

Jahresbericht 2023

Schwarzsee Tourismus



www.schwarzsee.ch

SCHWARZSEE
region **SENSE**

Inhaltsverzeichnis

Vorstand und Mitarbeitende	4
Bericht des Präsidenten	5
Bericht Geschäftsführung	6
Gästebetreuung, Dienstleistungen und Angebote	7
Marketing	7
Kommunikation und Information	8
Veranstaltungen	10
Projekte	11
Ferienwohnungen und Übernachtungsstatistiken	11
Tätigkeitsprogramm	13
Rechnung 2023	14
Budget 2024	17

1. Vorstand und Mitarbeitende

Vorstand Schwarzsee Tourismus

Bruno Zbinden

Präsident

Armin Haymoz

Vertreter Düringen Tourismus

Benedikt Mooser

Gewerbe, Vize-Präsident

Benoît Gisler

Vertreter Campus Schwarzsee

Daniela Jendly

Finanzen, Mitglieder

Lydia Plüss

Vertreterin Naturpark Gantrisch

Melanie Schmutz

Vertreterin Kaisereggbahnen Schwarzsee

Peter Roodbeen

Gastro

Bruno Werthmüller

Präsident Tourismuskommision Region Sense

Mitarbeitende Schwarzsee Tourismus

Daniela Schwartz

Geschäftsführerin Schwarzsee Tourismus – 100 %

Hervé Lauper

Geschäftsführer Schwarzsee Tourismus – 100 %

Flavio Catillaz

Infrastruktur, Häxewägg, Verantwortlicher Eispaläste – 80 %

Lynn Marie Beyeler

Lernende – (ab August)

Arlette Schafer

Administration, Ferienwohnungen – 40 % (ab August)

Sonja Aeby

Administration, Ferienwohnungen – 100 % (ab August)

Francine Riedo

Praktikantin – 100 % (ab September)

Sarah Baeriswyl

Administration, Ferienwohnungen – 80 % (bis August)

Ilona Zahno-Bertschy

Teamleiterin Raumpflege Ferienwohnung, Administration – 40 % (bis Februar)

Deborah Amstutz

Praktikantin – 100 % (bis Juni)

Susanna Hübscher

Finanz- und Lohnbuchhaltung – 20 % (bis Februar)

Externe Arbeiten

Anton Rappo

Grotte Schwarzsee

Lions Club Sense-Kaiseregg

Grotte Schwarzsee

ProSenectute

Ausschilderung Schneeschuh-Trails

2. Bericht des Präsidenten

Liebe Vereinsmitglieder

Ein aktives und herausforderndes Geschäftsjahr liegt hinter uns. Nebst unserer Haupttätigkeit, dem Empfang und der Betreuung unserer Gäste, geben die zahlreichen Angebote, Projekte und Veranstaltungen viel Arbeit. Mit grossem Einsatz und viel Motivation versuchen wir, jedem Gast ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern und ein unvergessliches Erlebnis zu bieten.

Zur Wintersaison müssen wir feststellen, dass die warmen Temperaturen eine Herausforderung sind. Die Skiorte in höheren Lagen hatten ausgezeichnete Schneebedingungen und entsprechend viele Wintersportler. Leider gilt dies nicht für unsere Region und die Skianlagen in den Freiburger Alpen mussten einen starken Besucherrückgang verzeichnen. Diese Auswirkungen spüren wir auch bei den Übernachtungszahlen und mussten entsprechend einen Rückgang der Aufenthaltsgäste registrieren. Wir hoffen und sind zuversichtlich, dass der nächste Winter wieder besser wird.

Das erste Geschäftsjahr mit dem Leistungsauftrag der Region Sense liegt hinter uns. Nach einer Bestandsaufnahme mit zahlreichen Treffen und Gesprächen geht es nun an die Umsetzung der konkreten Massnahmen. So wurde die «Sensler Highlight-Karte» mit entsprechendem Werbevideo lanciert. Die Karte wird nun kontinuierlich weiterentwickelt und soll unsere vielseitigen und attraktiven Angebote im Senseland bekannter machen.

Die zahlreichen Anlässe in unserer Region sind beste Werbung und erzielen eine wichtige Wertschöpfung. Auch aus diesem Grund sind wir sehr froh, dass für unser Schwing- & Älplerfest Schwarzsee eine langfristige Lösung gefunden werden konnte und dieser Top-Event weiterhin auf dem bestehenden Terrain durchgeführt werden kann. Besten Dank allen, welche sich dafür eingesetzt haben.

Ein wichtiges Projekt für den ganzen Bezirk ist das geplante «Sensler Sport- & Freizeitbad» in Plaffeien. So ein Angebot würde für den Tourismus ganz neue Möglichkeiten und Chancen eröffnen. Der Aufenthaltstourismus könnte merklich gesteigert werden. Die positive Ausstrahlung wäre im ganzen Senseland spürbar und entsprechende Arbeitsplätze könnten geschaffen werden. Schwarzsee-Senseland Tourismus unterstützt dieses wichtige Projekt sehr und hofft auf einen baldigen Baustart.

Ich bedanke mich abschliessend ganz herzlich bei allen, welche sich in irgendeiner Form für unsere unvergleichliche Region einsetzen. Ein spezieller Dank geht an unsere Mitglieder, Gastgeber, Partner, Region Sense, Gemeinde Plaffeien, Loterie Romande und der Freiburger Tourismusverband. Ein herzliches Dankeschön auch an meine Vorstandsmitglieder und das ganze Team von Schwarzsee-Senseland Tourismus.

Euer Präsident, Bruno Zbinden



3. Bericht Geschäftsführung

Liebe Freunde, Mitglieder und Partner von Schwarzsee

Der Verein blickt auf ein spannendes, abwechslungsreiches sowie ereignisreiches Jahr zurück und freut sich, Ihnen nun diesen Jahresbericht vorzulegen.

Mit dem Übergang zum neuen Tourismusgesetz und der Verantwortung als Regionale Tourismusorganisation waren die Geschäftsführung sowie das junge Team gefordert. Die Gesamtbilanz weist trotzdem positive Ergebnisse auf, sowohl bei den Tagesgästen, bei der Anzahl an organisierten oder unterstützten Veranstaltungen, der gestarteten Entwicklung Richtung Digitalisierung mit einem neuen Kassensystem sowie auch in Bezug auf die Kommunikation.

Mit der Leistungsvereinbarung mit der Region Sense durften wir Ihnen anlässlich der letzten Generalversammlung zudem unser

neues Logo präsentieren. Das schlichte, feine und zeitlose Design mit dem integrierten Muster der berühmten Seislerbrätzela wird seither für die touristische Vermarktung von Schwarzsee und dem Sensebezirk eingesetzt.

Die Bilanz der Übernachtungen im ganzen Sensebezirk zeigt mit 155 000 taxpflichtigen Übernachtungen einen Rückgang von 3% im Vergleich zum Vorjahr. Es gilt dabei zu beachten, dass aufgrund des neuen Tourismusgesetzes Kinder und Jugendliche in Gruppenunterkünften nicht mehr taxpflichtig sind und der Rückgang daraus resultiert.

Wir möchten dem gesamten Vorstand, dem Team des Tourismusbüro sowie den Tourismuspartnern für ihr Engagement im Jahr 2023 für den Tourismus in unserer Region danken.

Daniela Schwartz und Hervé Lauper
Geschäftsführung



4. Gästebetreuung, Dienstleistungen und Angebote

Gästebetreuung

Das Tourismusbüro war an 309 Tagen für den Empfang und die Information von Gästen geöffnet. Von Mai bis Oktober wurden dabei auch 1150 Sets für den Hähewägg Schwarzsee verkauft.

An den Wochenenden übernahm Schwarzsee-Senseland Tourismus zudem noch den Telefondienst für den Naturpark Gantrisch und gab den Gästen über diesen Kanal die gewünschte Auskunft.

Mit den neuen Screens, welche in den Schaufenstern des Tourismusbüros zu sehen sind, informierten wir zusätzlich während der geschlossenen Tage über mögliche Aktivitäten oder Veranstaltungen in der ganzen Region.

Winterangebote

Im Herbst half die ProSenectute bei der Signalisierung der Schneeschuhtrails. Denn noch bevor der Boden gefror, mussten die pinkfarbenen Pfosten darin verankert, die Wegweiser angeschraubt und die Markierungsbänder um die Bäume gebunden werden.

Auch konnte der Schwarzsee während einigen Tagen im Winter offiziell freigegeben werden, da die Eisdicke genügend war. Ein jeweils grosses Highlight für alle!

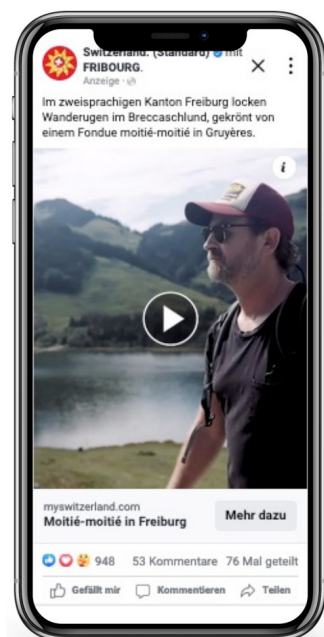
5. Marketing

Wie üblich beteiligte sich Schwarzsee-Senseland Tourismus an den Marketingkampagnen von Schweiz Tourismus für den Sommer und Winter sowie an denjenigen vom Freiburger Tourismusverband für die vier Jahreszeiten.

Internationale Kampagnen mit Schweiz Tourismus Sommerkampagne

Wie schon im 2021 wurde in der Sommerkampagne die Zweisprachigkeit des Kantons Freiburgs, resp. die Wanderung Schwarzsee – Charmey – Gruyère hervorgehoben. Da der Inhalt schon vor einigen Jahren produziert wurde, konnten die zusätzlichen Mittel in die Verbreitung umgeschichtet werden. Die Multimedia Story mit dem Botschafter Gustav erzielte trotz «recycling» Inhalt gute Ergebnisse.

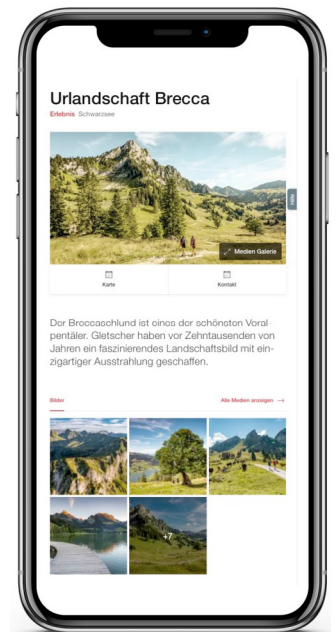
Im Sommer 2022 wurde ein Fotoshooting für die Urlandschaft Brecca organisiert, da die letzten Fotos nicht



bei schönem Sommerwetter gemacht wurden. Die neuen Keyvisuals wurden für die Sommerkampagne 2023 verwendet und erzielten zufriedenstellende Resultate. Schweiz Tourismus empfiehlt jedoch, dass vermehrt Videocontent produziert werden sollte. Dieser erzielt erfahrungsgemäss die besseren Resultate.

Winterkampagne

Das Key Visual mit der Schneeschuhwanderung zum Gantrischli erreichte trotz verkürzter Laufzeit aufgrund schlechter Schneeverhältnisse 1811304 Impressionen. Zudem wurde der Rundweg um den Schwarzsee in die Winter-Sonderausgabe der Coop Zeitung integriert (Auflage: 2,7 Mio.).



Kampagnen mit dem Freiburger Tourismusverband

Frühlingskampagne vom 21.3. – 31.5.2023

- Ziele: 4-Jahreszeiten-Kommunikation verstärken, Verbraucher für lokale Produkte und sanften Tourismus sensibilisieren
- Thema Schwarzsee-Senseland Tourismus: Herzschaufel Sense und Frühlingswanderungen
- Verbreitung: 100% digitale Kampagne mit Fokus Schweizer Markt
- Mittel: versandte Newsletter 57 240, Social Media (8,3 Mio. Impressionen), Google & YouTube Ads (1,6 Mio. Impressionen), Online advertising mit Blick.ch, Freizeit.ch, NZZ & Le Temps und weitere (6,5 Mio. Impressionen)
- Totales Budget/Beteiligung Schwarzsee-Senseland Tourismus: CHF 150 000.–/CHF 14 286.–

Sommerkampagne vom 1.6. – 22.8.2023

- Ziele: Diversität zwischen Stadt, Seen und Berge aufzeigen, Destination als Ausflugs- und Ferienort bekannt machen
- Thema Schwarzsee-Senseland Tourismus: Drachenland Schwarzsee und Rodelbahn
- Verbreitung: 100% digitale Kampagne mit Fokus Schweizer Markt
- Mittel: versandte Newsletter 83 810, Social Media (11,9 Mio. Impressionen), Google & YouTube Ads (1,3 Mio. Impressionen), Online advertising mit Coopzeitung, Radio Energy, Schweizer Illustrierte, APG und weitere (19,3 Mio. Impressionen)
- Totales Budget/Beteiligung Schwarzsee-Senseland Tourismus: CHF 450 000.–/CHF 42 857.–

Herbstkampagne vom 23.8. – 19.11.2023

- Ziele: Bestehende Synergien zwischen Tourismus und Terroir Fribourg stärken, Sensibilisierung der Konsumentinnen und Konsumenten für lokale Produkte und sanften Tourismus, Kanton Freiburg als leicht mit dem öffentlichen Verkehr erreichbar bewerben (neue Zuglinie Bern – Broc)

- Thema Schwarzsee-Senseland-Tourismus: Alpbabzug Plaffeien und Bénichon im Restaurant Schlüssel Überstorf
- Verbreitung: 100% digitale Kampagne mit Fokus Schweizer Markt
- Mittel: versandte Newsletter 82 887, Social Media (5,4 Mio. Impressionen), Google & YouTube Ads (0,5 Mio. Impressionen), Online advertising mit Blick, Passeport Gourmand, Terre & Nature, APG und weitere (2,9 Mio. Impressionen)
- Totales Budget/Beteiligung Schwarzsee-Senseland Tourismus: CHF 130 000.–/CHF 10 000.–

Winterkampagne 1.12.2022 – 20.3.2023

- Ziele: Bekanntheit des Kantons Freiburg in der ganzen Schweiz steigern, Vielfalt des Winterangebots im Kanton bekannter machen
- Thema: Eispaläste Schwarzsee
- Verbreitung: 100% digitale Kampagne mit Fokus Schweizer Markt
- Mittel: versandte Newsletter 82 187, Social Media (6 Mio. Impressionen), Google Ads (278 903 Impressionen), Online advertising mit Blick, NZZ Bellevue, Loisir.ch/Freizeit.ch
- Totales Budget/Beteiligung Schwarzsee-Senseland Tourismus: CHF 60 000.–/CHF 10 000.–

Magic Pass

Mehr als 180 000 Personen besitzen den Magic Pass, welcher für die Bergbahnen eine treibende Kraft für den Sommer- und Wintertourismus ist. So konnten im Sommer rund 400 000 Besuche in den Magic Pass Destinationen generiert werden. Entsprechend nutzte auch Schwarzsee-Senseland Tourismus diese Plattform, um gezielt Angebote zu platzieren und bekannt zu machen.

6. Kommunikation und Information

6.1 Neues Logo & Merchandising

Die Einführung der neuen visuellen Identität im Frühling führte zu zahlreichen positiven Rückmeldungen. Das neue Logo für die Regionale Tourismusorganisation wurde seither für alle Print-erzeugnisse sowie Werbeartikel verwendet. Eine Auswahl an Werbeartikeln wie Caps, Sonnenbrillen, Stickers oder auch Trinkflaschen wurden produziert und können seither im Tourismusbüro gekauft werden.

6.2 Printmedien

Zusammen mit den Kaisereggbahnen AG wurde eine Partnerschaft mit der Gantrisch Zeitung eingegangen. Die Zeitung wird in über 25 Gemeinden im Gantrischgebiet gratis verteilt – von Belp im Norden, zu Wattenwil im Osten, Schwarzsee im Süden und Heitenried im Westen. Pro Ausgabe (4× jährlich) wurde in Zusammenarbeit mit den Kaisereggbahnen AG jeweils ein Artikel erarbeitet.

6.3 Pressereisen

Über das ganze Jahr verteilt durften wir mehrere Pressereisen in unserer Region durchführen. Diese wurden grösstenteils durch Fribourg Region betreut.

Eine der grössten Medienreisen wurde zum Thema «Touristische Mobilität» durchgeführt. Dabei wurde die neue Bahnverbindung zwischen Bern und Broc-Fabrique vorgestellt, welche auch in Düringen Halt macht. Entsprechend wurde auch eine Fahrt über den Schifflensee mit dem Solarschiff «d'Grandfey» gemacht.

Neben dem Zug und den Bergbahnen gibt es auch zahlreiche andere Arten, sich fortzubewegen. Darunter fallen auch die E-Bikes. Mit der Herzschlaufe Sense durften wir Journalisten auf dieser Schlaufe durch den Sensebezirk begleiten.

In der Region Düringen wurden zudem das Düringer Moos sowie die Magdalena-Einsiedelei besucht. Eine grosse, mehrseitige Publiereportage über den Sinn- und Klangweg in Düringen erschien zusätzlich in der französischen Coopzeitung.

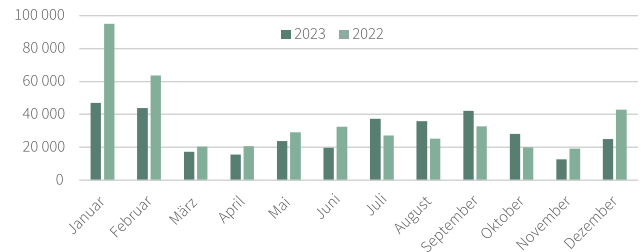


6.4 Webseite

Alle Freiburger Destinationen weisen einen Rückgang der Anzahl Sitzungen auf. Ein Teil dieses Rückgangs (zirka 5%) konnte durch den Übergang der Domain von fribourgregion.ch zu fribourg.ch

erklärt werden. Der weitaus grössere Rückgang für Schwarzsee-Senseland Tourismus resultiert aus den eingeschränkten Winterwinterangeboten.

Anzahl Sitzungen Webseite pro Monat & Geschäftsjahr



Quelle: Google Analytics, Schwarzsee Tourismus

Geografische Auswertung der Webseitenbesuche

Die Auswertung der geografischen Daten bezüglich Webseitenbesuche hat weiterhin ergeben, dass der Heimmarkt für die Marketingbestrebungen am wichtigsten ist. Mehr als 92% der Webseitenbesuchenden stammten aus der Schweiz.

Land	Sitzungen 2023	Veränderung in %
Schweiz	341 202	-20,55
Frankreich	7 589	-1,76
Deutschland	7 190	-12,91
USA	1 934	-80,18
Holland	1 687	-26,68
Grossbritannien	1 255	-17,38

Quelle: Google Analytics, Schwarzsee Tourismus

Meistbesuchte Seiten – www.schwarzsee.ch

Die beiden Einstiegsseiten auf Deutsch und Französisch waren die meistbesuchten Seiten. Die Einstiegsseite auf Englisch fiel deutlich ab. Noch mehr konsultiert wurden im 2023 die Landing-

Vergleich Anzahl Sitzungen pro Destination

Destination	2023	2022	Veränderung in %
www.la-gruyere.ch	1 072 810	1 236 890	-13%
www.fribourg.ch	3 757 497	3 963 849	-5%
www.fribourgtourisme.ch	636 251	658 772	-3%
www.schwarzsee.ch	368 645	468 388	-21%
www.regionmurtensee.ch	479 898	498 762	-4%
www.les-paccots.ch	274 008	293 723	-7%
www.estavayer-payerne.ch	257 763	284 589	-9%
www.romontregion.ch	134 347	149 364	-10%

Quelle: FTV, Jahresbericht 2023

Bemerkungen: Unterschiedliche Berechnungsmethoden von Google Analytics Universal und GA4, weshalb die Zahlen von 2022 von den im letzten Geschäftsbericht publizierten Daten abweichen.

pages zu den Eispalästen, dem Alpabzug, die Webcams sowie die Wandervorschläge. Erfreulicherweise konnte festgestellt werden, dass die Herbstkampagne Wirkung zeigte. Erstmals aufgeführt in den 15 meistbesuchten Seiten waren die regionalen Produkte, wie zum Beispiel der Selfpick in Schifflenen oder das Rezept für den Giffersteetee.

6.5 Social Media



2023



2023

Follower 9476 (+9%)

Follower 4313 (+9%)

Quelle: Facebook Meta Business Suite 2023, Vergleich mit der Vorjahresperiode

Der beliebteste Beitrag, welcher über die beiden Social Media Kanäle veröffentlicht wurde, war jener über den Alpabzug vom 29. September 2023. Der Rückblick erreichte mehr als 186000 Konten, wurde 83× kommentiert sowie 171× geteilt.



7. Veranstaltungen

Das Jahr 2023 war gespickt mit einer Anzahl an lokalen, regionalen aber auch überregionalen Veranstaltungen, bei welchen Schwarzsee-Senseland Tourismus involviert war.

LAC NOIR Schwarzsee Festival

Eine stimmungsvolle zweite Ausgabe des LAC NOIR Schwarzsee Festival ging vom 17. – 20. August 2023 über die Bühne. Tagsüber besuchten insgesamt mehr als 10000 Menschen das Festivalgelände. Abends während den kostenpflichtigen Konzerten feierten 7500 Personen.



Tour de Suisse Tafers

Am 13. Juni 2023 startete in Tavers die dritte Etappe der Tour de Suisse. Das Startgelände war gut besucht und auch entlang der Strecke erlebten viele Menschen das Spektakel hautnah mit. Bereits 2025 kehrt die Tour de Suisse in den Sensebezirk zurück. Im idyllischen Schwarzsee ist das Ziel einer Etappe geplant.

Migros Hiking Sounds

Das Wander- und Musikerlebnis Migros Hiking Sounds hat auf seiner Tour wiederum halt in Schwarzsee gemacht. Der Event ist nicht nur bei unseren Gästen sehr beliebt, sondern auch für unsere Destinationspartner wichtig, da nebst den Fahrten mit der Bergbahn auch Übernachtungen generiert werden können.

8. Projekte

Die Projektarbeiten waren dieses Jahr vielfältig und umfassend. Nebst dem Thema Mountainbike, welches weiterhin aktuell war, hat Schwarzsee-Senseland Tourismus drei weitere grosse Projekte lanciert oder erarbeitet.

8.1 Highlightkarte Sensebezirk und Video

Während dem Jahr wurde in enger Zusammenarbeit mit der Arbeitsgruppe Tourismus, respektive mit den Sensler Gemeinden die Highlight Karte Sensebezirk entwickelt und von der Agentur millefeuille ag realisiert. Die Karte hebt die vielfältigen touristischen Angebote der Region hervor und ermöglicht es erstmals, diese gemeinsam sichtbar zu machen.

Begleitet wird die Highlight Karte durch ein dynamisches Werbevideo, welches durch Mischlervisuals erarbeitet wurde. Diese visuelle Darstellung ermöglicht ein lebendiges Bild der Attraktionen zu vermitteln, zu inspirieren sowie die Schönheit und Vielfalt des Sensebezirks zu erkunden.

8.2 Soundtrek

Anlässlich des LAC NOIR Schwarzsee Festivals wurde der Soundtrek lanciert. Der Soundtrek entstand in einer Zusammenarbeit mit dem LAC NOIR Schwarzsee Festival und ist eine spannende Schnitzeljagd rund um den Schwarzsee. Ziel dieser Wanderung ist es, spielerisch das Bewusstsein für die Region und die Natur zu schärfen.

8.3 Inkubatour

Inkubatour ist ein dynamisches Projekt, welches gemeinsam mit Strategyzer, immotour und freundlicher Unterstützung vom SECO im Herbst lanciert wurde. Es zielt darauf ab, den Tourismus in der Schweiz durch frische, kreative Ideen zu revolutionieren. Das Projekt wird Schwarzsee Tourismus auch 2024 beschäftigen, da das Team mit einer eigenen Idee ebenfalls teilnehmen wird.

9. Ferienwohnungen & Übernachtungsstatistik

Die Corona-Pandemie hatte während den Jahren 2020–2022 starke Auswirkungen auf die Tourismusbranche. Nun setzen die laufenden Preiserhöhungen im Gesundheits- und Energiesektor die Konsumausgaben und somit die Freizeitausgaben unter Druck.

9.1 Vermieterservice Ferienwohnungen und Chalets

In den letzten Jahren haben sich der Markt und die Rahmenbedingungen für die Vermietung von Ferienwohnungen stark geändert. Die Kommission der Buchungsplattform booking.com setzte die Dienstleistungsmarge von Schwarzsee-Senseland Tourismus schon seit längerem unter Druck und die allgemeinen Verwaltungs- und Lohnkosten sind ebenfalls gestiegen.

Um weiterhin von der Bekanntheit und Reichweite der Buchungsplattform zu profitieren, wurden die Ferienwohnungsbesitzer im Vermieterservice informiert, dass sich Schwarzsee-Senseland Tourismus gezwungen sieht, einen Teil der Kosten umzulegen, um den Service kostendeckend anbieten zu können.

Das Tourismusbüro hat im letzten Jahr mehr als 400 Buchungen bearbeitet. Daraus sind 6171 taxpflichtige Übernachtungen (Kinder unter 16 Jahren hier nicht eingerechnet) resultiert. Dies ist ein leichter Rückgang im Vergleich zum Vorjahr. Stabil bleibt jedoch die Anzahl an durch Schwarzsee-Senseland Tourismus betreuten Ferienwohnungen mit insgesamt 23 Objekten.

9.2 Statistik Übernachtungen 2023

Übernachtungen Schwarzsee – Plaffeien

Zahlen 2019 – 2023	2019	2020	2021	2022	2023
Hotels und Pensionen					
Hostellerie am Schwarzsee	15644	13175	18441	17394	15809
Hotel Bad	4275	4169	5745	5794	5127
Haus Montanara	894	1056	734	785	344
Annas B&B	1046	1098	1019	916	962
Pension fein & sein			1615	1600	2040
Gasthof Hirschen, Plaffeien	215	343	26	621	1659
Hotel Alpenklub, Plaffeien	146	118	13	66	31
Hotel Edelweiss, Plasselb	34	18	0	35	13
Total	22254	19977	27593	27211	25985
Ferienheime und Massenlager					
Haus der Jugend	8020	5534	3860	3222	3409
Chalet Aurore	2417	1264	1233	1322	1680
St. Michael	2174	993	1225	948	1028
Diverse Alphütten	2129	1637	2621	1972	1149
Campus	8806	4717	653	6093	4357
Forsthaus Hölli	702	608	434	304	408
Total	24248	14753	10026	13861	12031
Diverse Unterkünfte und Ferienwohnungen					
	48192	49566	52205	61875	67423
Total	48192	49566	52205	61875	67423
Camping und Zelte					
	21703	23018	24500	24136	8120
Total	21703	23018	24500	24136	8120
Gesamttotal	116397	107314	114324	127083	113559



10. Tätigkeitsprogramm 2024

Datum	Event	Organisator	Aufgabenbereich
22.3.2024	13. Seisler Abe im SchwarzseeStörn	SchwarzseeStörn & Schwarzsee Tourismus	Kommunikation
8.6.2024	GV Schwarzsee Tourismus	Schwarzsee Tourismus	
23.6.2024	Schwing- und Älplerfest	OK Schwingfest Schwarzsee	Ticketverkauf & Kommunikation
1.8.2024	1. August	Gemeinde Plaffeien	Mitfinanzierung Feuerwerk, Kommunikation
1.8.2023	Stierenberglauf	MAHU & TV Plaffeien	Sponsoring
8.8.2024	DonnschtiGsJass		Unterstützung, Kommunikation
3. – 10.8.2024	Open-Air Kino Plaffeien	OK Open-Air Kino Plaffeien	Sponsoring
10.8.2024	Coop Familienwanderung	Hotz'n'Plotz	Unterstützung, Kommunikation
21.9.2024	Alpabzug Plaffeien	OK Alpabzug	Administration & Kommunikation
28. + 29.9.2024	Migros Hiking Sounds	TIT-PIT GmbH	Unterstützung, Kommunikation
31.12.2024	Silvester in Schwarzsee	Destinationspartner	Koordination & Kommunikation

Diese Liste ist nicht vollständig und führt nur eine kleine Auswahl an Events in der Region Schwarzsee-Sense auf.



11. Rechnung 2023

Bilanz 2023 (Zahlen in CHF)

Aktiven	Aktuell	Vorjahr
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	262 038.08	163 409.55
Forderungen Dritter	52 393.25	97 587.53
Forderungen Nahestehende	18 576.10	-
Sonstige Forderungen	210.14	-
Vorräte	13 055.50	18 942.70
Aktive Rechnungsabgrenzung	30 532.40	7 500.00
Total Umlaufvermögen	376 805.47	287 439.78
Anlagevermögen		
Mietzinsdepot	1 657.45	1 653.90
Beteiligungen	30 000.00	30 000.00
Wertberichtigung Beteiligungen	- 29 999.00	-
mobile Sachanlagen	3 783.65	10.00
Total Anlagevermögen	5 442.10	31 663.90
Total Aktiven	382 247.57	319 103.68
Passiven	Aktuell	Vorjahr
Fremdkapital		
laufende Verpflichtungen	157 736.38	99 850.65
Depotgelder	13 600.00	13 600.00
MWST	68 592.85	-
K/K Aufenthaltstaxen	1 864.60	-
passive Rechnungsabgrenzung	20 924.48	23 424.90
Total Fremdkapital	262 718.31	136 875.55
Fonds		
Rückstellungen, Reservefonds	16 803.45	82 000.00
Tour de Suisse 2025	20 690.30	-
Total Fonds	37 493.75	82 000.00
Eigenkapital		
Kapital am 01.01.	100 228.13	99 789.23
Jahreserfolg	- 18 192.62	438.90
Total Eigenkapital	82 035.51	100 228.13
Total Passiven	382 247.57	319 103.68

Erfolgsrechnung 2023 (Zahlen in CHF)

Ertrag	Aktuell	Budget	Vorjahr
Beiträge			
Staatliche Zuschüsse (NRP, SECO, usw)	80 000.00	–	12 000.00
Region- und Gemeindegzuschüsse	307 200.00	303 500.00	183 762.55
Mitgliederbeiträge + Sponsoring	22 250.00	51 200.00	24 450.00
Total Beiträge	409 450.00	354 700.00	220 212.55
Tourismuseinnahmen			
regionale Aufenthaltstaxen	227 739.05	165 000.00	189 695.85
Verkauf touristische Aktivitäten UND Leistungen	55 148.80	40 000.00	162 557.32
Verkauf Shop	20 639.95	20 000.00	–
Total Tourismuseinnahmen	303 527.80	225 000.00	352 253.17
sonstige Betriebseinnahmen			
Event- und Marketingeinnahmen	26 731.00	20 000.00	–
Dienstleistungen (z.B. Ferienwohnungen)	108 628.39	70 000.00	70 374.69
Verwaltungsaufwands-Einnahmen (z. B. Post)	88 311.95	57 500.00	46 920.00
Total Andere Einnahmen	223 671.34	147 500.00	117 294.69
Mehrwertsteuer laufendes Jahr	– 12 146.40	–	–
Total Ertrag	924 502.74	727 200.00	689 760.41
Aufwand			
Marketing			
Werbung, Sponsoring, Strat. Beratung	10 662.90	5 000	86 776
Inhaltsproduktion	18 717.65	8 000	0
Total Marketing	29 380.55	13 000.00	86 776.47
Tourismusangebot			
Unterhalt, Einrichtung, Beschilderung	37 914.50	25 000.00	73 666.61
Einkauf Leistungen Animation, Freizeitaktivitäten	87 185.45	34 499.00	26 447.94
Einkauf Waren Shop	26 407.89	20 000.00	–
Unterstützung Projekte mit Aufenthaltstaxen	49 432.00	–	5 703.30
Total Tourismusangebot	200 939.84	79 499.00	105 817.85
Personalaufwand			
Bruttolöhne	426 118.20	430 000.00	390 895.30
Sozialversicherungen	65 682.90	66 000.00	–
Aus- und Weiterbildung	2 764.80	2 000.00	–
Spesen inkl. Organe	18 784.40	10 000.00	7 988.30
sonstiger Personalaufwand (z. B. Anwerben MA)	7 582.70	3 000.00	–
Total Personalaufwand	520 933.00	511 000.00	398 883.60
Verwaltungsaufwand			
allg. Verwaltungsaufwand	20 693.15	20 000.00	59 045.29
Informatik	8 733.51	20 000.00	–
Versicherungen	5 634.10	6 000.00	6 280.60
Verwaltungsräume (Miete, Strom, Wasser, usw.)	38 441.81	40 000.00	26 880.00
externe Mandate	77 617.85	35 000.00	–
Bankspesen Gebühren usw.	2 309.59	2 500.00	1 527.69
Total Verwaltungsaufwand	153 430.01	123 500.00	93 733.58
Abschreibungen und Wertberichtigungen	38 352.90	–	–
Ausserordentliche Aufwände + Erträge			
Ausserordentliche Erträge	– 93 749.87	–	– 77 890
Ausserordentliche Aufwände	71 842.88	–	82 000
Liegenschaftsaufwand	72.30	–	–
Bildung von Rückstellungen	21 493.75	–	–
Total Ausserordentliche Aufwände + Erträge	– 340.94	–	4 110.01
Total Aufwand	942 695.36	726 999.00	689 321.51
Jahreserfolg	– 18 192.62	201.00	438.90



Bericht des Wirtschaftsprüfers

an die Generalversammlung des

Schwarzsee Tourismus
1716 Schwarzsee

Auftragsgemäss haben wir eine Review der Jahresrechnung (Bilanz und Erfolgsrechnung) des Vereins Schwarzsee Tourismus für das am **31. Dezember 2023** abgeschlossene Geschäftsjahr vorgenommen.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, aufgrund unserer Review einen Bericht über die Jahresrechnung abzugeben. Mitarbeitende unserer Gesellschaft haben im Berichtsjahr bei der Buchführung mitgewirkt. An der Review waren sie nicht beteiligt.

Unsere Review erfolgte nach dem Schweizer Prüfungsstandard 910 „Review (prüferische Durchsicht) von Abschlüssen“. Danach ist eine Review so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden, wenn auch nicht mit derselben Sicherheit wie bei einer Prüfung. Eine Review besteht hauptsächlich aus der Befragung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie analytischen Prüfungshandlungen in Bezug auf die der Jahresrechnung zugrunde liegenden Daten. Wir haben eine Review, nicht aber eine Prüfung, durchgeführt und geben aus diesem Grund kein Prüfungsurteil ab.

Bei unserer Review sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung mit einer **Bilanzsumme von CHF 382'247.57** und einem **Jahresverlust von CHF 18'192.62** nicht dem schweizerischen Gesetz und Statuten entspricht.

Düdingen, 14. Mai 2024

axalta Revisionen AG

Michael Buchs
 zugelassener Revisionsexperte
 dipl. Wirtschaftsprüfer

ppa. Patrick Schmutz
 zugelassener Revisor
 Fachmann im Finanz- und
 Rechnungswesen mit eidg. FA

Beilage: - Jahresrechnung bestehend aus Bilanz und Erfolgsrechnung



12. Budget 2024

Ertrag	Budget
Beiträge	
Staatliche Zuschüsse (NRP, SECO, usw)	–
Region- und Gemeindegzuschüsse	303 000.00
Mitgliederbeiträge + Sponsoring	50 000.00
Total Beiträge	353 000.00
Tourismuseinnahmen	
regionale Aufenthaltstaxen	165 000.00
Verkauf touristischer Aktivitäten und Leistungen	35 000.00
Verkauf Shop	20 000.00
Total Tourismuseinnahmen	220 000.00
sonstige Betriebseinnahmen	
Event- und Marketingeinnahmen	20 000.00
Dienstleistungen (z. B. Ferienwohnungen)	75 000.00
Verwaltungsaufwands-Einnahmen (z. B. Post)	60 000.00
Total Andere Einnahmen	155 000.00
Mehrwertsteuer laufendes Jahr	–
Total Ertrag	728 000.00
Aufwand	Budget
Marketing	
Werbung, Sponsoring, Strat. Beratung	5 000.00
Inhaltsproduktion	8 000.00
Total Marketing	13 000.00
Tourismusangebot	
Unterhalt, Einrichtung, Beschilderung	25 000.00
Einkauf Leistungen Animation, Freizeitaktivitäten	35 000.00
Einkauf Waren Shop	20 000.00
Unterstützung Projekte mit Aufenthaltstaxen	–
Total Tourismusangebot	80 000.00
Personalaufwand	
Bruttolöhne	430 000.00
Sozialversicherungen	65 000.00
Aus- und Weiterbildung	5 000.00
Spesen inkl. Organe	10 000.00
sonstiger Personalaufwand (z. B. Anwerben MA)	5 000.00
Total Personalaufwand	515 000.00
Verwaltungsaufwand	
allg. Verwaltungsaufwand	20 000.00
Informatik	15 000.00
Versicherungen	6 000.00
Verwaltungsräume (Miete, Strom, Wasser, usw.)	40 000.00
externe Mandate	35 000.00
Bankspesen Gebühren usw.	3 000.00
Total Verwaltungsaufwand	119 000.00
Abschreibungen und Wertberichtigungen	–
Ausserordentliche Aufwände + Erträge	
Ausserordentliche Erträge	–
Ausserordentliche Aufwände	–
Liegenschaftsaufwand	–
Bildung von Rückstellungen	–
Total Ausserordentliche Aufwände + Erträge	–
Total Aufwand	727 000.00
Jahreserfolg	1 000.00







Herausgabe, Redaktion

Schwarzsee Tourismus

Grafische Gestaltung

Sensia AG, Düringen

Copyrights Fotos

© UFT/FTV

© Switzerland Tourism / Lorenz Richard

© Switzerland Tourism / Nicole Schafer

© Aurèle Nicolet

SCHWARZSEE
region **SENSE**

NATURPARK
GANTRISCH
mit Schwarzsee

