

PFADE Audit

Methodik zur Zertifizierung von Reisezielen (P-F-A-D-E)

Name der Destination *

Schloss Habsburg

Tester:in *

Stephan Zurfluh

Datum des Audits

MM DD YYYY

08 / 31 / 2026

P – Planung (Strukturanalyse)

P1 - Informationshoheit: Konsistenz Website vs. Drittanbieter

Gute Website, zum Schloss Habsburg viele Quellen

P2 - Journalistischer Support: Reaktion & Qualität

sehr angenehmes Besucherzentrum

P3 - Markenidentität: Klares Profil oder Bauchladen?

Gründungsburg der Habsburger

P4 - Ganzjahres-Resilienz: Infrastruktur Nebensaison

Die Habsburg ist das ganze Jahr ein schönes Ausflugsziel

P5 - Lage-Check: Geografie & Mikroklima

im Aargau zentral gelegen

F – Fahrt (Mobilitäts-Audit)

F1 - Verbindung ab Zürich HB (Flug, Zug, Auto)

sehr gut nach Brugg, von dort aus Verbindungen eher dürftig, am Abend Taxi nötig

F2 - Öko-Bilanz: CO2 schonend reisen

praktisch alle Besucher kommen mit Auto

F3 - Last-Mile-Check: Weg zum Hotel

von Bushaltestelle Habsburg ca. 10 Minuten

F4 - Marketingideen - öV - digitale Reife

Takt und günstiger Tarif für Bus, Aktionen

F5 - Transparenz: Information, z.B. Stadt- und Fahrpläne

könnte besser sein, z.B. Orientierung über Lage

A – Aufenthalt (Infrastruktur)

A1 - Beherbergungs-Mix (Grand Hotel bis Pension)

Mittelklasse Hotels in Brugg, ansonsten grosses Angebot in Region

A2 - Buchungshürden: analog oder digital?

es soll alles digital passieren, jedoch findet sich kein Ausflugsangebot

A3 - Zielgruppen-Eignung: Realität vs. Werbung

alle, schöner Ort, herrlicher Blick von Restaurant Terrasse, Kulturinteressierte?

A4 - Preis-Ethik: Verhältnis zur Leistung

Eintritt ist frei, Restaurant wird von Einheimische als zu teuer empfunden

A5 - Erfahrung zu den Ausflügen

hervorragend gemacht, es gibt auch die VR Brille kostenlos

D – Dialog (Soziale Resonanz)

D1 - Lokale Authentizität vs. Touristenghetto

wenig Busgruppen, kein Ziel von Schweiz Tourismus

D2 - Sprachkompetenz (DE/EN/Landessprache)

vorhanden, eher aber Schweizerdeutsch

D3 - Touristiker-Spirit: Begeisterung?

eher wenig auf Social Media, obwohl Mitarbeiter begeistert sind

D4 - Service-Qualität: Eindrücke Gastro/Info

Restaurant verpachtet an Aargauer Hotels, abweisend gegen Journalisten

D5 - Spontanität und Improvisation

wenig, aber es wird alles gut erklärt, Eintritt ist frei, es kann selbst entdeckt werden

E – Erfahrung (Wirkung)

E1 - Erholungsfaktor nach 48h

ja, gut, hatte gutes Gespräch im Dorf

E2 - Wissenszuwachs: Geschichte/Leben

Besucherzentrum professionell, viel Material

E3 - Lehren für den Alltag (Impulse für CH)

Sehenswürdigkeiten können auch kostenlos sein

E4 - Kritik & Korrektur: Was trübt das Erlebnis?

Schlossrestaurant hat Entgegenkommen für Journalisten signalisiert, doch nicht eingehalten

Das ferien.io Urteil

Sterne-Vergabe

	1	2	3	4	5	
Basis	☐	☐	☐	☐	☒	Exzellent

Die persönliche Note (Pointiertes Fazit)

Als Sehenswürdigkeit fantastisch, gerne den öV benutzen sich Zeit nehmen und Picknick selber mitbringen, Plätze sind vorhanden. Ich habe mich über den Service vom Schlossrestaurant geärgert, doch es ist typisch Grossunternehmen

This form was created inside of Gesellschaft für Internationale Entwicklung.

Google Forms