

Das MAISON DE MAÎTRE - KULTUR | TAGUNGEN | FORSCHUNG - ist ein offenes, weit-denkendes Zentrum für Reflektion, Weiterentwicklung und Begegnung, in dem jeder ehrlich und authentisch seiner Entwicklung nachgehen kann - ein Treffpunkt vielfältiger Lebensmodelle.

BUSINESSPLAN FÜR DAS MAISON DE MAÎTRE

KULTUR | TAGUNGEN | FORSCHUNG
CULTURE | CONFÉRENCES | RECHERCHES



1. Zusammenfassung und Firmenphilosophie

Das Maison de Maître, welches in dem wunderschönen Bauerndorf Bellerive (ca. 630 EW) im Kanton Waadt liegt, soll einerseits ein Zentrum für Tagungen, Seminare und Forschung, andererseits ein Ort zum Wohnen und Verweilen sein, welcher Raum für Kreativität, innerer Ruhe, Intuition und Weiterentwicklung gibt. Das Haus versteht sich als Nährboden für soziale, ökologische und spirituelle Projekte jenseits von allen Ideologien. Es soll neben den vielfältigen internen Angeboten (Workshops, Ausstellungen, Vorträge, etc.) einen innovativen Leitgedanken - Förderung von Kultur, Forschung, Austausch und respektvollem Miteinander - verkörpern. Das Maison des Maître, welches bis vor zwei Jahren ein Senioren- und Pflegeheim war, soll ökologisch vorbildlich und ästhetisch sensibel saniert werden und ein autarkes Energieversorgungssystem (Wind-, Wasser- und Solarenergie) besitzen, so dass auch Nachhaltigkeit gewährleistet ist. Durch das Projekt werden 7 Arbeits- und 4 Praktikumsplätze geschaffen. Das Maison de Maître (MdM) verfolgt somit den von der UNWTO (World Tourism Organisation) aufgezeigten Trends zu mehr Authentizität und individuellen Angeboten wie auch zur „Polarisation of tourist tastes“ - eine Polarisierung zwischen Komfort, Abenteuer und Bildung. Wachsendes Bewusstsein und die Sensibilität für ökologische Werte und soziale Fragen wie auch die von Opaschowski (1) prognostizierte rasant wachsende „Mussekultur“, in der Menschen mehr Zeit für Meditation, Esoterik, Entspannung oder Yoga nehmen, werden im Gesamtkonzept aufgegriffen und in allen Angeboten präsent sein.

2. Geschäftsidee und Vision

Mit dem Maison de Maître soll Gruppen und Einzelpersonen die bestmögliche Voraussetzung geboten werden, Veränderungsprozesse aktiv, kreativ und positiv zu gestalten. In einer Zeit der enormen demographischen Veränderung ist es unumgänglich

1 Prof. Dr. Horst W. Opaschowski ist Zukunftswissenschaftler und Berater für Wirtschaft und Politik.

Das MAISON DE MAÎTRE – KULTUR | TAGUNGEN | FORSCHUNG – ist ein offenes, weit-denkendes Zentrum für Reflektion, Weiterentwicklung und Begegnung, in dem jeder ehrlich und authentisch seiner Entwicklung nachgehen kann – ein Treffpunkt vielfältiger Lebensmodelle.

neue, alternative Konzepte innerhalb unserer Gesellschaft zu praktizieren und offene Sichtweisen für Zentren des Austausches zu entwickeln. Die Zusammenarbeit soll geprägt von gegenseitigem Respekt, Toleranz, Vertrauen und Wertschätzung sein. Das gesamte Zentrum folgt wie bereits erwähnt dem Leitgedanken - Förderung von Kultur, Forschung, Austausch und respektvollem Miteinander. Es ist ein Ort und Zentrum der Begegnung, welches sich durch Zusatzangebote wie eine Lounge, einem Mittagstisch, „Essen auf Rädern“ (Mahlzeitservice), künstlerische Ateliers / Werkstätten und einem Dorfladen für die umliegende Bevölkerung öffnet und somit auch die Umgebung bereichert. Das Personal und deren Familien haben ihre Wohnungen im Haus, um eine familiäre, vertraute und willkommene Atmosphäre zu schaffen.

Resümierend ist das Maison de Maître ein offenes, weit-denkendes Zentrum für Reflektion, Weiterentwicklung und Begegnung, in dem jeder ehrlich und authentisch seiner Entwicklung nachgehen kann – ein Treffpunkt vielfältiger Lebensmodelle.

2.1 Aufbau des Zentrums

Die Besonderheit des Maison de Maître als Zentrum für Tagungen und Kultur zeichnet sich durch eine vertraute und familiäre Atmosphäre aus, die einen fokussierten und intensiven Austausch der Gruppen ermöglicht. Neben dem Seminarbetrieb gibt es 12 Zimmer zur Übernachtung. 3 Doppelzimmer befinden sich im Garten, 3 Doppelzimmer und 6 Einzelzimmer im Haus. Zwei Wohnungen (jeweils 2 ½ Zimmer), die als Forschungslabor vermietet werden, bieten Möglichkeiten in geschützter und ruhiger Atmosphäre an wissenschaftlichen Arbeiten und ähnlichen Forschungsprojekten zu arbeiten. Zwei weitere Wohnungen (4 und 5 Zimmer) werden an die Angestellten und deren Familien vermietet. Die Lounge, in der eine Dauerausstellung über den Flugpionier René Grandjean, der 1884 in Bellerive VD geboren wurde, und Wechsausstellungen aus dem Bereich Malerei und Fotografie zu finden sind, lädt zum Mittagstisch, wie auch am Abend zum Verweilen und Austausch ein. Sie gibt der umliegenden Bevölkerung die Möglichkeit die kreative und innovative Atmosphäre des Maison de Maître zu genießen. Der kleine Garten mit Kapelle bietet Platz zum Erholen, Nachdenken und zum Reflektieren. Der über der Strasse angrenzende Garten, in dem sich eine Kräuterspirale und ein Schaugarten mit enormer Arten- und Formenvielfalt befinden, vermittelt den Gästen neues und spannendes Wissen über Natur und alte Anbauweisen. Auf dieser Seite befinden sich ebenso 10 Parkplätze für die Gäste. Der Dorfladen, der vor allem regionale Produkte und Spezialitäten anbietet, dient als Schnittstelle zwischen Haus und Region. Ein original schlichtes Hamam („Orientalisches

Bad“) soll Möglichkeiten zur Steigerung des Wohlbefindens bieten und ist in seiner Bauweise einzigartig in der Schweiz. Um die Küche möglichst effektiv und gesellschaftsoffen zu nutzen, gibt es neben der Verpflegung der Gäste auch „Essen auf Rädern“, um ältere Menschen wie auch Firmen zu beliefern. Dies ist ein Manko in der Region. Das Maison de Maître organisiert ebenso eigene Veranstaltung, Workshops, Lesungen und Seminar, die tendenziell Schwerpunkte aufweisen, die Themen wie Kunst, Kultur, Gesellschaft, Zukunftstendenzen und Ökologie aufweisen. Alle Angebote besitzen den Kerngedanken eines offenen und weitsichtigen Bildungsmodells.

Das Maison de Maître ist eine wunderschöne Domiziladresse für Bildung, Erholung und Austausch in privater, geschützter und dennoch offener Atmosphäre.

2.2 Umbau und Neugestaltung der Gebäude und des Gartens

Das Maison des Maître, welches bis vor zwei Jahren ein Senioren- und Pflegeheim war, soll ökologisch vorbildlich und ästhetisch sensibel saniert werden und ein autarkes Energieversorgungssystem (Wind-, Wasser- und Solarenergie) besitzen, so dass auch Nachhaltigkeit gewährleistet ist. Hierbei wird besonders Wert auf eine direkte Verzahnung von Ökologischem Bauen und klassischem Handwerk aus der Region gelegt. Ökodynamische Bauweise, Qualität und Stil gehen eine Synthese ein. Eine Anlehnung am burgundischen Baustil soll Leichtigkeit ausstrahlen. Die Wohnungen, Zimmer und Seminarräume werden eine schlichte, aber dennoch ruhige und individuelle Atmosphäre besitzen.

2.3 Verpflegung der Gäste

Die Verpflegung für Seminarteilnehmer wie auch für Gäste besteht aus einer Kombination von regionalen, ökologischen und gesunden Produkten, die eine ausgewogene Ernährung gewährleisten. Das Wasser stammt aus einer eigenen Quelle am Haus. Durch die auf die Bedürfnisse der einzelnen Veranstaltungen abgestimmte Verpflegung können Pausen und Mittagszeit so genutzt werden, dass daneben genügend Zeit für Entspannung und Bewegung bleibt. Die Mahlzeiten „Essen auf Rädern“, gedacht vor allem für ältere Menschen zu Hause und Mitarbeiter in Firmen, stehen unter denselben Richtlinien der ausgewogenen Ernährung.

2.4 Arbeits- und Praktikumsplätze

Mit dem Maison de Maître werden innerhalb von 5 Jahren 7 Arbeitsplätze geschaffen. Ebenso werden jährlich 4 Praktikumsplätze vergeben, um einerseits Jugendlichen professionelle Einblicke in Bereiche wie Verwaltung, Organisation, Dienstleistung und Service zu geben, wie auch andererseits Offenheit, ganzheitliche Bildung und individuelle Weiterentwicklung aktiv zu fördern. Hierfür werden Zertifikate ausgestellt.

3. Produkt / Dienstleistung

Als modernes Mischkonzept bietet das Maison de Maître verschiedene Dienstleistungen. Einerseits umfassen die Dienstleistungen den hausinternen andererseits den hausexternen Bereich. Diese beiden Bereiche splitten sich in eigen- bzw. fremdorganisierte Bereiche und überschneiden sich teilweise. Sie bieten folgende Dienstleistungen an:

➤ **hausinterne / eigenorganisierte Bereich:**

- *Vermietung von Wohnraum, Forschungslabor, Ateliers, Werkstätten und Seminarraum
- *Organisation von Seminaren (Musik, Tanz, alternatives Wissen, etc.), Workshops, Lesungen
- *Workshops in den Werkstätten (zu Holz, Metall, etc.)
- *Dauerausstellung zum Flugpionier René Grandjean
- *Wechselausstellung (viertel bzw. halbjährig) von Künstlern aus der Region
- *Kräuter- und Wissensgarten mit Führungen für Kinder und Jugendlichen
- *Hamam zur Entspannung

➤ **Hausinterne / fremdorganisierte Bereiche:**

- *Seminare (Vermietung der Räumlichkeiten) mit oder ohne Unterkunft & Verpflegung
- *Vermietung von Zimmern

➤ **hauserne / eigenorganisierte Bereich umfasst folgende Produkte:**

- *Laden mit regionalen und biologischen Produkten (Fair Trade)
- *Lounge (Öffnungszeiten 17 – 23 Uhr) mit Dauer- und Wechselausstellung
- *einmal monatlich Videoabend (z.B. gesellschaftskritische Filme) und Lesungen in der Lounge
- *Mittagstisch (11 – 14 Uhr) in der Lounge

- *“Essen auf Rädern“ für ältere Leute und Firmen
- *Kräuter- und Wissensgarten
- *Konzerte und andere diverse kulturelle Veranstaltung

➤ **hauserterne / fremdorganisierte Bereich umfasst folgende Produkte:**

- *kulturelle Veranstaltungen für die Öffentlichkeit

4. Gründerperson / Verein / Stiftung

➤ **Gründerperson Christophe Zuber**

Christophe Zuber, der Gründer und Initiator, wie auch Vorstandsvorsitzender von “mmBelleriveVD e.V.“ arbeitet seit mehr als 30 Jahren als Lehrer. Seit 20 Jahren ist er im Internat für Kinder mit Verhaltensproblemen (www.schloessli-ins.ch) tätig. Er besitzt hervorragende Erfahrungen in den Bereichen Kultur, Bildung und alternative Lebensmodelle. Ein tabellarischer Lebenslauf ist im Anhang zu finden.

➤ **Verein mmBelleriveVD**

Ebenso unterstützt der Verein mmBelleriveVD die Aktivitäten für das Maison de Maître. Der mmBelleriveVD ist bemüht beim Aufbau des belebten Kultur- und Tagungszentrum Maison de Maître zu helfen. Die Aktivitäten des Vereins sollen einerseits darauf zielen, das Maison de Maître zeitnah zu erwerben und ökologisch vorbildlich und ästhetisch zu sanieren, so dass auch Nachhaltigkeit gewährleistet ist. Desweiteren tritt der Verein für die kontinuierliche Entwicklung eines abwechslungsreichen und weitsichtigen Kultur-, Forschungs- und Austauschangebots, wie auch für das Schaffen von Arbeits- und Praktikumsplätze ein. Er unterstützt nach seinen Kräften und Möglichkeiten Projekte im Sinn des Zwecks des Vereins, welche von Mitgliedern initiiert und getragen werden.

➤ **Stiftung Les passagers du vent**

Die Stiftung bezweckt ebenfalls die Unterstützung und den Aufbau des Maison de Maître, welches die vier grossen Pfeiler der Erziehung: lernen zu wissen, lernen zu handeln, lernen zusammen zu leben, lernen zu sein, wie auch respektvolles Miteinander integriert. Im Bezug dessen verfolgt die Stiftung vor allem die Beschaffung finanzieller Mittel, Güter und unentgeltlich freiwilliger Leistungen für die Umsetzung der Ziele des gemeinnützigen Vereins mmBelleriveVD (www.mmBelleriveVD.com).

5. Markt- und Wettbewerbsanalyse

5.1 Kunden / Zielgruppen

Auf Grund des Mischkonzeptes sollen verschiedene Zielgruppen erreicht werden. Als Hauptzielgruppe werden vor allem Erwachsene der Mittelschicht, Jugendliche aber auch Rentner angesprochen, da diese eine bei anderen Konzepten oft vernachlässigte Gruppe darstellen und sehr viele Potentiale besitzen. Diese Zielgruppen werden vor allem im Seminarbetrieb aktiv sein und die Angebote Wohn- und Forschungsraum wie auch die Werkstätten, Ateliers und Lounge nutzen. Partiiell wird es auch Workshops und Halbtagesseminare für Kinder (z.B. in den Werkstätten und im Kräutergarten) geben. Die Seminar- und Workshopteilnehmer können aus der Region wie auch von weiter entfernt kommen. Für den Mittagstisch, die Lounge, Essen auf Rädern und dem Dorfladen soll besonders die umliegende Bevölkerung erreicht werden. Bei speziellen Festen (z.B. Frühlingsfest, Sommer-Familien-Nachmittag) wird ein weitgefächertes Publikum angesprochen. Im Allgemeinen werden hausintern Nachfragegruppen angesprochen, die Interesse an Kultur, Natur und Austausch besitzen. Diese werden oftmals von weiterliegenden Regionen anreisen. Hausextern wird die „allgemeine“ Bevölkerung aus der Region angesprochen. Ziel hierbei ist es verschiedene Interessengruppen aufeinandertreffen zu lassen und somit einen Austausch, der sonst nicht stattfinden würde, zu ermöglichen.

5.2 Konkurrenz / Stärken des MdM

Die Idee des Seminarbetriebs mit Unterkunft und kulturellen Angeboten steht im Vordergrund im MdM und wurde deshalb als Aspekt zum Vergleichen mit Konkurrenten gewählt. Es gibt mehrere Seminarzentren in der Umgebung, die allerdings keine gewichtige Konkurrenz auf Grund der speziellen Firmenphilosophie des MdM darstellen.

Folgende Institutionen können als Art Konkurrenz betrachtet werden:

- 1) *Waldhaus Zentrum Lützelflüh
Internationales Seminarhaus
CH-3432 Lützelflüh
www.waldhaus.ch*

Das Waldhaus Zentrum Lützelflüh liegt 80 km entfernt und bietet ähnliche Kurse wie das Maison de Maître an. Diese geben ganzheitliche Wege zur Weiterentwicklung von Bewusstsein und Spiritualität. Es werden vor allem Bereiche wie Selbsterfahrung, Meditation, alternative und therapeutische Heilmethoden abgedeckt und auch Kreativkurse bis zu Tanzworkshops angeboten. Der angeschlossene Laden bietet Waren wie Bücher, Räucher- und Meditationsartikel. Alle Teammitglieder wohnen ausserhalb des Seminarhauses. Das Waldhaus stellt somit keine direkte Konkurrenz dar, weil das MdM ein vielfältigeres Kursangebot bietet, welches ein breiteres Publikum anspricht. Die familiäre Atmosphäre ist ebenfalls nicht gegeben, da die Teammitglieder ausserhalb des Zentrums wohnen.

2) *Joyacademy*

Roland Schutzbach

CH-3225 Erlach

<http://www.joy-academy.tv.joy-coalition.org/Akademie/Akademie.html>

www.findhorn.org

Die Joyacademy liegt 20 km von Bellerive VD entfernt. In der Joyacademy werden vor allem Seminare zur Förderung spirituellen und ganzheitlichen Denkens angeboten. Die Joyacademy ist nur ein indirekter Konkurrent, da diese weder Unterkünfte noch anderweitige Zusatzangebote offeriert.

3) *Seminarhotel Auberge La Sauge*

CH-1588 Cudrefin/VD

www.auberge-lasauge.ch/index.asp

6 km von Bellerive VD entfernt liegt das Seminarhotel Auberge La Sauge. Es ist ein sehr grosses Unternehmen und bietet 43 Betten und Platz für 100 Gäste im Restaurant. Es spricht vor allem Individualtouristen, Familien wie auch Businessgäste an und stellt somit keine direkte Konkurrenz dar. Das Unternehmen besitzt keine ganzheitlichen Leitideen und bietet keine eigen organisierten Seminare an. Es gibt lediglich gastronomische Unterstützung für Seminare. Die Saalgrössen (3 Säle) besitzen ein Fassungsvermögen bis zu 100 Gästen. Das Seminarhotel ist somit nur indirekte Konkurrenz, da das MdM bewusst eine geringe Anzahl an Gästen anspricht, um den individuellen Charakter nicht zu verlieren. Ebenso ist das Organisieren von eigenen Seminaren, Lesungen etc. ein wichtiger Bestandteil des MdM.

4) *Centre Lœwenberg*

Postfach 48

CH-3280 Murten

<http://www.sbb.ch/sbb-konzern/sbb-als->

Das MAISON DE MAÎTRE – KULTUR | TAGUNGEN | FORSCHUNG – ist ein offenes, weit-denkendes Zentrum für Reflektion, Weiterentwicklung und Begegnung, in dem jeder ehrlich und authentisch seiner Entwicklung nachgehen kann – ein Treffpunkt vielfältiger Lebensmodelle.

[geschaeftpartnerin/immobilien/mietobjekte/centre-loewenberg.html](#)

Das Centre Loewenberg liegt 11 km vom Bellerive VD entfernt. Das Zentrum ist ein grosses Tagungszentrum, welches Platz für 300 Gäste im Restaurant und 192 Betten bietet. Das gesamte Erscheinungsbild dieses Unternehmen ist konträr zu dem MdM und spricht ein andere Zielgruppe an.

- 5) *Schloss Münchenwiler*
CH-1797 Münchenwiler
[www.schloss-muenchenwiler.ch](#)

Das Schloss Münchenwiler ist 10 km vom Maison de Maître entfernt. Es besitzt einen grossen gastronomischen Betrieb, 35 Zimmer im Gästehaus und 5 Zimmer inklusive der Turmsuite befinden sich im Schloss. Seminar- und Gruppenräume geben Platz für 120 Gäste. Die kulturelle Tätigkeit des Schlosses hat immer einen starken Bezug zum historischen Ort mit seiner Geschichte und Bedeutung und die Zimmerpreise liegen im oberen Preissegment. Das Schloss spricht somit eine andere Kundschaft als das MdM an.

- 6) *Hotel-Restaurant Mont-Vully*
CH-1789 Lugnorre
[www.hotel-mont-vully.ch](#)

Das Hotel-Restaurant Mont-Vully ist 7 km von Bellerive entfernt. Es besitzt 8 Doppelzimmer und ein Familienzimmer. Das Restaurant gibt Platz für 45 Personen. Es vermietet ebenso einen Seminarraum für 70 Leute, aber organisiert keine eigenen Seminare oder Workshops. Es ist hauptsächlich ein Familienrestaurant welches Hochzeiten und private Feste ausstattet. Im Bezug auf das Erscheinungsbild und das familiäre Flair stellt das Mont-Vully eine Konkurrenz gegenüber dem Maison de Maître dar. Jedoch spricht das MdM auf Grund seines Mischkonzepts und dessen „Alleinstellungsmerkmal“ eine andere Kundschaft an.

- 7) *Hôtel-Restaurant-Cave Bel-Air*
CH-1788 Praz-Vully
[www.bel-air-lac.ch](#)

Das Hotel Restaurant liegt am Südfuss des MontVully, 8 km entfernt von Bellerive. Es bietet sieben Zimmer, Gastronomie und eine Seminarraum für 12 Personen. Es ist recht rustikal eingerichtet und spricht komplett eine andere Zielgruppe an. Es organisiert ebenso keine

eigenen Veranstaltungen.

- 8) *Hotel Bad Muntelier am See*
CH-3286 Muntelier b. Murten
www.hotel-bad-muntelier.ch

Das Hotel Bad Muntelier, welches sich 12 km von Bellerive VD befindet, bietet neben Gastronomie und Unterkünften (21 Zimmer) auch einen Seminarraum für 30 Personen. Das Hotel ist stark am Erscheinungsbild eines typischen Touristenort angelegt und bietet reichlich Freizeitangebote (Surfcenter, Beach Volley Ball, Segelschule) in der Nähe. Es ist vor allem spezialisiert auf Geburtstags, Hochzeits- und Familienfeiern. Daraus wird offensichtlich, dass es keineswegs Konkurrenz zum Maison de Maître darstellt.

- 9) *Hotel Murtenhof & Krone*
Familie Joachim
Rathausgasse 1-3
CH-3280 Murten
www.murtenhof.ch

Mitten in der Altstadt von Murten, 11 km von Bellerive VD entfernt, liegt das Hotel Murtenhof & Krone. Es besitzt neben Unterkünften und gastronomischen Angeboten Seminarräumlichkeiten für bis zu 50 Personen und verschiedene Gruppenräume für bis zu 20 Person. Es ist sehr edel eingerichtet und besitzt ebenso Abstufungen der Zimmer wie auch Suiten. Das Maison de Maître charakterisiert sich vor allem durch die Abgeschlossenheit und Schlichtheit, was das Hotel Murtenhof & Krone nicht zu bieten hat.

- 10) *Romantik Hotel de L`ours*
Route de L`ancien Pont 5
CH-1786 Sugiez
www.hotel-ours.ch

Relais & Châteaux
Le Vieux Manoir
3280 Murten – Meyriez
www.vieuxmanoir.ch

Hotel Restaurant de la Couronne
CH-1580 Avenches
www.lacouronne.ch

Alle drei Hotels liegen 8 - 10 km entfernt von Bellerive VD. Sie bieten Seminarräumlichkeiten wie auch Gastronomie und Unterkünfte zu höheren Preisen als das Maison de Maître. Die Einrichtung ist sehr edel wodurch eine eher befremdende Atmosphäre entsteht. Das gesamte Erscheinungsbild wie auch die höhere Preislage ist divergierend zum MdM.

11) *Belle 5*
1585 Bellerive
www.belle5.ch

Das Belle 5 liegt 500 m vom Maison de Maître entfernt. Es ist ein kleines Restaurant mit vielerlei Spezialitäten. Sandro Zimmermann besitzt eine permanente Ausstellung in der Galerie. Mit dem Belle 5 wurde bereits gesprochen, so dass die künstlerischen Angebote keineswegs in Konkurrenz zu dem Belle 5 stehen.

➤ **Essen auf Rädern**

Das Maison de Maître bietet „Essen auf Rädern“, einen warmen Mahlzeitendienst, im Umkreis von 20 km an. Dieser soll vor allem für ältere Leute, aber auch Firmen angeboten werden. Hierfür gibt es keine direkte Konkurrenz. Essen auf Rädern wird lediglich durch Citymed in Biel (Bubenberg-strasse 34, 2502 Biel/Bienne) angeboten. Im Kanton Waadt und Freiburg ist die Akzeptanz und Nachfrage für den Mahlzeitendienst in den letzten 5 Jahren extrem gewachsen. Laut INFRAS (2) gibt es in den nächsten Jahren eine „Überalterung“ der Bevölkerung und der Anteil der über 65-jährigen Bevölkerung wird bis 2030 auf 20 - 30% steigen. Der Mahlzeitendienst stellt einerseits eine Marktnische andererseits eine ökonomische Sicherheit für das Maison de Maître dar.

6. Lage / Standort

Das Maison de Maître befindet sich in dem wunderschönen kleinen Dorf Bellerive im Kanton Waadt. Das Haus mit Garten liegt geschützt zwischen den darum liegenden Häusern und erhält dadurch eine private Atmosphäre. Das Bauerndorf erstreckt sich auf einer Terrasse am Südabhang des Höhenrückens zwischen Neuenburgersee und Murtensee, an aussichtsreicher Lage rund 100 m über der Broyeebene und dem Seespiegel des Murtensees, im Schweizer Mittelland. Die Gegend, die durch grüne Flächen, Acker – und

2 INFRAS ist ein unabhängiges Forschungs- und Beratungsbüro mit Sitz in Zürich und Bern. Es forscht für private Unternehmen und die öffentliche Hand in den Bereichen Gesellschaft, Wirtschaft, Umwelt und Politik.

Weinanbauflächen geprägt ist, bietet den Gästen Möglichkeiten für Wanderungen und Erholung. Kurz neben dem MdM erhält man eine einzigartige Sicht auf die Alpen, den Jura, die drei umgebenden Seen und Rebberge. Das MdM liegt zwar im Kanton Waadt, aber grenzt direkt an die touristische Region des Murtensees (Kanton Freiburg). Durch die nahe Anbindung zum Kanton Freiburg kann das MdM in Bellerive VD über die bereits existierenden touristischen und wirtschaftlichen Strukturen des Kantons Freiburg, wie dessen edukative und administrative Beispielfunktion profitieren. Die touristische Nachfrage hat sich in der Umgebung des Murtensees während der letzten Jahre positiv entwickelt, was man auch in den entsprechenden Statistiken ablesen kann. Somit ist der Standort Bellerive VD ein sicherer Standort, der vom wirtschaftlichen und touristischen Wachstum der Region profitiert.

7. Stärken und Schwächen

Die Stärken und Schwächen des Maison de Maître werden folgend anhand einer SWOT-Analyse dargestellt:

Strengths / Stärken	Weakness / Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> *gut erhaltenes Haus in dörflicher Atmosphäre eingebettet *individuelles und familiäres Flair *kleine Kapelle im Garten *vielfältige Seminare, Tagungen, Lesungen, Konzerte und anderweitige kulturelle Veranstaltungen (ganzjährig) *teilweise gratis Lesungen und Workshops *preislich angemessene Übernachtungsmöglichkeiten *gutes C.I., Logo und Firmen-Image *Öffnung des Zentrums nach Aussen für die Allgemeinheit *Rückbesinnung auf Authentizität (Wachstum) *autarkes Energieversorgungssystem *Essen auf Rädern als finanzielle Sicherheit *kurze Entscheidungswege 	<ul style="list-style-type: none"> *geografische Lage und Standort *schlechte Bus- und Bahnanbindung → Abhilfe durch Shuttle-Service *wenig Parkplätze *kein räumlicher Wachstum für z.B. Ateliers und Werkstätten möglich, da geringer Platz zur Verfügung
Opportunities / Chancen	Threats / Risiken
<ul style="list-style-type: none"> *wachsender Trend zur Authentizität und privaten Seminaren *Menschen wenden sich immer mehr der Natur und dem Bewussten zu *durch Mischkonzept keine direkte Konkurrenz 	<ul style="list-style-type: none"> *in Region wird Mischkonzept nicht angenommen

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass das Maison de Maître ein grosses Potential in der Region besitzt. Durch seine abwechslungsreichen und aussergewöhnlichen Angebote besitzt das MdM Stärken, welches sich von der Konkurrenz abhebt. Das MdM bietet durch seine einzigartige Atmosphäre, die Ruhe, die Natur aber auch das Dorfgefühl sehr viele attraktive Punkte, die es zu einem besonderen Ort für Tagungen, Bildung und Erholung machen. Neben der Angebotsvielfalt und Diversion der Veranstaltungen ist zudem die preisliche Komponente positiv herauszustellen. Das MdM bietet viele Ermässigungen und teilweise gratis Veranstaltungen.

Desweiteren folgt das MdM ist den ermittelten Trends der UNWTO, die bis 2020 ein enormes Wachstum erzielen werden. Wie bereits erwähnt sind dies:

- „Globalisation – Localisation“: eine Polarisierung zwischen Homogenisierung von touristischen Angeboten bzw. wenig Individualität und Lokalisierung, d.h. die Bewegung hin zur Authentizität und individuellen Angeboten
- „Polarisation of tourist tastes“: eine Polarisierung zwischen Komfort, Abenteuer und Bildung
- „Increased socio-environmental consciousness“: das verstärkte Bewusstsein für Soziales und Ökologie

Ein bisheriger Schwachpunkt ist die schlechte Verkehrsanbindung, da nur zweimal täglich ein Bus verkehrt. Dies soll durch einen regelmässigen gestellten Shuttle-Service behoben werden. Weiterhin ist das MdM auf einen kleinen Platz beschränkt, dass einerseits grosse Vorteile der Vertrautheit bietet, allerdings kaum Möglichkeiten zum Wachstum. Das MdM ist bereits am Verhandeln mit Nachbarn um z.B. alte Schmieden oder andere Räume von anliegenden Höfen für Werkstätten zu nutzen. Somit würde sich das MdM weiter nach aussen öffnen und besitzt die Möglichkeit der Expansion in dennoch vertrauter Basis.

8. Markteintrittsstrategie

Der Markteintritt wird durch eine ausgiebige Öffentlichkeitsarbeit und Einführungswerbung erfolgen. Die Kunden werden bereits 6 Monate vor der Eröffnung des MdM durch Flyer, regelmässige Presseartikel und eine Website, die den neusten Stand des MdM aufzeigt, informiert. Ebenso werden zwei Monate vor Eröffnung diverse Berichte und Presseinformationen in regionalen Sendern und Radiokanälen erscheinen. Das MdM, welches durch den Laden, die Lounge, den Mittagstisch und „Essen auf Rädern“ aktiv für die

Region ist, soll bereits bei der Eröffnung im Juli 2013 eine grosse Präsenz besitzen. Das MdM möchte innerhalb dieser Phase (6 Monate) das Vertrauen des Kunden gewinnen. Dieser muss überzeugt sein, dass er am entsprechenden Ort findet, was er sich wünscht.

8.1 Produktpolitik

Die Dienstleistungen, die das MdM wie bei Punkt 5.1 dargestellt besetzt, stellen in ihrer gesamten Mischform eine Marktnische und somit gegenüber der Konkurrenz kein Verdrängungswettbewerb dar. Das MdM besitzt durch sein spezielles Seminarangebot, den Werkstätten, Ateliers, wie auch die Lounge und den Mittagstisch ein „Alleinstellungsmerkmal“ und hebt sich dadurch deutlich von den Wettbewerbern, wie gewöhnliche Seminarhäuser, Hotels, Werkstätten oder Ateliers ab. Der Produktmix des MdM folgt dem heutigen Trend, dass verschiedene Produkte bzw. Dienstleistungen, die auf den ersten Blick separat wirken sich ergänzen und zuletzt ein spannendes Gesamtpaket für den Kunden ergeben. Gesundes Essen aus der Region, eine Inneneinrichtung die Innovation und Tradition verbindet und eine autarke Energieversorgung stellen ein innovatives zukunftsbedachtes Produkt dar.

8.2 Preispolitik

Um eine Idee über die Preispolitik des MdM zu erhalten werden folgend ein paar Beispiele präsentiert:

➤ Vermietung der Zimmer und des Seminarraums

Die Zimmer können separat, aber auch als Gesamtpaket mit z.B. Miete für den Seminarraum oder den Seminargebühren vermietet werden. Generell liegt der durchschnittliche Preis pro Übernachtung bei:

Doppelzimmer CHF 180.00 pro Nacht

Einzelzimmer CHF 120.00 pro Nacht

Diese Tarife verstehen sich inklusive Frühstücksbuffet und Mehrwertsteuer.

Der Saal, der Platz für 15 Leute bietet, inklusive Beamer, Leinwand, Projektor, Flip-Chart und W-Lan wird für CHF 150 ganztägig / CHF 90 halbtägig vermietet. Mittagessen (CHF 15 - 25), Kuchen-Pause (CHF 15) wie auch Nachtessen (CHF 15 – 25) können einzeln dazu gebucht werden. Es wird auch Pakete wie Tagungspauschale „small“, „large“ und „premium“ geben. Der Seminarraum kann auch stundenweise für Workshops gebucht werden. Die Rate wird je nach Anlass festgelegt und beträgt zwischen CHF 20 – 50. Es gibt auch die

Möglichkeit eine Vollpension mit Saalmiete pro Person zu verrechnen. Der durchschnittliche Wert liegt bei CHF 190.

➤ **Mittagstisch, Lounge und Laden**

Der Mittagstisch soll für die umliegende Umgebung sein. Es kann zwischen 4 Menus gewählt werden, die sich in der Preislage von CHF 10 - 25 bewegen. Die Lounge bietet lediglich Snacks (CHF 6 – 12) und Getränke an. Neben gewöhnlichen Getränken wird auch hochwertiger Wein aus der Region (CHF 3,50 – CHF 6 je 10 cl) angeboten. Der Dorfladen schliesst sich den regionalen Preisen von kleinen privaten Läden an, so dass der Lieferant einen fairen Preis erhält. 80 % der Produkte werden aus der Region geliefert. 20 % als Fair Trade von Fremdlieferanten.

➤ **Vermietung der Wohnungen und der Forschungslabore**

Die Wohnungen werden monatlich für CHF 2000 (5 Zimmer) und CHF 1600 (4 Zimmer) vermietet. Die Mietkosten für die Forschungslabore betragen jeweils CHF 1000. Das MdM hilft bei der Suche für finanzielle Unterstützung zum entsprechenden Thema, so dass Interessenten des Forschungslabors die bestmögliche Umgebung für deren Projekte zu fairen bzw. reduzierten Preisen erhalten können. Hiermit möchte das MdM auch die Leitidee von Bildung und Forschung vertiefen.

Die Preise wurden unter betriebswirtschaftlichen und marktrelevanten Aspekten kalkuliert und berücksichtigen aktuelle interne und externe Anforderungen. Die Preise sind in der Region und somit am Markt gut durchsetzbar. In den Wintermonaten, in denen die Auslastung des Hauses geringer ist, wird eine differenzierte Preispolitik verfolgt, so dass es Vergünstigungen für Vermietung und Seminarpreise gibt.

8.3 Vertriebspolitik / Distributionspolitik

Das Maison de Maître nutzt vor allem den direkten Absatzweg ohne dabei mehrere Handelsstufen einzubeziehen. Dienstleistungen, wie die Vermietung von Zimmern und Angebote aus der Gastronomie erfolgen direkt. Der Laden verkauft seine Produkte vor Ort an den Kunden. Die Produkte für den Laden werden zu 80% von Direktlieferanten aus der Region und zu 20% von Grosshändlern; die für die Lounge und die Gastronomie zu 60% von Direktlieferanten aus der Umgebung und 40% von Grosshändlern bezogen. Ebenso wird das „Essen auf Rädern“ direkt vom MdM organisiert und mit dem hauseigenen Personal

ausgeliefert. Das MdM möchte einen direkten Einfluss auf seine Dienstleistungen besitzen, um seinen Leitideen klar zu verfolgen. Der Kunde hat die Möglichkeit Reservierungen und Bestellungen (z.B. Essen auf Rädern) telefonisch, per E-Mail, per Anmeldeformular im Internet oder direkt vor Ort zu tätigen.

8.4 Kommunikationspolitik

Neben weiteren Kommunikationsmitteln nutzt das Maison de Maître die wichtigste Kommunikationsform der Werbung. Da das MdM kein materielles Produkt, sondern ein immaterielles Gut vermarktet, stellt dies eine besondere Herausforderung im Vergleich zu materiellen Produkten dar. Das Maison de Maître wird eine gut strukturierte Website (deutsch, französisch, englisch) mit einem klar wiedererkennbaren Logo besitzen. Durch ein klares C.I. (Corporate Identity) soll ein einheitliches und attraktives Erscheinungsbild geschaffen werden, welches den Effekt der Werbemaßnahmen verstärkt. Das Logo für das Maison de Maître ist unikal und dennoch verständlich, um eine Wiedererkennung und Einzigartigkeit auf den Markt zu schaffen. Ziel ist es schnellstmöglich ein Marken-Image aufzubauen und sich so auf den Markt zu platzieren.

Es wird regelmässig neue Flyer und Faltblätter mit allen wichtigen Informationen und Neuigkeiten geben. Diese werden im Umkreis von 50 km verteilt, wo die geografische Abgrenzung des Marketings liegt. Zweimal jährlich gibt es adressierte Werbesendungen, um auch auf Zusatzangebote wie „Essen auf Rädern“ oder wichtige Veranstaltungen aufmerksam zu machen. Sie besteht aus vier Bestandteilen und wird an die ermittelte Zielgruppe gesendet: Dem Kuvert, dem Brief, einem Prospekt und einer Antwortmöglichkeit. Um den potentiellen Kunden nicht zu verärgern, wird stets darauf geachtet, dass ein unkompliziertes Abbestellen der Werbesendung jederzeit möglich ist. Halbjährig erscheint eine neue Auflage eines Kulturkalenders mit den bevorstehenden Ausstellungen, Workshops und Vorträgen. Partiiell werden Vorträge und Workshops kostenfrei sein, um neue Kunden zu gewinnen. Die soll vor allem dazu führen den regionalen Markt zu erschliessen. Seminar- und Tagungsangebote werden auch in den regionalen Wirtschafts- und Wochenzeitungen in Form von Anzeigen geschaltet. Alle Druckmaterialien werden auf naturbelassenen hochwertigem Papier unter einem einheitlichen Design gedruckt. Das MdM wird ebenso in Broschüren und Journalen für Tageszentren und lokalen Tourismus, wie auch für Essen auf Rädern eingetragen. Im Aussenbereich des Maison de Maître und in Bellerive VD werden Plakate und Wegweiser angebracht die auf das MdM hinweisen.

Das MAISON DE MÂÎTRE - KULTUR | TAGUNGEN | FORSCHUNG - ist ein offenes, weit-denkendes Zentrum für Reflektion, Weiterentwicklung und Begegnung, in dem jeder ehrlich und authentisch seiner Entwicklung nachgehen kann - ein Treffpunkt vielfältiger Lebensmodelle.

Weiterhin wird neben der Website das Internet generell als wichtiges Werbemedium genutzt. Das MdM wird auf Plattformen, wie für Tageszentren und Seminarhäusern (z.B. www.tageshaeuser.ch, www.tagungszentren.ch, etc.) erscheinen. Weiterhin wird die Website stets google optimiert, um schnell und einfach in Bezug auf Themen wie Unterkunft, Seminare, Workshops, Wohnen und ganzheitliche Bildung gefunden zu werden. Das MdM wird sich auch in Internetdiensten wie Facebook, Twitter, Flickr, etc. präsentieren, da dies gegenwärtig ein unumgängliches Medium darstellt. Ebenso werden regelmässig Newsletter, die man auf der Website bestellen kann, gesendet.

Desweiteren werden auch Massnahmen der Verkaufsförderung angewendet, in dem Kunden auf bestimmte Dienstleistungen und Preisreduktionen hingewiesen werden oder es beispielsweise im Laden kostenlose Proben für Schokolade oder Wein aus der Region gibt. Auch beim Essen auf Rädern wird es zu Feiertagen eine gratis Überraschung geben. Hierdurch sollen auch Neukunden gewonnen werden.

Zweimal jährlich wird das MdM zum Frühlings- und Herbstfest einladen, wo es Preise zum Gewinnen gibt und die Umgebung das MdM immer präsenter und offensichtlicher werden lässt.

..

Weitere genutzte Kommunikationsinstrumente ist die Public Relation. Es wird regelmässig eine enge Zusammenarbeit mit der Presse erfolgen. Spannende Seminarreihen, neue Ausstellungen und Events sollen regelmässig veröffentlicht werden. Bei diesen Massnahmen kommt es darauf an, Aufmerksamkeit und Interesse der Öffentlichkeit zu wecken. Das Direct-Marketing spielt beim Maison de Maître ebenso eine sehr grosse Rolle. Auf Grund der ländlichen Gegend sind Gespräche sehr wichtig. Der grösste Teil der Mitarbeiter wohnen im Haus und sind somit stets präsent. Durch den Laden und die Lounge besteht einerseits beim Einkauf, aber auch beim Bestellen der Waren (lokaler Absatz) Kontakt und Werbung nach aussen hin. Nach 2 Jahren möchte das Maison de Maître im Bereich Sponsoring aktiv werden und Projekte, die den Leitideen des MdM folgen, unterstützen. Die gesamte Kommunikationspolitik zielt einerseits darauf ab neue Kunden zu gewinnen, desgleichen trägt sie zur Erhaltung und Sicherung des Marktanteils und zur Umsatzsteigerung bei.