



Zusammenfassung

Bachelorarbeit

Besucher- und Informationszentrum (BIZ) auf der Insel Rheinau im Kontext des zukünftigen Insel Museums Rheinau und Dreh- und Angelpunkt für das nachhaltige Tourismusangebot des Zürcher Weinlands.

Von Janine Bernhardsgrütter, FH Graubünden, 06.10.2022

Ziele

Auf der Rheinauer Klosterinsel soll im ehemaligen Abteitrakt ein für die Öffentlichkeit zugängliches Museum entstehen. Das Herzstück des Museums soll das Besucher- und Informationszentrum, nachfolgend BIZ genannt, werden. Das BIZ soll nicht nur für das Museum eine physische Informationsstelle werden, sondern auch für weitere Angebote der Region und so einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung des Tourismus im Zürcher Weinland darstellen. Das BIZ soll langfristig selbsttragend finanziert werden können. Das Ziel ist es, das Wirtschaften unter sozialen, ökologischen und ökonomischen Aspekten aufzuzeigen und daraus abgestimmte Marketingaktivitäten abzuleiten und zu beschreiben.

Forschungsfrage

Die Bachelorarbeit befasste sich daher mit folgender Forschungsfrage:

“Wie gelingt ein erfolgreiches Besucher- und Informationszentrum der Vereine "Insel Museum Rheinau" und Pro Weinland, in Bezug auf die Finanzierung, des gesamten Angebotes und die Marketingaktivitäten für einen nachhaltigen Tourismus im Zürcher Weinland?”

Um die Forschung weiter einzugrenzen und zu präzisieren, wurde die Forschungsfrage in folgende Teilfragen unterteilt:

1. Wie entsteht ein erfolgreiches BIZ?
2. Welche Vermittlungstechniken gibt es für ein erfolgreiches BIZ?
3. Welche Rolle spielt die Digitalisierung bei der Konzeption des BIZ?
4. Welche Rolle haben die MitarbeiterInnen eines BIZ?
5. Welche Möglichkeiten gibt es, um eine langfristige Finanzierung des BIZ sicherzustellen?
6. Welche Möglichkeiten gibt es für das BIZ, um mit umliegenden Geschäftsstellen zu kooperieren?
7. Was sind die Aspekte einer erfolgreichen Kooperation?
8. Wie kann der Tourismus im Zürcher Weinland nachhaltig wachsen?
9. Welche Marketingaktivitäten können bei der Vermarktung des Zürcher Weinlands eingesetzt werden?

Methodik

Die systematische Literaturrecherche zu den Teilfragen 1-5 wurde mithilfe eines Experteninterviews ergänzt. Die Teilfragen 6 und 7 wurden mittels eines qualitativen schriftlichen Online-Interviews präzisiert, bei welchem alle umliegenden Geschäftsstellen und möglichen Kooperationspartner befragt wurden.

Experte: Rafael Enzler, Partner, gutundgut gmbh
Interviewpartner Online-Interviews:
Alle möglichen Kooperationspartner des BIZ

Ergebnisse & Diskussion

Im Rahmen der Beantwortung der Teilfragen wurden die Ergebnisse der zusammenfassenden Inhaltsanalyse des Experteninterviews und die strukturierte Inhaltsanalyse der schriftlichen Online-Befragung in Kontext zum theoretischen Bezugsrahmen gesetzt.

► Teilfrage 1: Wie entsteht ein erfolgreiches BIZ?

Ein dynamisches und modernes Ferienangebot entsteht nicht mehr nur durch die Bereitstellung vieler Prospekte und BeraterInnen hinter einer Wand gedacht als Theke. Es ist wichtig dem Gast einen Grund zu liefern, um aktiv ein BIZ zu besuchen und sich nicht alle Informationen aus dem Internet herauszusuchen, was er zeit- und ortsunabhängig tun kann. Der Grund kann ein bereitstehendes Erlebnis für den Gast sein. Nach der Meinung des Experten sind das erstens eine funktionelle und schöne Umgebung und zweitens aktivierte, geschulte und sensibilisierte MitarbeiterInnen.

Aus der Literatur wurden aber noch einige andere Aspekte festgehalten. Das BIZ soll eine Visitenkarte und Erlebniswelt der Region darstellen. Die Ferien beginnen schon mit dem Erlebnis im BIZ und somit bei der Planung von Angeboten und Unterkünften. Das Erleben eines Individuums kann aber nur indirekt durch die Gestaltung äusserer Umstände von Dritten beeinflusst werden. Es ist wichtig, Ereignisse zu schaffen, die zu Erlebnissen führen, die wiederum durch Reflexion zu Erkenntnissen und schliesslich zu nachhaltigen Erfahrungen für die Gäste werden. Selbsterlebte Inhalte bleiben besonders gut haften, ebenso wie Geschichten, die einen emotional berühren.

01

Einen Grund für den Besuch liefern

02

Bereitstehendes Erlebnis für den Gast

03

Visitenkarte und Erlebniswelt der Region

04

Selbsterlebte Inhalte

05

Emotionale Geschichten

► Teilfrage 2: Welche Vermittlungstechniken gibt es für ein erfolgreiches BIZ?

Ein attraktiver Methodenmix soll den Besuch zu einem Erlebnis machen. Visuelle, auditive und interaktive Methoden der Kommunikation sollten sich abwechseln. Auch die digitalen Möglichkeiten sollen genutzt werden, so kann eine gute Mischung entstehen zwischen etwas Haptischen und digitalisierten Inhalten.

Der Besucher / die Besucherin soll einen einfachen Zugang zu den Inhalten erhalten und sich so leichter mit den Kulturgütern des Zürcher Weinlands und der Naturwerte der Region identifizieren können. Die Menschen sind nur bereit zu schützen, was sie kennen.

Der Experte Rafael Enzler hat in dem Experteninterview hinzugefügt, dass das Medium Film mit Storytelling bei den Besuchern ein Gefühl der Betroffenheit auslösen kann und somit prägend ist. Die Region kann sich durch einen Film präsentieren, und Angebote und verschiedene Freizeitmöglichkeiten können so vertieft vermittelt werden.

► Teilfrage 3: Welche Rolle spielt die Digitalisierung bei der Konzeption des BIZ?

Damit Gäste der Region das BIZ vermehrt nutzen, sollen die Auskünfte persönlich, individualisiert, einfach zugänglich und nützlich sein. Diese Ansprüche können auch mit einem Chat Service gedeckt werden. Dieser Chat soll mit automatischen Antworten programmiert werden, jedoch bei spezifischen Anfragen und innerhalb der Öffnungszeiten auch weiter zu den MitarbeiterInnen im BIZ geleitet werden. So besteht weiterhin persönlicher Kontakt, die Auskünfte sind zu jeder Uhrzeit abrufbar und Personal kann für längere Beratungsgespräche eingesetzt werden.

Ausserdem wünschen sich LeistungsträgerInnen Unterstützung bei der Beratung der Gäste. Um dieses Problem zu lösen, kann ein QR-Code für den BIZ-Chat-Service an der Rezeption eines Hotels, im Restaurant auf der Toilette oder am Eingang, neben dem Fahrkartenautomaten an der Bushaltestelle oder beim Bahnhof oder an anderen Stellen bei den Kooperationspartnern und Dienstleistern der Region angebracht werden. Dann ist eine sofortige und hilfreiche Beratung durch die MitarbeiterInnen des BIZ gewährleistet und die Kooperationspartner und LeistungsträgerInnen werden entlastet.



Attraktiver Methodenmix



Visuelle, auditive und interaktive Methoden



Digitale Möglichkeiten



Medium Film Storytelling

- ▶ Teilfrage 4: Welche Rolle haben die MitarbeiterInnen eines BIZ?

Den BIZ-Mitarbeitern kommt nach Ansicht des Experten eine sehr wichtige Rolle zu. Zum einen sollten sie eine Wohlfühlatmosfera und eine Stimmung der Offenheit schaffen und die Gäste im Raum willkommen heissen.

Er führt weiter aus, dass das Personal gezielt dort eingesetzt werden sollte, wo keine Zeichen oder Signale einen Menschen ersetzen können. Das bedeutet, dass standardisierte Fragen wie "Wo ist die Toilette?" nicht von MitarbeiterInnen beantwortet werden sollten, um so Kapazitäten für individuelle Beratungsgespräche zu schaffen. Spezielle Methoden, um den Gästen auch beim Verkaufs- oder Beratungsgespräch ein Erlebnis zu bieten, können hier eingesetzt werden. Die Gäste werden zum Beispiel gebeten, spontan zu sagen, welches Bild sie am attraktivsten finden, und die Mitarbeiter erklären ihnen anschliessend das Angebot, das dieses Bild darstellt.

Die Literaturanalyse zeigt ausserdem, dass es eine zentrale Buchungsstelle für das Management des nachhaltigen Tourismus im Zürcher Weinland geben sollte, die möglichst viele Anfragen bearbeiten kann und die Kommunikationsinstanz mit den beteiligten Leistungsträgern ist. Da der Verein ProWeinland mit seiner Kompetenzstelle Tourismus und Freizeit dies bereits macht, sollte eine enge Zusammenarbeit mit dem BIZ angestrebt werden, um so eine reibungslose Koordination zwischen den beiden Stellen sicherzustellen.

- **Wohlfühlatmosfera**
- **Stimmung der Offenheit**
- **Spezielle Verkaufsmethoden**
- **Kommunikationsinstanz mit Leistungsträgern**



- ▶ Teilfrage 5: Welche Möglichkeiten gibt es, um eine langfristige Finanzierung des BIZ sicherzustellen?

Das erarbeitete Finanzierungsmodell des Museums enthält eine Reihe von Finanzierungsquellen darunter Beiträge von der Gemeinde Rheinau, dem Kanton Zürich und eigene Vereinsbeiträge. Personal für den Museumshop ist bereits budgetiert.

Durch Kooperationen mit dem Naturzentrum Thurauen, dem Haus der Stille, der Klosterkirche Rheinau, dem Restaurant Klostersgarten, dem Verein Rheinauer Konzerte und der Eventgastronomie der Stiftung Fintan können die laufenden Betriebskosten des BIZ zusätzlich finanziell getragen werden. Mit weiteren Betriebsjahren ist es denkbar, auch Beiträge von lokalen Stiftungen oder Sponsoring zu empfangen. Wenn es möglich sein wird, den Besucherraum des BIZ zu vermieten, kommen auch noch Einnahmen aus der Ausrichtung privater Veranstaltungen wie Tagungen hinzu.

Die Analyse der Gewinn- und Verlustrechnungen anderer Besucherzentren zeigt, dass die grössten Beträge für Personal und Räumlichkeiten ausgegeben werden. Da das BIZ in eine bestehende Einrichtung eingebaut würde, könnten die Raumkosten durch die Einnahmen des Museums gedeckt werden.

- ▶ Teilfrage 6: Welche Möglichkeiten gibt es für das BIZ, um mit umliegenden Geschäftsstellen zu kooperieren?

Informationen sollen ausgestellt und ausgelegt werden vom Naturzentrum Thurauen, dem Haus der Stille, von der Klosterkirche Rheinau, dem Restaurant Klostersgarten, dem Verein Rheinauer Konzerte und der Eventgastronomie der Stiftung Fintan.

Der Wein von der Staatskellerei Zürich und die selbst hergestellten Produkte der Stiftung Fintan sind Produkte, die im BIZ verkauft werden könnten. Um das Schaufenster der Region als BIZ weiter zu füllen und den nachhaltigen Tourismus des Zürcher Weinlandes noch mehr einzubeziehen, wäre es wichtig, weitere regionale Produkte zu präsentieren, wie zum Beispiel Produkte aus Marhalen oder Benken.

- ▶ Teilfrage 7: Was sind die Aspekte einer erfolgreichen Kooperation?

Um eine erfolgreiche Zusammenarbeit zu erreichen, sollte zunächst die Form der Kooperationsbeziehung geklärt werden. Mit einem Vertrag lassen sich mögliche spätere Differenzen und Unklarheiten besser vermeiden. Danach sollte auf die Perspektive des einzelnen Kooperationspartner eingegangen werden, um die Bedingungen für die Entstehung und Stärkung der Kooperationsbeziehung zu überprüfen. Jeder Kooperationspartner sollte in der Kooperation seinen Nutzen erkennen. So kann beispielsweise das Naturzentrum Thurauen vom BIZ profitieren, indem das BIZ Informationen des Naturzentrums auflegt und Auskünfte erteilt. So werden Gäste des BIZ auch Gäste des Naturzentrums Thurauen.

► Teilfrage 8: Wie kann der Tourismus im Zürcher Weinland nachhaltig wachsen?



Zuerst einmal braucht es nachhaltige Angebote, die gebucht werden können und somit ein nachhaltiges Wachstum eines regionalen Tourismus fördern. Ein Angebot ist eine klar definierte und buchbare Dienstleistung. Diese kann als Einzelleistung oder als Leistungsbündel verkauft werden.

Um nachhaltige Angebote anbieten zu können, ist es wichtig, die Angebote unter definierten Nachhaltigkeitskriterien zu entwerfen. Diese Kriterien werden unter Berücksichtigung der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: Ökologie, Soziales und Ökonomie definiert.

Ein Beispiel eines nachhaltigen Tourismusangebot für das BIZ könnte wie folgt aussehen: Ein Erlebnispass, in dem alle Schlösser des Zürcher Weinlandes mit öffentlichen Verkehrsmitteln besucht werden können und spannende Informationen vermittelt werden. Dieser kann sowohl für Erwachsene als auch für Kinder zugeschnitten werden.

► Teilfrage 9: Welche Marketingaktivitäten können bei der Vermarktung des Zürcher Weinlands eingesetzt werden?

Auf allen gedruckten oder digitalen Werbematerialien sollten die Angebote mit entsprechenden Symbolen oder Piktogrammen als nachhaltig gekennzeichnet werden. Wird zum Beispiel bei der Schlosstour im Zürcher Weinland nur minim oder bestenfalls kein CO₂ ausgestossen soll dies klar signalisiert werden.

Ein zentraler Vermarktungspartner ist ein wichtiger Erfolgsfaktor. Der Gast soll beim BIZ auf der Insel alles finden, um seine Reise im Zürcher Weinland optimal zu gestalten. Neben Angaben zur Nachhaltigkeit sollen die Besucher und Besucherinnen auch Informationen über touristische Leistungspartner in der Region erhalten.

Um auf diese Angebote, die im Internet strukturiert aufgelistet sind, zuzugreifen, kann der Gast im BIZ über einen QR-Code auf die Webseite kommen.

Diese QR-Codes sollen im ganzen BIZ verteilt werden. Ausserdem soll dieser QR-Code zusammen mit dem Code für den Chatservice auch an anderen Standorten wie in Restaurants oder auf Ticketautomaten im Zürcher Weinland aufgeklebt werden. So kann er über den QR-Code auf die Webseite zugreifen und sich informieren und sich bei Fragen an den Chatservice wenden.

Dieser Aufkleber kann zum Beispiel so aussehen wie auf der nächsten Seite abgebildet. Zudem sollen die Webseite und die Angebote des BIZ auf der Webseite des Regionmanagement Zürcher Weinland integriert werden.

Schluss

Das Fazit, die Limitationen und Implikationen, weitere Ausführungen von Ergebnissen sowie der theoretische Bezugsrahmen entnehmen Sie bitte der Bachelorarbeit.

Nun bedanke ich mich bei Ihnen, dass Sie dieser Zusammenfassung Ihre Aufmerksamkeit geschenkt haben und natürlich bei Herr Grob welcher mich bei der Arbeit tatkräftig unterstützt hat.

Freundliche Grüsse von der Bachelorabsolventin



Janine Bernhardsgrütter



z.B. Sticker für QR-Code Website und Chatservice.

Quelle; Eigene Darstellung