

Jahresbericht 2022

Schwarzsee Tourismus



www.schwarzsee.ch



Inhaltsverzeichnis

Vorstand und Mitarbeitende	3
Bericht des Präsidenten	4
Bericht Geschäftsführung	5
Gästebetreuung, Dienstleistungen und Angebote	6
Marketing	6
Kommunikation und Information	8
Veranstaltungen	11
Ferienwohnungen und Übernachtungsstatistik,	12
Projekte	14
Düdingen Tourismus	14
Tätigkeitsprogramm	15
Rechnung 2022	16
Budget 2023	19

1. Vorstand und Mitarbeitende

Vorstand Schwarzsee Tourismus

Bruno Zbinden
Präsident

Armin Haymoz
Vertreter Düdingen Tourismus

Benedikt Mooser
Gewerbe

Benoît Gisler
Vertreter Campus Schwarzsee

Daniela Scherer
Finanzen, Mitglieder

Lydia Plüss
Vertreterin Naturpark Gantrisch

Melanie Schmutz
Vertreterin Kaisereggbahnen Schwarzsee

Peter Roodbeen
Gastro

Mitarbeitende Schwarzsee Tourismus

Stephanie Roschi
Direktorin Schwarzsee Tourismus – 100%
(bis Februar)

Daniela Schwartz
Administration, Ferienwohnungen, Marketing, Web & Social
Media – 100% (bis Februar)
Geschäftsführung Schwarzsee Tourismus – 100% (ab Juli)

Hervé Lauper
Geschäftsführer Schwarzsee Tourismus – 40% (ab Oktober)

Sarah Baeriswyl
Administration, Ferienwohnungen – 80% (ab April)

Anouk Müller
Auszubildende im 3. Lehrjahr (bis August)

Flavio Catillaz
Infrastruktur, Häxewääg, Verantwortlicher Eispaläste – 80%

Deborah Amstutz
Praktikantin – 100% (ab September)

Michaela Dürrenmatt
Teamleiterin Raumpflege Ferienwohnung, Administration – 40%
(bis August)

Ilona Zahno-Bertschy
Teamleiterin Raumpflege Ferienwohnung, Administration – 40%
(ab Oktober)

Susanna Hübscher
Finanz- und Lohnbuchhaltung – 20%

Externe Arbeiten

Anton Rappo
Grotte Schwarzsee

Lions Club Sense-Kaiseregg
Grotte Schwarzsee

SC Plasselb
Beleuchtung Langlaufloipe

2. Bericht des Präsidenten

Liebe Vereinsmitglieder

Ein trockener Sommer und ein schneearmer Winter prägten das Vereinsjahr. Wir dürfen aber insgesamt auf ein gutes und erfolgreiches 2022 zurückblicken mit vielen zufriedenen Besuchern aus nah und fern.

Die Wetterverhältnisse werden uns auch in den nächsten Jahren beschäftigen und werden einen Einfluss auf verschiedene Angebote haben können. Aber das sonnige und warme Wetter hat auch sehr viele Gäste an unseren idyllischen See und in unsere einmaligen Berge gelockt. Wir sehen hier auch gute Möglichkeiten und Chancen.

Die zahlreichen Übernachtungsbetriebe können auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken. Die Anzahl der Aufenthaltsgäste konnte im Vergleich zur Vor-Covid-Statistik deutlich gesteigert werden. Wir hoffen, dass diese Entwicklung langfristig anhalten wird. Bei den Ferienwohnungen setzt sich Schwarzsee Tourismus aktiv ein, die Auslastung der «kalten Betten» zu verbessern. Auch bei den Ferienlagern und Gruppenunterkünften geht es wieder in die richtige Richtung. So kann beispielsweise der Campus Schwarzsee wieder steigende Zahlen registrieren. Mit dem Angebot der 3-Fach Turnhalle wird das kantonale Sportzentrum noch attraktiver werden. Es ist zu hoffen, dass die Verantwortlichen beim Kanton bald mit dem Bau starten.

Im Mai 2022 hat die Delegiertenversammlung der Region Sense einstimmig entschieden, die touristische Entwicklung im Senseland in Form einer Leistungsvereinbarung an Schwarzsee Tourismus zu vergeben. Es geht nun darum, gemäss dem neuen kantonalen Tourismusgesetz, die Region gemeinsam weiterzuentwickeln. Es braucht Leistungsträger mit Motivation und Leidenschaft, welche mit uns zusammen die gesteckten Ziele erreichen wollen. Die «Senslertage auf dem Ballenberg» sind ein gutes Beispiel dafür. Wir freuen uns auf diese spannende Herausforderung.

Ich möchte mich bei allen, welche sich für unsere wunderbare Region einsetzen herzlich bedanken. Ein grosses Merci geht an unsere Mitglieder, die Region Sense, die Gemeinden, das Gewerbe, die Gastronomie, die Kaisereggbahnen, den Freiburger Tourismusverband, die Loterie Romande, all unsere Partner und vor allem an die Leistungsträger, welche täglich für das Wohl der Gäste im Einsatz stehen. Ein spezieller Dank geht an meine aktiven Vorstandskollegen/Innen und das ganze Team von Schwarzsee Tourismus, vorab mit den beiden Geschäftsführer/in Daniela Schwartz und Hervé Lauper.

Herzlichen Dank,
Euer Präsident Bruno Zbinden

3. Bericht Geschäftsführung

Das Jahr 2022 war für den Verein Schwarzsee Tourismus turbulent und stellte ihn vor einige Herausforderungen. Nachdem Stephanie Roschi den Direktionsposten per Anfang Februar niederlegte, wurde dieser ad interim von Daniela Schwartz geführt. Dank der fachlichen Unterstützung in Person von Thomas Steiner, früherer Direktor des Freiburger Tourismusverbandes sowie dem grossen Einsatz des Vorstandes konnten jedoch alle Dienstleistungen im gewohnten Umfang angeboten werden.

Ein grosses MERCI geht zudem an die Mitarbeitenden von Schwarzsee Tourismus. Dank ihrem enormen Einsatz kehrte eine Ruhe und Stabilität in die Reihen ein. Dank dieser Stabilität, gepaart mit der Motivation die Angebote zu verbessern oder auszubauen, konnten zudem schon Projekte initiiert werden, welche die Arbeiten und Abläufe erleichtern und zudem einen Mehrwert für die Gäste generieren.

Leistungsvereinbarung mit der Region Sense

Mit dem neuen Tourismusgesetz (TG), das seit 1. Januar 2022 in Kraft ist, haben sich die Anforderungen an den Tourismus, resp. an eine Tourismusorganisation geändert. Die touristischen Anliegen werden neu auf Bezirksebene geregelt. Im Sensebezirk hat sich daher die Regionale Tourismus Organisation (RTO) gebildet. Diese wird von der regionalen Tourismus-Kommission (TK) geleitet und jede Gemeinde im Bezirk hat die Möglichkeit in dieser Einsitz zu halten. Als Umsetzungsorganisation wurde Schwarzsee Tourismus mit einem Leistungsvertrag über 3 Jahre, 1. Januar 2023 beauftragt. Damit tritt Schwarzsee Tourismus in Zukunft als Schwarzsee-Senseland Tourismus auf.

Um diese Aufgabe wahrzunehmen, wurde bei Schwarzsee-Tourismus eine zusätzliche Stelle geschaffen, welche in Person von Hervé Lauper besetzt wurde. Daniela Schwartz und Hervé Lauper werden sich die Geschäftsleitungsaufgaben in Zukunft teilen. Daniela wird den Fokus Schwarzsee und Hervé den Sensebezirk haben. Ziel wird es sein, den Sensebezirk touristisch zu entwickeln. Dafür wurden 4 Handlungsfelder definiert:

1. Angebote aufnehmen und entwickeln
2. Marktauftritt stärken
3. Unternehmertum begleiten
4. Mögliche zukünftige Leistungen aufzeigen

Nach Start von Hervé am 1. Oktober 2022 zu 40%, befinden wir uns nun im ersten Handlungsfeld. Erste Gespräche mit den 15 Gemeinden haben bereits stattgefunden. Die Ansprechpersonen auf Seite Gemeinde und Tourismus konnten sich kennenlernen und bestehende touristische Angebote pro Gemeinde wurden dokumentiert. Diese Angebote werden anschliessend bewertet und falls sinnvoll auf einer Übersichtskarte des Sensebezirk visualisiert. Parallel wird die Website von Schwarzsee Tourismus angepasst und in Arbeit ist auch die Entwicklung eines neuen Logos, um der neuen Organisation ein Bild zu verleihen.



4. Gästebetreuung, Dienstleistungen und Angebote

Gästebetreuung

Empfang, Beratung und Betreuung der Gäste sind eine der Hauptaufgaben von Schwarzsee Tourismus. Die Anfragen erreichen uns je nachdem per Telefon, E-Mail oder direkt am Schalter. Die gewünschten Unterlagen oder Informationen werden dann per Post oder E-Mail zugeschickt. An den 317 Tagen, an welchen das Tourismusbüro im Jahr 2022 offen war, haben wir die Gäste auch gerne in einem persönlichen Gespräch beraten.

Im Sommer wurde eine Evaluation der Öffnungszeiten während den Monaten Juli und August vorgenommen. Dazu wurden die Anzahl Gäste im Tourismusbüro an den Wochenenden rapportiert. Aus diesen Erkenntnissen ergibt sich für die nächste Sommersaison eine Anpassung der Öffnungszeiten an den Sonntagen im Juli und August.

Winterangebote

Der Schwarzsee konnte aufgrund genügender Eisdicke und -qualität am 15. Januar 2022 für die Einheimischen und Gäste offiziell freigegeben werden. Wurde er im Vorjahr gar nie freigegeben, so war der gefrorene Bergsee dieses Jahr während 30 Tagen ein Tummelplatz für Spaziergänger, Eisläuferinnen und Langlaufbegeisterte.

Am 26. + 27. Januar 2022 verwandelte sich der gefrorene Schwarzsee zudem in eine Start- und Landebahn. Nach einem fünfjährigen Unterbruch wurden heuer die Flugtage in Schwarzsee wieder durchgeführt. Ein wahrer Traditionsanlass, welcher zum ersten Mal in den 1950er-Jahren stattgefunden hat. Der Anlass zog neben dutzenden Piloten auch zahlreiche Besucher:innen an.

menden war es auch das beliebteste Adventstürchen.



5. Marketing

Um die touristischen Angebote der Region zu vermarkten und die Werbung zu diversifizieren, arbeitet Schwarzsee Tourismus insbesondere mit Fribourg Region (Freiburger Tourismusverband – FTV) und den sechs weiteren Destinationen zusammen, mit welchen der kantonale Marketingfond verwaltet wird.

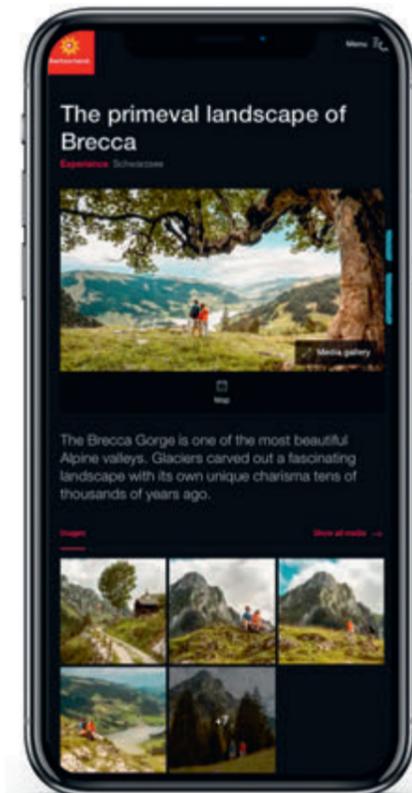
Um dabei den geografischen und touristischen Besonderheiten des Kantons gerecht zu werden, liegt der Fokus bei der Sommerkampagne alternierend entweder auf dem Voralpen- oder dem Seegebiet. Wurde letztes Jahr eine Multimedia Story sowie ein Keyvisual erarbeitet, war es im 2022 aufgrund des verlagerten Fokus nur ein Keyvisual.

5.1 Kampagnen

Internationale Kampagnen mit Schweiz Tourismus

Sommerkampagne

Mit dem Key Visuals des Breccaschlunds wurde dieses Jahr die Kampagne mit Schweiz Tourismus bestritten. Die Bilder wurden via Facebook und Instagram verbreitet und



erzielten dabei 1262997 Impressionen. Mit einem Klick landete man auf der dazugehörigen Landingpage von MySwitzerland.com, wo die Urlandschaft Brecca vorgestellt wird und der Inhalt auf 6 Sprachen übersetzt ist. Es wurden 5758 Seitenaufrufe auf der Landingpage registriert.

Winterkampagne

Das Key Visual der Eispaläste performte im Vergleich mit allen Key Visual Partner von Schweiz Tourismus überdurchschnittlich gut. So generierte es während der Laufzeit

- 3412821 Impressionen
- 45345 Klicks, welche auf die Landingpage von Schweiz Tourismus führte

Schwarzsee Tourismus beteiligte sich zudem am Adventskalender von Schweiz Tourismus. Gleich hinter dem ersten Türchen befand sich eine Übernachtung in der Hostellerie am Schwarzsee mit einem Eintritt zu den Eispalästen. Mit 34469 Teilneh-

Kampagnen mit Fribourg Region

In Zusammenarbeit mit dem FTV setzte Schwarzsee Tourismus in seinen Kampagnen auf Fördermassnahmen für das Schweizer Publikum. Dabei lag der Hauptfokus aufgrund der geografischen Lage des Kantons auf der Deutschschweiz. Dies widerspiegelt sich auch bei den Distributionszahlen. Die eingesetzten Mittel wurden mehrheitlich für den Deutschschweizer-Markt genutzt.

Ob eine Kampagne erfolgreich war und auch einen Impact in der jeweiligen Region auslöste, ist schwierig festzuhalten. Jedoch wurden jeweils die Übernachtungszahlen in der Hotellerie im Vergleich zum Vorjahr herangezogen. Die Logiernächte beziehen sich dabei auf den ganzen Kanton.

Frühlingskampagne

Die zweite Frühlingskampagne zur Wiederankurbung des Tourismus wurde in Zusammenarbeit mit mehreren Partnern realisiert. Mit dem Partner Terroir Fribourg, resp. dem Branchenverband der Cuchale AOP wurden z. B. insgesamt 12000 Cuchales an den Bahnhöfen Bern, Zürich, Genf, Basel, Luzern und Vevey verteilt.

Im Marketingsegment Naturliebhaber wurde für die Region Schwarzsee-Senseland die Herzschaufe Sense sowie die Wanderung entlang der Sense hervorgehoben. Im Segment Gastronomie, welches für die Gäste sehr wichtig ist, wurden zusammen mit Gastro Fribourg die GaultMillau Restaurants beworben.

Die Kampagne mit einem Totalbudget von CHF 400'000.– lief vom 1. April bis 31. Mai 2022. Die guten Resultate haben den FTV dazu veranlasst, die Frühlingskampagnen nun jährlich durchzuführen. So war die Frühlingskampagne 2022 die erfolgreichste der Kampagnen von

Fribourg Region in den Jahren 2020 bis 2022. Auch die Übernachtungszahlen während den Frühlingmonaten sind sehr gut ausgefallen. So konnten 78264 Übernachtungen festgehalten werden, was einer Zunahme von 22,5 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Die Kampagne 2023 wird nicht mehr von den Wiederankurbelungsmassnahmen profitieren.

Sommerkampagne

2. VELO- UND E-BIKE-TOUREN

KANTON FRIBOURG

In die Pedale treten und genüsslich auf Touren kommen. Velowege für jedes Niveau führen am Fusse der Freiburger Voralpen durch Greyerzerland, zu den Narzissenfeldern bei Les Paccots oder entlang des Marten- oder Neuenburgersees. Woher locken da die Narzissen und Romantisches Glasmergelbad. Am Sonntag, 24. April 2022, auf autofreien Strassen als Velo- und E-Bike-Tour.

More info



Die Marketingmassnahmen konzentrierten sich in der diesjährigen Sommerkampagne zu 70% auf die Deutschschweiz. Ziel hierbei war es, die Aufmerksamkeit der Deutschschweizer als Ort für Ferien und Ausflüge zu gewinnen (Awareness). Die restlichen 30% der Distribution wurden in der Romandie eingesetzt.

Die Kampagne mit der erneuten Botschaft «Das Echte, in echt!» lief vom 1. Juni bis 31. August 2022. Schwarzsee Tourismus war dabei mit Angeboten in den Segmenten Familien, Nature Lover sowie Outdoor Enthusiast präsent. Dabei ist das Thema Wandern in der Sommerkampagne weiterhin am beliebtesten, was sich durch die Klickzahlen im Newsletterbereich und bei der Landingpage bestätigen lassen.

Die Freiburger Hotellerie verzeichnete im Sommer 158278 Logiernächte, was einer Zunahme von 8,28% im Vergleich zum Vorjahr bedeutet.

3. ABENTEUER AUF SCHRITT UND TRITT

KANTON FRIBOURG

Manchmal sind die Kids smarter als Erwachsene. Bei der Schatzsuche durch Châtel-St-Denis mit der kostenlosen App Ezoq wird man's erfahren. Auf dem Schatzsuche rund um den Schwarzsee erwachen alte Sagen und sogar ein Drache zu neuem Leben... dort sind die Kleinen froh um die grossen Beschützen Spielplätze, Rodelbahnen, Seilparke und vieles mehr. Die Region Freiburg verspricht coole Familienferien.

More info



Herbstkampagne

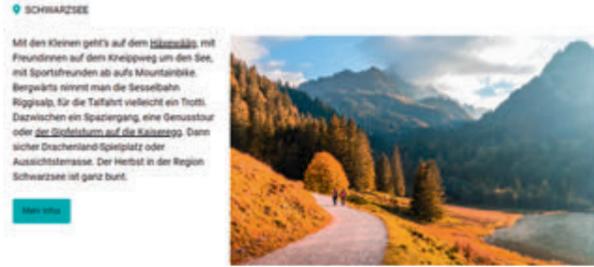
Die Herbstkampagne war zu 100% digital und lief vom 1. September bis 20. November 2022. Es war die zweite Kampagne, welche in Zusammenarbeit mit Terroir Freiburg realisiert wurde. Stand letztes Jahr noch das Produkt im Vordergrund dieser Kampagne, so verlegte sich der Fokus auf den Gast. Dabei wurden für unsere Region die Herbstfarben hervorgehoben, welche auf einer Wanderung oder eine E-Bike Tour erlebt werden konnten.

- 80012 Seitenaufrufe auf der Landingpage von Fribourg Region

- Versand 4 Newslettern (Fribourg Region & Terroir Freiburg) mit total 87 825 Empfängern
- Weitere Zusammenarbeit mit Le Menu, Terre & Nature, Passeport Gourmand, Freizeit.ch oder blick.ch

Während der Laufzeit der Herbstkampagne konnte ein Plus von 1,28% bei den Logiernächten im Vergleich zum Vorjahr festgestellt werden.

2. HERBSTFARBEN AM SCHWARZSEE



Winterkampagne

Parallel zu den Aktivitäten mit Schweiz Tourismus hat Fribourg Region die Winterkampagne vom 8. November 2021 bis 14. März 2022 ausgestrahlt. Die Kampagne konzentrierte sich aber nicht nur auf die klassischen Winterangebote, sondern auch auf Angebote am See und in der Stadt.

- Erarbeitung einer Landing Page mit insgesamt 76 151 Seitenaufrufen (+208% im Vergleich zum Vorjahr)
- Die meistbesuchte Seite der Kampagne war jene der Eispaläste Schwarzsee

Bei den Logiernächten konnte im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung von +204% notiert werden. Jedoch darf dabei nicht vergessen werden, dass die Covid-Pandemie im Vorjahr einen sehr starken Einfluss auf die Logiernächte hatte.

Touristischer Info Guide

Die klassische Angebotsbroschüre sowie die Gastgeberbroschüre erhielten ein Makeover, respektive wurden zusammengelegt. Damit die Broschüre zukünftig auf dem neusten Stand ist, wird vermehrt mit QR-Codes gearbeitet, welche auf die Webseite www.schwarzsee.ch führen. Hier kann eine Aktualisierung der Daten garantiert werden. Die Auslieferung des Info-Guides ist für den Frühling 2023 geplant.

Info Winter

Aufgrund einer Anpassung bei den Winterangeboten von Schwarzsee musste die im Vorjahr produzierte «Info Winter»-Karte auf die Wintersaison 2022/2023 neu überarbeitet werden. Dieser Umstand hat uns dazu veranlasst, eine weniger grosse Stückzahl produzieren zu lassen.

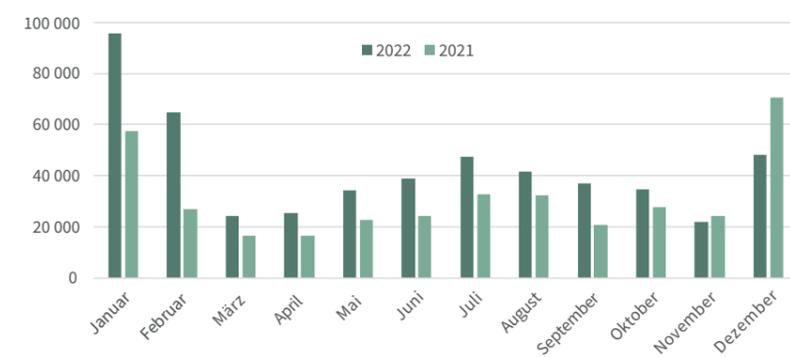
6.2 Webseite

Anzahl Sitzungen pro Destination auf der Plattform Fribourg Region

Destination	2022	2021	Veränderung in %
www.la-gruyere.ch	1 164 987	1 425 937	-18%
www.fribourgregion.ch	3 895 804	1 246 588	213%
www.fribourgtourisme.ch	681 494	505 988	35%
www.schwarzsee.ch	514 209	367 389	40%
www.regionmurtensee.ch	486 238	327 409	49%
www.les-paccots.ch	292 680	252 238	16%
www.estavayer-payerne.ch	274 380	191 744	43%
www.romontregion.ch	190 296	78 720	142%
Total	7 500 088	4 396 903	

Quelle: FTV, Jahresbericht 2022

Anzahl Sitzungen Webseite pro Monat & Geschäftsjahr



Quelle: Google Analytics, Schwarzsee Tourismus

6. Kommunikation und Information

Obwohl die Digitalisierung immer mehr Einzug in den Alltag von Schwarzsee Tourismus gehalten hat, wurden weiterhin Printmedien erarbeitet. Zusätzlich haben auch ein paar Pressereisen in die Region stattgefunden, welche dann in verschiedenen Medien gedruckt wurden

6.1 Printmedien

Pressereisen

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



Der «Ice Man» und seine Paläste

Heiliger Winterbräutchen In einem Waldstück beim Schwarzsee entsteht jeden Winter eine zauberhafte Welt aus Licht und Eis. Da ist das Reich von Frau-Castell, der sich auch von Wärmestuben nicht einschrecken lässt.



Goldener Herbst in der Region Schwarzsee – Senseland

Wenn sich die Wälder langsam goldgelb färben, sind dies die ersten Vorboten für eine gesonnte Herbstzeit. Die Voralpen in Schwarzsee bieten eine imposante Kulisse für eine Bergwanderung. Bei einem Spaziergang rund um den glitzernden und mythischen Bergsee kann mehrmals Sonne getankt werden. Mit bunten geschichteten Kahlen, die ihre Alp verlassen und ins Tal ziehen wartet zudem ein Höhepunkt der farbenprächtigsten Jahreszeit darauf erlebt zu werden.

Wenn im Herbst der Nebel tief hängt, so zieht es viele Sonnenhungrige nochmals in die Berge. Auch wenn die Ferienregion

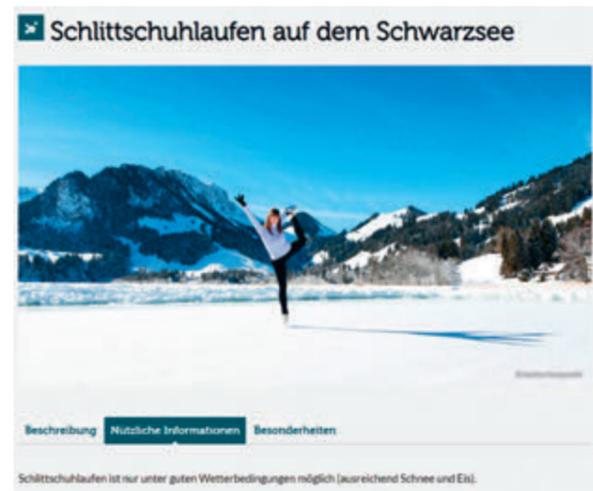
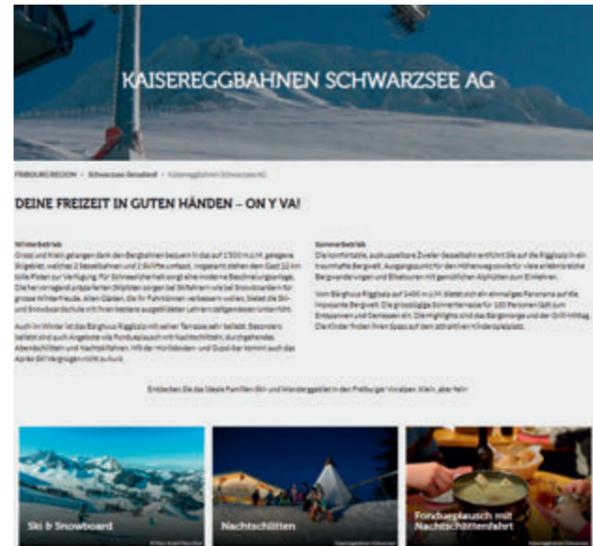


der ideale Ausgangspunkt für abwechslungsreiche Wanderungen. Auf der Riggsalp angekommen, kann die für diese Jahreszeit typische Weitsicht oder eben ein Nebelmeer genossen werden. Die Panoramasiedlung zum Breccaschlund, seit 1996 ein Bundesinventar der Landschaften und Naturdenkmäler von nationaler Bedeutung, verspricht dabei einen speziellen Zauber. Schon nach gut 30 Minuten lädt die Alpbuvette «Untere Euschel» zum ersten Kaffeehalt ein. In einem lockeren Auf und Ab geht es weiter, vorbei an mächtigen Berggipfeln, hin zum Rappit. Von hier aus überblickt man den Schwarzsee be-

Sommerung in den Bergen gehen die mit bunten Blumenbeständen geschmückten Tiere jeweils Ende September ins Tal zurück. Der Alpbau ist eines der bekanntesten Alplerfeste und bringt viel Emotionen mit sich. Das Putzen und Scheiteln der Tiere ist mit grosser Arbeit verbunden. Umso grösser ist die Freude, wenn die Herden im Dorf von einem applaudierenden Publikum empfangen werden.

Meistbesuchte Seiten – www.schwarzsee.ch

Abgesehen von der Homepage, welche die meistbesuchte Seite war, wurde die Landingpage zu den Eispalästen Schwarzsee am meisten konsultiert. Aufgrund der traumhaften Winterverhältnissen und dem während 30 Tagen gefrorenen sowie begehbaren Bergsee, konnte ein erhöhte Suchanfrage für das Schlittschuhlaufen auf dem Schwarzsee festgestellt werden (+548,99%). Eine weitere Seite, welche im Vergleich zum Vorjahr stark zugenommen hat, ist die Landingpage zu den Kaisereggbahnen Schwarzsee. Die Zunahme betrug 910,66%.



6.4 Social Media

Schwarzsee Tourismus bleibt seinen beiden Social Media Kanälen treu und wird seine Kommunikationsbestrebungen auf das Jahr 2023 nochmals verbessern. Mit der Aufstockung der Personalressourcen im Herbst 2022 konnte erstmals eine Ganzjahresplanung für die Social Media Aktivitäten vorgenommen werden. Durch den neuen Leistungsauftrag mit der Region Sense wurde zudem eine neue Story-Kategorie auf Instagram kreiert. Ab dem neuen Jahr gibt die Kategorie «Das Senseland entdecken» neue Ideen für Erlebnisse, welche sich nicht nur in Schwarzsee befinden.

f 2022		i 2022	
«Gefällt mir»-Angaben	8692	Follower	3'935
Reichweite	1411537 (-5,1%)	Reichweite	13047 (+17,1%)
Seitenaufrufe	13398 (+12,5%)	Profilaufrufe	8896 (+33,3%)

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



7. Veranstaltungen

Nach gut zwei Jahren Pandemie, welche die Tourismus- und Veranstaltungsbranche im Griff hatte, war das Tätigkeitsprogramm von Schwarzsee Tourismus wieder gespickt mit vielen Anlässen. Dabei gab es nebst den traditionelleren Anlässen, wie das Schwing- und Älplerfest oder dem Alpabzug in Plaffeien auch neue Formate, welche durch und mit der Hilfe von Schwarzsee Tourismus organisiert wurden.



Senslertag Ballenberg

Im Freilichtmuseum Ballenberg stehen vier Bauten aus dem Senseland. Diesen ausgewanderten Gebäuden wurden anlässlich der Senslertage vom 14. + 15. Mai 2022 kurzzeitig neues Leben eingehaucht. Senslerinnen und Sensler trugen an diesem Wochenende die Lebensfreude und Gastfreundschaft ins Berner Oberland. Es gab Gluschtiges aus dem Freiburgerland zu degustieren und dazwischen gab es Musik und viel Spiel und Spass. Für die Organisation des Anlasses haben sich Schwarzsee Tourismus, das Sensler Museum, der Gemeindeverband Region Sense, die Förderplattform seisler.swiss sowie der Kulturverein Wier Seisler verbunden.

Genusstage & Bärgefest

Die erste Ausgabe der Genusstage im 2019 – damals unter dem Namen «Jüscht fryggle ù ässe» – war ein gelungener Anlass. Das Angebot an Produkten aus der Region sowie das liebevolle Marktdörflein mit den Holzhütten am See haben einen positiven Eindruck hinterlassen. Die kulinarische Genussreise wurde nun am 23. + 24. Juli 2022 weitergeführt. Auf einer «Genuss-Meile» entlang des Seeufers beim Gypsera-Areal standen regional produzierte Produkte im Vordergrund. Auch das Brauchtum unserer Region erhielt dabei einen Auftritt und gab dem Anlass ein würdiges Rahmenprogramm.

8. Ferienwohnungen & Übernachtungsstatistik

Obwohl die sanitären Massnahmen in den drei Monaten des Jahres noch einen Einfluss auf das Buchungsverhalten der Gäste hatten, ist die Entwicklung der Übernachtungen in der Parahotellerie generell wachsend. Erneut sorgten einheimische Gäste für den grössten Anteil an Übernachtungen, jedoch kann festgehalten werden, dass 2022 die europäischen Gäste zurückbrachte. Insbesondere aus unseren Nachbarnländern Deutschland und Frankreich.

Die höchsten Buchungsstände wurden in den Monaten Juli und August erzielt. Die Auslastung über alle Ferienwohnungen betrug dabei 67% respektive 75%. Die Auslastung über Weihnachten und Neujahr war sogar noch höher.

Versuchsweise wurde mit einigen Ferienwohnungsbesitzern während den traditionell weniger ausgelasteten Monaten (April & Mai, Oktober & November) Rabattaktionen gestartet. Diese Vorgehen hat sich bewährt, sodass dies in Absprache mit den Eigentümern auch im 2023 weiter verfolgt wird.

8.1 Vermieterservice Ferienwohnungen und Chalets

Im Spätherbst setzte sich der Vorstand von Schwarzsee Tourismus intensiv mit dem Vermieterservice auseinander. Denn

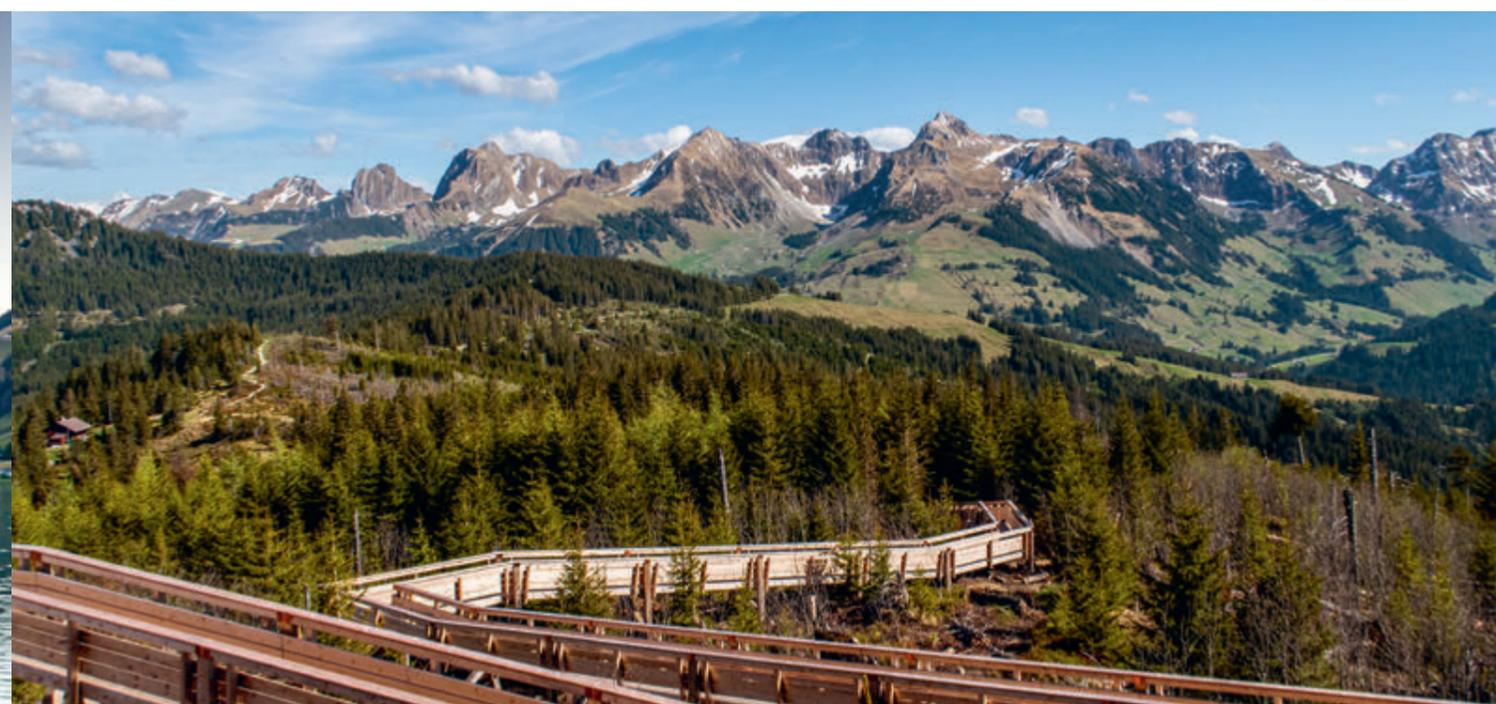
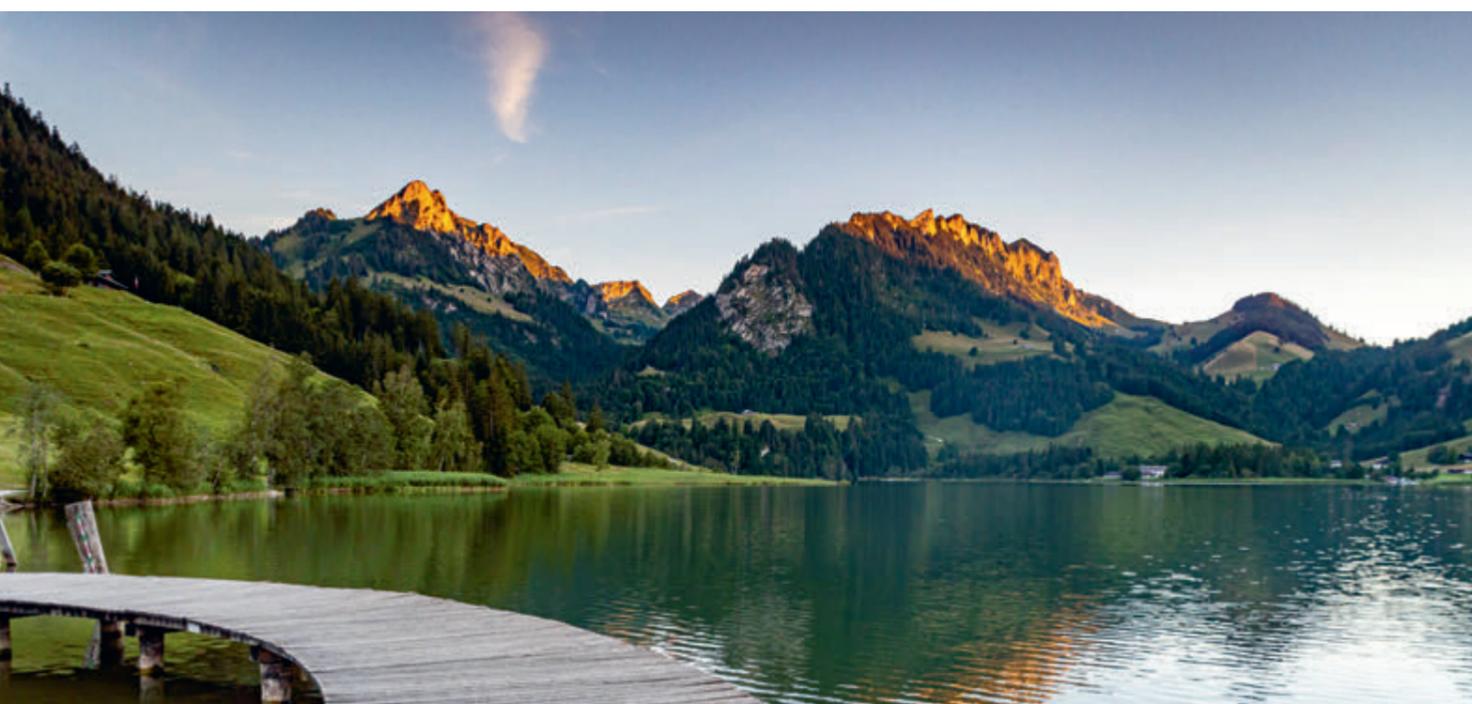
zurzeit wickelt das Team jährlich ungefähr 400 Buchungen ab, was mehr als 6800 Logiernächte für die Region Schwarzsee ausmacht. Jedoch ist die Effizienz der Prozesse im Vermieterservice aufgrund von manueller Erfassung der Buchungsdaten verbesserungswürdig. Der heutige Prozess ist langsam und bindet das Personal intensiv. Die effiziente Bewirtschaftung der Wohnungen hat einen direkten Einfluss auf die nachhaltige Tourismusentwicklung in der Region. Auch wenn es schwierig sein wird, die Aufenthaltsdauer in der Parahotellerie zu erhöhen, so können zumindest die Leerstände vermindert werden. Dazu müssen aber die Buchungen erhöht werden, was wiederum nur möglich ist, wenn einer modernen Lösung entsprochen werden kann. Diese Lösung muss darin resultieren, dass der Gast online, selbstständig und in einem One-Stop-Shopping seinen Aufenthalt buchen kann.

Entsprechend wurde eine Arbeitsgruppe gegründet, welche sich gezielt mit dem Vermieterservice befasst und ein neues Konzept für den Sommer 2023 erstellt. Das neue Leistungsangebot wird dann offen und transparent den bisherigen Partnern kommuniziert.

Schwarzsee Tourismus durfte sechs neue Ferienwohnungen in den Vermieterservice aufnehmen, vier fielen weg beispielsweise aufgrund eines Verkaufs oder einer Dauervermietung. Somit beläuft sich das Total an durch Schwarzsee Tourismus betreuten Ferienwohnungen auf 23 Objekte.

8.2 Übernachtungsstatistik 2022

Übernachtungen Schwarzsee-Plaffeien						
Zahlen 2017 – 2022	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Hotels und Pensionen						
Hostellerie am Schwarzsee	13266	12866	15644	13175	18441	17394
Hotel Bad	3109	3682	4275	4169	5745	5794
Haus Montanara	766	816	894	1056	734	785
Annas B&B	834	856	1046	1098	1019	916
Pension fein & sein					1615	1600
Hirschen Gastro Pub, Plaffeien	492	164	215	343	26	621
Hotel Alpenklub, Plaffeien	114	128	146	118	13	66
Hotel Edelweiss, Plasselb	22	74	34	18	0	35
Total	18603	18586	22254	19977	27593	27211
Ferienheime und Massenlager						
Haus der Jugend	9268	9563	8020	5534	3860	3222
Chalet Aurore	1703	1964	2417	1264	1233	1322
St. Michael	1806	1334	2174	993	1225	948
Diverse Alphütten/Massenlager	476	5301	2129	1637	2621	1972
Campus	4596	7156	8806	4717	653	6093
Forsthaus Hölli	839	480	702	608	434	304
Total	24232	25798	24248	14753	10026	13861
Diverse Unterkünfte und Ferienwohnungen						
	48528	49224	48192	49566	52205	61875
Total	48528	49224	48192	49566	52205	61875
Camping und Zelte						
	22199	20898	21703	23018	24500	24136
Total	22199	20898	21703	23018	24500	24136
Gesamttotal	113562	114506	116397	107314	114324	127083



9. Projekte

Die Projektarbeiten haben sich in diesem Jahr Schwerpunktmässig auf das Thema Mountainbike konzentriert. Dies bedeutet jedoch nicht, dass andere Projekte nicht weiterverfolgt oder neu angegangen werden.

9.1 Mountainbike

Das kantonale Mountainbike-Projekt beschäftigte Schwarzsee Tourismus auch dieses Jahr. Aktuell gibt es in den Regionen viele Routen und Anlagen, aber kein ganzheitliches kantonales Routennetz. Ziel ist es, ein attraktives und offizielles Bike-Routennetz zu schaffen, in welchem die Biker gelenkt werden. Das Angebot in den Regionen soll vereint werden, da sich der Gast auch überregional bewegt. Das heisst, dass auch Lücken im Routennetz geschlossen werden müssen.

Das neue Mobilitätsgesetz, welche die gesetzliche Grundlage für den Mountainbikesport im Kanton ist, tritt im Januar 2023 in Kraft.

9.2 Swisstainable

Im Zeitalter der Nachhaltigkeit ist es wichtig auf die Bedürfnisse von Gästen, lokaler Bevölkerung und Umwelt zu achten. Das harmonische Verhältnis, welches eine umsichtige, ressourcen- und umweltschonende Haltung beinhaltet, soll unter dem Label «Swisstainable» eine wirkungsvolle Bewegung in der Tourismusbranche starten und bildet eine langfristige Sicherheit für das Reiseland Schweiz. Schwarzsee Tourismus wird an diesem kostenlosen Programm teilnehmen. Dazu setzen wir uns bewusst mit den Themenbereichen wie Natur & Landschaft, Arbeitsbedingungen & Chancengleichheit oder spezifische Gästebedürfnisse auseinander und leiten daraus verschiedene Aktionen ab, welche in einem Massnahmenplan resultieren. Der Anmelde- und Verifizierungsprozess konnte per Ende Jahr jedoch noch nicht abgeschlossen werden.

Das Programm «Swisstainable», koordiniert durch das Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit des Schweizer Tourismusverbands (STV) wird in der Kommunikation vor allem durch Schweiz Tourismus getragen.

10. Düdingen Tourismus

Wir können auf ein sehr gutes Tourismusjahr zurückblicken. In wenigen Stichworten fassen wir die wichtigsten Aktivitäten unter der Verantwortung von Düdingen Tourismus zusammen:

- Erlebniswanderung mit über 400 Teilnehmern mit Erkundung der touristischen Sehenswürdigkeiten von Düdingen
- Martinsmarkt mit über 9000 Besuchern, wir organisieren das Kulturprogramm und sind für die Abend- und Nachtveranstaltungen verantwortlich
- Sankt-Nikolaus Umzug und Feier auf dem Pausenplatz der Schule mit über 250 Kindern und Eltern
- Neujahrskonzerte, an 4 Aufführungen erfreuten sich 1800 Musikliebhabern an bekannter Oper- und Operettenmusik

Sinn- und Klangweg, Magdalena Einsiedelei, botanischer Pfad und Grandfeybrücke sind unsere touristischen Perlen, welche

wir über das Jahr erfolgreich vermarkten konnten, nicht weniger als 2 Fernsehbeiträge und 3 Zeitungsbeiträge widmeten sich zusammen mit unserem Solarschiff auf dem Schifflensee diesen Angeboten. Im ersten Betriebsjahr wurden mit dem Ausflugschiff mit 200 Fahrten über 2000 Passagiere transportiert.

Düdingen Tourismus möchte auch in den kommenden Jahren die Gäste aus nah und fern begeistern und überraschen. Zurzeit sind wir in der Planung und Abklärung der Erweiterung des Sinn- und Klangweges mit einem Discgolf und die Realisierung einer Hängebrücke beim Schifflensee. Ein besonderes Anliegen ist der Ausbau der Beherbergungskapazitäten, insbesondere im Bereich Sporttourismus.

Vorstand Düdingen Tourismus

11. Tätigkeitsprogramm

Datum	Event	Organisator	Aufgabenbereich
31.3.2023	12. Seisler Abe im SchwarzseeStörn	SchwarzseeStörn & Schwarzsee Tourismus	Kommunikation
Mai – Oktober 2023	Kneippspaziergänge	Kneippverein Freiburg & Umgebung	Kommunikation, Onlinebuchung
18. – 21.5.2023	Sensler Bezirksmusikfest	OK Bezirksmusikfest	Stand, Information, Animation
10. – 11.6.2023	Migros Hiking Sounds	TIT-PIT GmbH	Unterstützung
13.6.2023	Tour de Suisse in Tifers		
18.6.2023	Schwing- und Äplerfest	OK Schwingfest Schwarzsee	Ticketverkauf & Kommunikation
6.5.2023	GV Schwarzsee Tourismus	Schwarzsee Tourismus	
29. + 30.7.2023	Genusstage & Bärgeeseefest	Gewerbeverein Plaffeien & Umgebung, OK Bärgeeseefest Schwarzsee	Kommunikation
1.8.2023	1. August	Schwarzsee Tourismus & Partner, Gemeinde Plaffeien	Finanzierung, Kommunikation
1.8.2023	Stierenberglauf	MAHU & TV Plaffeien	Sponsoring
17. – 20.8.2023	LAC NOIR Schwarzsee Festival	OK LNSF	Ticketverkauf, Kommunikation, Organisation
26.8.2023	Line Dance Event	Prärie Line Dance Bern	Unterstützung, Kommunikation, Ticketverkauf
23.9.2023	Alpabzug Plaffeien	OK Alpabzug	Administration & Kommunikation
31.12.2023	Silvester einmal anders	Schwarzsee Tourismus & Kaisereggbahnen	Organisation & Kommunikation



12. Rechnung 2022

Bilanz 2022 (Zahlen in CHF)

Aktiven	Aktuell	Vorjahr
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	163409.55	187753.64
Debitoren	97587.53	62809.64
Vorräte	18942.70	20649.05
Transitorische Aktiven	7500.00	0.00
Total Umlaufvermögen	287439.78	271212.33
Anlagevermögen		
Mobilien		
Büromaschinen & EDV-Anlage	1.00	1.00
Loipenfahrzeug	1.00	1.00
Aussichtsturm	1.00	1.00
Infosäulen 3 Stk.	1.00	1.00
Interaktive Säule 1 Stk.	1.00	1.00
Bootsstege 3 Stk.	1.00	1.00
Ruderboot 1 Stk.	1.00	1.00
Kneippweg	1.00	1.00
Häxewääg	1.00	1.00
Webcam Roundshot	1.00	1.00
Total Mobilien	10.00	10.00
Finanzanlagen (Aktien Tourismus AG)	30000.00	30001.00
Mietzinsdepot	1653.90	1652.75
Total Anlagevermögen	31663.90	31663.75
Total Aktiven	319 103.68	302 876.08
Passiven		
Fremdkapital		
Laufende Verpflichtungen	113450.65	106820.38
Rückstellungen	82000.00	76000.00
Transitorische Passiven	23424.90	18516.60
Kontokorrent KES/EP	0.00	1749.87
Total Fremdkapital	218875.55	203086.85
Eigenkapital		
Kapital am 01.01.	99789.23	99093.39
Gewinn	438.90	695.84
Total Eigenkapital	100228.13	99789.23
Total Passiven	319 103.68	302 876.08

Erfolgsrechnung 2022 (Zahlen in CHF)

Ertrag	Aktuell	Budget	Vorjahr
Beiträge			
Gemeinden Senseoberland	43836.00	43400.00	43845.00
Subvention Freiburger Tourismusverband	12000.00	12000.00	12000.00
Gemeindeverband Region Sense	139926.55	134000.00	133984.50
Mitgliederbeiträge	24450.00	21200.00	23850.00
Amt für Sport	0.00	0.00	80000.00
Total Beiträge	220212.55	210600.00	293679.50
Andere Einnahmen			
Eigene Einnahmen	162557.32	155700.00	233406.33
FEWO	70374.69	25000.00	40711.56
Ausserordentliche Erträge	46920.00	0.00	0.00
Total Andere Einnahmen	279852.01	180700.00	274117.89
Aufenthaltstaxen	189695.85	156200.00	174174.50
Auflösung von Rückstellungen	76000.00	0.00	26000.00
Total Ertrag	765760.41	547500.00	767971.89
Aufwand			
Freiburger Tourismusverband			
Aufenthaltstaxen an Freiburger Tourismusverband	0.00	0.00	0.00
Inkassokommission Aufenthaltstaxen an FTV	5703.30	0.00	5203.70
Total Freiburger Tourismusverband	5703.30	0.00	5203.70
Promotion			
Marketing	86776.47	135000.00	132419.02
Anlässe & Projekte	26447.94	14500.00	8583.40
Leistungen an touristischen Anlagen	73666.61	39800.00	147308.35
Total Promotion	186891.02	189300.00	288310.77
Verwaltungskosten			
Löhne, Sozialleistungen & Personalnebenkosten	390895.30	317000.00	376048.50
Büro- und Lagermiete	26880.00	26800.00	26880.00
Kapitalzinsen & -spesen	1527.69	1200.00	1688.43
Versicherungen	6280.60	6000.00	6191.20
Diverse Verwaltungskosten	59045.29	31608.00	61516.75
Organe	7988.30	6500.00	1436.70
Total Verwaltungskosten	492617.18	389108.00	473761.58
Einmaliger Ertrag	1889.99	0.00	0.00
Bildung von Rückstellungen	-82000.00	0.00	0.00
Total Aufwand	685211.50	578408.00	767276.05
Jahresgewinn (Rückstellungen und einmaliger Ertrag)	438.90	-30908.00	695.84



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 2022** abgeschlossene Geschäftsjahr vorgenommen. Die Review der Vorjahresangaben ist von einem anderen Prüfer vorgenommen worden.

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 319'103.68** und einem **Jahresgewinn von CHF 438.90** nicht dem schweizerischen Gesetz und Statuten entspricht.

Düdingen, 24. April 2023

axalta Revisionen AG

ppa. Christian Müller
zugelassener Revisionsexperte
dipl. Wirtschaftsprüfer

Michael Buchs
zugelassener Revisionsexperte
dipl. Wirtschaftsprüfer

Beilage: - Jahresrechnung bestehend aus Bilanz und Erfolgsrechnung

13. Budget 2023

(Zahlen in CHF)

Einnahmen

Aufenthaltstaxe	165 000
Pauschale und Meldescheine	
Subventionen	303 500
Gemeindebeiträge	
Freiburgischer Tourismusverband und Region Sense	
Mitgliederbeiträge	51 200
Aktiv- & Gewerbemitglieder, Gönner, Sponsoren	
Eigene Einnahmen	207 500
Eigenleistungen, Vermietung Chalet, Shop, Post-Agentur, Naturpark Gantrisch	
Total Einnahmen	727 200

Ausgaben

Marketing	130 000
Kampagnen	
Messen, Broschüren, Internet, PR	
Gästebetreuung/Verwaltung	628 599
Löhne, Versicherungen, Miete, Infrastruktur, EDV, Organe	
Projekte/Events	39 000
Gemäss Tätigkeitsprogramm	
Leistungen an touristische Anlagen	46 400
Bootsstege, Themenwege, Winterangebote, See (Winter/Sommer)	
Budgetierter Gewinn	201
Total Ausgaben	727 200



Herausgabe, Redaktion

Schwarzsee Tourismus

Grafische Gestaltung und Druck

Sensia AG, Düdingen

Copyrights Fotos

© Dragonfly

© Switzerland Tourism / Nicole Schafer

© Switzerland Tourism / Jan Geerk

© Naturpark Gantrisch / René Michel

© Nicole Schafer



Düdingen
Tourismus

