

Agrotourismus im ländlichen Netzwerk

Ländlicher Tourismus ganzheitlich angepackt und auf «grüner Wiese» umgesetzt – ein Beispiel aus Deutschland.

IRMGARD HEMMERLEIN

Die strukturschwache Region Mittelfranken ist wirtschaftlich nicht auf Rosen gebettet. Die Möglichkeiten für den Nebenerwerb und die Alternativen zur Landwirtschaft sind rar. Zwar sind die mittelalterlichen und barocken Städtchen eigentliche Publikumsmagnete, aber das Umland ist arm an natürlichen oder kulturellen touristischen Anziehungspunkten wie zum Beispiel eine herausragende Landschaft. Dennoch hat sich hier der Agrotourismus seit über 10 Jahren sehr erfolgreich entwickelt. Rund 100 Betriebe, die auf diesen Betriebszweig setzen bieten 1100 Betten für Urlauber an.

Vielfalt an Angeboten

Die 1100 Betten findet man auf Betrieben mit einem ganz unterschiedlichen Angebot: vom Reiterhof über Kneipp-Gesundheitshof, Ferien für Familien mit Kleinkindern, Wellness-Hof mit Seminarraum bis hin zum Winzerhof, der Gruppen bewirbt und direkt vermarktet. Es gibt darunter Voll- und Nebenerwerbsbetriebe, solche, die die Landwirtschaft vor allem mit Hilfe von Auftragsvergaben bewirtschaften, oder die Landwirtschaft wird nur noch als Animation für die Feriengäste betrieben. Dies führt – genau wie in der Schweiz – zu heftigen Diskussionen: Sind dies noch Ferien am Bauernhof oder ist es «nur» noch ländlicher Tourismus? Schliesslich entscheidet der Gast, und der interessiert sich für beides.

Im Schnitt 180 Belegtage

So verschieden die Angebote und Gäste-Zielgruppen sind, gibt es auffallend viele Gemeinsamkeiten: Hochpreis-Segment, hohes Niveau bei Aus- und Weiterbildung, hohe Qualität bei den Bauten und den Dienstleistungen. Einige Betriebe sind nach der ISO-Norm 9001/2000 qualifiziert. Dies entspricht dem Qualitäts-Gütesiegel für den Schweizer Tourismus Stufe III.



«Hier haben Eltern und Kinder Zeit, den Tag in Ruhe zu beginnen», heisst es im Jahreszeitenhof der Familie Kocher in Ansbach D. Siehe auch www.jahreszeitenhof.de (Bild: zvg)

Die Anbieterinnen sind interessierte Bäuerinnen, die von ihrem Angebot überzeugt sind, Gastgeberinnen mit Leib und Seele, so auch Edeltraud Kocher vom Jahreszeitenhof: «Ich habe mir einen Lebensraum verwirklicht!» – und dies spüren und honorieren die Gäste. Obwohl es im Landkreis Ansbach keine Wintersaison gibt, erreichen die Ferienbetriebe im Schnitt 180

Belegtage! Was jetzt so perfekt aussieht, entstand in kleinen Schritten mit viel Aufwand und Überzeugungsarbeit. So haben viele erst im Verlaufe der gemeinsamen Weiterbildung und später während der Zusammenarbeit die Vorteile eines Netzwerkes erkannt, etwa dass sie gemeinsam Gemeinden ansprechen können, die zuständig sind für Wander- und Velowege und

so ihren Gästen mehr Aktivitäten anbieten können. Zwei Dinge ziehen sich auf den Betrieben wie ein roter Faden durch: das Lob der hohen fachlichen und menschlichen Kompetenz der hauswirtschaftlichen Beratung und die Zusammenarbeit.

Viele Eigenleistungen

Ein kurioses Beispiel ist die Gemeinde Lauterbach, die sich

zum Feriendorf entwickelt hat. Gemeinde und Einwohner errichteten gemeinsam die touristische Infrastruktur, wie Pflanzen-Kläranlage, um den teuren Anschluss an eine regionale Kläranlage zu verhindern, Kinderspielplatz als Dorfzentrum, Lehrpfad, Kneippanlage, Kräutergarten, Badeweiler und Kegelbahn. Die Ortssprecherin, Frau Hirschmann erklärt:

«Konkurrenzdenken behindert vor allem den eigenen Betrieb».

Gegenseitige Chancen

Der Strukturwandel ist in der Schweiz und in Deutschland Realität und wird von der Landwirtschaftspolitik gefördert. Im romantischen Mittelfranken wurden Arbeitsplätze in der Landwirtschaft in längerfristig gesicherte Arbeitsplätze auf dem Lande umgewandelt. Drei Ferienwohnungen bei entsprechender Belegung (180 Belegtage) und entsprechenden Dienstleistungsangeboten bedeuten dort bezüglich Einkommen und notwendige Arbeitszeit einen Halbtagsarbeitsplatz. Diese Arbeitsplätze auf dem Betrieb ermöglichen den Fortbestand von landwirtschaftlichen Betrieben mit dem Standbein Tourismus oder den Ausstieg aus der Landwirtschaft. Gleichzeitig unterstützen sie das Gewerbe in der Region. Der Brötchen-Service für die Ferienwohnungen hilft, die Existenz des Bäckers zu sichern. Die Urlauber lassen sich gerne das Gasthaus empfehlen, das saisonale Küche aus einheimischen Produkten anbietet. So trägt hier die Landwirtschaft dazu bei, den ländlichen Raum attraktiv, lebendig und entwicklungsfähig zu gestalten. ●

Die Erfolgsstory veranlasste 19 Bäuerinnen, Landwirte, Beraterinnen und Berater zu einer von der Landwirtschaftlichen Beratungszentrale Lindau (LBL) organisierten Reise ins romantische Mittelfranken in Deutschland. Der vorliegende Artikel wurde auf Grund dieser Reise geschrieben.

WERKZEUGE FÜR INTERESSIERTE

Beratung: Landwirtschaftliche und hauswirtschaftliche Beratungsdienste der Kantone

Weiterbildungsangebote: Kurse, Exkursionen, Lehrgänge, Tagungen, Arbeitskreise bei den kantonalen Beratungsstellen, der LBL, bei den Vereinen Schlaf im Stroh und Ferien auf dem Bauernhof. Eine Tabelle mit allen Angeboten kann als pdf-Datei auf der Internetseite der LBL abgerufen werden. Sie wird zweimal jährlich aktualisiert und erhält künftig auch die Angebote der Romandie und aus dem Tessin: www.lbl.ch => Publikationen => Hauswirtschaft, Agrotourismus => Einkommenskombinationen oder

www.lbl.ch/scripts/warenkorb/step1.asp?id=11&parent_id=44
Hilfsmittel für die Praxis: Gastronomie auf dem Bauernhof, 94 S., mit Checklisten, Merkblätter, Formularen für die Praxis Selbstkontrolle im Bereich Gästebewirtung Paracalc, PC-Programm mit Excel-Arbeitsmappe für Wirtschaftlichkeitsberechnungen im Agrotourismus, Dienstleistungen, Direktvermarktung.

Bezugsquelle: LBL, 8315 Lindau, lbl@lbl.ch, www.lbl.ch

ERFOLGSFAKTOREN FÜR AGROTURISMUS

- Freude an Gästen ist eine Grundvoraussetzung für den Betriebszweig Agrotourismus!
- Sich von anderen anregen lassen, aber nicht kopieren: Was mache ich gerne, wofür kann ich mich begeistern? Aus dem persönlichen Potenzial lässt sich ein ganz eigenes Konzept für das touristische Angebot entwickeln.
- Eine Dienstleistung nur dann anbieten, wenn ich sie dem Gast gerne leiste. Lustlosigkeit, Hektik, Widerwillen spüren die Kunden schnell.
- Sehr hohe Qualität anstreben und keine halben Sachen machen.
- Rentabilität ist ein Thema von Anfang an.
- Vernetzung zur Region, d. h. Zusammenarbeit und Austausch mit anderen Anbietern, Verarbeitern, Gewerbe, Wirte und Tourismus. Die Zusammenarbeit stärkt die einzelnen Anbieter und macht die Region attraktiver für den Gast.
- Eine Grundausbildung ist notwendig, weitere Einzelkurse und/oder Begleitung, z. B. in einem Arbeitskreis sichern die Weiterentwicklung des Angebots. *Irmgard Hemmerlein, LBL*

SCHARF RECHNEN

Mit der Software «Paracalc» stellt die Landwirtschaftliche Beratungszentrale Lindau (LBL) allen Betrieben ein Instrument zu Verfügung, die genau wissen wollen, wie viel «Reines» sie mit ihrem paralandwirtschaftlichen Angebot verdienen. Die auf der Standardsoftware «Excel» basierende Tabellenkalkulation erstellt eine strukturierte, aber flexible Vollkostenrechnung für Projekte wie Agrotourismus, Direktvermarktung, Produktverarbeitung usw. Das Programm kostet für Bäuerinnen und Bauern 100 Franken. Bezugsquelle www.lbl.ch

Plattform Agrotourismus nutzt Synergien

Die vom SBV initiierte «Nationale Plattform Agrotourismus» will schweizweit Synergien der verschiedenen Anbieterorganisationen nutzen und dem Agrotourismus einen stärkeren Auftritt verschaffen.

PAMELA FEHRENBACH

Was will der Gast? Wie werden wir den Ansprüchen des Gastes gerecht? Wie erreichen wir ihn am besten? Das sind Fragen, mit welchen sich alle Anbieter von touristischen Angeboten konfrontiert sehen. So auch auf dem Bauernhof. Die Nationale Plattform Agrotourismus will die Bemühungen der im Bereich Agrotourismus tätigen Organisationen bündeln und deren Anliegen unterstützen. Die Plattform soll Sprachrohr für den Agrotourismus werden. Ge-

meinsame Anliegen oder Mitteilungen sollen über diese Plattform veröffentlicht werden können. Neben dem starken Auftritt gegen aussen ist auch Qualität und Professionalität ein wichtiges gemeinsames Anliegen aller Anbieterorganisationen. Marketing gegen aussen und innen ist also gefragt.

Erste Erfolge

Der Flyer «Willkommen auf dem Bauernhof» ist das erste Ergebnis der Zusammenarbeit in der Plattform. Er wird zum Beispiel an Messen abgegeben und enthält Kurzinformationen und Links zu den verschiedenen Organisationen. Ein gemeinsamer Messeauftritt konnte im Rahmen des «Erlebnis Bauernhof» an der Olma 2005 realisiert werden. Ein weiterer Auftritt ist an der «Grünen Woche» geplant, welche im Januar 2006 in Berlin stattfinden wird.

Auch im Kurswesen wird eine

Zusammenarbeit angestrebt. Erstmals werden die Kurse aller Anbieterorganisationen gemeldet und allen Teilnehmern der Plattform zugänglich gemacht. Koordiniert wird das gemeinsame Kurswesen durch Agroimpuls in Brugg AG. «Auf längere Sicht können so zum Beispiel Kurse, welche organisationsübergreifend gleich gestaltet werden können, besser genutzt

werden. Die Kursinformation legt Potenzial zum Nutzen von Synergien frei und deckt Doppelspurigkeiten und Bedürfnisse auf», erklärt Pia Lenz, Leiterin Fachstelle Ländliche Hauswirtschaft und Familie des LBL Arenenberg TG.

Im Bereich Internet wird an einem gemeinsamen Auftritt gearbeitet, und offizielle Strassenwegweiser für alle Anbieter von

agrotouristischen Angeboten sind ebenfalls in Arbeit.

Das meinen Teilnehmer

«Ein gemeinsames «Agrotourismus-Dach» ist ein wichtiges Ziel», äussert sich Rita Barth, Präsidentin vom Verein «Ferien auf dem Bauernhof». Auch über die Definition von Agrotourismus wird öfters diskutiert. Mit «tourisme-rural.ch» aus der Westschweiz ist eine Organisation in der Plattform vertreten, welche alle ländlichen Angebote zusammenfasst, auch solche, welche nicht auf einem aktiven Bauernhof angesiedelt sind. «Es ist klar eine Herausforderung, mit den verschiedenen strukturierten Organisationen auf einen gemeinsamen Nenner zu kommen», bestätigt Esther Bravin von Agroimpuls. «Über die eigene Organisation hinauszusehen, sich für einen gemeinsamen starken Auftritt einzusetzen, ist wichtig, aber nicht immer ein-

fach», sagt auch Susanne Ming vom Verein «Schlaf im Stroh». «Ich bin froh, dass das wirtschaftliche Potenzial von Agrotourismus für die Landwirtschaft vom Schweizerischen Bauernverband erkannt wird. Die Zusammenarbeit in der Plattform ist ein sehr guter Start in die Zukunft.» ●

Mehr Infos bei: Agroimpuls, Brugg, Tel. 056 462 54 56, esther.bravin@agroimpuls.ch, www.agroimpuls.ch.

NÄCHSTES DOSSIER

Der Mähdeschermarkt ist weiterhin durch die Konzentration auf wenige Hersteller und Fertigungsstandorte gekennzeichnet. In unserem nächsten Dossier zeigen wir auf, wohin der Trend in der Mähdeschertechnik geht und welches die aktuellen Modelle der Hersteller sind. *röt*

TEILNEHMER DER PLATTFORM

Die Plattform setzt sich aus den massgeblichen und interessierten Personen und Vereinigungen im Bereich Agrotourismus zusammen. Bis jetzt sind Personen aus folgenden Bereichen ständige Mitglieder und Teilnehmer an den regelmässigen Sitzungen: **Anbietervereinigungen:** Verein «Ferien auf dem Bauernhof», Verein «Schlaf im Stroh», www.landwirtschaft.ch, tourisme-rural.ch, «Rund um Bern». **Verbände:** Schweizerischer Bauernverband (Agroimpuls), AGORA, SRVA, AGIR. **Schulungs- und Beratungszentren:** LBL, SRVA. Die Teilnehmer treffen sich regelmässig 4 Mal pro Jahr, zu einem vorher gewählten Schwerpunktthema, mit dem Ziel, das weitere Vorgehen, zum Beispiel in Arbeitsgruppen, abzuleiten. *pam*