

## Marketing- & Vertriebsangebot für Albena in der Schweiz

### Management Summary

Albena ist mit seinen 33 Hotels, dem 6 km langen Privatstrand und dem international anerkannten Medica Albena eine einzigartige Kombination aus Ferien-, Wellness- und Kurort.

Im Schweizer Markt bestehen starke Chancen für ein nachhaltiges Wachstum – dank hoher Ausgaben pro Reise, wachsender Nachfrage nach Gesundheits- und Präventionsferien sowie einer Bevölkerung mit ausgeprägtem Qualitäts- und Umweltbewusstsein.

Der aktuelle Schwerpunkt der Aktivitäten liegt auf persönlichen Kontakten und Verkaufsgesprächen, bei denen Albena wiederholt vorgestellt wird. Parallel dazu konzentrieren sich die Webseite albena.ch und die Werbeinvestitionen gezielt auf den Gesundheitssektor, insbesondere auf den Gesundheitstourismus im Winterhalbjahr. Ein Augenschein vor Ort wird empfohlen, um Angebote, Abläufe und Qualität optimal vermitteln zu können.

### Marktpotenzial Schweiz

- 8,8 Mio. Einwohner, davon rund 2,2 Mio. über 65 Jahre – die am schnellsten wachsende Bevölkerungsgruppe.
- Durchschnittliche Ausgaben pro Auslandsreise: CHF 1'500 pro Person.
- Potenzial: bereits 1'000 Schweizer Gäste = ca. CHF 1,5 Mio. Umsatz für Albena.

### Chancen für Albena

- Senioren & Kurreisende: preisgünstige, aber qualitativ hochwertige Alternative zu Schweizer Kurorten
- Wellness- & Gesundheitsreisende: Fokus auf Prävention, Stressabbau, Reha, Thalasso und Medical Spa.
- Familien & Sportgruppen: ganzjährig attraktive Angebote mit Infrastruktur, Animation und Aquapark.
- Nachhaltigkeit: Albena überzeugt durch „Green Mission“ – wichtig für umweltbewusste Schweizer Gäste und vor allem die Lage am Schwarzen Meer.

### Strategie Schweiz

#### 1. Webseite albena.ch

- Schweizer Domain (.ch), deutschsprachig, SEO-optimiert.
- Inhalte und Werbeausrichtung auf den Gesundheitssektor.
- Schwerpunkt auf Medica Albena, Kur- und Wellnessangebote.
- Saisonaler Fokus: Wintertourismus und Gesundheitsaufenthalte.

#### 2. Marketing & Social Media

- Zielgerichtete Google- und Facebook-Kampagnen für Senioren, Gesundheitsreisende und Familien.

- Content-Marketing mit Schwerpunktthemen „Gesundheit am Meer“, „Winterkur in Bulgarien“, „Nachhaltige Regeneration“.
- Laufende Erfolgskontrolle und Optimierung.

### 3. Vertrieb & Netzwerkaufbau

- Persönliche Besuche bei Ärzten, Kliniken, Pro Senectute, Seniorenorganisationen und Reisebüros.
- Vorstellung von Albena im Rahmen individueller Gespräche und kleiner Veranstaltungen.
- Besuch von Messen und Fachtreffen im Gesundheits- und Reisesektor.

### 4. PR & Events

- Organisation von Pressereisen und Ärztereisen.
- Kooperation mit Busunternehmen und spezialisierten Reiseveranstaltern.
- Präsenz an Ferienmessen und Gesundheitstagen.

## Konditionen

- Webseite inkl. 5 Jahre Betreuung: CHF 6'500.–
  - Anzahlung 2026: CHF 2'500.–, danach jährlich CHF 1'000.– für vier Jahre
- Marketing & Social Media / Netzwerkaufbau:
  - Monatlich CHF 1'600.– (50% intern, 50% extern vor allem für Werbung)
  - Stundensatz CHF 80.– Führung eines Arbeitsrapports
- Erfolgsprovision: 1 % vom generierten Umsatz
  - 50 % der Provision werden nach Ermessen für Albena reinvestiert

## Flugverbindungen Schweiz – Bulgarien

- Zürich – Sofia: Direkt mit SWISS
- Basel – Sofia: Direkt mit Wizz Air
- Zürich – Varna: Saisonverbindung mit Eurowings / TUI, Flugzeit: ca. 2:15 Stunden  
Flugpreise: ab CHF 129 pro Strecke
- Bequeme Transfers von Varna nach Albena (oder ab Sofia per Bahn/Zugreise möglich)

## Projektion Gäste & Umsatz (5 Jahre Szenario)

Jahr	Gäste aus CH	Umsatz (CHF)
1	500	700'000
2	1'000	1'400'000
3	1'600	2'240'000
4	2'200	3'080'000
5	3'000	4'200'000

## Wahrnehmung Schweiz – Chancen & Barrieren

- Bulgarien gilt als noch wenig bekanntes Reiseziel → Kommunikation von Sicherheit, Qualität, ärztlicher Betreuung.
- Sprachbarrieren werden durch deutschsprachige Betreuung entschärft.
- Anreise wird durch klare Flug- und Transferinformationen vereinfacht.
- Imageaufbau über authentische PR, persönliche Kontakte und Schweizer Präsenz.

## Fazit

Albena kann sich in der Schweiz als gesunder, nachhaltiger und preislich attraktiver Kur- und Ferienort am Meer positionieren.

Mit gezielten Marketingmassnahmen, einer klaren Gesundheitspositionierung, persönlicher Vertriebsarbeit und einer Schweizer Anlaufstelle entsteht eine vertrauensvolle Partnerschaft mit messbarem Ergebnis.

Ein Besuch vor Ort wird empfohlen, um das Angebot erlebbar zu machen und langfristig glaubwürdig zu vermitteln. Ein intensiver Aufenthalt zu Beginn gegen Übernahme der Reisekosten, ohne Verrechnung von Arbeitszeit wäre eine gute Startinvestition für beide Seiten.

Baden, 9. Oktober 2025



Stephan Zurfluh

Wir können gerne dazu am 15. Oktober 2025 per WhatsApp telefonieren, +41 79 320 57 91