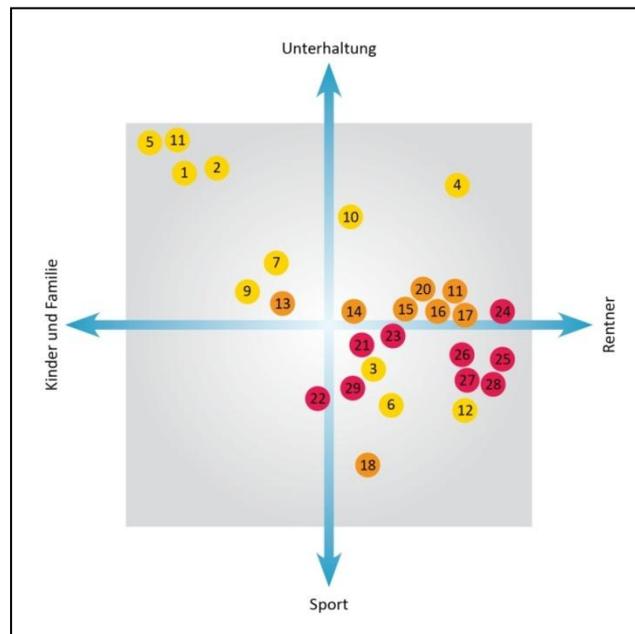


Abbildung 8: Positionierung der bestehenden Parkangebote

- |                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| 1 Aargauer Naturmuseum „Naturama“     | 13 Dinosaurier-Lehrpfad und Sinnespfad    |
| 2 Sauriermuseum                       | 14 Fricktaler „Chriesiweg“                |
| 3 Baumriese – die Pestlinde von Linn  | 15 Eisenweg Fricktal                      |
| 4 Schnapstheater                      | 16 Flösserweg                             |
| 5 Tongrube Gruhalde                   | 17 Natur- und Kulturweg                   |
| 6 Erstes Biobad der Schweiz – Biobadi | 18 Nordic Walking Mettauertal             |
| 7 Bergwerksilo Herznach               | 19 Martinsweg – Kraftort im Aargauer Jura |
| 8 Baumschulbahn Zulauf Schinznach     | 20 Rundweg Wölflinswil – Oberhof          |
| 9 Ruine Schenkenberg bei Thalheim     |   |
| 10 Nagelschmiede Sulz                 |   |
| 11 Bauernhof Eichhof                  |   |
| 12 Kraftort Buschbergkapelle          |   |

- 21 Nättenberg – lichtreicher Föhrenwald
- 22 Sagenwanderung zu den Erdweiblein
- 23 Barock, die Pracht der Formen und Farben
- 24 Rundfahrten für Gruppen
- 25 Brot und Weinführung im Jurapark Aargau
- 26 Landschaftsführungen im Naturpark
- 27 Geführte Wanderung auf dem Eisenweg
- 28 Bienen, Wald und schönste Gärten
- 29 Chriesiwäg – Blüten, Naschen, Schnapsen

Die meisten Angebote befinden sich im Bereich zwischen Unterhaltung und Sport und sind eher für ältere Personen attraktiv. Für Kinder/Familien sind einige Aktivitäten im Bereich der Unterhaltung vorhanden. Auffallend ist, dass es nur wenige Sportangebote gibt und diese weniger für Familien mit Kindern bestimmt sind.

Als Ergänzung zu den Parkangeboten wird deshalb ein neues Angebot speziell für Familien mit Kindern erarbeitet, das im Bereich des Sportes ist und den Gästen die Möglichkeit gibt, das Angebot über mehrere Tage (zwei bis drei Tage) zu buchen.

#### **5.4. Zuständigkeiten in der Angebotsgestaltung**

Der Verein „Dreiklang“ war der Initiator für den Naturpark im Jahre 2007. Um die Machbarkeitsstudie für einen Naturpark zu erstellen und beim Bund einzureichen, begannen sie naturnahe Angebote zu kreieren. Die meisten noch bestehenden Angebote entstanden in dieser Zeit. Neben dem Verein arbeiten Privatpersonen eigenständig Angebote aus und führen diese anschliessend auch durch. Heute werden die Parkangebote von der Geschäftsstelle in Zusammenarbeit mit den lokalen Akteuren (Personen, die ein bestimmtes Know-How haben), wie bspw. Bauern, Vereine, Restaurantbetreibern etc. erarbeitet.

Während den Monaten Juli und August 2010 haben sämtliche Pärke der Schweiz die Möglichkeit, Unterstützung durch das „Netzwerk Schweizer Pärke“<sup>5</sup> zu erhalten. In einem Innotour-Projekt sind Spezialisten des Netzwerkes den Pärken bei der Ausarbeitung von Angeboten behilflich (vgl. Netzwerk Schweizer Pärke, 2010 c).

---

<sup>5</sup> Die Schweizer Pärke und Parkprojekte schliessen sich im „Netzwerk Schweizer Pärke“ zusammen. Dieses dient der gemeinsamen Öffentlichkeitsarbeit sowie bietet eine Plattform für den Erfahrungsaustausch.

### 5.5. Probleme in der Angebotsgestaltung

Aufgrund der Angebotsanalyse wurde festgestellt, dass oft die touristische und logistische Professionalität fehlt. Verbesserungspotential wurde in den nachstehend aufgeführten Bereichen erkannt:

- Die Zusammenarbeit der einzelnen Anbieter ist verbesserungsfähig. Heute sind die einzelnen Angebote verzettelt wie bspw. die Genusstrasse.
- Die vielen kleinen Anbieter haben nicht ausreichend Wissen, Zeit, Geld oder Motivation, die Angebote erfolgreich an den Gast zu bringen.
- Es stehen wenige Übernachtungsmöglichkeiten zur Verfügung, die zugleich eine Attraktion anbieten.
- Die Angebote beinhalten wenig Erlebnisqualität. Wenige Leute reisen aufgrund eines bestimmten Angebotes in das Parkgebiet.
- Das Parkprojekt ist noch sehr jung. Die Positionierung, Kommunikation und Vermarktung sind im Aufbau (seit August 2009) und noch nicht fertig ausgearbeitet.
- Es besteht die Schwierigkeit Individualgäste zu motivieren und sie zu einem bestimmten Zeitpunkt an einen bestimmten Ort zu bringen, wie bspw. geführte Touren.

Folgende Gefahren bei der Überarbeitung der Angebote können ebenfalls auftreten:

- Es besteht nicht genügend Nachfrage für die einzelnen Angebote. Sie verschwinden somit wieder vom Markt. Dies ist die Folge einer schlechten Nachfrageanalyse.
- Die Infrastrukturen sind veraltet und es fehlt Geld zur Renovierung. Einige Anbieter erreichen die Minimal-Qualitätsstandards nicht.

## **6. Ausarbeitung eines konkurrenzfähigen Angebotes**

Die Landschaften bieten zwar Vorteile für den Tourismus im Jurapark Aarau, allerdings bringen sie durch die Bezeichnung „Naturpark“ allein noch keine Einnahmen. Damit aus der landschaftlichen Wertschätzung eine Wertschöpfung generiert werden kann, braucht es attraktive, marktfähige, touristische, landwirtschaftliche und gewerbliche Angebote, über deren Verkauf die Schönheit der Landschaften vermarktet werden kann. Bei rund 71% der befragten Personen weckt der Begriff „Park“ grosse Erwartungen an ein überzeugendes Produkt (Umfrage). Das Ziel der touristischen Angebotsgestaltung ist, mittels Inszenierung in einem Raum eine Atmosphäre zu schaffen, die dem Besucher zusagende Erlebnisse ermöglicht.

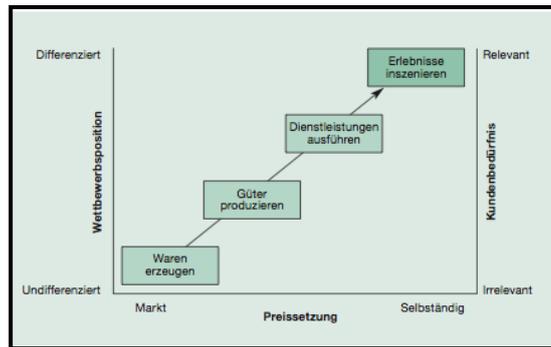
Für die Entwicklung eines unverwechselbaren, regionaltypischen, konkurrenzfähigen und auf eine bestimmte Zielgruppe zugeschnittenen touristischen Angebotes in einem Naturpark, ist es unabdingbar, dass alle touristischen Leistungsträger, Unternehmen sowie die ansässige Bevölkerung zusammenarbeiten. Die Einzigartigkeit eines Angebotes wird oft mit dem Ort selber, der Tradition und den ansässigen Bewohnern verknüpft. Mit der Möglichkeit, die traditionellen Lebensweisen der ansässigen Bevölkerung vor Ort zu erfahren, kann ein erlebnisreiches Produkt mit hoher Authentizität gestaltet werden. Ein Parkangebot muss zielgruppenorientiert sein und viele Erlebnisse sowie das USP des Parks enthalten. Die Bezahlung für die Übernachtung, die Reiseunterlagen und die Mahlzeit stellen die „Eintrittspreise“ zum Erlebnis dar. Ein Park kann allerdings nur funktionieren, wenn er in der Bevölkerung, bei den Entscheidungsträgern sowie in der Wirtschaft verankert ist. Dieses Phänomen wird „Bottom-up-Prinzip“ genannt (vgl. Kappeler et al., 2009, S. 32).

### **6.1. Die Erlebnisökonomie**

Die Tourismusanbieter passen ihre Produkte und Dienstleistungen den veränderten Wünschen der Konsumenten an und versuchen sie erlebnisreich anzubieten (siehe Kapitel 6.4. Touristische Nachfragetrends des naturnahen Gastes). Daraus ist der eigentliche Erlebnismarkt entstanden. Kunden/Gäste tauschen Geld oder Aufmerksamkeit gegen ein Erlebnisangebot. Das Angebot gilt dann als erlebnisreich, wenn es mit Bezeichnungen wie spannend, schön, interessant oder gemütlich beschrieben werden kann.

Der Markt der Erlebnisökonomie entstand nach der Agrar-, der Industrie- und der Dienstleistungswirtschaft. In einem „neuen“ Wirtschaftsprozess des Erlebnismarktes werden Erlebniswerte von Angeboten vermittelt. Die Produkte und Dienstleistungen werden dadurch differenzierter angeboten

und dem Kundenbedürfnis weiter angepasst – ebenfalls wird der ökonomische Wert erhöht (vgl. Schweiz Tourismus, 2004, S. 5).



**Abbildung 9: Wirtschaftliche Differenzierung**  
(Schweiz Tourismus, 2004, S. 5)

## 6.2. Die Erlebnisgesellschaft

Der Begriff Erlebnisgesellschaft stammt von Gerhard Schulze (vgl. Gerhard Schulze, 2005, S.3). Er formulierte, dass das Leben zum Erlebnisprojekt geworden ist. Im Allgemeinen wird der Begriff „Erlebnis“ zunehmend als Synonym gesehen von Action und Unterhaltung. Der Erlebniswert der Produkte, Dienstleistungen und Angebote wird immer stärker in den Mittelpunkt gestellt. Erlebnisse sind abhängig von der Lebensgeschichte des Konsumenten, sie sind „innere“ Ereignisse, die mit Bildern wahrgenommen werden und vorerst nur von subjektiver Bedeutung sind. Viele Erlebnisse bedeutet ein interessantes Leben. Durch Ereignisse werden Erlebnisse geschaffen, die durch Erkenntnisse zur persönlichen Erfahrung werden.



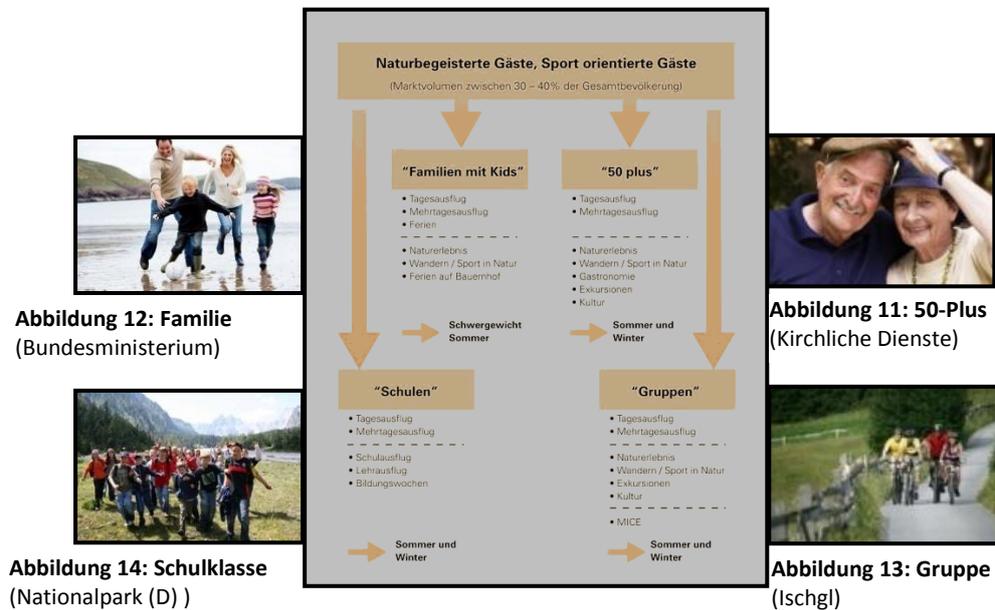
**Abbildung 10: Vier E der Erlebnisgesellschaft**

Die Ereignisse und die Erkenntnisse können zum Teil bewusst inszeniert werden, wobei das Erlebnis und die Erfahrung individuell und subjektiv wahrgenommen werden (vgl. Kappler Arnold et al, 2009, S. 125). Tourismusakteure haben zwei Möglichkeiten, die Gäste zu beeinflussen: Sie schaffen Erlebnisse, die bei den Gästen wünschbare Emotionen hervorrufen oder sie helfen mit, die Erlebnisse zu reflektieren, damit daraus Erfahrungen werden.

## 6.3. Zielgruppen im naturnahen Tourismus

Die Zielgruppe des naturnahen Tourismus hat für schöne Landschaften, Kulturlandschaften, Wildnis, Artenvielfalt und Schutzgebiete eine Vorliebe. Zudem stehen oftmals die Bedürfnisse nach Bewegung, regionalen Kulturangeboten oder preiswerten Übernachtungsmöglichkeiten im Vordergrund.

Die Auswertung des „Tourismus Monitoring Schweiz“ von Schweiz Tourismus zeigt auf, dass folgende Zielgruppen für den naturnahen Tourismus im Vordergrund stehen (vgl. Stefan Forster, Anita Roffler, Rebecca Göpfert, 2010, S. 10):



**Abbildung 15: Zielgruppen naturnaher Tourismus**  
(Kappeler et al., 2009, S.75)

Familien mit Kindern und die Alterskategorie „50 Plus“, bilden die Hauptzielgruppen für naturnahe Angebote. Schulen und Gruppen folgen als zweitwichtigste Zielgruppe. Diese Zielgruppen haben unterschiedliche Vorlieben und Ansprüche an ein Angebot (vgl. Siegrist Dominik/StremLOW Matthias, 2009, S. 107).

### Zielgruppe „Familien mit Kindern“

Die Zielgruppe „Familien mit Kindern“ unternimmt hauptsächlich Tagesausflüge, Kurzferienaufenthalte und länger dauernde Ferienaufenthalte. Die Hauptaktivitäten sind im Sommer: Radfahren, Wandern, Schwimmen, Bergsteigen, Abenteuer, Naturexkursionen und Kultur/Besichtigungen und im Winter: Wandern, Schneeschuhwandern, Skitouren, Langlauf, Kultur/Besichtigungen sowie Skifahren in kleinen Skigebieten.

### Zielgruppe „50 Plus“

Diese Zielgruppe besucht die Pärke für Tagesausflüge, Kurzferienaufenthalte und verlängerte Wochenenden. Folgende Aktivitäten stehen im Sommer im Vordergrund: Wandern, Radfahren,

Schwimmen/Wellness, „Special Interests“ wie Fischen, Pilze sammeln etc., Naturexkursionen und Kultur/Besichtigungen. Im Winter sind es folgende Aktivitäten: Wandern, Schneeschuhwandern, Langlauf, Kultur/Besichtigungen und Skitouren

#### **Zielgruppe „Schulen“**

Schulklassen besuchen Parkgebiete für Tagesausflüge wie Schulreisen und Exkursionen, für Mehrtagesausflüge und Bildungswochen. Die Hauptaktivitäten im Sommer sind: Schulausflüge mit Wandern, Radfahren oder Schwimmen, Lehrausflüge mit Exkursionen evtl. geführt und weiteren Besichtigungen, Bildungswochen zu einem spezifischen naturbezogenen Thema. Im Winter sind Lehrausflüge in Form von Exkursionen (mit oder ohne Führung) und Bildungswochen die Hauptaktivitäten.

#### **Zielgruppe „Gruppen/Erlebnisgruppen“**

Diese Gästegruppe besuchen Pärke hauptsächlich für Tagesausflüge oder Mehrtagesaufenthalte. Die Hauptaktivitäten im Sommer sind: Wandern, Radfahren/Biken, „Special Interests“, geführte Naturerlebnis/Naturexkursionen und Kultur/Besichtigungen. Im Winter sind es Aktivitäten wie Wandern, Schneeschuhwandern, Langlauf, Kultur/Besichtigungen, Skitouren sowie MICE.

#### 6.4. Touristische Nachfragetrends des naturnahen Gastes

Der Tourismus wird stark durch Nachfragetrends beeinflusst, die von den demografischen und sozio-ökonomischen Entwicklungen und Reisemotiven abhängen. Diese Nachfragetrends sind Wegweiser und zeigen oft mittel- oder langfristig, in welche Richtung sich der Tourismus entwickeln wird. Sie werden von den Faktoren Einkommen, Arbeitswelt, Verkehr, Politik und Kommunikation bestimmt (vgl. Haimayer Projektbegleitung, S. 3).

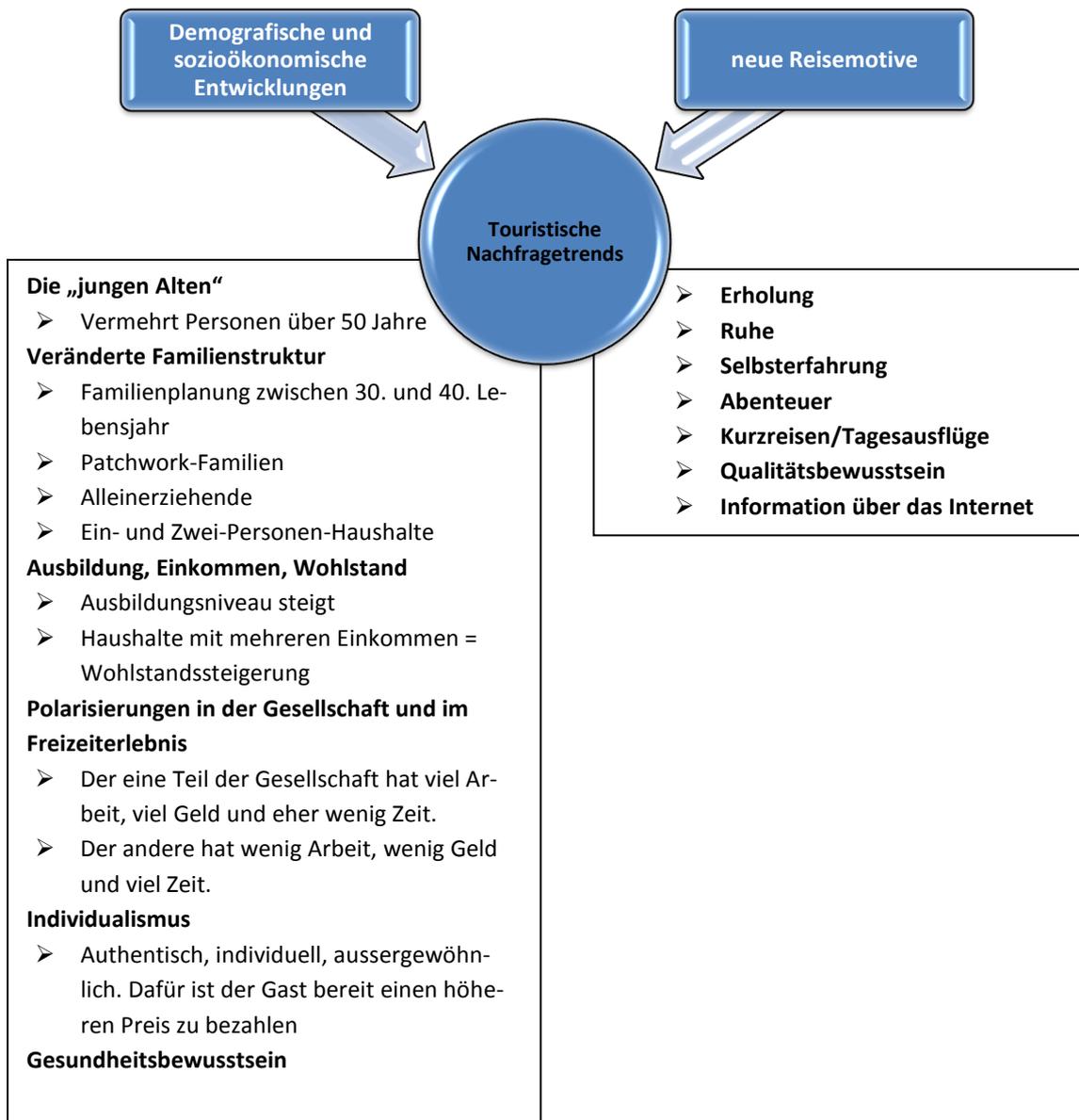


Abbildung 16: Touristische Nachfragetrends

Daraus ergibt sich: Regionen mit viel Natur, grossen Freizeit- und Erholungsräumen kombiniert mit flexiblen, preiswerten und leicht buchbaren Angeboten, besitzen ein hohes Potential, den genannten Nachfragetrends zu genügen.

### 6.5. Aktivitäten und Verhalten im naturnahen Tourismus

Basierend auf eigener Umfrage, halten sich immer mehr Menschen in der Natur auf und bleiben durch Sport und Bewegung gesund und fit. 22.5% der befragten Personen gaben an, sich ein Mal pro Woche, 22.5% zwei Mal pro Woche und 27.8% gar öfters, in der Natur aufzuhalten. Die Bewegung ist der meist genannte Grund dafür, gefolgt von der Erholung/Abschalten und dem schönen Wetter geniessen. Die beliebtesten Aktivitäten sind Rad- und Mountainbike fahren sowie Wandern (Umfrage).

Wie oft halten Sie sich in der freien Natur / auf dem Land auf?		
	Abs.	Rel.
nicht beantwortet	5	2,39%
Nie	1	0,48%
1 Mal im Monat	20	9,57%
2 Male im Monat	23	11,00%
1 Mal pro Woche	55	26,32%
2 Male pro Woche	47	22,49%
öfter	58	27,75%
Gesamt Antworten	209	100,00%
Gesamt Teilnehmer	209	100,00%

**Tabelle 3: Aufenthaltintensität in der freien Natur (Umfrage)**

Aus welchen Hauptgründen halten Sie sich in der freien Natur / auf dem Land auf? (Mehrfachauswahl)		
	Abs.	Rel.
nicht beantwortet	9	4,31%
Erholung/Abschalten	157	75,12%
Gesundes Klima	47	22,49%
Kraft sammeln	46	22,01%
Bewegung	169	80,86%
Vergnügen/Erlebnis	102	48,80%
Hobby	64	30,62%
Zeit für Familie und Partner haben	59	28,23%
schönes Wetter geniessen	137	65,55%
Gesamt Antworten	790	377,99%
Gesamt Teilnehmer	209	100,00%

**Tabelle 4: Hauptgründe für den Aufenthalt in der freien Natur (Umfrage)**

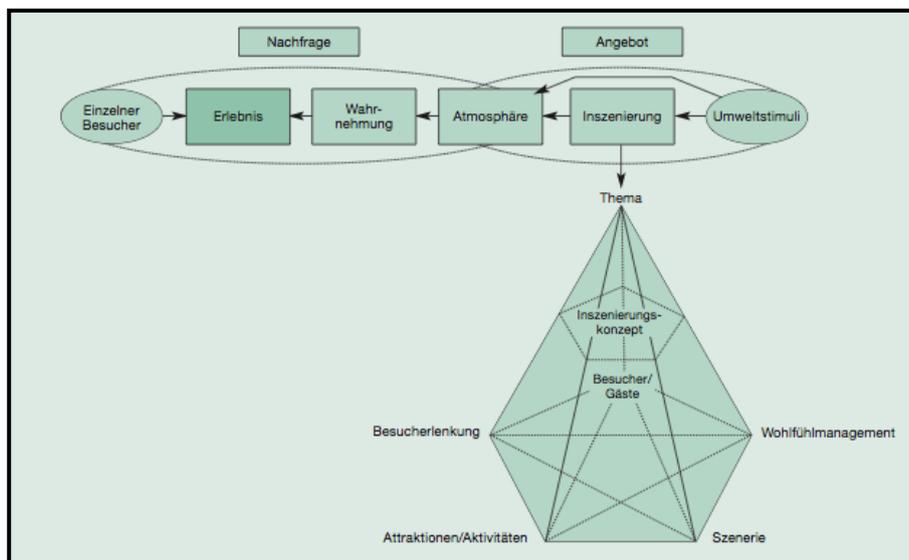
Welche Sommer-Aktivitäten betreiben Sie regelmässig in der freien Natur / auf dem Land? (Mehrfachauswahl)		
	Abs.	Rel.
nicht beantwortet	10	4,78%
Radfahren / Mountainbike fahren	128	61,24%
Wandern	129	61,72%
Schwimmen	79	37,80%
Laufen/Running	94	44,98%
Walking	20	9,57%
Inline-Skating	31	14,83%
Angeln	5	2,39%
Reiten	9	4,31%
Klettern	8	3,83%
Pic-Nic	61	29,19%

**Tabelle 5: Aktivitäten in der freien Natur (Umfrage)**

## 6.6. Das Erlebnis-Setting

Das Konzept des Erlebnis-Settings zeigt auf, wie erfolgreiche Angebote konzipiert werden. Es geht davon aus, dass Erlebnisse durch Ereignisse ausgelöst werden oder diese zumindest beeinflussen. Im Zentrum steht das Erlebnis des Besuchers in einem bestimmten Setting. Der Begriff „Setting“ bezeichnet eine Situation oder einen Schauplatz, die durch Umwelteinflüsse positiv oder negativ mitgeprägt werden. Die Umwelt kann visuell in Farbe, Form, Bewegung, Text, Tiefen- und Horizontstruktur wahrgenommen werden. Ebenfalls werden die verschiedenen Sinne: Hör-, Geruchs-, Tast-, Muskel- und Gleichgewichtssinn angesprochen. Wie stark die Empfindung des Raumerlebnisses beim Gast tatsächlich ist, bestimmt nicht nur die Sache selber, sondern wird auch durch das Wahrnehmungsvermögen einerseits und die Erwartungen andererseits beeinflusst (vgl. Hansruedi Müller/Roland Scheurer, 2004, S. 7).

Alle Reizkonstellationen in einem Setting erzeugen eine bestimmte emotionale Wirkung, welche als Atmosphäre bezeichnet wird. Individuen suchen in der Regel Atmosphären mit einer positiven Wirkung auf. Unterschieden wird zwischen den vier Hauptatmosphären: anregende, beruhigende, bedrückende und aggressive Atmosphäre. Mittels Angebotsgestaltung können manche Umweltreize beeinflusst werden und andere nicht, wie bspw. das Wetter oder Klima. Folgende Inszenierungsinstrumente werden bei der Angebotsentwicklung verwendet:



**Abbildung 17: Erlebnis-Setting**  
(Schweiz Tourismus, 2004, S. 7)

Die Pyramidendarstellung zeigt drei hierarchische Ebenen:

1. Das Thema ist das Leitinstrument
2. Das Inszenierungskonzept dient als Planungs- und Koordinationsinstrument
3. Attraktionen/Aktivitäten, Szenerie, Besucherlenkung, Wohlfühlmanagement und Besucher/Gäste dienen als Unterstützungsinstrumente

- 1. Leitinstrument:** Die Themen sorgen bei jedem Angebot für eine übereinstimmende Angebotsgestaltung. Jedes Angebotelement sollte themenspezifisch einbezogen werden.
- 2. Inszenierungskonzept:** Die verschiedenen Inszenierungsinstrumente werden im Inszenierungskonzept berücksichtigt und koordiniert. Die Umsetzung der festgelegten Ziele wird damit geplant.
- 3. Attraktionen/Aktivitäten:** Durch Attraktionen und Aktivitäten werden erlebnisreiche Ereignisse geschaffen.
- 4. Szenerie:** Die Szenerie unterstützt die thematische Gestaltung der Umgebung und berücksichtigt die Wünsche der Besucher betreffend der Schönheit der Gegend.
- 5. Besucherlenkung:** Die Lenkung der Gästeströme soll durch einen speziellen Ablauf von Attraktionen, Aktivitäten und Ruhezeiten dramaturgisch gestaltet werden.
- 6. Wohlfühlmanagement:** Die physiologischen Grundbedürfnisse sind optimal zu decken und Sicherheit zu gewährleisten, damit sich der Gast wohl fühlen kann.
- 7. Gäste/Besucher:** Der Gast entscheidet, ob eine Gesamtatmosphäre als erlebnisreich und angenehm wahrgenommen wird. Der Gast muss sich in Szene setzen können, wobei seine Interessen, Bedürfnisse, Erwartungen und Erfahrungen zu berücksichtigen sind (vgl. Schweiz Tourismus, 2004, S. 7).

## 6.7. Kontrolle und Anpassung

Damit ein Angebot langfristig erfolgreich bestehen kann, muss es nach der Planung und Umsetzung laufend überprüft und kontrolliert werden. Sind mehrere Personen an einem Angebot tätig, sind die Verantwortlichkeiten der einzelnen Bereiche festzulegen (vgl. Schweiz Tourismus, 2004, S. 11).

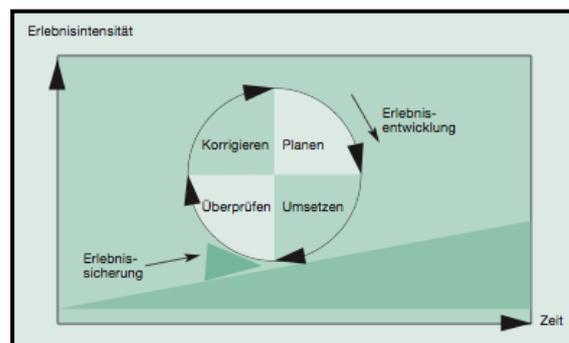


Abbildung 18: Inszenierungs-, Entwicklungs-, Sicherungsrad (Schweiz Tourismus, 2004, S.11)

## 7. Neues Angebot: „Pedalitto – die Spiel und Spass Velotour“

Das Velofahren ist nach dem Wandern die zweitmeist genannte Aktivität in der Natur (Umfrage). Für Kinder und Jugendliche ist es ein wichtiger Ausgleich für die oft nur unzureichend gegebenen Bewegungsmöglichkeiten im Schulalltag. Durch regelmässiges Velofahren können ebenfalls die Altersgruppen der Erwerbstätigen und Senioren aktiv und vital bleiben. Velofahren ist preiswert und die Fortbewegungsgeschwindigkeit ist höher als zu Fuss. Allerdings sind Strecken neben Eisenbahn-, Bus- und Tramlinien sowie mit grossen Höhendifferenzen wenig reizvoll. Die Vorstellung sich in Gebieten fortzubewegen, die mit dem öffentlichen Verkehr nicht erreichbar sind, gewinnt an Attraktivität.

Die Nachfrage für eine mehrtägige Velotour, die speziell für Familien mit Kindern zusammengestellt wurde, ist vorhanden: 47.3% würden eine zweitägige Velotour unternehmen, 18.2% auch eine dreitägige. 29.2% haben kein Interesse an einer Velotour (Umfrage).

Könnten Sie sich vorstellen eine mehrtägige Fahrradtour speziell für Kinder zu unternehmen?			
	Abs.	Rel.	0% 100%
nicht beantwortet	11	5,26%	
Ja, 3 Tage	38	18,18%	
Ja, 2 Tage	99	47,37%	
Nein, Gar nicht	61	29,19%	
Gesamt Antworten	209	100,00%	
Gesamt Teilnehmer	209	100,00%	

**Tabelle 6: Angebotsinteresse**  
(Umfrage)

### 7.1. Kurzbeschreibung des Angebotes

„Pedalitto“ ist das erste mehrtägige Angebot im Jurapark Aargau. Die Velotour für Familien mit Kindern dauert wahlweise zwei oder drei Tage. Die verschiedenen bereits bestehenden touristischen Elemente bieten die Basis dafür und werden mit dem neuen Angebot miteinander verbunden. Zusätzlich sind sämtliche Spielplätze entlang der Routen aufgeführt. Ein Gepäcktransport ist buchbar. Die Route führt über Hügel und Felder des Juraparks Aargau. Beide Touren beginnen und enden in Aarau. Für die steilen Aufstiege auf Jurahügel, wird ein Transport organisiert. Übernachtet wird, je nach Wahl und Budget des Gastes, in Hotels, „Bed and Breakfast“ oder auf dem Bauernhof.

### 7.2. Zielgruppe

Die Hauptzielgruppe des Angebotes sind Familien mit Kindern bis rund 14 Jahre. Das Alter ist nicht begrenzt, da es abhängig vom Interesse des Kindes ist. Die Merkmale der Zielgruppe sind: Kinder können nicht autonom entscheiden und handeln, sie beeinflussen durch ihre Wünsche das Ausgabeverhalten der Eltern und sie lieben Abwechslung sowie Herausforderung. Ohne Spiel und Unterhaltung tritt schnell Langeweile ein. Die Sehenswürdigkeiten und Attraktionen von „Pedalitto“ müssen somit folgenden Bedürfnisse abdecken: Spass und Unterhaltung, Action und Abwechslung, Bademög-

lichkeit, Erholung, intakte Umwelt, geringe Reisekosten, alternative, flexible Versorgung mit Lebensmitteln, Sicherheitsbedürfnis/Hygiene/Sauberkeit und Qualität der Ausstattung (vgl. Ines Escher, 2007, S. 101).

### 7.3. Anwendung des Erlebnis-Settings

**1. Leitinstrument:** Das Velofahren und der Besuch der verschiedenen Sehenswürdigkeiten und Attraktionen ist das Leitinstrument des Angebotes.

**2. Inszenierungskonzept:** Das Inszenierungskonzept ist in den Kapiteln 7. bis 15. ersichtlich.

**3. Attraktionen/Aktivitäten:** Die erlebnisfördernden Ereignisse werden durch das Velofahren in der Natur und die verschiedenen Sehenswürdigkeiten und Attraktionen des Parkgebietes ermöglicht:

- Hotels und Restaurants, die den Verkauf von lokalen Produkten fördern: Restaurant Ochsen (Wölflinswil), Hotel Restaurant Rössli (Gipf-Oberfrick), Hotel Restaurant Platanenhof (Frick), Hotel Restaurant Adler (Frick), Bergwerksilo (Herznach), Bauernhof Eichhof (Herznach), Restaurant zum Hirzen (Schinznach-Dorf), Restaurant zum Bären (Schinznach-Dorf)
- Sehenswürdigkeiten: Sauriermuseum (Frick), Naturama (Aarau), Linde (Linn)
- Attraktionen: Chriesiweg (Gipf-Oberfrick), Klopflplatz (Frick), Schwimmbäder (Frick, Schinznach, Auenstein, Biberstein), Themenweg Eisenweg (Herznach), Bauernhof Eichhof (Herznach), Dampflokomotive (Schinznach-Dorf), Käpten Jo's Aarfähre (Biberstein)
- Zusätzlich wurden sämtliche Spielplätze und die schönsten Grillstellen der betroffenen Gemeinden aufgeführt.

**4. Szenerie:** Sämtliche Routen führen auf offiziellen Radwegen von SchweizMobil. Die Schönheit der Natur kann aktiv erlebt werden. Die Routen führen durch Wälder, Dörfer über Felder auf Anhöhen und in Täler. Je nach Jahreszeit verändern sich die Routen optisch.

**5. Besucherlenkung:** Die Besucherlenkung wird im Kapitel 8.3. Beschilderung und Kartenmaterial vorgestellt.

**6. Wohlfühlmanagement:** Da der Gast individuell unterwegs ist, entscheidet er selber wie schnell er von Ort zu Ort radeln will, sowie die Dauer und Anzahl der Pausen. Die Restaurants und Hotels (Anbieter der lokalen Produkte) stehen für das Wohl der Gäste zur Verfügung.

**7. Gäste/Besucher:** Der Gast setzt sich durch das Velofahren und das Besuchen der Sehenswürdigkeiten und Attraktionen in Szene. Er kann selber entscheiden, welche Sehenswürdigkeiten er als ansprechend empfindet und besuchen möchte. Wichtig ist, dass er Freude an der Bewegung und am Velofahren hat und sich gerne in der Natur aufhält.

Die Eltern können die Erfahrungen, die sie mit ihren Kindern gemacht haben, einbringen. So sollten sie ein Sensorium für die Kinder haben und erkennen, wann sie müde werden, sich im Verkehr

unaufmerksam verhalten, sich langweilen, überhitzen oder frieren, aus Überbeanspruchung nörge-  
lig oder aufgedreht werden und entsprechend reagieren.

### 6.3. Zusammenarbeit zwischen Leistungsträger und Enabler<sup>6</sup>

Das Angebot „Pedalitto“ wird wie folgt in das Umfeld integriert:



**Abbildung 19: Netzwerk der Leistungsträger und Enabler**  
(Adaptiert von Siegrist Dominik/StremLOW Matthias, 2009 S. 120)

Die Basis des Angebotes bilden die Sehenswürdigkeiten, Attraktionen, Hotels und Restaurants (Leistungsträger) des Parkgebietes. Sie sind ein wichtiger Teil der Wertschöpfungskette und arbeiten eng mit dem Parkbüro des Juraparks Aargau und den verschiedenen Tourismusorganisationen der Region zusammen. Aargau Tourismus ist zur Zeit der wichtigste touristische Partner des Juraparks Aargau. Die Zusammenarbeit ist vertraglich und finanziell geregelt. Mit den anderen Tourismusbüros der Region besteht keine Zusammenarbeit. Bis Ende Jahr wird entschieden, ob im Fricktal eine lokale Tourismusorganisation gegründet wird. Bis dahin werden keine weiteren vertraglich geregelten Zusammenarbeitsbestrebungen abgeschlossen (K. Jucker, Geschäftsstelle Jurapark Aargau: E-Mail 14.4.2010).

Daneben haben die Enabler wie Bauern, Naturkundeführer, das Netzwerk Schweizer Pärke, InnoTour-Projektleiter etc. eine wichtige Rolle. Sie beraten die Angebotsentwickler in den verschiedensten Bereichen wie Kultur, Sozialwissenschaften und Natur. Je nach Angebot wird mit verschiedenen Enablern zusammengearbeitet.

Die einheimische Bevölkerung repräsentiert den Park und muss die Idee des Angebotes „Pedalitto“ kennen, damit es bei den Gästen Anklang findet. Wichtig ist, dass das Angebot den Werten der einheimischen Bevölkerung entspricht und deren Bedürfnisse miteinbezieht (vgl. Siegrist Domi-

<sup>6</sup> Werte- und Wissensträger

nik/StremLOW Matthias, 2009, S. 113). Die Bevölkerung wird durch den Newsletter des Parks, Artikel in der Parkzeitung, Flyer, Medienanlässe und -mitteilungen oder auf der Website über ein neues Angebot informiert. Die am Angebot beteiligten Leistungsträger werden zusätzlich zu einer Informationsveranstaltung eingeladen.

## **8. Voraussetzungen für ein Velo-Angebot für Familien mit Kindern**

### **8.1. Anforderungen an Velowege**

Velowege für Familien mit Kindern enthalten möglichst keine Hindernisse und nur geringe Höhendifferenzen. Ein Wegnetz durch abwechslungsreiche Landschaften und verkehrsberuhigte Gebiete hat besonders für Familien und Liebhaber längerer Velotouren einen hohen Stellenwert. Die Routen dürfen nicht durch Naturschutzgebiete führen, wo das Durchfahren verboten ist. Grundsätzlich verlassen Velofahrer die bestehenden, befestigten Wege nicht, weshalb es nur wenige Auswirkungen auf den Naturraum gibt. Durch die verschiedenen Sehenswürdigkeiten, Attraktionen und Besonderheiten der Region werden die Routen aufgewertet und gewinnen an touristischem Wert. Die Velorouten des „Velolandes Schweiz“ gelten als vorbildlich und werden in die Routenkonzeption miteinbezogen. Es werden auf der Route Nr. 5 „Mittelland-Route“ von Romanshorn nach Lausanne und auf der Route Nr. 8 „Aare-Route“ von Oberwald bis Koblenz Teilstrecken zurückgelegt (vgl. Veloland Schweiz, 2010).

#### **8.1.1 Radwanderer**

Velofahrer, die mehrere Tage unterwegs sind und dabei eine bestimmte Entfernung zurücklegen, werden als Radwanderer bezeichnet. So auch die Gäste des Angebotes „Pedalitto“. Sie wollen nur mit Hilfe der eigenen Muskelkraft ein Gebiet „erfahren“ und so die Natur und die Umgebung mit allen Sinnen wahrnehmen und geniessen. Die Erlebnisse, Abenteuer und Herausforderungen bieten eine willkommene Abwechslung zum Alltag. Wie häufig sie den Standort wechseln und wie schnell sie unterwegs sind, ist individuell und hängt vom Gewicht des Gepäcks, der körperlichen Leistungsfähigkeit und dem Alter jeder Person ab (vgl. Katrin Staben und Swiss Cycling, Radfahren). Mit einer Vorlage von „Veloland Schweiz“ konnte für die „Pedalitto-Routen“ ausgerechnet werden, wie lange die Kinder in den verschiedenen Altersgruppen für jede einzelne Etappe benötigen unter der Annahme, dass sie kein bis nur leichtes Gepäck mittransportieren (siehe Kapitel 8.4. Berechnungstabelle von SchweizMobil).

### 8.1.2. Anreise/Wegdauer

Die Umfrage zeigt, dass die Mehrheit der befragten Personen (33.5%) eine Stunde Wegdauer in Kauf nimmt, um sich in der Natur aufhalten zu können. 14.8% nehmen sogar zwei Stunden, dagegen nur 21.5% 30 Minuten und 9.6% fünfzehn Minuten Wegdauer in Kauf. 8.1% wohnen direkt in einem Naturraum. Als Transportmittel können sich 54.6% vorstellen mit dem Zug in die Natur zu fahren, gefolgt vom Auto mit 48.3% und Velo 45%. Ebenfalls beliebt ist der Weg zu Fuss (41.6%). Daraus ist ersichtlich, dass der Ausgangspunkt des neuen Angebotes gut erschlossen sein muss, damit möglichst viele Personen in kurzer Zeit dorthin gelangen können (Umfrage).



**Tabelle 7: Analyse Wegdauer**  
(Umfrage)



**Tabelle 8: Analyse Transportmittel**  
(Umfrage)

### 8.1.3. Übernachtungsmöglichkeiten

Die Kinder bestimmen die Wahl der Beherbergungsform mit. Sind Kinder dabei, wird die Übernachtung im Hotel und „Bed and Breakfast“ von je 24.4% der befragten Personen bevorzugt. 23% würden auf dem Bauernhof (Schlafen im Stroh) übernachten oder in Zelten. Dies zeigt, dass Familien den Kindern auch bei der Übernachtungsmöglichkeit Erlebnisse bieten wollen.

Ohne Kinder wird das Hotelzimmer von 51.7% bevorzugt, gefolgt vom „Bed and Breakfast“ mit 31.6%, Übernachten in Zelt mit 10.1% und Schlafen im Stroh mit 1.4%. Im Angebot „Pedalitto“ sollten somit die verschiedenen Übernachtungsmöglichkeiten enthalten sein, damit die Gäste nach ihren Bedürfnissen frei wählen können (Umfrage).

Welche Übernachtungsmöglichkeiten bevorzugen Sie mit Kindern?			
	Abs.	Rel.	0% 100%
nicht beantwortet	11	5,26%	
Hotel	51	24,40%	
Bed und Breakfast	51	24,40%	
Schlafen im Stroh (auf dem Bauernhof)	48	22,97%	
Zelten	48	22,97%	
Gesamt Antworten	209	100,00%	
Gesamt Teilnehmer	209	100,00%	

**Tabelle 9: Analyse Beherbergungsart mit Kinder**  
(Umfrage)

Welche Übernachtungsmöglichkeiten bevorzugen Sie ohne Kinder?			
	Abs.	Rel.	0% 100%
nicht beantwortet	11	5,26%	
Hotel	108	51,67%	
Bed und Breakfast	66	31,58%	
Schlafen im Stroh (auf dem Bauernhof)	3	1,44%	
Zelten	21	10,05%	
Gesamt Antworten	209	100,00%	
Gesamt Teilnehmer	209	100,00%	

**Tabelle 10: Analyse Beherbergungsart ohne Kinder**  
(Umfrage)

#### 8.1.4. Gepäcktransport

Wie die Umfrage zeigt, wünschen 60% der befragten Personen einen Gepäcktransport und wären bereit dafür Fr. 15.00 pro Person zu bezahlen. Wer den Transport ausführt, ist noch offen. Anzufragen wären: „Rent-a-Bike“, Bauern, Arbeitslose, Hausfrauen, etc. (Umfrage).

Wären Sie bereit für einen Gepäcktransport von Ort zu Ort pro Person Fr. 15.00 zu bezahlen?			
	Abs.	Rel.	0% 100%
nicht beantwortet	11	5,26%	
Ja	138	66,03%	
Nein	60	28,71%	
Gesamt Antworten	209	100,00%	
Gesamt Teilnehmer	209	100,00%	

**Tabelle 11: Interesse an Gepäcktransport**  
(Umfrage)

## 8.2. Ausarbeitung der Routen

Aufgrund der topografischen Gegebenheiten des Parkgebietes war das Finden der Routen, bei welchen nicht allzu grosse Höhendifferenzen zurückgelegt werden müssen, eine Herausforderung. Ebenfalls nicht einfach war, die Routen an den bereits bestehenden Sehenswürdigkeiten und Attraktionen, die für die Zielgruppe Familien mit Kindern interessant sind, vorbeizuführen.

Um die definitive Route zu bestimmen und diese in einzelne Etappen aufzuteilen, war eine Re-kognoszierung notwendig. Der Ausgangspunkt des Angebotes ist der Bahnhof in Aarau. Aarau ist mit den öffentlichen Verkehrsmittel gut erschlossen und liegt im Süden knapp ausserhalb des Parkgebietes. Eine „Rent-a-Bike“-Station, wo Fahrräder, Flyer und Veloanhänger gemietet werden können, ist vor Ort. Aarau wird im Norden durch Jurahügel vom Zentrum des Parkgebietes getrennt, was bedeuten würde, dass die Velofahrer bereits zu Beginn einen Anstieg von rund 290 Meter antreten müssen.

ten. Um dies zu verhindern, ist ein Transport mit dem Postauto auf den höchsten Punkt, das „Bänkerjoch“ geplant. Nach Abklärungen mit der Postautostelle Aarau werden zwar Velotransporte angeboten, allerdings nur in beschränktem Rahmen. Während Stosszeiten werden keine Velos transportiert. Ausserhalb dieser Zeiten können nur ein bis zwei Velos transportiert werden. Eine spezielle Transporteinrichtung ist nicht vorhanden. Bei der Durchführung des Angebotes, müssten weitere Abklärungen mit der Postautostelle Aarau getroffen oder allenfalls eine andere Transportmöglichkeit gefunden werden. Möglicherweise wäre von „Rent-a-Bike“ ein Transport möglich oder durch eine Drittperson (evtl. Bauer mit Traktor und Anhänger).

In der zweiten Etappe von Herznach nach Linn sind nochmals Jurahügel von 139 Höhenmetern zu überwinden. Für diese Strecke wäre ein Transport durch den Bauernhof Eichhof zu organisieren. Den Preis für diesen Transport mit Traktor und Anhänger beliefe sich nach Angaben von W. Gasser, (W. Gasser, Eigentümer Bauernhof Eichhof, E-Mail 23.4.2010) Besitzer des Eichhofes, auf rund Fr. 100.00 pro Transport (eine Traktorstunde kostet Fr. 80.00). Dieser Preis ist sehr hoch und müsste verhandelt werden. Eine preiswertere Variante wäre der Transport mit dem Postauto von Zeihen nach Linn, wobei in Effingen und Stalden b. Brugg umgestiegen werden muss, respektive zugestiegen werden kann.

Als Übernachtungsmöglichkeiten wurden die Hotels ausgewählt, die sowohl am Projekt Genussstrasse teilnehmen als auch eine bestimmte touristische Attraktion bieten, wie bspw. der Bauernhof Eichhof oder das Bergwerksilo in Herznach. Ein Gepäcktransport wird gegen Entgelt durchgeführt. Die Gäste können ihr Gepäck bei der zuständigen Transportstelle bis am Mittag abgeben. Diese bringt es dann zum nächsten Übernachtungsort noch bevor die Gäste dort eintreffen.

Die Routen sind grundsätzlich für Fahrräder und nicht für Elektrovelos geplant, da es bei „Rent-a-Bike“ noch zu wenig E-Bikes für Kinder gibt. Allerdings sind die E-Bikes im Sommer 2010 sehr beliebt (Heinz Keller, Tourismusexperte Schweiz Tourismus, persönliche Mitteilung 1.4.2010). Die E-Bikes-Miete von Fr. 40.00 ist pro Tag relativ teuer im Vergleich zu einem Mountainbike/Citybike, das Fr. 20.00 kostet (Rent-a-bike, 2010, E-Bike). Die preiswerteste Variante für die Gäste ist, das eigene Velo mitzubringen.

### 8.3. Beschilderung und Kartenmaterial

Die gesamten Routen werden mit Wegweisern aus Holz an verschiedenen noch festzulegenden Schlüsselstellen ausgeschildert. Eine Bewilligung dafür muss bei der entsprechenden Organisation (Gemeinde oder Kanton) noch eingeholt werden. Zur Anfertigung der Wegweiser wird eine Behindertenwerkstätte angefragt bspw. die Heimstätte in Bärau.



Abbildung 20: Wegweiser

In der Broschüre werden die Routen mit den verschiedenen Etappen Sehenswürdigkeiten, Attraktionen und Übernachtungsmöglichkeiten aufgeführt. Die genaue Routenkarte kann bei den Partnerbetrieben Hotel Adler, Hotel Platanenhof, Bauernhof Eichhof, Bergwerksilo, Sauriermuseum, Gartenzenter Schinznach und Biobad Biberstein gegen ein Entgelt von Fr 5.00 bezogen werden.

Jene Gäste, die ein GPS oder iPhone besitzen, können auf den Kartenbezug verzichten und gratis die Routen (gpx oder kmz Format, Tracks für iPhone App) für das „Pedalitto“ Angebot von einer touristischen Website herunterladen. Mehr dazu siehe Kapitel 14.2.2. Daten für GPS und Google Earth und Kapitel 14.2.3. Daten für iPhone.

### 8.4. Berechnungstabelle von SchweizMobil

Die Stiftung SchweizMobil ist das nationale Netzwerk für den Langsamverkehr in den Bereichen Tourismus und Freizeit. Als Langsamverkehr zählen Aktivitäten wie Wandern, Mountainbiken, Velofahren, Kanufahren und Skaten. Das Netzwerk koordiniert und vermarktet ein offiziell signalisiertes Routennetz in der gesamten Schweiz. Ebenso koordiniert SchweizMobil die Zusammenarbeit zwischen dem Bund und den privaten Unternehmungen (vgl. SchweizMobil).

Zur Berechnung der Fahrzeiten stellt SchweizMobil eine Berechnungstabelle zur Verfügung (Tabelle 12). Sie wurde auf Velotouren für Familien mit Kindern adaptiert und liefert Durchschnittswerte. Es wurde angenommen, dass kein bis wenig Gepäck mittransportiert wird.

Gesamt-Distanz: 22 Kilometer Gesamt-Höhenmeter: 321 Meter <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">1</span>					
Km/h	Hm/h	Altersgruppe	Km-Zeit	Höhe-Zeit	Fahrzeit Std. Min
8 <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">2</span>	20 <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">3</span>	Kinder 6 – 8 <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">4</span>	11 <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">5</span>	9 <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">6</span>	4 <span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; padding: 2px;">7</span>
11	260	Kinder 9 – 11	122	74	3 : 16
5	330	Kinder 12 – 14	89	58	2 : 28
19	400	Jugend A	70	48	1 : 59
24	500	Jugend B	56	39	1 : 34
30	600	junge Erwachsene	45	32	1 : 17

**Tabelle 12: Beispiel Berechnungstabelle Fahrzeiten**  
(SchweizMobil)

- 1 Zeigt die gesamte Distanz und die gesamten Höhenmeter der jeweiligen Etappe an.
- 2 Gibt die Geschwindigkeit pro Stunde der verschiedenen Altersgruppen an.
- 3 Gibt an, wie viele Höhenmeter pro Stunde die verschiedenen Altersgruppen zurücklegen.
- 4 Zeigt die Altersgruppe der Velofahrer an.
- 5 Berechnet die benötigte Zeit für die gesamte Strecke ohne Höhenunterschied in Minuten.
- 6 Berechnet die benötigte Zeit für die gesamte Strecke mit Höhenunterschied in Minuten.
- 7 Berechnet die gesamte Strecke addiert mit der Höhe in Stunden und Minuten.

## 9. Die Routen „Pedalitto – die Spiel und Spass Veloutour“

Das Angebot „Pedalitto“ beinhaltet eine Drei-Tages- und eine Zwei-Tages-Route. In den folgenden Kapiteln werden die Routen vorgestellt.

### 9.1. Übersicht Drei-Tages-Route

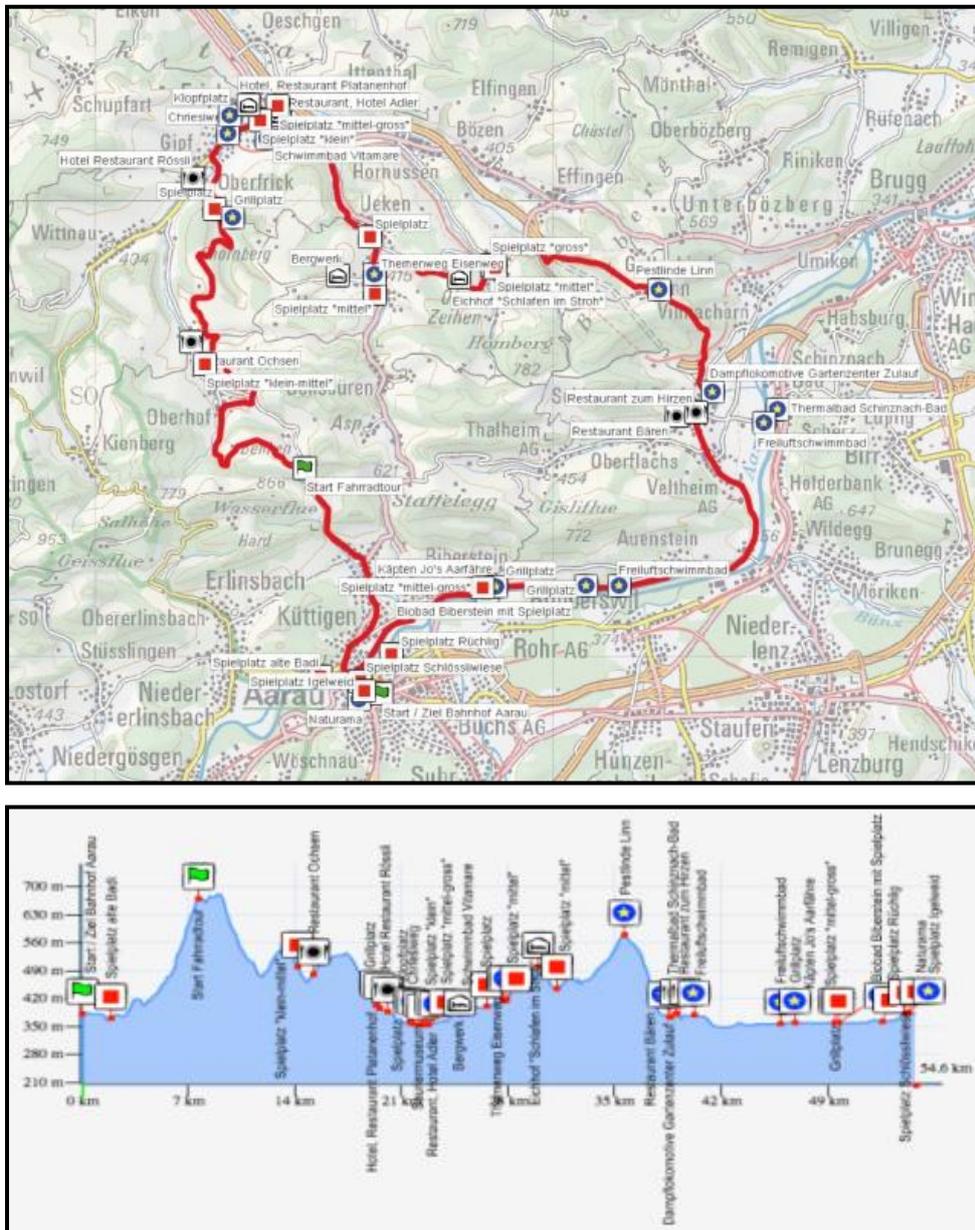
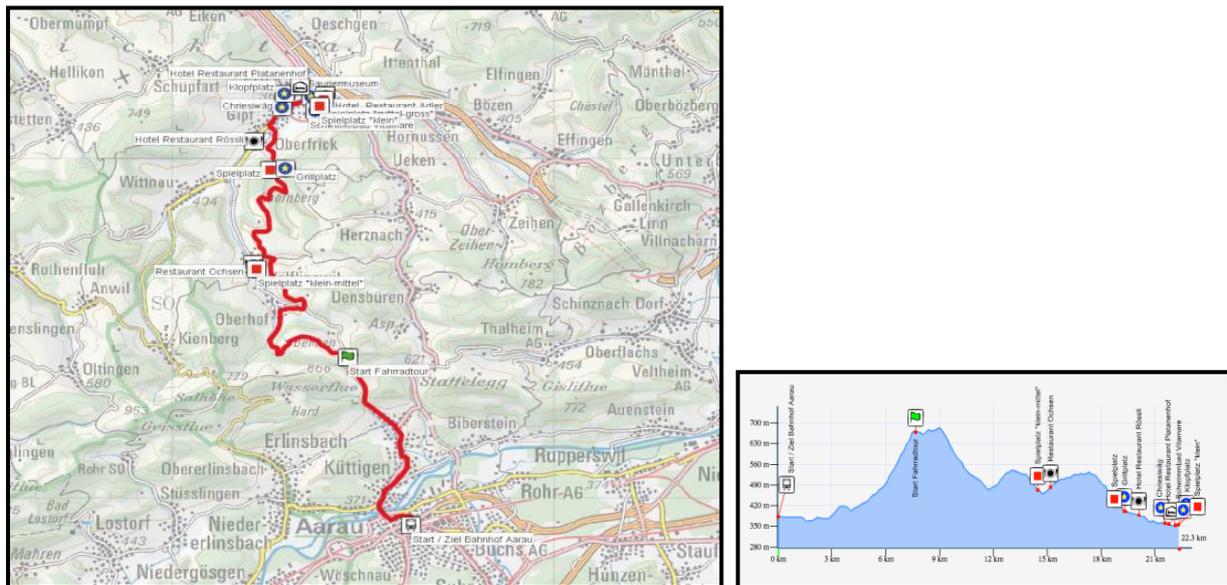


Abbildung 21: Übersicht Drei-Tages-Route mit POI und Profil (Geolives.ch)

### 9.1.1. Etappe 1: Aarau – Frick



**Abbildung 22: Etappe 1 Aarau – Frick mit POI und Profil**  
(Geolives.ch)

Mit dem Postauto oder einem gleichwertigen Transportmittel erfolgt der Transport vom Bahnhof Aarau zum Bänkerjoch, wo die Velotour startet. Auf den offiziellen Radwegen von SchweizMobil, führt die Route durch Dörfer, Wälder und über Felder nach Frick. Die Grenze des Parkgebietes liegt zwischen der Gemeinde Gipf-Oberfrick und Frick. Da es in Frick für die Zielgruppe Familien mit Kindern interessante Sehenswürdigkeiten gibt, wurde diese Gemeinde trotzdem in die Routenkonzeption miteinbezogen.

Auf dem Weg nach Frick können die Gäste im **Restaurant Ochsen** in Wölflinswil einkehren oder auf dem **Spielplatz** Halt machen. In Frick können verschiedene Sehenswürdigkeiten und Attraktionen besucht werden: Auf dem **Spielplatz**, der auf dem „Sinnespfad durch das Fricktal“ liegt, können sich die Kinder austoben. Der „**Chriesigweg**“ ist besonders faszinierend während der Blütezeit der Kirschbäume von Mitte April bis anfangs Mai (je nach Witterung). Während der Zeit zwischen Mitte Juli und anfangs August können die Gäste von den markierten Bäumen Kirschen pflücken. Eine besondere Attraktion ist die **Tongrube Gruhalde**. Hier wurden die Knochen der Dinosaurier gefunden, die im Sauriermuseum ausgestellt sind. Für Amateure steht ein speziell gekennzeichnetes Areal „**Klopfplatz**“ zur Verfügung, wo jederzeit mit Meissel nach Ammoniten gesucht werden darf. In Sammlerkreisen ist dieser Ort bekannt für zahlreiche Fossilien (vgl. Schweiz Tourismus, 2009 a). Die Klopfgeräte werden durch den Park zur Verfügung gestellt. Das Skelett des Dinosauriers „Plateosaurus“ ist eine Attraktion im **Sauriermuseum**. Daneben werden Fossilien von weiteren Sauriern ausgestellt sowie ein Film über die Entdeckungsgeschichte der Fricker Dinosaurier präsentiert. Das Sauriermuseum ist nur an Sonn-

tagnachmittagen geöffnet (vgl. Sauriermuseum Frick). Als Ergänzung zum Museum kann der **Dinosaurier-Lehrpfad** besucht werden.

Das **Freibad Vitamare** garantiert Spass und Erlebnis für die ganze Familie. Im Jahr 2007 wurde der Erlebnisbereich mit Kleinkinderbecken, Strömungskanal und Sprudelbecken neu errichtet. Das Herzstück bildet eine 70 Meter lange Wasserrutschbahn (vgl. Freibad Vitamare).

Entlang dieser Etappe gibt es insgesamt vier Spielplätze. Übernachtet wird wahlweise im **Hotel Adler** in Gipf-Oberfrick oder im **Hotel Platanenhof** in Frick.

Der erste Teil der Route misst 22.3 Kilometer. Zusätzliche werden 321 Höhenmeter zurückgelegt. Aus untenstehender Tabelle können die Fahrzeiten für die verschiedenen Altersgruppen entnommen werden.

Gesamt-Distanz: 22 Kilometer Gesamt-Höhenmeter: 321 Meter					
Km/h	Hm/h	Altersgruppe	Km-Zeit	Höhe-Zeit	Fahrzeit Std. Min
8	200	Kinder 6 – 8	167	96	4 : 24
11	260	Kinder 9 – 11	122	74	3 : 16
15	330	Kinder 12 – 14	89	58	2 : 28
19	400	Jugend A	70	48	1 : 59
24	500	Jugend B	56	39	1 : 34
30	600	junge Erwachsene	45	32	1 : 17

Tabelle 13: Berechnungstabelle Fahrzeiten Etappe 1 Aarau – Frick  
(SchweizMobil)

### 9.1.2. Etappe 2: Frick – Herznach

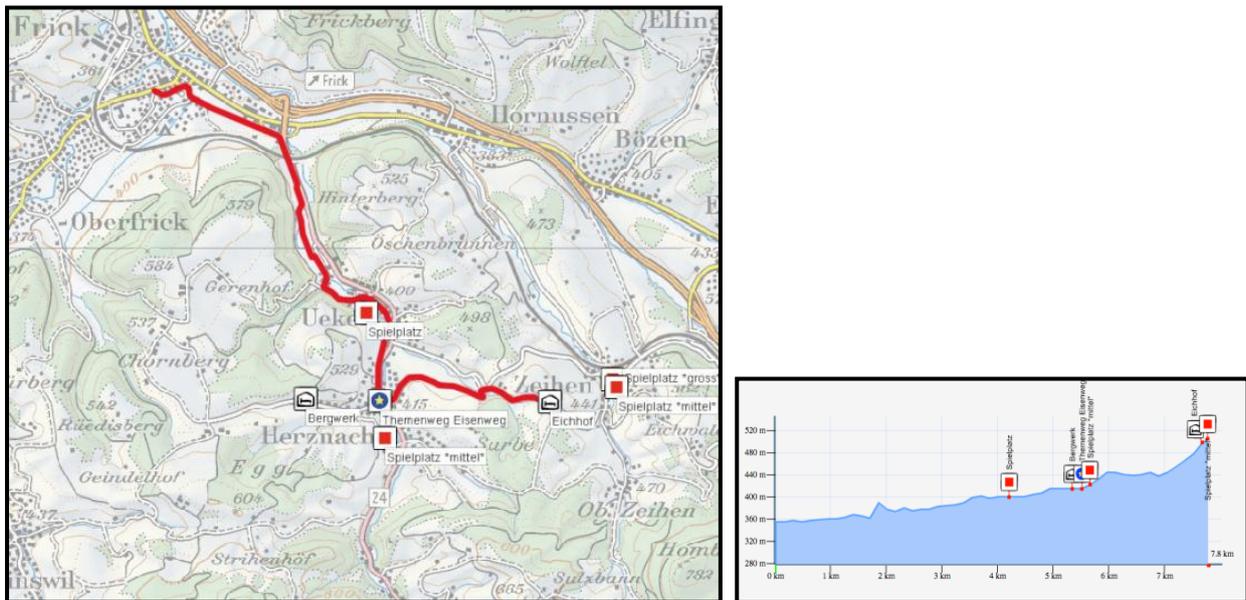


Abbildung 23: Etappe 2 Frick – Herznach mit POI und Profil (Geolives.ch)

Die Hauptattraktion der zweiten Etappe sind die Übernachtungsmöglichkeiten auf dem Bauernhof Eichhof und im Bergwerksilo in Herznach. Auf dem **Bauernhof Eichhof** kann ein authentischer Bauernbetrieb miterlebt werden. Mit einer landwirtschaftlichen Nutzfläche von 27 Hektaren, 1.5 Hektaren Wald, einer grossen Spielwiese, vielen Kühen, Kälbern, Stier, Eseln, Schafen, Hühnern, Katzen und einem Hund lässt der Bauernhof das Herz jedes Tier- und Naturliebhabers höher schlagen. Übernachtet wird als Alternative zum Federbett in einem Strohbett (vgl. Werner und Catherine Gasser, 2010). Rund einen Kilometer vom Hof entfernt, steht die alte Burgruine Urgiz zum Erkunden. Eine alternative Übernachtungsmöglichkeit und Attraktion bietet das im Grünen stehende, etwas unheimlich wirkende und 17.5 Meter hohe **Bergwerksilo**. Das Silo war 1942 bis 1967 in Betrieb. Heute befinden sich darin vier Gästezimmer. Auf einer Stollenbahn kann bis zum Eingang des Stollens gefahren werden. Zurzeit werden Bauarbeiten ausgeführt, um den Stollen wieder zu öffnen. Unmittelbar neben dem Bergwerksilo befinden sich Rebberge, ein Naturschwimmteich und ein Damhirsch-Gehege (vgl. Brigitte Deiss/Ueli Hohl, 2010). Zudem lohnt sich der Besuch des **Themenweges „Eisenweg“**. Entlang dieser Etappe gibt es zwei Spielplätze.

Die 2. Etappe ist mit 7.8 Kilometer und 227 Höhenmeter relativ kurz gewählt. Die Gäste sollen genügend Zeit haben, um die Sehenswürdigkeiten in Gipf-Oberfrick und Frick zu besuchen. Die Fahrzeiten für die zweite Etappe sind aus der Tabelle 14 ersichtlich.

Gesamt-Distanz: 7.8 Kilometer Gesamt-Höhenmeter: 227 Meter					
Km/h	Hm/h	Altersgruppe	Km-Zeit	Höhe-Zeit	Fahrzeit Std. Min
8	200	Kinder 6 – 8	59	68	2 : 7
11	260	Kinder 9 – 11	43	52	1 : 35
15	330	Kinder 12 – 14	31	41	1 : 12
19	400	Jugend A	25	34	0 : 59
24	500	Jugend B	20	27	0 : 47
30	600	junge Erwachsene	16	23	0 : 38

Tabelle 14: Berechnungstabelle Fahrzeiten Etappe 2 Frick – Herznach (SchweizMobil)

### 9.1.3. Etappe 3: Herznach – Aarau

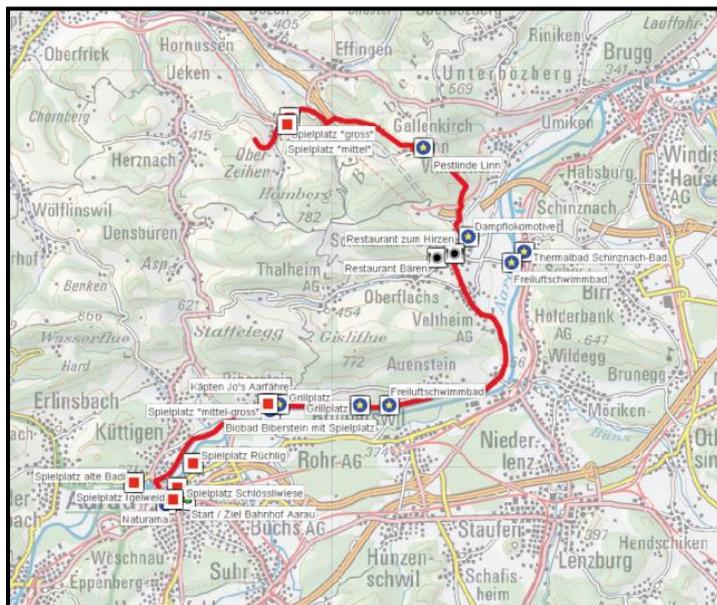


Abbildung 24: Etappe 3 Herznach – Aarau mit POI und Profil (Geolives.ch)

Von Herznach führt die Route von 507 auf rund 560 Höhenmeter zur 800-jährigen **Linde von Linn**. Diese Natursehenswürdigkeit steht auf dem Aussichtspunkt des Bözberg-Plateaus. Nach einer Legende pflanzte 1668 der letzte Linner den Baum auf das Grab der durch die Pest verstorbenen Linner. Seither gilt die Linde als Garantie, dass die Pest nie wieder ausbricht (vgl. Schweizer Mittelland Tourismus).

Von Linn geht die Route hinunter ins Tal bis nach Schinznach-Dorf oder Schinznach-Bad. Im Gartenzenter Zulauf kann die einzige **Dampflokomotive** der Schweiz mit einer Spurweite von 600 Millimeter besucht werden (fährt Samstag, Sonntag und Mittwoch)(vgl. Schinznacher Baumschulbahn). Im **Thermalbad von Schinznach Bad** können sich die Gäste entspannen. Als preiswerte Alternative zum Thermalbad gibt es das **Freiluftschwimmbad** an der Aare. Zum Einkehren und Kosten der lokalen Produkte werden die **Restaurants Bären** und **zum Hirzen** in die Route eingebunden.

Entlang der Aare, auf den Velowegen Nr. 5 und 8 von SchweizMobil, führt die Route zurück nach Aarau am Biobad in Biberstein und an der Aarfähre von Käptain Jo vorbei. Das **Biobad in Biberstein** ist das erste öffentliche Naturbad der Schweiz und wurde im Jahr 2000 eröffnet. Das Wasser wird gereinigt, indem es durch einen Kreislauf mit verschiedenen natürlichen Reinigungsstufen ständig in Bewegung gehalten wird (vgl. Aarau Tourismus). Die **Aarfähre von Käptain Jo** ist ein Muss für alle Piratenliebhaber. Im Piratenrestaurant kann „Piraten-Frass“ gegessen werden; an den Freitag- und Samstagabenden sogar mit Käpten Jo Junior zusammen. Weiter hat es ein Piratenmuseum und einen grossen Spielpark. Entlang der Route nach Aarau sind weiter ein **Grillplatz** sowie verschiedene kleinere **Freiluftbäder** vorhanden. Als Abschluss wird in Aarau die Besichtigung des **Naturama** empfohlen, wo der faszinierende Lebensraum des Kantons Aargau in der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft vorgestellt wird. Entlang dieser Strecke können acht Spielplätze besucht werden, davon befinden sich vier in Aarau.

Die letzte Etappe ist mit 24.5 Kilometer und 361 Höhenmeter etwas länger. Bei der Linde in Linn ist der höchste Punkt erreicht. Anschliessend führt die Route bergab oder flach. Die Fahrtzeiten sind aus der Tabelle 15 ersichtlich.

Gesamt-Distanz: 24.5 Kilometer Gesamt-Höhenmeter: 361 Meter					
Km/h	Hm/h	Altersgruppe	Km-Zeit	Höhe-Zeit	Fahrzeit Std. Min
8	200	<b>Kinder 6 – 8</b>	184	108	<b>4 : 52</b>
11	260	<b>Kinder 9 – 11</b>	134	83	<b>3 : 37</b>
15	330	<b>Kinder 12 – 14</b>	98	66	<b>2 : 44</b>
19	400	<b>Jugend A</b>	77	54	<b>2 : 12</b>
24	500	<b>Jugend B</b>	61	43	<b>1 : 45</b>
30	600	<b>junge Erwachsene</b>	49	36	<b>1 : 25</b>

**Tabelle 15: Berechnungstabelle Fahrtzeiten Etappe 3 Herznach – Aarau**  
(SchweizMobil)

## 9.2. Zwei-Tages-Route Übersicht

Die Zwei-Tages-Route ist eine verkürzte Variante der Drei-Tages-Route und für Familien geeignet, die nur zwei Tage für eine Velotour aufwenden wollen. Die Route führt von Aarau direkt nach Herznach. Die Sehenswürdigkeiten in Gipf-Oberfrick und Frick fallen weg. Sämtliche anderen Sehenswürdigkeiten und Attraktionen entlang der Route bleiben bestehen.



Abbildung 25: Übersicht Zwei-Tages-Route mit POI und Profil (Geolvies.ch)

### 9.2.1. Etappe 1: Aarau – Herznach

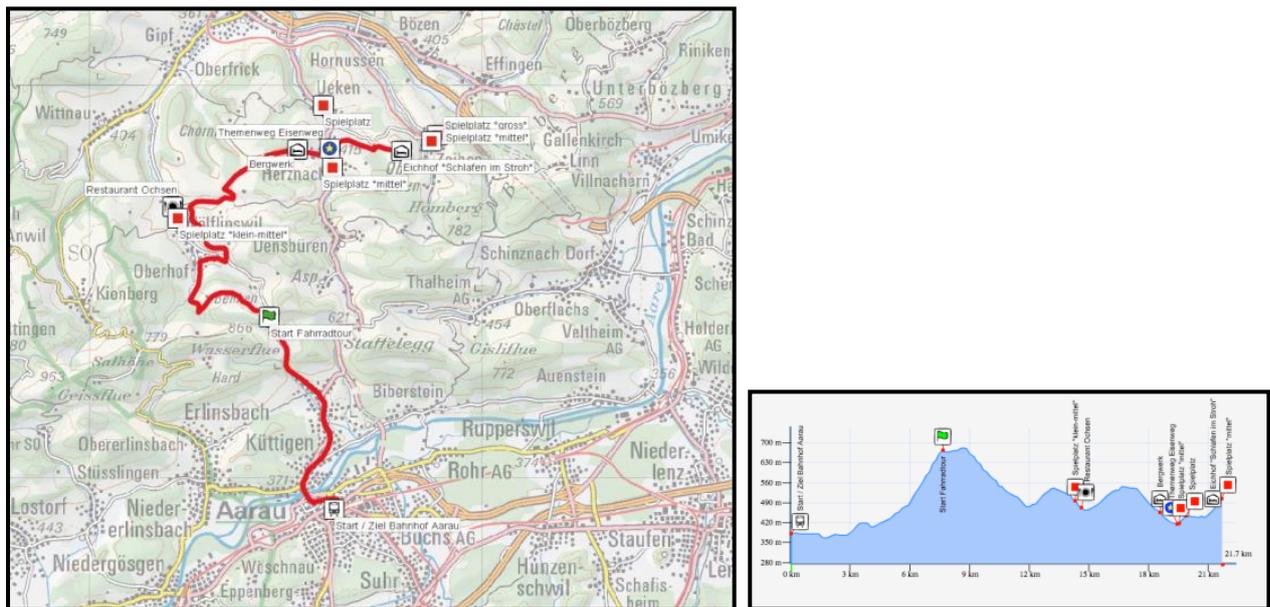


Abbildung 26: Etappe 1 Aarau – Herznach mit POI und Profil  
(Geolives.ch)

Der Transport erfolgt ebenfalls mit dem Postauto oder einem anderen gleichwertigen Transportmittel vom Bahnhof Aarau zum Bänkerjoch, wo der Start der Velotour ist. Die Route führt auf demselben Weg, wie bei der Drei-Tages-Route bis nach Wölflinswil, wo die Route dann nach Herznach abzweigt. Übernachtet wird ebenfalls auf dem **Bauernhof Eichhof** oder im **Bergwerksilo** in Herznach.

Diese Etappe beträgt 22 Kilometer und weist einen Höhenunterschied von 387 Meter auf. Durch die relativ grosse Höhendifferenz nimmt diese Strecke je nach Altersgruppe viel Zeit in Anspruch.

Gesamt-Distanz: 22 Kilometer Gesamt-Höhenmeter: 387 Meter					
Km/h	Hm/h	Altersgruppe	Km-Zeit	Höhe-Zeit	Fahrzeit Std. Min
8	200	Kinder 6 – 8	163	116	4 : 39
11	260	Kinder 9 – 11	118	89	3 : 28
15	330	Kinder 12 – 14	87	70	2 : 37
19	400	Jugend A	69	58	2 : 7
24	500	Jugend B	54	46	1 : 41
30	600	junge Erwachsene	43	39	1 : 22

Tabelle 16: Berechnung Fahrzeiten Etappe 1 Aarau – Herznach  
(SchweizMobil)

### **9.2.2. Etappe 2: Herznach – Aarau**

Die zweite Etappe der Zwei-Tages-Route ist dieselbe, wie die dritte Etappe der Drei-Tages-Route und wird hier nicht nochmals erläutert (siehe Kapitel 9.1.3. Etappe 3: Herznach – Aarau).

### **9.3. Varianten**

Die Routen wurden so zusammengestellt, dass die einzelnen Etappen auch als Tagestour gefahren werden können. Als Ausgangspunkt wurde Aarau festgelegt. Allerdings können die Routen auch von einem anderen Ort gestartet werden wie bspw. Frick oder Brugg.

### **9.4. Tipps für Begleitpersonen**

- Genügend Pausen machen. Die Zeit für Pausen kann durchaus so lange sein wie die reine Fahrzeit, je nach Alter der Kinder.
- Beim Fahren die Kinder beobachten und bei Anzeichen auf Ermüdung vorausschauend reagieren. Vielleicht eine zusätzliche Pause einlegen oder mit einer geschätzten Zeit- oder Kilometerangabe auf die nächste Rast hinweisen und damit für den kleinen Rest motivieren.
- Genügend Trinken und Essen mitführen, eventuell kleine Kraftspender wie Traubenzucker.
- Auch einmal eine kurze Steigung stossen, bspw. verbunden mit Verteilen von Traubenzucker oder Ähnlichem.
- An Bauernbrunnen anhalten, Gesicht, Arme eintauchen, kleine Spritzschlacht, etc.
- Manche Kinder sträuben sich gegen den Helm. Der Helm bietet in erster Linie Schutz bei einem Selbstunfall oder Zusammenstoss mit andern Kindern, nicht bei Autounfällen.
- Eine Erwachsene Person sollte als Frontmann übermütige Geschwindigkeitsexzesse auf der Strasse verhindern.

Eine Velotour darf nicht als „Projekt“ durchgezogen werden, sondern soll Spass machen, toll sein und in Erinnerung bleiben. Eine Reifenpanne kann durchaus dazugehören.

### **9.5. Pauschalpreise und Buchungsmöglichkeiten**

Das Angebot „Pedalitto“ kann mit verschiedenen Leistungspaketen gebucht werden. Wie die Preise genau festgelegt wurden, ist im Kapitel 12 Finanzierung ersichtlich.

### **Drei-Tages-Route**

#### **Pauschalangebot „Budget“**

Erwachsene Fr. 97.00 / Kinder Fr. 80.00

Enthaltene Leistungen: Übernachtung im Hotel Adler inkl. Frühstück, Bauernhof Eichhof (Schlafen im Stroh), inkl. Frühstück, Transfer Postauto Bänkerjoch, Sauriermuseum Frick, Dampflokomotive Schinznach-Dorf, Biobad Biberstein

#### **Pauschalangebot „Standard“**

Erwachsene Fr. 121.00 / Kinder Fr. 102.00

Enthaltene Leistungen: Übernachtung im Hotel Adler inkl. Frühstück, Übernachtung im Bergwerksilo, Transfer Postauto Bänkerjoch, Sauriermuseum Frick, Dampflokomotive Schinznach-Dorf, Biobad Biberstein

#### **Pauschalangebot „Komfort“**

Erwachsene Fr. 168.00 / Kinder Fr. 139.00

Enthaltene Leistungen: Übernachtung im Hotel Platanenhof inkl. Frühstück, Übernachtung im Bergwerksilo, Transfer Postauto Bänkerjoch, Sauriermuseum Frick, Dampflokomotive Schinznach-Dorf, Biobad Biberstein

### **Zwei-Tages-Route**

#### **Pauschalangebot „Budget“**

Erwachsene Fr. 61.00 / Kinder Fr. 45.00

Enthaltene Leistungen: Bauernhof Eichhof (Schlafen im Stroh), inkl. Frühstück, Transfer Postauto Bänkerjoch, Dampflokomotive Schinznach-Dorf, Biobad Biberstein

#### **Pauschalangebot „Komfort“**

Erwachsene Fr. 85.00 / Kinder Fr. 67.00

Enthaltene Leistungen: Übernachten im Bergwerksilo, Transfer Postauto Bänkerjoch, Dampflokomotive Schinznach-Dorf, Biobad Biberstein

Das Angebot kann online auf den Websites des Juraparks Aargau, Aargau Tourismus und Schweiz Tourismus gebucht werden (siehe Kapitel 14.2.4. bis 14.2.7.)

## 10. Swot-Analyse des Angebotes „Pedalitto“



### Stärken

- Erstes Angebot mit Übernachtung im Jurapark Aargau
- Hauptzielgruppe Familien mit Kindern
- Sport, Bewegung, Abenteuer integriert
- Lokale Betriebe, Sehenswürdigkeiten und Produkte berücksichtigt
- Natur nachhaltig genützt
- Start möglich von Aarau, Frick und Brugg
- In verschiedenen Touren machbar (1,2 oder 3 Tage)
- Landschaft des Juraparks Aargau
- Preiswert (viele Erlebnisse zu fairem Preis)

### Schwächen

- Herausforderung Sponsoren zu finden
- Routenkarte falsch lesen -> sich verfahren
- Postautotransport von Aarau zum Bänkerjoch nicht abgesichert
- Transport von Herznach nach Linn nicht geregelt
- Schwierigkeit abzuschätzen, wie schnell die einzelnen Etappen tatsächlich zurückgelegt werden
- Sauriermuseum nicht alle Tage geöffnet
- Finanzierung Grossteil durch Jurapark

### Chancen

- Nachfrage nach Sport und Bewegung vorhanden
- Keine vergleichbare Konkurrenz im Jurapark Aargau und in der näheren Umgebung
- Wirtschaftliche Bedingungen haben keinen grossen Einfluss
- Benötigt keine speziellen Sicherheitsvorkehrungen

### Gefahren

- Schlechtes Wetter
- Keine Nachfrage vorhanden
- Teilnehmeranzahl schlecht abschätzbar
- Viel Verkehr -> Gefährlich für Velofahrer
- Natürliche Ressourcen (Sehenswürdigkeiten) gefährdet
- Schlechte Zusammenarbeit zwischen den Betrieben

Massnahmen 1		Massnahmen 2	
Mögliche Synergien innerhalb der Wertschöpfungs-Kette nutzen.	Produktbezogene Marketing-Konzepte erarbeiten.	Transporte müssen preiswert organisiert werden, damit das Angebot nachgefragt wird	Sehenswürdigkeiten für die Verlängerung der Öffnungszeiten anfragen
Das PR-Potential von Sport, Bewegung und Nachhaltigkeit nutzen.		Finanzierung durch Sponsoring-Aktivitäten sichern	
Massnahmen 3		Massnahmen 4	
Quantitative und Qualitative Sicherung der Ressourcen.	Schulung der Partnerbetriebe für die Garantie einer guten Zusammenarbeit	Kenntnisse über die Wertschöpfungskette verbessern; Transparenz erhöhen	Organisation und Zusammenarbeit zwischen den Betrieben innerhalb des Parkgebietes verbessern
		Förderung innovativer Produktentwicklungen	

Abbildung 27: Swot - Analyse

Massnahme 1: Verfolgen von neuen Chancen, die zu den Stärken des Unternehmens passen

Massnahme 2: Gefahren eliminieren, um neue Möglichkeiten zu nutzen

Massnahme 3: Stärken nutzen, um Bedrohung abzuwenden

Massnahme 4: Verteidigungsstrategien entwickeln, dass vorhandene Schwächen nicht zu Bedrohungen werden

Anhand der Swot-Analyse können die Stärken und Schwächen des Angebotes sowie die Chancen und Gefahren, die die Natur auf das Angebot hat, eruiert werden. Die Massnahmen sollen verhindern, dass die Gefahren und Schwächen eintreten.

## 11. Partner, Sponsor, Beteiligte Unternehmen

### 11.1. Partner/Sponsoren

Beherbergung/Gastronomie	Leistung
Bauernhof Eichhof, Herznach	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> <li>• Verkauf Routenkarte</li> <li>• Anfrage Transport nach Linn</li> </ul>
Bergwerksilo, Herznach	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> <li>• Verkauf Routenkarte</li> <li>• Anfrage Preisreduktion (Übernachtung)</li> </ul>
Hotel Restaurant Adler, Frick	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> <li>• Verkauf Routenkarte</li> <li>• Anfrage Preisreduktion (Übernachtung)</li> </ul>
Hotel Restaurant Platanenhof, Frick	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> <li>• Verkauf Routenkarte</li> <li>• Anfrage Preisreduktion (Übernachtung)</li> </ul>
Hotel Restaurant Rössli, Gipf-Oberfrick	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> <li>• Anfrage Preisreduktion (Übernachtung)</li> </ul>
Restaurant zum Hirzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> <li>• Anfrage Preisreduktion (Übernachtung)</li> </ul>
Restaurant zum Bären	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> <li>• Anfrage Preisreduktion (Übernachtung)</li> </ul>
Sehenswürdigkeiten/Attraktionen	
Sauriermuseum, Frick	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> <li>• Verkauf Routenkarte</li> <li>• Anfrage Preisreduktion</li> </ul>
Freibad Vitamare, Frick	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> </ul>
Baumschulbahn, Schinznach-Dorf	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> <li>• Verkauf Routenkarte</li> <li>• Anfragen Preisreduktion</li> </ul>
Erlebnis- und Thermalbad Aquarena, Schinznach-Bad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> </ul>

Freiluftschwimmbad Schinznach-Dorf	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> </ul>
Freiluftschwimmbad, Auenstein	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> </ul>
Biobad, Biberstein	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> <li>• Verkauf Routenkarte</li> </ul>
Aarfähre Captain Jo, Biberstein	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> </ul>
Naturama, Aarau	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> </ul>
<b>Marketing</b>	
Geschäftsstelle Jurapark Aargau	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weiterentwicklung des Angebotes</li> <li>• Durchführung und Kontrolle</li> <li>• Aufschalten auf der Website: www.jurapark-aargau.ch (siehe Kapitel 14.2.6. Website Jurapark Aargau)</li> </ul>
Aargau Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auflegen Broschüre</li> <li>• Aufschalten auf der Website: www.aargautourismus.ch (siehe Kapitel 14.2.7. Website Aargau Tourismus)</li> </ul>
Schweiz Tourismus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufschalten auf den Webseiten:</li> <li>• www.myswitzerland.com/nature</li> <li>• www.myswitzerland.com/news (siehe Kapitel 14.2.4. News auf „myswitzerland.com“ und Kapitel 14.2.5. Pärkeseite auf „myswitzerland.com/natur“)</li> </ul>
<b>Diverse</b>	
Mobiliar Versicherung, Bern	Sponsoring Fr 500.00
InnoTour	Anfragen für Sponsoring

Tabelle 17: Partner/Sponsoren

## 11.2. Beteiligte Unternehmen

<b>Fahrrad und Transport</b>	<b>Leistung</b>
Schweiz Mobil	Zur Verfügung stellen der Berechnungstabelle
Rent a Bike Aarau	Anfrage für Vermietung der Fahrräder zu einem vergünstigten Preis
Postauto Aarau	Anfragen Transport zum Bänkerjoch und nach Linn

Tabelle 18: Beteiligte Unternehmen

## 12. Finanzierung

Das Angebot „Pedalitto“ soll im ersten Jahr selbsttragend sein und spätestens im zweiten Jahr einen Gewinn erzielen, damit die Routen instand gehalten werden können. Die Gesamtausgaben des Angebotes „Pedalitto“ belaufen sich auf Fr. 2'820.00. Die 30 Wegweiser werden durch eine Behinderertenwerkstätte hergestellt und subventioniert. Total Fr. 1'200 sollten durch Sponsoring Beträge gedeckt werden. Die Mobiliarversicherung in Bern wäre bereit das Projekt, nach Einreichung eines Unterstützungsgesuchs, mit einem Betrag von Fr. 500.00 zu unterstützen (Claudia Moosmann, Direktionsassistentin Mobiliarversicherung Bern, persönliche Mitteilung 4.4.2010). Andere Sponsoren wurden noch nicht angefragt. Der Fehlbetrag von Fr. 1'620.00 muss durch Einnahmen der Pauschalpreise gedeckt werden.

Ausgaben		Einnahmen	
Broschüre mit Routenkarte 200 Stück für Fr. 4.20	Fr. 840.00	Sponsoring Mobiliar Versicherung	Fr. 500.00
Flyer 600 Stück für Fr. 0.90	Fr. 540.00	Sponsoring 1	Fr. 300.00
Wegweiser 30 Stück	Fr. 900.00	Sponsoring 2	Fr. 200.00
Positionierung Wegweiser Fr. 45.00/Stunde, Aufwand 12 Stunden	Fr. 540.00	Sponsoring 3	Fr. 200.00
		<b>Verlust</b>	<b>Fr. 1'620.00</b>
<b>Kosten Total</b>	<b>Fr. 2'820.00</b>	<b>Kosten Total</b>	<b>Fr. 2'820.00</b>

Tabelle 19: Übersicht Ausgaben/Einnahmen

### 12.1. Preiszusammenstellung

Bei der Drei-Tages-Route werden drei verschiedene Pauschalpreise angeboten: „Budget“, „Standard“ und „Komfort“. Bei der Zwei-Tages-Route können die Pauschalpreise „Budget“ und „Komfort“ gebucht werden.

Aufgrund der Vereinbarungen mit den verschiedenen Partnern, können die einzelnen Dienstleistungen zu einem niedrigeren Preis (Einstandspreis) erworben werden, als sie der Gast zu bezahlen hat (Bruttoeinstandspreis). Diese Differenz wird nachfolgend „Marge“ genannt. Weist man die Summe der einzelnen Margen je Dienstleistung aus, so wird ersichtlich, wie viel Gewinn insgesamt pro verkauftes Pauschalangebot resultiert, nachfolgend „Total-Marge“ genannt.

Da im ersten Jahr mit einer kleineren Anzahl an Gästen zu rechnen ist, wird ein mittlerer Schätzwert von 100 Personen angenommen. Falls das Angebot verhältnismässig schlecht ankommen sollte, wird mit einer Mindestanzahl von 50 Personen gerechnet („Szenario: mager“). Damit die Differenz von Fr. 1'620.00 gedeckt werden kann, müssen, wenn 100 Personen das Angebot buchen, mindestens Fr. 16.20 pro Person zusätzlich eingenommen werden. Bei einer Teilnehmeranzahl von total 50 Personen, liegt der erforderliche Betrag bei Fr. 32.40.

Unter Annahme (starke Vereinfachung), dass alle Angebote gleich oft gebucht werden, ergibt sich allein aus den Margen, welche aus dem Unterschied zwischen Brutto- und Nettoeinstandspreis entstehen, ein durchschnittlicher Gewinn pro Angebot in der Höhe von Fr. 15.95. Allerdings ist davon auszugehen, dass insgesamt eher mehr Kinder als Erwachsene teilnehmen werden und somit der Gewinn eher niedriger sein wird. Somit können selbst bei einer Teilnehmeranzahl von 100 Personen die Fixkosten nicht gedeckt werden. Aus diesem Grund wird je Angebotsart ein variierender „Kostendeckungszuschlag“ erhoben, welcher dazu führt, dass der Verkaufspreis jeweils knapp über dem Break-Even-Point zu liegen kommt und zudem preismarketingtechnisch attraktiv aussieht. Dieser Kostendeckungszuschlag wird in unten stehenden Tabellen 21 und 23 in Prozent ausgewiesen.

### Preisfestlegung für Drei-Tages-Route

Mögliche Margen durch Differenz zwischen Einkaufs- und Verkaufspreis der einzelnen Dienstleistung

	Bruttoeinstandspreis	Nettoeinstandspreis	Marge in %	Marge in Fr.	Pauschalangebot "Budget"	Pauschalangebot "Standard"	Pauschalangebot "Komfort"
<b>Erwachsene</b>							
Hotel Adler inkl. Frühstück (Doppelzimmer; EZ Zuschlag Fr. 44.00)	Fr. 44.00	Fr. 33.00	25.00%	Fr. 11.00	Fr. 33.00	Fr. 33.00	
Hotel Platanenhof, inkl. Frühstück (Doppelzimmer; EZ Zuschlag Fr. 120)	Fr. 120.00	Fr. 80.00	33.30%	Fr. 40.00			Fr. 80.00
Bauernhof Eichhof (Schlafen im Stroh) inkl. Frühstück	Fr. 23.00	Fr. 21.00	8.70%	Fr. 2.00	Fr. 21.00		
Bergwerksilo (4-Bett-Belegung)	Fr. 50.00	Fr. 45.00	10.00%	Fr. 5.00		Fr. 45.00	Fr. 45.00
Transfer Postauto (Bänkerjoch)	Fr. 9.00	Fr. 9.00	0.00%	Fr. 0.00	Fr. 9.00	Fr. 9.00	Fr. 9.00
Sauriermuseum, Frick	Fr. 4.00	Fr. 3.50	12.50%	Fr. 0.50	Fr. 3.50	Fr. 3.50	Fr. 3.50
Dampflokomotive, Schinznach-Dorf	Fr. 12.00	Fr. 10.00	16.60%	Fr. 2.00	Fr. 10.00	Fr. 10.00	Fr. 10.00
Biobad, Biberstein	Fr. 5.00	Fr. 4.20	16.00%	Fr. 0.80	Fr. 4.20	Fr. 4.20	Fr. 4.20
<b>Bruttoeinstandspreis</b>					<b>Fr. 97.00</b>	<b>Fr. 124.00</b>	<b>Fr. 200.00</b>
<b>Nettoeinstandspreis</b>					<b>Fr. 80.70</b>	<b>Fr. 104.70</b>	<b>Fr. 151.70</b>
<b>Total-Marge</b>					<b>Fr. 16.30</b>	<b>Fr. 19.30</b>	<b>Fr. 48.30</b>
<b>Kinder</b>							
Hotel Adler inkl. Frühstück (Doppelzimmer; EZ Zuschlag Fr. 44.00)	Fr. 44.00	Fr. 33.00	25.00%	Fr. 11.00	Fr. 33.00	Fr. 33.00	
Bauernhof Eichhof (Schlafen im Stroh) inkl. Frühstück	Fr. 13.00	Fr. 13.00	0.00%	Fr. 0.00	Fr. 13.00		
Hotel Platanenhof, inkl. Frühstück (Kinder bis 15 Jahre)	Fr. 70.00	Fr. 46.70	33.30%	Fr. 23.30			Fr. 46.70
Bergwerksilo (4-Bett-Belegung)	Fr. 35.00	Fr. 31.50	10.00%	Fr. 3.50		Fr. 31.50	Fr. 31.50
Transfer Postauto (Bänkerjoch)	Fr. 7.00	Fr. 7.00	0.00%	Fr. 0.00	Fr. 7.00	Fr. 7.00	Fr. 7.00
Sauriermuseum, Frick	Fr. 2.00	Fr. 1.75	12.50%	Fr. 0.25	Fr. 1.75	Fr. 1.75	Fr. 1.75
Dampflokomotive, Schinznach-Dorf	Fr. 6.00	Fr. 5.00	16.60%	Fr. 1.00	Fr. 5.00	Fr. 5.00	Fr. 5.00
Biobad, Biberstein	Fr. 2.00	Fr. 1.70	16.00%	Fr. 0.30	Fr. 1.70	Fr. 1.70	Fr. 1.70
<b>Bruttoeinstandspreis</b>					<b>Fr. 74.00</b>	<b>Fr. 96.00</b>	<b>Fr. 122.00</b>
<b>Nettoeinstandspreis</b>					<b>Fr. 61.45</b>	<b>Fr. 79.95</b>	<b>Fr. 93.65</b>
<b>Total-Marge</b>					<b>Fr. 12.55</b>	<b>Fr. 16.05</b>	<b>Fr. 28.35</b>

Tabelle 20: Berechnung Preise Drei-Tages-Route

Annahme, dass 100 Personen im ersten Jahr das Angebot buchen.

Preis für Erwachsene	Pauschalangebot "Budget"	Pauschalangebot "Standard"	Pauschalangebot "Komfort"	Preis für Kinder	Pauschalangebot "Budget"	Pauschalangebot "Standard"	Pauschalangebot "Komfort"
	Nettoeinstandspreis	Fr. 80.70	Fr. 104.70		Fr. 151.70	Nettoeinstandspreis	Fr. 61.45
Kostendeckungszuschlag	19.82%	15.50%	10.70%	Kostendeckungszuschlag	26.36%	20.26%	17.29%
Break-Even-Point	Fr. 96.90	Fr. 120.90	Fr. 167.90	Break-Even-Point	Fr. 77.65	Fr. 96.15	Fr. 109.85
Gewinnmarge	0.10%	0.08%	0.06%	Gewinnmarge	3.02%	6.08%	26.53%
<b>Verkaufspreis</b>	<b>Fr. 97.00</b>	<b>Fr. 121.00</b>	<b>Fr. 168.00</b>	<b>Verkaufspreis</b>	<b>Fr. 80.00</b>	<b>Fr. 102.00</b>	<b>Fr. 139.00</b>

Tabelle 21: Annahme Buchung von 100 Personen

Um den Break-Even-Point zu erreichen, wird bei der Annahme, dass 100 Personen das Angebot buchen ein Kostendeckungszuschlag von 14.5% bei den Erwachsenen und 21.30% bei den Kindern hinzugefügt. Bei der Annahme, dass 50 Personen teilnehmen, müsste der Kostendeckungszuschlag bei den Erwachsenen 30.80% und bei den Kindern 41.38% betragen (bei der Zwei-Tages-Route sogar 60.4% für die Erwachsenen und 173.50% für die Kinder (siehe Anhang)). Da er somit unverhältnismässig gross werden würde, wäre beim „Szenario: mager“- also falls nur 50 Personen das Angebot buchen sollten - ein Defizit in der Höhe von Fr. 822.25 (siehe Berechnung Kapitel 12.2. Defizitberechnung bei 50 Teilnehmern) in Kauf zu nehmen.

Die Pauschalpreise wurden wie folgt festgelegt (Berechnungsbasis 100 Personen):

<b>Erwachsene:</b>	„Budget“	Fr. 97.00	<b>Kinder:</b>	„Budget“	Fr. 80.00
	„Standard“	Fr. 121.00		„Standard“	Fr. 102.00
	„Komfort“	Fr. 168.00		„Komfort“	Fr. 139.00

Die Gewinnmarge ist bei diesen Preisen sehr klein. Es besteht das Problem, dass, wenn die Gewinnmarge erhöht wird, es den Gast mehr kosten würde, als wenn er die einzelnen Angebote selbständig buchen würde. Um kein Defizit zu erwirtschaften, müssen mindestens 100 Personen, das Angebot buchen.

### Preisfestlegung für Zwei-Tages-Route

Mögliche Margen durch Differenz zwischen Einkaufs- und Verkaufspreis der einzelnen Dienstleistung

	Bruttoeinstandspreis	Nettoeinstandspreis	Marge in %	Marge in Fr.	Pauschalangebot "Budget"	Pauschalangebot "Komfort"
<b>Erwachsene</b>						
Bauernhof Eichhof (Schlafen im Stroh) inkl. Frühstück	Fr. 23.00	Fr. 21.00	8.70%	Fr. 2.00	Fr. 21.00	
Bergwerksilo (4-Bett-Belegung)	Fr. 50.00	Fr. 45.00	10.00%	Fr. 5.00		Fr. 45.00
Transfer Postauto (Bänkerjoch)	Fr. 9.00	Fr. 9.00	0.00%	Fr. 0.00	Fr. 9.00	Fr. 9.00
Dampflokomotive, Schinznach-Dorf	Fr. 12.00	Fr. 10.00	16.60%	Fr. 2.00	Fr. 10.00	Fr. 10.00
Biobad, Biberstein	Fr. 5.00	Fr. 4.20	16.00%	Fr. 0.80	Fr. 4.20	Fr. 4.20
<b>Bruttoeinstandspreis</b>					<b>Fr. 49.00</b>	<b>Fr. 76.00</b>
<b>Nettoeinstandspreis</b>					<b>Fr. 44.20</b>	<b>Fr. 68.20</b>
<b>Total-Marge</b>					<b>Fr. 4.80</b>	<b>Fr. 7.80</b>
<b>Kinder</b>						
Bauernhof Eichhof (Schlafen im Stroh) inkl. Frühstück	Fr. 13.00	Fr. 13.00	0.00%	Fr. 0.00	Fr. 13.00	
Bergwerksilo (4-Bett-Belegung)	Fr. 35.00	Fr. 31.50	10.00%	Fr. 3.50		Fr. 31.50
Transfer Postauto (Bänkerjoch)	Fr. 7.00	Fr. 7.00	0.00%	Fr. 0.00	Fr. 7.00	Fr. 7.00
Dampflokomotive, Schinznach-Dorf	Fr. 6.00	Fr. 5.00	16.60%	Fr. 1.00	Fr. 5.00	Fr. 5.00
Biobad, Biberstein	Fr. 2.00	Fr. 1.70	16.00%	Fr. 0.30	Fr. 1.70	Fr. 1.70
<b>Bruttoeinstandspreis</b>					<b>Fr. 28.00</b>	<b>Fr. 50.00</b>
<b>Nettoeinstandspreis</b>					<b>Fr. 26.70</b>	<b>Fr. 45.20</b>
<b>Total-Marge</b>					<b>Fr. 1.30</b>	<b>Fr. 4.80</b>

Tabelle 22: Berechnung Preise Zwei-Tages-Route



Um den Erlös aus den 50 verkauften Angeboten zu errechnen, werden die Gewinnmargen der einzelnen Angebotskategorien mit fünf multipliziert (fünf Teilnehmer je Kategorie) und die Ergebnisse summiert. Der Erlös beträgt somit: Fr 961.25.

Wird dieser Erlös von den Fr. 1620.00 (noch zu deckender Aufwand) abgezogen, so ergibt sich der effektive Verlust für das „Szenario mager“ in der Höhe von: Fr 658.75, was einem Verlust von Fr. 13.20 pro verkauftem Angebot entspricht.

### 13. Konkurrenzanalyse

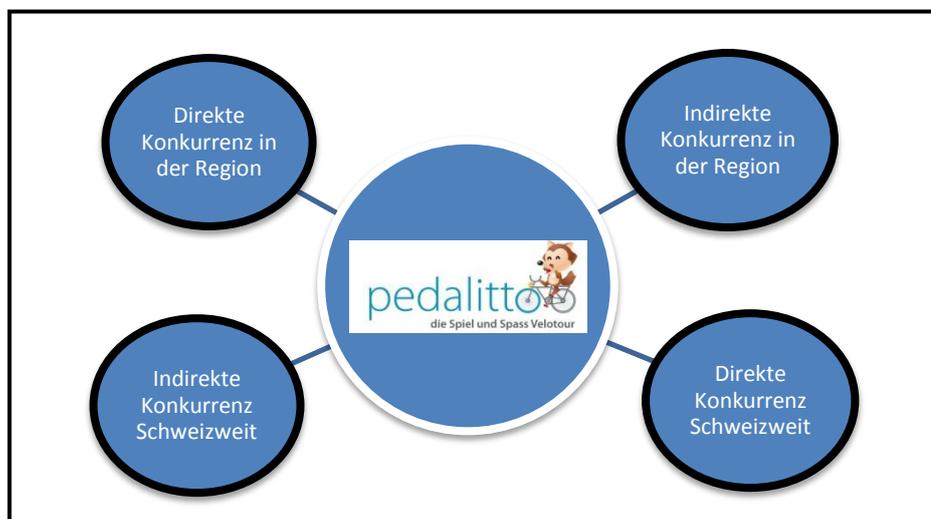


Abbildung 28: Konkurrenzanalyse

#### 13.1 Direkte Konkurrenz in der Region

##### Hochrheinland zwischen Laufenburg – Bad Säckingen – Rheinfelden

Velotour für Familien mit Kindern dem Rhein entlang (Kultur- und Verkehrsamt Laufenbrug, Kurverwaltung Bad Säckingen, Tourismusbüro Rheinfelden, Hochrheinland Radwanderkarte).

#### 13.2. Direkte Konkurrenz schweizweit

##### Im Weinland zwischen Schaffhausen und Winterthur

Mit dem Velo gehts von Schaffhausen in zwei Tagen über Rheinau, Marthalen bis nach Winterthur (vgl. Sonja Fritsche, 2009).

### **Die Strohtour durch 3 Kantone**

Die Strecke führt von Sargans über Montlingen, Thal, Kümmerthausen und Marthalen bis nach Schaffhausen. Die Reisezeit beträgt je nach Route zwischen drei und sechs Tagen (vgl. ebd.).

### **Entspannen und geniessen im Natur-Pool**

Diese Tour beginnt in Gossau und führt über Waldkirch, Kümmerthausen nach Kreuzlingen. Für diese Strecke werden ca. 3 Tage benötigt. Höhepunkt dieser Strohtour ist die Übernachtung auf der Wellnessfarm in Kümmerthausen (vgl. ebd.).

### **Bodensee-Radweg Strohtour für Familien mit Kindern**

Individuelle Velotour, 6 Tage/5 Nächte, ca. 120 km per Rad,  
Die Strohtour – Erlebnisradeln am Bodensee – mit Übernachtung auf Bauernhöfen und Gepäcktransport (vgl. Bodensee-Radweg Service GmbH).

## **13.3. Indirekte Konkurrenz in der Region**

### **SlowUp Hochrhein**

Bad Säckingen, Stein, Münschwilen, Sisseln, Eiken, Kaisten, Laufenbrug (CH), Laufenbrg (D), Murg (vgl. Slowup Hochrhein, 2010).

### **Radroute Nr. 5 Baden – Brugg – Aarau – Olten**

Velotour von der Limmatstadt Baden zur Reuss und weiter der Aare entlang bis nach Olten.  
Distanz: 49 km, Höhenmeter: ca. 100 m, Saison: März bis November (vgl. Tourenguide.ch, 2009 a)

### **Radroute Nr. 3 Aarau – Sursee – Sempach – Luzern**

Von Aarau auf historischen Routen durchs Mittelland bis nach Luzern.  
Distanz: 55.5 km, Höhenmeter: ca. 170 m, Saison: März bis November (vgl. Tourenguide.ch, 2001 b)

## **13.4. Indirekte Konkurrenz schweizweit**

### **Greifenseeetour**

Der Greifensee ist ein ideales Ausflugsziel für Familien mit Kindern. Er ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln einfach erreichbar und bietet Raum für Sport, Spiel und Erholung.

Distanz: 21 km, Dauer 1-2 Stunden (vgl. VeloAgenda)

### **Globis Velokarte Schweiz**

100 Velotouren für die ganze Familie durch die Schweiz (vgl. Swisstravelcenter.ch, 2009).

**Bike-Klassiker Zugerberg, Zug**

Der Zugerberg, ein Zentralschweizer Bike-Klassiker, der fast das ganze Jahr über befahrbar bleibt.

Distanz: 30.2 km, Steigungsmeter: 290 m, Fahrzeit: 2 – 3 Stunden (vgl. Schweiz Tourismus a)

**Natur pur im Gasterntal, Kandersteg**

Das wildromantische Gasterntal unterhalb des Lötschenpasses begeistert mit Natur pur.

Distanz: 20 km, Steigungsmeter: 337 m, Fahrzeit: 1.30 – 2.30 Stunden (vgl. Schweiz Tourismus b)

**Nidsi-Obsi-Tour Kandersteg**

Lockerer "cruisin' down" mit der ganzen Familie von Kandersteg hinunter an den Thunersee.

Distanz: 30 km, Steigungsmeter: 120 m, Fahrzeit: 2 – 3 Stunden (vgl. Schweiz Tourismus c)

**Spritz-Tour auf der Vue des Alpes, Neuenburg**

Kurzer Biketrip mit grandioser Aussicht von der Vue des Alpes.

Distanz: 7.3 km, Steigungsmeter: 230 m, Fahrzeit: 1 – 2 Stunden (vgl. Schweiz Tourismus d)

**Tal-Tour Süd, Nr. 601, Lenzerheide**

Die Familientour.

Distanz: 17.3 km, Steigungsmeter: 384 m, Fahrzeit: 1 – 2 Stunden (vgl. Schweiz Tourismus e)

**14. Marketing-Analyse**

Um das Angebot „Pedalitto“ optimal bei den Kunden bekannt zu machen, wurde die Bevölkerung befragt, wo sie am ehesten auf eine mehrtägige Velotour aufmerksam werden (Umfrage).



**Tabelle 26: Aufmerksamkeitsanalyse für touristisches Angebot (Umfrage)**

Die meist genutzten Informationsquellen sind Freunde/Bekannte mit 63.5% und das Internet mit 50.7%. Weniger oft benutzt werden Werbeprospekte (30%), Zeitungsinsertate (24.9%), allgemeine

Zeitschriften (23%) und Plakate (21.5%). Informationen aus dem Tourismusbüro werden ebenfalls nur von 20.6% eingeholt. Am wenigsten beliebt sind Artikel in Fachzeitschriften 10.5%.

Detailliertere Informationen möchten 85.7% der befragten Personen im Internet einholen können. Die Zusendung von Prospektmaterial wird von 39.2% geschätzt, gefolgt von der persönlichen Beratung im Tourismusbüro von 30.1%. Interessant ist, dass die befragten Personen nicht in ein Tourismusbüro gehen, um Ideen für Ausflüge zu erhalten, dort aber gerne weitere Informationen über ein bestimmtes Angebot einholen. Prospekte im Parkbüro und die persönliche Beratung am Telefon wird nur von wenigen eingeholt (Umfrage).



**Tabelle 27: Einholung Information zu touristischem Angebot (Umfrage)**

Für das Angebot „Pedalitto“ wurden somit folgende Marketingmittel gewählt: Broschüre/Guide, Internetauftritt, Flyer und iPhone-Applikation. (siehe Kapitel 14.2. Marketingmöglichkeiten)

### 14.1. Logo (Eigenkreation)

Das Logo beruht auf eigener Idee und wurde in Zusammenarbeit mit einer Polygraphin entwickelt und gestaltet. Es hat einen Wert von rund Fr.1'200.00 (Sarah Jakob, Polygraphin, persönliche Mitteilung 15.7.2010). Es soll die Kinder und die erwachsenen Personen ansprechen. Das Wort „Pedalitto“ wurde zusammengestellt aus dem Wort Pedal, mit welchem die Fortbewegung auf dem Velo erzeugt wird und den Zusatz „itto“, welcher im Italienischen und Spanischen als Verkleinerungsform gebraucht wird (allerdings nur mit einem „t“). Im Jurapark Aargau sind unter anderem Fuchse weit verbreitet. Der Slogan „die Spiel und Spass Velotour“ weist auf die verschiedenen Sehenswürdigkeiten und Attraktionen hin, wobei der Spass im Vordergrund stehen soll.



**Abbildung 29: Logo**

## **14.2 Marketingmöglichkeiten**

### **14.2.1. Broschüre**

Die Broschüre ist ein 18-Seitiger Faltprospekt im Format A5 und wurde ebenfalls in Zusammenarbeit mit der Polygraphin erarbeitet und gestaltet. Das Gras in der unteren Hälfte der Broschüre wieder spiegelt die Wiesen. Die Farben wurden gezielt ausgewählt und auf die Natur abgestimmt.

Die Broschüre enthält die Routenkarten, die Routenbeschriebe, die Sehenswürdigkeiten sowie Attraktionen und Übernachtungsmöglichkeiten mit einer kurzen Beschreibung. Ebenfalls werden Sponsoring-Logos, Notfallnummern, Velo-Mechaniker, Mietstellen und Tipps für das Velofahren aufgeführt.

Die Broschüre wird in den Partnerbetrieben des Juraparks Aargau (siehe Kapitel 11.1. Partner/Sponsoren) den Velo Werkstätten und in den Betrieben, die Fahrräder vermieten (in der Region), aufgelegt. Zusätzlich wird sie an die Restaurants der Genussstrasse abgegeben.



Tabelle 28: Broschüre Titelseite



Abbildung 30: Broschüre Seiten 1 und 2

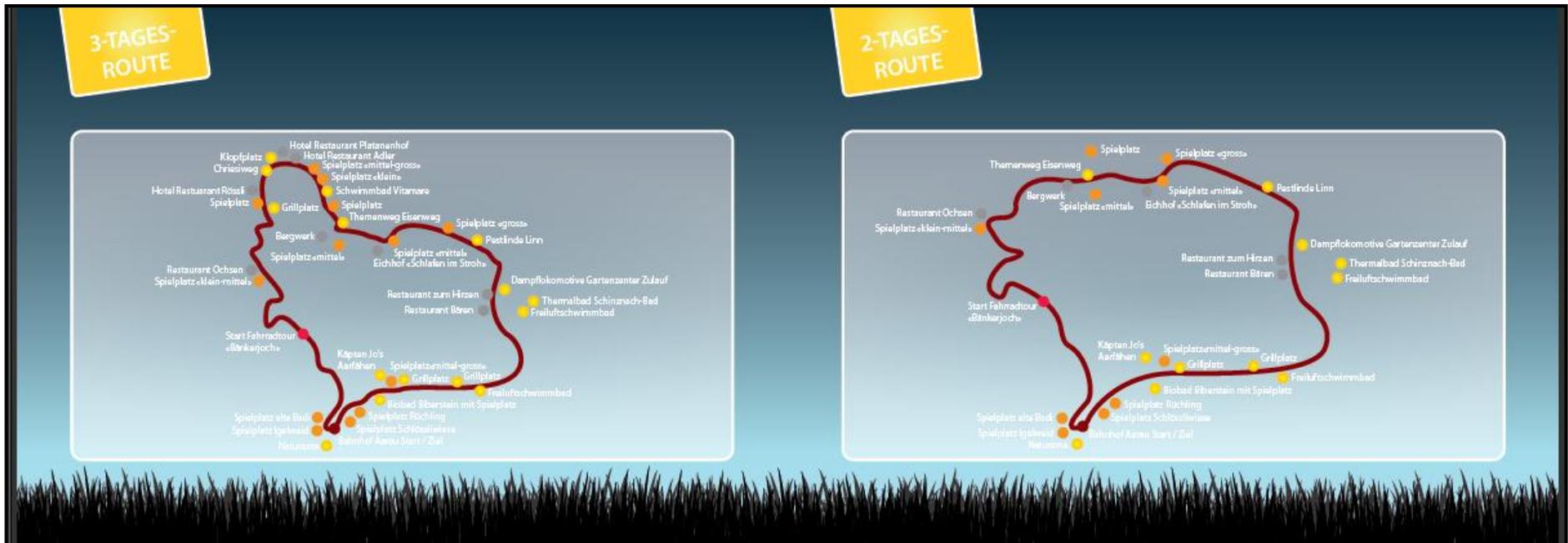


Abbildung 31: Broschüre Seiten 3 und 4

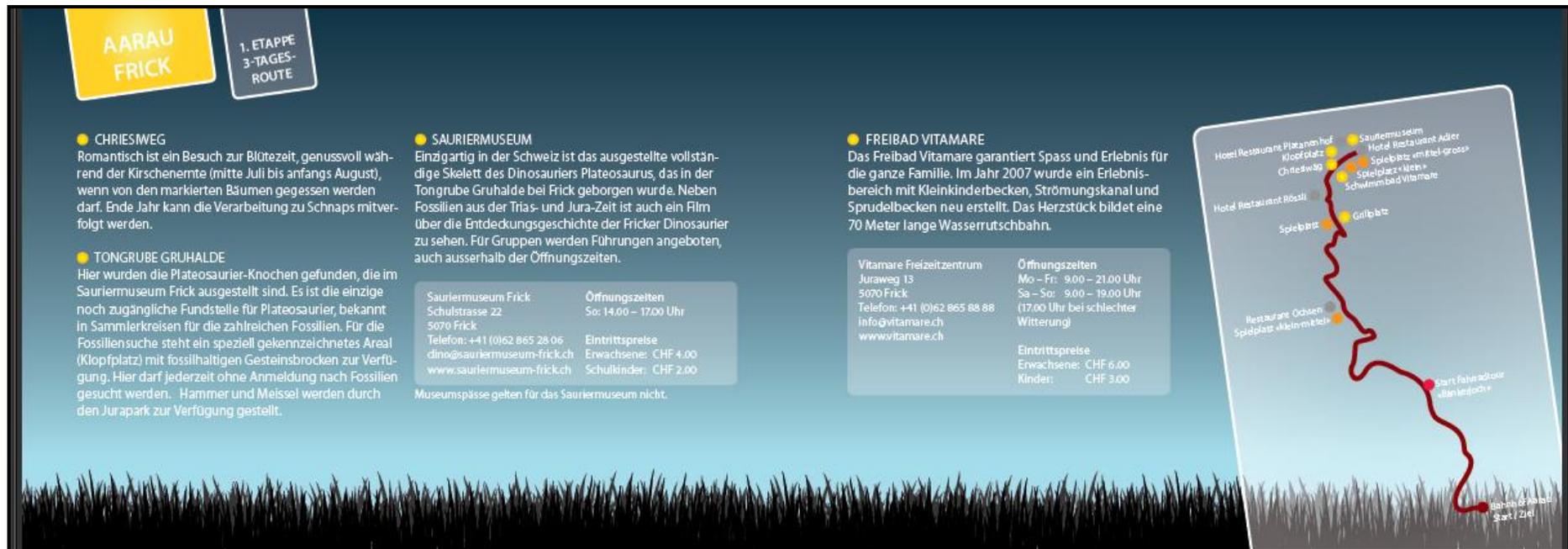


Abbildung 32: Broschüre Seiten 5 und 6



Abbildung 33: Broschüre Seiten 6 und 7



Abbildung 34: Broschüre Seiten 8 und 9

AARAU  
HERZNACH

1. ETAPPE  
2-TAGES-  
ROUTE

**THEMENWEG EISENWEG**  
Themenweg im Aargauer Jura von Wölflinswil über Herznach bis auf den Zeller Homberg. Zehn Thementafeln informieren über Eisen und Bergwerke. Höhepunkt ist das Herznacher Bergwerk, von 1937 bis 1967 wurde hier Erz abgebaut. Die Schürfstelle «Ueker Weichlen» und die Bohnerzfundstelle Summerhalde in Zelhen sind weitere Zeitzeugen. Für die ganze Route (13 km) braucht man dreieinhalb Stunden. Ganz- oder Halbtages-Tour; auch mit Kleinbus möglich (ab 10 Personen) oder mit Geländewagen. (Auch als geführte Tour buchbar)

**EICHHOF**  
Wer das Aussergewöhnliche sucht, hat hier eine echte Alternative zum Federbett. Jeweils von Anfang Mai bis Ende Oktober stehen 30 Schlafplätze im Stroh und 10 Matratzenplätze zur Verfügung – ideal für grosse und kleine Gruppen. Gutbürgerliche warme und kalte Mahlzeiten werden auf Bestellung zubereitet, das Frühstück ist inbegriffen. Auch Zeltplatz und Grill stehen zur Verfügung. Nebst der grossen Spielwiese und den Eseln zum Anfassen erhält man Einblick in die Milchwirtschaft, die Rindermast, den Ackerbau, die Obstbewirtschaftung und den Rebbau.

**BERGWERKSILO HERZNACH**  
Mit der Inbetriebnahme des Herznacher Bergwerks 1937 begann ein neues Kapitel der Fricktaler Bergbaugeschichte. Heute ist das Bergwerkareal in Privatbesitz. Der Silo ist zu einem Wohnhaus mit Bed & Breakfast ausgebaut, die Stollenbahn wird schrittweise wieder in Betrieb genommen und eine Ammonitensammlung zeigt die Funde aus dem Untergrund.

Werner und Catherine Gasser    Preise  
Eichhof 161    Erwachsene: CHF 23.00  
5027 Herznach    Schulkinder: CHF 13.00  
Telefon +41 (0) 62 826 12 29  
info@eichhof161.ch  
www.eichhof161.ch

Bergwerksilo  
Bergwerkstrasse 36  
5027 Herznach  
Telefon +41 (0)62 534 02 44  
info@bergwerksilo.ch  
www.bergwerksilo.ch

Einzelzimmer	CHF 80.00	Zimmerpreis inkl. Frühstück
Doppelzimmer	CHF 70.00	
4-Bett-Zimmer	CHF 50.00	
Kinder bis 10 Jahre	CHF 35.00	

Abbildung 35: Broschüre Seiten 10 und 11

Seite 67

HERZNACH  
AARAU

3. ETAPPE  
3-TAGES-ROUTE

2. ETAPPE  
2-TAGES-ROUTE

**● BAUMRIESE – DIE PESTLINDE VON LINN**  
Auf dem Jurahöhenweg von Brugg zur Linner Linde und weiter hinauf bis zur Staffelegg. Die 800-jährige Linde von Linn ist eine Natursehenswürdigkeit und bekannter Aussichtspunkt auf dem Bözberg-Plateau. Der Legende nach pflanzte Ende 1668 der letzte Linner die Linde auf das Grab der durch die Pest dahingerafften Linner. Die Linde am Dorfrand ist seither die Garantie dafür, dass die Pest nie wieder ausbricht. Sie war und ist Treffpunkt des Dorfes zum geselligen Zusammensein.

**● DAMPFLOKOMOTIVE GARTENZENTER ZULAUF**  
Die einzige Dampfeisenbahn der Schweiz mit einer Spurweite von 600 mm führt durch die Baumschule. Dampfbetrieb von Mitte April bis Mitte Oktober, der «Hauptbahnhof» ist beim Hintereingang des Gartencenters Zulauf. Die Fahrt dauert 25 Minuten. Die Bahn kann auch für Extrafahrten gemietet werden. Das Baumschul-Café, drei Picknickplätze und ein Grillplatz laden die Gäste zum Verweilen ein.

**● FREILUFTSCHWIMMBAD RUPPERSWIL – AUENSTEIN**  
Das Wasser ist auf ca. 25 Grad beheizt.

**Zulauf AG**  
Baumschule, Garten-Center,  
Bonsai-Center, Dampfbahn  
Degerfeldstrasse 4  
5107 Schinznach-Dorf  
Telefon +41 (0)56 463 62 62  
Info@zulaufquelle.ch  
www.schbb.ch

**Preise Dampfbahnfahrten**  
Erwachsene: CHF 6.00  
Kinder bis 16 Jahre: CHF 3.00  
Kinder bis 6 Jahre: gratis

**Preise Gartencenters**  
Erwachsene: CHF 12.00  
Kinder: CHF 6.00  
Familien-Tageskarte: CHF 30.00

**Freiluftschwimmbad Rapperswil – Auenstein**  
Werkstrasse 1  
5105 Auenstein  
Telefon +41 (0)62 897 13 10

**Öffnungszeiten**  
April - Mai: 9.00 – 19.00 Uhr

**Eintrittspreise**  
Erwachsene: CHF 4.50  
Studenten: CHF 3.00  
Kinder: CHF 2.00

**● FREILUFTSCHWIMMBAD SCHINZNACH**  
Das Schwimmbad Schinznach liegt am Anfang des malerischen Schenkenbergtals, am Westufer der Aare und ist ein Familien- und Plauschbad.

**Eintrittspreise**  
Erwachsene: CHF 4.00  
Schüler/Studenten: CHF 2.00

The map shows a route starting from Schinznach, passing through Aarau, Rapperswil, and ending in Schinznach. Key stops include: Spielplatz gross, Spielplatz mittel, Pestlinde Linn, Dampflokomotive, Thermenbad Schinznach Bad, Freiluftschwimmbad, Grillplatz, Freiluftschwimmbad, Bobad Biberstein mit Spielplatz, Grillplatz, Spielplatz Buchberg, Spielplatz Schössliwiese, Badinsel Aarau Seen / Ziel, Hausarena, Spielplatz alte Bad, Spielplatz zwitzi-gross, Kloten Joh. Aertlihan, and Spielplatz zwitzi-gross.

Abbildung 36: Broschüre Seiten 12 und 13

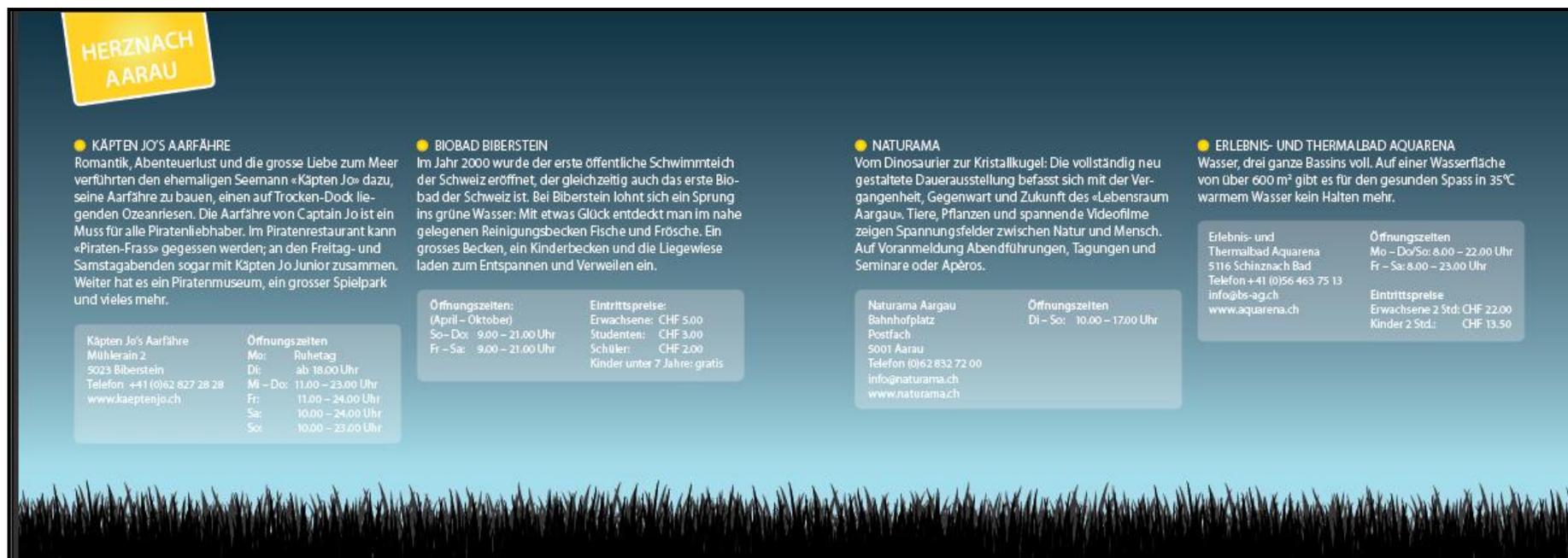


Abbildung 37: Broschüre Seiten 14 und 15



Abbildung 38: Broschüre Seiten 16 und 17

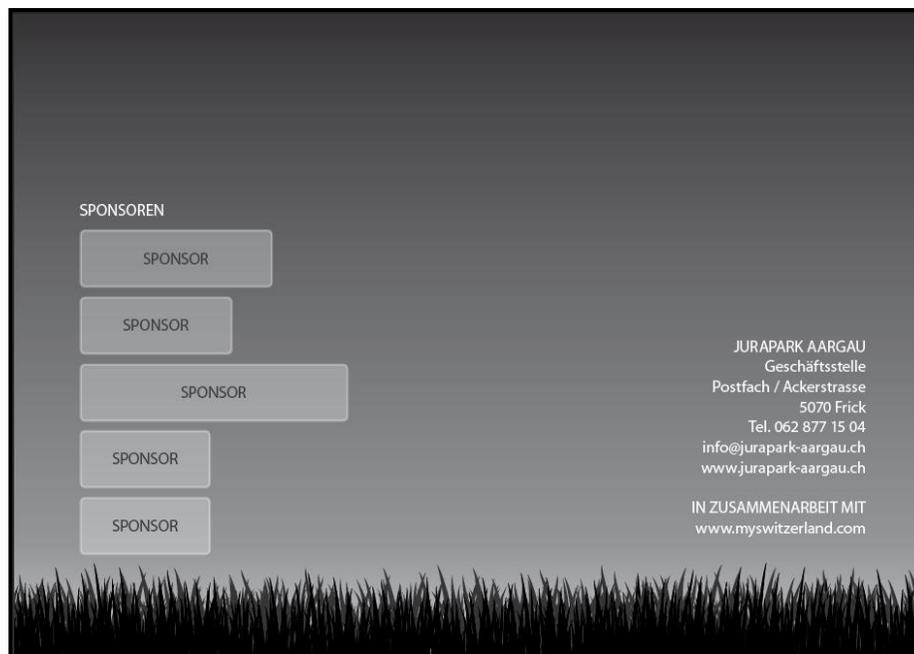


Abbildung 39: Broschüre Seite 18

### 14.2.2. Daten für GPS und Google Earth

Die genauen Daten der Routen können während einem Jahr kostenlos von der Website [www.stnet.ch/st/pedalitto/](http://www.stnet.ch/st/pedalitto/) im gpx-Format für GPS-Geräte (z.B. Garmin<sup>7</sup>) oder im kmz-Format für Google Earth heruntergeladen werden. Ebenfalls könnten die Daten jederzeit auf der Website des Juraparks Aargau zum Herunterladen bereitgestellt werden.

The screenshot shows the Pedalitto website interface. At the top, there is a navigation bar with the URL <http://www.stnet.ch/st/pedalitto/>. The main content area features a welcome message: "WILLKOMMEN ZU «PEDALITTO DIE SPIEL UND SPASS VELOTOUR»" accompanied by the Pedalitto logo, which depicts a cartoon dog on a bicycle. Below the logo, there is a detailed description of the tours, mentioning routes between Aare and Rhein, and highlighting the "Drei-Tages-Route" and "Zwei-Tages-Route". A table of prices is provided for both routes, with options for Budget, Standard, and Komfort. Further down, there are sections for "Karten und Profile / Downloads GoogleEarth und GPS-Gerät / iPhone Applikation". The "Drei Tages Tour" section lists three stages with links for maps (Karte), profiles (Profil), and downloads in kmz and gpx formats. The "Zwei Tages Tour" section lists two stages with similar links. Finally, the "iPhone Applikation" section provides information about the "Geolives" app, including a login username (pedalitto) and password (jurapark), and a link to the download manual.

**WILLKOMMEN ZU «PEDALITTO DIE SPIEL UND SPASS VELOTOUR»**

Fahren Sie mit dem Velo individuell zwei oder drei Tage durch unberührte Naturlandschaften zwischen Aare und Rhein. Die Routen führen auf offiziellen Radwegen von SchweizMobil zu verschiedenen Sehenswürdigkeiten und Attraktionen im Jurapark Aargau. Von Aarau bringt Sie das Postauto zum «Bänkerjoch», wo die Velotour startet.

Auf der **Drei-Tages-Route** radeln Sie nach Frick, wo verschiedene Sehenswürdigkeiten und Attraktionen auf Sie warten. Am zweiten Tag geht die Route weiter nach Herznach, hier wird im einmaligen Bergwerk Silo oder auf dem Bauernhof übernachtet. Die Rückfahrt nach Aarau ist die letzte Etappe. Auch hier gibt es verschiedene Attraktionen wie die Aarfähre von Captain Joe oder das Biobad in Biberstein.

Auf der **Zwei-Tages-Route** wird vom Bänkerjoch direkt nach Herznach geradelt. Die Sehenswürdigkeiten und Attraktionen sind ab Herznach dieselben wie auf der Drei-Tages-Route.

Viel Spass beim Erkunden der Parklandschaft des Juraparks Aargau

Preise Drei-Tages-Route	«Budget»	Erwachsene: Fr. 97.–	Kinder: Fr. 80.–
	«Standard»	Erwachsene: Fr. 121.–	Kinder: Fr. 102.–
	«Komfort»	Erwachsene: Fr. 168.–	Kinder: Fr. 139.–

Preise Zwei-Tages-Route	«Budget»	Erwachsene: Fr. 61.–	Kinder: Fr. 45.–
	«Komfort»	Erwachsene: Fr. 85.–	Kinder: Fr. 67.–

**Karten und Profile / Downloads GoogleEarth und GPS-Gerät / iPhone Applikation**

**Drei Tages Tour**

Etappe	Karte	Profil	kmz	gpx
Etappe 1: Aarau – Frick	<a href="#">Karte</a>	<a href="#">Profil</a>	<a href="#">kmz</a>	<a href="#">gpx</a>
Etappe 2: Frick – Herznach	<a href="#">Karte</a>	<a href="#">Profil</a>	<a href="#">kmz</a>	<a href="#">gpx</a>
Etappe 3: Herznach – Aarau	<a href="#">Karte</a>	<a href="#">Profil</a>	<a href="#">kmz</a>	<a href="#">gpx</a>
alle drei Etappen	<a href="#">Karte</a>	<a href="#">Profil</a>	<a href="#">kmz</a>	<a href="#">gpx</a>

**Zwei Tages Tour**

Etappe	Karte	Profil	kmz	gpx
Etappe 1: Aarau – Herznach	<a href="#">Karte</a>	<a href="#">Profil</a>	<a href="#">kmz</a>	<a href="#">gpx</a>
Etappe 2: Herznach – Aarau	<a href="#">Karte</a>	<a href="#">Profil</a>	<a href="#">kmz</a>	<a href="#">gpx</a>
beide Etappen zusammen	<a href="#">Karte</a>	<a href="#">Profil</a>	<a href="#">kmz</a>	<a href="#">gpx</a>

**iPhone Applikation**

[Applikation "Geolives" \(gratis\)](#)

Username: pedalitto      Passwort: jurapark

[Download Manual zu Pedalitto](#) auf der App Geolives

Abbildung 40: Website Pedalitto

<sup>7</sup> GPS-Empfänger zur satellitengestützten Positionsbestimmung und Navigation

Derartige Datensätze werden heute von Tools wie Geolives „automatisch“ zur Verfügung gestellt. Sie lassen sich problemlos in Plattformen für eine Promotion einbauen und haben eine besonders wirksame Marketingwirkung.

### 14.2.3. Daten für iPhone



**Abbildung 41: Anzahl iPhone-Besitzer**  
(Umfrage)



**Abbildung 42: Nutzung Gratis-Applikation**  
(Umfrage)

Von den befragten Personen besitzen bereits 30.1% ein iPhone. Das iPhone boomt zurzeit wie kein anderes Smartphone. Die Bedienung ist einfach und dank den vielseitigen Applikationen in den unterschiedlichsten Bereichen einsetzbar. Um für den Gast Zeit und Aufwand zu sparen für die Beschaffung der Routenkarten, gibt es auch für das Angebot „Pedalitto“ einen Zugang. Vom App Store wird kostenlos die App „Geolives“ heruntergeladen und die Routen werden dann online auf das Gerät kopiert. Ob die befragten Personen diese Applikation nutzen werden ist nicht klar ersichtlich, 70% beantworteten diese Frage nicht. Ein Grund dafür könnte sein, dass sich viele (noch) nichts unter einer solchen Applikation vorstellen können.

Für den „Pedalitto“ Zugang wurde auf der App „Geolives“ ein Profil (User) erstellt. [www.geolives.ch](http://www.geolives.ch) (oder [www.geolives.com](http://www.geolives.com)) ist ein Kartenportal, wo Routen und Karten von Europa für Outdoor-Aktivitäten runtergeladen respektive gekauft werden können. Das für den an „Pedalitto“ interessierten Besucher erstellte Profil ist mit dem Benutzernamen „pedalitto“ und dem Passwort „jurapark“ versehen. In diesem Profil ist allerdings kein Kartenmaterial vorhanden. Um in der vorliegenden Arbeit zur Erstellung der Routen den Kauf von Karten zu umgehen, wurden sämtliche Routen auf dem Geolives-Portal von „Schweiz Tourismus“ eingezeichnet, und anschliessend die GPX-Koordinaten (GPS Exchange Format) exportiert und ins Profil des „Pedalitto“ wieder importiert.

Die Routeninformationen werden somit in der iPhone App „Geolives“ für den Benutzer „Pedalitto“ angezeigt, nicht aber genaue Karten. Da das iPhone über ein eingebautes GPS (die Geräte 3 GS und 4<sup>8</sup> auch über einen Kompass) verfügt, kann nun also draussen im Jurapark genau nach der vorgeschlagenen Route navigiert werden. Die vollständigen Routenangaben können auch per Email gleich einem Freund zugeschickt werden. Das kostenlose Kartenmaterial stammt von Google, swisstopo Karten lassen sich optional dazukaufen. Zusätzlich zu den Routenlinien sind alle Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten entlang der Strecke eingezeichnet. Die Routen werden auf dem iPhone dann wie folgt angezeigt: (Eine detaillierte Anleitung für die Benutzung der Applikation befindet sich im Anhang)

Dieses hier realisierte Vorgehen soll aufzeigen, welche Möglichkeiten heute bestehen. Einschränkungen bei der Nutzung von Gratis-Accounts zeigen sich und sind in Kauf zu nehmen.

---

<sup>8</sup> iPhone 3. und 4. Generation

### Abbildungen Drei-Tages-Route



Abbildung 43: Ansicht Etappen der Drei-Tages-Route  
(Applikation [www.geolives.ch](http://www.geolives.ch), Login: pedalitto, Passwort: jurapark)

### Abbildungen Zwei-Tages-Route



Abbildung 44: Ansicht Etappen der Zwei-Tages-Route  
(vgl. ebd. [www.geolives.ch](http://www.geolives.ch))

#### 14.2.4. News auf „myswitzerland.com“

Auf der Website von Schweiz Tourismus ([www.myswitzerland.com](http://www.myswitzerland.com)) werden unter der Rubrik „Top News“ jeweils die besten, aktuellsten und aussergewöhnlichsten touristischen Neuheiten und Attraktionen der Schweiz kurz präsentiert. Diese Neuheiten werden wöchentlich aktualisiert. Die Website von Schweiz Tourismus generiert pro Tag 70'000 Besucher, wobei die News-Seite pro Tag zwischen 250 – 400 aufgerufen wird (Auskunft Pascal Bieri, Informatik, Schweiz Tourismus). Das Pedalitto-Angebot kann wie folgt aufgeschaltet werden:



Abbildung 45: Top News der Woche auf myschweiz.ch, Übersicht



Abbildung 46: Top News der Woche auf myschweiz.ch

### 14.2.5. Pärkeseite auf „myswitzerland.com/natur“

Auf der Website von Schweiz Tourismus unter der Rubrik „Naturpärke und Angebote im Park“, sind sämtliche Pauschalangebote der Naturpärke der Schweiz aufgeführt. Das Angebot wird kurz beschrieben und mit einem Link ist eine direkte Buchung möglich.

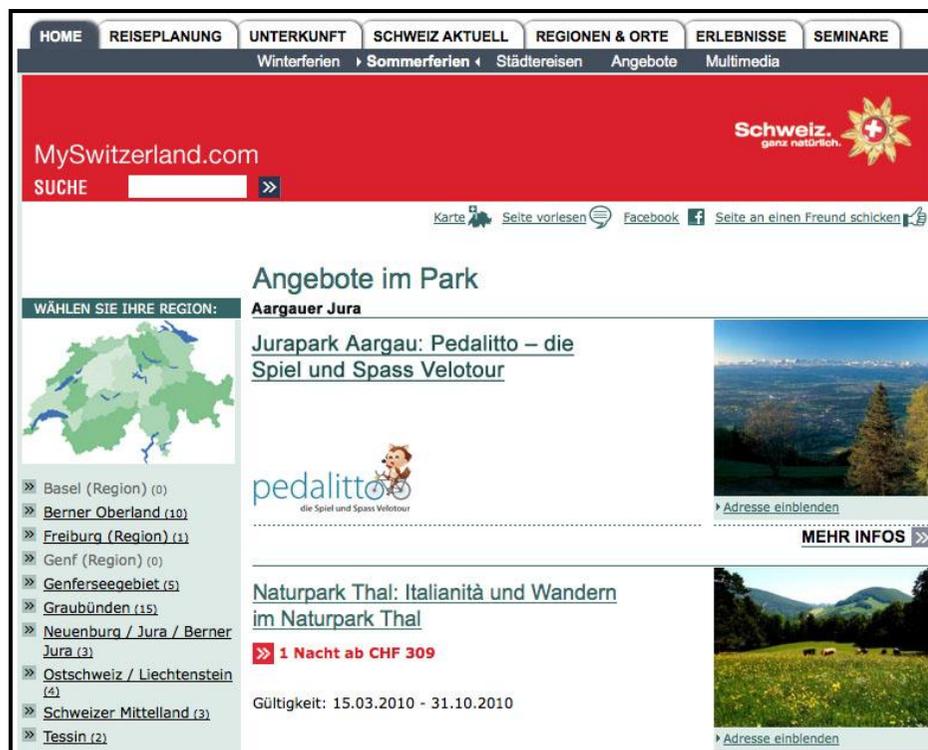


Abbildung 48: Angebote im Park, Übersicht



Abbildung 47: Angebote im Park, Detailansicht

### 14.2.6. Website Jurapark Aargau

Auf der Website des Juraparks Aargau sind sämtliche Angebote des Parkgebietes mit Erläuterungen aufgelistet. Das Angebot „Pedalitto“ kann zudem im Newsletter erwähnt werden.



Abbildung 49: Ausflüge Jurapark Aargau, Übersicht



Abbildung 50: Ausflüge Jurapark Aargau, Detailsicht

### 14.2.7. Website Aargau Tourismus

Ebenfalls auf der Website von Aargau Tourismus sollte das Angebot aufgeschaltet werden:

The screenshot shows the website for Aargau Tourismus. At the top, there is a navigation bar with links for HOME, KONTAKT, ÜBER UNS, MEDIA, NEWSLETTER, and ENGLISH. Below this is a large banner image of several brown mice in a woven basket, with the text 'AARGAU TOURISMUS' overlaid. A search bar is located to the right of the banner.

The main content area is titled 'Angebote im Park'. It features a breadcrumb trail: Home » Ausflugsziele » Natur. There are links for 'Weiterempfehlen', 'Drucken (PDF)', 'Als Favorit merken', and 'Favoriten anzeigen'.

The central text describes a bicycle tour: 'Jurapark Aargau Pedalitto – die Spiel und Spass Velotour'. It details a route from Aarau to Frick, Herznach, and Biberstein, mentioning attractions like the Sauriermuseum and the Klopfflatz. It also lists prices for a three-day route (CHF 97.00 for adults, CHF 80.00 for children) and a two-day route (CHF 61.00 for adults, CHF 45.00 for children).

On the right side, there is a map of Aarau with a red dot indicating the location, and a 'Detailkarte einblenden' link. Below the map is a 'Kontakt Informationen' section with the following details: Jurapark Aargau Geschäftsstelle, Postfach / Ackerstrasse 5070 Frick, Tel. +41 (0) 62 877 15 04, info@jurapark-aargau.ch, www.jurapark-aargau.ch.

At the bottom right, there is a 'Weitere Angebote in' section with a dropdown menu currently set to 'Natur' and a 'Liste' link.

The left sidebar contains a 'SERVICE' menu with links for 'Orte im Aargau', 'Anreise & Verkehrsmittel', 'Gastronomie', 'Unterkunft', 'Seminar- & Kongressorte', 'Broschüren', 'Shop', 'Media', 'Links', and 'Partner'. Below this is an 'AUF EINEN BLICK' section with links for 'GPS-Touren', 'Erlebniskarte', and 'Veranstaltungskalender'. The 'ERLEBNISSE' section is expanded to show 'Ausflugsziele' with sub-links for 'Geschichte', 'Tierisch', 'Abenteurer', and 'Natur'. The 'Natur' sub-link is selected, showing further options like 'Energie, Forschung und Technik' and 'Themenwege'.

Abbildung 51: Angebote im Park, Detailsicht

### 14.2.8. Weitere Vermarktungsmöglichkeiten

- Flyer an Gemeindeverwaltungen/Verkehrsvereine/Tourismusbüros der Region
- Pro Natura
- WWF Schweiz

## 15. Projekt- und Aktionsplan

Projektphase	Beschreibung	Verantwortliche Instanz
Präsentation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verteidigung der Bachelorarbeit in Zürich</li> <li>• Übergabe der Bachelorarbeit an die Geschäftsstelle des Juraparks Aargau bis am 31.12.2010</li> </ul>	Gabriella Jakob
Planung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Routen überarbeiten, Unklarheiten klären,</li> <li>• Transporte organisieren</li> <li>• Kontaktaufnahme und Verhandeln mit den Partnern, Sponsoren und beteiligten Unternehmen</li> <li>• Suche weiterer Sponsoren</li> <li>• Marketingkonzeption erstellen</li> </ul>	Projektgruppe Jurapark Aargau Bei Bedarf mit Unterstützung von Gabriella Jakob
Vorbereitung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle betroffenen Betriebe informieren</li> <li>• Werbetexte für Websites, Newsletter, etc. verfassen</li> <li>• Schulung der am Angebot beteiligten Betriebe (falls nötig)</li> <li>• Aufschalten auf den Websites von: Jurapark Aargau, Aargau Tourismus, Schweiz Tourismus</li> <li>• Lancieren der ersten Werbekampagne</li> </ul>	Projektgruppe Jurapark Aargau
Durchführung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung des neuen Angebotes</li> </ul>	Projektgruppe Jurapark Aargau
Kontrolle	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prüfung der Rentabilität</li> <li>• Analyse Stärken/Schwächen und Chancen/Gefahren</li> <li>• Vornehmen von Korrekturen und Änderungen</li> </ul>	Projektgruppe Jurapark Aargau

Tabelle 29: Projekt- und Aktionsplanung Übersicht

Unter der Annahme, dass das Angebot „Pedalitto – die Spiel und Spass Velotour“ im Sommer 2011 startet, sieht die Kommunikationsplanung wie folgt aus:

Projektphase	Monate																											
	August 2010				Dezember 2010				März 2011				April 2011				Mai 2011				Juli 2010							
	Wochen				Wochen				Wochen				Wochen				Wochen				Wochen							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Präsentation				X	X																							
Planung									X	X																		
Vorbereitung											X	X																
Durchführung																	X	X	X	X	X	X	X	X				
Beginn „Pedalitto die Spiel und Spass Velotour“																												
Kontrolle																											X	X

Tabelle 30: Projekt - und Aktionsplanung Übersicht, mit Beispiel Durchführung Mai

## **Schlussfolgerung**

Die wenig dynamische Gegend des Juraparks Aargau inmitten der Jura­hügel, zählt nicht zu den be­sonders anziehenden Regionen der Schweiz. Es ist deshalb wichtig, dass konkurrenzfähige Angebote kreiert werden, die auf dem heutigen Markt bestehen können. Dafür braucht es ausgebildete und motivierte Mitarbeiter und Initianten. Für die Zielgruppe Familien mit Kindern sind besonders Aktivi­täten im naturnahen Tourismus attraktiv. Sie sollen allerdings nicht nur zufrieden gestellt, sondern für die hiesige Natur und Landschaft begeistert werden.

Mit dem neuen Angebot „Pedalitto – die Spiel und Spass Velotour“ soll das erste Pauschalangebot entstehen, damit mehr Leute in das Parkgebiet gelockt werden. Ebenfalls bietet es eine Chance, als erstes Angebot im Bereich des Sportes, für Familien mit Kindern im Park zu brillieren.

Die Verfasserin hofft, mit dem vorliegenden ausgearbeiteten Angebot, der Geschäftsstelle des Jura­parks Aargau eine Idee für die Ausarbeitung des ersten Pauschalangebotes auf den Weg zu geben und wünscht dem Park eine erfolgreiche Zukunft.

## Literaturverzeichnis

Aarau Tourismus: Biobad Biberstein. Online in Internet: URL: [http://www.aarauinfo.ch/04\\_freizeit\\_tourismus/10\\_sport/biobadi.php](http://www.aarauinfo.ch/04_freizeit_tourismus/10_sport/biobadi.php) (Stand: 15.05.2010)

Applikation [www.geolives.ch](http://www.geolives.ch), Login: pedalitto, Passwort: jurapark

Baumschule Schinznach: Schinznacher Baumschulbahn. Online in Internet: URL: <http://www.schbb.ch/> (Stand: 11.05.2010)

Brigitte Deiss/Ueli Hohl (2010): Bergwerksilo. Online in Internet: URL: <http://www.bergwerksilo.ch/> (Stand: 2.4.2010)

Bodensee-Radweg Service GmbH: Strohtour. Online in Internet: URL: <http://www.strohtour.de/> (Stand: 15.6.2010)

Bundesamt für Umwelt BAFU (2010 a): Pärke von nationaler Bedeutung. Online in Internet: URL: <http://www.bafu.admin.ch/paerke/.html> (Stand: 10.3.2010)

Bundesamt für Umwelt BAFU (2010 b): Pärke von nationaler Bedeutung. Karte Stand Parkfläche.pdf. Online in Internet: URL: <http://www.bafu.admin.ch/paerke/index.html> (Stand: 14.4.2010)

Bundesamt für Umwelt BAFU (2010 c): Pärke: Neue Gesuche sind eingereicht. Online in Internet: URL: <http://www.bafu.admin.ch/dokumentation/medieninformation/00962/index.html?lang=de&msg-id=31091> (Stand: 14.4.2010)

Bundesamt für Statistik (2010): Räumliche Verteilung: Agglomerationen, Stadt und Land. Online in Internet: URL: [www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/02/blank/key/raeumliche\\_verteilung/agglomerationen.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/02/blank/key/raeumliche_verteilung/agglomerationen.html) (Stand: 6.6.2010)

Bundesgesetz über Pauschalreisen vom 18. Juni 1993. 944.3. Art. 1

Bundesministerium für Familien, Senioren, Frauen und Jugend: Bild Familien. Online in Internet: URL: <http://www.bmfsfj.de/mag/redaktion/2008-02/schwerpunktbild,property=bild,width=450,height=308.jpg> (Stand: 12.4.2010)

Familie Amsler: Restaurant Bären. Online in Internet: URL: <http://www.baeren-schinznach.ch/lageplan/inhalt.htm> (Stand: 11.05.2010)

Freibad Vitamare: Vitamare. Online in Internet: URL: [www.vitamare.ch](http://www.vitamare.ch) (Stand: 11.05.2010)

Gemeinde Auenstein: Schwimmbad. Online in Internet URL: [http://www.auenstein.ch/index.asp?parent=0&W\\_ID=9](http://www.auenstein.ch/index.asp?parent=0&W_ID=9) (Stand: 11.05.2010)

Gemeinde Biberstein: Biobadi. Online in Internet: URL: [http://www.biberstein-ag.ch/xml\\_1/internet/de/application/d43/f55.cfm](http://www.biberstein-ag.ch/xml_1/internet/de/application/d43/f55.cfm) (Stand: 11.05.2010)

Geolives: iPhone-Applikation: [www.geolives.ch](http://www.geolives.ch)

Gerhard Schulze (2005): Die Erlebnisgesellschaft. Verlag GmbH: Frankfurt/Main

Geschäftsstelle Jurapark Aargau (2010): Teilprojekt Kommunikation und Marketing

Haimayer Projektbegleitung, Bregenzerwald Studie – 3.2: Trends im Tourismus. Online in Internet: URL: [http://www.vorarlberg.gv.at/pdf/3\\_2trendsimtourismus.pdf](http://www.vorarlberg.gv.at/pdf/3_2trendsimtourismus.pdf) (Stand 3.5.2010)

Hansruedi Müller/Roland Scheurer (2004): Jahrbuch der Schweiz. Tourismuswirtschaft, Angebotsinszenierung in Tourismus-Destinationen. Universität Bern: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus. Online in Internet: URL: [http://www.fif.unibe.ch/unibe/wiso/fif/content/e6012/e6025/e6037/e6189/Angebots-Inszenierung\\_JB04\\_IDT\\_ger.pdf](http://www.fif.unibe.ch/unibe/wiso/fif/content/e6012/e6025/e6037/e6189/Angebots-Inszenierung_JB04_IDT_ger.pdf) (Stand: 15.5.2010)

Hotel Platanenhof: Online in Internet: URL: <http://www.platanenhof.ch/> (Stand: 11.05.2010)

Htr Hotel Revue (2010): Naturpärke. Online in Internet: URL: [http://www.htr.ch/artikel\\_16134.html](http://www.htr.ch/artikel_16134.html) (Stand: 20.3.2010)

H. und K. Glaus: Hotel Adler. Online in Internet: URL: <http://www.adler-frick.ch/> (Stand: 11.05.2010)

Ines Escher (2007): FH Eberswalde-Masterthesis im Studiengang Nachhaltige Entwicklung, Generierung der Zielgruppe Kinder und Jugendliche. Online in Internet: URL: [www.fh-eberswalde.de/\\_obj/.../Masterthesis\\_Escher\\_kurz.pdf](http://www.fh-eberswalde.de/_obj/.../Masterthesis_Escher_kurz.pdf) (Stand: 20.5.2010)

Ischgl.com: Bild Gruppen. Online in Internet: URL: [http://www.ischgl.com/images/content/mountain\\_bike/big/incentives-gruppen\\_big.jpg](http://www.ischgl.com/images/content/mountain_bike/big/incentives-gruppen_big.jpg) (Stand: 12.4.2010)

Jurapark Aargau (2009 a): Über den Regionalen Naturpark. Online in Internet: URL: <http://www.jurapark-aargau.ch/pages/index.cfm?dom=64&rub=100003905&arub=100003905&orub=100003905> (Stand: 2.3.2010)

Jurapark Aargau (2010 b): Kurzportrait. Online in Internet: URL: [http://www.netzwerk-parke.ch/de/pdf/portrait/jurapark\\_ag\\_d.pdf](http://www.netzwerk-parke.ch/de/pdf/portrait/jurapark_ag_d.pdf) (Stand: 30.4.2010)

Jurapark Aargau c: Auf einen Blick. Online in Internet: URL: <http://www.jurapark-aargau.ch/pages/index.cfm?dom=64&rub=100003906&arub=100003906&orub=100003906> (Stand: 13.4.2010)

Katrin Staben und Swiss Cycling: Natur, Sport, Info. Fahrradfahren. Online in Internet: URL: <http://www.bfn.de/natursport/info/SportinfoPHP/infosanzeigen.php?z=Sportart&code=g4> (Stand: 1.4.2010)

Kappler Arnold/Forster Stefan/Siegrist Dominik (2009): Wertschöpfung in Naturparks durch Tourismus. Luzern/Wergenstein/Rapperswil: Sekretariat für Wirtschaft Secco, Ressort Tourismus

Käpten Jo's Aarfähre. Online in Internet: URL: <http://www.kaeptenjo.ch/ingang.htm> (Stand: 11.05.2010)

Keist Dieter und Lisbeth: Restaurant zum Hirzen. Online in Internet: URL: [www.hirzen.ch](http://www.hirzen.ch) (Stand: 11.05.2010)

Kirchliche Dienste: Bild 50-Plus. Online in Internet: URL: [http://www.kirchliche-dienste.de/upload/15/Aeltere\\_Menschen2.jpg](http://www.kirchliche-dienste.de/upload/15/Aeltere_Menschen2.jpg) (Stand: 12.4.2010)

Kultur- und Verkehrsamt Laufenbrug, Kurverwaltung Bad Säckingen, Tourismusbüro Rheinfelden, Hochrheinland Radwanderkarte zwischen Laufenburg – Bad Säckingen – Rheinfelden: Radfahren mit der ganzen Familie – ein Kinderspiel

Nationalpark Berchtesgaden: Bild Schulklasse. Online in Internet: URL: <http://www.nationalpark-berchtesgaden.bayern.de/> (Stand: 12.4.2010)

Netzwerk Schweizer Pärke (2010 a): Errichtung eines Parks von nationaler Bedeutung. Online in Internet: URL: <http://www.netzwerk-parke.ch/de/schweizerpaerke/was-ist-ein-park/errichtung.php> (Stand: 22.3.2010)

Netzwerk Schweizer Pärke (2010 b): Übersicht Pärke und Parkprojekte. Online in Internet: URL: <http://www.netzwerk-parke.ch/de/schweizerpaerke/uebersicht.php> (Stand: 4.4.2010)

Netzwerk Schweizer Pärke (2010 c): Entwicklung naturtouristischer Angebote in Schweizer Pärke. Online in Internet: URL: <http://www.netzwerk-parke.ch/de/pdf/jobs/Projektinformationen.pdf> (Stand: 30.4.2010)

Rent a bike (2010): E-Bike. Online in Internet: URL: <http://www.rent-a-bike.ch/dynasite.cfm?dsmid=79184> (Stand: 16.4.2010)

Rogger-Fässler Vreni und Moritz: Restaurant Rössli. Online in Internet: URL: [www.restaurant-roessli-zeihen.ch](http://www.restaurant-roessli-zeihen.ch) (Stand: 11.05.2010)

Sauriermuseum Frick. Online in Internet: URL: <http://www.sauriermuseum-frick.ch/> (Stand: 11.05.2010)

Schinzacher Baumschulbahn. Online in Internet: URL: <http://www.schbb.ch> (Stand: 11.05.2010)

SchweizMobil (2010): Was ist SchweizMobil. Online in Internet: URL: <http://www.schweizmobil.ch/de/page.cfm/320177> (Stand: 3.4.2010)

Schweiz Tourismus a: Bike-Klassiker Zugerberg. Online in Internet: URL: <http://www.myswitzerland.com/de/erlebnisse/velofahren/mountainbiken/bike-klassiker-zugerberg.html> (Stand: 15.6.2010)

Schweiz Tourismus b: Natur pur im Gasterntal. Online in Internet: URL: <http://www.myswitzerland.com/de/erlebnisse/velofahren/mountainbiken/natur-pur-im-gasterntal.html> (Stand: 15.6.2010)

Schweiz Tourismus c: Nidsi Obsi Tour. Online in Internet: URL: <http://www.myswitzerland.com/de/erlebnisse/velofahren/mountainbiken/nidsi-obsi-tour.html> (Stand: 15.6.2010)

Schweiz Tourismus d: Spritz-Tour auf der Vue des Alpes. Online in Internet: URL: <http://www.myswitzerland.com/de/erlebnisse/velofahren/mountainbiken/spritz-tour-auf-der-vue-des-alpes.html> (Stand: 15.6.2010)

Schweiz Tourismus e: Tal-Tour Süd, Nr. 601. Online in Internet: URL: <http://www.myswitzerland.com/de/erlebnisse/velofahren/mountainbiken/tal-tour-sued-nr-601.html> (Stand: 15.6.2010)

Schweiz Tourismus f: Beherbergung: Restaurant Ochsen. Online in Internet: URL: [http://www.myswitzerland.com/de.cfm/home/offer-Home\\_Nature-Accommodation-list.html?skey=1415](http://www.myswitzerland.com/de.cfm/home/offer-Home_Nature-Accommodation-list.html?skey=1415) (Stand: 11.05.2010)

Schweiz Tourismus g: Beherbergung: Gasthaus Rössli. Online in Internet: URL: [http://www.myswitzerland.com/de.cfm/home/offer-Home\\_Nature-Accommodation-list.html?skey=1415](http://www.myswitzerland.com/de.cfm/home/offer-Home_Nature-Accommodation-list.html?skey=1415) (Stand: 11.05.2010)

Schweiz Tourismus h: Beherbergung: Eichhof. Online in Internet: URL: [http://www.myswitzerland.com/de.cfm/home/offer-Home\\_Nature-Accommodation-list.html?skey=1415](http://www.myswitzerland.com/de.cfm/home/offer-Home_Nature-Accommodation-list.html?skey=1415) (Stand: 11.05.2010)

Schweiz Tourismus i: Beherbergung: Bergwerksilo. Online in Internet: URL: [http://www.myswitzerland.com/de.cfm/home/offer-Home\\_Nature-Accommodation-list.html?skey=1415](http://www.myswitzerland.com/de.cfm/home/offer-Home_Nature-Accommodation-list.html?skey=1415) (Stand: 11.05.2010)

Schweiz Tourismus j: Aktivitäten – Jurapark Aargau: Eisenweg. Online in Internet: URL: <http://www.myswitzerland.com/de/destinationen/naturreisen/naturpark-aktivitaeten.html?nodeFilter=17000&skey=1415> (Stand: 11.05.2010)

Schweiz Tourismus k: Aktivitäten – Jurapark Aargau: Pestlinde von Linn. Online in Internet: URL: <http://www.myswitzerland.com/de/destinationen/naturreisen/naturpark-aktivitaeten.html?nodeFilter=17000&skey=1415> (Stand: 11.05.2010)

Schweiz Tourismus l: Restaurants – Jurapark Aargau. Restaurant zum Hirzen. Online in Internet: URL: <http://www.myswitzerland.com/de/destinationen/naturreisen/restaurants-natur.html?skey=1415> (Stand: 11.05.2010)

Schweiz Tourismus m Restaurants Jurapark Aargau. Online in Internet: URL: <http://www.myswitzerland.com/de/destinationen/naturreisen/restaurants-natur.html?skey=1415> (Stand: 11.05.2010)

Schweiz Tourismus n: Aktivitäten – Jurapark Aargau. Biobad Biberstein. Online in Internet: URL: <http://www.myswitzerland.com/de/destinationen/naturreisen/naturpark-aktivitaeten.html?nodeFilter=17000&skey=1415> (Stand: 11.05.2010)

Schweiz Tourismus o: Aktivitäten – Jurapark Aargau: Naturama. Online in Internet: URL: <http://www.myswitzerland.com/de/destinationen/naturreisen/naturparkaktivitaeten.html?nodeFilter=17000&skey=1415> (Stand: 11.05.2010)

Schweiz Tourismus (2004): Tourismus-Destinationen als Erlebniswelt: Kurzfassung des Enjoy-Leitfadens zur Angebots Inszenierung. Stulz AG: Zürich

Schweiz Tourismus (2009 a): Aktivitäten – Jurapark Aargau: Tongrube Gruhalde. Online in Internet: URL: <http://www.myswitzerland.com/de/destinationen/naturreisen/naturparkaktivitaeten.html?nodeFilter=17000&skey=1415> (Stand: 11.05.2010)

Schweiz Tourismus (2009 b): Aktivitäten Jurapark Aargau: Chriesiweg. Online in Internet: URL: <http://www.myswitzerland.com/de/destinationen/naturreisen/naturpark-aktivitaeten.html?nodeFilter=17000&skey=1415> (Stand: 11.05.2010)

Schweiz Tourismus (2009 c): Aktivitäten Jurapark Aargau: Sauriermuseum. Online in Internet: URL: <http://www.myswitzerland.com/de/destinationen/naturreisen/naturpark-aktivitaeten.html?nodeFilter=17000&skey=1415> (Stand: 11.05.2010)

Schweizer Mittelland Tourismus: Baumriese – die Pestlinde von Linn. Online in Internet: URL: <http://www.smit.ch/de/navpage.cfm?subcat=HikesSMIT&category=HikeSMIT&id=46386> (Stand: 30.05.2010)

Schweizer Seiten: Die Faltung des Juras. Online in Internet: URL: [http://www.schweizerseiten.ch/faltung\\_jura.htm](http://www.schweizerseiten.ch/faltung_jura.htm) (Stand: 30.3.2010)

Schweizerische Geologische Kommission (1980): Tektonische Karte der Schweiz, 1:500'000 Schwimmbad Schinznach-Dorf: Online in Internet: URL: <http://www.schinznach-dorf.ch/133.htm> (Stand: 11.05.2010)

Siegrist Dominik/StremLOW Matthias (2009): Landschaft Erlebnis Reisen. Zürich. Rotpunktverlag

Slowup Hochrhein (2010): Slowup. Online in Internet: URL: <http://www.slowup-hochrhein.info/> (Stand: 15.6.2010)

Sonja Fritsche (2009): Strohtouren in der Ostschweiz. Online in Internet: URL: <http://www.strohtour.ch/index.php?n=touren> (Stand: 15.6.2010)

Statssekretariat für Wirtschaft Secco (2002): Naturnaher Tourismus in der Schweiz. Forschungsstelle für Freizeit, Tourismus und Landwirtschaft: Universität Zürich

Stefan Forster, Anita Roffler, Rebecca Göpfert (2010): Enjoy Switzerland in Partnerschaft mit der Schweizer Berghilfe. Schweiz Tourismus und Schweizer Berghilfe sowie ZHAW / IUNR

Swiss-Images (2010): Bilder Jurapark Aargau. Online in Internet: URL: <http://www.swiss-image.ch/> (Stand: 18.3.2010)

Swisstravelcenter.ch (2009): Globis Velokarte Schweiz. Online in Internet: URL: <http://www.swiss-travelcenter.ch/presse.html?pdo=detail&pid=78> (Stand: 15.6.2010)

Thermalbad und Thermalquelle Bad Schinznach. Online in Internet: URL: <http://www.aquarena.ch/> (Stand: 11.05.2010)

Tourenguide.ch (2009 a): Baden-Brugg-Aarau-Olten. Online in Internet: URL: [http://www.touren-guide.ch/d/velotouren/mittelland/detail.php?touren\\_id=357](http://www.touren-guide.ch/d/velotouren/mittelland/detail.php?touren_id=357) (Stand: 15.6.2010)

Tourenguide.ch (2001 b): Aarau-Sursee-Sempach-Luzern. Online In Internet: URL: [http://www.touren-guide.ch/d/velotouren/mittelland/detail.php?touren\\_id=150](http://www.touren-guide.ch/d/velotouren/mittelland/detail.php?touren_id=150) (Stand: 15.6.2010)

VeloAgenda: Touren – Greifenseetour. Online in Internet: URL: <http://www.veloagenda.ch/Touren/greifsee/greisee.htm> (Stand: 15.6.2010)

Veloland Schweiz (2010): Karte Veloland Schweiz. Online in Internet: URL: <http://map.veloland.ch/?lang=de&p&route=all> (Stand: 1.4.2010)

Werner und Catherine Gasser (2010): Unser Betrieb. Online in Internet: URL: <http://www.eichhof161.ch/?id=1&idcat=> (Stand: 2.4.2010)

## Anhang I: Empirische Analyse

Projekt	Teilnehmer	Status	Erstelldatum	Start am	Ende am
Ferientag 2010	Statistik 0	inaktiv	22.04.2010 11:47		
Umfrage Angebot Jurapark-Aargau	Statistik 209	inaktiv	12.04.2010 16:55	16.04.2010 09:13	07.05.2010
Hotelumfrage April 2010	Statistik 201	inaktiv	09.04.2010 13:37	13.04.2010 09:56	07.05.2010 09:00
Familienangebot Schweiz	Statistik 194	aktiv	01.04.2010 15:25	07.04.2010 17:40	11.05.2010 23:00
MITT 2010	Statistik 19	inaktiv	26.03.2010 09:25	26.03.2010 10:49	30.04.2010 17:00
GCC Workshop 2010	Statistik 16	inaktiv	26.02.2010 11:14		
IST Gäste Adelboden	Statistik 93	inaktiv	23.02.2010 21:12		
IST Projekt	Statistik 499	inaktiv	17.02.2010 01:13		
OTR Workshop 2010	Statistik 13	inaktiv	28.01.2010 13:59	08.02.2010 12:43	08.03.2010
GCC Workshop 2009	Statistik 30	inaktiv	17.12.2009 10:41	17.12.2009 10:49	15.01.2010
Hotelkooperationen	Statistik 291	inaktiv	14.12.2009 09:18		

Umfrage.

myswitzerland.com



**Schweiz.**  
ganz natürlich.

**Willkommen zur Umfrage über ein neues Angebot im Jurapark Aargau**

Die Hügellandschaft des Juraparks Aargau liegt eingebettet zwischen Aare und Rhein und bildet in der Gegend zwischen Basel und Zürich der grösste Natur- und Erholungsraum. Der Park befindet sich in der Errichtungsphase, was bedeutet, dass neue naturnahe Angebote für die Parkbesucher in Erarbeitung sind. Im Rahmen meiner Bachelorarbeit der Tourismusfachschule in Sierre konzipiere ich ein neues Angebot. Eine mehrtägige Fahrradtour speziell für Familien mit Kindern soll entstehen. Damit ich das Angebot gastegerecht ausarbeiten kann, sind mir Ihre Bedürfnisse, Erwartungen und Kritikpunkte sehr wichtig.

Ich danke Ihnen, dass Sie sich 2 Minuten Zeit nehmen, um diese Umfrage auszufüllen.

Diese Umfrage ist anonym.

>>>

©2009 Schweiz Tourismus - MySwitzerland.com

Umfrage.

myswitzerland.com



**Schweiz.**  
ganz natürlich.

**Wie oft halten Sie sich in der freien Natur / auf dem Land auf?**

- Nie
- 1 Mal im Monat
- 2 Male im Monat
- 1 Mal pro Woche
- 2 Male pro Woche
- öfter

6%

<<< >>>

©2009 Schweiz Tourismus - MySwitzerland.com

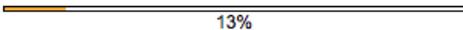
**Umfrage.**  
myswitzerland.com

**Schweiz.**  
ganz natürlich. 

**Aus welchen Hauptgründen halten Sie sich in der freien Natur / auf dem Land auf?**

*Maximal 4 Antworten angeben*

- Erholung/Abschalten
- Gesundes Klima
- Kraft sammeln
- Bewegung
- Vergnügen/Erlebnis
- Hobby
- Zeit für Familie und Partner haben
- schönes Wetter geniessen

 13%

©2009 Schweiz Tourismus - MySwitzerland.com

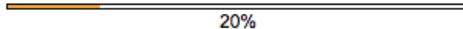
**Umfrage.**  
myswitzerland.com

**Schweiz.**  
ganz natürlich. 

**Welche Sommer-Aktivitäten betreiben Sie regelmässig in der freien Natur / auf dem Land?**

*Maximal 3 Antworten*

- Radfahren / Mountainbike fahren
- Wandern
- Schwimmen
- Laufen/Running
- Walking
- Inline-Skating
- Angeln
- Reiten
- Klettern
- Pic-Nic

 20%

©2009 Schweiz Tourismus - MySwitzerland.com

**Umfrage.**  
myswitzerland.com

**Schweiz.**  
ganz natürlich.



**Welche Wegdauer nehmen Sie für die Hinreise maximal in Kauf, um sich in der Natur / auf dem Land aufzuhalten?**

Vor der Haustüre  
 bis 15 Minuten  
 bis 30 Minuten  
 1 Stunde  
 2 Stunden  
 mehr

26%

<<< >>>

©2009 Schweiz Tourismus - MySwitzerland.com

**Umfrage.**  
myswitzerland.com

**Schweiz.**  
ganz natürlich.



**Welche Transportmittel nutzen Sie hauptsächlich, um in die freie Natur zu fahren?**

*Maximal 2 Antworten angeben*

Zug/Bus  
 Auto  
 Fahrrad  
 Motorrad  
 zu Fuss

33%

<<< >>>

©2009 Schweiz Tourismus - MySwitzerland.com

**Umfrage.**  
myswitzerland.com

**Schweiz.**  
ganz natürlich.



**Haben Sie durch den Begriff „Naturpark“ eine höhere Erwartung an ein Erlebnis in einem Parkgebiet?**

Ja  
 Nein

40%

<<< >>>

©2009 Schweiz Tourismus - MySwitzerland.com

**Umfrage.**  
myswitzerland.com

Schweiz.  
ganz natürlich. 

**Könnten Sie sich vorstellen eine mehrtägige Fahrradtour speziell für Kinder zu unternehmen?**

Ja, 3 Tage  
 Ja, 2 Tage  
 Nein, Gar nicht

  
46%

©2009 Schweiz Tourismus - MySwitzerland.com

**Umfrage.**  
myswitzerland.com

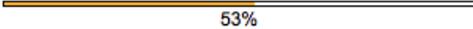
Schweiz.  
ganz natürlich. 

**Welche Übernachtungsmöglichkeiten bevorzugen Sie ohne Kinder?**

Hotel  
 Bed und Breakfast  
 Schlafen im Stroh (auf dem Bauernhof)  
 Zelten

**Welche Übernachtungsmöglichkeiten bevorzugen Sie mit Kindern?**

Hotel  
 Bed und Breakfast  
 Schlafen im Stroh (auf dem Bauernhof)  
 Zelten

  
53%

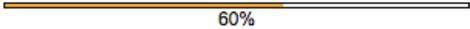
©2009 Schweiz Tourismus - MySwitzerland.com

**Umfrage.**  
myswitzerland.com

Schweiz.  
ganz natürlich. 

**Wären Sie bereit für einen Gepäcktransport von Ort zu Ort pro Person Fr. 15.00 zu bezahlen?**

Ja  
 Nein

  
60%

©2009 Schweiz Tourismus - MySwitzerland.com

**Umfrage.**  
myswitzerland.com

**Schweiz.**  
ganz natürlich.



**Wo werden Sie am ehesten auf eine mehrtägige Fahrradtour aufmerksam?**

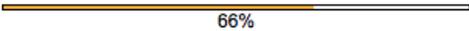
*Maximal 3 Antworten angeben*

- Fachzeitschriften
- Allgemeine Zeitschriften
- Freunde / Bekannte
- Tourismusbüro
- Plakate
- Zeitungsinserate
- Werbeprospekte
- Internet

**Wo möchten Sie detailliertere Informationen zu einer mehrtägigen Fahrradtour einholen?**

*Maximal 3 Antworten angeben*

- Persönliche Beratung im Tourismusbüro
- Prospekt im Parkbüro
- Persönliche Beratung per Telefon
- Internet
- Zusendung von Prospekt
- andere

  
66%

<<< >>>

©2009 Schweiz Tourismus - MySwitzerland.com

**Umfrage.**  
myswitzerland.com

**Schweiz.**  
ganz natürlich.



**Besitzen Sie ein iPhone?**

- Ja
- Nein

  
73%

<<< >>>

©2009 Schweiz Tourismus - MySwitzerland.com

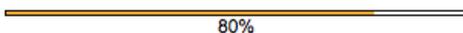
**Umfrage.**  
myswitzerland.com

**Schweiz.**  
ganz natürlich.



**Würden Sie die Gratis-Applikation nutzen, um die Koordinaten der Radtour hinunter zu laden?**

Ja  
 Nein

  
80%

©2009 Schweiz Tourismus - MySwitzerland.com

**Umfrage.**  
myswitzerland.com

**Schweiz.**  
ganz natürlich.



**Sie sind...**

männlich  
 weiblich

**Haben Sie Kinder?**

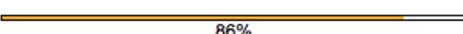
Ja  
 Nein

**Sie sind im Alter von**

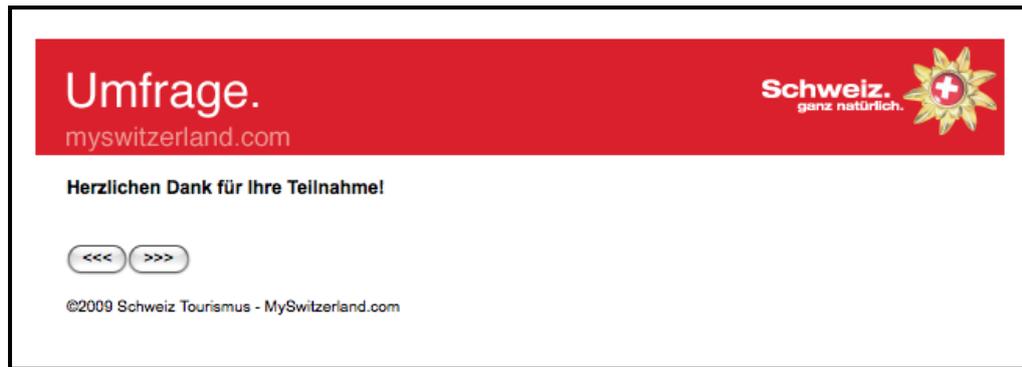
Unter 25 Jahre  
 26 – 45 Jahre  
 46 – 65 Jahre  
 über 66 Jahre

**Sie wohnen in einer/auf dem**

Stadt  
 Land  
 Agglomeration

  
86%

©2009 Schweiz Tourismus - MySwitzerland.com



## Anhang II: Angebotsanalyse

Angebot	Hauptzielgruppen	Instanz der Erstellung	Standort
Sehenswürdigkeiten			
Aargauer Naturmuseum „Naturama“	Familien mit Kindern bis 14J., Familien mit Jugendlichen 14-18J., Schulklassen	----	Aarau
Sauriermuseum	Familien mit Kindern bis 14J, Schulklassen	----	Frick
Baumriese – die Pestlinde von Linn	Naturverbundene, Schulklassen	----	Linn
Schnapstheater	Kulinariker, Schulklassen	----	Elfingen
Tongrube Gruhalde	Familien mit Kindern bis 14J, Schulklassen	----	Frick
Erstes Biobad der Schweiz – Biobadi	Naturverbundene	----	Biberstein
Bergwerksilo Herznach	Familien mit Kindern bis 14J, Familien mit Jugendlichen 14-18J., Paare jeden alters	----	Herznach
Baumschulbahn Zulauf Schinznach	Familien mit Kindern bis 14J, Dampflokomotive Interessierte	----	Schinznach-Dorf
Ruine Schenkenberg bei Thalheim	Familien mit Kindern bis 14J, Geschichtlich Interessierte	----	Schinznach-Dorf
Nagelschmiede Sulz	Geschichtlich Interessierte	----	Sulz
Erlebnisbauernhof Eichhof	Familien mit Kindern bis 14J	----	Wittnau
Kraftort Buschbergkapelle	Gläubige, Naturverbundene	----	Wittnau

Themenwege			
Dinosaurier-Lehrpfad und Sinnespfad	Familien mit Kindern bis 14J	----	Frick
Fricktaler „Chriesiweg“	Naturverbundene	Verein Dreiklang	Gipf – Oberfrick
Eisenweg Fricktal	Geschichtlich Interessierte	Verein Dreiklang	Herznach
Flösserweg	Geschichtlich Interessierte	Verein Dreiklang	Laufenburg
Natur- und Kulturweg	Naturverbundene	Verein Dreiklang	Linn
Nordic Walking Mettauertal	Sportliebhaber, nicht für Kinder	----	Mettau
Martinsweg – Kraftort im Aargauer Jura	Naturverbundene	----	Wittnau
Rundweg Wölflinswil – Oberhof	Naturverbundene	Verein Dreiklang	Wölflinswil

Geführte Touren			
Nättenberg – lichtreicher Föhrenwald	Naturverbundene	Verein Dreiklang	Bözen
Sagenwanderung zu Erdweiblein und Striehenmandli	Geschichtlich Interessierte	Verein Dreiklang	Densbüren
Barock, die Pracht der Formen und Farben	Naturliebhaber	Privatperson	Frick
Rundfahrten für Gruppen	Personen 50 plus	Privatperson	Ganzen Parkgebiet
Brot und Weinführung im Jurapark Aargau	Kulinariker	Privatperson	Frick
Fossilien finden auf dem Klopflplatz	Familien mit Kindern bis 14J	----	Frick
Landschaftsführungen im Naturpark	Naturverbundene	Verein Dreiklang	Ganzen Parkgebiet
Geführte Wanderung auf dem Eisenweg	Geschichtlich Interessierte	Verein Dreiklang	Frick
Bienen, Wald und schönste Gärten	Naturverbundene	----	Ganzen Parkgebiet
Auf dem Chriesiwäg – Blüten, Naschen, Schnapsen	Naturverbundene	----	Gipf - Oberfrick

Wandern			
Frickentaler Höhenweg	Naturverbundene, Wanderer	----	Rheinfelden -Frick
Zu Besuch bei der Linner Linde	Naturverbundene, Wanderer	----	Linn
Von der Staffelegg zur Gisliflue	Naturverbundene, Wanderer	----	Staffelegg - Gisliflue

Lokale Produkte			
Käser's Schloss und Whisky Castle (und Schnapstheater)	Kulinariker	----	Elfingen
Genuss-Strasse	Kulinariker	Verein Dreiklang	Ganzes Parkgebiet
Geschenkkörbe aus dem Schenkenbergtal	Alle je nach Zielgruppe des Beschenkten	----	Veltheim
Mosti Veltheim: Mousseaux de Pommes und Süssmost	Kulinariker	----	Veltheim
Hofladen Widematthof	Kulinariker	----	Zeiningen

Diverses			
Rad-Rundtour: Drei-Kantone-Fahrt (Bike)	Sportliebhaber, eher nicht für Kinder	----	
Rad-Rundtour auf den Tafeljura und zum „Multimillionär 300“ (Bike)	Sportliebhaber, eher nicht für Kinder	----	
Aargauer Weg: Frick-Aarau	Naturverbundene, Wanderer	----	Frick-Aarau

Übernachtungsmöglichkeiten			
Herberge Sennhütte	Alle	----	Effingen

Bergwerksilo Herznach & Stollenbahn	Familien, Paare, Rentner	----	Herznach
Schlafen im Stroh auf dem Eichhof	Familien mit Kindern bis 14J	----	Herznach
Herberge „Zum Flösser“ und Gasthaus zum Bären	Alle	----	Hottwil
Naturfreundehaus Gisliflue → Reservation notwendig	Naturverbundene	----	Oberflachs
Camping Waldesruh	Camping Liebhaber	----	Will (AG)
Hotel Restaurant Besilea	Alle	----	Küttingen
Bed & Breakfast Casa Mariposa	Alle	----	Auenstein
Bed & Breakfast Zimmer in Einfamilienhaus	Alle	----	Gansingen
Bed & Breakfast auf dem Lande	Alle	----	Küttingen
Bed & Breakfast im alten Bauernhaus	Alle	----	Zeihen

## Anhang III Finanzierung

### Angebot Drei-Tages-Route

Annahme, dass 50 Personen im ersten Jahr das Angebot buchen.

Preis für Erwachsene	Pauschal- angebot "Budget"	Pauschal- angebot "Standard"	Pauschal- angebot "Komfort"	Preis für Kinder	Pauschal- angebot "Budget"	Pauschal- angebot "Standard"	Pauschal- angebot "Komfort"
Nettoeinstandspreis	Fr. 80.70	Fr. 104.70	Fr. 151.70	Nettoeinstandspreis	Fr. 61.45	Fr. 79.95	Fr. 93.65
Kostendeckungszuschlag	40.00%	31.00%	21.40%	Kostendeckungszuschlag	51.42%	38.12%	34.59%
Break-Even-Point	Fr. 112.98	Fr. 137.15	Fr. 184.15	Break-Even-Point	Fr. 93.85	Fr. 112.35	Fr. 126.05
Gewinnmarge	0.01%	0.62%	0.45%	Gewinnmarge	2.29%	5.02%	22.96%
Verkaufspreis	<b>Fr. 113.00</b>	<b>Fr. 138.00</b>	<b>Fr. 185.00</b>	Verkaufspreis	<b>Fr. 96.00</b>	<b>Fr. 118.00</b>	<b>Fr. 155.00</b>

### Angebot Zwei-Tages-Route

Annahme, dass 50 Personen im ersten Jahr das Angebot buchen.

Preis für Erwachsene	Pauschal- angebot "Budget"	Pauschal- angebot "Komfort"	Preis für Kinder	Pauschal- angebot "Budget"	Pauschal- angebot "Komfort"
Nettoeinstandspreis	Fr. 44.20	Fr. 68.20	Nettoeinstandspreis	Fr. 26.70	Fr. 45.20
Kostendeckungszuschlag	73.30%	47.50%	Kostendeckungszuschlag	221.00%	135.00%
Break-Even-Point	Fr. 76.60	Fr. 100.60	Break-Even-Point	Fr. 59.10	Fr. 61.40
Gewinnmarge	0.52%	0.39%	Gewinnmarge	3.21%	35.17%
Verkaufspreis	<b>Fr. 77.00</b>	<b>Fr. 101.00</b>	Verkaufspreis	<b>Fr. 61.00</b>	<b>Fr. 83.00</b>

Unter der Annahme, dass 50 Personen das Angebot buchen, liegt der Kostendeckungszuschlag bei der Drei-Tages-Route bei den Erwachsenen bei 30.8% und bei den Kindern bei 41.38%. Bei der Zwei-Tages-Route liegt er bei den Erwachsenen bei 60.4% und bei den Kindern bei 178%. Die Prozentsätze der Zwei-Tages-Route sind so hoch, da weniger Angebote in das Pauschalangebot miteinbezogen werden, aber trotzdem die Kosten von Fr. 16.20 respektive Fr. 32.40 gedeckt werden müssen.

## Anhang IV: Anleitung für die iPhone Applikation

### Registration

Die neue iPhone Applikation (Geolives.ch) ermöglicht es, die Velorouten von „Pedalitto“ problemlos auf das iPhone zu laden. Dazu wird im App Store die kostenlose „Geolives“ Applikation heruntergeladen. Damit die Applikation genutzt werden kann, erfolgt die Registration mit dem **Username: pedalitto** und dem **Passwort: jurapark**.

Erscheint eine Fehlermeldung, erfolgt die Registrierung unter „Register your device“ mit dem gleichen Username und Passwort.



### GPS einschalten

Nach der Registrierung wird das GPS (Global Positioning System) eingeschaltet (oben links). Automatisch wird der jetzige Standort des iPhone-Users angezeigt.



### Anzeige der verfügbaren Routen

Mit dem Klick auf das Feld „web account“ (oben Mitte), werden sämtliche verfügbaren Routen von „Pedalitto“ angezeigt. Auf diesem Konto werden ebenfalls laufend die Aktualisierungen abgespeichert. Mit einem Klick auf „Bike“ werden die Routen auf einer Liste angezeigt. Momentan sind die sechs Routen verfügbar.



### Auswahl

Diese Ansicht zeigt die „Pedalitto“ Routen in einer Listendarstellung mit Zeitangabe, Distanz zum jetzigen Standort sowie der Länge der Routen. Die gewünschte Route wird nun zum Downloaden angeklickt. Vorsicht: die Reihenfolge ist nicht chronologisch.



## Download

Nachdem die gewünschte Route angeklickt wurde, werden nochmals alle Informationen als Übersicht dargestellt:

- Difficulty = Schwierigkeitsgrad
- Duration = Dauer der Velotour (Stunden : Minuten)
- Distance = Distanz zum jetzigen Standort (anhand GPS errechnet)
- Length = Länge der Velotour
- Total ascent = Aufstieg
- Total descent = Abstieg



Um die Route auf das iPhone herunterzuladen, wird die Taste „Download“ angetippt.

Nachdem die gewünschten Routen heruntergeladen worden sind, wird mit einem Korrekturzeichen der erfolgreiche Download bestätigt.

Beim Klicken auf das Feld mit dem Korrekturzeichen wird die Route auf einer Karte angezeigt (siehe nächster Schritt).



## Routen anzeigen

Nach dem erfolgreichen Download wird die Route nun auf einer interaktiven Karte angezeigt. Es kann also bis auf einen 25'000er Masstab gezoomt werden.

Das grüne Fähnchen mit dem "S" weist auf den Ausgangspunkt und das rote mit einem "E" auf den Endpunkt der Velotour hin.

Um eine andere Kartendarstellung zu erhalten, kann auf das Symbol "Maps" (unten links) getippt werden.



## Auswahl des Karten-Typs

Um eine detaillierte Kartenansicht zu erhalten, wird empfohlen die Ansicht "Road maps" als auch "Aerial photos" auszuwählen.

- Road map: zeigt eine einfache Strassenkarte an
- Aerial photos: zeigt eine Luftaufnahme ohne Strassen
- Road maps + Aerial photos: Kombination der beiden Ansichten



## Zeichenerklärung

- 1 Anzeige Ihres jetzigen Standortes via GPS (d.h. Verfolgen der Route, wenn Sie sich auf dieser Veloroute befinden).
- 2 Übersicht
- 3 Kartenoptionen: Auswahl des Landes, des Kartenmassstabes, kostenlose Karten
- 4 Zugriff auf erweitertes Menü
- 5 Informationen zur aktuellen Velotour
- 6 Aktuelle Velotour wird geschlossen/beendet
- 7 Wechsel zur geöffneten Velotour
- 8 Einstellungen
- 9 Koordinaten der GPS Werte
- 10 Karte sperren
- 11 Karte entsperren
- 12 Topografische Karten kaufen
- 13 Suchen und öffnen von Führern
- 14 Weg aufzeichnen
- 15 Wegaufzeichnung fortsetzen
- 16 Wegaufzeichnung stoppen
- 17 Point of Interest – Sehenswürdigkeit
- 18 Ansicht der Messuhr Werte



## **Anhang V: Brief Anfrage Partnerbetriebe**

Sehr geehrte Damen und Herren

Für den Abschluss meines Tourismusstudiums muss ich eine Bachelorarbeit verfassen. Zur Zeit absolviere ich mein Praktikum bei Schweiz Tourismus. In Zusammenarbeit mit dem Jurapark-Aargau, Aargau Tourismus und Schweiz Tourismus erarbeite ich ein neues Angebot für den Jurapark-Aargau.

Das Angebot beinhaltet eine mehrtägige Fahrradtour (wahlweise 2 oder 3 Tage) speziell auf Familien mit Kindern zugeschnitten und berücksichtigt die bereits bestehenden touristischen Elemente im Parkgebiet.

Ich möchte gerne das Bergwerksilo als Übernachtungsmöglichkeit in das Angebot einbeziehen. Geht das für Sie in Ordnung? Gibt es im Silo Attraktionen für Kinder bis 14 Jahre? Momentan ist das ganze Angebot fiktiv. Nur wenn es gut genug wird, wäre dann eine Durchführung möglich. Falls es so weit kommt, würde ich Sie wieder informieren.

Bitte geben Sie mir kurz eine Rückmeldung, ob dies für Sie in Ordnung ist.

Ich freue mich auf Ihre schnelle Antwort.

Freundliche Grüsse  
Gabriella Jakob

### Anfrage für Spielplätze

Sehr geehrte Damen und Herren

Für den Abschluss meines Tourismusstudiums muss ich eine Bachelorarbeit verfassen. Zur Zeit absolviere ich mein Praktikum bei Schweiz Tourismus. In Zusammenarbeit mit dem Jurapark-Aargau, Aargau Tourismus und Schweiz Tourismus erarbeite ich ein neues Angebot für den Jurapark-Aargau.

Das Angebot beinhaltet eine mehrtägige Fahrradtour (wahlweise 2 oder 3 Tage) speziell auf Familien mit Kindern zugeschnitten und berücksichtigt die bereits bestehenden touristischen Elemente im Parkgebiet.

Als Ausgleich zum Fahrradfahren möchte ich sämtliche Spielplätze entlang der Route mit einbeziehen. Bitte teilen Sie mir mit, wo in ihrem Gebiet die Spielplätze liegen. Dazu finden Sie eine Word-Datei mit Karte im Anhang. Ich bitte Sie, mir den Standort der Spielplätze ein zu zeichnen und mir kurz mit den Bezeichnungen „klein, mittel, gross“ zu nennen, welche Grösse und Vergnügungsmöglichkeit sie haben.

Haben Sie in ihrem Gemeindegebiet noch weitere Attraktionen speziell für Kinder?

Für Ihre Mithilfe bin ich Ihnen sehr dankbar.

Ich freue mich auf Ihre Antwort.

Mit freundlichen Grüssen  
Gabriella Jakob

## **Anhang VI: Inhalt der Broschüre**

### **Etappe Aarau - Frick**

#### **Chriesiweg**

Romantisch ist ein Besuch zur Blütezeit, genussvoll während der Kirschenernte (mitte Juni bis mitte Juli), wenn von den markierten Bäumen gegessen werden darf. Ende Jahr kann die Verarbeitung zu Schnaps mitverfolgt werden (vgl. Schweiz Tourismus, 2009 b).

---

#### **Tongrube Gruhalde**

Hier wurden die Plateosaurier-Knochen gefunden, die im Sauriermuseum Frick ausgestellt sind. Es ist die einzige noch zugängliche Fundstelle für Plateosaurier, bekannt in Sammlerkreisen für die zahlreichen Fossilien. Für die Fossiliensuche steht ein speziell gekennzeichnetes Areal (Klopfplatz) mit fossilhaltigen Gesteinsbrocken zur Verfügung. Hier darf jederzeit ohne Anmeldung nach Fossilien gesucht werden (vgl. Schweiz Tourismus, 2009 a). Hammer und Meissel werden durch den Jurapark zur Verfügung gestellt.

---

#### **Sauriermuseum**

Einzigartig in der Schweiz ist das ausgestellte vollständige Skelett des Dinosauriers Plateosaurus, das in der Tongrube Gruhalde bei Frick geborgen wurde. Neben Fossilien aus der Trias- und Jura-Zeit ist auch ein Film über die Entdeckungsgeschichte der Fricker Dinosaurier zu sehen. Für Gruppen werden Führungen angeboten, auch ausserhalb der Öffnungszeiten (vgl. Schweiz Tourismus, 2009 c).

Öffnungszeiten: Sonntag 14.00 – 17.00 Uhr

Eintrittspreise:

Erwachsene: CHF 4.00

Schulkinder: CHF 2.00

Museumspässe gelten für das Sauriermuseum nicht

Sauriermuseum Frick

Schulstrasse 22

5070 Frick

Tel.: +41 (0)62 865 28 06

E-Mail: [dino@sauriermuseum-frick.ch](mailto:dino@sauriermuseum-frick.ch)

[www.sauriermuseum-frick.ch](http://www.sauriermuseum-frick.ch) (vgl. Sauriermuseum Frick).

---

### **Freibad Vitamare**

Das Freibad Vitamare garantiert Spass und Erlebnis für die ganze Familie. Im Jahr 2007 wurde ein Erlebnisbereich mit Kleinkinderbecken, Strömungskanal und Sprudelbecken neu erstellt. Das Herzstück bildet eine 70 Meter lange Wasserrutschbahn.

Öffnungszeiten:

Montag – Freitag 09.00 – 21.00 Uhr

Samstag / Sonntag 09.00 – 19.00 (17.00 bei schlechter Witterung)

Eintrittspreise:

Erwachsene: CHF 6.00

Kinder: CHF 3.00

Vitamare Freizeitzentrum

Tel.: +41 (0)62 865 88 88

E-Mail: info@vitamare.ch

www.vitamare.ch (vgl. Freibad Vitamare)

---

### **Restaurant Ochsen**

Der Landgasthof im Dorfzentrum ist älter als die Schweiz – er bestand urkundlich nachgewiesen vor 1291. Mit mehrfacher Prämierungen verspricht des Gasthof Ochsen Gaumenfreuden und authentisches Ambiente, sei es bei Kerzenlicht im Kerker oder im sonnendurchfluteten Garten.

Landgasthof Ochsen

Dorfplatz 56

5063 Wölflinswil AG

Tel.: +41 (0)62 877 11 06

E-Mail: info@ochsen-woelflinswil.ch

www.ochsen-woelflinswil.ch (vgl. Schweiz Tourismus f)

---

### **Hotel Adler**

In Frick, Mittelpunkt eines interessanten Gebietes mit zahlreichen Ausflugsmöglichkeiten, befindet sich das Hotel Adler. Frisch renoviert erstrahlt das wohl älteste Hotel von Frick, erbaut um 1240, in neuem Glanz.

Zimmerpreis ohne Frühstück	inkl. Frühstück
Einzelzimmer Dusche / TV / Telefon CHF 42.00	CHF 49.00
Einzelzimmer Dusche / WC / TV / Telefon CHF 81.00	CHF 88.00
Doppelzimmer Dusche / TV / Telefon CHF 74.00	CHF 88.00
Doppelzimmer Dusche / WC / TV / Telefon CHF 126.00	CHF 140.00

**Hotel Adler**

Hauptstrasse 82

5070 Frick

Tel.: +41 (0)62 871 13 30

E-Mail: [hotel.adler@adler-frick.ch](mailto:hotel.adler@adler-frick.ch)[www.adler-frick.ch](http://www.adler-frick.ch) (vgl. H. und K. Glaus, Hotel Adler)

---

**Hotel Platanenhof**

Das Hotel Platanenhof wurde 1197 neu eröffnet. Es ist ein Ort der Gastlichkeit, an dem Komfort und eine persönliche, frische Atmosphäre für einen angenehmen Aufenthalt sorgen.

Zimmerpreis inkl. Frühstück

Einzelzimmer CHF 160.00

Doppelzimmer CHF 240.00

Kinder bis 3 Jahre: gratis

Kinder bis 15 Jahre: CHF 70.00

**Hotel Platanenhof**

Bahnhofstrasse 18

5070 Frick

Tel.: +41 (0)62 865 71 71

E-Mail: [info@platanenhof.ch](mailto:info@platanenhof.ch)[www.platanenhof.ch](http://www.platanenhof.ch) (vgl. Hotel Platanenhof)

---

**Hotel Restaurant Rössli**

Das älteste urkundlich erwähnte Restaurant in Oberfrick. Jahrringe an Deckenbalken lassen das Baujahr 1577 vermuten. Seit vielen Generationen trifft man sich hier auf ein Bier oder zu einer währschaftigen Mahlzeit. Wer möchte, kann in dieser einfachen und unkomplizierten Beiz auch übernachten; im Angebot stehen auch zwei Einzelzimmer mit Dusche/WC, Fernseher und Frühstück (vgl. Schweiz Tourismus g).

Doppelzimmer mit Douche/WC, Frühstück inkl. CHF 160.00

**Gasthaus Rössli**

Im Hof 2

5073 Gipf-Oberfrick

Tel +41 (0)62 871 13 01

E-Mail: [info@gasthaus-roessli.ch](mailto:info@gasthaus-roessli.ch)[www.restaurant-roessli-zeihen.ch](http://www.restaurant-roessli-zeihen.ch) (vgl. Rogger-Fässler Vreni und Moritz: Restaurant Rössli)

## **Etappe Frick - Herznach**

### **Eichhof**

Wer das Aussergewöhnliche sucht, hat hier eine echte Alternative zum Federbett. Jeweils von Anfang Mai bis Ende Oktober stehen 30 Schlafplätze im Stroh und 10 Matratzenplätze zur Verfügung – ideal für grosse und kleine Gruppen. Gutbürgerliche warme und kalte Mahlzeiten werden auf Bestellung zubereitet, das Frühstück ist inbegriffen. Auch Zeltplatz und Grill stehen zur Verfügung. Nebst der grossen Spielwiese und den Eseln zum Anfassen erhält man Einblick in die Milchwirtschaft, die Rindermast, den Ackerbau, die Obstbewirtschaftung und den Rebbau (Schweiz Tourismus h).

Preise:

Erwachsene ab 16 Jahren CHF 23.00

Kinder unter 16 Jahren CHF 13.00

Werner und Catherine Gasser

Eichhof 161

5027 Herznach

Tel.: +41 (0) 62 876 12 29

E-Mail: info@eichhof161.ch

www.eichhof161.ch (vgl. Werner und Catherine Gasser, 2010).

---

### **Bergwerksilo Herznach**

Mit der Inbetriebnahme des Herznacher Bergwerks 1937 begann ein neues Kapitel der Fricktaler Bergbaugeschichte. Heute ist das Bergwerkareal in Privatbesitz. Der Silo ist zu einem Wohnhaus mit Bed&Breakfast ausgebaut, die Stollenbahn wird schrittweise wieder in Betrieb genommen und eine Ammonitensammlung zeigt die Funde aus dem Untergrund. Auf Anfrage können Areal und Stollen besichtigt werden (vgl. Schweiz Tourismus i).

Zimmer:

«Grün»: Zimmer mit Doppelbett, 2 Einzelbetten, Dusche/WC, TV, wireless LAN

«Terracotta»: Zimmer mit Doppelbett, 2 Hochbetten, Dusche/WC, TV, wireless LAN

«Blau»: Zimmer mit Doppelbett, Dusche/WC, TV, wireless LAN

«Gelb»: Zimmer mit Doppelbett, Dusche/WC, TV, wireless LAN

Preise pro Nacht, inkl. MWST, Kurtaxe und reichhaltigem Frühstücksbuffet:

bei Einzelbelegung: CHF 80.- / Person

bei 2 Personen im Doppelzimmer: CHF 70.- / Person

bei Vierbett-Belegung: Hochbetten: CHF 50.- / Person

Kinder von 2–10 Jahren: CHF 35.- / Person

Bergwerksilo

Bergwerkstrasse 36

5027 Herznach

Tel.: +41 (0)62 534 02 44

E-Mail: [info@bergwerksilo.ch](mailto:info@bergwerksilo.ch)

[www.bergwerksilo.ch](http://www.bergwerksilo.ch) (vgl. Brigitte Deiss / Ueli Hohl, 2010)

---

### **Themenweg Eisenweg**

Themenweg im Aargauer Jura von Wölflinswil über Herznach bis auf den Zeiher Homberg. Zehn Thementafeln informieren über Eisen und Bergwerke. Höhepunkt ist das Herznacher Bergwerk, von 1937 bis 1967 wurde hier Erz abgebaut. Die Schürfstelle "Ueker Weichlen" und die Bohnerzfundstelle Summerhalde in Zeihen sind weitere Zeitzeugen. Für die ganze Route (13km) braucht man dreieinhalb Stunden. Ganz- oder Halbtages-Tour; auch mit Kleinbus möglich (ab 10 Personen) oder mit Geländewagen. (Auch als geführte Tour buchbar) (vgl. Schweiz Tourismus j).

---

### **Etappe Herznach - Aarau**

#### **Baumriese – Die Pestlinde von Linn**

Auf dem Jurahöhenweg von Brugg zur Linner Linde und weiter hinauf bis zur Staffelegg. Die 800jährige Linde von Linn ist eine Natursehenswürdigkeit und bekannter Aussichtspunkt auf dem Bözberg-Plateau. Der Legende nach pflanzte Ende 1668 der letzte Linner die Linde auf das Grab der durch die Pest dahingerafftten Linner. Die Linde am Dorfrand ist seither die Garantie dafür, dass die Pest nie wieder ausbricht. Sie war und ist Treffpunkt des Dorfes zum geselligen Zusammensein (vgl. Schweiz Tourismus k).

---

#### **Dampflokomotive Gartenzenter Zulauf, Schinznach-Dorf**

Die einzige Dampfeisenbahn der Schweiz mit einer Spurweite von 600mm führt durch die Baumschule. Dampfbetrieb von Mitte April bis Mitte Oktober, der "Hauptbahnhof" ist beim Hintereingang des Gartencenters Zulauf. Die Fahrt dauert 25 Minuten. Die Bahn kann auch für Extrafahrten gemietet werden. Das Baumschul-Café, drei Picknickplätze und ein Grillplatz laden die Gäste zum Verweilen ein.

Preise Dampfbahnfahrten

Erwachsene CHF. 6.00

Kinder bis 16 Jahre CHF. 3.00

Kinder bis 6 Jahre in Begleitung Erwachsener gratis

Preise Gartenzenter

Tageskarten Erwachsene/Kinder CHF 12.00/6.00

Familien-Tageskarte max. 2 Erwachsene und 3 Kinder 6-16 Jahre CHF. 30.00

Zulauf AG

Baumschule, Garten-Center, Bonsai-Center, Dampfbahn  
Degerfeldstrasse 4  
5107 Schinznach-Dorf  
Tel. +41 (0)56 463 62 62  
E-Mail: [info@zulaufquelle.ch](mailto:info@zulaufquelle.ch)  
[www.schbb.ch](http://www.schbb.ch) (vgl. Baumschule Schinznach)

---

### **Erlebnis- und Thermalbad Aquarena**

Wasser, drei ganze Bassins voll. Auf einer Wasserfläche von über 600 m<sup>2</sup> gibt es für den gesunden Spass in 35°C warmem Wasser kein Halten mehr.

#### Öffnungszeiten:

Montag bis Donnerstag und Sonntag von 8.00 – 22.00 Uhr  
Freitag, Samstag von 8.00 – 23.00 Uhr

#### Eintrittspreise:

Erwachsene 2 Std. CHF. 22.00  
Kinder 2 Std. CHF. 13.50

### Erlebnis- und Thermalbad Aquarena

5116 Schinznach Bad  
Tel +41 (0)56 463 75 13  
E-Mail: [info@bs-ag.ch](mailto:info@bs-ag.ch)  
[www.aquarena.ch](http://www.aquarena.ch) (vgl. Thermalbad und Thermalquelle Bad Schinznach)

---

### **Freiluftschwimmbad Schinznach**

Das Schwimmbad Schinznach liegt am Anfang des malerischen Schenkenbergertals, am Westufer der Aare und ist ein Familien- und Plauschbad.

Erwachsene CHF. 4.00  
Schüler/Lehrlinge/Studenten CHF. 2.00 (vgl. Schwimmbad Schinznach-Dorf)

---

### **Restaurant zum Hirzen**

Vor 300 Jahren erhielt die Traditionswirtschaft zum Hirzen den noch heute gültigen Namen. Die verarbeiteten Produkte und Rohstoffe werden wenn immer möglich in der Schweiz eingekauft. Neben der Speisekarte mit Klassikern, gibts auch immer wieder saisonale Gerichte. 2005 wurde die Wirtschaft zum Hirzen als Gilde-Restaurant in den Kreis der Schweizerischen Gilde etablierter Köche aufgenommen (vgl. Schweiz Tourismus I).

#### Öffnungszeiten

Montag – Mittwoch: 08.30 – 14.15 Uhr / 16.30 – 24.00 Uhr

Freitag 16.30 – 24.00 Uhr

Samstag 08.30 – 24.00 Uhr

Sonntag 10.00 – 22.00 Uhr

Ruhetag: Donnerstag

Restaurant zum Hirzen

Lisbeth und Dieter Keist

Unterdorfstrasse 14

5107 Schinznach-Dorf / AG

Tel. +41 (0)56 443 12 31

E-Mail: [contact@hirzen.ch](mailto:contact@hirzen.ch)

[www.hirzen.ch](http://www.hirzen.ch) (vgl. Keist Dieter und Lisbeth, Restaurant zum Hirzen)

---

### **Restaurant zum Bären**

Bereits in der vierten Generation führt die Familie Amsler die rustikal, gemütliche Lokalität. Die Küche offeriert preiswerte Tellergerichte aus eigenen, überlieferten Rezepten sowie Saison-Spezialitäten. Die Räumlichkeiten eignen sich für persönliche und geschäftliche Anlässe. 11 Zimmer mit insgesamt 18 Betten, alle mit Dusche/WC, TV, Radio und Internetzugang (WLAN) (vgl. Schweiz Tourismus m).

Öffnungszeiten:

Dienstag bis Samstag 8.00 – 24.00 Uhr

Sonntag 10.00 – 15.00 Uhr

Ruhetag: Sonntag ab 15.00 Uhr und Montag

Gasthof zum Bären

Familie Amsler

Oberdorfstrasse 32

5107 Schinznach-Dorf

Tel +41 (0)56 443 12 04

E-Mail: [info@baeren-schinznach.ch](mailto:info@baeren-schinznach.ch)

[www.baeren-schinznach.ch](http://www.baeren-schinznach.ch) (vgl. Familie Amsler, Restaurant Bären)

---

### **Freiluftschwimmbad Rapperswil – Auenstein**

Das Wasser ist auf ca. 25 Grad beheizt.

Öffnungszeiten

April – Mai: 09.00 - 19.00 Uhr

Eintrittspreise:

Kinder CHF. 2.00 / Lehrlinge/Studenten CHF. 3.00 / Erwachsene CHF. 4.50

Freiluftschwimmbad Rapperswil – Auenstein

Werkstrasse 1

5105 Auenstein

Telefon +41 (0)62 897 13 10

E-Mail: [schwimmbad.rapperswil-auenstein@bluewin.ch](mailto:schwimmbad.rapperswil-auenstein@bluewin.ch)

[www.schwimmbad-rapperswil-auenstein.ch](http://www.schwimmbad-rapperswil-auenstein.ch) (vgl. Gemeinde Auenstein, Schwimmbad)

---

### **Käpten Jo's Aarfähre**

Romantik, Abenteuerlust und die grosse Liebe zum Meer verführten den ehemaligen Seemann "Käpten Jo" dazu, seine Aarfähre zu bauen, einen auf Trocken-Dock liegenden Ozeanriesen. Die Aarfähre von Captain Jo ist ein Muss für alle Piratenliebhaber. Im Piratenrestaurant kann „Piraten-Frass“ gegessen werden; an den Freitag- und Samstagabenden sogar mit Käpten Jo Junior zusammen. Weiter hat es ein Piratenmuseum, ein grosser Spielpark und vieles mehr.

Öffnungszeiten:

Montag Ruhetag

Dienstag ab 18.00 Uhr

Mittwoch - Donnerstag 11.00 - 23.00 Uhr

Freitag 11.00 - 24.00 Uhr

Samstag 10.00 - 24.00 Uhr

Sonntag 10.00 - 23.00 Uhr

Käpten Jo's Aarfähre

Mühlerain 2

5023 Biberstein

Tel: +41 (0)62 827 28 28

[www.kaeptenjo.ch](http://www.kaeptenjo.ch) (vgl. Käpten Jo's Aarfähre)

---

### **Biobad Biberstein**

Im Jahr 2000 wurde der erste öffentliche Schwimmteich der Schweiz eröffnet, der gleichzeitig auch das erste Biobad der Schweiz ist. Bei Biberstein lohnt sich ein Sprung ins grüne Wasser: Mit etwas Glück entdeckt man im nahe gelegenen Reinigungsbecken Fische und Frösche. Ein grosses Becken, ein Kinderbecken und die Liegewiese laden zum Entspannen und Verweilen ein (vgl. Schweiz Tourismus n).

Öffnungszeiten:

April – Oktober:

Sonntag – Donnerstag: 09.00 – 21.00 Uhr

Freitag und Samstag: 09.00 – 21.00 Uhr

Eintrittspreise:

Erwachsene CHF 5.00 / Lehrlinge/Studenten CHF 3.00 / Schüler 1. - 9. Klasse CHF 2.00 / Kinder unter 7 Jahre in Begleitung gratis (vgl. Gemeinde Biberstein, Biobadi).

---

**Naturama**

Vom Dinosaurier zur Kristallkugel: Die vollständig neu gestaltete Dauerausstellung befasst sich mit der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des „Lebensraum Aargau“. Tiere, Pflanzen und spannende Videofilme zeigen Spannungsfelder zwischen Natur und Mensch. Auf Voranmeldung Abendführungen, Tagungen und Seminare oder Apèros.

Öffnungszeiten:

Dienstag bis Sonntag 10.00 – 17.00 Uhr

Naturama Aargau

Bahnhofplatz

Postfach

5001 Aarau

Tel. (0)62 832 72 00

E-Mail: [info@naturama.ch](mailto:info@naturama.ch)

[www.naturama.ch](http://www.naturama.ch) (vgl. Schweiz Tourismus o)

---

**Velo Mieten**

<b>Ort</b>	<b>Geschäft</b>	<b>Tel. Nr.</b>
Aarau	Rent a bike	+41 (0)51 229 72 16
Bözen	Fuchs Räder	+41 (0)62 876 14 19
Brugg	No Limit Ltd	+41 (0)56 441 77 11
Kaisten	Radsport Top	+41 (0)62 874 22 03
Kleindöttingen	Keller	+41 (0)56 245 58 55
Koblentz	Bike Sport Matter	+41 (0)56 250 26 26
Laufenburg	Follow Me	+41 (0)62 869 70 00
Möhlin	Metzger	+41 (0)61 851 45 13
Mumpf	Waldmeier Sport	+41 (0)62 873 11 49
Oberhofen	Hüsler	+41 (0)62 875 21 51
Rheinfelden	Fahrrad Furrer	+41 (0)61 831 49 80
Sulz	Radsport Schumacher	+41 (0)62 875 19 41
Wittnau	Landgasthof Krone	+41 (0)62 871 12 22
Zeiningen	bike point GmbH	+41 (0)61 853 06 00

---

### **Veloreparatur Geschäfte**

Rolf Bugmann

Velos Mofas Reparaturen

Bahnhofstrasse 21

5070 Frick/AG

Tel.: +41 (0)62 871 47 58

Wernli-Sport AG

Sport- & Radsportgeschäft

Hauptstrasse 32

5070 Frick/AG

Tel.: +41 (0)62 871 44 34

Hans Kuhn

Velos Motos

Unterdorfstrasse 33

5107 Schinznach Dorf/AG

Tel.: +41 (0)56 443 16 65

Kurt Jent

Kudi's Zweirad-Shop

Tellistrasse 66

5000 Aarau/AG

Tel.: +41 (0)62 822 95 85

---

### **Notfallnummern**

144 - Sanität, Ambulanz

117 - Polizei

118 - Feuerwehr

140 - Strassen-Pannenhilfe

145 - Giftinfos, Notfallberatung

1414 - Rega, Rettungsflugwacht

### **Eidesstattliche Erklärung**

*"Ich bestätige hiermit, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit alleine und nur mit den angegebenen Hilfsmitteln realisiert habe und dass ich ausschliesslich die erwähnten Quellen benutzt habe. Ohne Einverständnis des Studiengangsleiters und des für die Bachelorarbeit verantwortlichen Dozenten sowie des Forschungspartners, mit dem ich zusammengearbeitet habe, werde ich diesen Bericht an niemanden verteilen, ausser an die Personen, die mir die wichtigsten Informationen für die Verfassung dieses Berichts geliefert haben und die ich nachstehend aufzähle: Schweiz Tourismus, Geschäftsstelle Jurapark Aargau, Aargau Tourismus."*

*Gabriella Jakob*