

## **Projektmanagement**

# **Evaluation der Themenpfade der Tourismusregion Schwarzbubenland/Laufental**

### **Projektarbeit 2017/2018**

Auftraggeberschaft: «Forum Schwarzbubenland»

Autoren: Joel Klingele, Marcos Novoa, Roberto Silva, Kevin  
Truong und Raphael Vecchi

Dozent: Mark Ringier

Ort, Datum: Basel, 11. Januar 18

## **Projektmanagement**

Evaluation der Themenpfade der Tourismusregion  
Schwarzbubenland/Laufental

## **Autoren**

Joel Klingele  
Marcos Novoa  
Roberto Silva  
Kevin Truong  
Raphael Vecchi

## **Dozent**

Mark Ringier  
Fachhochschule Nordwestschweiz  
mark.ringier@fhnw.ch

## **Auftraggeberschaft**

«Forum Schwarzbubenland»  
Gelgia Herzog  
Bahnhofstrasse 32  
4143, Dornach  
061 702 17 17  
info@schwarzbubenland.ch

Basel, 11 Januar 2018

## Ehrenwörtliche Erklärung

Wir versichern, dass wir die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der im Literaturverzeichnis angegebenen Quellen und Hilfsmittel angefertigt haben.

Die wörtlich oder inhaltlich den im Literaturverzeichnis aufgeführten Quellen und Hilfsmitteln entnommenen Stellen sind in der Arbeit als Zitat beziehungsweise Paraphrase kenntlich gemacht.

Diese Projektarbeit ist noch nicht veröffentlicht worden. Sie ist somit weder anderen Interessenten zugänglich gemacht noch einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt worden.

Basel, 11. Januar 18



Joel Klingele



Marcos Novoa



Roberto Silva



Kevin Truong



Raphael Vecchi

## **Vorwort**

Im Rahmen des Studienganges Betriebsökonomie an der Hochschule für Wirtschaft der Fachhochschule Nordwestschweiz in Basel (HSW/FHNW) führen die Studierenden des fünften Semesters eine Projektarbeit durch.

Diese Projektarbeit besteht aus einer Partnerschaft zwischen den Studierenden und einer externen Auftraggeberschaft. Die Studierenden geben der Schule hierfür eine Präferenzliste ab, welche ihre bevorzugten Themengebiete anhand einer Gewichtungsskala aufzeigt. Diesen Angaben entsprechend, erfolgt schliesslich die Themenzuweisung.

Die externe Institution erteilt dem Projektteam anschliessend einen Auftrag mit den gewünschten Rahmenbedingungen und Zielsetzungen. Mittels dieser Gruppenarbeit sollen die Studierenden sowohl Einblicke in die operativen, als auch strategischen Arbeitsbereiche der Auftraggeberschaft erhalten. Darüber hinaus können die Studierenden das angeeignete Schulwissen – unter der Aufsicht des betreuenden Dozenten – anwenden. Nicht zuletzt erhalten die Studierenden die Möglichkeit, in einem herausfordernden Rahmen Erfahrungen im Projektmanagement zu sammeln.

### **Der Auftrag**

Die Region Schwarzbubenland/Laufental beherbergt vielerlei Sehenswürdigkeiten und Aktivitätsmöglichkeiten. Die sich darin befindenden Potentiale, hinsichtlich Kultur, Wirtschaft und Freizeitaktivitäten zu erkennen und zu erweitern, ist Aufgabe des «Forum Schwarzbubenland».

Die damalige Situation in der Region Schwarzbubenland/Laufental war – zumindest was die Themenpfade anbelangt – ziemlich unübersichtlich, unkoordiniert und vor allem nicht zielführend. Kritische Stimmen beurteilen diese generell als unattraktiv und nicht zeitgemäss (fehlende Interaktivität) gestaltet sowie schlecht unterhalten. Damit wurde auch die bis anhin schlechte Wertschöpfung begründet.

Aufgrund dieser Tatbestände hat das «Forum Schwarzbubenland» an der Tourismuskonferenz Basel-Land grossen Handlungsbedarf bekundet und sich folglich an die FHNW gewandt.

Die FHNW sollte mit Hilfe der Studierenden eine Evaluation der gegenwärtigen Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental durchführen. Anhand dieser sollten die Pfade analysiert und mittels Marktforschung Entwicklungspotentiale eruiert werden. Die Ergebnisse sollten in Form einer Zusammenstellung verschiedener Handlungsempfehlungen komprimiert werden, um durch praktische Umsetzung seitens des «Forum Schwarzbubenland» eine Verdoppelung der Wertschöpfung zu generieren.

Darauffolgend wurde dieser Projektauftrag dem Projektteam, bestehend aus fünf Studenten und einem betreuenden Dozenten, erteilt. Die Zusammensetzung dieser Projektgruppe sieht wie folgt aus:

### **Mark Ringier**

Herr Ringier wurde dem Projektteam als betreuender Dozent zugewiesen. Als fachkundiger und erfahrener Dozent in den Bereichen Marketing und Betriebswirtschaftslehre, half er der Projektgruppe mit kompetenten und hilfreichen Inputs. Zugleich hinterfragte er kritisch und bedacht die Prozesse des Teams, um qualitativ hochwertige Resultate zu erzielen.

### **Raphael Vecchi**

Als Teamleiter fungierte Herr Vecchi als Dreh- und Angelpunkt des Teams. Er koordinierte die Aufträge sowie Meetings und regelte den Austausch mit der Auftraggeberschaft. Zusätzlich war er als Teamleiter für das Controlling verantwortlich.

### **Kevin Truong**

Herr Truong war stellvertretender Teamleiter und gleichzeitig das Aushängeschild des Teams. Für allfällige externe Auftritte, Präsentationen und ähnliche Veranstaltungen übernahm er die leitende Position. Ausserdem, unterstützte er Herrn Vecchi bei der Koordinierung und Organisation der Prozesse.

### **Joel Klingele**

Herr Klingele fertigte die Dokumentationen der Abläufe und Prozesse an. Protokolle, Berichte und Ähnliches fielen in seinen Zuständigkeitsbereich. Er sorgte dafür, dass Strukturierungen anhand von Nachweisen und Berichten, innerhalb des Teams und dessen Tätigkeiten eingehalten und belegt werden konnten.

### **Marcos Novoa**

Die Errichtung und Instandhaltung unserer Austauschplattform waren in der Verantwortlichkeit von Herrn Novoa. Er ermöglichte dem Team mit der Erstellung des Zeiterfassungstools und ähnlich wichtiger Instrumente ein enorm vereinfachtes Arbeiten und Abwickeln von Prozessen.

### **Roberto Silva**

Herr Silva hatte keinen spezifischen Zuständigkeitsbereich, sondern war dort zu finden, wo es gerade am dringendsten nötig war. Dementsprechend konnte er bereichsübergreifende Aspekte in die jeweiligen Arbeitsprozesse einbringen.

### **Gelgia Herzog**

Als Ansprechperson der auftraggebenden Organisation fungierte die Geschäftsleiterin des «Forum Schwarzbubenland», Frau Gelgia Herzog.

Frau Herzog verkörperte als Geschäftsleiterin die Ansichten und Interessen der Auftraggeberschaft.

## **Management Summary**

Die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental haben den Zenit ihres wirtschaftlichen Erfolges bereits hinter sich gelassen. Doch das Echo des Erfolges einiger Konkurrenten lässt zu träumen wagen. So stellt sich die Frage, durch welche Handlungen die Themenpfade zu neuem Leben erweckt und attraktiver gemacht werden können.

### **Ausgangslage/Problemstellung**

Im Schwarzbubenland/Laufental gibt es zahlreiche Themenpfade, welche sich nur bescheidener Besucherzahlen erfreuen. Kritische Stimmen beurteilen die Anlagen generell als unattraktiv und nicht zeitgemäss in der Gestaltung. Auch im Unterhalt ist Verbesserungspotential zu erkennen. Nichtsdestotrotz existieren Vorzeigebeispiele, welche beweisen, dass sich eine solche Attraktion durchaus wirtschaftlich rentieren und sich reger Teilnahme erfreuen kann. Es gilt somit, mögliche Innovationspotentiale zu erkennen und auf die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental anzuwenden.

### **Vorgehen**

Um aussagekräftige Umfrageergebnisse zu generieren, wurde an erster Stelle ein Marktforschungskonzept mit diversen Überlegungen für ein sinnvolles Instrumentarium und den bedeutendsten Zielgruppen erstellt. Während der Durchführung einer Onlineumfrage wurden zeitgleich verschiedene Konkurrenzanalysen, wie beispielsweise eine direkte Feldforschung beim schweizweit erfolgreichsten Themenpfad, erstellt. Darüber hinaus wurden die gewonnenen Erkenntnisse durch eine SWOT-Analyse, zwecks Positionsbestimmung und Strategieentwicklung verdichtet und eine Stakeholder-Analyse des «Forum Schwarzbubenland» entworfen. Abschliessend galt es, die Umfrageergebnisse auszuwerten, welche als Basis der Handlungsempfehlungen dienten.

### **Ergebnis und Nutzen für die Auftraggeberschaft**

Zunächst sollen Erkenntnisse über die Erwartungen der unterschiedlichen Ziel- und Anspruchsgruppen gewonnen werden, damit eine Fokussierung der Ressourcen auf eine kleinere Anzahl an Themenpfaden vorgenommen werden kann. Ein weiterer Nutzen der Auftraggeberschaft, in Bezug auf das Projektmanagement, liegt in einer Zusammenstellung verschiedener Handlungsempfehlungen. Diese beziehen sich auf Teilbereiche, wie unter anderem Finanzierung, Marketing, Infrastruktur und Inhalt der Themenpfade. Durch praktische Umsetzung dieses Leitfadens und Umgestaltung der Allokation von Ressourcen seitens der Tourismusregion, kann ferner die komprimierte Auswahl an Themenpfaden zielgruppenorientiert mit kreativen und interaktiven Elementen dynamisch ergänzt werden. Diese Modifikationsvorschläge sollen sowohl die Attraktivität, als auch die Bekanntheit der Angebotspalette der Tourismusregion Schwarzbubenland/Laufental steigern.

## Inhaltsverzeichnis

Ehrenwörtliche Erklärung .....	II
Vorwort .....	III
Management Summary .....	V
Inhaltsverzeichnis .....	VI
1 Einleitung .....	8
1.1 Ausgangslage .....	8
1.2 Fragestellung .....	8
1.3 Zielsetzung .....	9
2 Analysen und Methodik .....	11
2.1 Stakeholderanalyse .....	11
2.2 Marktforschung .....	14
2.2.1 Sekundärforschung .....	14
2.2.2 Primärforschung .....	20
3 Auswertungen .....	22
3.1 Hypothese 1 .....	22
3.2 Hypothese 2 .....	22
3.3 Hypothese 3 .....	24
3.4 Hypothese 4 .....	25
3.5 Hypothese 5 .....	27
3.6 Hypothese 6 .....	29
3.7 Hypothese 7 .....	30
3.8 Hypothese 8 .....	31
3.9 Hypothese 9 .....	33
3.10 Weitere Erkenntnisse .....	34

4	Handlungsempfehlungen .....	37
4.1	Handlungsempfehlungen zur Interaktivität der Themenpfade .....	37
4.2	Handlungsempfehlung zur Infrastruktur der Themenpfade .....	39
4.3	Handlungsempfehlungen zur Finanzierung der Themenpfade.....	41
4.4	Handlungsempfehlungen zum Marketing der Themenpfade .....	44
4.5	Handlungsempfehlungen zur Digitalisierung der Themenpfade .....	45
4.6	Handlungsempfehlungen zur Konzeption der Themenpfade.....	47
4.7	Handlungsempfehlung zur Erstellung einer topografischen Karte.....	49
5	Schlusswort.....	50
6	Literaturverzeichnis .....	51
7	Abbildungsverzeichnis .....	52
8	Abkürzungsverzeichnis .....	53
9	Anhang.....	54

## **1 Einleitung**

Im ersten Teil dieser Dokumentation werden die zu Beginn bestehenden Zustände und Situationen sowie die Prozesse beschrieben. Hierbei wurde das Fundament für die zukünftigen Massnahmen gelegt und organisatorische Belange wurden vereinheitlicht. Diese Schritte sollten die weitere Zusammenarbeit zwischen allen beteiligten Parteien erleichtern und Richtlinien vorgeben, an denen sich alle orientieren können.

### **1.1 Ausgangslage**

Im Anschluss an die Zusammensetzung unseres Projektteams und die Festlegung der Präferenzliste, fehlte noch die Zuweisung des Auftrages. Etwa Mitte Mai 2017 erhielt die Projektgruppe an einer Informationsveranstaltung der Fachhochschule den entsprechenden Auftrag. Das Projektteam erhielt ein Dossier mit allen bereits festgelegten Informationen über den Auftrag sowie über die Auftraggeberschaft überreicht.

Anfangs herrschte etwas Verwirrung, denn keiner der Studierenden war sich bewusst, wo genau die Region Schwarzbubenland/Laufental liegt. Dementsprechend hatte das Projektteam auch nur wenige Kenntnisse über die erwähnte Thematik und die Themenpfade der Region. Jedoch wurde dem Team bald klar, dass sich im Gebiet Schwarzbubenland/Laufental viele bereits bekannte und besuchte Ortschaften sowie Wanderwege befinden.

Nachdem die anfänglichen Schwierigkeiten geklärt wurden, konnte sich das Team themenspezifischer mit dem Auftrag auseinandersetzen. Dabei resultierten konkrete Fragestellungen, welche die aktuellen Probleme der Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental widerspiegeln.

### **1.2 Fragestellung**

Es war dem Projektteam schon im Voraus einleuchtend, dass sich das «Forum Schwarzbubenland» nicht mit allen Themenpfaden befassen konnte. Deshalb musste definiert werden, welche Themenpfade das grösste Wertschöpfungspotential bieten und was genau dieses Potential ausmacht. Infolgedessen konnte eruiert werden, auf welche komprimierte Anzahl Themenpfade der Fokus gesetzt werden sollte.

Die Wertschöpfung, die zu damaliger Zeit generiert wurde, lag deutlich unter den Erwartungen des «Forum Schwarzbubenland». Das Projektteam musste folglich herausfinden wie das Wertschöpfungspotential in den Themenpfaden gesteigert werden kann.

Aus diesem Grund war vorgesehen, dass das Team Betreiber ähnlicher Themenpfade und Erlebniswege interviewte, um Adaptionmöglichkeiten zu erkennen und dem Forum erfolgsversprechende Modelle vorzuschlagen.

### **1.3 Zielsetzung**

Die Ziele wurden so festgelegt, dass alle beteiligten Parteien auf demselben Wissensstand waren und Meilensteine für die nächsten Schritte definiert werden konnten. Diese sollten spezifisch, messbar, anspruchsvoll, realistisch und terminierbar (SMART) sein. Gleichzeitig teilte die Projektgruppe die Ziele in drei Sparten ein: Systemziele, Vorgehensziele und der erwartete Nutzen.

Die Systemziele dienen dem erwarteten Nutzen als Meilensteine. Je mehr solcher Systemziele erreicht wurden, desto näher war das Projektteam am erwarteten Nutzen – also dem Endprodukt. Sie beschreiben nicht nur einen gewünschten Zustand, sondern können auch die darauffolgende Wirkung beinhalten (Tanner & Knechtli, 2013, S. 32). Daher muss man hierbei beachten, dass Systemziele nur nach einer gewissen Einsatzzeit des Endprodukts konkret gemessen werden können.

Um diesen Zielen schrittweise näherzukommen, musste sich das Team zunächst mit der Thematik auseinandersetzen und die aktuellen Themenpfade und deren Sachverhalte kennenlernen. Hierfür wurde eine Karte erstellt, welche alle Themenpfade aufwies. Anhand dieser für interne Zwecke verwendeten Karte konnte das Team erstmalig erkennen, wo sich alle Themenpfade effektiv befinden.

Diese Pfade sollten auf Attraktivität, Erschliessung des öffentlichen Verkehrs (ÖV) und der Strassen für den motorisierten Individualverkehr (MIV), Infrastruktur, Unterhalt, Frequenz, Organisation, Interaktivität, Ausbaufähigkeit, Rahmenbedingungen und Potential analysiert werden. Die erwähnten Faktoren sind für gut funktionierende Themenpfade massgebend. Anschliessend sollte der vorliegende Bericht die gewonnenen Informationen dem «Forum Schwarzbubenland» näherbringen und verdeutlichen.

Da es den Studenten an nötigem fachspezifischem Wissen über Themenpfade mangelte, sollten Konkurrenzanalysen durchgeführt werden. Insbesondere der «Muggestutz» in Meiringen-Hasliberg, der für das Team als Benchmark gilt, sollte mit den Themenpfaden im Schwarzbubenland verglichen werden.

Zusätzlich mussten die Vorgehensziele definiert werden. Hierbei sollte festgelegt werden, wie das Projektteam arbeiten soll und welche Richtlinien sie dabei verfolgen sollte, um die gewünschten Endziele zu erreichen. Sie entsprechen den Etappenzielen bezüglich der erwarteten Leistung, Qualität sowie der Zeit und Kosten. Ausserdem dienen diese Ziele dem

Auftraggeber und der Projektleitung als Kontrollgrößen für die Projektsteuerung und das Controlling (Tanner & Knechtli, 2013, S. 32).

Es wurden im Voraus klare Zuteilungen der Zuständigkeiten sowie deren Einhaltung, erarbeitet, damit eine einwandfreie Projektdurchführung gewährleistet ist. Für Ausfälle von Mitgliedern wurden für alle Funktionen Stellvertretungen definiert. Die Gruppe nahm sich selbst in die Pflicht, effizient und zuverlässig zu arbeiten. Vertrauliche Daten wurden sachgemäss behandelt und strukturiert. Die Groups.Inside-Plattform und die sich darin befindenden Controlling-Dokumente wurden dabei als Erfassungs- und Kontrollinstrumente gebraucht. Schliesslich wurde der erwartete Nutzen festgelegt. Dieser war das Endprodukt beziehungsweise der generierte Mehrwert, welcher das «Forum Schwarzbubenland» vom Projektteam in Empfang genommen hat. Der erwartete Nutzen setzt sich aus den Auswertungen und den daraus erarbeiteten Handlungsempfehlungen zusammen, welche aus den vorherigen Prozessen resultierten und auf dieses Ziel ausgearbeitet wurden.

Die Ziele wurden im Laufe der Arbeit in Absprache mit der Auftraggeberschaft kontinuierlich den Umständen angepasst und konkretisiert. Die Absicht dabei war, die Ziele realistisch zu gestalten, damit keine Differenzen zwischen den Erwartungen und der effektiven Leistung entstehen.

## **2 Analysen und Methodik**

Nach den ersten Sitzungen mit der Auftraggeberschaft versuchte die Projektgruppe, sich einen vertieften Einblick in die Problematik und die Fragestellung zu verschaffen. Zu diesem Zweck wurden verschiedene Analysen durchgeführt. Um die Basis für die Marktforschung zu legen, wurden in einem ersten Schritt die Stakeholder (Anspruchsgruppen) der Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental unter die Lupe genommen. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse bildeten den Grundstein für das strukturierte Marktforschungskonzept. In diesem wurden das Instrumentarium und das Vorgehen der weiteren Arbeit definiert sowie die Primär- und die Sekundärforschung festgelegt.

Die detaillierte Vorgehensweise und deren Ergebnisse werden in den folgenden Kapiteln erläutert.

### **2.1 Stakeholderanalyse**

Um für das weitere Vorgehen im Projekt eine genaue Vorstellung zu gewinnen, welche Anspruchsgruppen die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental bedienen, welche Anforderungen die Pfade erfüllen müssen und auf welche Personengruppen in der Folge eingegangen werden muss, wurde eine detaillierte Stakeholderanalyse erstellt.

Die untersuchten Personengruppen und Institutionen sind die Ämter für Umwelt und Energie (AUE), für Verkehr und Tiefbau (AVT) sowie für Kultur und Sport (AKS), das «Forum Schwarzbubenland», die umliegende Bevölkerung und die Besucherinnen und Besucher der Themenpfade. In der Folge werden die eruierten Chancen und Gefahren erläutert.

#### **Amt für Umwelt und Energie**

Werden die Themenpfade regelmässig genutzt, so entsteht zwangsläufig auch eine erhebliche Menge an Abfall. Die Spazier- und Wandergruppen nehmen Lebensmittel mit auf ihren Weg und müssen die Verpackungen entsprechend entsorgen können. Somit ergibt sich für das Amt für Umwelt und Energie ein erhöhter Aufwand für Reinigung und Abfallentsorgung. Die Entsorgungsmöglichkeiten für die Besucherinnen und Besucher, in Form von Abfalleimern und Containern, müssen regelmässig geleert werden. Ebenso muss garantiert werden, dass genügend solcher Entsorgungsstellen zur Verfügung stehen.

Ein bekanntes Problem besteht darin, dass zur Entsorgung des Unrats nicht nur die Abfalleimer, sondern vermehrt auch die Natur genutzt wird. Somit entstehen zusätzliche Kosten, um diesen einzusammeln und fachgerecht zu beseitigen. Diesem Trend kann mit einer genügend hohen Anzahl an Abfalleimern und Containern sowie Hinweisschildern entgegengewirkt werden.

Das Amt für Umwelt und Energie kann von der vermehrten Nutzung der Themenpfade auch profitieren. Durch das attraktive Angebot wird bei den Besuchenden eine Begeisterung für die Region und deren Natur geweckt. Diesen kann nun in Form von Informationsschildern und –broschüren vor Augen geführt werden, wie wichtig die Biodiversität für die Flora und Fauna der Region ist. Deren Erhaltung kostet jedoch viel Geld und kann mit Hilfe von Spendengeldern zusätzlich finanziert werden. Das AUE kann demnach auf diesen Umstand aufmerksam machen und somit eine zusätzliche Einnahmequelle generieren.

### **Amt für Verkehr und Tiefbau**

Um eine reibungslose An- und Abreise sowie genügend Parkplätze sicherzustellen, muss das AVT für die entsprechende Infrastruktur aufkommen. Den Parkplätzen kommt dabei eine gewichtige Rolle zu. Wie im späteren Verlauf dieser Arbeit beschrieben wird, ist es für die Besuchenden der Themenpfade ein grundlegendes Bedürfnis, dass genügend Parkplätze zur Verfügung stehen. Diese müssen über genügend Kapazität verfügen. Des Weiteren zeichnet das AVT auch für die Ab- und Trinkwasserinfrastruktur verantwortlich. Sollen für die Besucherinnen und Besucher zum Beispiel Brunnen mit frischem Trinkwasser zur Verfügung gestellt werden, so ist das Amt für Verkehr und Tiefbau die richtige Anlaufstelle. Da dies wiederum mit Kosten verbunden ist, muss die Finanzierung mittels Spenden- oder Steuergeldern geklärt werden.

Die Ansprüche an das AVT stellen für dieses jedoch auch eine Chance dar. So können Aufträge für neue Parkplätze, Brunnen oder andere infrastrukturelle Bauten zu konjunkturpolitischen Zwecken genutzt und Auftragsflauten vermieden werden.

### **Amt für Kultur und Sport**

Das Wandern ist gleichermaßen eine kulturelle, wie auch eine sportliche Aktivität. Somit hat das AKS grosses Interesse daran, dass die Themenpfade attraktiv gestaltet sind und rege genutzt werden. Das AKS versucht immer wieder mit grossen Kampagnen die Bevölkerung zu mehr Bewegung und Sport aufzurufen. Gepflegte und spannende Themenpfade in der Region verlocken die Bevölkerung dazu, die Freizeit in der Natur und in Bewegung zu verbringen.

Weiter können die Themenpfade durch das AKS dazu genutzt werden, den Besuchenden interessante und spannende Themen näherzubringen. Bei der Auswahl für die Themen der Pfade kann das AKS also Einfluss nehmen, die eigenen Ideen einbringen und die Ausarbeitung mitgestalten.

### **«Forum Schwarzbubenland»**

Die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental sind teilweise zu wenig bekannt und befinden sich in einem unbefriedigenden Zustand. Somit ist es dringend notwendig, das Grundkonzept zu erneuern und das Angebot an die Bedürfnisse anzupassen. Die Arbeit der Studentengruppe widmet sich dieser Thematik. Somit ist ein erster Schritt gemacht, um einem Imageverlust vorzubeugen.

Das «Forum Schwarzbubenland» trägt für die Vermarktung der Themenpfade ein finanzielles Risiko. So werden Investitionen in die Kommunikation und in das Marketing getätigt, welche sich durch eine Erhöhung der Besucherzahlen rechtfertigen müssen. Die Ressourcen müssen demnach gezielt und effizient eingesetzt werden. Mit den Ergebnissen der vorliegenden Arbeit soll die Planung des Ressourceneinsatzes unterstützt und eine Verschwendung derer verhindert werden.

Die Benutzung der Themenpfade soll unter anderem durch Besuche in Gaststätten und Parkieren auf den zur Verfügung gestellten Parkplätzen Wertschöpfung generieren. Durch ein attraktives Angebot an unterschiedlichen und spannenden Erlebniswegen, kann diese Wertschöpfung gesteigert werden. Gleichzeitig wird auch die Reputation des Vereins gesteigert.

### **Die Bevölkerung der Region Schwarzbubenland/Laufental**

Die Anwohner in der Nähe der Themenpfade haben ein Interesse daran, dass die Besuchenden mit dem ÖV anreisen. Hohe Besucherzahlen haben zur Folge, dass vermehrt mit dem eigenen Fahrzeug vorgefahren wird, was zu einer Erhöhung der Lärmemissionen und des Verkehrsaufkommens führt.

Führen Themenpfade an Privatgrundstücken vorbei, so besteht die Gefahr des Litterings. Die Entsorgung des Unrats durch die Wandernden ist ein Ärgernis der Anwohnenden, welchem zwingend Rechnung getragen werden muss.

Doch die unmittelbare Nähe zu den Wanderwegen bringt auch Chancen mit sich. So profitiert die Gastronomie durch eine erhöhte Besucherzahl, was zur Folge hat, dass diese ihr Personal erweitern muss. Diese Arbeitsnachfrage kommt den Anwohnern direkt zugute, welche somit in unmittelbarer Nähe Arbeitsstellen zur Verfügung gestellt bekommt.

### **Besucherinnen und Besucher der Themenpfade**

Eine weitere Personengruppe, welche zu den Stakeholdern der Themenpfade gehört, sind die Besucherinnen und Besucher. Deren Ansprüche und Bedürfnisse sind elementarer Bestandteil dieser Arbeit und wurden in der Marktforschung erfragt. Aus diesem Grund sei hier auf die folgenden Kapitel verwiesen, welche diese Aspekte erläutern.

## 2.2 Marktforschung

Die Marktforschung kann in zwei grosse Teile, bestehend aus der Primär- und der Sekundärforschung, gegliedert werden. Zum einen wurde eine Sekundärmarktforschung durchgeführt, in welcher Literaturen analysiert und eine SWOT-Analyse erstellt wurde. Ausserdem wurden vier Konkurrenzangebote mit dem Ziel untersucht, Adaptionmöglichkeiten zu entdecken, welche für die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental anwendbar sind. Zum anderen führte die Studentengruppe, auf der Basis eines strukturierten Marktforschungskonzepts, eine Primär-Marktforschung durch. Hierbei wurden sowohl Online-Fragebögen erstellt, als auch Interviews durchgeführt. In diesem Kapitel werden das strukturierte Vorgehen sowie der daraus resultierende Nutzen erläutert.

### 2.2.1 Sekundärforschung

Um die aktuelle Situation rund um die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental einordnen zu können, mussten eine Reihe von Analysen durchgeführt werden. Nebst einer SWOT-Analyse, welche die Stärken und Schwächen den Chancen und Risiken gegenüberstellt, wurden vier Konkurrenzangebote der Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental analysiert. Die Studentengruppe besuchte den «Muggestutz» im Berner Oberland, um vertiefte Einblicke in diesen erfolgreichen Erlebnisweg zu erhalten. Des Weiteren wurden der Klangwald, das Bikernetzwerk trailnet.ch und Foxtrail untersucht. Dieses Kapitel erläutert die Erkenntnisse dieser Analysen.

### SWOT-Analyse

Die SWOT-Analyse, als Instrument des strategischen Managements, dient der Standortbestimmung, Untersuchung und Entwicklung von Lösungsvarianten (Gabler Wirtschaftslexikon, o. J.). Sie vergleicht die Positionierung der eigenen Aktivitäten mit denjenigen der Wettbewerber. Dieses Instrument diente der Studentengruppe zur Evaluierung der IST-Situation sowie der Chancen und Risiken, welchen das «Forum Schwarzbubenland» gegenübersteht. In den folgenden Abschnitten werden die Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren sowie die sich daraus ergebenden Strategien erläutert.

#### Stärken

Die grösste Stärke des «Forum Schwarzbubenland» stellt die Nähe der Region zur Stadt Basel dar. Das Einzugsgebiet der Tourismusregion umfasst die Kantone Basel-Landschaft, Basel-Stadt, Aargau und Solothurn. Die kumulierte Einwohnerzahl der erweiterten Region Nordwestschweiz beziffert sich auf rund 1.5 Millionen Einwohnerinnen und Einwohner (Bundesamt für Statistik, o. J.). Diese Tatsache und die Gegebenheit, dass die Region Schwarzbubenland/Laufental als Naherholungsgebiet der Stadt Basel grosse Anziehungskraft auf die

Bevölkerung ausübt, verschafft ihr einen grossen Vorteil gegenüber anderen, weiter entfernten Tourismusregionen. Das umfangreiche Freizeitangebot, bestehend aus Themenpfaden, E-Bike-Touren, Museen und vielen weiteren Attraktionen, bietet eine Vielzahl an Möglichkeiten. Durch die Koordination dieser Angebote durch das «Forum Schwarzbubenland» entstehen Synergien, wovon die Kundinnen und Kunden profitieren können.

### Schwächen

Das «Forum Schwarzbubenland» wird durch Gelder der Kantone Basel-Landschaft und Solothurn finanziert. Die zur Verfügung stehenden Mittel sind jedoch beschränkt und führen dazu, dass für die Vermarktung der Themenpfade nur ein limitiertes Budget vorhanden ist. Diese Tatsache hat zur Folge, dass der Verein äusserst ökonomisch mit den Geldern umgehen muss und Massnahmen stets kostengünstig sein müssen. Die personellen Ressourcen sind ebenfalls beschränkt. Es muss also dafür gesorgt sein, dass der Personaleinsatz effizient und effektiv gestaltet ist.

Eine weitere, nicht zu vernachlässigende Schwäche ist, dass die regelmässige Instandhaltung der aktuell bestehenden Themenpfade nicht gegeben ist. Dieser Tatsache ist in der Zukunft unbedingt Rechnung zu tragen, weshalb im Kapitel «Handlungsempfehlungen» näher darauf eingegangen wird.

Des Weiteren ist festzustellen, dass die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental über keine Hintergrundgeschichten verfügen. Als Benchmark dafür kann der «Muggestutz» angesehen werden, welcher im Abschnitt «Konkurrenzanalysen» beschrieben wird. Hintergrundgeschichten bieten den Besucherinnen und Besuchern die Möglichkeit, tiefer in die Themenwelt einzudringen und bereichern so das Erlebnis.

### Chancen

Die Überbevölkerung in der Schweiz und im Speziellen in der Region Basel zeigt auf, wie wichtig der Bevölkerung Ruhe, Natur und der Ausbruch aus dem Dichtestress ist (Jäggi, 2015). Aus dem gleichen Grund erlebt das Wandern einen neuerlichen Boom. Die Natur wird zu einem beliebten Ausflugsziel, womit auch die Themenpfade von diesem Trend profitieren können. Die Region Schwarzbubenland/Laufental als Naherholungsgebiet der Stadt Basel bietet die gesuchte Ruhe und Nähe zur Natur. Attraktive und gut gepflegte Themenpfade ziehen die Bevölkerung an. Damit einhergehend, bietet sich die Chance, die Wertschöpfung zu steigern, indem unter anderem Souvenirläden in der Nähe der Themenpfade eröffnet werden. Solche Souvenirläden, verbunden mit neu aufgelegten Hintergrundgeschichten, welche eine Verbreiterung des Merchandise-Sortiments mit sich bringen, bringen grosses Potential mit sich.

Ein weiterer Trend, welcher vom «Forum Schwarzbubenland» als Chance angesehen werden muss, ist die Digitalisierung. Durch diese bieten sich Möglichkeiten, die Pfade interaktiv und unterhaltsam zu gestalten. Die Integration digitaler Medien in die Geschichten rund um die Themenpfade ermöglicht es zum Beispiel, den Besucherinnen und Besuchern Videos, Spiele oder zusätzliche Bilder zur Verfügung zu stellen, welche das Erlebnis zusätzlich bereichern können.

### Gefahren

Die grösste Gefahr für das «Forum Schwarzbubenland» und deren Themenpfade besteht aus Littering und Vandalismus. Öffentlich zugängliche Orte, wie es die Themenpfade sind, werden oft und gerne genutzt, um Feste unter freiem Himmel zu feiern. Die Tendenz zum Vandalismus steigt dabei mit zunehmendem Konsum alkoholischer Getränke. Da die Pfade bei Nichtbenutzung nicht abgeschlossen werden können, ist die Unterbindung des Vandalismus entsprechend schwierig. Weiter muss auch damit gerechnet werden, dass Besucherinnen und Besucher die Natur als grossen Abfalleimer ansehen und ihren Unrat, anstatt in die dafür vorgesehenen Behälter, auf den Wegen und auf Picknickplätzen zurücklassen. Dies bedeutet, dass die Pfade regelmässig gewartet und gesäubert werden müssen, um den Besuchenden stets attraktive und gepflegte Themenpfade zur Verfügung stellen zu können. Dies ist mit grossem personellem und finanziellem Aufwand verbunden.

Ebenfalls eine Gefahr, welche das «Forum Schwarzbubenland» im Auge behalten muss, ist die Tatsache, dass die potentiellen Kundinnen und Kunden einer grossen Auswahl an möglichen Freizeitaktivitäten gegenübersteht. Dies bedeutet, dass die Konkurrenz für die Themenpfade sehr gross ist. Wenn die neu erarbeiteten Konzepte die Bedürfnisse der Zielgruppen nicht in ausreichendem Masse befriedigen, wenden sich diese anderen Alternativen zu und der Erfolg der Themenpfade bleibt aus.

### Strategien

Die von der Studentengruppe durchgeführte Primärmarktforschung zeigt die Präferenzen und Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden in Bezug auf das Vorhandensein von Souvenirläden, die Integration digitaler Kanäle in die Themenpfade sowie auf nahegelegene Parkplätze auf. Diese Erkenntnisse müssen genutzt werden, um die sich dadurch ergebenden Chancen wahrzunehmen. Die gezielte und effiziente Koordination der finanziellen und personellen Mittel des «Forum Schwarzbubenland» können dazu führen, dass Vorteile gegenüber der Konkurrenz geschaffen werden. Restaurants und Souvenirläden, welche sich in unmittelbarer Nähe zu den Themenpfaden befinden, können die Wertschöpfung in der Tourismusregion steigern.

Die Untersuchungen der Konkurrenzangebote ergeben eine Vielzahl verschiedener Adaptionsmöglichkeiten. Diese an das eigene Konzept anzupassen, kann sehr erfolgreich sein. Es muss dabei jedoch beachtet werden, dass die Konkurrenz teilweise von anderen Gegebenheiten profitieren kann. So ist die Lage des «Muggestutz» ideal, da der Weg nur begehbar ist, wenn die Bergbahnen in Betrieb sind. Somit kann das Risiko des Vandalismus minimiert werden. Solche Gegebenheiten müssen in der Region Schwarzbubenland/Laufental gezielt gesucht werden, wenn die Qualität und Sauberkeit der Pfade stets auf einem hohen Niveau gehalten werden will. Sollte es nicht gelingen, dem Vandalismus präventiv vorzubeugen, werden die Investitionsprojekte entwertet und die Attraktivität sinkt. Kommt dies mit einem fehlenden USP (Unique Selling Proposition) einher, so muss mit einem Rückgang der Besucherzahlen gerechnet werden.

### **Konkurrenzanalysen**

Die Themenpfade des «Forum Schwarzbubenland» stehen mit vielen verschiedenen Freizeitangeboten in direktem und indirektem Wettbewerb. Einige dieser Wettbewerber sind sehr erfolgreich. Aus diesem Grund wurden im Rahmen einer Konkurrenzanalyse diejenigen Angebote untersucht, welche die erfolgreichsten Konzepte verwenden und die besten Adaptionsmöglichkeiten aufweisen. So besuchte die Studentengruppe den «Muggestutz» in Meiringen-Hasliberg. Des Weiteren wurden der Klangwald sowie trailnet.ch und Foxtrail analysiert. In diesem Kapitel werden die gesammelten Erkenntnisse und Adaptionsmöglichkeiten erläutert.

#### «Muggestutz»

Der Besuch beim «Muggestutz» war für die vorliegende Projektarbeit von eminenter Bedeutung. Verbunden mit einem Interview mit dem Marketingleiter der Bergbahnen Meiringen-Hasliberg AG (Aktiengesellschaft), Simon Schmid, zeigte die Begehung dieses Erlebniswegs auf, worauf bei der Konzipierung und Umsetzung eines Themenwegs Acht zu geben ist sowie welche Details in Bezug auf den Weg, die Hintergrundgeschichte und das Marketing erfolgsrelevant sind.

Der Erfolg des «Muggestutz» basiert auf verschiedenen Faktoren, welche unterschiedlich gut adaptierbar sind. Meiringen-Hasliberg profitiert von der ausgezeichneten Lage im Berner Oberland. Die Region, mit ihrem eindrücklichen Bergpanorama, zieht sowohl im Winter wie auch im Sommer Menschen aus der ganzen Schweiz an. Während der Wanderung auf dem «Muggestutz» geniessen die Besucherinnen und Besucher einen wunderschönen Blick in die umliegenden Berge und Täler. Aber nicht nur die Lage ist für den Erfolg verantwortlich. So zeigt sich beim Begehen des Zwergenwegs auch, wie viel Liebe zum Detail und Herzblut investiert wird, um den Besuch zu einem einzigartigen Erlebnis zu machen. Die Wanderbe-

geisterten können an allen Stationen die Geschichte der Zwerge hautnah erleben und spielerisch erfahren. Dank interaktiven Posten können die Kinder in die Geschichte eintauchen.

Der Wanderweg ist stets in gutem Zustand, was zwei wesentlichen Faktoren geschuldet ist. Zum einen ist die Lage am Berg ein entscheidender Umstand. Dies führt dazu, dass der Wanderweg nur dann besucht werden kann, wenn die Bergbahnen in Betrieb sind. Somit kann weitgehend verhindert werden, dass der Schutz der Dunkelheit für Vandalismus genutzt wird. Zum anderen sind der Unterhalt und die Pflege des Wegs klar zugeteilt. Regelmässig wird der Wanderweg von Helferinnen und Helfern begangen, die dafür sorgen, dass die Stationen sauber und in gutem Zustand sind.

Finanziert wird der «Muggestutz» einerseits durch die Einnahmen der Bergbahnen sowie durch den Verkauf der Merchandisingprodukte. Diese bestehen aus vier verschiedenen Büchern, welche die Geschichte rund um die Zwerge illustrieren, Kassetten, CD's sowie weiteren Artikeln.

#### Klangwald

Der Klangwald in Lohn/GR (Graubünden), der seit dem Jahr 2005 besteht, eignet sich ausgezeichnet für einen Vergleich mit den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental. Der Wanderweg ist frei zugänglich und wird von den öffentlichen Verkehrsmitteln regelmässig bedient. Das Konzept ist ebenfalls vergleichbar.

Der Klangwald wurde als Rundweg angelegt. Somit können die Besucherinnen und Besucher entweder mit den ÖV oder mit eigenen Fahrzeugen an- und abreisen. Die Webseite bietet eine detaillierte Anreisebeschreibung, was den Besuchenden die Planung vereinfacht. Die Wanderung ist mit rund zwei Kilometern relativ kurz und kann somit auch mit kleinen Kindern begangen werden.

Auf dem Weg durch den Lohner Wald können 22 Klangobjekte bestaunt und ausprobiert werden. Die Klänge werden entweder durch den Wind oder von den Besuchenden selbst erzeugt. Diese Interaktionsmöglichkeiten steigern die Attraktivität und sind mit ein Grund für das Gelingen des Erlebniswegs.

Finanziert wird der Wanderweg, welcher von „Mamilade Ausflugsziele« betrieben wird, mit Hilfe von Spendengeldern. Auf der Homepage werden die Besucherinnen und Besucher auf diese Notwendigkeit aufmerksam gemacht. Dieses Konzept ist für die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental ebenfalls denkbar.

#### Trailnet.ch

Das Bikernetzwerk trailnet.ch ist ein Verein, welcher das Ziel verfolgt, die Biker-Gemeinschaft zu vereinen, eine Community zu betreiben und die sich daraus ergebenden

Synergien für die Planung und Realisation von Bike-Strecken zu nutzen. Trailnet.ch steht mit dem «Forum Schwarzbubenland» nicht in direktem Wettbewerb, da die Zielgruppen grosse Differenzen aufweisen. Jedoch können einige Erfahrungen, welche dieser Verein in der Vergangenheit gemacht hat, dazu genutzt werden, die Kompetenzen des «Forum Schwarzbubenland» auszubauen.

Das Konzept der Bildung einer Community ist auch für die Themenpfade denkbar. So können die Besucherinnen und Besucher von den Erfahrungen ihrer Vorgängerinnen und Vorgänger profitieren und die eigenen Erlebnisse mit Gleichgesinnten teilen. Des Weiteren kann die Idee von Spezial-Events zur Förderung der Gemeinschaft adaptiert werden. So organisiert Trailnet.ch Anlässe für Familien, womit die Bekanntheit gesteigert wird. Solche Events können für die potentiellen Besucherinnen und Besucher der Themenpfade als Anreiz dienen, die Freizeitaktivitäten im Schwarzbubenland/Laufental zu verbringen.

Weiter hat die Analyse von trailnet.ch ergeben, dass die Zusammenarbeit mit nahegelegenen Institutionen wie Restaurants und Shops den Besuchenden einen Mehrwert bieten kann. Nicht nur die Verpflegungsmöglichkeiten werden dadurch verbessert, auch die Chance, Merchandise an die Kundschaft zu bringen, kann hiermit erhöht werden.

Zu guter Letzt zeigt der Vergleich mit trailnet.ch auch, dass die Infrastruktur von grosser Bedeutung ist. Verschiedene Themenpfade in unmittelbarer Nähe können Synergien bilden und Ressourcen sparen.

### Foxtrail

Wie das Beispiel von Foxtrail zeigt, kann sich eine gute digitale Integration wertsteigernd auf die Themenpfade auswirken. Grundvoraussetzung dafür ist eine gut strukturierte, einfach zu bedienende IT-Infrastruktur. Sind die digitalen Anwendungen für Buchungen oder bei der Anwendung auf den Pfaden nicht benutzerfreundlich und intuitiv, so wirkt sich dies kontraproduktiv aus. Die Kundschaft muss erkennen, dass der Weg über die Homepage oder das Bedienen einer App sinnvoll und einfach ist.

Die digitale Integration in die Themenpfade kann auf zwei verschiedene Arten erfolgen. Die eine Möglichkeit ist es, das Erlebnis auf den Pfaden mit digitalen Medien zu unterstützen. Es könnten zum Beispiel zusätzliche Texte oder auch Spiele angeboten werden, welche mittels Scan eines QR-Codes auf dem Smartphone erscheinen. Somit können mehr Informationen auf unterhaltsame Art und Weise vermittelt werden. Aber auch der Unterhaltungsfaktor für Kinder und deren Eltern kann davon profitieren.

Die zweite Option betrifft die Buchung von Tickets für Themenpfade. Zurzeit sind sämtliche Erlebniswege des «Forum Schwarzbubenland» gratis, jedoch ist diesem Aspekt ebenfalls Aufmerksamkeit zu schenken. Um Eintrittspreise für die Themenpfade verlangen zu können,

muss den Besucherinnen und Besuchern mit dem Kauf einen Mehrwert geboten werden, den sie nicht erhalten, wenn sie die Wege ohne zu bezahlen begehen. Wird das Angebot also um eine digitale Komponente erweitert, welche die Besuchenden im Voraus oder auch via Smartphone direkt auf dem Themenpfad erwerben können, so kann die Wertschöpfung der Erlebniswege gesteigert und das Erlebnis der Kundschaft verbessert werden.

### **2.2.2 Primärforschung**

Im Rahmen der Primärforschung wurde eine umfassende Marktforschung betrieben. Diese ist eine Teilmenge der Marketingforschung, deren Untersuchungsgebiete die firmenexternen Märkte darstellen (Wübbenhorst, o. J.). Sinn und Zweck einer solchen Herangehensweise ist die systematische Datenerhebung eines Teilmarktes in Form von Beobachtungen und Befragungen (Wübbenhorst, o. J.). In der Marktforschung der Projektgruppe wurde eine umfangreiche Befragung von Lehr- und Privatpersonen durchgeführt, in welchem ein Online-Fragebogen als Instrument diente. Die Privatpersonen wurden als Einzelpersonen mit oder ohne Familie definiert. Die Gruppe der Lehrpersonen bestand aus Lehrkräften der Kantone Basel-Landschaft, Basel-Stadt, Solothurn und Aargau. Der Fragebogen wurde auf der kostenpflichtigen Internetseite «2ask.ch», basierend auf der Quota-Random-Matrix des Marktforschungskonzepts, erstellt. Die vorab definierten Ziele, Ansprüche, Subjekte sowie Objekte flossen in das Konzept ein. Auf diesen erarbeiteten Informationen basierend, wurden die Hypothesen erarbeitet, welche das Fundament unserer Fragebögen darstellten.

Die Hypothesen lauten wie folgt:

- Hypothese 1: Ein Verein kann in der Regel nur mit finanzieller Unterstützung (Staat, Private, Bauern, Bergbahnen (Wasserfallen/BL?), Stiftungen, Mitglieder, ...) langfristig überleben.
- Hypothese 2: Durch gemeinsame Vermarktung der Themenpfade, als Themenpfadbündel (z.B. alle in räumlicher Nähe) kann die langfristige Attraktivität und die Besucherfrequenz erhöht werden.
- Hypothese 3: Lösungsansätze erfolgreicher Themenpfade können nur in Teilbereichen adaptiert werden (Persönlichkeiten, finanzielle Mittel, Unterstützung breiter Schichten, ...)
- Hypothese 4: Eine Fokussierung auf lediglich 3 – 5 Themenpfade, pro Region, vereinfacht die Finanzierung (Konzentration der Kräfte).
- Hypothese 5: Themenpfade brauchen ein gewisses Mass an Infrastruktur (Feuerstellen, öffentliche WC's, Parkplätze, ÖV-Anschluss, etc.)
- Hypothese 6: Themenpfade können durch andere Einnahmequellen, wie zum Beispiel von Restaurants, Postauto, etc. finanziert werden.

- Hypothese 7: Die Region Grellingen - Reigoldswil - Seewen (Seeprojekt) wären sehr attraktiv für gut kombinierte Themenpfade.
- Hypothese 8: Verschiedene Zielgruppen haben verschiedene Ansprüche (Infrastruktur, Budget, etc.).
- Hypothese 9: Je attraktiver der Themenpfad ist, desto eher ist man bereit einen Eintrittspreis zu zahlen.

Die Befragung hat im Bereich der Privatpersonen einen Umfang von 103 Personen ergeben, wovon 33 weiblich und 70 männlich sind sowie 97% seit mehr als zehn Jahren in der Nordwestschweiz wohnhaft sind. Des Weiteren ist zu erwähnen, dass 51% aller Teilnehmer Kinder haben, was die gewünschte demographische Diversität der Befragten untermauert.

Die Forschung, die an der Personengruppe „Lehrpersonen« durchgeführt wurde, ergab einen Rücklauf von 62 beantworteten Fragebögen. 82% der Lehrpersonen unterrichten im Raum Basel-Land. Zusätzlich gaben 36 Befragten an, an einer Primarschule tätig zu sein. Der angestrebte Schwerpunkt wurde spezifisch auf Lehrkräfte der Primarstufe im Kanton Basel-Landschaft gelegt.

Die Resultate wurden in einem nächsten Schritt ausgewertet und mit den Hypothesen verglichen. Aufgrund der gewonnenen Daten wurden die Hypothesen falsifiziert beziehungsweise verifiziert. Beruhend auf den Erkenntnissen der Marktforschung, wurden Handlungsempfehlungen für das «Forum Schwarzbubenland» erarbeitet, welche diverse Möglichkeiten zur Erhöhung der Wertschöpfung beinhalten. Diese werden in den kommenden Abschnitten genau erläutert.

Die Hypothesen ergaben zusätzlich Fragestellungen, welche nur durch fundiertes Wissen über die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental beantwortet werden konnten. Die Projektgruppe konnte die benötigten Informationen durch persönliche Interviews mit den jeweiligen Marketingleitern der bekanntesten Themenpfade gewinnen.

### 3 Auswertungen

Mit Hilfe der Marktforschung konnten die vom Studententeam aufgestellten Hypothesen verifiziert oder falsifiziert werden. In diesem Kapitel werden die neun Hypothesen aufgeführt und mit Hilfe der Auswertung der Marktforschung beurteilt. Es konnten neben diesen neun Hypothesen noch weitere Erkenntnisse gewonnen werden, auf welche am Ende dieses Kapitels eingegangen wird.

#### 3.1 Hypothese 1

*«Ein Verein kann in der Regel nur mit finanzieller Unterstützung (Staat, Private, Stiftungen, Mitglieder...) längerfristig überleben.»*

Der Verein «Forum Schwarzbubenland» wird durch Mitgliederbeiträge von Einzelpersonen, Familien, Vereine und Firmen finanziell getragen. Der Verein besteht bereits seit dem Zusammenschluss des «Forum Regio» und dem «Schwarzbubenland Tourismus» im Jahre 1994. Somit kann behauptet werden, dass die bisherige Finanzierung nachhaltig ist und zum langfristigen Bestehen beiträgt. In Bezug auf finanzielle Unterstützung seitens Privatpersonen, ist dies nicht ganz so einfach zu beurteilen. So sind die meisten Angebote dieser Vereine (mit dem Augenmerk auf Themenpfade) seit ihrem Bestehen kostenfrei zugänglich und konnten dennoch ihre wirtschaftliche Existenz bewahren. Dies führte zu einer genaueren Untersuchung der Notwendigkeit eines Eintrittspreises, welche durch die Evaluierung der Fragebögen geklärt werden sollte.

Im Endeffekt kann die Hypothese aufgrund der Beständigkeit des «Forum Schwarzbubenland» teilweise bestätigt werden. Aufgrund fehlender Einsicht in die genaue finanzielle Situation, kann keine absolute Aussage getroffen werden. Die Resultate der Befragungen zeigen jedoch noch Potential in der Wertschöpfung.

#### 3.2 Hypothese 2

*«Durch gemeinsame Vermarktung der Themenpfade, als Themenpfadbündel (z.B. alle in räumlicher Nähe) kann die langfristige Attraktivität und die Besucherfrequenz erhöht werden.»*

In den unten aufgeführten Diagrammen werden die Ergebnisse zur Frage nach der Notwendigkeit eines gemeinsamen Startpunktes für mehrere Themenpfade illustriert. Aus den Ergebnissen kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass für potenzielle Besucherinnen und Besucher ein gemeinsamer Anfangspunkt nicht im Vordergrund steht und somit eher unwichtig ist.

In den Diagrammen ist die ablehnende Tendenz klar ersichtlich. Die Befragung von Privatpersonen hat aus einer Gesamtheit von 103 Antworten ergeben, dass es 49 Personen eher unwichtig ist, ob die verschiedenen Themenpfade an einem gemeinsamen Startpunkt beginnen und eine weitere Vielzahl von 26 befragten Personen befand diesen Umstand für ihr geplantes Wanderunterfangen als irrelevant. Lediglich 22% der Umfrageteilnehmenden erachten einen kollektiven Ausgangspunkt als wichtig, beziehungsweise sehr wichtig.

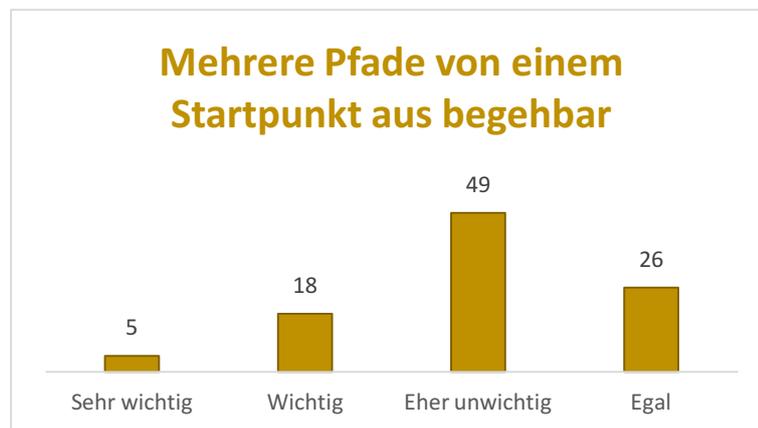


Abbildung 1: Ausgangslage als Knotenpunkt (Privatpersonen)

Dasselbe Muster ergibt sich bei der Befragung der Lehrpersonen. Exakt 50% argumentierten damit, dass ihnen ein Anfangspunkt an, welchem mehrere Themenpfade begangen werden können, unwichtig ist. 21 der insgesamt 62 Teilnehmenden erachten einen vereinigten Beginn der Themenpfade als wichtig bis sehr wichtig. Zwar ist der Anteil von 34% höher als bei den Privatpersonen, jedoch entspricht dies immer noch einer Minderheit.



Abbildung 2: Ausgangslage als Knotenpunkt (Lehrpersonen)

Die grossteils ablehnende Haltung gegenüber einem Knotenpunkt kann daher rühren, dass der Anspruch, körperlicher oder geistiger (z.B. Interesse oder Spass) Art, der Besuchenden (Privat- und Lehrpersonen) mit der Begehung eines Themenpfades bereits vollumfänglich befriedigt wurde. Zudem ist der geografische Verlauf eines Wanderweges ebenfalls zu beachten. Denn eine Privatperson, welche einen Themenpfad begangen hat, befindet sich nach dessen Abschluss nicht mehr am anfänglichen Knotenpunkt (sofern er keinen Rundlauf darstellt), was ihm somit keinerlei Mehrwert beim Wunsch einer Begehung zusätzlicher Themenpfade bietet. Hier sind mögliche Kombinationspotentiale verschiedener Themenpfade zu beachten.

Nichtsdestotrotz deckte die Auswertung auch Personen auf, welche sich über einen gemeinsamen Startpunkt mehrerer Themenpfade freuen würde. Diese Personen erachten es möglicherweise als wertvoll, erst bei dem Knotenpunkt eine Entscheidung über die bevorstehende Wanderung zu treffen.

Abschliessend kann festgelegt werden, dass die Hypothese durch die Befragungen widerlegt wurde und entsprechend verworfen werden kann.

### **3.3 Hypothese 3**

*«Lösungsansätze erfolgreicher Themenpfade können nur in Teilbereichen adaptiert werden (Persönlichkeiten, finanzielle Mittel, Unterstützung breiter Schichten, ...)»*

Die untersuchten Themenpfade aus den Konkurrenzanalysen haben ergeben, dass die Erfolgsfaktoren nicht vollumfänglich adaptiert werden können. Beim Themenpfad «Muggenstutz», welcher in einer Konkurrenzanalyse äusserst detailliert untersucht wurde, ist die Hintergrundgeschichte das Fundament des Erfolgs. Der Karstlehrpfad setzt auf seine naturgegebene Diversität (Höhlen, Karst, Flora und Fauna, etc.) und historische Einzigartigkeit, um die Attraktivität zu gewährleisten. Ein weiterer Themenpfad setzt auf eine Marketingstrategie, die nicht von dieser Welt ist. Die Rede ist von einem der berühmtesten Themenpfade der Nordwestschweiz; dem Planetenweg. Diese Themenpfade bieten allesamt dasselbe elementare Grundangebot einer Wanderung, haben dieses aber durch geschickte Innovationen (nicht Imitation) erweitert, wodurch sie sich von den „gewöhnlichen« Angeboten ihrer Konkurrenz abheben. Von einer Imitation dieser erweiterten Grundangebote ist abzuraten.

Abschliessend kann die Hypothese somit bestätigt werden. Es können Teiladaptationen übernommen werden, wobei der Haupterfolgswert ein Unikat darstellen soll, welcher den jeweiligen Themenpfad abhebt und ihm eine Einzigartigkeit verleiht.

### 3.4 Hypothese 4

«Eine Fokussierung auf lediglich 3 – 5 Themenpfade pro Region, vereinfacht die Finanzierung (Konzentration der Kräfte).»

Die Daten der befragten Privatpersonen ergaben, dass drei Themenpfade – Karstlehrpfad, Planetenweg und der Jubiläumsweg – die grösste Bekanntheit, der elf untersuchten Themenpfade, geniessen. Im Übrigen lassen sich auch bei der Anzahl der Besuche in den letzten Jahren dieselben klaren Favoriten feststellen. Einer ebenfalls nicht unwesentlichen Teilmenge der Befragten war keiner der Themenpfade bekannt. Der erhebliche Grossteil der Privatpersonen hat die Themenpfade noch nie besucht.

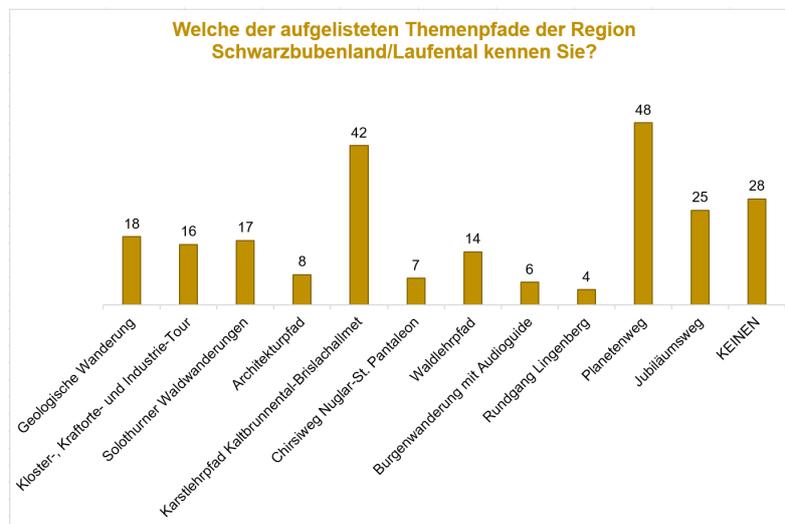


Abbildung 3: Bekanntheit der Themenpfade (Privatpersonen)

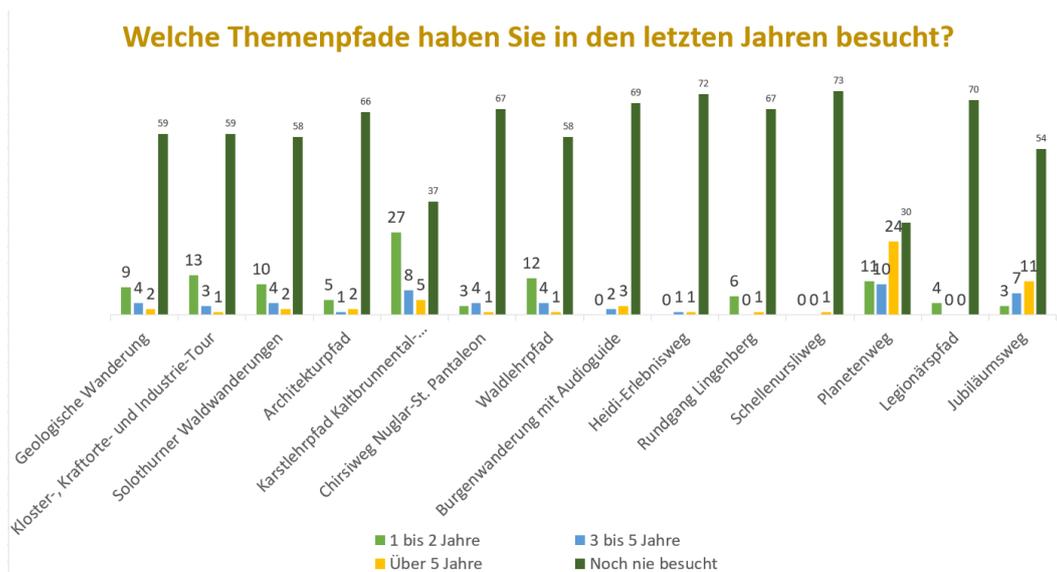


Abbildung 4: Besuchsintensität auf den Themenpfaden (Privatpersonen)

Die Antworten der Lehrpersonen ergaben dasselbe Muster wie bei den Privatpersonen. Als Spitzenreiter kristallisierte sich der Planetenweg heraus. Gefolgt vom Karstlehrpfad, dem Jubiläumsweg und den Kloster-, Kraftorte- und Industrietouren. Besucht wurden in den letzten Jahren zugleich nur diese vier Pfade. Auch die Ergebnisse der Lehrpersonen zeigen, dass sämtliche Themenpfade von sehr Vielen noch nie besucht wurden.

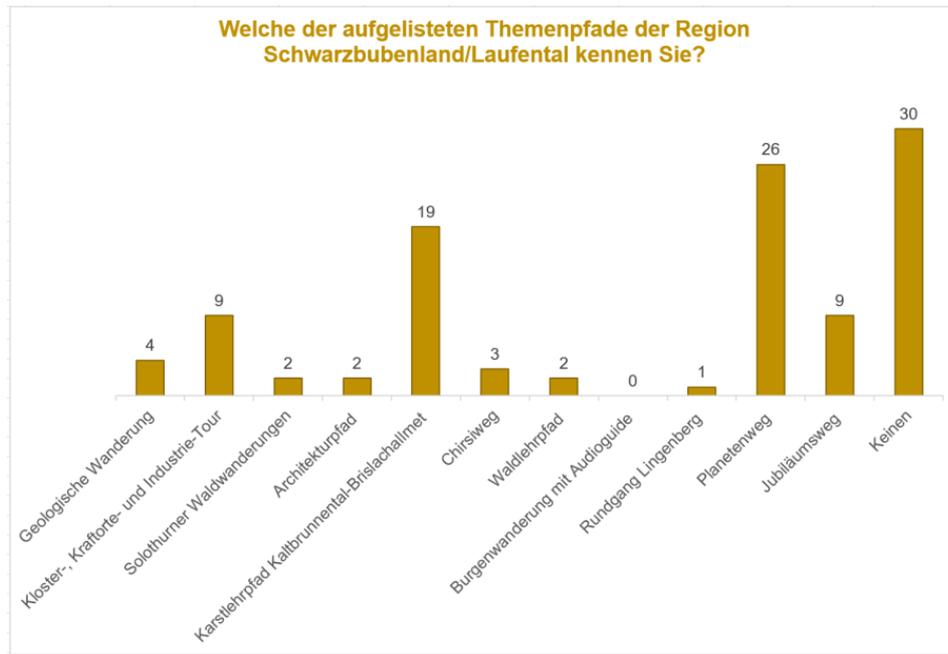


Abbildung 5: Bekanntheit der Themenpfade (Lehrpersonen)

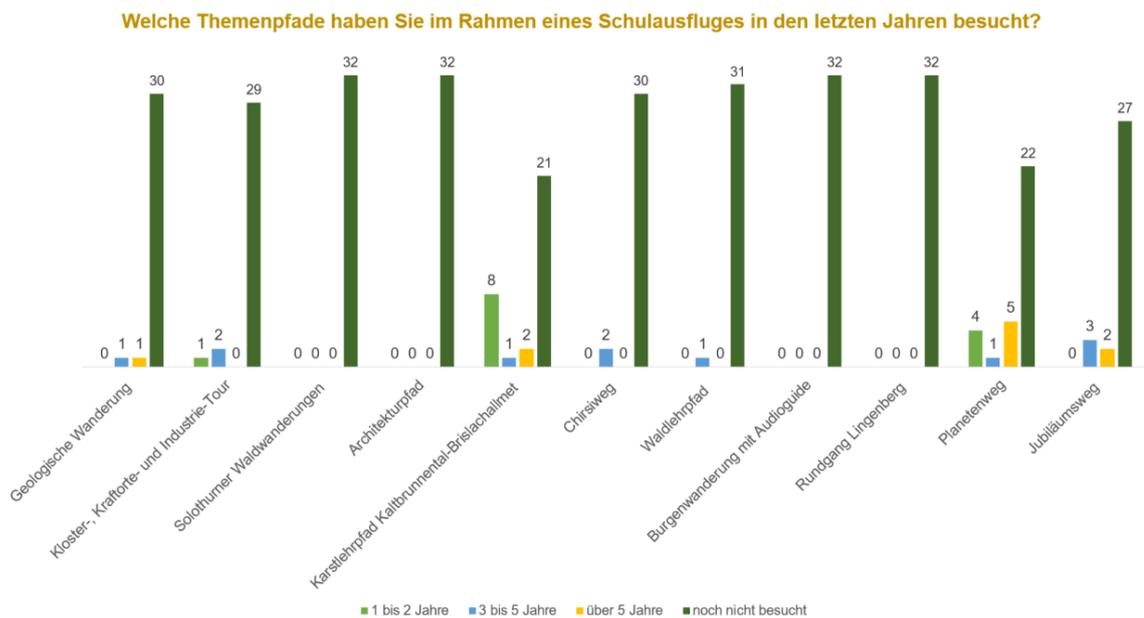


Abbildung 6: Besuchsintensität auf den Themenpfaden (Lehrpersonen)

Berücksichtigt man die Bekanntheit und die Besucherrate der untersuchten Themenpfade, wird festgestellt, dass es sich lohnt, die finanziellen und zeitlichen Mittel auf die Favoriten zu fokussieren. Hinsichtlich der geringen Bekanntheit der übrigen Themenpfade kann davon ausgegangen werden, dass diese kaum Erträge beisteuern können. Wird die Finanzierung der weniger besuchten Erlebnispfade eingestellt, können die freigewordenen Ressourcen für die bekannteren Themenpfade genutzt werden, sodass die Instandhaltung optimiert werden kann. Aufgrund dessen kann diese Hypothese verifiziert werden.

### **3.5 Hypothese 5**

*«Themenpfade brauchen ein gewisses Mass an Infrastruktur (Feuerstellen, öffentliche WC's, Parkplätze, ÖV-Anschluss, etc.)»*

Um diese Hypothese analysieren zu können, wurden die Umfrageteilnehmenden zu den einzelnen Bestandteilen eines Themenpfades befragt. Für Privatpersonen sind gute Anfahrtsmöglichkeiten von grosser Bedeutung. Besonders nahegelegene ÖV-Anschlüsse scheinen sehr wichtig zu sein. Dies hängt wahrscheinlich mit dem Wunsch nach Flexibilität zusammen. Ein weiterer Grund für die Signifikanz der nahegelegenen Anschlüsse für den öffentlichen Verkehr ist die an Bedeutung zunehmende Thematik des Umweltschutzes. Das «Forum Schwarzbubenland» kann sich mit der Post, aufgrund der Busanschlüsse, sowie dem Baselbieter Energiepaket in Verbindung setzen. Insbesondere das Baselbieter Energiepaket bietet diverse Subventionierungen zur Entlastung der Schadstoffemissionen an (Baselbieter Energiepaket, o. J.). Viele Themenpfade besitzen keinen gemeinsamen Start- und Endpunkt, was ein zusätzlicher Grund für diese Tendenz sein kann. Unterhaltene Grillstellen und Picknickplätze erachtet die Mehrheit als sehr wichtig. Diesbezügliche Beweggründe können die Vorliebe nach dem traditionellen «grilliere» oder die höheren Preise in Restaurants sein. Elemente wie nahegelegene Übernachtungsmöglichkeiten und Schliessfächer sind nicht von grosser Bedeutung.

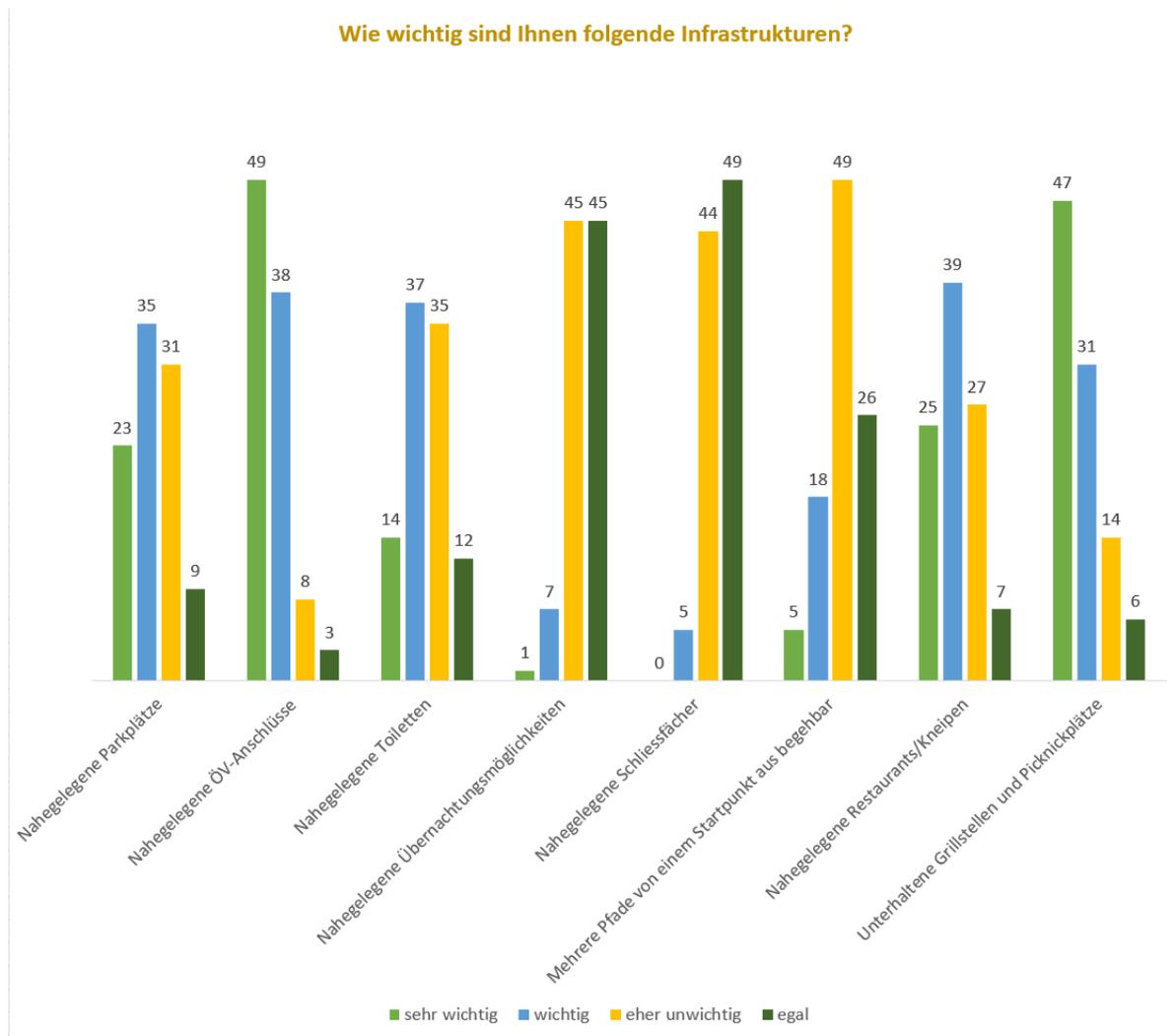


Abbildung 7: Bedeutung der Infrastruktur (Lehrpersonen)

Die Lehrpersonen haben angegeben, dass nahegelegene ÖV-Anschlüsse und unterhaltene Grillstellen von sehr wichtigem Belang sind. Grund hierfür könnte sein, dass die Lehrpersonen den Schülerinnen und Schülern die Natur durch Interaktivität näherbringen möchten. Die Kinder können somit den Wald erkunden, während sie Grillstöcke oder Feuerholz suchen. Die Nähe zur Natur scheint, in einer immer kompetitiveren Welt, an Bedeutung zu gewinnen und wird besonders von den Primarschullehrenden fest im Lehrplan verankert. Des Weiteren reisen Schulklassen meist mit dem öffentlichen Verkehr an, was einfacher zu bewerkstelligen ist. Ferner ist eine Mittagspause an einer Grillstelle ein fester Bestandteil eines solchen Schulausfluges.

Besonders diese wichtigen Faktoren der Infrastruktur stellen das Fundament eines Themenpfades dar. Sind diese nicht gegeben, so kann es sein, dass ein Besuch nicht in Erwägung gezogen wird.

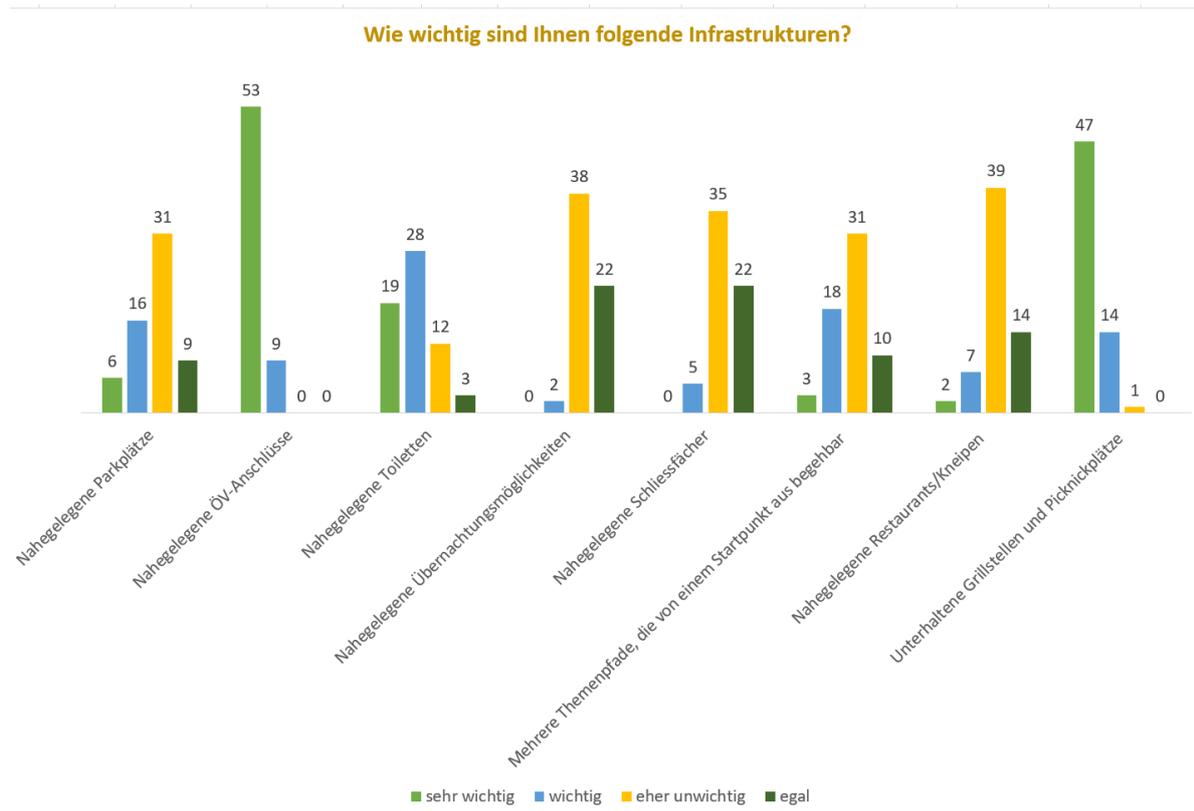


Abbildung 8: Bedeutung der Infrastruktur (Privatpersonen)

Das Interview mit dem Gründer einer regionalen Wandergruppe hat ergeben, dass besonders die ältere Generation auf das nahegelegene Gastronomieangebot setzt. Gründe dafür sind das Beisammensein in einem gemütlichen Speiselokal und das höhere Budget. Hinsichtlich der laufenden Schliessungen von Restaurants verlieren Themenpfade für diese Zielgruppe ihre Attraktivität, da sie keine Verpflegungsmöglichkeiten anbieten. Darüber hinaus werden diese Lokalitäten aufgrund ihrer sanitären Anlagen aufgesucht.

### 3.6 Hypothese 6

*«Themenpfade können durch andere Einnahmequellen, wie zum Beispiel von Restaurants, Postauto, etc. finanziert werden.»*

Das Interview mit dem Geschäftsführer des Netzes «Via Surprise» hat ergeben, dass eine starke Zusammenarbeit mit Leistungsträgern, wie Restaurants und vor allem Hotels, stattfindet. Auf den Wanderwegen befinden sich vielerlei Restaurants, welche automatisch in das ursprüngliche Angebot der Themenpfade einfließen. Zusätzlich gibt es Trägerorganisationen (wie zum Beispiel Kanton Solothurn-Tourismus, Kanton Basel-Land-Tourismus und viele mehr), welche die Themenpfade unterstützen.

Aus dem Gespräch mit dem Marketingleiter der Bergbahnen Meiringen-Hasliberg AG resultierte, dass autonome Themenpfade nur durch viel Engagement und Herzblut langfristig überleben können.

Aktuell werden die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental von den oben genannten Trägerorganisationen finanziert. Des Weiteren generiert der Verein weitere Einnahmen mit jährlichen Mitgliedschaftsbeiträgen. Somit kann die Hypothese bezüglich der Finanzierung der Themenpfade verifiziert werden.

### 3.7 Hypothese 7

*«Die Region Grellingen - Reigoldswil - Seewen (Seeprojekt) wären sehr attraktiv für gut kombinierte Themenpfade.»*

In Seewen wird aktuell an einem Projekt zur Erschaffung und Betreuung eines neuen Sees gearbeitet, was ungeahntes Potential für Themenpfade in sich birgt. Denn die Menschen zieht es schon immer tendenziell an Ortschaften, welche durch einen See oder Fluss tangiert werden. Im Sommer bietet sich eine Verbindung des Themenpfades im Sinne einer Bademöglichkeit zur Abkühlung an. Andererseits wird die Attraktivität eines Themenpfades im Winter dahingehend gesteigert, dass sich durch den See möglicherweise das Schlittschuhlaufen anbietet (sofern diverse Sicherheitsmassnahmen gewährleistet werden können). Genau diese Betrachtungsweise der Kombinationsmöglichkeit von See und Wanderweg, konnte in einem Interview mit dem Gründer der Wandergruppe in Seewen bestätigt werden. Der See in Seewen wurde im 16. Jahrhundert trockengelegt. Eine Bachelorarbeit der FHNW befasste sich mit der Revitalisierung des Sees und konnte aufzeigen, dass die Wiederherstellung durch die Wasserzufuhr und der Abflussdichte im Areal grundsätzlich möglich ist. In der Arbeit wurde ein Maximalszenario erarbeitet, in welchem ein mögliches Gewässer ungefähr zwei Kilometer lang und zwischen 150 und 400 Meter breit wäre (Sterchi, 2016).

Reigoldswil beweist, dass eine wirtschaftliche Symbiose zwischen Trottinettfahrten und/oder Kletterparks mit dem öffentlichen Wanderangebot möglich ist. Wenn sich ein Themenpfad inhaltlich mit einer solchen Attraktion abstimmen lässt, käme dies der Wertschöpfung zweifellos zugute. Die Region Grellingen hat das Glück, mit dem gut unterhaltenen und mit einer durchdachten Hintergrundidee versehenen Karstlehrpfad geschmückt zu sein. Dieser klärt interessierte Besuchende auf einer abenteuerlichen Reise über die ortsbezogenen Eigenheiten wie Karst, Höhlen und sogar über Höhlenbewohner (Mensch und Tier) auf. Durch seinen geografischen Standort steht der Karstlehrpfad optimalen Bedingungen gegenüber, welche für eine Verbindung (thematisch aber auch geografisch) von nahegelegenen Themenpfaden spricht. Dadurch wird die Angebotspalette eines einzelnen Erlebnispfades mit der eines Kombinierten durch relativ wenig Aufwand überdurchschnittlich stark erweitert. Es muss so-

wohl eine themenspezifische Logik, wie auch eine geografische Sinnhaftigkeit in der Verschmelzung zweier Themenpfade vorhanden sein.

### 3.8 Hypothese 8

«Verschiedene Zielgruppen haben verschiedene Ansprüche (Infrastruktur, Budget, etc.).»

Durch eine Vergabe von Notenpunkten für spezifische Fragen zur Infrastruktur der Themenpfade, wie zum Beispiel zum zeitlichen und körperlichen Aufwand eines Ausfluges, konnten Unterschiede in der Relevanz für die Ansprüche zwischen den verschiedenen Zielgruppen erkannt werden.

Zunächst macht sich bemerkbar, dass die Mehrheit der Lehrpersonen nicht zu einer Beurteilung der infrastrukturellen Gestaltung im Stande ist. Dies kann damit zusammenhängen, dass einerseits ein Grossteil der Befragten die meisten Themenpfade nicht kennen, oder aber keine genaue Einschätzung abgeben können, da ihr letzter Besuch zu weit in der Vergangenheit liegt. Grundsätzlich erfreuen sich die bekannten Themenpfade jedoch einer guten Benotung hinsichtlich ihrer Infrastruktur. Vor allem der gepflegte Zustand der Wanderwege wird von den Befragten Lehrpersonen als besonders nennenswert und positiv erachtet. Im Folgeschluss stellt der allgemeine Zustand des Themenpfades ein wichtiges Kriterium für den langfristigen und bleibenden Eindruck dar.

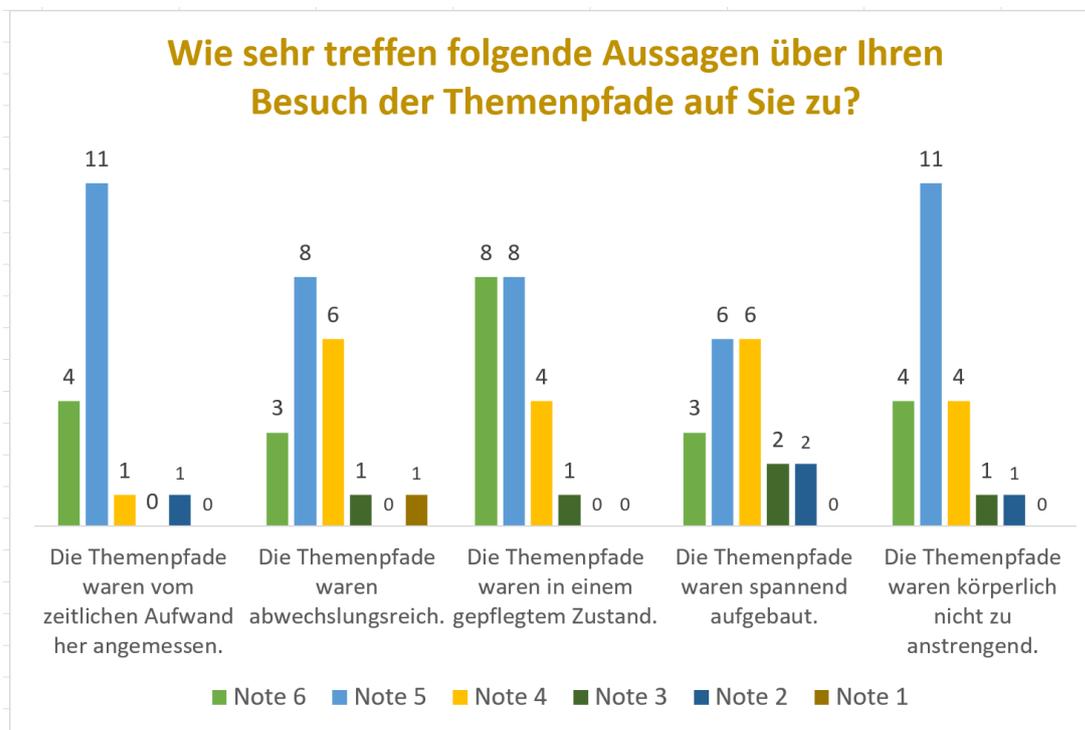


Abbildung 9: Benotung vergangener Besuche (Lehrpersonen)

Auch eine Vielzahl der Privatpersonen ist nicht dazu in der Lage, eine Beurteilung über die Situation der Infrastruktur abzugeben (analoge Argumentationskette wie bei den Lehrpersonen). Jene Privatpersonen, welche zu einer Bewertung der Infrastruktur imstande sind, empfinden das körperliche Anspruchsniveau der Themenpfade als überaus gelungen (ca. 80% vergaben eine Note von fünf oder sechs). Die grösste Schwachstelle der bekannten Wanderwege stellt die Gestaltung der Pfade dar. Dies lässt sich durch eine vergleichsweise schlechte Notenvergabe (13 ungenügende Benotungen) in der Umfrage feststellen.

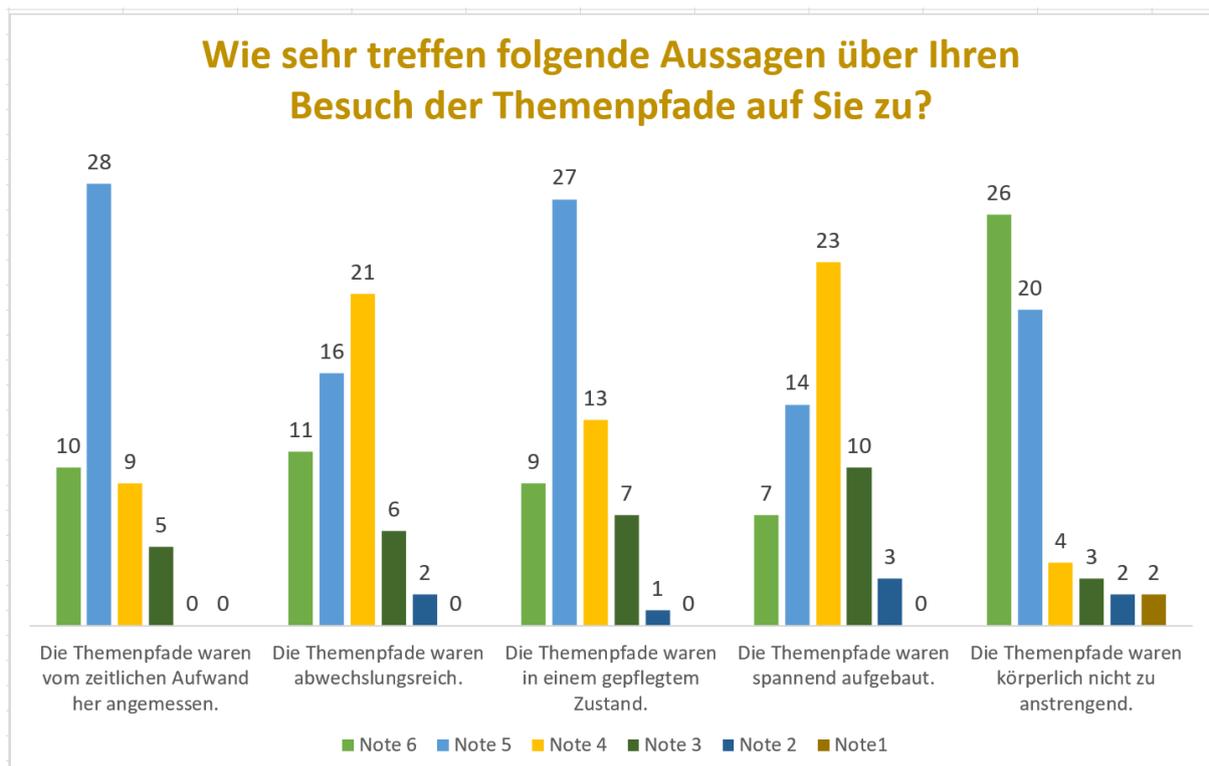


Abbildung 10: Benotung vergangener Besuche (Privatpersonen)

Im direkten Vergleich lassen sich diverse Kongruenzen zwischen den Auswertungen der Privat- und Lehrpersonen erkennen. So existiert beispielsweise bei beiden Zielgruppen ein wesentlicher Teil, welcher unsere Aussagen nicht bewerten kann. Ausserdem vergaben sowohl die befragten Privat- als auch Lehrpersonen überwiegend sehr gute Noten zwischen fünf und sechs. Es ist zu erwähnen, dass das körperliche Anspruchsniveau sowie der zeitliche Aufwand äusserst gut bewertet wurde. Die Länge der Themenpfade korreliert mit der Bekanntheit der Wanderwege. Daraus kann gefolgert werden, dass die Länge von zwei bis drei Stunden pro Themenpfad die Mehrheit befriedigt. Bis auf kleinere Abweichungen bei einzelnen Aussagen kann diese Hypothese grundsätzlich widerlegt werden, da aufgrund unserer Auswertung keine bedeutenden Unterschiede in den Ansprüchen der Befragten festgestellt werden konnte.

### 3.9 Hypothese 9

«Je attraktiver der Themenpfad ist, desto eher ist man bereit einen Eintrittspreis zu zahlen.»

Die Auswertung der Lehrpersonen zeigt ein erfreuliches Bild gegenüber der Zahlungsbereitschaft für einen qualitativ hochwertigen Themenpfad. So erklären sich 77% der Befragten dazu bereit, einen Eintrittspreis zu bezahlen. Dies macht über drei Viertel der befragten Personen aus, was sehr stark für eine Preiseinführung spricht. Aufgrund der Auswertung unserer Preisvorschläge, wird ein Eintrittspreis zwischen drei und sechs Franken von der grossen Mehrheit als ideal betrachtet. Eine weitere, jedoch wesentlich kleinere Anzahl der Befragten empfindet diese Preisspanne als zu hoch und würde vollständig von einer monetären Eintrittsbarriere abraten.



Abbildung 11: Zahlungsbereitschaft (Lehrpersonen)

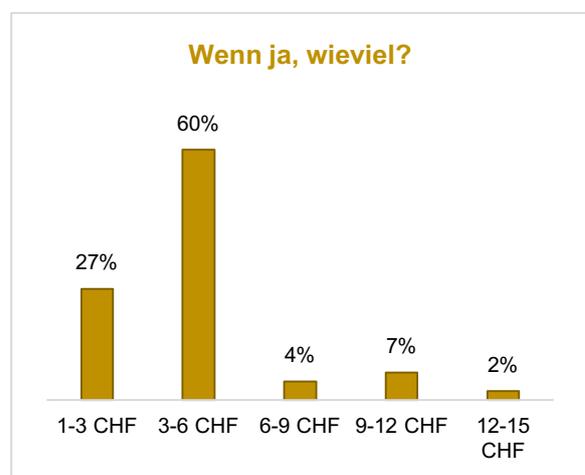


Abbildung 12: Zahlungsbereitschaft in CHF (Lehrpersonen)

Als Privatpersonen nach der Bereitschaft, einen Eintrittspreis für einen qualitativ hochwertigen Themenpfad zu bezahlen, gefragt wurden, spaltete sich ihre Meinung diesbezüglich in zwei relativ gleichmässige Gruppen. Von der Gesamtheit der befragten Personen wären 45% dazu bereit einen Eintrittspreis zu bezahlen und 55% sind der Meinung, ein Themenpfad sollte ein kostenloses Gut darstellen und für alle frei zugänglich sein. Die Preisvorstellungen der Privatpersonen decken sich grundsätzlich mit denen der Lehrpersonen, es gibt jedoch weniger, welche eine Preiseinführung ablehnen. Zusätzlich sind (relativ) doppelt so viele bereit, einen Preis von neun bis zwölf Franken für den Besuch eines Themenpfades zu bezahlen.

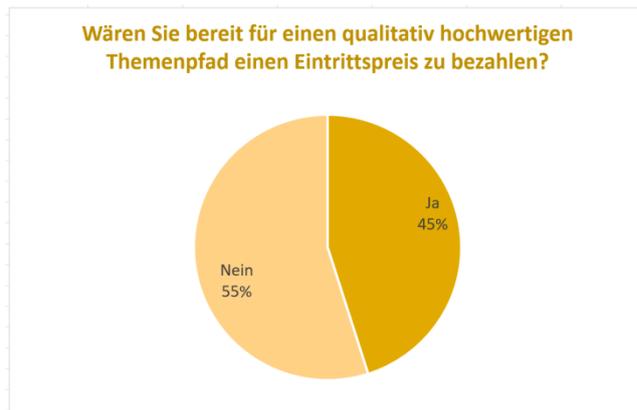


Abbildung 12: Zahlungsbereitschaft (Privatpersonen)

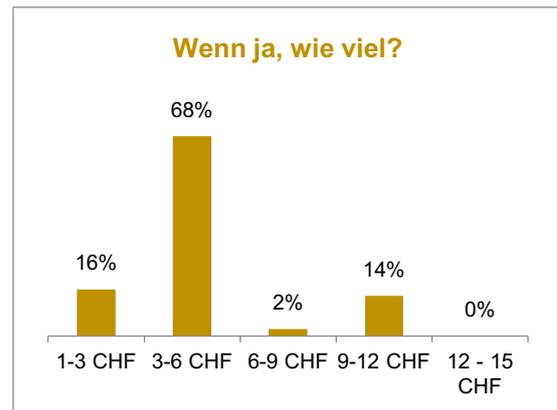


Abbildung 14: Zahlungsbereitschaft in CHF (Privatpersonen)

Der direkte Vergleich macht sofort ersichtlich, dass eine erfolgreiche Preiseinführung sehr stark von den Zielgruppen abhängig ist. In der Gegenüberstellung zeigt sich, dass Lehrpersonen eine sehr bereitwillige Haltung einnehmen, wenn es darum geht, einen verhältnismässigen Eintrittspreis zu bezahlen. Privatpersonen hingegen empfinden eine monetäre Schwelle zur Begehung der Themenpfade eher als störend und lehnen die Einführung eines Eintrittspreises grundsätzlich ab. Aus der Perspektive unserer Umfrage und unter Berücksichtigung der Umfragemenge macht eine Preiseinführung, trotz bescheidener Zahlungsbereitschaft der Privatpersonen, Sinn.

Abschliessend kann die Hypothese bestätigt werden, da eine Vielzahl dazu bereit ist, einen Themenpfad gegen Entgelt zu besuchen. Würden diese Themenpfade weiter ausgebaut und/oder renoviert werden, so könnte eine allfällige Einführung plausibel gerechtfertigt werden.

### 3.10 Weitere Erkenntnisse

#### «Digitale Integration»

Die Mehrheit der befragten Privatpersonen würde eine digitale Integration, beispielsweise in Form einer App auf dem Smartphone, begrüßen. Zum einen argumentierten die Befürworter damit, dass eine App zeitgemäss ist und für die jüngeren Generationen attraktiv sei. Ausserdem können relevante Informationen, Karten und Wegweiser gebündelt dargestellt werden. Die Implementierung von Elementen der «Augmented Reality», (zu Deutsch «erweiterte Realität») kann zusätzlich die Interaktivität steigern.

Ungefähr 41% der befragten Privatpersonen motivierten ihre ablehnende Haltung damit, dass die Themen- und Wanderpfade zur Natur gehören und traditionelles Kartenlesen nicht verloren gehen soll. Ausserdem geht der wesentlichste Teil des Wanderns, das Geniessen

der Natur, verloren. Ein weiterer zu beachtender Aspekt ist der Netzeempfang, welcher in solchen Gebieten nicht garantiert ist und somit eine App unter Umständen unbrauchbar machen würde.

Rund 5% hat angegeben, dass beide Varianten möglich sein sollten, damit beide Zielgruppen angesprochen werden.

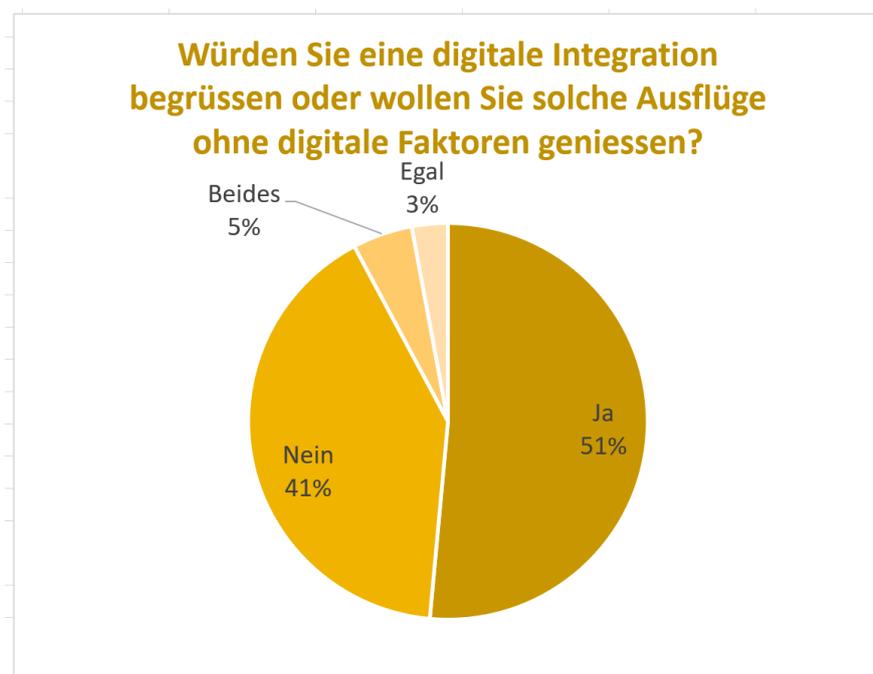


Abbildung 13: Wunsch nach digitaler Integration (Privatpersonen)

Exakt 47% der befragten Lehrpersonen haben angegeben, dass eine digitale Integration, im Hinblick auf Vorbereitungsarbeiten für Klassenfahrten, von Vorteil wäre. Um Hintergrundinformationen, Aufgaben, Aktualitäten und Karten zu beschaffen, wäre eine App sehr hilfreich. Für Schülerinnen und Schüler könnten diese zeitgemässen Zusätze neue Anreize schaffen und das selbständige Arbeiten fördern. Eine Lehrperson hat festgehalten, dass damit Spiele, wie zum Beispiel abenteuerliche Schatzsuchen, oder interaktive Guides implementiert werden könnten. Da digitale Medien, nichtsdestotrotz, ein hohes Ablenkungspotential haben, vertreten viele Lehrpersonen den Standpunkt, dass deren Gebrauch durch Schülerinnen und Schüler suboptimal wäre. Die ablehnende Minderheit hat hierbei, analog zu den Privatpersonen, damit argumentiert, dass der eigentliche Sinn des Wanderns verloren geht und die Natur nicht mehr wahrgenommen wird.

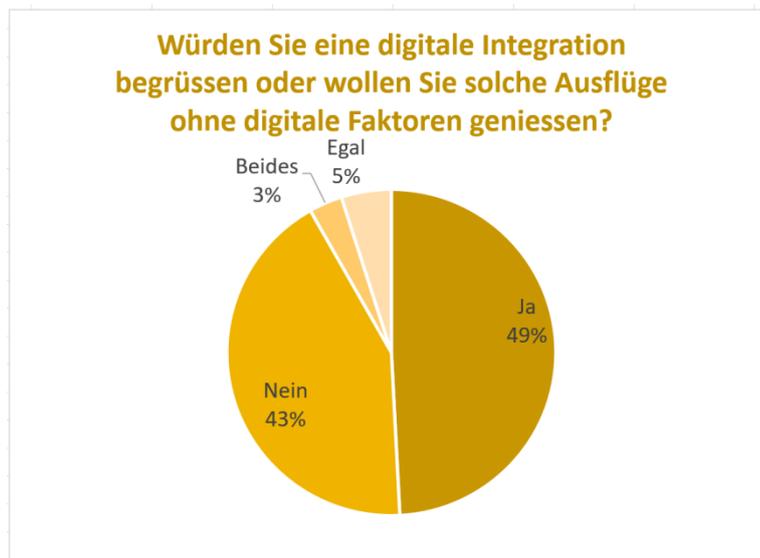


Abbildung 14: Wunsch nach digitaler Integration (Lehrpersonen)

Auch der befragte Gründer der regionalen Wandergruppe würde eine digitale Integration gutheissen. Da die Gruppe die Karten-Plattform «SchweizMobil» jeweils mit dem Handy abrufen, wäre eine Themenpfad-Applikation vor allem mit integrierter Karte sinnvoll. Zusätzlich ist dies eine Hilfe, falls die vorhandenen Wegweiser nicht genügen. Diese Integration sollte allerdings nicht in den Vordergrund des Erlebnisses rücken, sondern lediglich als Unterstützung dienen.

## 4 Handlungsempfehlungen

Im folgenden Kapitel werden die Handlungsempfehlungen für die Auftraggeberschaft aufgelistet und näher erläutert. Die Handlungsempfehlungen basieren auf den getätigten Analysen, sowie der Marktforschung und können in deren Umsetzung die Wertschöpfung, sowie den Bekanntheitsgrad der Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental signifikant steigern. Des Weiteren beinhalten diese Lösungsvorschläge diverse Anregungen, welche nicht zur Ergänzung bestehender Themenpfade, sondern als Grundlagen für neue Konzepte zu verstehen sind.

Die Grundlage der Handlungsempfehlungen stellen die schwergewichtigen Themen «Interaktivität», «Infrastruktur», «Finanzierung», «Marketing», «Konzeption» und «Digitalisierung» dar.

### 4.1 Handlungsempfehlungen zur Interaktivität der Themenpfade

In den vorgängigen Untersuchungen erkannte das Projektteam, dass wesentliche Faktoren zu erforschen sind, die zu einer Bekanntheitssteigerung der Themenpfade führen sollten. Wie sich herausstellte, ist einer dieser Faktoren die Interaktivitätsmöglichkeit auf den Themenpfaden. Denn oft wird behauptet, dass Themenpfade meist nur gewöhnliche Wanderwege mit einer spezifischen Thematisierung sind, von der nur in geschriebener Form berichtet wird. Vor allem Kinder wären folglich schnell gelangweilt und desinteressiert. Um diesen Vorurteilen entgegenzuwirken, müssen die Themenpfade heutzutage mehr bieten als herkömmliche Pfade.

**Handlungsempfehlung 1: Die Interaktivität auf den Themenpfaden muss gewährleistet sein.**

Die Themenpfade in der Region Schwarzbubenland/Laufental bieten viel Natur und schöne Aussichtspunkte. Jedoch sind diese Aspekte nahezu auf allen existierenden Wanderwegen zu finden. Daher muss ein Mehrwert gewährleistet sein, der die Besuchenden dazu anregt, die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental zu besuchen. Ein solcher Faktor sind die gezielten Interaktionsmöglichkeiten. Denn diese bieten besondere Erlebnisse, welche den Wanderbegeisterten in Erinnerung bleiben. Vor allem für Kinder, welche die primäre Zielgruppe darstellen, bieten diese Besonderheiten unvergessliche Erfahrungen.

Aus allen qualitativen und quantitativen Befragungen und Auswertungen wurde diese Tatsache bestätigt und belegt. Die interviewten Anspruchsgruppen haben des Weiteren angegeben, dass sie sich solche dynamischen Ergänzungen in Zukunft erhoffen.

Auch die befragten Wandergruppen, die zumeist aus älteren Mitgliedern bestehen, sind der Meinung, dass Interaktionsmöglichkeiten für alle Anspruchsgruppen ein Wertzuwachs wären.

**Handlungsempfehlung 2: Die Interaktivität der ausgesuchten Themenpfade muss authentisch und instandgehalten sein.**

Wie in der Konkurrenzanalyse des «Muggestutz» ersichtlich ist, ist die Interaktion, welche der Wanderpfad bietet, der essenzielle Erfolgsfaktor. Daher gilt der «Muggestutz» als Benchmark was Themenpfade anbelangt.

Im Interview mit dem Marketingleiter der Bergbahnen Meiringen-Hasliberg AG und dem dazugehörigen «Muggestutz», Herrn Schmidt, wurde zusätzlich erkannt, wie diese Attraktionen konzipiert werden sollten. Die Interaktionselemente müssen die Verbundenheit mit der Region und die Hingabe der Macher widerspiegeln, die sich mit der Gestaltung beschäftigen. Das Herzblut, die Finessen und die Vielseitigkeit, welche in den Interaktionsmöglichkeiten des «Muggestutz» zu sehen sind, steckt an und führt zu Wohlbefinden. Auch die Auswertungen aus den Befragungen zeigen auf, dass Viele zwar die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental kennen, jedoch einen Besuch nicht in Betracht ziehen, da sie die Pfade als zu monoton, langweilig oder nicht zeitgemäss erachten.

Das Erstellen und Aufbauen von Interaktionsmöglichkeiten entlang eines Themenpfades ist das Eine, das Andere ist dann aber die Instandhaltung. Denn Verbundenheit wird nicht nur anhand der Liebe zum Detail und Einzigartigkeit erkennbar, sondern auch mit der laufenden Pflege und Fürsorge. Ein Themenpfad der nicht regelmässig unterhalten wird, strahlt keine Leidenschaft aus. Die Besucherinnen und Besucher fühlen sich dadurch automatisch unwohl. Dieser Auffassung ist auch Herr Schmid. Deshalb wird der «Muggestutz» auch mehrmals wöchentlich abgelaufen und bewirtschaftet.

**Handlungsempfehlung 3: Die Interaktivität sollte möglichst vielseitig und aussergewöhnlich sein.**

Ein breites Interaktionsangebot entlang eines Pfades gilt nicht als Erfolgsgarant und verspricht auch nicht eine Erhöhung der Beliebtheit. Die verschiedenen Konkurrenzanalysen haben ergeben, dass vielfältige und abwechslungsreiche Interaktionsmöglichkeiten den erneuten Besuch fördern würden. Somit sollte die Interaktion nicht nur aus einem klassischen Leseschild bestehen, sondern innovativ und verschieden sein.

Bietet ein Themenpfad Jahr für Jahr stets dieselben Attraktionen, wird ein Wiederbesuch in nächster Zeit kaum in Betracht gezogen. Deshalb sollten Themenpfade – wie am Beispiel der Museen zu beobachten ist – immer wieder ihre Angebote erweitern und erneuern. Dieser Wandel sorgt zusätzlich dafür, dass der Themenpfad seine Popularität beibehält und somit nicht in Vergessenheit gerät.

Die Interaktionsmöglichkeiten dürfen dabei nicht einfältig und ideenlos gestaltet werden. Sie sollten einzigartig und nicht imitierbar sein, damit der Themenpfad zum Unikat wird und sich von ähnlichen Wanderwegen abheben kann.

Hierbei noch zu erwähnen ist, dass das interaktive Angebot vor allem auf Kinder zugeschnitten sein sollte. Da in der Region Schwarzbubenland/Laufental viele Schulklassen und Familien unterwegs sind, ist diese gezielte Ausrichtung auf Kinder ideal. Deren Freude sorgt dafür, dass die Themenpfade zu einem beliebten Ausflugsziel werden. Dies würde gleichzeitig die Mund-zu-Mund-Propaganda fördern.

## **4.2 Handlungsempfehlung zur Infrastruktur der Themenpfade**

Damit die potenziellen Besucherinnen und Besucher eines Themenpfades einen Ausflug überhaupt in Erwägung ziehen, müssen gewisse Voraussetzungen gegeben sein. Dazu gehört die intakte Infrastruktur der Themenpfade. Es müssen nicht nur ausreichende Anfahrtsmöglichkeiten gegeben, sondern auch Räumlichkeiten und Dienstleistungen vorhanden sein, welche den Ausflug für die Besuchenden angenehm gestalten.

Im Laufe der Umfragen, Interviews und Analysen konnte festgestellt werden, auf welche Aspekte die Besucherinnen und Besucher insbesondere achten. Dementsprechend wurden die Handlungsempfehlungen formuliert, damit in Zukunft die notwendigen infrastrukturellen Ausstattungen garantiert sind.

**Handlungsempfehlung 4: Die Erschliessung der öffentlichen Verkehrsmittel (ÖV) sowie der Anfahrtsmöglichkeiten für motorisierten Individualverkehr (MIV) muss gewährleistet sein.**

Wie die Untersuchungen ergeben haben, ist die Erschliessung der Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental fundamental. Die Befragten wollen schnell und bequem an die Pfade gelangen, damit ein Besuch für sie überhaupt in Frage kommt. Laut den Umfragen liegt die durchschnittliche Toleranzgrenze der Anfahrtsdauer für einen eintägigen Ausflug bei ca. zwei Stunden.

Es herrscht dabei zwischen den Generationen eine gespaltene Meinung. Die jüngeren Generationen sowie die Lehrpersonen, welche weder Führerschein noch Auto besitzen, finden ÖV-Anschlüsse wichtiger als Parkplätze. Für Familien und ältere Personen (siehe Anhang: Interview Wandergruppen) sind Parkplätze in der Nähe der Themenpfade jedoch von grosser Bedeutung. Massgebend für eine Anreise mit dem Auto sind die höhere Flexibilität und der zusätzliche Komfort. Des Weiteren bieten Parkplätze mit einer Parkuhr zusätzliche Einnahmemöglichkeiten, welche einen Teil zur Erhöhung der Wertschöpfung beitragen können.

Es ist hierbei jedoch zu erwähnen, dass die meisten Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental keine identischen Anfangs- und Endpunkte haben. Dies steht in direktem Kontrast zur Anreise mit dem MIV. Eine Person, die mit dem Auto anreist, ist am Ende einer Wanderung dazu gezwungen, den ganzen Weg nochmals zurück zu gehen. Daher wird eine ÖV-Erschliessung im Grossen und Ganzen als wichtiger erachtet. Das öffentliche Verkehrsnetz könnte jedoch erweitert werden, sodass vom Endpunkt eines Themenpfades, die Reise zum Anfangspunkt ermöglicht werden kann. Hierfür müsste das «Forum Schwarzbubenland» sich mit der PostAuto Schweiz AG koordinieren, welche die Busverbindungen in der Region bereitstellt.

Es gibt bereits Lösungsansätze, wie zum Beispiel der neuangesetzte Planetenweg. Dieser ist ein Rundgang, der den gleichen Anfangs- wie Endpunkt hat. Dadurch müssten die Besuchenden nicht den ganzen Themenpfad erneut ablaufen um zu ihrem Auto zu gelangen, sondern wären wieder dort, wo sie gestartet sind. Auch für die ÖV-Betreiber wäre dieses Konzept ein Entgegenkommen, da sie nun nur noch eine Haltestelle zu bewirtschaften haben. Analog des Beispiels des Planetenweges können die anderen Themenpfade – soweit wie möglich – um- oder ausgebaut werden.

**Handlungsempfehlung 5: Es müssen unterhaltene Grillstellen und Picknickplätze vorhanden sein.**

Mit Wandern verbinden die meisten Leute gleichzeitig ein gemütliches Beisammensein, bei welchem im Freien gegrillt und gepicknickt wird, so auch die Befragten aus der Umfrage. Diese erachteten die Grill- und Picknickstellen als wesentlichen Bestandteil eines Wanderwegs.

Vor allem die Schulklassen, welche auf klassische Art und Weise mit Proviant und Gepäck auf Schulausflüge gehen, brauchen diese Raststätten. Das Grillen und Rasten bietet nicht nur eine Möglichkeit um sich zu verpflegen, sondern erhöht auch das Teamgefühl. Aus diesen Aspekten resultieren anschliessend schöne Erlebnisse und Erinnerungen, die wiederum dazu führen, dass die Schülerinnen und Schüler ihre positiven Erfahrungen zuhause weiter erzählen.

Aber diese Aspekte sprechen nicht dafür, dass Gastronomiebetriebe in der Nähe von Themenpfaden unerwünscht wären. Wie das Interview mit den Wandergruppen aufzeigte, sind bei älteren Personen Gastronomiebetriebe sehr beliebt. Diese Anspruchsgruppe bevorzugt es mit leichtem Gepäck zu reisen und hat daher kaum Verpflegung bei sich. Ausserdem kommt ein Restaurant oder eine Kneipe sehr gelegen, um sich auszuruhen und auszutauschen. Des Weiteren sind Gastronomiebetriebe bei schlechtem Wetter ein Zufluchtsort für alle Wandernden.

Abschliessend zu erwähnen ist, dass unterhaltene Picknickplätze eine Möglichkeit bieten, die Themenpfade zu erweitern. Die Grillstellen können eine Kombination aus Feuerstelle, Sitzgelegenheiten, bereits gesammeltem Feuerholz sowie einer Toilette sein. Dies würde unmittelbar zu einer erhöhten Attraktivität für Familien und Schulklassen führen.

**Handlungsempfehlung 6: Ein Themenpfad sollte nicht mehr als fünf Stunden Laufzeit beanspruchen.**

Die meisten Besuchenden der Themenpfade sind Gelegenheitswandernde und aus der Region. Daher sollte die Länge des Themenpfades auch entsprechend gestaltet sein. Aus den Befragungen lässt sich ableiten, dass einige der Themenpfade zu anstrengend und zu lang sind. Aus den erfolgten Interviews und Auswertungen kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass für Kinder ein Wanderpfad von ca. zwei bis drei Stunden ideal ist. Dieser muss dabei über genügend Raststätten verfügen. Für etwas kräftigere Wanderinnen und Wanderer erhöht sich die maximale Laufzeit auf ungefähr fünf Stunden.

Ein Themenpfad sollte sich nicht endlos in die Länge ziehen, sondern angemessen und unterhaltsam sein. Dies ermöglicht auch die Chance, dass potenzielle Besuchende sich spontan dazu entscheiden, einen Themenpfad anzugehen.

### **4.3 Handlungsempfehlungen zur Finanzierung der Themenpfade**

Die Finanzierung der Themenpfade der Tourismusregion Schwarzbubenland/Laufental erfolgt zurzeit in erster Linie durch den Mittelzufluss der Mitgliederbeiträge der Vereinsmitglieder. Die vorliegende Arbeit hat jedoch gezeigt, dass es eine Vielzahl an Möglichkeiten gibt, wie Einnahmen generiert werden können. Die folgenden Handlungsempfehlungen zeigen auf, welche Alternativen vorhanden sind und worauf bei deren Umsetzung geachtet werden muss.

**Handlungsempfehlung 7: Reduktion der Vielfalt an Themenpfade, um eine Bündelung der finanziellen Ressourcen zu erreichen.**

Heute existiert eine Vielzahl von Themenpfaden, welche vom «Forum Schwarzbubenland» unterstützt und vermarktet werden. Dies hat zur Folge, dass für jeden einzelnen Pfad nur ein geringer Teil der ohnehin beschränkten Mittel zur Verfügung steht. Somit sind die Möglichkeiten für Einflussnahme und erfolgsversprechende Aktionen seitens des «Forum Schwarzbubenland» eingeschränkt. Das primäre Ziel muss also die Reduktion der Quantität sein.

Die Auswertung der Marktforschung hat ergeben, dass die zurzeit erfolgreichsten Themenpfade der Planetenweg, der Jubiläumsweg und der Karstlehrpfad sind. Diese drei Pfade verfügen über das grösste Potential. Fokussiert das «Forum Schwarzbubenland» nun sowohl

die personellen, wie auch die finanziellen Kräfte, so können die gleichbleibenden Mittel effizienter eingesetzt werden.

**Handlungsempfehlung 8: An den Starts der Themenpfade sollen Kassen für freiwillige Beiträge aufgestellt werden.**

Die Idee einer Kasse für freiwillige Beiträge kam schon in den Sitzungen im Verlauf der Projektarbeit zustande. Die Besucherinnen und Besucher sollen zu Beginn eines Themenpfades darauf aufmerksam gemacht werden, dass die Betreuung und Instandhaltung der Wege Kosten verursacht. Am Ausgangspunkt soll demnach eine Kasse sowie ein Hinweisschild angebracht werden, auf dem diese Information zu entnehmen ist. Die Besuchenden können somit frei entscheiden, ob und wie viel sie bereit sind, für das Erlebnis zu bezahlen.

Wichtig zu beachten ist dabei, dass die Kassen in regelmässigen Abständen geleert werden. Diese Aufgabe könnte zum Beispiel von denjenigen Personen oder Institutionen übernommen werden, welche für die Sauberkeit und Instandhaltung der Themenpfade Verantwortung trägt.

**Handlungsempfehlung 9: Erhebung eines Eintrittspreises zwischen drei und sechs Franken.**

Die Auswertung der Marktforschung hat ergeben, dass rund die Hälfte aller befragten Personen dazu bereit wäre, für den Besuch eines qualitativ hochwertigen Themenpfades einen Eintrittspreis zwischen drei und sechs Franken zu bezahlen. Um die Einführung von Eintrittspreisen rechtfertigen zu können, müssen aber gewisse Voraussetzungen gegeben sein.

Da die Themenpfade auf öffentlichem Grund und Boden liegen und niemand an derer Begehung gehindert werden kann, muss ein Weg gefunden werden, wie die Eintrittspreise geregelt und eingezogen werden können. Die zu bezahlende Gebühr muss für die Besucherinnen und Besucher einen Mehrwert generieren, welcher ohne diese nicht erhältlich ist. Der Eintrittspreis ist demnach mit einer Zusatzleistung seitens der Anbieter verbunden und nicht als Bedingung für den Zugang zum Themenpfad zu verstehen.

Ein denkbarer Ansatz ist die Vermietung von tragbaren Tonträgern, wie zum Beispiel MP3-Player. Damit liessen sich an den jeweiligen Stationen zusätzliche Informationen vermitteln, passende Lieder oder auch ein Hörbuch abspielen. Dem Verlust der Datenträger kann mit einer Depotgebühr entsprechend vorgebeugt werden.

Eine weitere Option ist der Verkauf einer Applikation, respektive In-App-Verkäufe, auf die an anderer Stelle näher eingegangen wird.

### **Handlungsempfehlung 10: Spendenaufruf auf der Homepage aufschalten.**

Die Konkurrenzanalyse hat, in Bezug auf die Finanzierung, eine weitere Alternative zutage gefördert. Der Themenpfad Klangwald in Lohn/GR hat auf seiner Homepage gut sichtbar einen Aufruf für Unterstützungsbeiträge und Spenden platziert (Klangwald Lohn, o. J.). Die Besucherinnen und Besucher werden an dieser Stelle auf die Notwendigkeit der zusätzlichen finanziellen Mittel aufmerksam gemacht. Diese Vorgehensweise ist für das «Forum Schwarzbubenland» vollumfänglich und ohne Einschränkungen adaptierbar. Denkbar und sinnvoll wäre eine Platzierung des Spendenaufrufs auf derjenigen Seite, auf der die Wanderwege der Region aufgelistet sind, denn die potentiellen Besucherinnen und Besucher der Themenpfade suchen an dieser Stelle die Informationen zu den Wegen (Forum Schwarzbubenland, o. J.). Alternativ dazu kann der Spendenaufruf auch auf der Applikation platziert werden.

Analog zum Beispiel des Klangwalds müssen die Spenderinnen und Spender darauf aufmerksam gemacht werden, dass sie den entsprechenden Verwendungszweck angeben. Somit ist gewährleistet, dass die eingehenden finanziellen Mittel exakt zugeordnet werden können.

### **Handlungsempfehlung 11: Neue Merchandisingprodukte lancieren.**

Die Sinnhaftigkeit eines breiten Merchandise-Sortiments wird im Unterkapitel Marketing genauer erläutert. An dieser Stelle sollen jedoch die finanziellen Aspekte dieser Handlungsempfehlung beleuchtet werden.

Durch den Ausbau des Sortiments können zusätzliche Einnahmen generiert werden, welche wiederum direkt den Themenpfaden zugutekommen. Die Auswertung der Marktforschung hat gezeigt, dass die Besucherinnen und Besucher dazu bereit wären, für themenspezifische Artikel bis zu 25.- Franken zu bezahlen. Voraussetzung dafür ist, dass die Produkte die Hintergrundgeschichte des Pfades aufgreifen, illustrieren oder anderweitig ergänzen. Der durchschnittlich angegebene Preis für ein Brettspiel liegt bei 14.80 Franken, während T-Shirts für Kinder mit entsprechendem Aufdruck ab einem Preis von 13.80 CHF abgesetzt werden können. Auch der Verkauf von Audio-CD's, welche sich die Befragten im Durchschnitt 13.30 Franken kosten lassen würden, kann sich lohnen. Basis für den erfolgreichen Absatz dieser Artikel ist eine griffige und spannende Hintergrundgeschichte für die Themenpfade, welche sowohl Kinder, als auch deren Eltern begeistern.

### **Handlungsempfehlung 12: Verkauf einer Applikation für iOS- und Android-Geräte sowie In-App-Verkäufe.**

Das Anbieten einer App eröffnet nicht nur neue Möglichkeiten, die Besucherinnen und Besucher zu unterhalten. Auch in finanzieller Hinsicht ist dieser Idee Beachtung zu schenken. Anwendungen in den entsprechenden App Stores können entweder gratis, oder auch zu einem Preis von einem bis drei Franken angeboten werden. Die weitaus höheren Umsatzzahlen lassen sich jedoch mit In-App-Verkäufen realisieren. Dabei können verschiedene Zusatzanwendungen angeboten werden, welche die Benutzerinnen und Benutzer zusätzlich erwerben können. Erweiterungen wie Spiele, Karten oder die «Augmented Reality» können das Erlebnis der Besucherinnen und Besucher bereichern. Der Vorteil solcher Angebote liegt darin, dass die Themenpfade auch ohne diese Erweiterungen funktionieren und somit auch denjenigen Kunden Rechnung getragen werden kann, welche gänzlich auf den Einsatz ihrer Smartphones verzichten möchten. Voraussetzung für die erfolgreiche Implementierung einer App in das Gesamtangebot ist eine funktionierende IT-Infrastruktur.

## **4.4 Handlungsempfehlungen zum Marketing der Themenpfade**

Das moderne Marketing dient dazu, den Verein «Forum Schwarzbubenland» an die Bedürfnisse des Marktes auszurichten. Eines der zentralen Aufgaben ist die Erkennung der wichtigsten Herausforderungen, Marktveränderungen und Bedürfnisverschiebungen um schliesslich die Agilität beizubehalten und Wettbewerbsvorteile zu generieren. In den Handlungsempfehlungen zum Bereich des Marketings werden somit stark interessenbedingte Anregungen erläutert (Kirchgeorg, o. J.).

### **Handlungsempfehlung 13: Die Themenpfade via Apps vermarkten.**

Die Digitalisierung ist ein omnipräsentes Phänomen unserer Epoche. Dementsprechend ist das Fehlen einer Applikation für Smartphones eine Lücke im Marketingkonzept des «Forum Schwarzbubenland». Durch eine App können die Themenpfade vermarktet sowie von ihrer besten Seite angepriesen werden. Eine Applikation kann die Nutzenden über Veranstaltungen, Angebote sowie Neuigkeiten rund um das Schwarzbubenland informieren und somit die weiteren Marketinginstrumente gezielt unterstützen.

### **Handlungsempfehlung 14: Einführung von Merchandisingprodukten zur Steigerung der Markenpräsenz.**

Momentan ist nur ein verschwindend kleiner Teil der befragten Personen, nämlich ungefähr 12%, von der Einführung eines Souvenirladens begeistert. Dies ist nicht verwunderlich, da ein möglicher Laden nicht mit einem Standort oder einem Sortiment in Verbindung gebracht werden kann. Ein mögliches Angebot könnte aus Artikeln wie Tassen, Mützen, Karten und

Kleidern bestehen, welche jeweils dezent mit dem bekannten Schwarzbubenlogo versehen sind, damit die Region Schwarzbubenland/Laufental mit einem Erkennungsmerkmal in Verbindung gebracht werden kann. Wenn die Implementierung des Logos erfolgreich vonstattengeht, so wird dies unmittelbar zu einer starken Markenpräsenz in der Region führen.

#### **Handlungsempfehlung 15: Die Schulen als Werbepattform nutzen.**

Die Schulen in der Region bieten eine optimale Plattform zur Vermarktung der Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental, da die Schülerinnen und Schüler und deren Familien die Hauptanspruchsgruppe darstellen. Die Vermarktung an den Schulen kann sich durch die Ausgabe eines Lehrbuchs gestalten, welches ausgiebig über die umliegenden Themenpfade, angesiedelten Wildtiere, mittelalterliche Burgen oder die Entstehung der Höhlen informiert. Die Marktforschung hat ergeben, dass genau 25% aller Lehrpersonen dazu bereit wären, themenspezifische Lesebücher zu kaufen. Weiter können die Räumlichkeiten des Standortes «neues Theater» in Dornach für Theaterauftritte von Schulen und Vereinen zur Verfügung gestellt werden. Ziel ist es, das Schwarzbubenland mit all seinen Angeboten der jüngeren Bevölkerungsgruppe näher zu bringen, um die nachhaltige Beständigkeit des Vereins weiter auszubauen.

#### **Handlungsempfehlung 16: Die Markenpräsenz durch Sponsoring steigern.**

Durch das Sponsoring an Anlässen in der Region Schwarzbubenland/Laufental kann der Verein die Markenpräsenz in der Bevölkerung stark steigern. Im Sponsoring kann zwischen der Bereitstellung von Finanz-, Sach- und Dienstleistungsmitteln unterschieden werden (Bruhn, o. J.). In Bezug auf das «Forum Schwarzbubenland» ist die Unterstützung mit Sach- und Dienstleistungen am vielversprechendsten. Wie oben erwähnt, können Räumlichkeiten zur Verfügung gestellt und Hilfe in der Organisation geleistet werden.

### **4.5 Handlungsempfehlungen zur Digitalisierung der Themenpfade**

In der heutigen Zeit sind die digitalen Medien kaum wegzudenken. Menschen jeden Alters benutzen tagtäglich das Internet, Smartphones und viele andere digitale Gerätschaften. Die Marktforschung hat ergeben, dass sämtliche Zielgruppen der Themenpfade eine digitale Integration begrüßen würden. Diese kann in Form einer Mobilgerät-tauglichen Webseite oder als Applikation auf dem Smartphone oder Tablet implementiert werden. Dieser Zusatz kann sowohl die Informations-, als auch die Unterhaltungsfunktion einnehmen. Solche bahnbrechenden Zubehöre verschaffen den Themenpfaden eine Einzigartigkeit, welche zu einem Wettbewerbsvorteil führt.

### **Handlungsempfehlung 17: Erstellung einer App zur Bündelung von Hintergrundinformationen, Karten und Wegweisern.**

Die Marktforschung hat ergeben, dass besonders die Funktion, welche Hintergrundinformationen, Karten und Wegweiser, beinhaltet, sämtlichen Anspruchsgruppen zusagt.

Damit sich Wanderbegeisterte und Lehrkräfte für den bevorstehenden Ausflug in der Region Schwarzbubenland/Laufental informieren können, sind Informationsverzeichnisse über die Umgebung oder die jeweiligen Themenpfade sehr empfehlenswert. Ferner können die Anwenderinnen und Anwender diese Informationen beim Begehen des Pfades gebrauchen, um den Ausflug lehrreicher zu gestalten. Um das Informationsbedürfnis der Anspruchsgruppen vollständig zu befriedigen, kann die App laufend mit themenpfadspezifischen und regionalen Neuigkeiten und Nachrichten abgerundet werden. Der Anwender sollte beispielsweise unabhängig von den Besuchszeiten immer auf die Inhalte der App zugreifen können. Wartungsarbeiten, welche die App für eine Weile ausser Betrieb nehmen würden, sollten möglichst an Randzeiten erfolgen, damit die Anwendung reibungslos verläuft.

Eine implementierte Kartenfunktion erleichtert die Planung eines Ausflugs. Zum einen kann die Anfahrt vorgängig aufgesetzt werden. Zum anderen kann der Verlauf des Ausflugs abgeschätzt und eingezeichnet werden. Falls die Themenpfade vor Ort nicht genügend gekennzeichnet sind, kann die App als Wegweiser benutzt werden.

Um diese Kartenfunktion zu einzuführen, könnten die gegebenen Einzeichnungen der Schweizer Kartenplattform «SchweizMobil» übernommen werden. Eine Kooperation mit dieser Organisation zur Erstellung dieser Funktion wäre unter Umständen sinnvoll.

### **Handlungsempfehlung 18: Interaktive und spielerische Elemente in der App implementieren.**

Der Trend zur Digitalisierung ist seit einigen Jahren ein grosses Thema in der Gesellschaft. Besonders für die jüngste Generation spielen digitale Medien eine grosse Rolle. Um neue Anreize zu schaffen, können digitale Zusätze das spielerische Lernen fördern oder gar ermöglichen.

Eine hohe Interaktivität versprechen zum Beispiel abenteuerliche Schatzsuchen. Dabei können die Anwenderinnen und Anwender der App von einem Posten zum Nächsten wandern, um so die Hintergrundgeschichte zu erleben und sich Wissen anzueignen.

Eine weitere Ergänzung in der digitalen Gestaltung wäre die «Augmented Reality». Diese definiert die computergestützte Ergänzung der menschlichen Realitätswahrnehmung. Durch die Benutzung der Smartphone-App an verschiedenen Haltestationen kann durch Kamerainteraktion die visuelle Realität (beispielsweise ein Informationsschild) durch Einblendung von Darstellungen erweitert werden.

Zusätzlich kann die auditive Realität durch Töne oder Sprachnotizen erweitert werden (Praxis der 5 Sinne, 2016). Solche Elemente können die Erlebnisse zeitkonform gestalten.

**Handlungsempfehlung 19: Die App muss zeitunabhängig sowie ohne Netzempfang funktionieren.**

Die App muss so konzipiert sein, dass die Nutzung nicht nur auf dem Themenpfad funktioniert (beispielsweise durch themenpfadeigenes Netzwerk), sondern auch ortsunabhängig von zuhause aus benutzt werden kann, damit die Ausflugsplanung problemlos erfolgen kann. Der Aspekt der zeitlichen Unabhängigkeit sollte nicht missachtet werden. Der Anwender sollte beispielsweise unabhängig von den Besuchszeiten jederzeit auf die Inhalte der App zugreifen können.

Ein weiterer, wichtiger Punkt ist die Netzwerkunabhängigkeit. Nicht immer ist der Empfang an teilweise abgelegenen Orten gegeben. Aus diesem Grund sollte die digitale Anwendung auch «offline», das heisst ohne Netzverbindung, funktionieren, damit die App nicht unbrauchbar wird.

Sind diese beiden Voraussetzungen gegeben, kann der wanderbegeisterte Anwender die App jederzeit und überall benutzen.

#### **4.6 Handlungsempfehlungen zur Konzeption der Themenpfade**

Die wirtschaftliche Existenz eines Themenpfades steht und fällt mit einer fundierten Erarbeitung und konsequenten Durchführung seiner individuellen Geschichte, welche letztlich den Gesamteindruck der Besuchenden prägen muss. Das unumstrittene Erfolgskonzept eines Themenpfades ist seine interessante Hintergrundgeschichte, welche die Besuchenden bereits vor ihrer Ankunft an sich bindet und gewisse Erwartungen weckt.

Exakt diese Überlegung war der Auslöser dafür, dass die Teilnehmenden der Umfrage genauer nach eigenen Ideen und Ansätzen für eine, ihrer Ansicht nach, interessante Hintergrundgeschichte befragt wurden. Einige Thematiken, welche des Öfteren in der Auswertung auftauchten und bei welchen ein reges Interesse seitens der Befragten bestand, waren «Tiere», «Ritter», «Kunst», «Märchen» und «Mittelalter».

**Handlungsempfehlung 20: Konzipierung einer individuellen Hintergrundgeschichte für die Themenpfade**

Eine Hypothese, welche bestätigt werden konnte, belegte, dass eine Konzentration der Kräfte auf die erfolgversprechendsten und bekanntesten Themenpfade durchaus Sinn macht. Wenn dieser Aussage Gehör geschenkt wird, dann wird sich das aktuell sehr umfangreiche Angebot an Themenpfaden auf eine deutlich kleinere Anzahl von drei reduzieren. Für die

dadurch herauskristallisierten drei Favoriten (Planetenweg, Jubiläumsweg und Karstlehrpfad) lassen sich somit bisher unentdeckte Potentiale aktivieren.

Eine logische Konsequenz ist die zunehmende Verfügbarkeit von finanziellen Mitteln, sofern nur noch drei Themenpfade aktiv unterhalten und betrieben werden. Diese monetäre Umstrukturierung lässt zusätzliche Investitionsmöglichkeiten, wie beispielsweise eine digitale Integration, in die bereits vorhandene Konzeption des Pfades einfließen. Ferner konnten durch die Befragung weitere themenspezifische Ansätze für bereits bestehende Erlebniswanderungen evaluiert werden. So bietet sich beispielsweise der Karstlehrpfad an, welcher sich ohnehin stark auf sein Ökosystem fokussiert, die nachdrücklich gewünschte Tierthematik aufzugreifen und diese in dessen aktuelles Angebot einzubinden.

Neben den naturgegebenen Eigenschaften lässt sich durch die unzähligen Wappen, die sich an den Felswänden befinden, auch eine Verknüpfung zu den Rittern herstellen, indem ein historischer Bezug zum Mittelalter hergestellt wird. Dieser Rückgriff auf die Historik der regionalen Wanderpfade steigert ebenfalls das Interesse von Schulgruppen, da dieses Thema oft Inhalt des Lehrplans darstellt (analoge Argumentationskette für die anderen beiden Themenpfade).

Dennoch verbirgt sich auch in den weniger bekannten Themenpfaden ungeahntes Potential. Die Burgwanderung verspricht eine hervorragende Möglichkeit für eine Implementierung einer thematischen Kombination von «Ritter», «Mittelalter» und «Märchen» mit dem bestehenden Angebot. Neben der naheliegenden Verbindung mit dem Mittelalter und den Rittern, bietet sich zusätzlich ein Märchen als Hintergrundgeschichte an, welche das Gesamtpaket letztlich abrundet. So könnten Ritter und ihre Bedeutung im Mittelalter anhand einer erfundenen oder gar historisch fundierten Geschichte den Besuchenden auf abenteuerliche Weise nähergebracht werden.

Die erfolgreichen Themenpfade machen es vor und beweisen, dass die spürbare Präsenz einer gut durchdachten Hintergrundgeschichte das Fundament eines jeden viel besuchten Erlebniswegs ist.

## 4.7 Handlungsempfehlung zur Erstellung einer topografischen Karte

Als das Projektteam erstmalig mit den Problemen der Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental konfrontiert wurde, stellte sich heraus, dass bis anhin noch keine vereinheitlichte topografische Karte der Themenpfade existierte. Deshalb vereinbarte das Projektteam mit der Auftraggeberschaft die Erstellung einer, für interne Zwecke gebräuchlichen, Karte. Das Projektteam erhoffte sich dadurch, sich einen genaueren Überblick über die Region und die sich darauf befindenden Themenpfade verschaffen zu können.

### **Handlungsempfehlung 21: Erstellung einer topografischen Karte der vielversprechendsten Themenpfade in Zusammenarbeit mit dem Baselland Tourismus.**

Im Gespräch mit Herrn Eggimann – dem Geschäftsführer des Kanton Baselland Tourismus – ist eine entsprechende Karte thematisiert worden. Es konnte festgestellt werden, dass seinerseits grosses Interesse an einer vereinheitlichten und nützlichen Karte der Themenpfade besteht.

Daraufhin versicherte Herr Eggimann, dass die Erstellung einer topografischen Karte der Themenpfade, in Kooperation mit dem «Forum Schwarzbubenland», durchaus in Angriff genommen werden kann. Es müsse lediglich sichergestellt werden, dass eine Karte der Themenpfade mit den grössten Ausbaupotentialen auch wirklich nachgefragt werden würde.

Wie in den Auswertungen der Umfragen ersichtlich ist, herrscht auch auf Seite der Befragten ein grosses Interesse an einer topografischen Karte. Diese würde vor allem der Vorausplanung und der Komfortabilität dienen. Sie könnte zusätzlich noch in der Nähe liegende Gastronomiebetriebe oder ähnlich interessante Räumlichkeiten sowie Ortschaften aufzeigen.

Ausserdem konnte aus den Umfragen festgestellt werden, dass diese Karten nicht umsonst zur Verfügung gestellt werden müssten, sondern der Grossteil der Befragten auch dazu bereit wäre, dafür zu bezahlen.

Um den Besuchenden die Karten der Plattform «SchweizMobil» zugänglich zu machen, können die Verlinkungen zu den regionalen Themenpfaden auf der Homepage des «Forum Schwarzbubenland» aufgelistet werden.

## 5 Schlusswort

Mit der Evaluation der Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental wird ein wesentlicher Bestandteil des Tourismusangebots des Schwarzbubenlandes angesprochen. Die Themenpfade geniessen aufgrund ihrer tiefen Verankerung in der Region eine hohe Popularität. Aus den Untersuchungen und Analysen dieser Arbeit können aussagekräftige Schlussfolgerungen gezogen sowie einzelne Prognosen gewagt werden.

Zum einen hat die Marktforschung ergeben, dass der Planetenweg, der Karstlehrpfad sowie der Jubiläumsweg, im Vergleich zu den restlichen Themenpfaden, einen hohen Bekanntheitsgrad und eine entsprechend höhere Besucherintensität aufweisen. Es kann somit geschlossen werden, dass dies diejenigen Themenpfade sind, auf welche der Fokus gesetzt werden soll um eine entsprechende Verminderung der Anzahl an Erlebniswegen vorzunehmen.

In den Konkurrenzanalysen wurden die Erfolgsfaktoren von denjenigen Themenpfaden evaluiert, welche in der Schweiz erfolgreich auftreten und entsprechend eine hohe Wertschöpfung generieren. Die gewonnenen Ergebnisse zeigen auf, dass viele Adaptionmöglichkeiten vorhanden sind, welche für die Themenpfade in der Region Schwarzbubenland/Laufental übernommen werden können. Weiter konnten anhand der Marktforschung diverse Themen evaluiert werden, die aufgrund der geographischen Lage der Themenpfade sowie durch die kulturellen Voraussetzungen der Region unkompliziert implementiert werden können.

Aufgrund dieser Fakten kann als Quintessenz die zu Beginn auftauchende Frage nach dem versteckten Potential der Themenpfade in der Region Schwarzbubenland/Laufental beantwortet werden. Diese haben in der Tat ein enormes Potential, welches durch geschicktes Marketing und gezielter Konzentration der verfügbaren Mittel abgerufen werden kann. Die geografischen und kulturellen Bedingungen der Region können den Themenpfaden einen entscheidenden Vorteil verschaffen.

Jüngste Bemühungen seitens der beauftragten Projektgruppe zeigen, dass dem wirtschaftlichen Erfolg eines authentischen Themenpfades, unterstützt durch seine ambitionierte Belegschaft, nichts im Wege steht. Nichtsdestotrotz wird es ein, im wahrsten Sinne des Wortes, steiniger Weg, den Themenpfaden jenen gewünschten Glanz zu verschaffen, welchen sie benötigen, um in den Genuss vollster Aufmerksamkeit der Reisenden zu gelangen.

Das Projektteam hofft, einige dieser Steine aus dem Weg geräumt zu haben, welche die gewünschten Ziele für das «Forum Schwarzbubenland» leichter erreichbar zu machen und wird die weiteren Geschehnisse und Bemühungen rund um die Region Schwarzbubenland/Laufental gespannt weiterverfolgen.

## 6 Literaturverzeichnis

Baselbieter Energiepaket. (o. J.). Baselbieter Energiepaket - Startseite - Baselbieter Energiepaket. Abgerufen 10. Januar 2018, von <http://www.energiepaket-bl.ch/>

Bruhn, M. (o. J.). Definition » Sponsoring « | Gabler Wirtschaftslexikon. Abgerufen 10. Januar 2018, von <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/sponsoring.html>

Bundesamt für Statistik. (o. J.). Basel-Landschaft. Abgerufen 10. Januar 2018, von <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/regionalstatistik/regionale-portraets-kennzahlen/kantone/basel-landschaft.html>

Forum Schwarzbubenland. (o. J.). Wandern. Abgerufen 10. Januar 2018, von <https://www.schwarzbubenland.info/tourismus/wandern/>

Gabler Wirtschaftslexikon. (o. J.). Definition » SWOT-Analyse « | Gabler Wirtschaftslexikon. Abgerufen 10. Januar 2018, von <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/swot-analyse.html>

Jäggi, S. (2015, Februar 16). In Basel gibt es so viel Wohnfläche wie noch nie und trotzdem fehlt es an Wohnungen. Abgerufen 10. Januar 2018, von <https://tageswoche.ch/gesellschaft/weshalb-wir-immer-mehr-platz-brauchen/>

Kirchgeorg, M. (o. J.). Definition » Marketing « | Gabler Wirtschaftslexikon. Abgerufen 10. Januar 2018, von <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/marketing.html>

Klangwald Lohn. (o. J.). Klangwald Lohn GR. Abgerufen 10. Januar 2018, von <http://www.klangwald.lohn-gr.ch/inhalt.php>

Praxis der 5 Sinne. (2016, November 15). Die Sinne des Menschen. Abgerufen 10. Januar 2018, von <https://www.praxis-der-5-sinne.ch/die-sinne-des-menschen/>

Sterchi, O. (2016, August 21). In Seewen lebt die Vision vom See weiter. Abgerufen 10. Januar 2018, von <http://immo.baz.ch/die-vision-vom-see-lebt-weiter/>

Tanner, C., & Knechtli, H. (2013). *Projektmanagement Handbuch*. Basel.

Wübbenhorst, K. (o. J.). Definition » Marktforschung « | Gabler Wirtschaftslexikon. Abgerufen 10. Januar 2018, von <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/marktforschung.html>

## 7 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ausgangslage als Knotenpunkt (Privatpersonen) .....	23
Abbildung 2: Ausgangslage als Knotenpunkt (Lehrpersonen) .....	23
Abbildung 3: Bekanntheit der Themenpfade (Privatpersonen) .....	25
Abbildung 4: Besuchsintensität auf den Themenpfaden (Privatpersonen) .....	25
Abbildung 5: Bekanntheit der Themenpfade (Lehrpersonen) .....	26
Abbildung 6: Besuchsintensität auf den Themenpfaden (Lehrpersonen) .....	26
Abbildung 7: Bedeutung der Infrastruktur (Lehrpersonen) .....	28
Abbildung 8: Bedeutung der Infrastruktur (Privatpersonen) .....	29
Abbildung 9: Benotung vergangener Besuche (Lehrpersonen) .....	31
Abbildung 10: Benotung vergangener Besuche (Privatpersonen) .....	32
Abbildung 11: Zahlungsbereitschaft (Lehrpersonen) .....	33
Abbildung 12: Zahlungsbereitschaft (Privatpersonen) .....	34
Abbildung 13: Wunsch nach digitaler Integration (Privatpersonen) .....	35
Abbildung 14: Wunsch nach digitaler Integration (Lehrpersonen) .....	36

## 8 Abkürzungsverzeichnis

AG	Aktiengesellschaft
AG	Aargau
AKS	Amt für Kultur und Sport
AUE	Amt für Umwelt und Energie
AVT	Amt für Verkehr und Tiefbau
BL	Basel-Landschaft
BS	Basel-Stadt
ca.	circa
CD	Compact Disc
CHF	Schweizer Franken
etc.	et cetera
FHNW	Fachhochschule Nordwestschweiz
GR	Graubünden
HSW	Hochschule für Wirtschaft
MIV	motorisierter Individualverkehr
ÖV	öffentlicher Verkehr
QR-Code	Quick Response-Code
SMART	Spezifisch, Messbar, Anspruchsvoll, Realistisch, Terminierbar
SO	Solothurn
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
USP	Unique Selling Proposition
WC	Water Closet

## 9 Anhang

### Anhang Nr. 1: Marktforschungskonzept und Quota-Random-Matrix

<p><b>Marketingziele</b> (...durch Auftraggeber vorgesehen)</p>	<p><b>Quantitativ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wertschöpfung verdoppeln (CHF)</li> <li>• Bessere Vermarktung</li> <li>• Besucherfrequenz steigern</li> <li>• Bekanntheit der Themenpfade und der Tourismusregion steigern</li> </ul> <p><b>Qualitativ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Image, dank Fokussierung auf die wichtigsten Themenpfade, verbessern</li> <li>• Themenpfad-Qualität steigern</li> <li>• Kundenbindung steigern (Schulklassen, Familien, etc.)</li> </ul>
<p><b>Marktforschungsziele</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ansprüche</b> der Zielgruppen herausfinden             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ort</li> <li>○ Zeit</li> <li>○ Restauration</li> <li>○ Parking</li> <li>○ Physische und digitale Infrastruktur</li> </ul> </li> <li>• <b>Stärken/Schwächen-Vergleich</b> der verschiedenen Angebote</li> </ul>

<p><b>Marktforschungssubjekte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>S1) Familien mit Kindern bis 16 Jahren</b></li> <li>• <b>S2) Schulklassen</b> (Kindergarten, Primar- und Sekundarschule)</li> <li>• <b>S3) «Muggestutz» als Mitbewerber</b></li> <li>• <b>S4) Gemeindeverwaltung und Werkhöfe</b></li> <li>• <b>S5) Pfadbetreiber</b></li> <li>• <b>S6) Wandergruppen der Region</b></li> </ul>
<p><b>Marktforschungsobjekte</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ansprüche</b> verschiedener Marktteilnehmer</li> <li>• <b>Finanzierungsarten</b> der Themenpfade</li> <li>• <b>Aktuelles Nutzungsverhalten</b></li> <li>• <b>Stärken/Schwächen</b> der Themenpfade</li> </ul>
<p><b>Studientyp</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Partialanalyse</b> (nur bestimmte Teile einer Global-Studie)</li> <li>• <b>Synthese</b> (Kombination von qual. und quant. MaFo) zwecks Effizienzsteigerung</li> <li>• <b>Quota-Random Methode</b> zwecks Effizienzsteigerung</li> </ul>

<p><b>Marktuntersuchungsphasen</b></p>	<p><b><u>A) Sekundär-Marktforschung</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• erstreckt sich über die gesamte Projektarbeit</li> <li>• Touristische Wertschöpfungsstudie des Schwarzbubenlandes der Firma Rütter Soceco (2008/2018)</li> <li>• See Seewen</li> </ul> <p><b><u>B) Hypothesenbildung</u></b></p> <p><b><u>C) Primär-Marktforschung</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswertung von Fragebogen und Interview</li> <li>• Besuch «Muggestutz» in Meiringen-Hasliberg &amp; Interview mit Marketingleiter</li> </ul>
<p><b>Marktforschungsdesign</b></p>	<p><b><u>A) Sekundär-Marktforschung:</u></b></p> <p><b>Interne Unterlagen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektskizze</li> <li>• Informationen der Auftraggeberschaft</li> <li>• Broschüren</li> <li>• Interne Datenerhebungen</li> <li>• Muster anderer Marktforschungskonzeptraster</li> </ul> <p><b>Externe Unterlagen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Touristische Wertschöpfungsstudie des Schwarzbubenlandes der Firma Rütter Soceco (2008)</li> <li>• Internetrecherchen (versch. Homepages)</li> <li>• Prospektmaterial</li> <li>• Mission See Seewen</li> </ul>

## **B) Hypothesenbildung (oder allenfalls**

### **Kernfragen)**

- **H1:** Ein Verein kann in der Regel nur mit finanzieller Unterstützung (Staat, Private, Bauern, Bergbahnen (Wasserfallen/BL?), Stiftungen, Mitglieder, ...) langfristig überleben.  
**H2:** Durch gemeinsame Vermarktung der Themenpfade, als Themenpfadbündel (z.B. alle in räumlicher Nähe) kann die langfristige Attraktivität und die Besucherfrequenz erhöht werden.
- **H3:** Lösungsansätze erfolgreicher Themenpfade können nur in Teilbereichen adaptiert werden (Persönlichkeiten, finanzielle Mittel, Unterstützung breiter Schichten, ...)
- **H4:** Eine Fokussierung auf lediglich 3 – 5 Themenpfade, pro Region, vereinfacht die Finanzierung (Konzentration der Kräfte).
- **H5:** Themenpfade brauchen ein gewisses Mass an Infrastruktur (Feuerstellen, öffentliche WC's, Parkplätze, ÖV-Anschluss, etc.)
- **H6:** Themenpfade können durch andere Einnahmequellen, wie zum Beispiel von Restaurants, Postauto, etc. finanziert werden.
- **H7:** Die Region Grellingen - Reigoldswil - Seewen (Seeprojekt) wären sehr attraktiv für gut kombinierte Themenpfade.
- **H8:** Verschiedene Zielgruppen haben verschiedene Ansprüche (Infrastruktur, Budget, etc.).
- **H9:** Je attraktiver der Themenpfad ist, desto eher ist man bereit einen Eintrittspreis zu zahlen.

	<p><b><u>C) Primär-Marktforschung / Vorschläge:</u></b></p> <p><b>S1) Familien mit Kinder und Eltern</b>  <b>S2) Schulklassen mit Lehrkräften:</b>  <b>S3)*separater Frageteil</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Durchstrukturierter Fragebogen (digital unterstützt)</li> <li>• Quota Random Methode (Effizienz dank homogener Quoten)</li> <li>• Stichprobengrösse Berechnungsbeispiel: Eltern + Lehrkräfte = 2 / 2 Geschlechter / Einheimische und Familien mit Migrationshintergrund inkl. Touristen (2 x 2 x 2 = 8 → 4 x 25 bis 75 = 200 bis 300 → 4 x 25 bis 50 = 100 bis 200 <b>Summe: 300 bis 500 Personen</b></li> <li>• Die Fragebögen der Eltern und Lehrkräften weichen voneinander ab.</li> </ul> <p><b>S3)* «Muggestutz» als Mitbewerber</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einbau als Frageteil bei Fragebogen I und II, denn die subjektive Meinung der Nutzer ist die aussagekräftigste.</li> </ul>
	<p><b>S4) Gemeindeverwaltung und Werkhöfe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönliche Interviews mit offenem Interviewleitfaden</li> <li>• Namen und Adressen durch Auftraggeber zu beschaffen (als Türöffner)</li> <li>• 5 bis 10 Pers.</li> </ul> <p><b>S5) Pfadbetreiber</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Separater einfacher Fragebogen mit speziellen Fragen (Individualverkehr, Kosten, Parkplätze, Lärm, Abfall, ...)</li> <li>• 5 bis 10 Pers.</li> </ul> <p><b>S6) Wandergruppe der Region</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interviews mit offenem Interviewleitfaden</li> <li>• 5 bis 10 Pers.</li> </ul>

<p><b>Motivation</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kurzfassen</li> <li>• Verständliche Sprache</li> <li>• Bei Mitgestaltung helfen</li> <li>• Wettbewerb oder Verlosung für die besten Ideen mit Preis (Gratistickets für die Wasserfallen, evtl. iPads, ...)</li> </ul>
<p><b>Unterstützung / Infrastruktur / Hilfen</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PC /Laptop, Kopierer, Fotoapparat</li> <li>• MS Office, 2ask, Findmind, Survey monkey</li> <li>• Groups Inside Plattform zur Datensicherung, Koordination der Termine und Kommunikation</li> <li>• Einblicke in frühere Projektarbeiten</li> </ul>
<p><b>Kostenbudget</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CHF 2000.- stehen im Rahmen von Spesen zur Verfügung, welche nicht ohne Ab- beziehungsweise Anfrage von uns verwendet werden.</li> <li>• Zusätzlich Reisespesen zum «Muggestutz»</li> </ul>
<p><b>Detaillierte Befragungsinstrumente und Zeitplanung für die Erhebung resp. Auswertung</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werden später formuliert und dem MaFo-Konzept angehängt</li> </ul>

### Quota-Random-Matrix

FRAGEBOGEN	Mindestens seit 5 J. in NW-CH ansässig		Weniger als 5 J. in NW- CH ansässig		
	Männlich	Weiblich	Männlich	Weiblich	
Eltern	25 – 75	25 – 75	25 – 75	25 – 75	100 – 300
Lehrpersonen	25 – 50	25 – 50	25 – 50	25 – 50	100 – 200
<b>ZWISCHENTOTAL BE- FRAGTE PERSONEN</b>	<b>50 – 125</b>	<b>50 – 125</b>	<b>50 – 125</b>	<b>50 – 125</b>	<b>200 – 500</b>

OFFENE INTERVIEWS					
«Muggestutz»	-	-	-	-	1 – 3
Gemeindeverwaltung und Werkhöfe	-	-	-	-	5 – 10
Pfadbetreiber	-	-	-	-	5 – 10
Regionale Wandergruppen	-	-	-	-	5 - 10
<b>TOTAL BEFRAGTE INSTI- TUTIONEN</b>	-	-	-	-	<b>16 – 33</b>
<b>TOTAL BEFRAGUNGEN</b>	<b>50 – 125</b>	<b>50 – 125</b>	<b>50 – 125</b>	<b>50 – 125</b>	<b>216 – 533</b>

## Anhang Nr. 2: Stakeholderanalyse

<b>STAKEHOLDERANALYSE</b>	
<b>Projekt</b>	<i>Evaluation der Themenpfade für die Tourismus-Region Schwarzbubenland/Laufental</i>
<b>Phase</b>	<i>Konzeptphase</i>
<b>Datum</b>	<i>Mittwoch, 4. Oktober 17</i>
<b>Verfasser</b>	<i>Kevin Truong</i>

### Stakeholder Analyse «Forum Schwarzbubenland»

In diesem Dokument werden die Stakeholder für das «Forum Schwarzbubenland» identifiziert. Die Erwartungen, Interessen, Gefahren und Chancen werden aufgedeckt und näher erläutert.

### Diverse Amtsstellen im Kanton Basel-Landschaft und Solothurn:

#### Amt für Umwelt

<b>Gefahren:</b>	<b>Chancen:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Littering</li> <li>• Überbauung</li> <li>• Verschmutzung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spendengelder für den Erhalt der Biodiversität</li> </ul>

#### Amt für Verkehr- und Tiefenbau

<b>Gefahren:</b>	<b>Chancen:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strassenkapazität</li> <li>• Zu wenig Parkplätze</li> <li>• Ab- und Trinkwasserinfrastruktur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erneuerung der Ab- und Trinkwassersysteme</li> <li>• Neue Aufträge</li> </ul>

### Amt für Kultur und Sport

Gefahren:	Chancen:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negatives Kulturbild falls die Anlagen des Schwarzbubenlands längerfristig nicht renoviert werden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neue kulturelle Landschaft durch die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental</li> <li>• Erhöhte Einnahmen durch den Zuwachs der Tourismusbranche</li> </ul>

### «Forum Schwarzbubenland»

Gefahren:	Chancen:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investitionsrisiko</li> <li>• Imageverlust, wenn nicht gehandelt wird</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhöhte Wertschöpfung durch bessere Vermarktung</li> <li>• Imageverbesserung</li> </ul>

### Umliegende Bevölkerung

Gefahren:	Chancen:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhöhte Lärmemissionen durch die gewonnenen Touristen</li> <li>• Littering</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehr Stellen im Gastronomiebereich, falls die Nachfrage steigt</li> </ul>

**Anhang Nr. 3: SWOT-Analyse**

<b>SWOT-ANALYSE</b>	
<b>Projekt</b>	<b>Evaluation der Themenpfade für die Tourismus-Region Schwarzbubenland/Laufental</b>
<b>Phase</b>	<b>Konzeptphase</b>
<b>Datum</b>	<b>Freitag, 12. Oktober 17</b>
<b>Verfasser</b>	<b>Joel Klingele</b>

<b>Innerwelt-Analyse (innere Faktoren)</b>	
<p style="text-align: center;"><b>Stärken (Strengths)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktuelle, frische Auswertungen</li> <li>- Stadtnaher Standort (demographischer Vorteil)</li> <li>- Umfangreiches Angebot verschiedener Themenpfade</li> <li>- Kompetente Koordination durch das Tourismus Forum</li> <li>- Karte mit den jeweiligen Routen der Wanderwege</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Schwächen (Weaknesses)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Limitiertes Budget</li> <li>- Personalaufgebot zu gering</li> <li>- Regelmässige Instandhaltung ist momentan nicht gegeben</li> <li>- Zu wenig „Hintergrundgeschichte« rund um die Themenpfade</li> <li>- Nicht ausreichende Infrastruktur</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Chancen (Opportunities)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wandern erlebt einen Imagewandel, Attraktivität steigt</li> <li>- Souvenirläden mit den jeweiligen Themenpfaden verbinden</li> <li>- Möglicherweise IT-Integration</li> <li>- Verbindung mit nahegelegenen Parkplätzen, Toiletten, Restaurants, Hotels, etc.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Gefahren (Threats)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tendenz zum Vandalismus durch die öffentliche Begehbarkeit</li> <li>- Es besteht kein Interesse an den Themenpfaden</li> <li>- Konkurrenz beansprucht die potenziellen Kundengruppen</li> <li>- Die neuen Konzepte befriedigen die Bedürfnisse der Zielgruppe nicht</li> <li>- Littering</li> </ul>
<b>Umweltanalyse (externe Faktoren)</b>	

### Massnahmen (Strategien):

S / O	Mit Hilfe der primären Marktforschung, kann die Sinnhaftigkeit des Einsetzens von Souvenirläden, IT-Integrationen, nahegelegenen Parkplätzen, etc. evaluiert werden. Durch eine gezielte und kompetente Koordination von finanziellen Mitteln, aber auch durch personelle Qualität, werden die Restaurants und Souvenirläden Umsätze erzielen.
S / T	Die Erfolgskonzepte der Konkurrenz sind nicht adaptierbar (beispielsweise aus geographischen Gründen).  Der stadtnahe Standort korreliert unbestritten mit einer Steigerung des Vandalismus, da die Örtlichkeiten während der nächtlichen Ruhe nicht gewartet werden.  Der Preis für die Wanderkarte kann von den Besuchenden als ungerechtfertigt aufgefasst werden, wodurch die Produktionskosten nicht gedeckt würden.
W / O	Der Imagewandel führt neue Besucherinnen und Besucher und potenzielle Kunden auf die Themenpfade, welche von dem Gastronomieangebot und dem Aufkommen der Souvenirshops gebraucht machen, was direkten Einfluss auf die finanziellen Mittel hat.
W / T	Investitionsprojekte werden durch Vandalismus entwertet und können durch die fehlenden finanziellen Mittel nicht erneuert werden. Durch die fehlende Einzigartigkeit (Abhebungsmerkmal von der Konkurrenz) der Themenpfade, verlieren diese an Attraktivität bei den Besuchenden.

**Anhang Nr. 4: Erfahrungsbericht Teamausflug beim «Muggestutz»**

<b>ERFAHRUNGSBERICHT TEAMAUSFLUG</b>	
<b>Projekt</b>	<i>Evaluation der Themenpfade für die Tourismus-Region Schwarzbubenland</i>
<b>Ausflugsinhalt</b>	<i>Teamausflug zum «Muggestutz» in Meiringen-Hasliberg als Exempel eines gut funktionierenden Themenpfades</i>
<b>Datum</b>	<i>Mittwoch, 11. Oktober 17</i>
<b>Projektbetreuer</b>	<i>Mark Ringier</i>
<b>Auftraggeberschaft</b>	<i>Forum Schwarzbubenland</i>
<b>Verfasser</b>	<i>Roberto Silva</i>

<b>1</b>	<p><b>Zielerreichung</b></p> <p>Die geplanten Ziele des Ausfluges wurden wie folgt festgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eindrücke über die Wanderwege der Region Meiringen-Hasliberg sammeln und aneignen</li> <li>▪ Verstehen, weshalb der Wanderweg «Muggestutz» einen solchen Erfolg und eine solche Beliebtheit genießt</li> <li>▪ Mögliche Adaptierungen in die Themenpfade des Schwarzbubenlandes erkennen und definieren</li> <li>▪ Anhand des Interviews mit Simon Schmid (Leiter Marketing «Muggestutz» und Bergbahnen Meiringen-Hasliberg) wichtige Indizien erkennen, die einen Themenpfad erfolgreich machen</li> </ul> <p>Die gesteckten Ziele wurden wie folgt erreicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Am 11. September 2017 besuchte die Projektgruppe die beliebte Wanderregion Meiringen-Hasliberg. Diese Region und ihre Wanderwege erfreuen sich, u. A. aufgrund des Themenpfades «Muggestutz», grosser Beliebtheit. Die Gruppe hat durch den Ausflug (Interview und Wanderung) in diese Region, wichtige Ansätze eines funktionierenden und erfolgreichen Themenpfades erkennen können.</li> <li>▪ Im Rahmen unseres Ausfluges war vorgängig ein Interview mit dem Marketingleiter geplant. Anschliessend durften wir einen Selbsttest machen und den Themenpfad selber beschreiten. Die Schlussfolgerungen dabei haben uns gezeigt, weshalb der Themenpfad «Muggestutz» diesen Erfolg feiert.</li> </ul>
----------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Obwohl wesentliche Unterschiede in vielen Bereichen zwischen den Themenpfaden des Schwarzbubenlandes und denen der Region Meiringen-Hasliberg zu erkennen sind, konnten wir bedeutungsvolle mögliche Adaptierungen definieren.</li> <li>▪ Mit dem bereits erwähnten Interview, konnten wir allgemeine Lösungsansätze ausarbeiten, welche die Beliebtheit unbestimmter Themenpfade erhöhen können. D.h. es gibt wesentliche Punkte, die einen Themenpfad populärer machen.</li> </ul>
<p><b>2</b></p>	<p><b>Detailbericht</b> <i>(Randbemerkung: mit «uns» wird unsere Projektgruppe beschrieben)</i></p> <p>Um unsere Kompetenz und unser Verständnis über die Evaluierung der Themenpfade weiter zu stärken, wollte die Auftraggeberschaft, dass wir einen Tagesausflug nach Meiringen-Hasliberg durchführen. Diese Region gilt als eine national beliebte Ski- und Wanderregion und beherbergt ähnliche Umstände wie das Schwarzbubenland. Dabei sorgt der Themenpfad «Muggestutz» – vor allem für Familien – für grossartige Erlebnisse. Aufgrund dessen haben wir unser Augenmerk spezifisch auf diesen Themenpfad gelegt. Der Auftrag hierbei war, dass wir uns einen Einblick in einen funktionierenden und erfolgreichen Themenpfad verschaffen können.</p> <p>Am 11. September 2017 erfolgte dann unser Ausflug. Dieser begann mit einem Interview des Marketingleiters (Simon Schmid) des «Muggestutz» und der dazugehörigen Bergbahnen. In einem Restaurant gleich neben der Bergbahn erfolgte dieses aufschlussreiche Gespräch. Herr Schmid beantwortete unsere Fragen hingebungsvoll und detailliert. Anschliessend übergab uns Herr Schmid Bergbahntageskarten, welche uns Zugang zum Themenpfad «Muggestutz» verschafften.</p> <p>Sehr enthusiastisch und erwartungsvoll beschritten wir den Themenpfad. Wie sich später herausstellte, wurden wir auch nicht enttäuscht. Die Wanderung dauerte ca. 3 Stunden. Entlang des Wanderweges befanden sich Posten, welche verbunden mit der «Muggestutz»-Geschichte, weitere Interaktivität boten. Natürlich waren diese Posten für Kinder ausgelegt. Dennoch werden auch Erwachsene (in diesem Fall unsere Projektgruppe) durch die Liebe zum Detail, der Hingabe und der Kreativität in den Bann der Geschichte gezogen. Der Wanderweg bietet vielerlei Aktivitäten (Spielgelegenheiten, Grillstellen etc.) und ermöglichte traumhafte Ausblicke in Berg- und Talregionen.</p> <p>Nach der Wanderung verpflegten wir uns in einem Panorama-Restaurant ca. 3000 M.ü.M., das etwas höher gelegen war als der «Muggestutz»-Themenpfad.</p> <p>Wohlbedient und zufrieden gingen wir wieder zurück, Richtung Talregion. Dies aber nicht auf konventionelle Art und Weise mit der Bergbahn, sondern mit Trottinets, um dem erleb-</p>

	<p>nisreichen Tag gebührend abzuschliessen.</p> <p>Unten angekommen wurden wir nochmals von Herrn Schmid empfangen und klärten die im Laufe des Tages aufgetauchten Fragen. Danach traten wir den Heimweg an.</p>
<b>3</b>	<p><b>Schlussfolgerungen / Erkenntnisse</b></p> <p>Erkenntnisse aus dem Interview mit Herrn Schmid:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Der «Muggestutz»-Wanderweg ist nur durch viel Hingabe und Herzblut so erfolgreich geworden</li><li>▪ Dekorationen sind traditionell und mit natürlichen Materialien hergestellt worden und auf Interaktivität gerichtet → Kinder lieben es zu spielen → sorgt für bessere Erlebnisse → dies wiederum sorgt dafür, dass diese Kinder eventuell selber später mit ihren Kindern kommen</li><li>▪ Die Hintergrundgeschichte «Muggestutz» verleiht dem Pfad eine höhere Attraktivität → dazugehörige Lesebücher (von einer Anwohnerin kostenlos entworfen!) steigern das Interesse von Kindern und somit auch von deren Eltern</li><li>▪ Der Unterhalt der Wanderwege der Region Meiringen-Hasliberg wird vollständig durch die Bergbahneinnahmen finanziert</li><li>▪ Die Pfadbetreiber werden lediglich mit einer Jahreskarte für die Bergbahnen entlohnt → zeigt die Hingabe und Verbundenheit der Pfadbetreiber</li><li>▪ Ca. 10 freiwillige Helfer und 4-5 Berufstätige 40 bis 60%-Stellen (Berufstätige werden von den Gemeinden finanziert) → Freiwillige entsorgen Abfall und säubern die Wanderwege, Berufstätige erledigen jene Arbeit, welche handwerkliches Geschick benötigt</li><li>▪ Die Wanderwege werden mehrmals wöchentlich kontrolliert</li><li>▪ Die erwähnten Angestellten sind nur während der Sommersaison angestellt (Wanderwege schliessen im Winter → Gebiet wird zum Skigebiet → andere Betreiber)</li><li>▪ Ca. 50'000 Besucherinnen und Besucher pro Jahr (lediglich Wanderwege)</li><li>▪ Durch die ansteigende Beliebtheit und den Besucherzuwachs steigt die «soziale Kontrolle», d.h. Besucherinnen und Besucher verursachen weniger Schäden und Abfälle weil weitere Besuchende auch anwesend sind</li><li>▪ Da die Wanderwege fast nur mit der Bergbahn zu erreichen sind, gibt es auch nur wenige Vandalismusfälle → an Zeiten, welche nur wenige Besuchende aufweisen würde, ist die Bergbahn geschlossen und wenn sie offen ist, herrscht wieder die «soziale Kontrolle»</li><li>▪ Themenpfade müssen authentisch sein → Verbundenheit zur Region muss da sein, es</li></ul>

muss «sinnvoll» sein

Erkenntnisse aus unserer Wanderung:

- Die Region Meiringen-Hasliberg bietet einen unglaublichen Ausblick in Naturregio-  
nen → schöne Berg- und Tallandschaften
- Das Merchandising des Themenpfades «Muggestutz» ist sehr ausgeprägt → viele  
Produkte → sehr beliebt
- Wanderwege sind in ausgezeichnetem Zustand → hohe Instandhaltung → Pfadbe-  
treiber arbeiten sehr sorgfältig
- Die Posten entlang des Wanderweges bieten viel Liebe zum Detail → Verbunden-  
heit
- Viele Interaktivitätsmöglichkeiten, vor allem für Kinder → es wird sehr auf Kinder  
gezielt → Kinder glücklich = Eltern glücklich → fördert Mund-zu-Mund-Propaganda
  
- Die Zeitdauer der Wanderung entspricht etwa der Zeit, die ein Kind darauf verbrin-  
gen möchte/kann
- Wanderwege bieten gleichzeitig auch genug Entspannungsmöglichkeiten
- Wanderwege bieten verschiedenste Aktivitäten → Badegelegenheiten, Trottnetfahrt  
etc.
- Infrastruktur ist sehr gut ausgebaut → ÖV und Bergbahnen bilden ein solides Netz-  
werk.
- Viele der erwähnten Punkte können in die Themenpfade des Schwarzbubenlandes  
adaptiert werden

## Anhang Nr. 5: Konkurrenzanalyse Klangwald

### KONKURRENZANALYSE KLANGWALD

<b>Projekt</b>	<b><i>Evaluation der Themenpfade für die Tourismus-Region Schwarzbubenland/Laufental</i></b>
<b>Phase</b>	<b><i>Realisierungsphase</i></b>
<b>Datum</b>	<b><i>Dienstag, 11. November 17</i></b>
<b>Verfasser</b>	<b><i>Kevin Truong</i></b>

**Name:** Klangwald Lohn  
**Adresse:** 7433 Lohn (GR), Schweiz  
**Kontakt:** d.beeli@gmx.ch; +41 (0)81 661 20 16  
**Öffnungszeiten:** Mai bis November  
**Preis:** Frei zugänglich  
**Website:** <http://www.klangwald.lohn-gr.ch>

#### Einführung

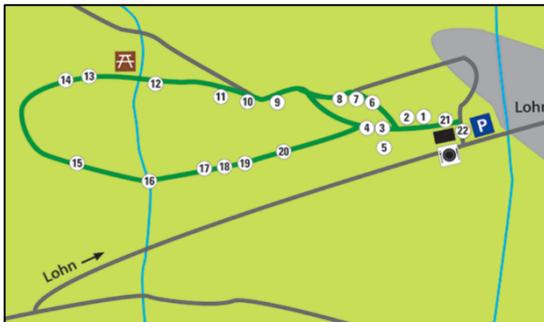
Der Klangwald Lohn ist, wie die Themenpfade im Schwarzbubenland/Laufental, ein Themenpfad. Der Klangwald wurde im Jahre 2005 im Rahmen eines Kulturprojekts gegründet. Er liegt am Schamserberg (GR) und wie die Themenpfade im Schwarzbubenland/Laufental, ist der Klangwald kostenlos zugänglich. Der Klangwald wird von der Firma Mamilade Ausflugsziele verwaltet. Die «Mamilade Ausflugsziele» ist das grösste Portal für Ausflugsziele im deutschsprachigen Raum.

#### Der Themenpfad Klangwald

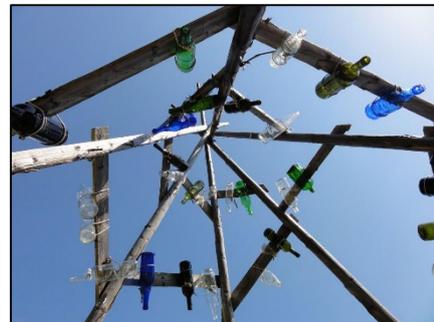
Der Klangwald wurde als Rundweg angelegt und liegt zwischen Lohn und Mathen (*siehe Abb.*). Er ist ungefähr zwei Kilometer lang und dauert insgesamt etwa eine Stunde. Die Ortschaft ist sowohl mit dem Auto, als auch mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar. Geräusche, Klänge und Töne sind das Thema des Wanderwegs, welcher aus 22 Klangobjekten besteht. Viele Geräusche entstehen mit dem Wind, einige können die Besucherinnen und Besucher jedoch selbst erzeugen.

## Adaptierungsmöglichkeiten

- Dadurch, dass der Pfad als Rundweg (*siehe Abb. 1*) angelegt wurde, ist der Start- und Endpunkt derselbe. Dies vereinfacht die An- und Heimreise mit dem Auto.
- Durch das Betätigen der Klangobjekte entsteht eine unterhaltsame Interaktivität (*siehe Abb. 2 und 3*).
- Der Pfad wird durch die öffentlichen Verkehrsmittel regelmässig bedient.
- Damit «Mamilade Ausflugsziele» Spenden erhalten kann, hat sie auf ihrer Website ihre Bankdaten angegeben.
- Die Anreise wird auf der Internetseite detailliert beschrieben.
- Der Themenpfad ist nur 2 Kilometer lang und deswegen für Kinder jeden Alters geeignet.



Route Klangwald



Klangobjekte



Weitere Klangobjekte

## Schlussfolgerung

Durch die Interaktivität und die gute Instandhaltung des Klangwaldes, ist der Themenpfad ein beliebtes Tagesausflugsziel für Familien mit Kindern. Die Recherche hat ergeben, dass viele Adaptionismöglichkeiten für die Tourismusregion Schwarzbubenland/Laufental bestehen und diese allenfalls in Betracht gezogen werden können.

## Anhang Nr. 6: Konkurrenzanalyse Foxtrail

<b>KONKURRENZANALYSE-FOXTRAIL</b>	
<b>Projekt</b>	<i>Evaluation der Themenpfade für die Tourismus-Region Schwarzbubenland/Laufental</i>
<b>Phase</b>	<i>Realisierungsphase</i>
<b>Datum</b>	<i>Mittwoch, 29. November 17</i>
<b>Verfasser</b>	<i>Raphael Vecchi</i>

**Name:** Foxtrail  
**Kontakt:** mail@foxtrail.ch  
**Öffnungszeiten:** ganzjährlich/jederzeit  
**Preis:** ab 16.- CHF pro Person  
**Website:** <https://www.foxtrail.ch>



Logo Foxtrail

### Einführung

Eine Hypothese aus dem Marktforschungskonzept besagt, dass erfolgreiche Konzepte bestehender Themenpfade adaptiert werden können. Foxtrail ist Vorreiter in Sachen digitaler Integration in Erlebniswege. Wie in den Zwischenauswertungen der Umfragen zu erkennen ist, ist diese digitale Integration in die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental ein Anliegen der Besuchenden, welches intensiv geprüft werden muss. Aus diesem Grund wird hier in der Folge das Erfolgskonzept des Foxtrails analysiert und versucht, Ansätze zu identifizieren, welche für das Projekt von Bedeutung sein können.

### Was ist Foxtrail?

Foxtrail steht für das spielerische Erleben einer Stadt und wird in zehn sogenannten Revieren, also Regionen, angeboten. Insgesamt stehen 45 verschiedene Trails zur Verfügung. Alleine in der Region Basel können die Besuchenden zwischen fünf unterschiedlichen Angeboten wählen.

Die Trails werden online gebucht und die Abwicklung verläuft komplett digital und automatisch. Somit sparen sich die Anbieter die zeitlichen und finanziellen Aufwendungen für persönliche Betreuung der Kunden. Einmal gebucht, erhalten die Besucherinnen und Besucher alle wichtigen Informationen per Mail, sowie Zugangsbadge auf postalischem Weg zugeschickt.

Die Besuchenden können nun die Trails an den von ihnen gewählten Zeiten begehen und die Stadt bei einem einzigartigen Erlebnis entdecken. Die Trails führen an bekannten Sehenswürdigkeiten vorbei, wie aber auch durch abgelegene und vergessene Gassen. So können auch Einheimische die Trails begehen und ihre Stadt neu entdecken und erleben.

Das Mobiltelefon ist dabei ein wichtiger Begleiter, denn es wird immer wieder gebraucht, um einen Ort zu inspizieren, Informationen zu suchen oder ein Foto zu schießen. Die digitale Integration ist ein fester Bestandteil der Trails und ermöglicht das spielerische Erleben auf dem Weg durch die Städte.

### **Adaptierungsmöglichkeiten**

- Die Besucherinnen und Besucher können die Trails online buchen. Durch die zugestellten Badges, welche erst die Begehung der Wege ermöglicht, wird sichergestellt, dass der Foxtrail nicht missbraucht und jeder Kunde den entsprechenden Preis bezahlt, um das Angebot zu nutzen.
  - ➔ Die digitale Integration, also dass die Wege erst durch den Einsatz der mobilen Endgeräte richtig erlebt werden können, ermöglicht den Betreibern eine konstante Einnahmequelle.
- Die Themenwege brauchen die digitale Integration, um die junge Kundschaft anzuziehen. Kinder lernen heute schon von klein auf den Umgang mit dem Smartphone. Wenn die Themenwege die Möglichkeit bieten, dieses einzusetzen, um das Erlebnis mit der digitalen Ebene zu unterstützen, so wird die Freude der jungen Besucherinnen und Besucher gesteigert.
- Die digitale Infrastruktur muss vorhanden sein. So können zum Beispiel an den vorgesehenen Orten auf dem Themenweg QR-Codes angebracht werden, welche eine Karte oder ähnliches öffnen. Es können jedoch auch Apps zur Verfügung gestellt werden, die zum Beispiel an Stelle eines Buches die Geschichte rund um den Themenpfad erzählt. Somit könnten Videos und Spiele in das Erlebnis eingebunden werden.

### **Schlussfolgerung**

Foxtrail macht es vor. Die mobilen Endgeräte bieten eine ideale Möglichkeit, das Erlebnis zu unterstützen. Dies muss keinesfalls auf Kosten des «realen» Erlebnisses sein. Es ist jedoch nötig, die Infrastruktur so aufzubauen, dass die Besucherinnen und Besucher die Freude an der zweiten, digitalen, Ebene nicht verlieren und das Angebot entsprechend nutzen. Die digitale Integration bietet somit eine grosse Chance, muss jedoch mit viel Aufwand aufgeleitet und betrieben werden, um nicht zur Gefahr zu werden.

## Anhang Nr. 7: Konkurrenzanalyse trailnet.ch

### KONKURRENZANALYSE TRAILNET.CH

<b>Projekt</b>	<b>Evaluation der Themenpfade für die Tourismus-Region Schwarzbubenland/Laufental</b>
<b>Phase</b>	<b>Realisierungsphase</b>
<b>Datum</b>	<b>Samstag, 11. November 17</b>
<b>Verfasser</b>	<b>Roberto Silva</b>

**Name:** Trailnet.ch (Bikenetzwerk)  
**Kontakt:** René Schenker / Email: rene@trailnet.ch  
**Öffnungszeiten:** ganzjährlich/jederzeit  
**Preis:** Frei zugänglich  
**Website:** <https://www.trailnet.ch>



Logo trailnet.ch

#### Einführung

An der Tourismus Konferenz Laufental Schwarzbubenland 2017 konnte unsere Projektgruppe der Präsentation von Kevin Suhr über die trailnet.ch-Organisation beiwohnen. Aus dieser Präsentation resultierte die Idee, dass einige für Mountainbike-Trails nötige Vorkehrungen/Voraussetzungen auch für die Themenpfade des Schwarzbubenlandes nützlich sein könnten. Zusätzlich beherbergt die Sektion Nordwestschweiz von trailnet.ch, etwa die gleichen geografischen und lokalen Herausforderungen wie die Themenpfade. Deshalb, und um das «Out-of-the-box-thinking» zu verstärken, erfolgte diese unübliche Konkurrenzanalyse, mit der Hoffnung auf Adaptionmöglichkeiten für die Themenpfade zu stossen.

#### Was ist trailnet.ch?

Trailnet.ch ist eine Organisation bestehend aus einheimischen Mountainbikern, mit dem ursprünglichen Ziel die Bedürfnisse der lokalen Bike-Gemeinschaft zu vertreten. Durch ihre starke Etablierung und der gekonnten Bewältigung von bisherigen Herausforderungen, verfügt trailnet.ch heute über breites Know-how im Bereich der



Karte der bestehenden sowie möglichen Mountainbike-Trails in der Region Basel

Planung, Bewilligung und Realisation von Bike-Strecken, Pumptracks und Dirtparks. Bei den oft langwierigen Bewilligungsverfahren führt trailnet.ch die Verhandlungen und ist Partner von Eigentümern und Behörden. trailnet.ch bietet praxiserprobte Lösungen für sämtliche Herausforderungen, die aus dem stetig wachsenden Bedürfnis nach Bike-Infrastruktur entstehen. Heute vereint trailnet.ch Mountainbike-Infrastrukturen und Communitys in vier Kantonen unter einem gemeinsamen Dach.

Trailnet.ch ist eine Non-Profit Organisation. Der Vorstand arbeitet unentgeltlich und ehrenamtlich und es fallen keine Verwaltungskosten an. Geleitet wird trailnet.ch durch den Vorstand mit den üblichen Organen, welche durch die Sektionsleiter, die Fachstelle und die internen Services ergänzt werden. Die Sektionen sind als eigenständige Vereine aufgestellt und führen ihre Geschäfte in Absprache, aber unabhängig.

### **Adaptierungsmöglichkeiten**

Aus der Präsentation und Auseinandersetzung mit den Mountainbike-Trails resultieren folgende Adaptierungsmöglichkeiten:

- Events erhöhen die Attraktivität und die Bekanntheit.
  - auf den Mountainbike-Trails werden vermehrt Familienanlässe organisiert, dies führt zu grösser Bekanntheit und somit mehr Besuchende
- Es braucht Initiative und Engagement von nahegelegenen Institutionen.
  - Restaurants, Shops und Bergbahnen könnten durch eine verstärkte Selbstbeteiligung von den neu gewonnenen Besuchenden auch profitieren
- Kommunikation ist existenziell und muss gefördert werden.
  - die Trailnet.ch errichtet um ihre Trails Communities, in welcher alle Interessenten und Organisatoren einen regen Austausch pflegen
  - dies fördert die Zusammenarbeit und man kann auf die lokalen Bedürfnisse zeitnah reagieren
- Bei der Kommunikation ist Geduld und ein gewisses Mass an Einfühlungsvermögen nötig.
  - die Aufsetzung neuer Trails und derer nachhaltiger Instandhaltung ist ein langwieriger Prozess. Dies benötigt daher Geduld und Kooperationsbereitschaft
- Infrastruktur ist sehr wichtig
  - gut angeschlossene und instandgehaltene Trails haben mehr Erfolg

## **Schlussfolgerung**

Anhand der obenerwähnten Punkte lässt sich leicht erkennen, dass unsere Vermutung sich bewahrheitet hat. Die Mountainbike-Trails stehen vor ähnlichen Voraussetzungen und Herausforderungen wie die Themenpfade des Schwarzbubenlandes. Aus diesem Grund sind auch die Adaptierungsmöglichkeiten zahlreich und für uns anwendbar, wobei einige uns bereits im Voraus aus anderen Untersuchungen bekannt waren.

**Anhang Nr. 8:      Erfahrungsbericht      Teamausflug      «Tourismuskonferenz  
2017»**

<b>ERFAHRUNGSBERICHT TEAMAUSFLUG</b>	
<b>Projekt</b>	<i>Evaluation der Themenpfade für die Tourismus-Region Schwarzbubenland</i>
<b>Ausflugsinhalt</b>	<i>Tourismuskonferenz Laufental Schwarzbubenland 2017</i>
<b>Datum</b>	<i>Samstag, 11. November 17</i>
<b>Projektleiter</b>	<i>Raphael Vecchi</i>
<b>Auftraggeberschaft</b>	<i>Forum Schwarzbubenland</i>
<b>Verfasser</b>	<i>Roberto Silva</i>

<b>1</b>	<p><b>Zielerreichung</b></p> <p>Die geplanten Ziele des Ausfluges/der Konferenz wurden wie folgt festgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vorstellung der Studierendengruppe vor Interessenten beziehungsweise «Gleichgesinnten»</li> <li>▪ Beschreibung der Aufgaben und Ziele unseres Projektes</li> <li>▪ Beschreiben der jetzigen Situation sowie der nächsten Schritte (Herangehensweise)</li> <li>▪ Allen an der Tourismuskonferenz teilnehmenden Interessenten Einblicke in unser Vorhaben aufzeigen</li> <li>▪ Networking und Wissensaustausch mit anderen Interessenten oder «Gleichgesinnten»</li> <li>▪ Eindrücke in andere Themengebiete des «Forum Schwarzbubenland» gewinnen</li> </ul> <p>Die gesteckten Ziele wurden wie folgt erreicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Am 26. Oktober 2017 besuchte unsere Projektgruppe die Tourismuskonferenz Laufental Schwarzbubenland 2017</li> <li>▪ Im Rahmen dieser Tourismuskonferenz hielt unsere Projektgruppe zusätzlich eine Präsentation die obenstehende Ziele beantwortete</li> <li>▪ Vor und nach unserer Präsentation, stellten andere Teilnehmende ihre Projekte vor</li> <li>▪ Anschliessend erfolgte eine Gruppendiskussion mit allen Teilnehmenden</li> <li>▪ Letztlich fand nach den Präsentationen und Diskussionen ein Apéro statt; dieser diente dem Informations- sowie Meinungs austausch</li> </ul>
----------	--

## 2 Detailbericht

*(Randbemerkung: mit «uns» wird unsere Projektgruppe beschrieben)*

Alljährlich veranstaltet das «Forum Schwarzbubenland» die Tourismuskonferenz Laufental Schwarzbubenland. Diese Veranstaltung ist eine Zusammentragung und Vorstellung der im Moment anstehenden Projekte in der Region, sowie die deren Verantwortlichen oder Beteiligten. Dabei erläutern die einzelnen Projektgruppen/-leitende ihre Ansätze, Standpunkte und ihr weiteres Vorgehen.

Anhand dieser Aspekte, wollte auch unsere Auftraggeberschaft, dass wir eine Präsentation abhalten, in welcher wir unsere Gruppe vorstellten und die Ziele, wie auch die Herangehensweise näher erläutern.

Am 26. Oktober 2017 erfolgte die Tourismuskonferenz in der Kulturschüre in Blauen. Die Location war zwar etwas abgelegen und leicht überschaubar, dennoch hatte es mit ihrem chaletartigen Aufbau ein einzigartiges und heimischeres Flair.

Die Konferenz begann mit einer aufschlussreichen Einführung durch Tobias Eggimann, dem Geschäftsführer von Baselland Tourismus. Gleich anschliessend waren wir mit unserer Präsentation über die **Evaluation der Themenpfade für die Tourismus-Region Schwarzbubenland Laufental** dran. Ohne dabei angeben zu wollen, können wir behaupten, dass unsere Präsentation sehr solide war und sicherlich die obenerwähnten Punkte, voll und ganz beantwortete.

Anschliessende konnte Felix Stähli, den **neu aufgesetzten Planetenweg** (auch ein Themenpfad) und dessen Umsetzung vorstellen. Damit war auch das Follow-Up des letzten Jahres abgeschlossen. Wichtig ist hier noch zu erwähnen, dass unsere Projektgruppe durch Beschluss der letztjährigen Tourismuskonferenz engagiert wurde und daher als Follow-Up des letzten Jahres zählt.

Danach folgten drei weitere interessante Beiträge, die neue Zukunftsvisionen vorstellten. Die Themen der Beiträge lauteten:

- **See Seewen**, vorgestellt von Prof. Dr.-Ing Henning Lebrecht, Leitung Fachbereich Wasserbau und Wasserwirtschaft FHNW
  - ➔ Ist ein künstlich angelegter See in Seewen wie einst möglich?
- **Fussgängerbrücke Mariastein-Hofstetten**, vorgestellt von Gelgia Herzog, Geschäftsleiterin «Forum Schwarzbubenland», die Stellvertretend für Hans Schulter, Präsident Energie- und Umweltkommission Hofstetten Flü, einsprang.
  - ➔ Eine Fussgängerbrücke über das Tal zwischen Mariastein und Hofstetten soll entstehen und den Übergang für alle erleichtern

	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Mountainbike-Trails in der Region Basel</b>, vorgestellt von Kevin Suhr, Mitverantwortlicher Trailnet Region Basel<ul style="list-style-type: none"><li>➔ Können weitere Mountainbike-Trails in der Region aufgelegt werden? Welche Voraussetzungen sind dabei nötig?</li></ul></li></ul> <p>Zu guter Letzt, stand noch eine Gruppendiskussion an. Alle Teilnehmenden sollten dabei angeregt werden, die wichtigsten Beschlüsse beziehungsweise Aspekte aus der Konferenz zu definieren, um weitere Schritte für die Verbesserung des Tourismus der Region Laufental Schwarzbubenland in die Wege zu leiten. Jedoch konnte kein klares Fazit gezogen werden, da die neu vorgestellten Projekte, sich noch alle in ihrer Anfangsphase befinden und ihre Zukunft nur sehr wage vorherzusehen ist.</p>
<b>3</b>	<b>Schlussfolgerungen / Erkenntnisse</b> <p>Durch die Teilnahme an der Tourismuskonferenz resultierten für uns folgende Erkenntnisse:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Die Region Schwarzbubenland/Laufental ist bzgl. ihrer Tourismusaktivitäten in ständiger Bewegung → es werden immer neue Projekte aufgelegt, welche die Attraktivität der Region steigern soll → Innovation und Kreativität werden gefördert</li><li>▪ Die Region Schwarzbubenland/Laufental bietet vielerlei Ausbauungspotentiale für Touristenattraktionen, welche möglicherweise an unsere Themenpfade adaptiert/angeschlossen werden könnten</li><li>▪ Durch dieses enorme Potential an Möglichkeiten, ist unser Horizont an «Out-of-the-Box-thinking» weiter erweitert worden → Konkurrenzanalyse Mountainbike-Trails</li><li>▪ Die Meinungen und Inputs der Fachspezialisten an der Konferenz, die wir durch die Diskussion und den Austausch beim Apéro gewinnen konnten, sind sehr aufschluss- und hilfreich</li><li>▪ Die Tourismuskonferenz gewährte uns Einblick in andere Projekte und veranschaulichte uns wie unser Projekt weiter verbessern und ausbauen können</li></ul>

## Anhang Nr. 9: Fragebogen an Privatpersonen

### Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 1/18 0%



### Ihre Meinung ist uns wichtig! Helfen Sie bei der Mitgestaltung der Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental!

Sehr geehrte Damen und Herren

Im Rahmen einer Projektarbeit an der Fachhochschule Nordwestschweiz, haben fünf Studierende im 5. Semester des Betriebsökonomiestudiums einen Auftrag des Forums Schwarzbubenland/Laufental erhalten.

Ziel dieser Projektarbeit und deren vorliegenden Befragung ist es, durch Marktforschung die bestehenden regionalen Themenpfade zu untersuchen und Verbesserungspotenziale zu evaluieren.

Bitte beantworten Sie alle Fragen vollständig. Vertrauen Sie auf Ihr erstes Gefühl. Es gibt keine richtigen und falschen Antworten! Die Antworten werden selbstverständlich anonym und vertraulich behandelt. Die Bearbeitung dieses Fragebogens dauert max. 15 Minuten.

Mithilfe Ihrer Teilnahme können Sie bei der Gestaltung der regionalen Themenpfade mitwirken, um deren Attraktivität zu steigern!

Falls Fragen und Unklarheiten auftreten sollten, können Sie sich jederzeit an uns wenden.

Wir bedanken uns im Voraus für Ihre Hilfe!

Freundliche Grüsse

Die Studierenden der FHNW

Kontakt:

[marcos.novoa@students.fhnw.ch](mailto:marcos.novoa@students.fhnw.ch)

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 2/18

6%

### 1. Welche der aufgelisteten Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental kennen Sie? \*

- Geologische Wanderung (Bärschwil)
- Kloster-, Kraftorte- und Industrie-Tour (Mariastein, Beinwil, Arlesheim, Seewen)
- Solothurner Waldwanderungen (Büsserach)
- Architekturpfad (Dornach)
- Karstlehrpfad Kaltbrunnental-Brislachallmet (Grellingen)
- Chirsiweg Nuglar-St. Pantaleon
- Waldlehrpfad (Nunningen)
- Burgenwanderung mit Audioguide (Münchenstein - Laufen)
- Heidi-Erlebnisweg (Dornach)
- Rundgang Lingenberg (Büsserach)
- Schellenursliweg (Bärschwil)
- Planetenweg (Laufen)
- Legionärspfad (Nunningen)
- Jubiläumsweg (Laufen)
- KEINEN

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'



Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 3/18

11%

### 2. Wie sind Sie auf die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental aufmerksam geworden? \*

- Printmedien
- Internet
- Freunde / Bekannte
- Familie / Verwandte
- Schule
- Tourismusorganisationen
- Sonstiges:

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'



Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 4/18

17%

### 3. Wie oft besuchen Sie mindestens einen regionalen Themenpfad pro Jahr?

- gar nicht
- 1 bis 2 Mal
- mehr als 3 Mal

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 5/18

22%

### 4. Welche Themenpfade haben Sie in den letzten Jahren besucht? \*

	1 bis 2 Jahre	3 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	noch nie besucht
Geologische Wanderung (Bärschwil)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kloster-, Kraftorte- und Industrie-Tour (Mariastein, Beinwil, Arlesheim, Seewen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Solothurner Waldwanderungen (Büsserach)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Architekturpfad (Dornach)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Karstlehrpfad Kaltbrunnental-Brislachallmet (Grellingen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chirsiweg Nuglar-St. Pantaleon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Waldlehrpfad (Nunningen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Burgenwanderung mit Audioguide (Münchenstein - Laufen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Heidi-Erlebnisweg (Dornach)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rundgang Lingenberg (Büsserach)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schellenursliweg (Bärschwil)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Planetenweg (Laufen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Legionärspfad (Nunningen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jubiläumsweg (Laufen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 6/18

28%

### 5. Wie zufrieden waren Sie mit dem letzten Besuch folgender Themenpfade? \*

	sehr zufrieden	zufrieden	eher unzufrieden	unzufrieden	kann ich nicht beurteilen
Geologische Wanderung (Bärschwil)	<input type="radio"/>				
Kloster-, Kraftorte- und Industrie-Tour (Mariastein, Beinwil, Arlesheim, Seewen)	<input type="radio"/>				
Solothurner Waldwanderungen (Büsserach)	<input type="radio"/>				
Architekturpfad (Dornach)	<input type="radio"/>				
Karstlehrpfad Kaltbrunnental-Brislachallmet (Grellingen)	<input type="radio"/>				
Chirsiweg Nuglar-St. Pantaleon	<input type="radio"/>				
Waldlehrpfad (Nunningen)	<input type="radio"/>				
Burgenwanderung mit Audioguide (Münchenstein - Laufen)	<input type="radio"/>				
Heidi-Erlebnisweg (Dornach)	<input type="radio"/>				
Rundgang Lingenberg (Büsserach)	<input type="radio"/>				
Schellenursliweg (Bärschwil)	<input type="radio"/>				
Planetenweg (Laufen)	<input type="radio"/>				
Legionärspfad (Nunningen)	<input type="radio"/>				
Jubiläumsweg (Laufen)	<input type="radio"/>				

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 7/18

33%

### 6. Wie sehr treffen folgende Aussagen über Ihren Besuch der Themenpfade auf Sie zu? Bewerten Sie von 6 für "trifft sehr zu" bis 1 für "trifft überhaupt nicht zu". \*

	6	5	4	3	2	1	kann ich nicht beurteilen
Die Themenpfade waren vom zeitlichen Aufwand her angemessen.	<input type="radio"/>						
Die Themenpfade waren abwechslungsreich.	<input type="radio"/>						
Die Themenpfade waren in einem gepflegtem Zustand.	<input type="radio"/>						
Die Themenpfade waren spannend aufgebaut.	<input type="radio"/>						
Die Themenpfade waren körperlich nicht zu anstrengend.	<input type="radio"/>						

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 8/18

39%

### 7. Wie sehr treffen folgende Aussagen über die Infrastruktur der Themenpfade auf Sie zu? \*

	sehr wichtig	wichtig	eher unwichtig	egal
Nahegelegene Parkplätze sind für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nahegelegene ÖV-Anschlüsse sind für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nahegelegene Toiletten sind für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nahegelegene Übernachtungsmöglichkeiten sind für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nahegelegene Schliessfächer sind für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mehrere Themenpfade, die von einem Startpunkt aus begehbar sind, sind für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nahegelegene Restaurants/Kneipen sind für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unterhaltene Grillstellen und Picknickplätze sind für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 9/18

44%

### 8. Wären Sie bereit für einen qualitativ hochwertigen Themenpfad einen Eintrittspreis zu bezahlen? \*

- Ja
- Nein

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 10/18

50%

### 9. Wenn ja, wie viel?

Bsp.: 1,50  CHF

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 11/18 56%

10. Welcher Typ Themenpfad fehlt Ihrer Meinung nach oder wünschen Sie sich? (z.B. Zwergenpfad, Ritterpfad, usw.)

Zurück [Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'](#) **2ask** Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 12/18 61%

11. Würden Sie einen Souvenirshop nutzen? \*

- Ja
- Nein

Zurück [Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'](#) **2ask** Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 13/18 67%

12. Wie viel wären Sie bereit, für die folgenden themenpfadspezifischen Artikel zu bezahlen?

	CHF 0.-- bis 5.--	CHF 6.-- bis 15.--	CHF 16.-- bis 25.--	CHF 26.-- bis 35.--
T-Shirt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mützen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Plüschtierehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Audio-CD	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brettspiele	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Geschirr (Tassen, etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Zurück [Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'](#) **2ask** Weiter

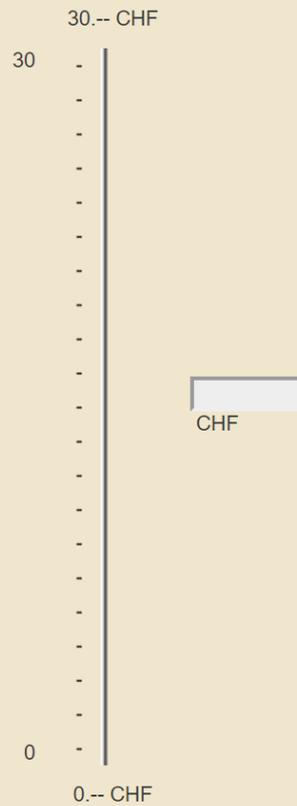
## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 14/18

72%

### 13. Wie viel wären Sie bereit, für eine umfangreiche Karte sämtlicher Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental zu bezahlen? \*

Bitte klicken Sie auf die Skala



Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 15/18

78%

### 14. Was ist ihr jährliches Budget für (Familien-) Freizeitaktivitäten? \*

(Bsp.: 1500)  -- CHF

### 15. Wie viel Anfahrtszeit wären Sie bereit, für einen eintägigen bzw. zweitägigen Ausflug aufzubringen? \*

Eintägiger Ausflug (Bsp.: 1,5)  Stunde(n)

Zweitägiger Ausflug (Bsp.: 1,5)  Stunde(n)

### 16. Würden Sie eine digitale Integration (z.B. App über die Themenpfade) begrüßen oder wollen Sie solche Ausflüge ohne digitale Faktoren genießen? Und warum? \*

Zurück

[Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'](#) **2ask**

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 16/18

83%

### 17. Hätten Sie sonstige Vorschläge, die Sie den Pfadbetreibern machen wollen?

Zurück

[Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'](#) **2ask**

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 17/18

89%

18. **Unter welchen Voraussetzungen würden Sie beim Wandern, in ein nahegelegenes Restaurant gehen? \***

19. **Unter welchen Voraussetzungen würden Sie in der Region Schwarzbubenland/Laufental übernachten? \***  
*(z.B. Eventparks, tolle Übernachtungsmöglichkeit, zu langer Themenpfad, usw.)*

Zurück

[Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'](#) **2ask**

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 18/18

94%

### 20. Was ist Ihr Geschlecht? \*

- männlich
- weiblich

### 21. Was ist Ihr Zivilstand? \*

- ledig
- verheiratet
- in eingetragener Partnerschaft
- geschieden
- verwitwet

### 22. Wie viele Kinder haben Sie? \*

- 0
- 1 bis 2
- 3 bis 5
- über 5

### 23. Wie lange sind Sie schon in der Region Nordwestschweiz ansässig? \*

- 0 bis 5 Jahre
- 5 bis 10 Jahre
- über 10 Jahre

### 24. Wie alt sind Ihre Kinder? \* *Mehrere Möglichkeiten zum Ankreuzen*

- 0 bis 5 Jahre
- 6 bis 11 Jahre
- 12 bis 15 Jahre
- über 16 Jahre
- keine Kinder

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Absenden

Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

**Vielen Dank für Ihre Teilnahme!**

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben unsere Fragen zu beantworten.

Ihre Antworten helfen uns bei der Evaluation der Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental.

Freundliche Grüsse

Die Studierenden der FHNW

Kontakt:

[marcos.novoa@students.fhnw.ch](mailto:marcos.novoa@students.fhnw.ch)



## Anhang Nr. 10: Fragebogen an Lehrperson

Fragebogen zu den Themenpfaden der Region  
Schwarzbubenland/Laufental

Seite 1/22 0%



**Ihre Meinung ist uns wichtig! Helfen Sie bei der Mitgestaltung der Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental!**

Sehr geehrte Damen und Herren

Im Rahmen einer Projektarbeit an der Fachhochschule Nordwestschweiz, haben fünf Studierende im 5. Semester des Betriebsökonomiestudiums einen Auftrag des Forums Schwarzbubenland/Laufental erhalten. Ziel dieser Projektarbeit und deren vorliegenden Befragung ist es, durch Marktforschung die bestehenden regionalen Themenpfade zu untersuchen und Verbesserungspotenziale zu evaluieren.

Bitte beantworten Sie alle Fragen vollständig. Vertrauen Sie auf Ihr erstes Gefühl. Es gibt keine richtigen und falschen Antworten! Die Antworten werden selbstverständlich anonym und vertraulich behandelt. Die Bearbeitung dieses Fragebogens dauert max. 15 Minuten.

Mithilfe Ihrer Teilnahme können Sie bei der Gestaltung der regionalen Themenpfade mitwirken, um deren Attraktivität zu steigern!

Falls Fragen und Unklarheiten auftreten sollten, können Sie sich jederzeit an uns wenden.

Wir bedanken uns im Voraus für Ihre Hilfe!

Freundliche Grüsse

Die Studierenden der Fachhochschule Nordwestschweiz, Hochschule für Wirtschaft

Kontakt:  
[marcos.novoa@students.fhnw.ch](mailto:marcos.novoa@students.fhnw.ch)

Zurück Umfrage erstellt mit Hilfe von **2ask** Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 2/22

5%

### 1. Welche der aufgelisteten Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental kennen Sie? \*

- Geologische Wanderung (Bärschwil)
- Kloster-, Kraftorte- und Industrie-Tour (Mariastein, Beinwil, Arlesheim, Seewen)
- Solothurner Waldwanderungen (Büsserach)
- Architekturpfad (Dornach)
- Karstlehrpfad Kaltbrunnental-Brislachallmet (Grellingen)
- Chirsiweg (Nuglar-St. Pantaleon)
- Waldlehrpfad (Nunningen)
- Burgenwanderung mit Audioguide (Münchenstein - Laufen)
- Heidi-Erlebnisweg (Dornach)
- Rundgang Lingenberg (Büsserach)
- Schellenursliweg (Bärschwil)
- Planetenweg (Laufen)
- Legionärspfad (Nunningen)
- Jubiläumsweg (Laufen)
- KEINEN

Zurück

[Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'](#) **2ask**

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 3/22

9%

### 2. Wie sind Sie auf die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental aufmerksam geworden? \*

- Printmedien
- Internet
- Freunde / Bekannte
- Familie / Verwandte
- Schule (Lehrplan, Lehrerkollegium, etc.)
- Tourismusorganisationen
- Sonstiges:

Zurück

[Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'](#) **2ask**

Weiter

### Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 4/22 14%

#### 3. Welche Themenpfade haben Sie im Rahmen eines Schulausfluges in den letzten Jahren besucht? \*

	1 bis 2 Jahre	3 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	noch nicht besucht
Geologische Wanderung (Bärschwil)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kloster-, Kraftorte- und Industrie-Tour (Mariastein, Beinwil, Arlesheim, Seewen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Solothurner Waldwanderungen (Büsserach)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Architekturpfad (Dornach)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Karstlehrpfad Kaltbrunnental-Brislachallmet (Grellingen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chirsiweg (Nuglar-St. Pantaleon)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Waldlehrpfad (Nunningen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Burgenwanderung mit Audioguide (Münchenstein - Laufen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rundgang Lingenberg (Büsserach)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Planetenweg (Laufen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jubiläumsweg (Laufen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'

Weiter

### Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 5/22 18%

#### 4. Kommt für Sie ein weiterer Besuch der Themenpfade im Rahmen einer Schulreise oder eines Schulausflugs im Schwarzbubenland/Laufental in Frage? \*

- Ja
- Nein

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'

Weiter

### Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 6/22 23%

#### 5. Warum nicht? \*

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 7/22

27%

### 6. Wie sehr treffen folgende Aussagen über die Infrastruktur der besuchten Themenpfade auf Sie zu? \*

Bewerten Sie von 6 für "trifft sehr zu" bis 1 für "trifft überhaupt nicht zu".

	6	5	4	3	2	1	kann ich nicht beurteilen
Die Themenpfade waren vom zeitlichen Aufwand her angemessen.	<input type="radio"/>						
Die Themenpfade waren abwechslungsreich.	<input type="radio"/>						
Die Themenpfade waren in einem gepflegtem Zustand.	<input type="radio"/>						
Die Themenpfade waren spannend aufgebaut.	<input type="radio"/>						
Die Themenpfade waren körperlich nicht zu anstrengend.	<input type="radio"/>						

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 8/22

32%

### 7. Nennen Sie bitte stichwortartig positive Aspekte der von Ihnen besuchten Themenpfade.

Geologische Wanderung (Bärschwil)

Kloster-, Kraftorte- und Industrie-Tour (Mariastein, Beinwil, Arlesheim, Seewen)

Solothurner Waldwanderungen (Büsserach)

Architekturpfad (Dornach)

Karstlehrpfad Kaltbrunnental-Brislachallmet (Grellingen)

Chirsiweg (Nuglar-St. Pantaleon)

Waldlehrpfad (Nunningen)

Burgenwanderung mit Audioguide (Münchenstein - Laufen)

Planetenweg (Laufen)

Rundgang Lingenberg (Büsserach)

Jubiläumsweg (Laufen)

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 9/22

36%

### 8. Nennen Sie bitte stichwortartig negative Aspekte der von Ihnen besuchten Themenpfade.

Geologische Wanderung (Bärschwil)

Kloster-, Kraftorte- und Industrie-Tour (Mariastein, Beinwil, Arlesheim, Seewen)

Solothurner Waldwanderungen (Büsserach)

Architekturpfad (Dornach)

Karstlehrpfad Kaltbrunnental-Brislachallmet (Grellingen)

Chirsiweg (Nuglar-St. Pantaleon)

Waldlehrpfad (Nunningen)

Burgenwanderung mit Audioguide (Münchenstein - Laufen)

Planetenweg (Laufen)

Rundgang Lingenberg (Büsserach)

Jubiläumsweg (Laufen)

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 10/22

41%

### 9. Wie empfanden die Schülerinnen und Schüler den Besuch der folgenden Themenpfade? \*

	Toll	Mittel	Langweilig	Nicht besucht
Geologische Wanderung (Bärschwil)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kloster-, Kraftorte- und Industrie-Tour (Mariastein, Beinwil, Arlesheim, Seewen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Solothurner Waldwanderungen (Büsserach)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Architekturpfad (Dornach)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karstlehrpfad Kaltbrunnental-Brislachallmet (Grellingen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chirsiweg (Nuglar-St. Pantaleon)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Waldlehrpfad (Nunningen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Burgenwanderung mit Audioguide (Münchenstein - Laufen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planetenweg (Laufen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rundgang Lingenberg (Büsserach)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jubiläumsweg (Laufen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

### Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 11/22

45%

**10. Haben Sie konkrete Verbesserungsvorschläge oder Ideen, welche die Themenpfade im Schwarzbubenland/Laufental für Schulklassen besuchswerter machen würden? \***

**\*\*Weitere Typen Themenpfade? Was hat Ihnen gefehlt? Wo sehen Sie Potenziale? usw.\*\***

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'

Weiter

### Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 12/22

50%

**11. Welcher der folgenden Themenpfade könnte (zusätzlich) für Sie und/oder Ihre Schulklasse in Frage kommen? Beachten Sie bitte den Hinweis. \***

**\*\*-->Wenn Sie die Themenpfade nicht kennen, beurteilen Sie diese bitte lediglich anhand ihrer Namen.\*\***

	Ja	Nein
Geologische Wanderung (Bärschwil)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kloster-, Kraftorte- und Industrie-Tour (Mariastein, Beinwil, Arlesheim, Seewen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Solothurner Waldwanderungen (Büsserach)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Architekturpfad (Dornach)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karstlehrpfad Kaltbrunnental-Brislachallmet (Grellingen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chirsiweg Nuglar-St. Pantaleon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Waldlehrpfad (Nunningen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Burgenwanderung mit Audioguide (Münchenstein - Laufen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planetenweg (Laufen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rundgang Lingenberg (Büsserach)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jubiläumsweg (Laufen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask'

Weiter

### Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 13/22 55%

12. Welche Art von Themenpfad wäre, Ihrer Meinung nach, für Ihre Schüler besonders interessant? (z.B. Dinosaurier, Römer, Ritter, etc.) \*

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

### Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 14/22 59%

13. Wären Sie bereit für einen qualitativ hochwertigen Themenpfad einen Eintrittspreis zu bezahlen? \*

- Ja  
 Nein

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

### Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 15/22 64%

14. Wenn ja, wie viel? \*

 CHF pro Kind bzw. Lehrperson

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

### Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 16/22 68%

**15. Wie viel wäre Ihre Schule bereit für themenpadspezifische Karten, Unterlagen und Lesebücher für eine Schulklasse ungefähr zu bezahlen? \***  
*\*\*--> wenn nicht beantwortbar, dann bitte "--" ins Textfeld einfügen.\*\**

Karte aller Themenpfade

Unterlagen für den Unterricht

Lesebücher

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

### Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 17/22 73%

**16. Wie sehr treffen folgende Aussagen über die allgemeine Infrastruktur von Themen- und Wanderpfaden auf Sie zu? \***

	sehr wichtig	wichtig	eher unwichtig	egal
Nahegelegene Parkplätze sind...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nahegelegene ÖV-Anschlüsse sind...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nahegelegene Toiletten sind...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nahegelegene Übernachtungsmöglichkeiten sind...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nahegelegene Schliessfächer sind...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mehrere Themenpfade, die von einem Startpunkt aus begehbar sind, sind...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nahegelegene Restaurants/Kneipen sind...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unterhaltene Grillstellen und Picknickplätze sind...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

### Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 18/22 77%

**17. Unter welchen Voraussetzungen würden Sie in der Region Schwarzbubenland/Laufental mit einer Schulklasse übernachten? \***  
*(z.B. tolle Übernachtungsmöglichkeit, Eventparks, zu langer Themenpfad oder sonstiges)*

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

### Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 19/22

82%

18. \* **Wie viel Anfahrtszeit wären Sie bereit, für einen eintägigen bzw. zweitägigen Schulausflug, aufzubringen?**

Eintägiger Ausflug (Bsp.: 1,5)

Stunde(n)

Zweitägiger Ausflug (Bsp.: 1,5)

Stunde(n)

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

### Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 20/22

86%

19. \* **Würden Sie eine digitale Integration (z.B. App über die Themenpfade) begrüßen oder wollen Sie solche Ausflüge ohne digitale Faktoren genießen? Und warum? \***

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

### Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 21/22

91%

20. \* **Hätten Sie sonstige Vorschläge, die Sie den Pfadbetreibern machen wollen? \***

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Weiter

## Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

Seite 22/22

95%

### 21. Welche Schulstufe unterrichten Sie? \*

- Spielgruppe / Kindergarten
- Primarstufe
- Sekundarstufe
- Gymnasialstufe
- Berufs- und Gewerbeschule
- Heilpädagogische Schule
- Sonstige:

### 22. In welchen Kantonen unterrichten Sie? \*

- Aargau
- Basel-Land
- Basel-Stadt
- Solothurn
- Andere:

### 23. Geben Sie bitte Ihr Geschlecht an. \*

- männlich
- weiblich

### 24. Geben Sie bitte Ihr Alter an. \*

- unter 25 Jahre
- 26 bis 40 Jahre
- 41 bis 55 Jahre
- 56 bis 65 Jahre
- über 65 Jahre

Zurück

Umfrage erstellt mit Hilfe von '2ask' **2ask**

Absenden

Fragebogen zu den Themenpfaden der Region Schwarzbubenland/Laufental

**Vielen Dank für Ihre Teilnahme!**

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben unsere Fragen zu beantworten.

Ihre Antworten helfen uns bei der Evaluation der Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental.

Freundliche Grüsse  
Die Studierenden der Fachhochschule Nordwestschweiz, Hochschule für Wirtschaft

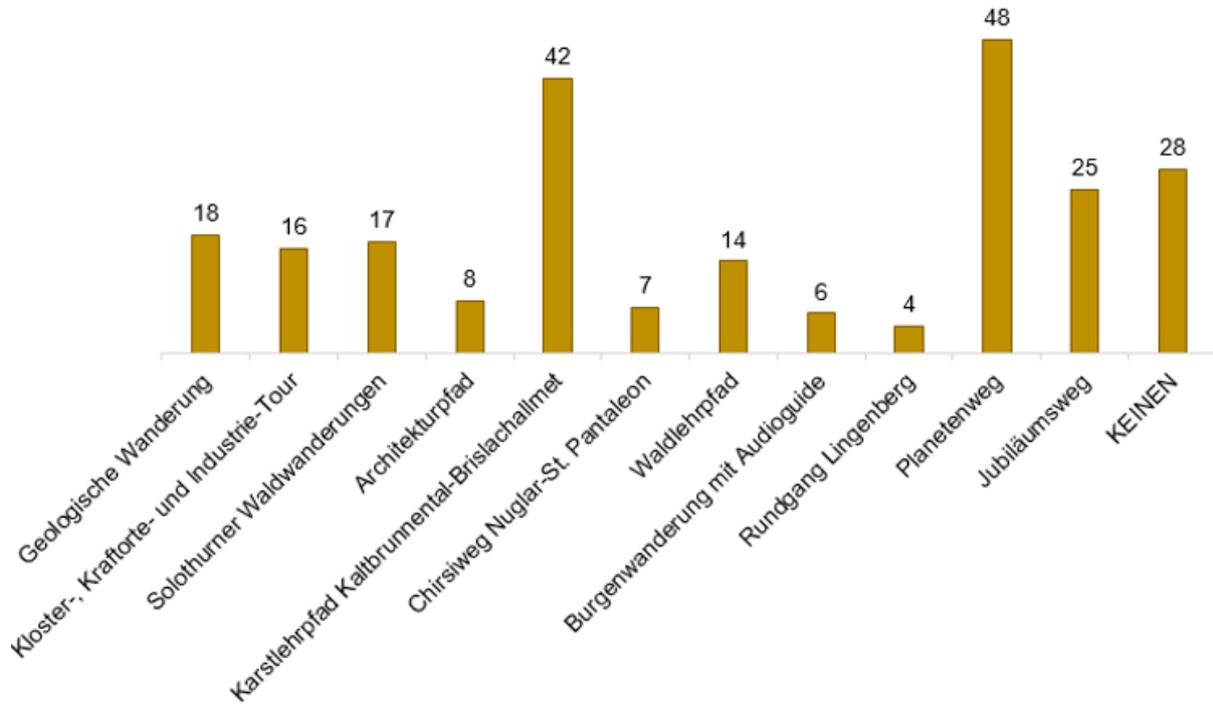
Kontakt:

[marcos.novoa@students.fhnw.ch](mailto:marcos.novoa@students.fhnw.ch)

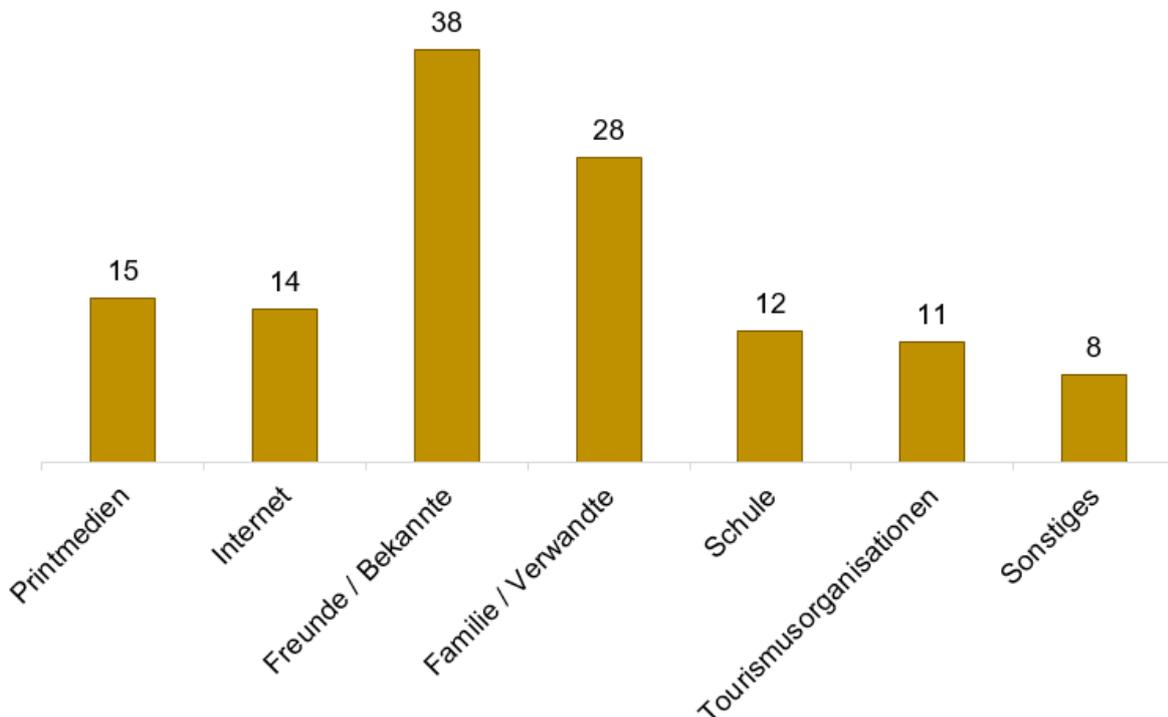


## Anhang Nr. 11: Auswertungen der Daten der Privatpersonen

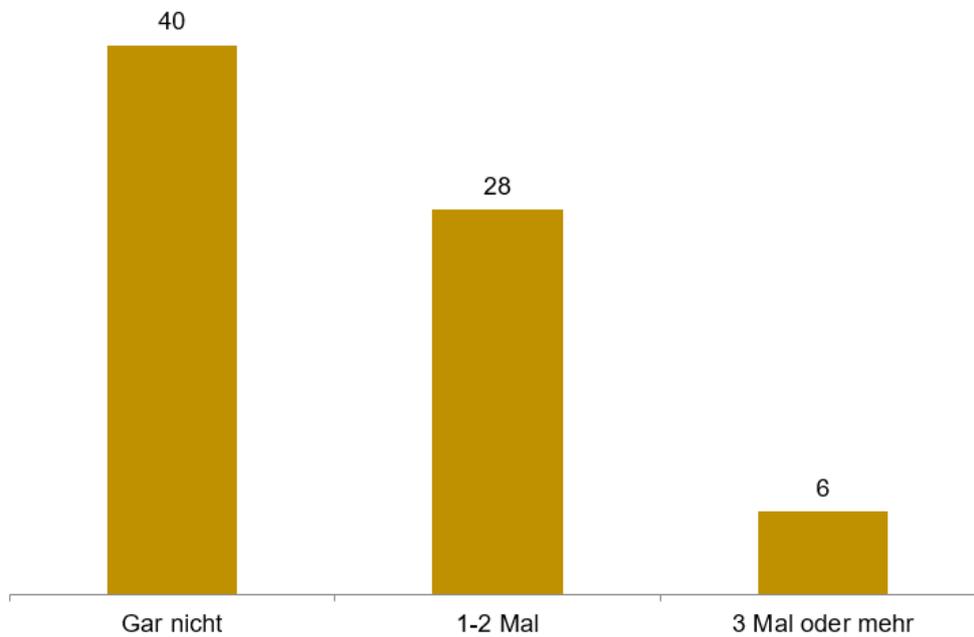
### Frage 1: Welche der aufgelisteten Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental kennen Sie?



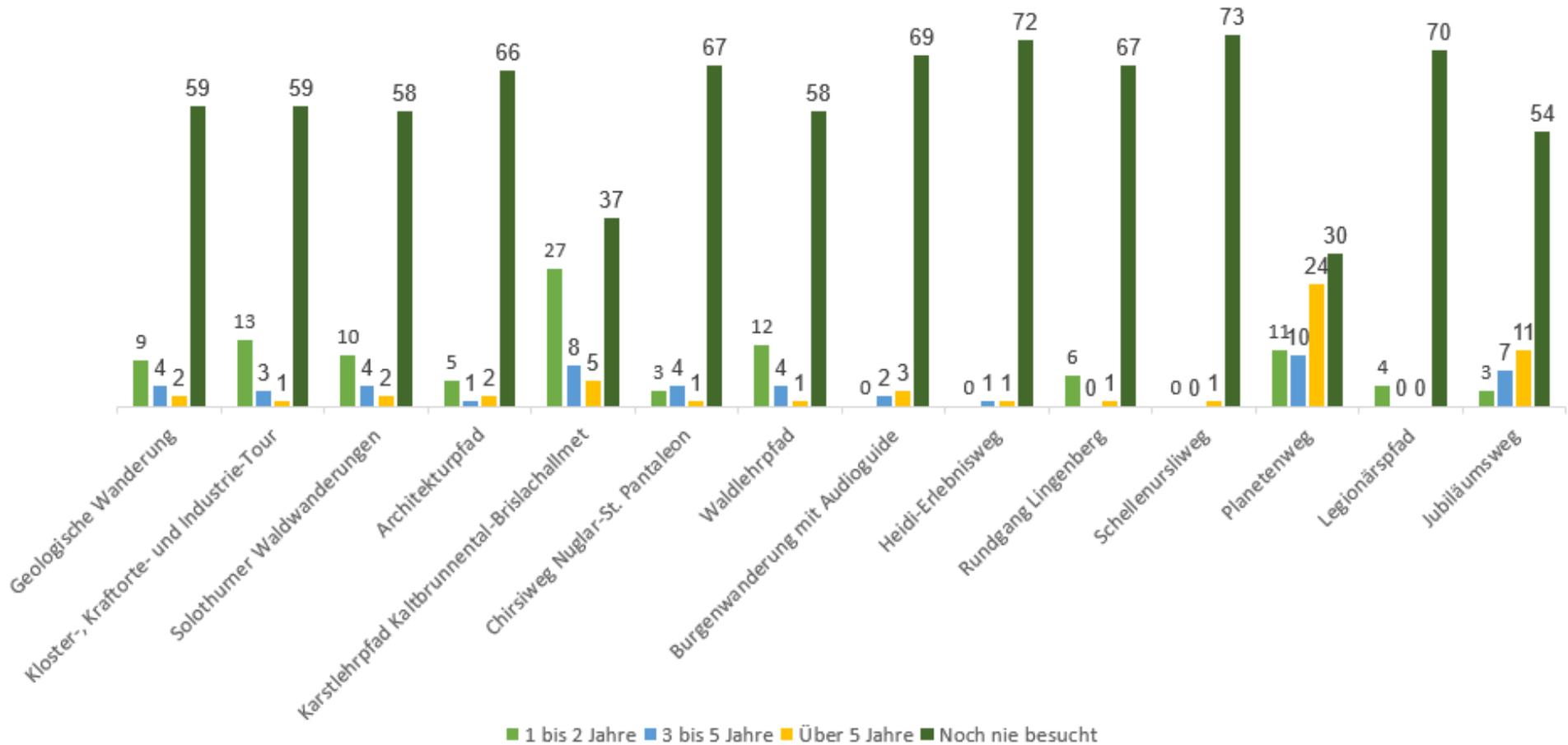
### Frage 2: Wie sind Sie auf die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental aufmerksam geworden?



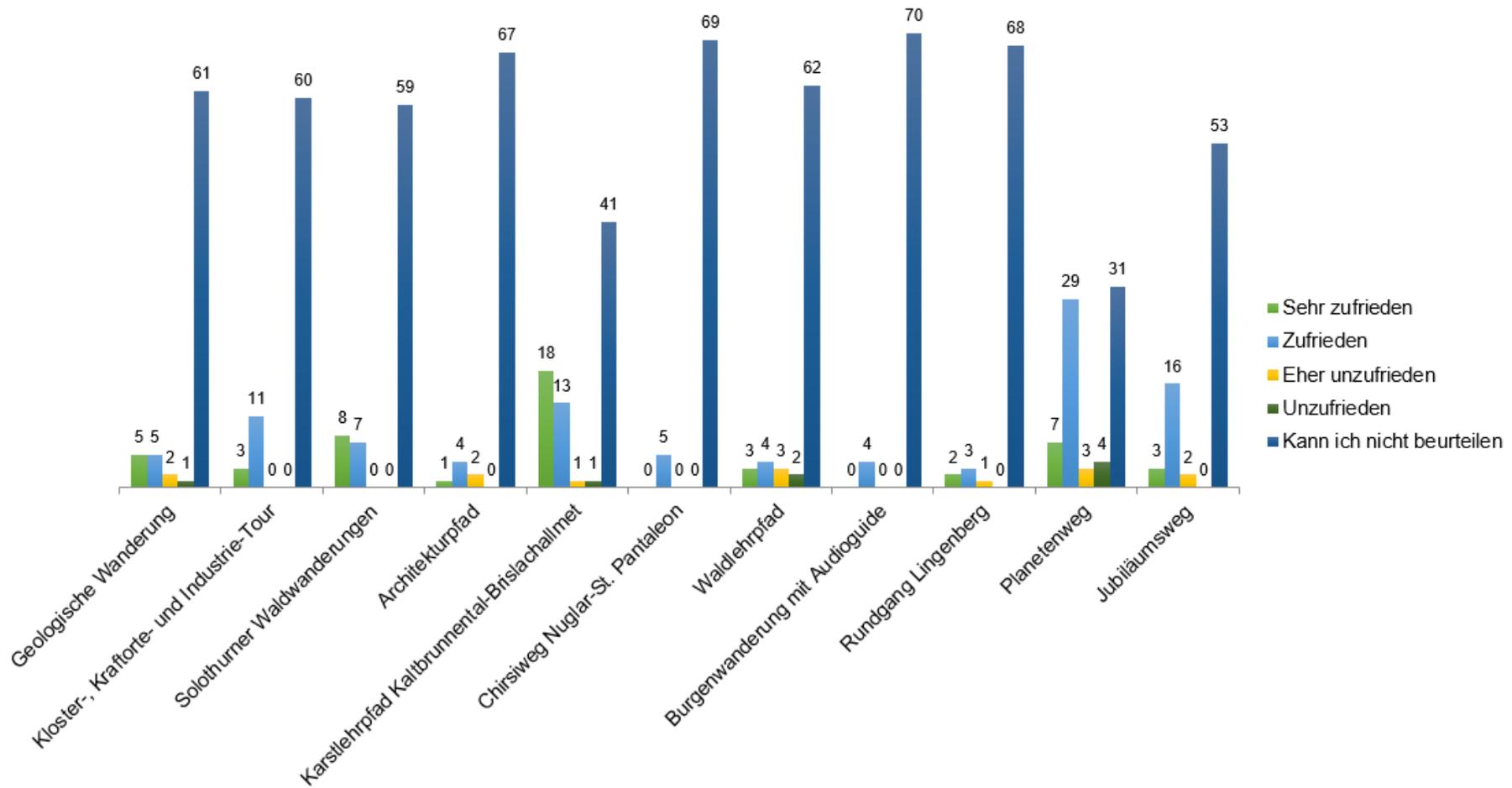
### Frage 3: Wie oft besuchen Sie mindestens einen regionalen Themenpfad pro Jahr?



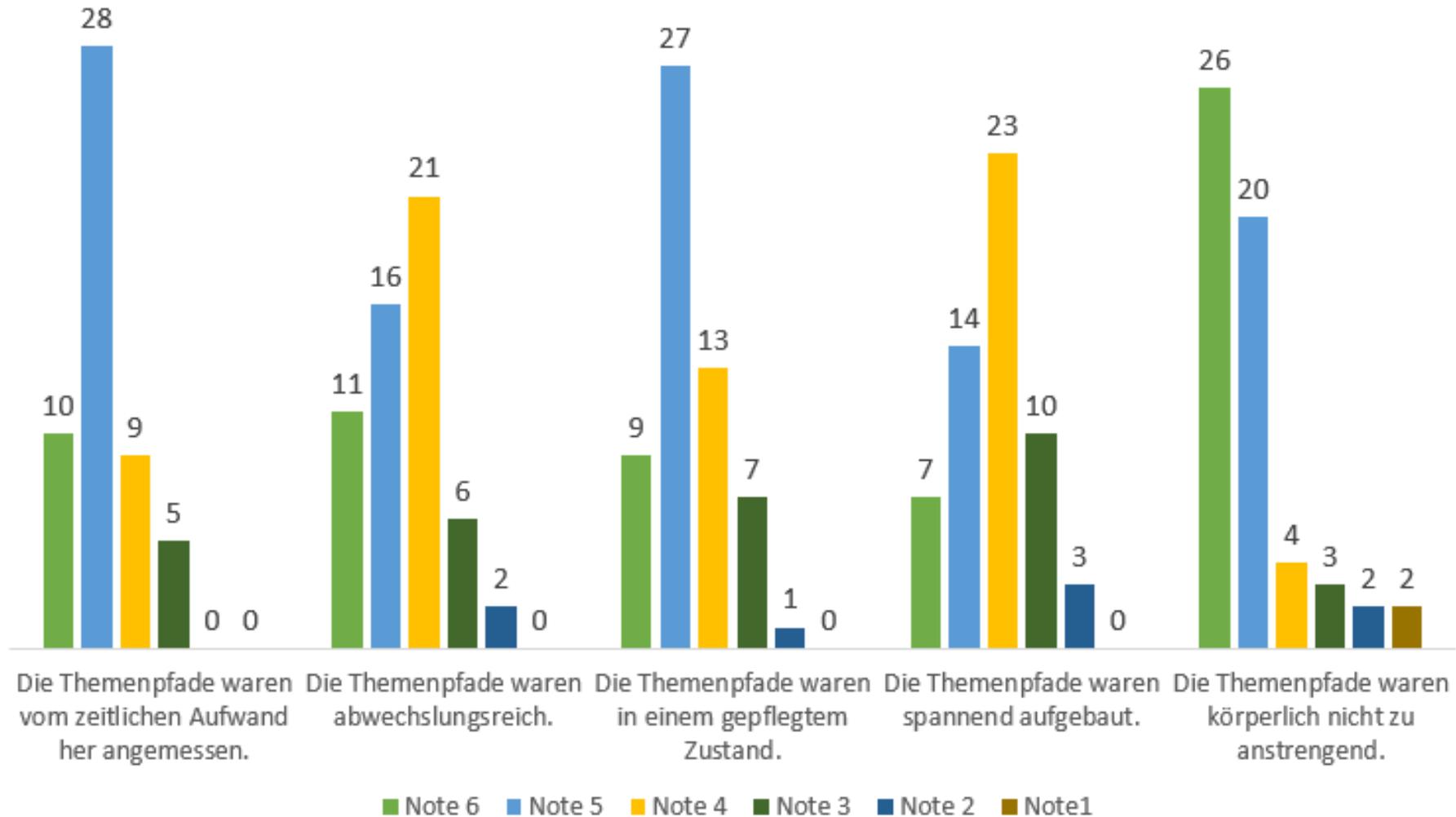
### Frage 4: Welche Themenpfade haben Sie in den letzten Jahren besucht?



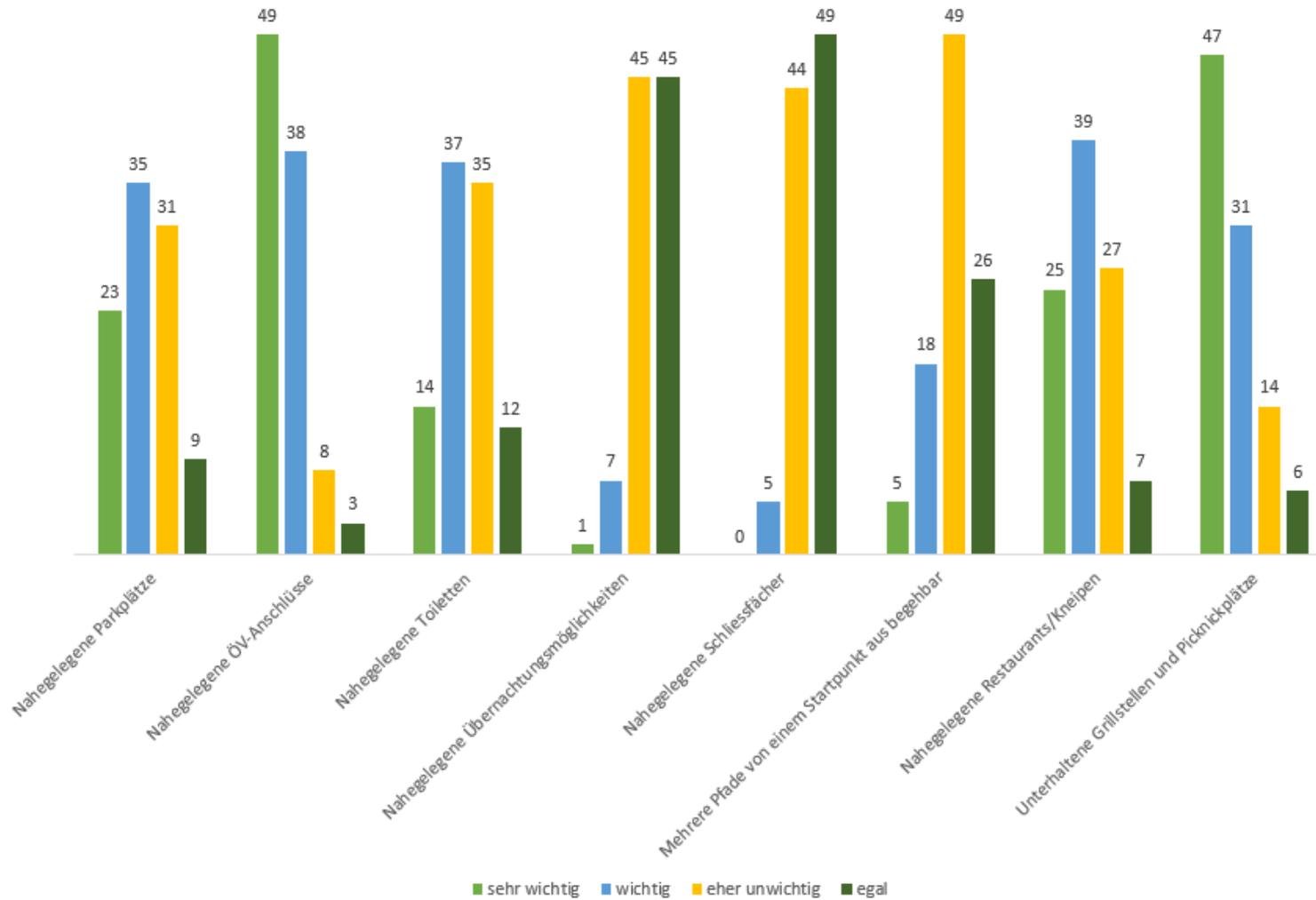
**Frage 5: Wie zufrieden waren Sie mit dem letzten Besuch folgender Themenpfade?**



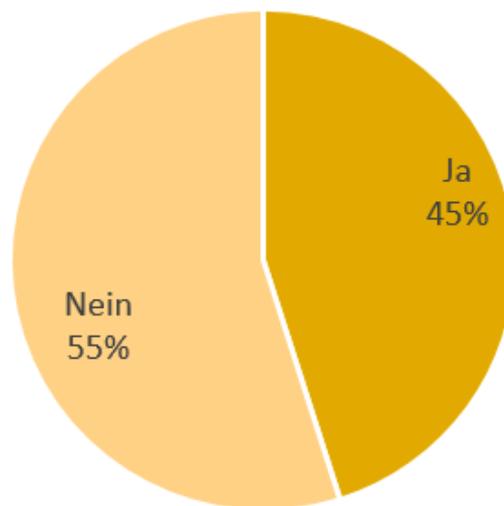
## Frage 6: Wie sehr treffen folgende Aussagen über Ihren Besuch der Themenpfade auf Sie zu?



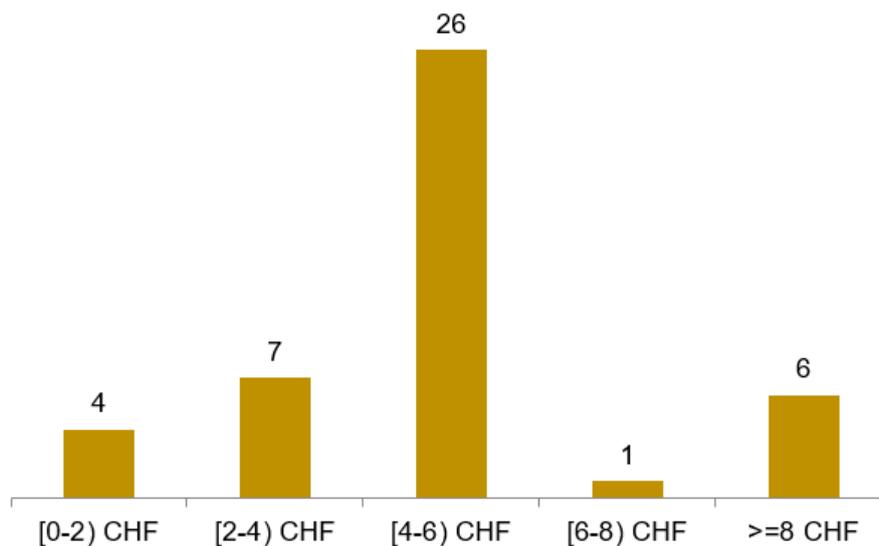
## Frage 7: Wie wichtig sind Ihnen folgende Infrastrukturen?



### Frage 8: Wären Sie bereit für einen qualitativ hochwertigen Themenpfad einen Eintrittspreis zu bezahlen?



#### Wenn ja, wie viel?

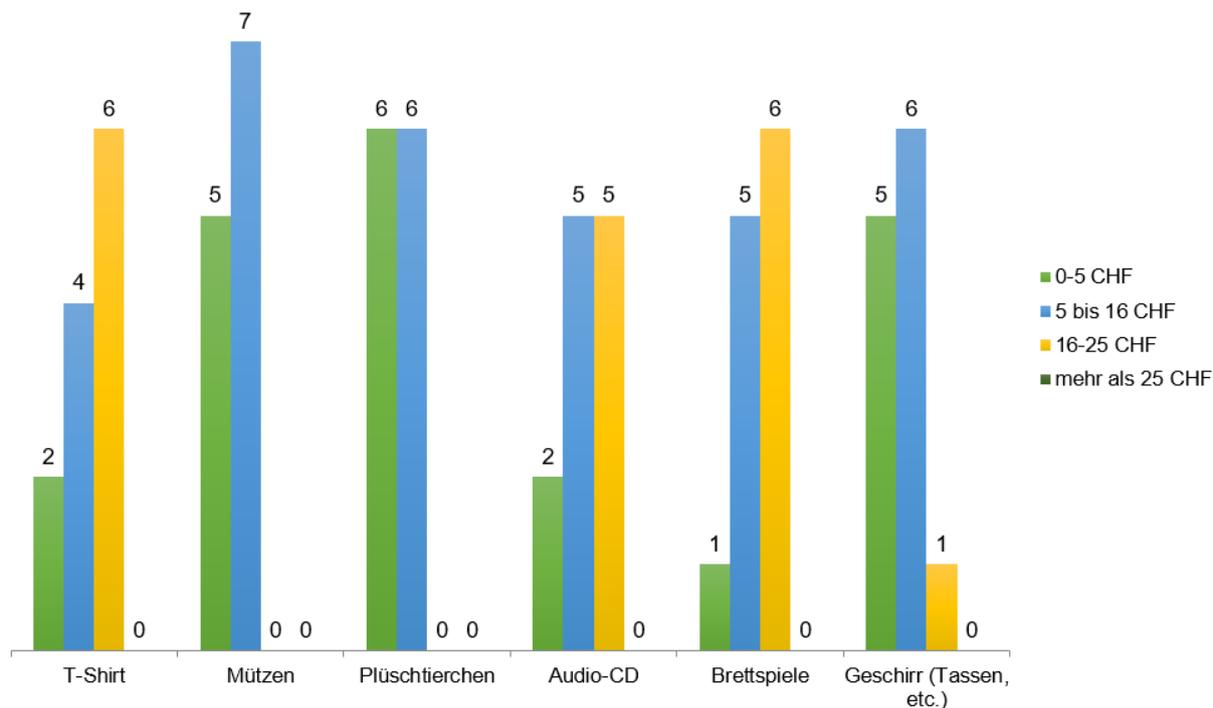


## Frage 10: Welcher Typ Themenpfad fehlt Ihrer Meinung nach oder wünschen Sie sich? (z.B. Zwergenpfad, Ritterpfad, usw.)

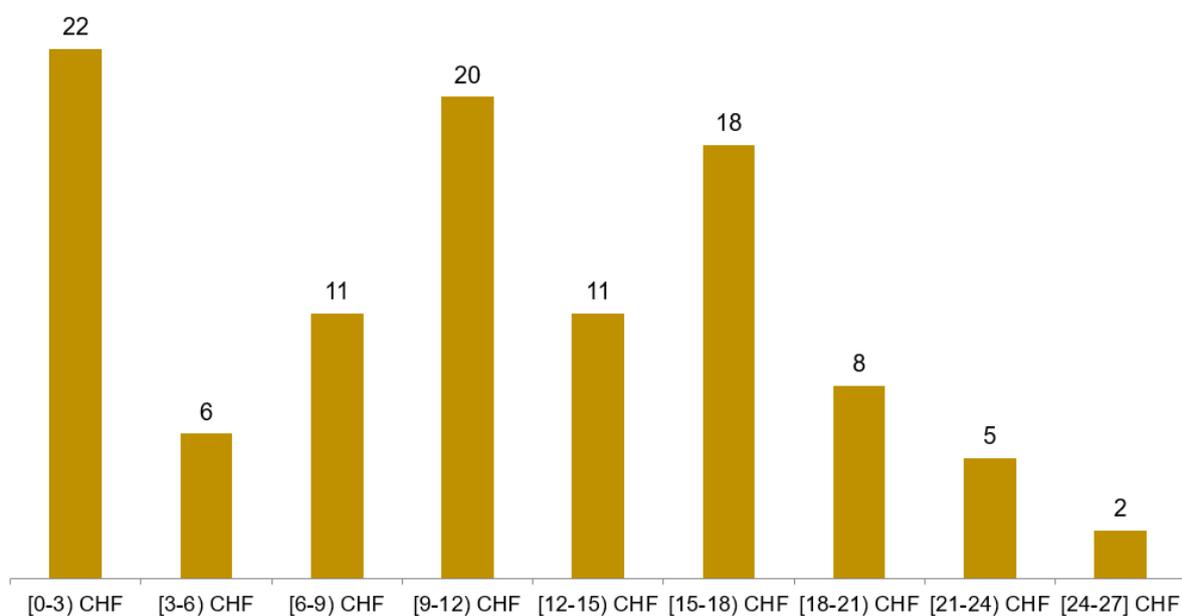
- keinen
- Diverse Kinder- / Familienpfade
- - Märchen / Geschichten / Mythen - Lehrpfade - Themen, die durch Schulen aufgegriffen werden können. - Historische Themen
- OL (wie auf dem Niederhorn)
- weiss nicht
- keiner
- Kapellenweg
- Hängebrücken über Strassen
- weiss nicht
- Wildtierpfad (z.B. Wildsausuhle, Fuchs-/Dachsbau, Salzlecke für Rehe usw.), der künstlich angelegt ist und Bilder/Erklärungen zum Lebensraum und Verhalten der einheimischen Wildtiere enthält.
- Geschichtspfad
- Kunstpfad mit versch. Skulpturen o.ä
- Ritterpfad, Dinopark
- Zwergenpfad
- Pfad zum spazieren
- keine
- Zauberpfad Fasnachtspfad
- unsere Waldtiere
- Baumwipfelpfad
- Sagenpfad
- Einheimischer Wildtierpfad Kunst in der Natur-Pfad
- etwas spielerisches (beispielsweise ein Quiz) Kneiping, verschiedene Tiere
- Mittelalterpfad
- Thema Steinbruch
- Pfad über anthroposophische Bewegung
- weiss nicht.
- Schweizer Geschichte, Abenteuer
- Wurstpfad
- Ritterpfad
- Zum Beispiel Ortsbezogener Geschichtspfad
- Spezielle Kinder- / Familienpfade
- Schulenahe Themen: Gesteine, Geografisch, Geschichtlich keine Märchen
- Keine offensichtlich Lehr-Pfade, sondern Erlebnispfade! Interaktiv, spielerisch, inspirativ, die zum eigenen Denken und zur Kreativität anregen! Mit neuen beziehungsweise anderen Themen als sonstwo in der Schweiz. Spezifische Themen für das Schwarzbubenland. Oder von bekannten Künstlerinnen oder Kulturschaffenden in der Regio entwickelte. Sehr gute Beispiele im Schamsertal (GB), in Lohn «Klangwald», eher für Klein- und Schulkinder, sehr hochwertig. Für grössere Kinder der Steinbockpfad, mit Navi. Wichtig: Beteiligten aus unterschiedlichen Fachrichtungen miteinbeziehen. Mir fehlt der Einbezug von Kunst- und Kulturschaffenden bereits bei der Konzeptplanung und nicht erst bei der Auftragsphase. Und nicht immer Zwerge, Ritter... gibt ja noch andere Themen oder Sujets...
- Pfade für Kinder mit einfachen guten Beschreibungen
- Höhenpfad
- zwergenpfad, ritterpfad, d.h. pfade für kinder  
Werteweg durch das Schwarzbubenland aufnehmen. Es gibt eine Broschüre dazu.
- Zum Beispiel Burgenpfad Aesch, Pfeffingen

- Römerpfad
- Zwergenpfad
- Mittelalterpfad, Astronomiepfad
- Eventuell spezielles Angebot für Hunde
- Pfade mit Geschichte, sprich Pfade an geschichtsträchtigen Orten
- Wunderland (mit Skulpturen) für kleine Kinder aber auch geschichtliche für ältere Personen.
- Bierpfad,
- Etwas in Kombination mit Handy, worauf man Informationen zum jeweiligen Ort abrufen kann, z.B. via QR Code oder Aufgaben lösen muss (z.B. Beantworten von Fragen/Quiz)
- Wunschlos glücklich :P
- Dinosaurier, Ritterpfad, Waldtiere, Augmented Reality
- Etwas für Kinder oder historisches, wie Römer, Mittelalter
- Lokales und die Umgebung kennenlernen
- Märchenpfad
- Kräuterpfad
- Noch nie Gedanken gemacht

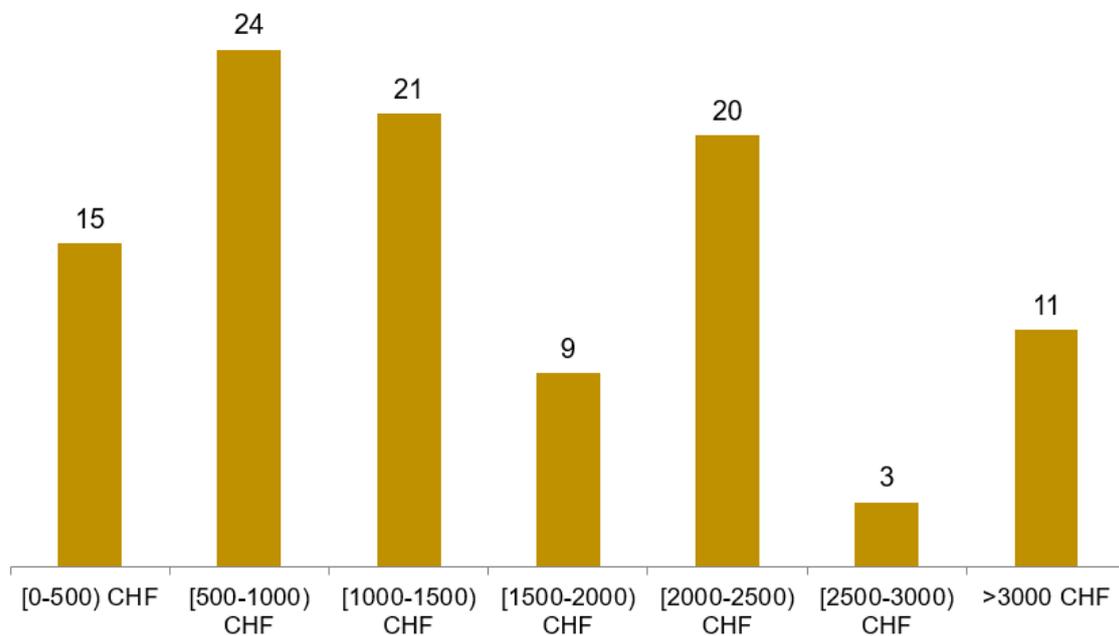
**Frage 12: Wie viel wären Sie bereit, für die folgenden themenpfadspezifischen Artikel zu bezahlen?**



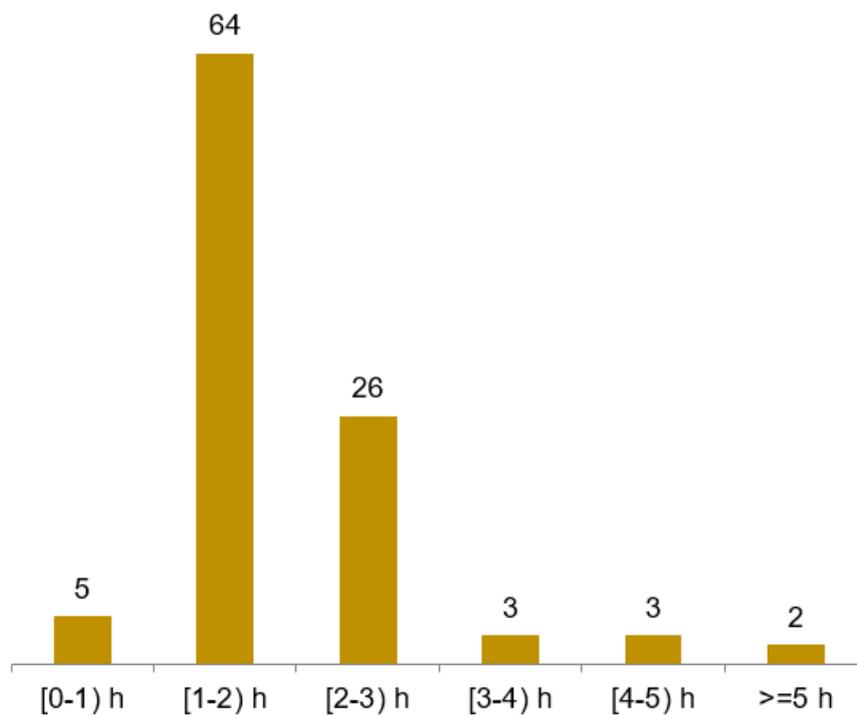
**Frage 13: Wie viel wären Sie bereit, für eine umfangreiche Karte sämtlicher Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental zu bezahlen?**



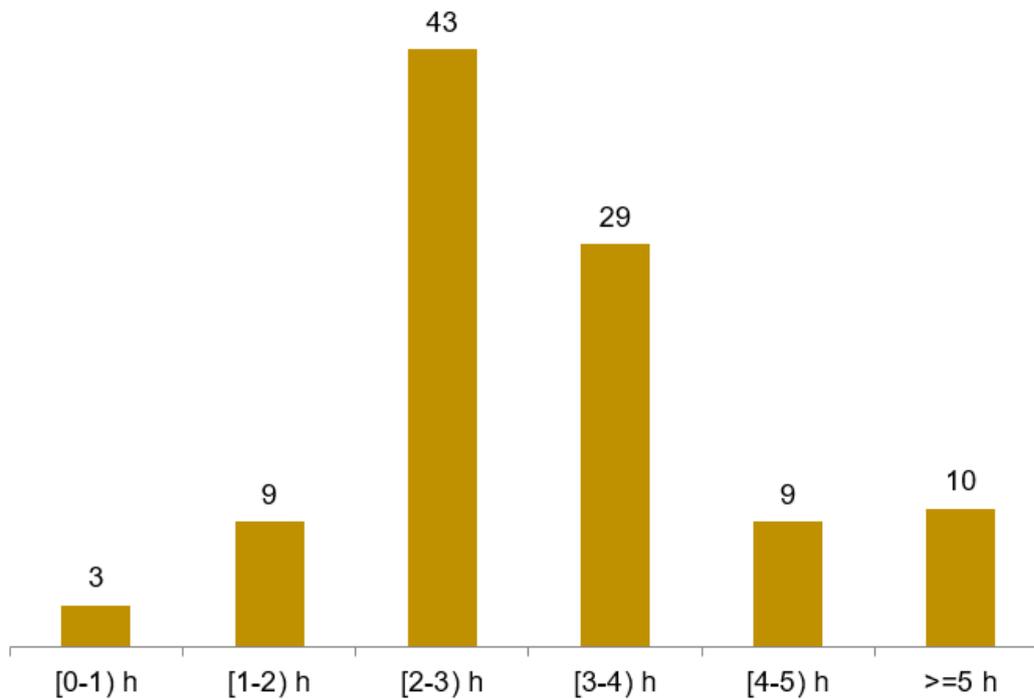
**Frage 14: Was ist ihr jährliches Budget für (Familien-) Freizeitaktivitäten?**



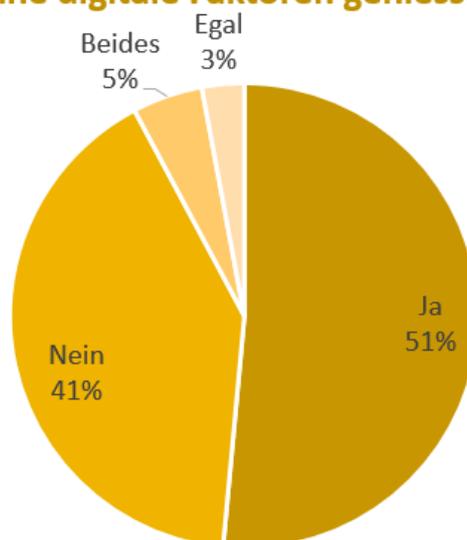
**Frage 15: Wie viel Anfahrtszeit wären Sie bereit, für einen eintägigen Ausflug aufzubringen?**



**Frage 16: Wie viel Anfahrtszeit wären Sie bereit, für einen zweitägigen Ausflug aufzubringen?**



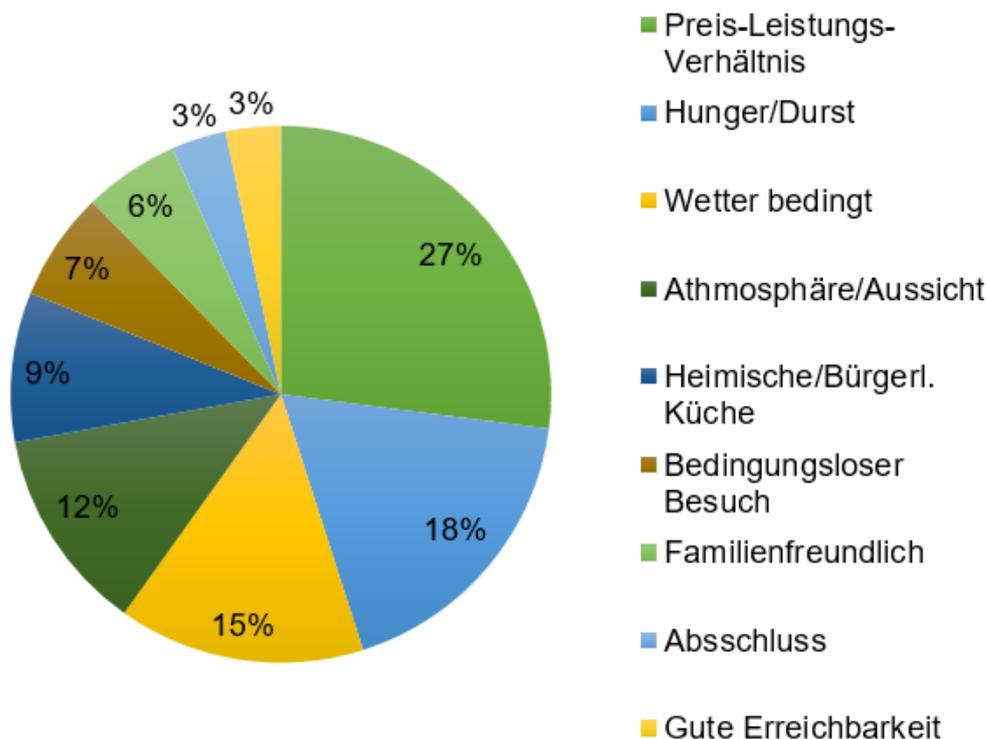
**Frage 17: Würden Sie eine digitale Integration begrüßen oder wollen Sie solche Ausflüge ohne digitale Faktoren genießen?**



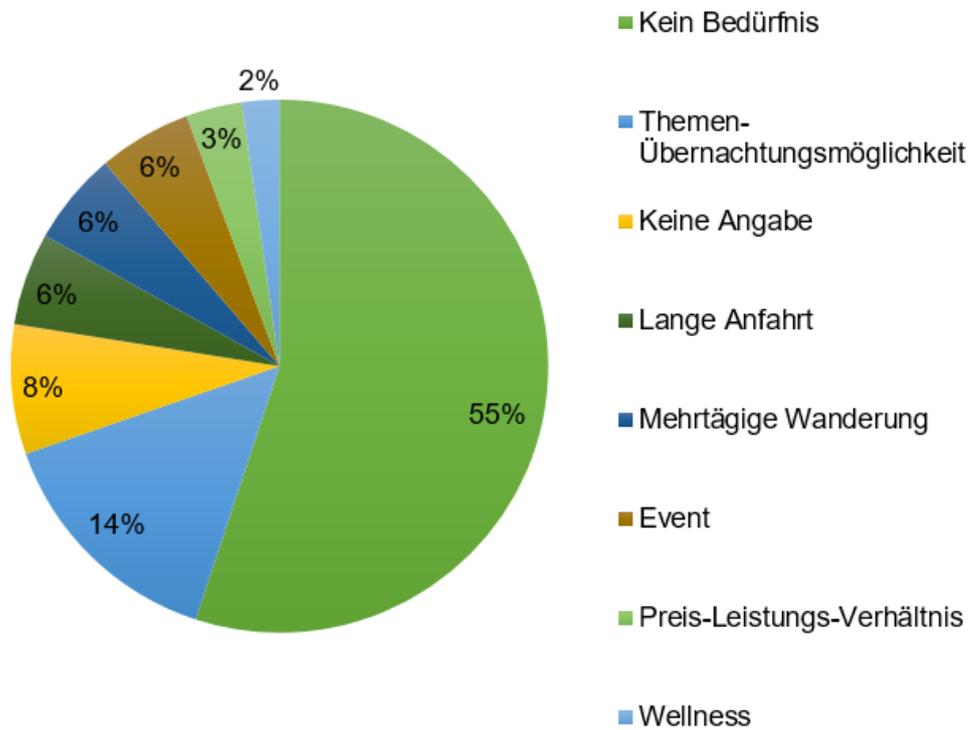
**Frage 18: Hätten Sie sonstige Vorschläge, die Sie den Pfadbetreibern machen wollen?**



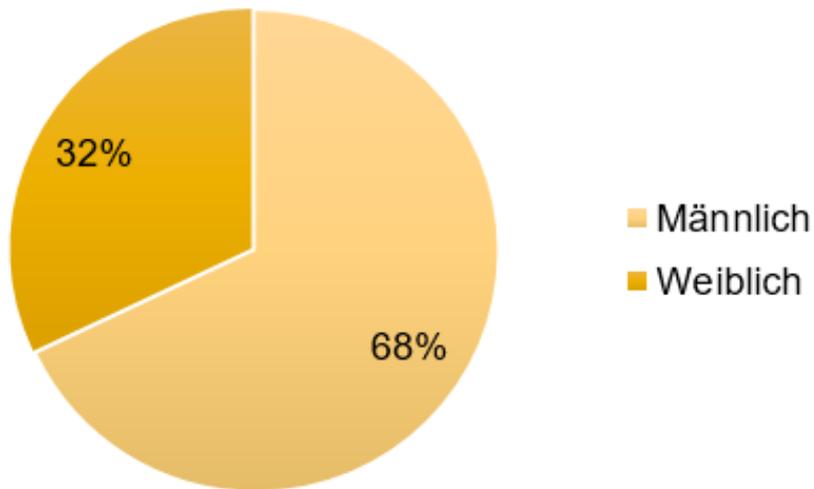
**Frage 19: Unter welchen Voraussetzungen würden Sie beim Wandern, in ein nahegelegenes Restaurant gehen?**



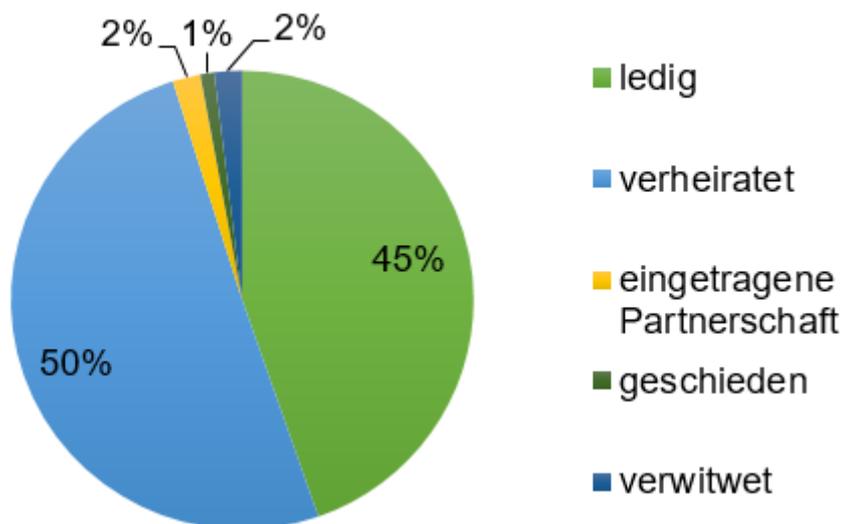
### Frage 20: Unter welchen Voraussetzungen würden Sie in der Region Schwarzbubenland/Laufental übernachten?



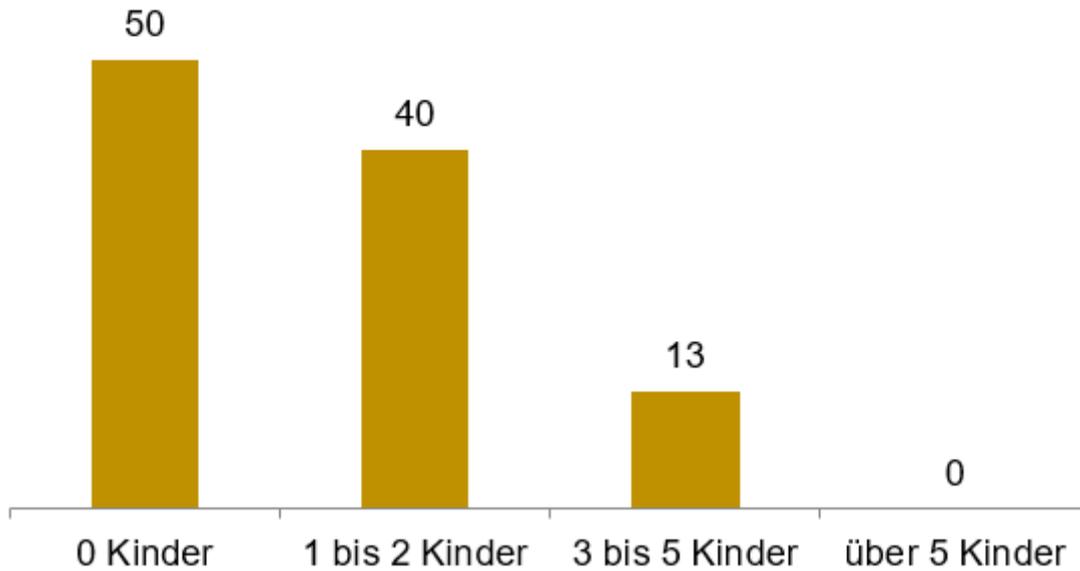
### Frage 21: Geben sie bitte Ihr Geschlecht an.



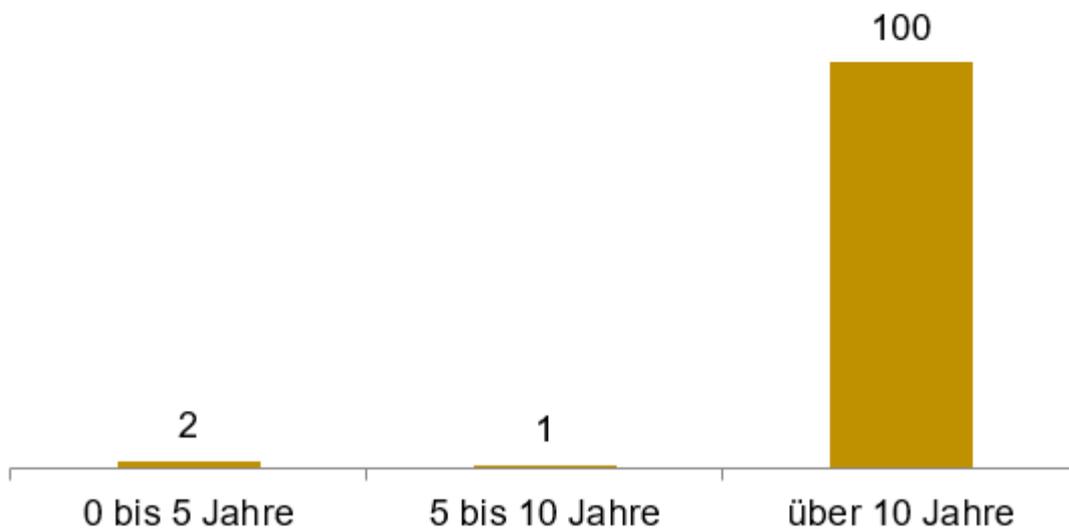
### Frage 22: Geben Sie bitte Ihren Zivilstand an.



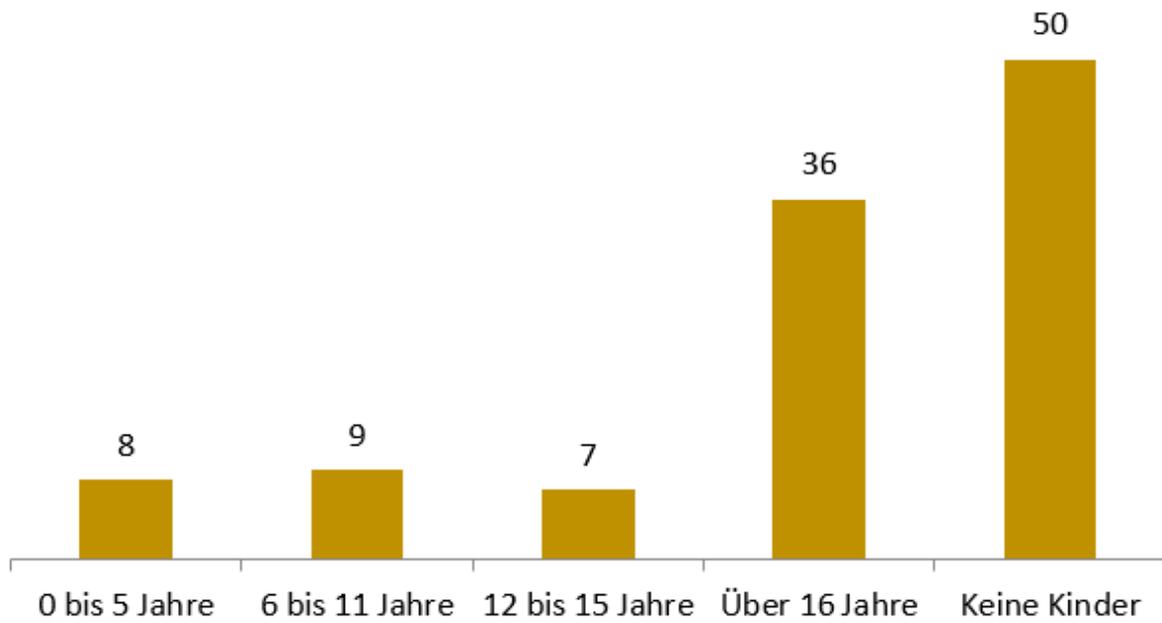
### Frage 23: Wie viele Kinder haben Sie?



### Frage 24: Wie lange sind Sie schon in der Region Nordwestschweiz ansässig?

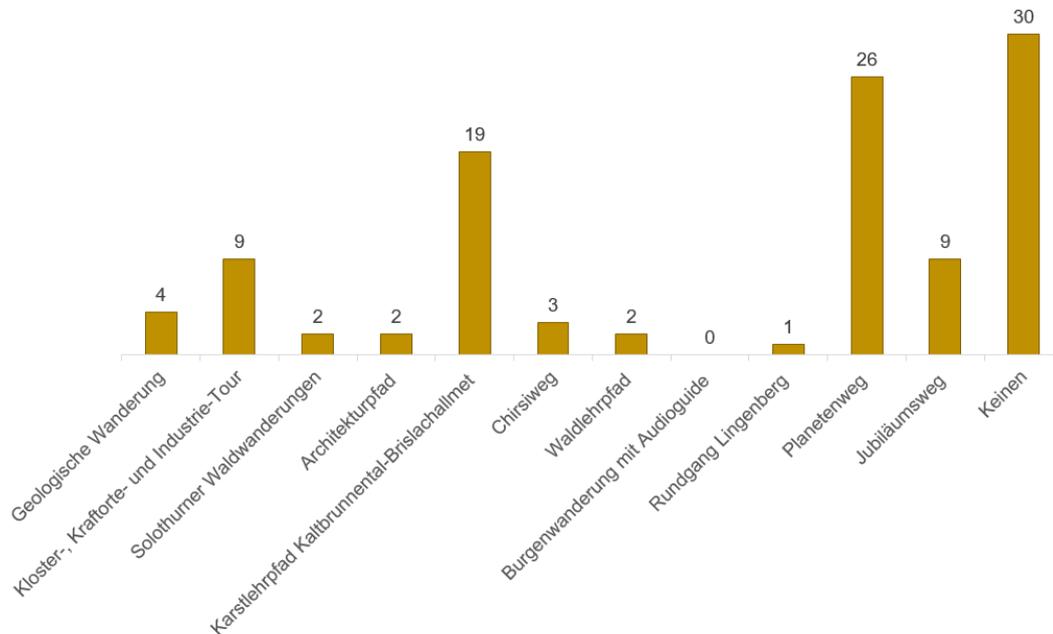


## Frage 25: Geben Sie bitte das Alter Ihrer Kinder an.

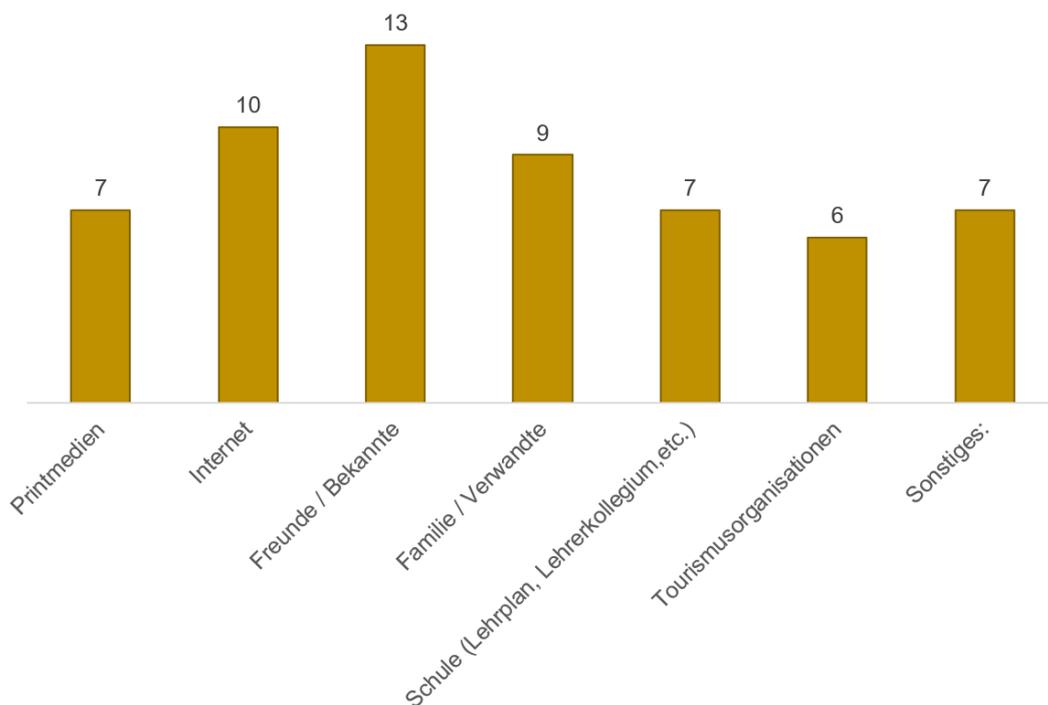


## Anhang Nr. 12: Auswertungen der Daten der Lehrpersonen

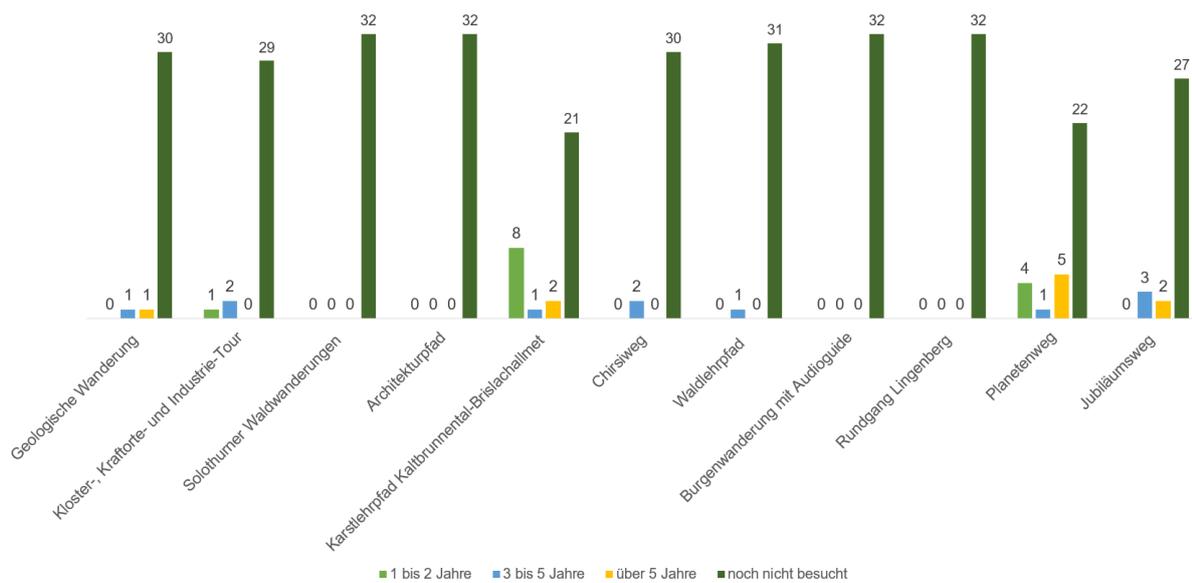
**Frage 1: Welche der aufgelisteten Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental kennen Sie?**



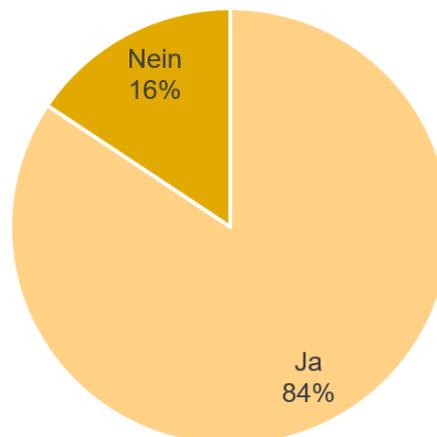
**Frage 2: Wie sind Sie auf die Themenpfade der Region Schwarzbubenland/Laufental aufmerksam geworden?**



**Frage 3: Welche Themenpfade haben Sie im Rahmen eines Schulausfluges in den letzten Jahren besucht?**



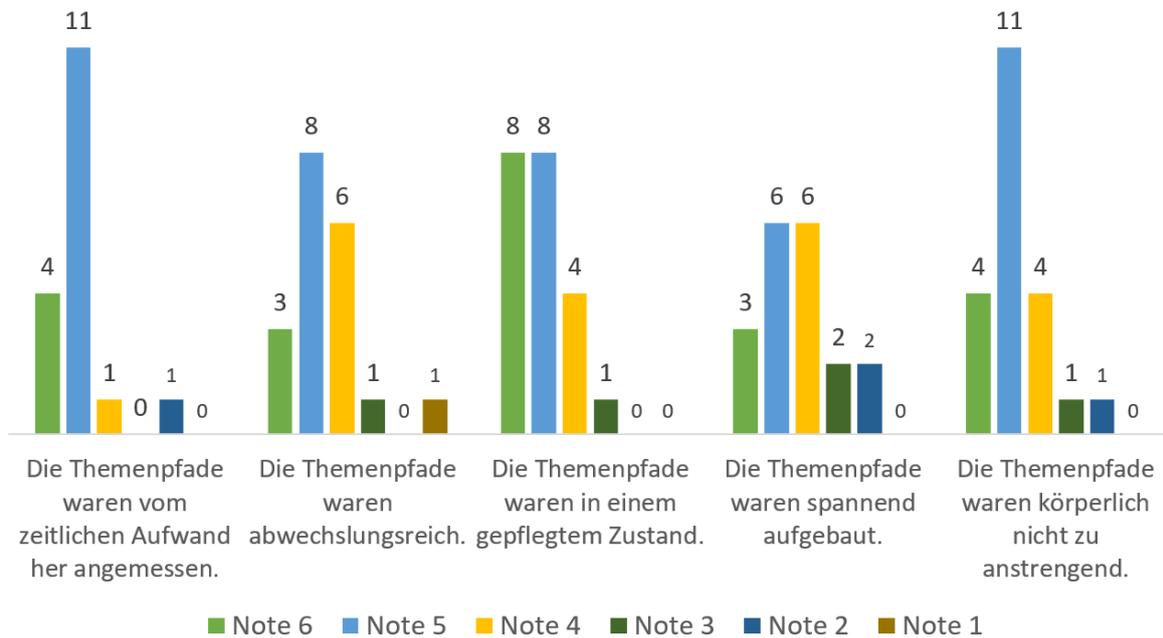
**Frage 4: Kommt für Sie ein weiterer Besuch der Themenpfade im Rahmen einer Schulreise oder eines Schulausfluges im Schwarzbubenland/Laufental in Frage?**



**Warum nicht?**

- keine Antwort
- Arbeite im Kindergarren. Die Themenpfade sind zu weit weg.
- Der Weg ist zu weit für die Kindergartenstufe von Reinach aus
- Hochschule - Bauingenieur - Thema nicht relevant
- Die Ausflugsziele liegen für unsere Kindergartenklassen zu weit weg und somit ausserhalb unseres Reiseradius.

## Frage 6: Wie sehr treffen folgende Aussagen über Ihren Besuch der Themenpfade auf Sie zu?



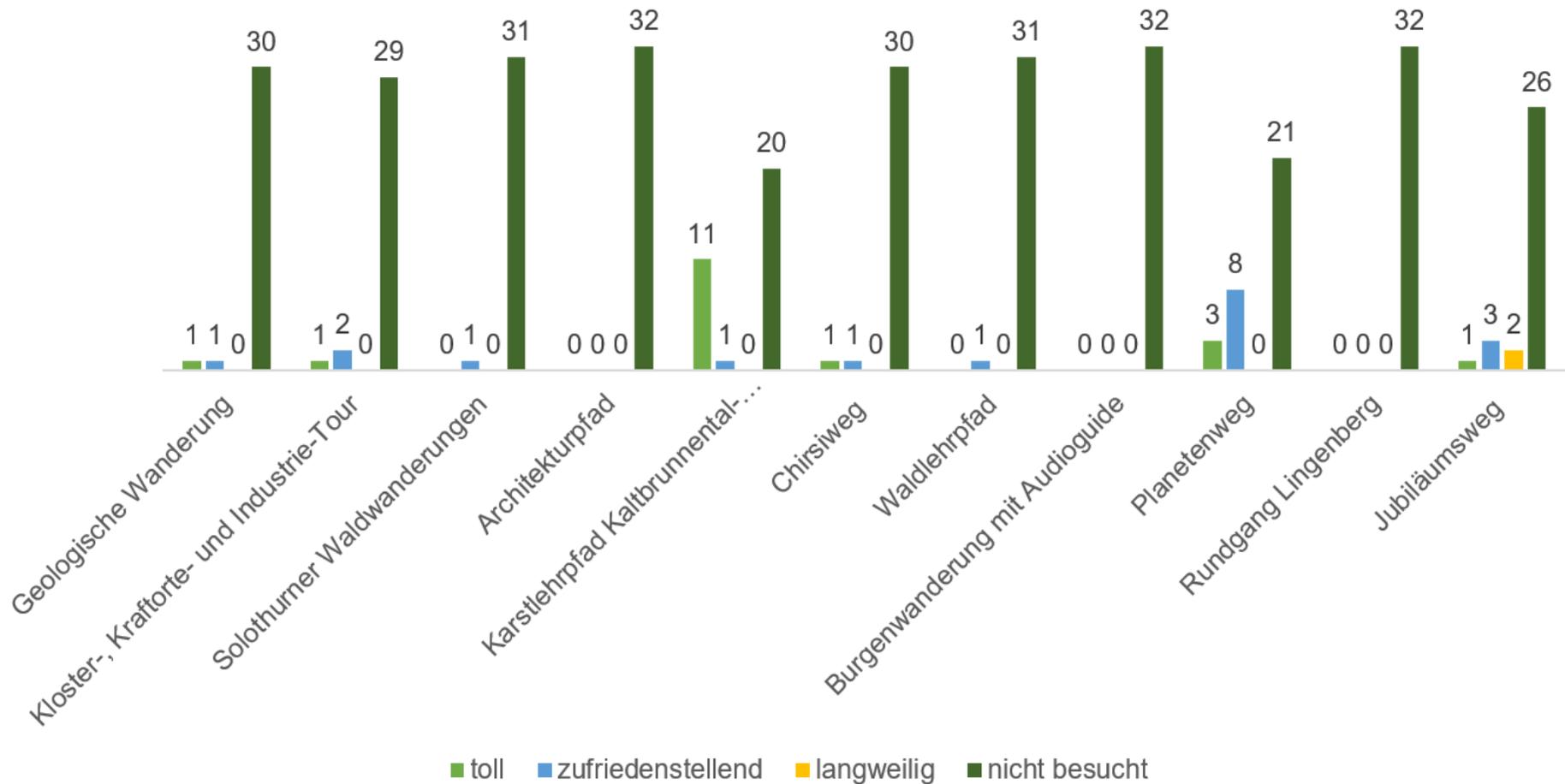
**Frage 7: Nennen Sie bitte stichwortartig positive Aspekte der von Ihnen besuchten Themenpfade.**

<b>Solothurner Waldwanderungen (Büsserach)</b>	<b>Architekturpfad (Dornach)</b>	<b>Karstlehrpfad Kaltbrunnental-Brislachallmet (Grellingen)</b>	<b>Chirsiweg (Nuglar-St. Pantaleon)</b>	<b>Waldlehrpfad (Nunningen)</b>	<b>Burgenwanderung mit Audioguide (Münchenstein - Laufen)</b>	<b>Planetenweg (Laufen)</b>	<b>Rundgang Lingenberg (Büsserach)</b>	<b>Jubiläumsweg (Laufen)</b>
Immer wieder gerne	interessant	vielseitig abwechslungsreich, Bach, kühl im Sommer landschaftlich ansprechend, informativ spannend Grossartig! überraschende Orte, spannende Einblicke  Informativ, landschaftlich sehr schön vielfältig Spannend, erlebisch, idyllisch Phantastisch, lehrreich Sehr beeindruckende Flora und spannender Weg  informativ, schön Theorie in der Praxis sehen erfrischend, bes im Sommer	wunderschön in der Blüte	interessant		eindrücklich neuer Planet = Ansporn der Kinder (Motivation) Grössenvorstellung der Entfernungen und der Planeten informativ informativ  lehrreich Sehr eindrücklich- die distanzen zu erleben im Gehen anschaulich  eindrücklich Lehrreich themenorientiert  Langweilig interessant, lehrreich Entfernungen besser vorstellbar Distanz sichtbar machen/erleben gute Idee zeigt gut die Distanz im Sonnensystem		landschaftlich ansprechend Versträumt/ursprünglich leicht gehbar  nette Wanderung

**Frage 8: Nennen Sie bitte stichwortartig negative Aspekte der von Ihnen besuchten Themenpfade.**

Geologische Wanderung (Bärschwil)	Kloster-, Kraftort- und Industrie-Tour (Mariastein, Beinwil, Arlesheim, Seewen)	Solothurner Waldwanderungen (Büsserach)	Architekturpfad (Dornach)	Karstlehrpfad Kaltbrunnental-Brislachallmet (Grellingen)	Chirsiweg (Nuglar-St. Pantaleon)	Waldlehrpfad (Nuningen)	Burgenwanderung mit Audio-guide (Münchenstein - Laufen)	Planetenweg (Laufen)	Rundgang Lingenberg (Büsserach)	Jubiläumsweg (Laufen)
Anreise	viele Leute	Ganzer Weg zu lange		Da fällt mir nichts Negatives ein!	keine		Sehr weite Distanzen, nicht so interessant präsentiert			teilweise an der Bahn gibt wenig zu sehen im Vergleich zu Lehrpfaden
	keine			viel Text			lang Wanderung eher unspektakulär			
				keine			lang Bei den äusseren Planeten lange Distanzen - für SuS mühsam, aber eben auch eine Erfahrung			
				keine			könnte interaktiver sein			

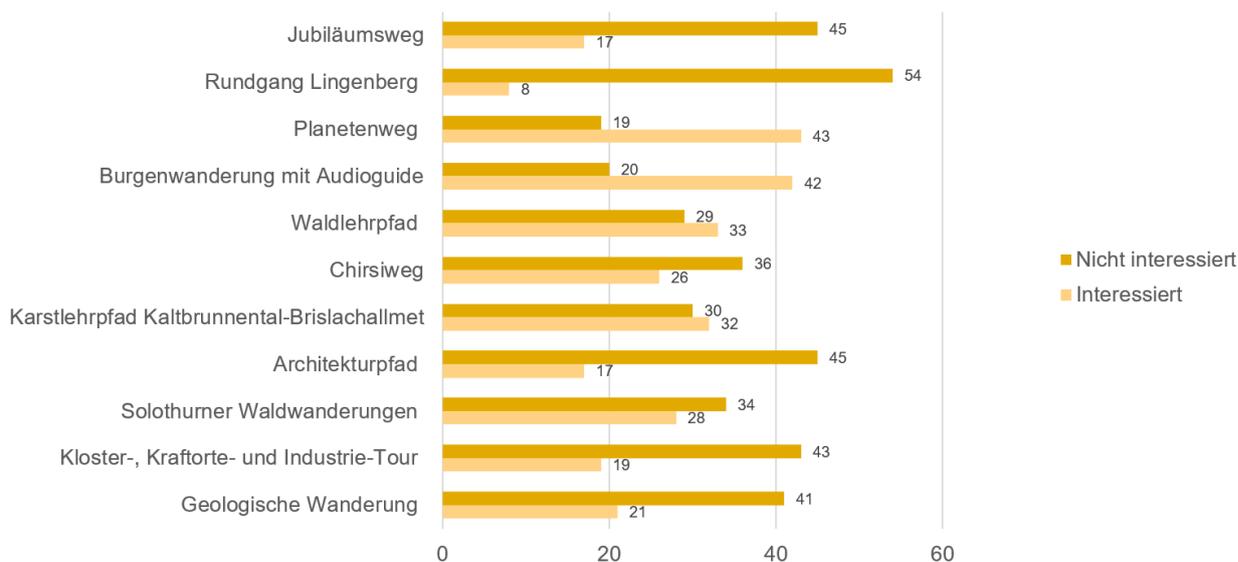
### Frage 9: Wie empfanden die Schülerinnen und Schüler den Besuch der folgenden Themenpfade?



### Frage 10: Haben Sie konkrete Verbesserungsvorschläge oder Ideen, welche die Themenpfade im Schwarzbubenland/Laufental für Schulklassen besuchswerter machen würden?

- Industrie, Aluminium, Papier
- Dinosaurier im Kleinformat Gemeinden im Laufental und Schwarzbubenland (als Quizfragen oder Besonderheiten der Gemeinden) Dies sind Themen, die in der Primarschule behandelt werden und interessieren auch die Eltern.
- nein
- Ich habe noch zu wenig besucht, um etwas sagen zu können.
- nein
- Apps Schnitzeljagd wechselnde detektivische Wettbewerbe
- nein
- mehr «brötli»stellen
- Da ich erst seit einem guten Schuljahr als Klassenlehrerin im Laufental arbeite, bin ich erst am Aufbauen meiner regionalen «Wanderungslehrpfad-Erfahrungen».
- Unbedingt die Kollegien besser informieren.
- bekannter machen ÖV für Schulklassen innerhalb des eigenen Kantons gratis - wie in Kanton BS! Oft fehlt es am Budget...
- Nein
- auf jüngere Kinder ausgerichtet / interaktiver
- zT wären die Picknickmöglichkeiten ausbaufähig
- bekannter machen! Den Burgweg mit Audioguide z.B. kannte ich nicht!
- Planetenweg: zwischen den grossen Abständen der Planeten Wissenstafeln oder praktische Aufgaben anbieten.
- Ich habe sie nicht besucht, darum kann ich auch nichts verbessern wollen.
- Für Schulreisen möchte ich keine Themenwanderungen machen, da die SchülerInnen sich zu wenig verpflichtet fühlen, mitzuarbeiten - Schulreise = Spass und Klassenzusammenhalt, nicht Unterricht. Für Exkursionen entsprechen die Themenpfade nicht (mehr - ohne 6. Schuljahr keine Burgen in Geschichte) meinen Fächern. Ich bin Sek I-LP und unterrichte D, F, GS.
- mehr Werbung in den Schulhäusern
- Der Weg ist für mich zu weit für die Kindergarttenstufe. Schön fände ich einen Klangweg oder Barfussweg. Oder etwas in der art wie der «Holzweg» in Balsthal wo man sich auch mehr betätigen könnte selbst.
- Ich habe die allermeisten nicht gekannt. Bin aber auch erst seit 3 Jahren im Beruf.
- Denken Sie bitte auch an den kleinen Prozentsatz ca. 4% von Kindern und Jugendlichen, die schulisch schwach bis sehr schwach sind. Schriftgrösse, Menge an Text, ev. differenzierte Texte, ev. Arbeitsmaterial in verschiedenen Niveaus
- Schwierig zu sagen, da ich Kindergartenlehrperson bin und zu wenige Themenpfade besucht habe.
- Keine
- Immer wieder in den Schulen darauf hinweisen.
- nein
- Stationen, an denen die Kinder etwas handelnd machen können
- Nicht besucht
- Kann ich leider keine Angaben machen

**Frage 11: Welcher der folgenden Themenpfade könnte (zusätzlich) für Sie und/oder Ihre Schulklasse in Frage kommen?**

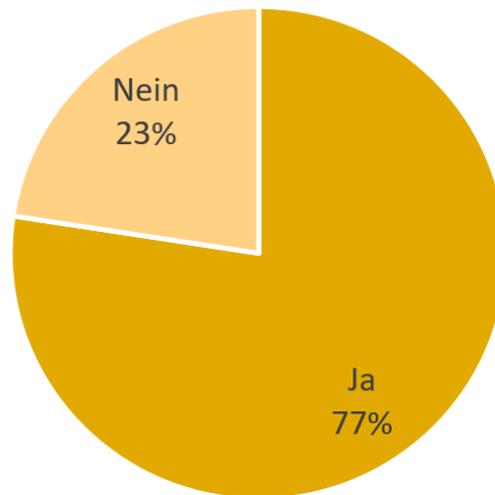


**Frage 12: Welche Art von Themenpfad wäre, Ihrer Meinung nach, für Ihre Schüler besonders interessant? (z.B. Dinosaurier, Römer, Ritter, etc.)**

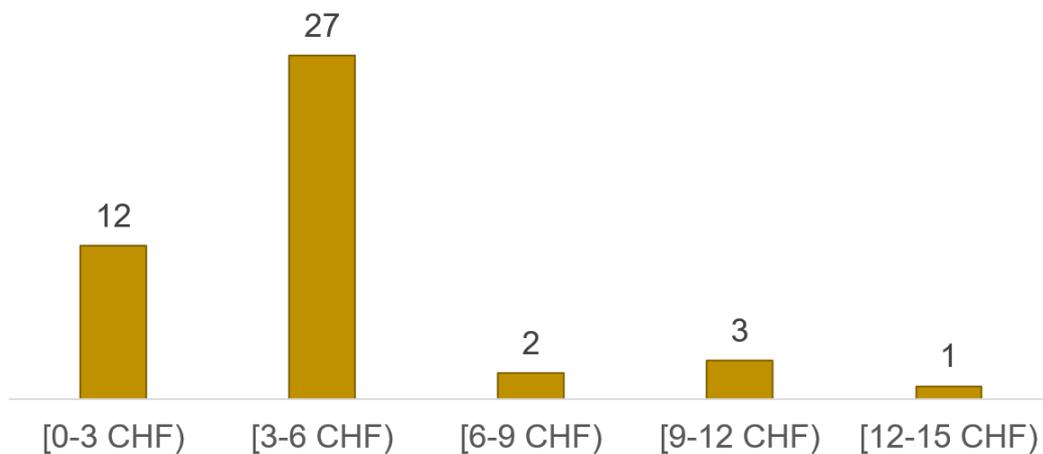
- Märchen
- Mittelalter
- Dinosaurier Römer Ritter (Mittelalter) Pilze
- Die aufgelisteten Themenpfade sind sehr interessant, die Routen jedoch eher zu lange für jüngere Kinder. Etwas mit Tieren.
- Erleben mit allen Sinnen
- Jungsteinzeitl. Funde
- Mittelalter in der Stadt Basel
- Dino...aufgrund von Geschichten oder Märchen
- erwähnte Beispiele Sagen und Mythen Industrialisierung: Ricola, Aluminium, Keramik, Mohrenkopf Richterich
- Umweltpfad (Kläranlage, Kehrlichtverbrennung, Recycling, Kanalisation, etc.) Flussleben
- Sekundarschule, d.h. nicht unbedingt ein Thema nötig,...
- Römer, Ritter
- Digitalisierung
- Zum Thema Wald im Allgemeinen aber auch zu Dinosaurier, Tierspuren —> der Zielstufe (kindergarten bis 3.klasse) angepasste Themenpfade
- Zwergen, Waldtiere, Märchen, Dinos, Planeten, Pflanzen-Kräuter
- Dinosaurier, Römer, Ritter, Künstler
- Tiere Geschichte
- z.B. Thema Wald, Thema «der Ergolz entlang», ja: Dinosaurier, Römer, Ritter... Thema: Baselbiet, Thema «kleiner Weg der Schweiz» mit allen Kantonen etc.
- Burgen
- Themen der Unterstufe: Wald, Sinne, Hecke, Wiese, einheimische Tiere, Märchen, Geschichten...

- Märliweg, Steinzeit, Bienen Ameisen Vogelwelt
- Waldtiere; Spuren; Wald, Sinnespfade
- Steinzeit/ Biber
- Das Angebot scheint mir eigentlich ausreichend! Zu den Römern besuche ich jeweils «Augusta Raurica», welches ja von Zwingen her ebenfalls erreichbar ist.
- Einfluss Klimaänderung und CO2-Eintrag auf Wald. Invasive Neophyten. Alte Kulturpflanzen, Waldnutzung, Einfluss Mensch auf Natur
- Römer,
- - Entwicklung vom Dorf zur Stadt - Wasser (vom Bach zum Fluss, Lebensraum, Kläranlage) - Allgemein Themen für die Sek 1
- Geologie
- Sekstufe 1, Fach Gs BL: alle Themenbereiche ab Früher Neuzeit
- Ritter
- Geologie, Steinzeit, Römer, Burgen, Natur, Ökotope
- Ritter, Schmetterlinge, Käfer, Waldtiere
- Römer
- Dinosaurier, Römer, Ritter, Kelten,
- Zwergenweg, Märliweg, Teichlandschaft, Feenweg, Baumkronenweg
- Tiere/Spuren Dinos
- Schnecke
- Dinosaurier Römer Tierwelt
- Archäologie- Ausgrabungsstätten; Energiegewinnung
- Birs, Biber, Vita Parcours für Kinder
- Römer, Saurier
- Märchen
- Industriegeschichte der Region
- Dinoweg Grenzsteine Zelgenfelder
- Alles was man selbst anfassen und ausprobieren kann
- Für 9. Klässler/-innen (11. SJ nach Harnos) sind Themenwege gerade nicht so spannend.
- Ich glaube, es gibt in der Schweiz schon genug Lehrpfade beziehungsweise Museen zu diesen Themen!
- Dinosaurier Römer Mittelalter Altsteinzeit
- Berufe?
- Zwerge/ Märchen Skulpturenweg Reinach lieben Kindergartenkinder
- Industrialisierung, Reformation/Religion, Themen, die auch die Sek I / Sek II ansprechen
- egal, wenn gut gemacht. Hängt vom Alter und vom Lehrplan ab.
- nein
- Geschichtliche und naturverbundene Themen
- Dinosaurier Römer Ritter Steinzeit Geologie Waldtiere Märchen Survival
- Historische Ereignisse, Naturwunder (Findlinge etc.), Spiel/Spaß-Rundgang (mit Geschicklichkeits-Stationen, Slacklines, ähnlich Vitaparcours aber spielerischer)
- Dinosaurier
- Alles, was selbst erlebbar ist und durch Geschichten u.ä. ergänzt werden kann und die Phantasie anregt. Dinosaurier, Ritter, Feen, Zauberer, etc.
- Wasser, Energie
- -Mittelalter -Dinosaurier -Römer -Ritter
- Natur (Vögel, Bäume etc.), Märchen, Burgen, Bewegung
- Für Kindergartenstufe sind generell Erlebnispfade besonders toll, z B Pfade mit Sinneserlebnissen, zum Experimentieren oder mit Spielstationen

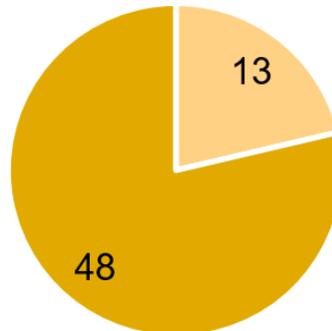
### Frage 13: Wären Sie bereit für einen qualitativ hochwertigen Themenpfad einen Eintrittspreis zu bezahlen?



### Frage 14: Wie viel wären Sie bereit für einen qualitativ hochwertigen Themenpfad zu bezahlen?

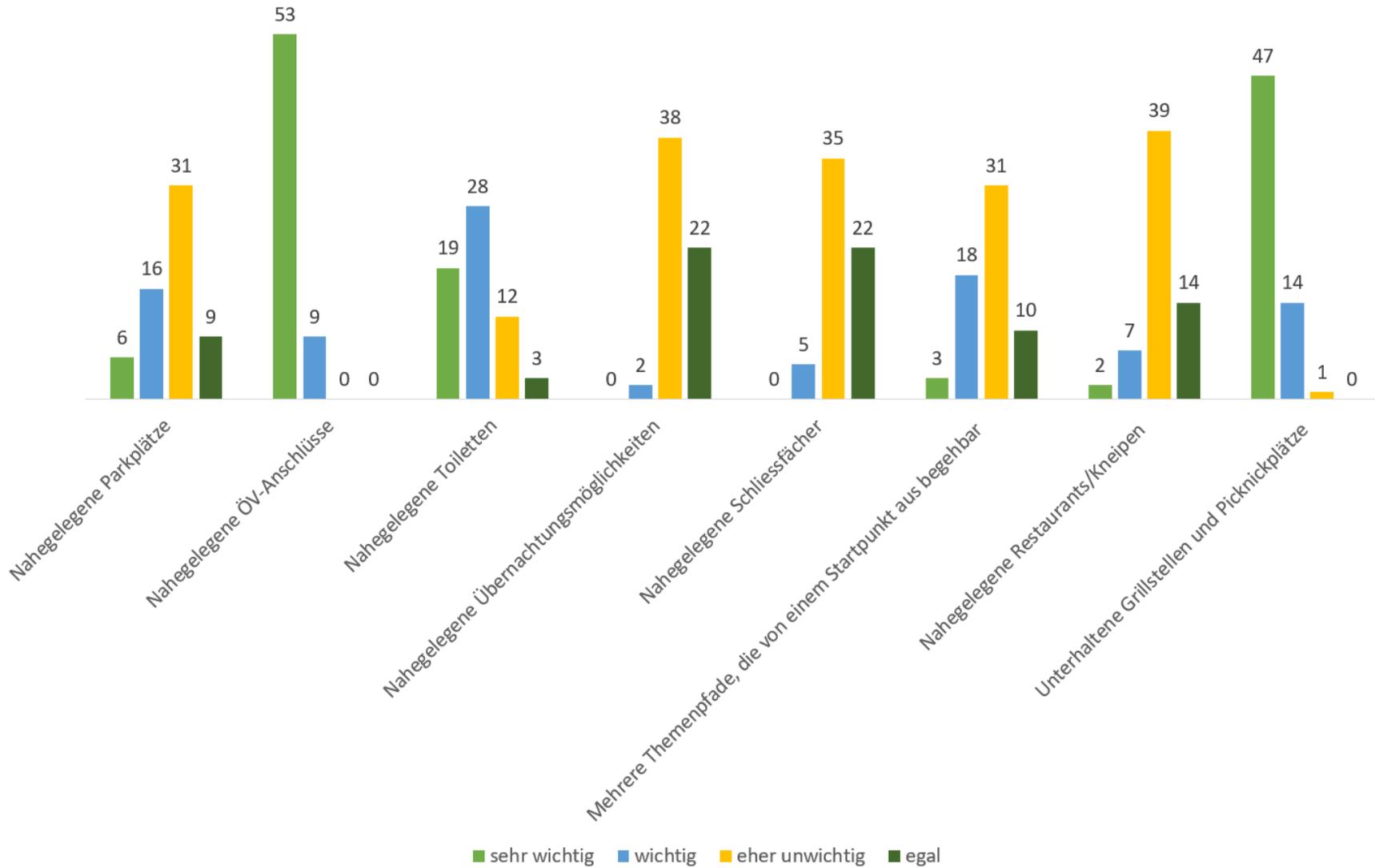


### Frage 15: Würden Sie etwas für themenpfadspezifische Lesebücher zahlen?



- Bereit etwas für die Unterlagen zu bezahlen
- Nicht bereit etwas für Unterlagen zu zahlen

**Frage 16: Wie wichtig sind Ihnen folgende Infrastrukturen?**

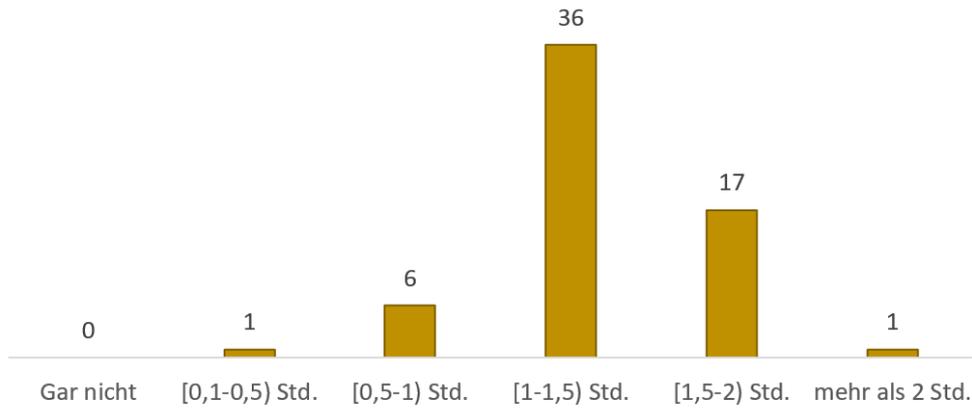


## Frage 17: Unter welchen Voraussetzungen würden Sie in der Region Schwarzbubenland/Laufental mit einer Schulklasse übernachten?

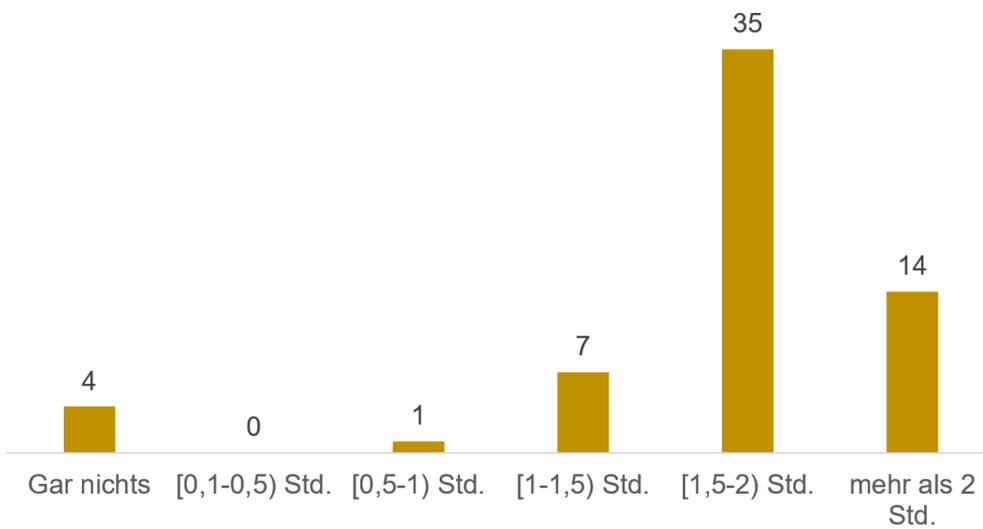
- gute Anfahrtsmöglichkeit
- praktisch, betreut
- tolle Übernachtungsmöglichkeit Eventparks/ Spielplatz/Grillplatz
- zu langer Themenpfad Abschlusswanderung (Ende der Primarschulzeit)
- Kindergarten
- Wenn das Thema ergibig genug für einen 2-tägigen Ausserschulischen Lernort ist. Sonst ist die Übernachtung zu teuer.
- Lange Anreise und tolle Übernachtungsmöglichkeit, eventuell verbunden mit einer weiteren Attraktion oder Wanderung für den nächsten Tag.
- gute Infrastruktur....Preis - Leistung muss stimmen....Distanz vom Übernachtungsort darf nicht zu gross sein
- wenn ich nicht aus der Region wäre
- Zu nah für eine Übernachtung
- keine Möglichkeit, da Kosten zu teuer...
- X
- Digitaler Lernpfad
- Zu weiter Anreiseweg oder wenn für die Besichtigung des Pfases 2 Tage benötigt werden
- Tolle Übernachtungsmöglichkeiten zu langer Themenpfad
- Tolles Angebot mit Informationen und vielen Aktivitäten zu einem Thema, dass die SuS handelnden Unterricht erfahren
- günstige und für eine Klasse geeignete Übernachtungsmöglichkeit
- (ich bin Schulleiterin)
- nicht zu teuer, unkompliziert
- sanitäre Anlagen, ev. organisiertes Programm buchbar..
- -
- tolle Übernachtungsmöglichkeit, reichhaltiges Angebot (zB Wanderwege, Ruinen, gute Grillstellen in der Nähe)
- keine
- Bei günstiger Übernachtungsmöglichkeit mit einer Schulklasse!
- Günstiger Preis der Unterkunft. Sonst eher kein Bedarf, da als Tagesausflug geplant.
- Wenn mehrere Themenpfade zusammenhängen und es nicht sinnvoll ist sie an einem Tag zu «erledigen». Interessante Übernachtungsmöglichkeiten (im Wald/ Baumhäuser,...)
- - Günstige, praktische Übernachtungsmöglichkeit (im Heu, Tippi, eher einfacher Art) - schöner Ort - WC, Wasser vorhanden
- -
- Kaum, da wir zu ortsnah sind
- langer Themenpfad
- tolle Übernachtungsmöglichkeit mit Spielwiese/Spielfeld
- Keine. Im KG sind die Kinder zu Jung für eine Übernachtung.
- Zu langer Themenpfad
- Im Rahmen eines Lagers.
- Eher unter keinen, mit der Unterstufe. Höchstens in einem Gebäude
- Sehr gut betreute Unterkunft, günstig, leicht erreichbar für Eltern falls ein Kind heimweh bekommt
- Preisfrage
- zu langer Themenpfad grundsätzlich würde ich aber kaum den Aufwand einer Übernachtung aufgrund eines Themenpfades auf mich nehmen...
- interessante, abwechslungsreiche Wanderung kombiniert mit gut aufgebautem Themenweg
- Themenspezifische Übernachtung/Unterkunft
- Verknüpfungsmöglichkeit von Unterrichtsthema mit Schwarzbubenland/Laufental

- Tolle Übernachtungsmöglichkeit
- gar nicht
- Klassenlager
- Unter keinen Umständen mit Kindedergartenkindern!
- Themenpfad, den man nachts erforschen soll/kann
- Bezahlbar und möglichst mit Verpflegung.
- interessanter und ausgiebiger Themenpfad nahegelegene und passende Unterkunft niedrige Kosten
- wir wohnen zu nahe
- Im Kindergarten übernachtete ich nicht mit den Kindern
- falls günstige und tolle Übernachtungsmöglichkeiten vorhanden wären
- Gar nicht, bis selten (Finanzielle Frage, wenn der Weg reicht, um zuhause zu übernachten)
- keine
- Wenn sie zum Themenpfad passen und preisgünstig sind
- - nicht zu teuer -ÖV Anschluss nahe - tolle Aktivitätsangebote, die nicht zu teuer sind - tolle öffentliche Umgebung (Wald, Spielplatz) - Parkplatz - genug grosse Unterkunft, die nicht zu teuer ist - Kinderfreundliches Umfeld
- Rahmenbedingungen der Schule passend (zweitägige Reisen sind bei uns aktuell nicht vorgesehen), günstige und unkomplizierte Anreise, interessanter Themenpfad
- gar nicht
- -
- Keine Übernachtung
- Wenn es ein toller Themenpfad wäre, bei dem es nicht reicht alles in einem Tag zu sehen.
- Keine
- Kaum Bedarf für unsere Stufe

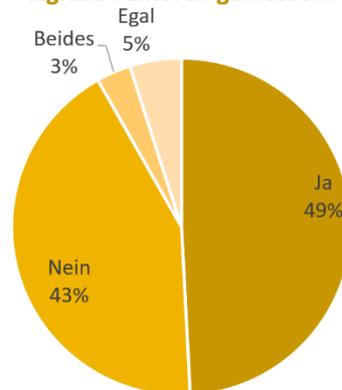
**Frage 18a: Wie viel Anfahrtszeit wären Sie bereit, für einen eintägigen Schulausflug, aufzubringen?**



**Frage 18b: Wie viel Anfahrtszeit wären Sie bereit, für einen zweitägigen Schulausflug, aufzubringen?**



**Frage 19: Würden Sie eine digitale Integration begrüßen oder wollen Sie solche Ausflüge ohne digitale Faktoren geniessen?**



**Frage 19: Würden Sie eine digitale Integration (z.B. App über die Themenpfade) begrüßen oder wollen Sie solche Ausflüge ohne digitale Faktoren geniessen? Und warum?**

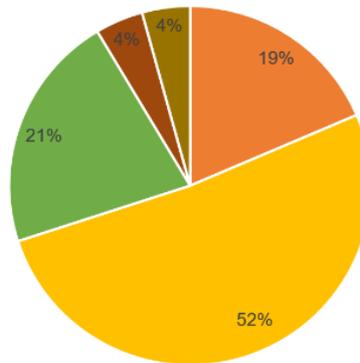
- nein
- Lieber mit Begleitung als mit digitaler Unterstützung, weil der direkte Kontakt eindringlicher ist.
- ja, App begrüßen Grund: Lehrperson kann sich gut vorbereiten
- Ja, eine digitale Integration würde ich begrüßen. Ein Handy o.Ä.hat man immer dabei.
- digital, falls altersentsprechend 4-7
- Digital nur zur Nachbearbeitung, sonst ist der Ablenkungsfaktor vom realen Gegenstand zu gross.
- So etwas wäre toll, aber man sollte den Lehrpfad auch ohne machen können.
- Ohne, wenn die Lehrperson das Thema gut rüber bringen kann...ansonsten mit App
- Selbstverständlich!
- Ohne Elebniss vor Ort soll im Vordergrund sein, ohne digitale Integration
- Nein
- Ohne, da KG-Kinder
- Mit, um amgemessenen umgang zu lernen
- Eventuell wäre dies hilfreich für die Beschaffung von Informationen oder um sich einen Überblick zu verschaffen. Unbedingt nötig finde ich es aber nit
- Eine App könnte hilfreich sein, zum Beispiel für Hintergrundinformationen du den Posten, Wetter oder aktuelle Sachen.
- app ist eine gute Idee
- begrüßen, aktuell
- Ich bin für «real» und nicht so Fan von digital überall...
- ja, praktisch und aktuell
- Ja. Optimal wäre es, wenn z.B. fakultativ Guides (App+Kopfhörer) gewählt werden könnten und beim Themenpfad selbst nichts «digitales» installiert ist.
- -
- Für die Vorbereitung sicherlich hilfreich, wenn es aber darum geht, während dem Ausflug digital Fragen zu beantworten oder Infos zu erhalten, finde ich es nicht sinnvoll, da ja viele Themenpfade in der Natur statt finden und deshalb mit allen SInnen (ohne Technik :) genossen werden soll.
- nein
- Lieber ohne digitale Integration, damit die Sinne und die Sicht der Kinder nicht eingegrenzt wird.
- Ohne App, da sonst SchülerInnen anderes mit den Geräten tun und Kontrollen benötigen. Lieber papierne Unterlagen.

- Ich finde eine App dann gut, wenn trotzdem das Erleben der Natur möglich ist. Es eher ja, da die SchülerInnen sich sehr damit identifizieren und die Informationen relativ einfach aktuell gehalten werden können, was bei Standtafeln schwieriger ist.
- Ohne Digitales, wenn ich draussen bin, sollen die SuS die Gelegenheit haben, ohne Geräte zu sein. Ausnahme: zum Beispiel Themenpfad zur städtischen Entwicklung.
- Ja. Motivierend für die SuS.
- Ohne ist sympathischer, mit wohl gefragter...
- Nein
- Ja - zum Vorbereiten und eigenständigen Losschicken von Gruppen
- Wenn er einfach zu handhaben ist, fände ich so einen App ganz gut.
- App für LP okay, Kinder sollen sich auf die Pfade konzentrieren.
- Ja.
- Ohne digitale Faktoren, Natur direkt erleben (Unterstufe)
- ohne digitale Integration, da auf der Unterstufe ohnehin keine solchen Geräte vorhanden sind. Allenfalls App/Infos bei der Vorbereitung/für die Lehrperson (z.B. Zusatzinfos, welche unterwegs abgerufen werden können)
- ohne: Kids haben zu Hause schon zu viel Bildschirm.
- Ja
- ich begrüße digitale Integration, insbesondere für die Vorbereitung, aber ev auch für den Besuch; Möglichkeit, noch mehr Hintergrund-Infos zum bekommen, SchülerInnen können selbständig lernen;
- Ohne, für die SuS sind Handys verboten also sollte die LP nicht mit einem Handy in der Hand herumgehen.
- egal
- ohne digitale Integration. Arbeite im KG
- Für die Vorbereitung und eventuell spannende Aufträge zu einzelnen Posten sind Apps sicher eine gute Möglichkeit.
- Ja ist zeitgemässe und motiviert die SuS
- Ist nicht nötig aber sicher auch noch mal ein Anreiz für ältere Kinder
- Eher ohne digitale Unterstützung, wenn es darum geht, etwas in und mit der Natur zu erleben
- Für meine Stufe (3./4. Klasse) nicht so dringend nötig.
- ohne digitale Faktoren, da dafür wieder Geräte eingesetzt werden müssten, die evt. nicht vorhanden sind
- es muss beides möglich sein...zB Texte nur lesbar mit app finde ich sehr doof, aber Karten oder Wegführung warum nicht
- Ich persönlich möchte keine: Volle Präsenz für den Themenpfad. Das Erlebnis nehme ich so anders wahr.
- Ja
- Digitalisierung der Pfade für Vor- oder Nachbereitung im Unterricht. In der Natur möchte ich den Fokus auf die Natur richten.
- Wenn sie das Angebot sinnvoll ergänzen, kann es gewinnbringend sein. Soll aber nicht nur als besonderes Marketing-Gadget dienen
- Ich bin offen für digitale Faktoren, kann aber Ausflüge auch ohne geniessen. Ich finde es spannend wenn es eine App gäbe, da ich es so nicht kenne. Jedoch wäre dann die Frage, worauf man diese App laden kann und ob die Geräte dann von der Klasse selbst mitgebracht werden müssten (was ich eher nicht so begrüßen würde) oder ob diese von der Organisation des Themenpfades für Schulklassen und anderen Besuchenden zur Verfügung gestellt werden würden.
- Integration von z.B. Actionbound wäre sehr (!) begrüßenswert: erhöht die Selbstständigkeit und Motivation der Schüler\*innen, am Ausflug teilzunehmen jedoch: Exklusion der Smartphones sorgt für Abstand und Abwechslung
- keine digitalen Faktoren
- Da wir in der heutigen Zeit schon genug abhängig sind von digitalen Medien, möchte ich meinen SchülerInnen die Natur und alles, was dazu gehört, gerne ohne digitale Hilfsmittel näher bringen.
- Ja, mit Hintergrundinfo und Rätsel
- Ohne digitale Faktoren. Es wird vermehrt alles digitalisiert.. das finde ich schade. Es ist ein ausflug. Bei dem sollten Lehrpersonen nicht an einem Handy etc. Sein, sondern sich mit den Schülerinnen und Schülern und dem Themenpfad auseinandersetzen
- Ja
- ohne....sehe ich weniger geeignet für Kiga

## Frage 20: Hätten Sie sonstige Vorschläge, die Sie den Pfadbetreibern machen wollen?

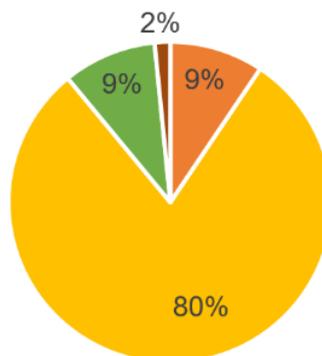
- genaue Zeitangabe von einem zum anderen Posten oder Distanzmessung (wichtig für Unterstufenkinder)
- Es kommt mit gerade nichts in den Sinn.
- nein, aber danke fürs Hegen und Pflegen
- Wechselnde Aufgaben lösen können in Form eines Wettbewerbs
- Schulen als Verbund ausschreiben, interessante Angebote anbieten, evtl. LP vor Ort unterstützen
- Werbung an den Schulen
- Ev. Spiele/Rätsel einbauen.
- Ich kenne viele Themepfade nicht, da sich die Betreiber oftmals im Internet nicht oder nur wenig präsentieren. Bitte Werbung machen!!! Evt. zusammenschliessen.
- Nicht zu grosse Abstände zwischen den Stationen. Stationen sollten vor Ort informativ sein und Orts-Hinweis auf die letzte/nächste Station liefern. Sollten ohne mitgebrachtes Zusatzmaterial informativ sein. Manchmal kommt man per Zufall auf einer Wanderung zu einem Pfad und würde gerne folgen, weiss aber nicht wohin und zu was er da ist.
- Ergänzende Aktivitäten werden toll: Bei Geologie Gesteine untersuchen, Ein Unterschlupf im Wald bauen,...
- Kartenmaterial zur Verfügung stellen. Werbung machen.
- Spielerische Ansätze.
- Anschaulich, interessante, konkrete Informationen. z.B. ist sind beim Karstwanderweg viel zu wenig Informationen über die an Ort und Stelle zu sehenden Höhlen zu finden. Die Kinder interessiert, wie lang/alt/... DIESE Höhle ist, Informationen über andere Höhlen sind an dieser Stelle uninteressant und überflüssig. Zudem sollte nicht nur etwas zu Lesen, sondern auch etwas zu Erleben sein.
- Bewegungselemente einbauen
- nein
- Themenwege sollten gut unterhalten sein; junges «Outfit» ist ansprechend; für mich als LP ist von Bedeutung, dass ich dazu zusätzliche Unterrichtsmaterialien haben kann und mich online vorbereiten kann
- Möglichst wenig Information, die man lesend erarbeiten muss beziehungsweise diese möglichst kurz. Mehr handlungsorientiert. z.B. in Form einer Art Schnitzeljagd oder OL.
- In der Region nachsehen, was schon da ist. z. B. in Augst, Frick etc.
- Begleitendes, vorhandenes Unterrichtsmaterial wäre praktisch
- Die Konkurrenz ist gross, man muss die Lehrpersonen direkt gewinnen.
- einfach abrufbare Karten der Pfade und gute und einfache Kommunikation z.B. via TNW-Website (dort informiere ich mich über Angebote, kann mich aber nicht erinnern, die Themenpfade gesehen zu haben)
- mehr Werbung
- Verschiedene Schwierigkeitsgrade - selbsterklärend, auch für Kann Kinder, die noch nicht lesen können.

**Frage 21: Welche Schulstufe unterrichten Sie?**



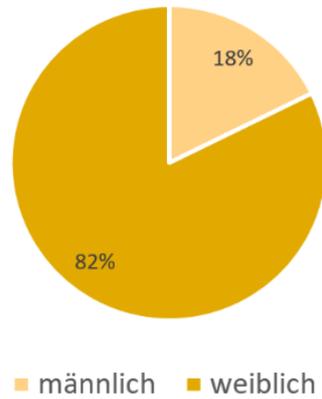
■ Kindergarten ■ Primarstufe ■ Sekundarstufe ■ Gymnasialstufe ■ Sonstige

**Frage 22: In welchen Kantonen unterrichten Sie?**

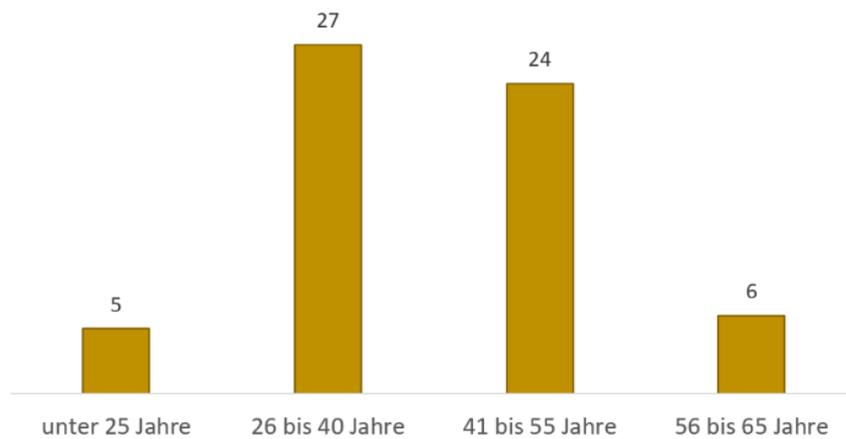


■ Aargau ■ Basel-Land ■ Basel-Stadt ■ Solothurn

**Frage 23: Geben Sie bitte Ihr Geschlecht an.**



**Frage 24: Geben Sie bitte Ihr Alter an.**



## Anhang Nr. 13: Leitfaden für Interviews

---

1. Unterhalten Sie einen Themenpfad in der Region Schwarzbubenland/Laufental?

Ja

Wenn ja, welcher?

Nein (Mit Frage 9. fortfahren)

2. Wie viel Zeit beansprucht die Instandhaltung Ihres Themenpfades?

Hier ausfüllen

3. Wie hoch beläuft sich der jährliche finanzielle Aufwand für Ihren Themenpfad?

Hier ausfüllen

4. Ist Ihr Themenpfad von Vandalismus betroffen?

Ja

Wenn ja, mit welcher Art von Vandalismus?

Nein

Wenn nein, wie verhindern Sie dies?

5. Wie viele Stellen-% benötigen Sie für die Instandhaltung Ihres Themenpfades?

Hier ausfüllen

6. Benötigen Sie für die Instandhaltung des Themenpfades finanzielle Unterstützung?

Ja

Wenn ja, wieviel erhalten Sie/ von wem werden Sie mitfinanziert?

Nein

7. Welche Infrastrukturen (ÖV, Toiletten, etc.) bietet Ihr Themenpfad bereits?

Hier ausfüllen

8. Was könnten Sie (zusätzlich) zur Verbesserung der Infrastruktur (noch) beitragen?

Hier ausfüllen

9. Unter welchen Voraussetzungen würden Sie bei der Instandhaltung eines Themenpfades mithelfen?

Hier ausfüllen

10. Haben Sie konkrete Verbesserungsvorschläge oder Ideen, welche die Themenpfade im Schwarzbubenland besuchswerter machen würden? (Weiterer Typ Themenpfad? Wo sehen Sie Potential? Etc.)

Hier ausfüllen

11. Welcher Gemeinde beziehungsweise welchem Werkhof gehören Sie an?

Hier ausfüllen

12. Geben Sie bitte Ihr Geschlecht an.

männlich

weiblich

13. Geben Sie bitte Ihr Alter an.

- Unter 25 Jahre
- 26 – 40 Jahre
- 41 – 55 Jahre
- 56 – 65 Jahre
- älter als 65 Jahre

## **Anhang Nr. 14: Interview mit Hans Weber (Via Surprise)**

---

### **1. Wie viel Zeit beansprucht die Instandhaltung Ihres Themenpfades?**

Die inhaltliche Instandhaltung stellte einen grossen Aufwand dar und umfasste über 100 Stunden (grosser geografischer Umfang). Die Instandhaltung vor Ort ist nicht offiziell geregelt und findet daher nicht regelmässig statt. Der Wanderweg wird jedoch von diversen Wanderwegorganisationen bestritten und gepflegt. Zudem wurde der Wanderweg vollumfänglich auf der Plattform SchweizMobil integriert, was einen relativ hohen Initialaufwand darstellte. Der alltägliche Aufwand stellt die Kommunikation, also das Marketing, dar.

### **2. Wie hoch beläuft sich der jährliche finanzielle Aufwand für Ihren Themenpfad?**

Der finanzielle Umfang der digitalen Integration auf der Plattform SchweizMobil beläuft sich auf rund 40'000 CHF

### **3. Wie hoch ist ihr persönlicher Anteil betreffend der Unterhaltung Ihres Themenpfades?**

Der Aufwand wird auf ungefähr 100 Stunden im Jahr geschätzt. Die Betreuung von Projektaufträgen wird auf einem anderen Zeitrapport festgehalten.

### **4. Ist Ihr Themenpfad von Vandalismus betroffen?**

Die Themenpfade sind nicht von Vandalismus betroffen, weil es grundsätzlich keine Möglichkeit gibt, etwas zu beschädigen.

### **5. Wie viele Stellen-% benötigen Sie für die Instandhaltung Ihres Themenpfades?**

Die Instandhaltung findet insofern nur von einer Person statt (100 Stunden Aufwand)

### **6. Benötigen Sie für die Instandhaltung des Themenpfades finanzielle Unterstützung?**

Wird von Trägerorganisationen Unterstützt. Als solche: Kanton Solothurn-Tourismus, Kanton Basel-Land-Tourismus, Alpentourismus, Region Solothurn Tourismus, Schwarzbubenland, Wasserfallen und der Naturpark.

### **7. Arbeiten Sie mit Restaurants oder anderen Organisationen zusammen?**

Es findet eine starke Zusammenarbeit mit Leistungsträgern wie Restaurants und vor allem Hotels statt. Auf den Wanderwegen befinden sich beispielsweise vielerlei Restaurants, welche direkt an das Angebot der Wanderwege anknüpfen. So findet in einem Turnus von zwei Jahren eine Zusammenkunft mit den Gastronomiebetreibern und den Verantwortlichen für die Wanderwege statt.

### **8. Betreiben Sie den Themenpfad ehrenamtlich?**

Die Arbeit findet nicht ehrenamtlich statt.

## **Anhang Nr. 15: Interview mit Franz Baumann aus Seewen (Wandergruppe)**

---

### Allgemeine Informationen zu Baumann und Wandergruppe

- 10 – 12 Mitglieder
- Spontane Treffen, zeitlich u. organisatorisch
- Kein Name
- Keine lange Reise, bald möglichst zu Fuss unterwegs
- Meist in der Region unterwegs
- Tarif TNW-Verbund
- Fast 20 Jahre schon → Herzinfarkt
- Länge spielt eine Rolle → Voraussplanung auf SchweizMobil an Mitglieder
- Mit An- Abmeldungen
- 10 – 12 km, ca. 4 Stunde (nicht am Stück)

### Themenpfade?

- Kennt: Karstlehrpfad, Planetenweg, geologische Wanderung Waldwanderwege 5 und 8, Holzweg → Naturpark
- Holzweg und Waldwanderwege, geologische Wanderung schon begangen
- Offizielle Wanderwege mit Themenpfade verbinden, damit sie markiert sind und einfacher zu begehen
- Unterhalt: Wege werden zugewachsen, Tafeln werden abgerissen
- Offizielle Wanderwege werden gewartet daher besser
- ÖV sehr wichtig, früher mit Auto da Streckenpfade
- Rundpfade empfehlenswert
- ÖV ist gut angeschlossen im Schwarzbubenland
- Problemlos Treffes ist ermöglicht worden
- ÖV > Parkplätze
- Gastro ist Ihnen wichtiger als Grillstellen, essen immer in Gastro
- Gastro soll mehr Variation bieten, gammeln vor sich hin
- Gastro machen immer mehr zu, ein paar Wanderwege somit nicht mehr begehbar
- Toiletten in Gastros vor allem wichtig, während der Verpflegung
- Gastro stärkt Teambuilding
- Handy wird mitgenommen, für SchweizMobil → Wegweiser werden überflüssig
- Handy als Sicherheit wenn Wegweiser nicht genug gut
- Wollen nicht immer am Handy, abr digitale Intergration

Routen mit Aussicht, Routen mit Flüssen, Naturphänomen

Auch architektonische, Geschichte Wanderung machen Wanderwege besuchswert