

Nr. 194 | September 2008

Der Agrotourismus in der Schweiz

Analyse der aktuellen Situation und Empfehlungen für die Zukunft



Autoren:

Thomas Egger - Geneviève Favre - Marsilio Passaglia



Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete
Groupement suisse pour les régions de montagne
Gruppo svizzero per le regioni di montagna
Gruppo svizzero per las regions da muntogna

CH-6504 Ben. ISelektroan-41 Tel. 021 262 10 101 Fax 021 262 10 116
Internet: <http://www.sab.ch> | E-Mail: info@sab.ch | Postkiste 5044205

Studie
im Auftrag von Agara und tourismus-nord.ch

Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung.....	3
2	Einführung und Ziele	5
3	Methode.....	7
4	Trends in der Nachfrage	9
4.1	Generelle Entwicklungen im Tourismus.....	9
4.2	Erwartungen der Nachfrageseite im Agrotourismus.....	10
5	Situation des Angebots in der Schweiz	27
5.1	Allgemeine Bemerkungen	27
5.2	Kurzer geschichtlicher Abriss.....	29
5.3	Struktur des Angebots.....	31
5.4	Qualitätsrichtlinien und Klassifizierung.....	44
5.5	Gesetzlicher Rahmen in der Schweiz.....	45
5.6	Weitere Organisationen, welche den Agrotourismus unterstützen	52
5.7	Misserfolgskriterien für die Entwicklung des Agrotourismus.....	53
5.8	Erfolgsfaktoren	61
5.9	Zusammenfassung der Misserfolgskriterien.....	65
6	Situation im Ausland.....	67
6.1	Frankreich.....	67
6.2	Österreich	73
6.3	Autonome Provinz Bozen / Südtirol.....	80
6.4	Deutschland.....	84
6.5	Italien.....	91
6.6	Zusammenfassung, Tabelle.....	96
7	Empfehlungen	97

7.1	Gesetzgebung und Behörden.....	97
7.2	Nationale Plattform für den Agrotourismus.....	101
7.3	Ausbildung und Beratung	105
7.4	Auf die Nachfrage bezogene Massnahmen	106
7.5	Zusammenarbeit.....	110
8	Fazit	112
9	Abkürzungsverzeichnis	113
10	Dank	115
11	Quellen	116
11.1	Veröffentlichte Studien.....	116
11.2	Unveröffentlichte Studien, Geschäftsberichte etc.....	119
11.3	Internetseiten	120
11.4	Mündliche Quellen.....	121

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Flow-Chart der Arbeitsschritte dieser Studie.....	8
Abbildung 2: Urlaubsmotive der Bauernhof- / Landurlauber in Deutschland	12
Abbildung 3: Erwartungen der Bauernhofurlauber in Österreich	14
Abbildung 4: Assoziationen mit Urlaub am Bauernhof bei potentiellen Gästen in Österreich	15
Abbildung 5: Zahlungsbereitschaft und Erwartungen an die Qualität	16
Abbildung 6: Nachgefragte Leistungen der österreichischen Gäste	17
Abbildung 7: Von den Gästen in Österreich gewünschte Verpflegungsform.....	18
Abbildung 8: Wichtige Produktanforderungen von potentiellen Kunden in Deutschland	19
Abbildung 9: Auswahlkriterien österreichischer Gäste für die Unterkunft	20
Abbildung 10: Auswahlkriterien österreichischer Gäste für die Infrastruktur.....	21
Abbildung 11: Soziodemographie und Herkunft der Kunden, welche ein Wachstumspotential für Urlaub auf dem Bauernhof / Lande bilden	22
Abbildung 12: Informationsquellen für österreichische Gäste.....	24
Abbildung 13: Informationsquellen für Gäste von „Ferien auf dem Bauernhof“ (Schweiz)...	25
Abbildung 14: Entwicklung der Nächte und der Anzahl Anbieter bei „Ferien auf dem Bauernhof“	33
Abbildung 15: Entwicklung der Nächte und der Anzahl Anbieter bei „Schlaf im Stroh!“	34
Abbildung 17: Anzahl der Urlauber auf dem Bauernhof / Lande in Deutschland.....	85
Abbildung 18: Strassenwegweiser in Norwegen (Roter Hahn)	107

Studie im Auftrag von tourisme-rural.ch

Der Agrotourismus in der Schweiz, Analyse der aktuellen Situation und Empfehlungen für die Zukunft

Thomas Egger
Dipl. Geograph
Direktor

Geneviève Favre
Ing-Agr. ETH
Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Marsilio Passaglia
BSc. Geom. + Planung ETH
Praktikant

Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB)
Postfach 7836
3001 Bern
Telefon: 031 382 10 10
Telefax: 031 382 10 16
E-mail: info@sab.ch

24. Juni 2008

Kurzfassung

Agrotourismus wird oft als eine der Massnahmen genannt, wenn es darum geht, landwirtschaftlich geprägte Kulturlandschaften zu erhalten und gleichzeitig die Wertschöpfung einer Region zu erhöhen. Der Agrotourismus ist in der Schweiz jedoch vergleichsweise schwach entwickelt. Dafür sind verschiedene inner- und ausserbetriebliche Faktoren verantwortlich, welche in der vorliegenden Studie analysiert werden. Um das Potential, welches der Agrotourismus aufgrund seiner Nähe zur Natur aufweist, besser ausschöpfen zu können, bedarf es in erster Linie einer Bündelung des Angebots und eines gemeinsamen Auftritts auf dem Markt. Ferner wurden weitere Massnahmen erarbeitet, welche dazu beitragen sollen, den Agrotourismus in der Schweiz zu stärken.

Schlagworte

Agrotourismus, Ferien auf dem Bauernhof, Schlafen im Stroh, innerbetriebliche Diversifikation

Zitierungsvorschlag

Egger, Thomas, Geneviève Favre und Marsilio Passaglia (2008): *Der Agrotourismus in der Schweiz, Analyse der aktuellen Situation und Empfehlungen für die Zukunft*, Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB), Bern.

1 Zusammenfassung

In der vorliegenden Studie wird die gegenwärtige Lage des Agrotourismus (Stand 2008) in der Schweiz analysiert. Da die Beherbergungsangebote infolge des Organisationsgrades ihrer Anbieter am besten fassbar sind und mit ihnen – zumindest geographisch gesehen – der grösste Kundenkreis erreicht werden kann, wird auf diesen Sektor des Agrotourismus fokussiert.

Verschiedene Faktoren sind dafür verantwortlich, dass das Angebot im Agrotourismus die Nachfrage noch nicht decken kann. Hierzu zählen betriebliche Faktoren, wie die Grösse und die Lage des Hofes, die zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel für Investitionen in die Infrastruktur, sowie die Tatsache, dass oftmals nicht genügend Zeit vorhanden ist, um mit der zusätzlichen Arbeitsbelastung umzugehen, welche der Agrotourismus mit sich bringt.

Ferner sind die Kommunikation und die Vermarktung des Angebots noch ungenügend. Dies betrifft einerseits die Zusammenarbeit zwischen den Anbietern, den Anbieterorganisationen und den Tourismusbüros, andererseits auch die Kooperation der Anbieter untereinander. Bei manchen Landwirten fehlt zudem das Interesse an einer agrotouristischen Tätigkeit.

Zu den externen Faktoren, welche den Agrotourismus behindern, zählen ein teilweise ziemlich restriktiver Vollzug des Raumplanungsrechts, die noch ungenügende Wahrnehmung der Bildungsangebote und eine geringe Berichterstattung über den Agrotourismus ausserhalb der grünen Presse.

Ein Blick in die Nachbarländer der Schweiz zeigt auf, wie der Agrotourismus andernorts organisiert ist. Aus diesen Erkenntnissen lassen sich auch einige Lehren für die Schweiz ziehen.

Im Rahmen eines Workshops mit zahlreichen Fachleuten, welche sich mit dem Agrotourismus befassen, wurde eine Reihe von Handlungsempfehlungen erarbeitet, welche dazu beitragen sollen, den Agrotourismus in der Schweiz zu stärken. Diese umfassen die Bereiche Rechtliches, Schaffung einer Plattform, Beratung, Zusammenarbeit mit dem Tourismus, Qualitätssicherung und Marktforschung.

Die Autoren dieser Studie sind der Ansicht, dass mit der Umsetzung der vorgeschlagenen Massnahmen der Agrotourismus in der Schweiz nachhaltig gefördert werden kann. Zwar lassen sich damit nicht alle der geschilderten Probleme beheben, doch sollte es damit möglich

sein, den Agrotourismus aus der marginalen Rolle, die er heute sowohl in der Landwirtschaft als auch im Tourismus spielt, herauszuführen, und es ist zu hoffen, dass damit ein Prozess angestossen wird, der mit der Zeit auch eine Eigendynamik entwickeln wird.

2 Einführung und Ziele

Der Agrotourismus entwickelt sich in der Schweiz nur zögerlich. In mehreren Nachbarländern der Schweiz hat dieser Wirtschaftszweig bereits eine recht grosse Bedeutung erlangt, während in der Schweiz das Angebot, trotz zahlreicher Bemühungen, die Nachfrage noch nicht zu decken vermag. Verschiedene Ursachen sind hierfür verantwortlich, namentlich die Bestimmungen des Raumplanungsgesetzes, welche bis im Jahre 2007 sehr restriktiv waren, eine Verzettelung im Marketingbereich, das Fehlen finanzieller Mittel und eine magere statistische Datenbasis.

Im Bewusstsein dieser Problematik ist das Bundesamt für Landwirtschaft bereit, eine einzige Plattform für die Vermarktung des Agrotourismus in der Schweiz zu unterstützen. Die verschiedenen Akteure, welche zur Zeit den Agrotourismus fördern (der Schweizerische Bauernverband, AGRIDEA, Agora, Agir) und die verschiedenen Anbieterorganisationen, welche landesweit tätig sind, haben im Jahre 2007 über die ideale Organisation einer solchen nationalen Plattform nachgedacht. Parallel dazu haben die Vereine Agora und *tourisme-rural.ch* im Herbst 2007 die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) mit der Erstellung einer Studie über den Agrotourismus beauftragt, mit dem Ziel, Erfolgs- und Misserfolgskriterien für den Agrotourismus in der Schweiz zu identifizieren.

Die unterschiedlichen Begriffe im Bereich Ländlicher Tourismus / Agrotourismus haben schon mehrmals zu Missverständnissen geführt, weshalb hier der Versuch einer Klärung vorgenommen werden soll. Unter « Ländlichem Tourismus / *tourisme rural* » versteht man die Erbringung touristischer Dienstleistungen im ländlichen Raum, ohne dass diese an einen Bauernbetrieb geknüpft sein müssen. Für die vorliegende Arbeit ist dieser Begriff zu weit gefasst und wird nicht weiter verwendet. Ebenfalls breiter als der Begriff « Agrotourismus » ist der Begriff « Naturnaher Tourismus » : « Naturnaher Tourismus ist ein verantwortungsbewusster Aufenthalt in Natur- und naturnahen Gebieten, dessen Organisation und Realisierung sich aus den regionalen Bedürfnissen über die Mitbestimmung der Beteiligten heraus entwickelt und dabei die Umwelt, die sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Gegebenheiten achtet sowie sie nachhaltig schützt, fördert und finanziert. »¹

¹ Siegrist 2006, 12.

Als zu eng hingegen erscheint die Definition von Agrotourismus nach Arnold und Staudacher²: Nach diesen Autoren beinhaltet Agrotourismus lediglich Beherbergungsdienstleistungen auf dem Bauernhof.

In der vorliegenden Studie wird jedoch von allen touristischen Dienstleistungen ausgegangen, die auf einem Bauernhof angeboten werden, neben der Beherbergung auch die Verpflegung und die Freizeitangebote. Dennoch soll der Fokus auf den Übernachtungsmöglichkeiten liegen. Die Gründe für diese Fokussierung liegen darin, dass zum einen der Organisationsgrad der Beherbergungsangebote höher ist als derjenige der Direktvermarktung und der Freizeitangebote, bestehen doch nur für dieses Segment national tätige Anbietervereinigungen mit den entsprechenden Internetauftritten und Katalogen. Zum andern ist die Gewinnung von Kunden über Beherbergungsangebote am einfachsten, und die Kunden, welche einmal eine Beherbergungsdienstleistung in Anspruch nehmen, können so auch auf die andern Formen des Agrotourismus aufmerksam gemacht werden.

Bei der Frage nach der Definition von Agrotourismus sollte ein weiterer Aspekt beachtet werden: Agrotourismus kann nicht alleine durch den Staat (in der Form von Gesetzen) oder durch die Anbieterorganisationen definiert werden, denn letztlich ist Agrotourismus auch das, was die Gäste oder allgemein die Bevölkerung mit diesem Begriff assoziiert. In diesem Zusammenhang ist erwähnenswert, dass in der Romandie der Agrotourismus oftmals mit der Toskana in Verbindung gebracht wird, d.h. die Gäste aus der Romandie legen mehr Wert auf einen Swimming-Pool, als auf die Tiere des Bauernhofes.

Die Ziele dieser Studie sind :

- Darstellung der aktuellen (2007/08) Situation des Agrotourismus in der Schweiz : Struktur des Angebots, Erfolgs- und Misserfolgskriterien,
- Untersuchung der Situation des Agrotourismus in den Nachbarländern : Frankreich, Österreich, Autonome Provinz Südtirol, Deutschland und Italien, sowie Identifikation der Erfolgs- und Misserfolgskriterien in jenen Ländern,
- Untersuchung der Erwartungen der Anbieter und der Kunden in der Schweiz,
- Erarbeitung eines Aktionsplanes zur Verbesserung der Situation des Agrotourismus in der Schweiz.

² Arnold, Klaus und Christian Staudacher (1981): Urlaub auf dem Bauernhof eine empirische Untersuchung der Struktur und Entwicklung einer spezifischen Erholungsform und ihrer Auswirkungen auf die Land- und Forstwirtschaft in Niederösterreich, Wien.

3 Methode

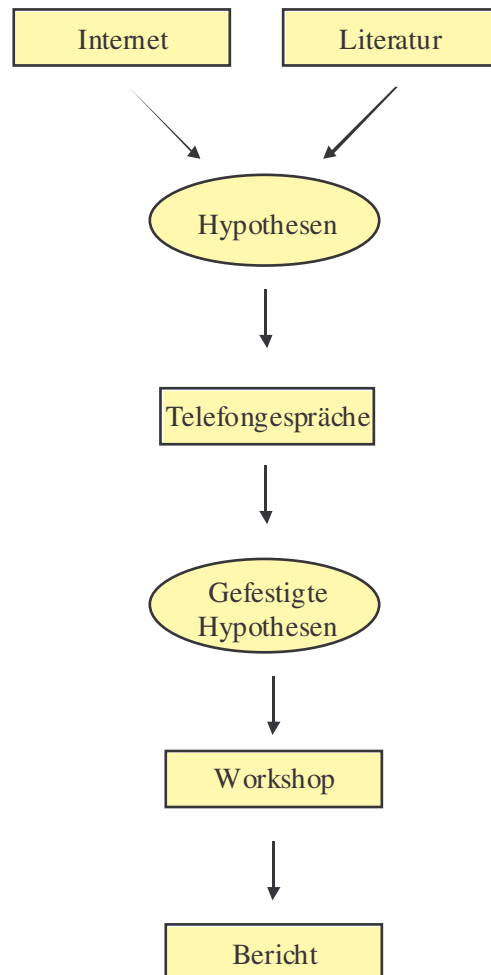
Die Studie stützt sich in erster Linie auf Literatur- und Internetrecherchen, sowie auf Telefoninterviews und auf einen Workshop.

In einem ersten Schritt wird die Lage des Agrotourismus in der Schweiz untersucht : Welches sind die gegenwärtigen Anbieterorganisationen ? Wieviele Anbieter vereinigen sie ? Welches sind die Erfolgs- und Misserfolgskriterien für die Entwicklung des Agrotourismus ? Diese Fragestellungen wurden bereits in zahlreichen Studien und Diplomarbeiten, welche zwischen 1995 und 2002 erstellt wurden, behandelt (vgl. Literaturangaben im Kapitel 11.2). Diese Informationen werden aktualisiert und durch die Hauptakteure des Agrotourismus in der Schweiz validiert, um einen Konsens über die aktuelle Lage zu erhalten und anschliessend auf einer gemeinsamen Basis eine Strategie erarbeiten zu können.

Die Analyse der Nachfrage im Bereich Agrotourismus stützt sich auf eine Literaturrecherche. Untersuchungen zu den Trends und Perspektiven des Tourismus im Allgemeinen bestehen bereits und müssen an die besondere Situation des Agrotourismus angepasst werden.

Schliesslich wird in einem Workshop, der im Juni 2008 stattfindet, ein Aktionsplan für den Agrotourismus in der Schweiz erarbeitet. Dieser legt das weitere Vorgehen fest.

Abbildung 1: Flow-Chart der Arbeitsschritte dieser Studie



Quelle: Eigene Darstellung

4 Trends in der Nachfrage

4.1 Generelle Entwicklungen im Tourismus

Der Tourismus ist ein Wachstumsmarkt. Dies wird durch die Zahlen internationaler Ankünfte veranschaulicht. Im Jahre 1970 waren es 240 Millionen Touristen, 2003 bereits 703 Millionen. Die Prognosen für die Zukunft sprechen von 1 Milliarde im Jahre 2010 und 1,6 Milliarden 2020.³

Die Studien über Trends und zukünftige Entwicklungen im Tourismus sind zahlreich. Das Trendforschungsunternehmen Gottlieb Duttweiler Institut hat anlässlich des siebzigjährigen Bestehens des Reisebüros « Kuoni » im Jahre 2006 eine Studie über die allgemeinen Zukunftstrends im Tourismus veröffentlicht. Nachfolgend werden die wichtigsten Erkenntnisse aus dieser Studie, welche auch für den Agrotourismus relevant sind, zusammengefasst.

In der Gesellschaft finden zahlreiche Entwicklungen statt. Zu denjenigen, welche den Tourismus der Zukunft am ehesten beeinflussen werden, zählen :

- die Überalterung der Gesellschaft,
- die zunehmende Individualisierung,
- das Aufkommen von neuen Familienstrukturen (Eineltern- oder Patchworkfamilien),
- ein wachsendes Bewusstsein für die Gesundheit,
- die Zunahme der Rolle von ökologischen, ethischen und sozialen Werten.

Die Studie identifizierte eine Reihe von Motiven, welche Ferienreisende bereits heute antreiben und in Zukunft noch wichtiger werden dürften :

- Erholung: Suche nach konzentrierter Erholung, Entspannung und Regeneration. Ferien als emotionale Medizin gegen Erschöpfung, Stress und Depressionen.
- Selbsterfahrung: Suche nach neuen Erfahrungen und Empfindungen. Um sich zu finden. Nicht neue Orte, sondern mit neuen Augen sehen.

³ http://www.world-tourism.org/market_research/fact/market-trends.htm, Abrufdatum 26.02.2008.

- Ablenkung und Vergnügen: Suche nach Vergnügen, Sport, Spiel, Abwechslung und Ausbruch aus dem Alltag. Um sich zu verlieren.
- Abenteuer: Suche nach Abenteuer und Auseinandersetzung mit dem Fremden. Befreiung von der Begrenztheit des Bekannten und Eigenen.
- Zusammensein: Suche nach Liebe und Zusammensein mit Partner, Partnerin, Familien und Freunden.
- Sinngebung: Suche nach Sinn, Glück, Erlösung und Transformation. Reisen, um Teil von etwas Grösserem zu werden und seinen Weg zu finden.

4.1.1 Generelle Zahlen zum Tourismus

Gemäss der Statistik des Schweizer Tourismus-Verbands⁴ betragen die Gesamteinnahmen aus dem Tourismus im Jahre 2004 21,6 Mrd. CHF oder 4,8 % des Bruttoinlandprodukts.⁵ In der Hotellerie zählte man 2007 36,4 Mio. Logiernächte.⁶ Die Logiernächte in der Parahotellerie werden lediglich geschätzt und bewegen sich in der gleichen Grössenordnung wie diejenigen in der Hotellerie. Die Gesamtzahl aller Übernachtungen beläuft sich für das Jahr 2005 auf geschätzte 65 Mio.

4.2 Erwartungen der Nachfrageseite im Agrotourismus

Zu den Erwartungen der Touristen in Bezug auf den Agrotourismus existieren keine Studien aus der Schweiz. Die Autoren der Studie sind sich bewusst, dass eine bessere Kenntnis des Zielmarktes sehr wünschenswert ist. Eine repräsentative Untersuchung hätte jedoch den Rahmen dieser Studie gesprengt.

Da sich die Erwartungen der Touristen in der Schweiz nicht grundsätzlich von den Erwartungen der Touristen in andern Ländern unterscheiden, und da auch im Agrotourismus zahlreiche Gäste aus dem Ausland kommen, ist es gerechtfertigt, für die Untersuchung der Erwartungen ausländische Studien heranzuziehen.

Im Auftrag des deutschen Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz erstellte das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Norddeutschland eine

⁴ Schweizer Tourismus-Verband 2008, 6.

⁵ Neuere Zahlen hierzu liegen nicht vor, da die Einnahmen seit 2005 nicht mehr geschätzt werden.

⁶ <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/10/01/key.html>, Abrufdatum: 14.04.2008.

Studie über den Agrotourismus in Deutschland.⁷ Die Studie gliedert sich in eine Analyse der Nachfrage, welche in den folgenden Kapiteln kurz dargestellt wird, und eine Analyse des Angebots.

Im Auftrag des österreichischen Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft führte das Österreichische Institut für Familienforschung der Universität Wien im Jahre 2007 eine Studie unter dem Titel « Urlaub am Bauernhof aus der Sicht von Gästen und Anbietern » durch.⁸

4.2.1 Wer verbringt seine Ferien auf dem Bauernhof ?

Kurz zusammengefasst machen vor allem Familien mit Kindern Urlaub auf dem Bauernhof, wobei sowohl die Gäste wie auch die Anbieter den Bauernhof mit Natur und Tieren sowie mit Ruhe und Entspannung assoziieren. Aufgrund des spezifischen Gästesegementes sind die Tagesausgaben der Gäste im Vergleich zu anderen Reisen tiefer. Bei den Aktivitäten stehen vor allem naturnahe, ruhige Beschäftigungen im Vordergrund, Sport spielt eine untergeordnete Rolle. Verallgemeinert wünschen sich die Urlauber vielfältige Aktivitäten in der Region und einen ökologischen Lerneffekt.⁹

⁷ Grimm et al. 2006.

⁸ Cizek 2007.

⁹ Flury 2007.

4.2.2 Urlaubsmotive

Abbildung 2: Urlaubsmotive der Bauernhof- / Landurlauber in Deutschland

		Urlaubsreisende 2005 gesamt		Bauernhof-/Land- urlauber*	
		Skalen- wert 1	Skalen- wert 5	Skalen- wert 1	Skalen- wert 5
		n = 5.716; 47,8 Mio.		n = 249; 2,1 Mio.	
Wichtigste Urlaubsmotive		%	%	%	%
Abstand zum Alltag gewinnen		59	1	68	3
Entspannung, keinen Stress haben		64	1	67	0
Frische Kraft sammeln, auftanken		58	1	66	0
Zeit füreinander haben		50	5	59	2
Gesundes Klima		46	1	57	0
Unwichtigste Urlaubsmotive					
Leichte sportliche/spielerische Betätigung/Fitness		10	17	14	9
Braun werden/gesunde Farbe bekommen		18	14	13	10
Aktiv Sport treiben		9	31	13	25
Flirt/Erotik		10	34	13	31
Entdeckung/Risiko		9	30	11	29

Frage: Sagen Sie mir bitte anhand dieser Skala, wie wichtig die jeweiligen Dinge für Sie persönlich sind, wenn Sie Urlaub machen (Bewertungsskala von 1=„besonders wichtig“ bis 5=„völlig unwichtig“).
Sortierung nach Häufigkeit der Nennungen für die Bauernhof-/Landurlauber.
* Personen, die in 2003-2005 mindestens einen Urlaub auf dem Bauernhof/Lande gemacht haben
N.I.T. 2006; Quelle: F.U.R., RA 2006

Quelle: Grimm et al. 2006: 29.

Die österreichische Studie von Cizek¹⁰ fragte diejenigen Menschen, welche bereits mindestens einen Urlaub auf dem Bauernhof gemacht haben, nach ihren Motiven, erneut einen solchen Urlaub zu unternehmen. Zu den wichtigsten Nennungen zählen:

- Positive Erfahrungen am Urlaubsort,
- Bauernhof als Urlaubsform für die ganze Familie,
- Erlebnis- und Lernstätte für Kinder,
- Bauernhof als Ort der Entlastung für Eltern,
- Ort der Ruhe und Entspannung für Erwachsene,
- Naturprodukte als wichtige Markierungen des Urlaubs.

¹⁰ Cizek, 2007.

Der am häufigsten genannte Kritikpunkt bezog sich auf die Ausstattung der Wohnungen.¹¹

¹¹ Cizek et al. 2007, 59 ff.

4.2.3 Erwartungen

Abbildung 3: Erwartungen der Bauernhofurlauber in Österreich

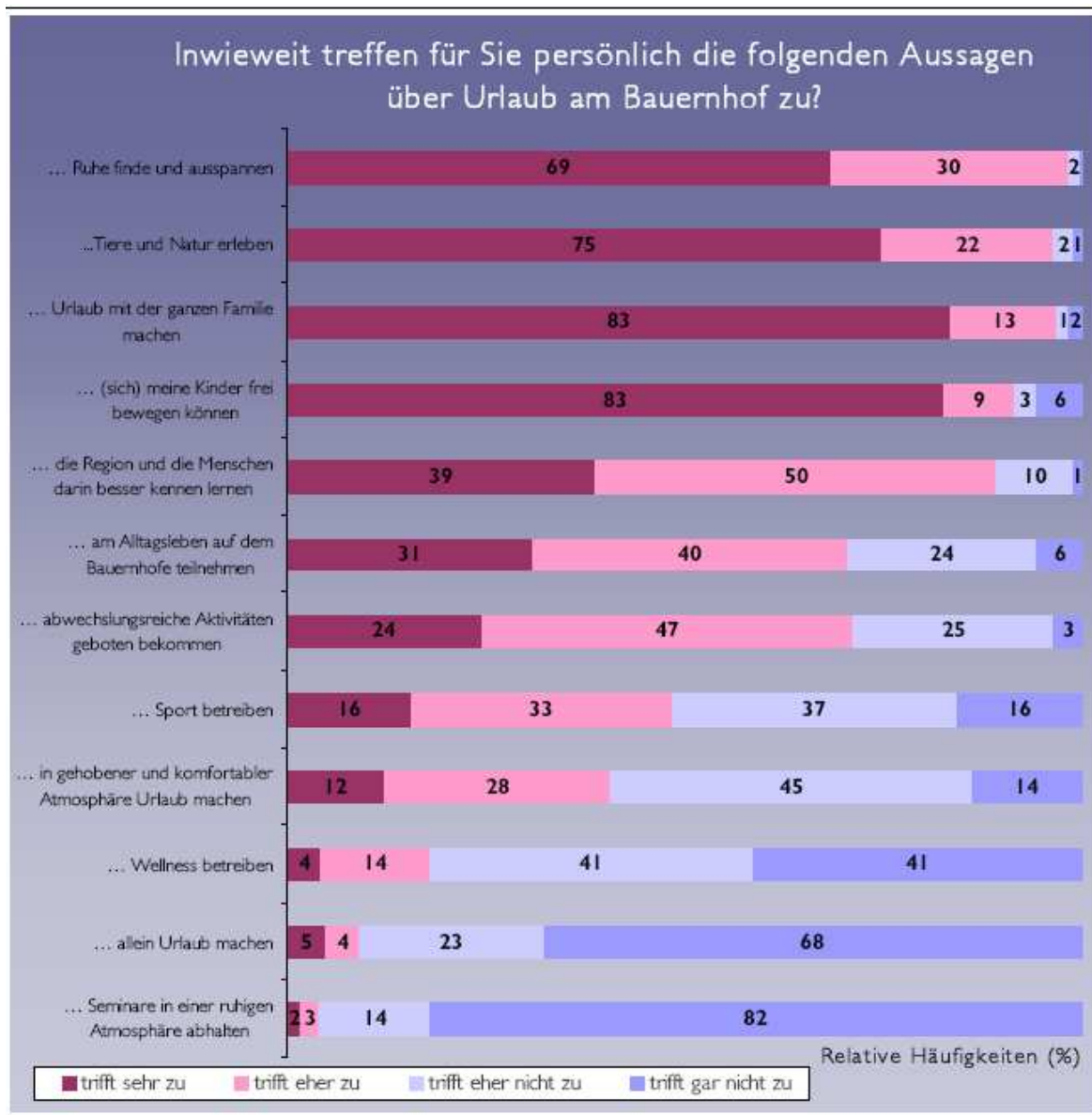


Abbildung 74: Motivation für Urlaub am Bauernhof für Gäste

Quelle: ÖIF – Urlaub am Bauernhof-Studie (Gäste-Erhebung); n=539

Quelle: Cizek et al. 2007: 146.

Abbildung 4: Assoziationen mit Urlaub am Bauernhof bei potentiellen Gästen in Österreich

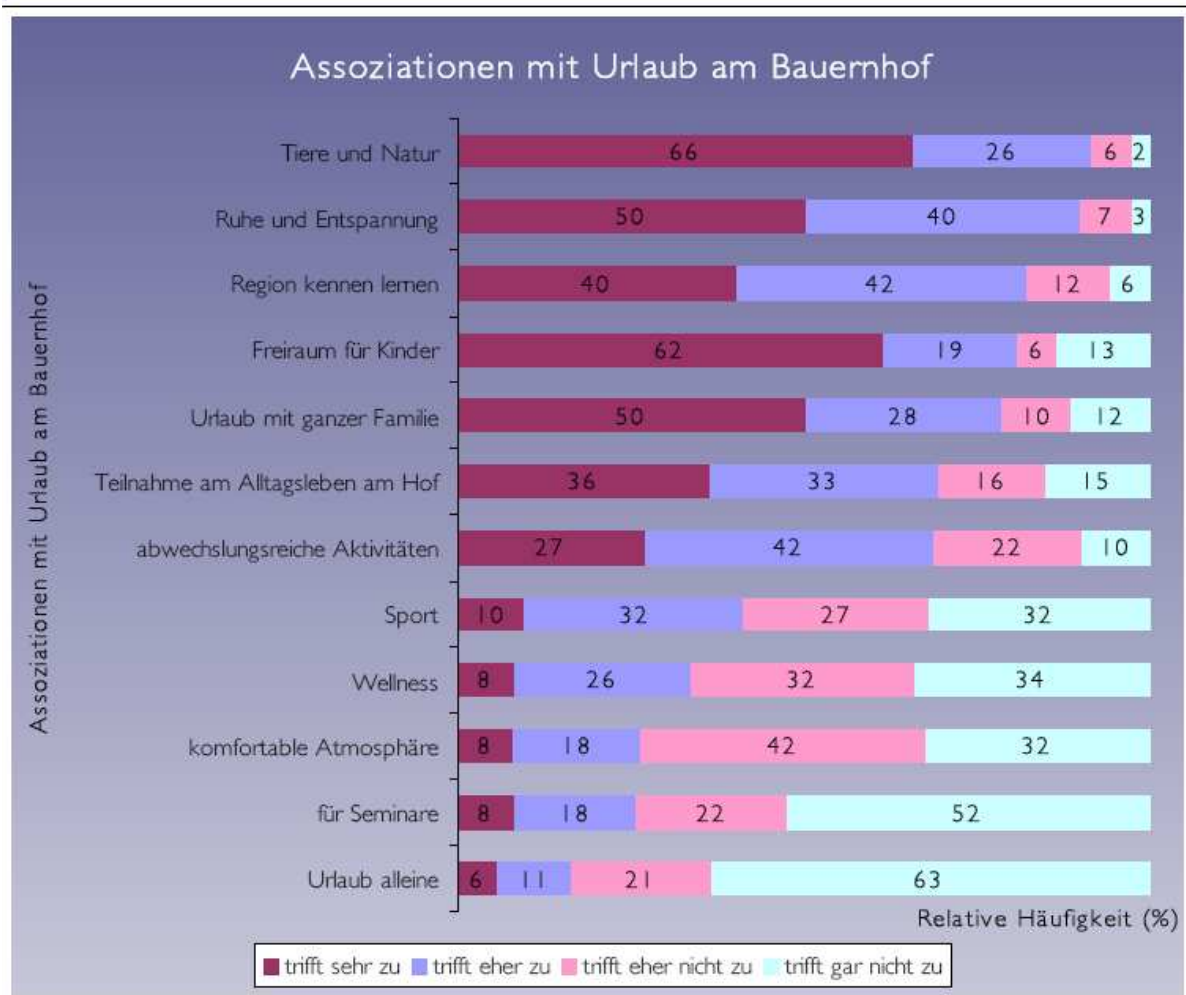


Abbildung 22: Assoziationen von potenziellen Gästen mit Urlaub am Bauernhof

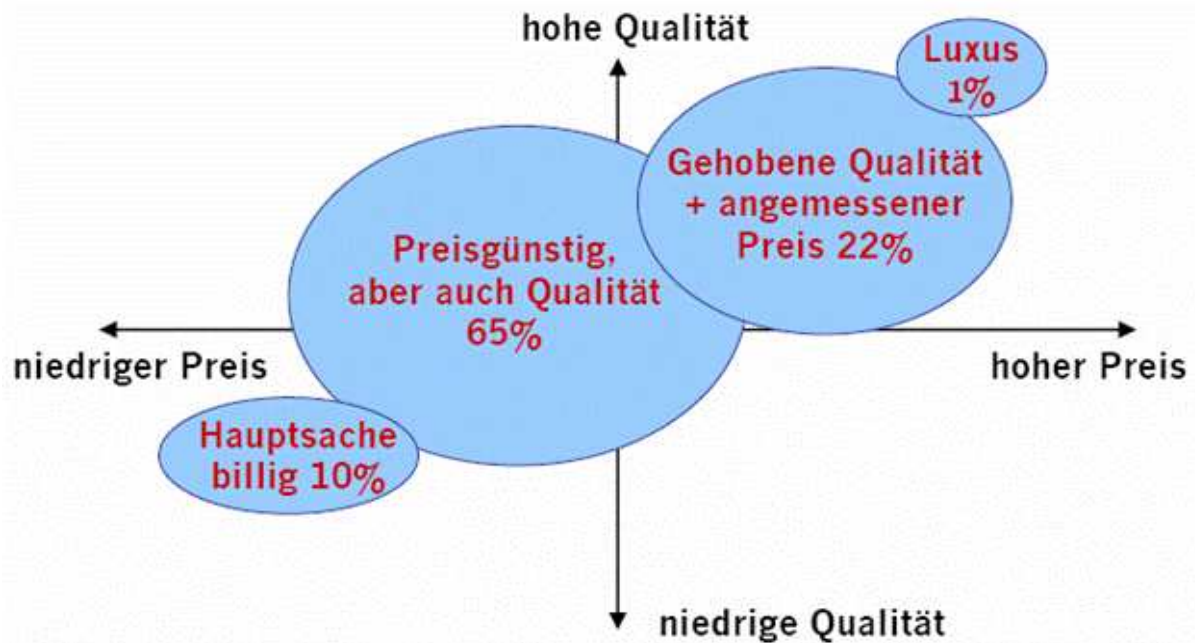
Quelle: ÖF – Urlaub am Bauernhof-Studie (Erhebung potenzielle Gäste); n=624

Quelle: Cizek et al. 2007: 93.

Studien aus Frankreich bestätigen im Wesentlichen die hier gemachten Aussagen.

Direkt verbunden mit den (Qualitäts-) Ansprüchen der Gäste stellt sich die Frage nach der Zahlungsbereitschaft der Gäste. In der nachfolgenden Abbildung sind die in der deutschen Studie zum Urlaub auf dem Bauernhof erfassten Preis-Qualitätsvorstellungen der Urlauber auf dem Bauernhof dargestellt.

Abbildung 5: Zahlungsbereitschaft und Erwartungen an die Qualität



Quelle: Grimm et al. 2006: 76.

Gesamthaft ist der Markt Urlaub auf dem Bauernhof als (sehr) preissensibel zu bezeichnen. Insbesondere sind die potentiellen Gäste noch stärker auf den Preis sowie die Qualität fixiert als die bisherigen Urlauber. Diese sind bereits bei den heutigen Gästen im Vergleich zu anderen Reisen geringer: Die deutschen Gäste geben im Mittel pro Tag 49 Euro aus, im Inland sind es 36 Euro, im Ausland 62 Euro. In Österreich liegen die Tagesausgaben der Urlauber auf dem Bauernhof in der Sommersaison bei 72 Euro und damit unter den durchschnittlichen Tages-Gästeausgaben aller Urlaubskategorien von 106 Euro pro Person und Aufenthaltstag.¹²

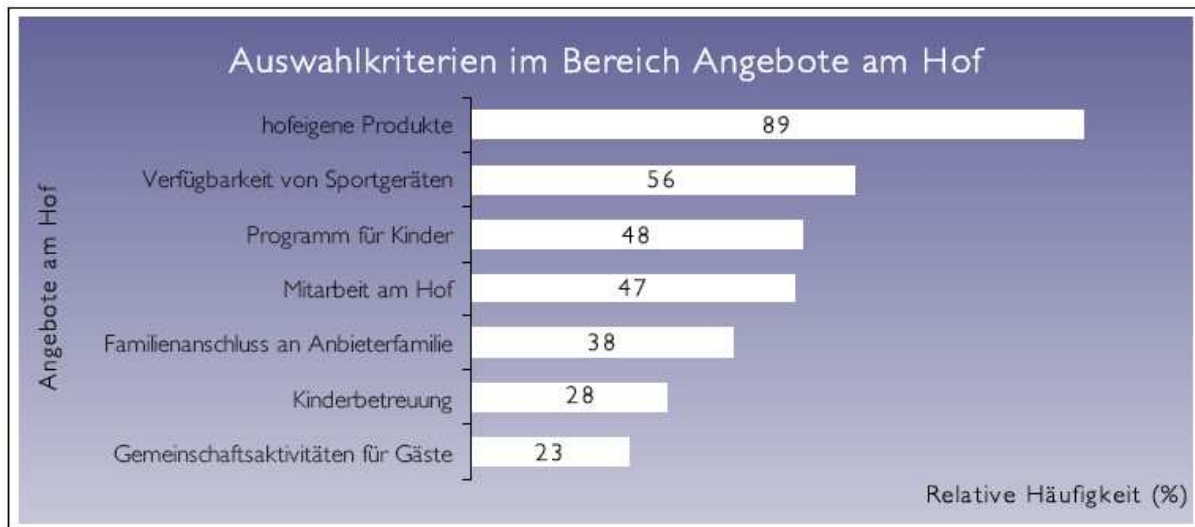
4.2.4 Nachgefragte Leistungen

Bei einer Umfrage in Frankreich gaben 50 % der Befragten an, schon einmal eine Dienstleistung von einem Bauern in Anspruch genommen zu haben. Zu den bevorzugten Dienstleistungen

¹² Flury 2007.

gen gehören die Direktvermarktung, die Verpflegung, Betriebsbesichtigungen, sowie Aktivitäten wie beispielsweise Reiten, Jagd oder Fischfang.

Abbildung 6: Nachgefragte Leistungen der österreichischen Gäste



Quelle: Cizek et al. 2007: 100.

Abbildung 7: Von den Gästen in Österreich gewünschte Verpflegungsform**Abbildung 32: Gewünschte Verpflegungsform von potenziellen Gästen**

Quelle: ÖIF – Urlaub am Bauernhof-Studie (Erhebung potenzielle Gäste); n=649

Quelle: Cizek et al. 2007: 105.

4.2.5 Produktanforderungen

Hier wurde untersucht, wie man Gäste, die noch nie Ferien auf einem Bauernhof verbracht haben, für diese Urlaubsart gewinnen kann.

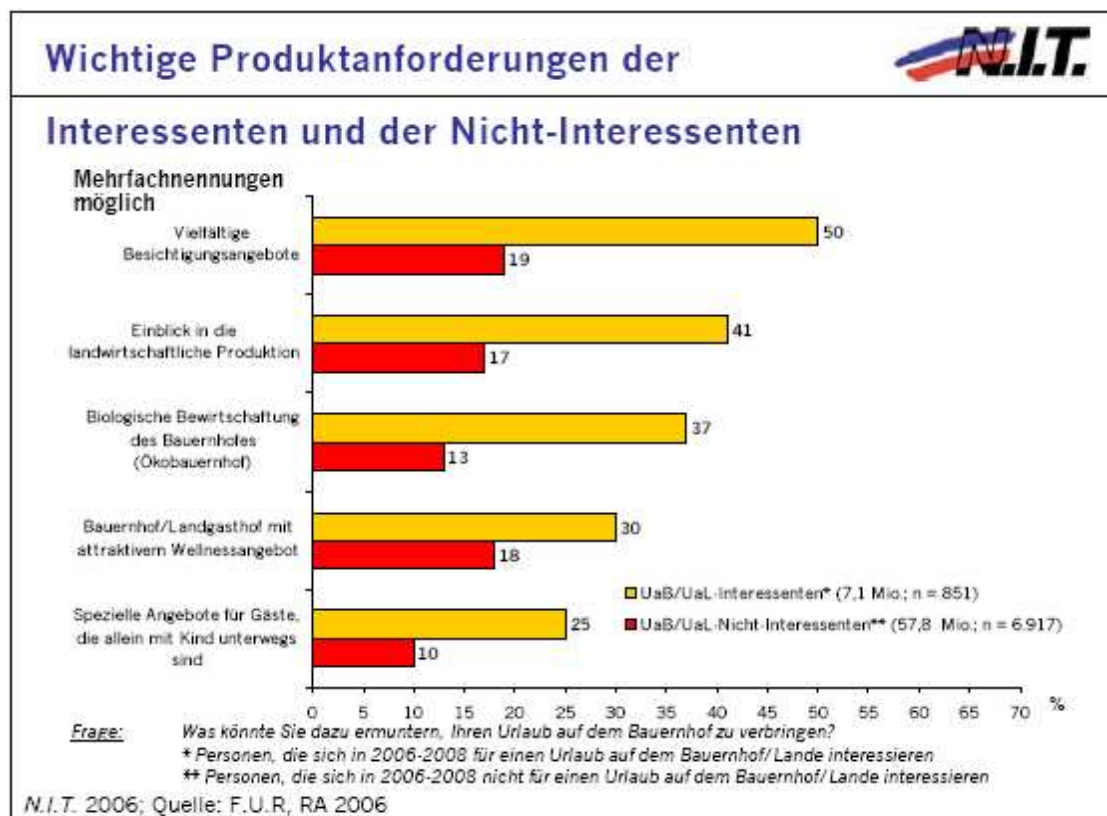
Jeweils ein Fünftel der Befragten liesse sich von vielfältigen Veranstaltungen in der Region, vom Einblick in die landwirtschaftliche Produktion oder von attraktiven Wellnessangeboten zu einem Urlaub auf dem Bauernhof / Lande locken. Immerhin jeder sechste Befragte empfindet die biologische Bewirtschaftung des Bauernhofs als ermunternden Faktor, jeder siebte wünscht sich spezielle Angebote für Senioren. Es zeichnen sich aber auch unterschiedliche Präferenzen bestimmter Altersgruppen ab:

- Für Personen im Alter von 30 bis 39 Jahren sind beispielsweise vielfältige Veranstaltungen und Besichtigungsangebote in der Region, Angebote für „Alleinreisende“ mit

Kind, Wellness, Ökobauernhöfe sowie Sport und Kreativität wichtiger als für den Durchschnitt der Befragten.

- Die Altersgruppe der 40 bis 59-Jährigen schätzt vielfältige Veranstaltungen, attraktive Wellnessangebote und besonderen Komfort, für den sie auch zu zahlen bereit ist.
- Die über 60-Jährigen würden sich dagegen eher durch spezielle Angebote für Senioren und Behinderte (Barrierefreiheit!) angesprochen fühlen.

Abbildung 8: Wichtige Produktanforderungen von potentiellen Kunden in Deutschland



Quelle: Grimm et al. 2006: 55.

Abbildung 9: Auswahlkriterien österreichischer Gäste für die Unterkunft

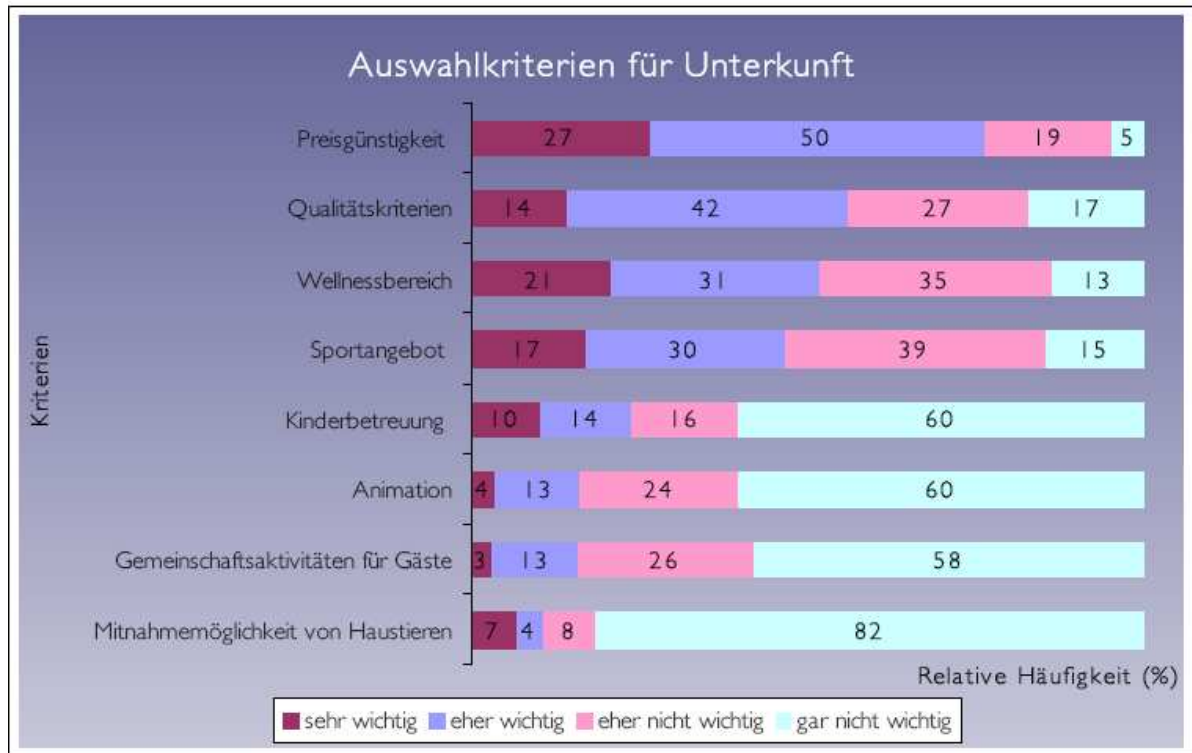
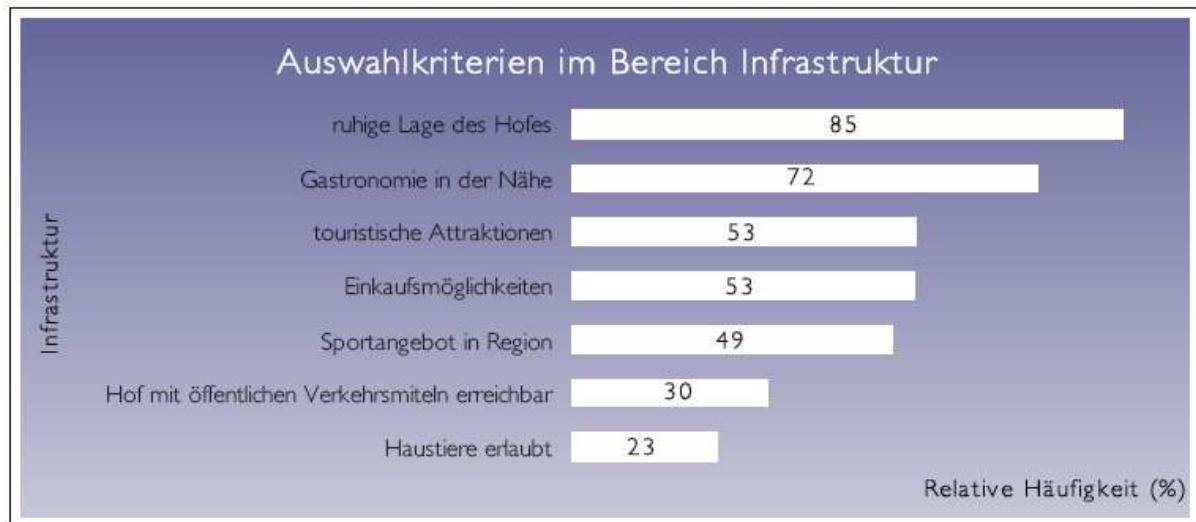


Abbildung 21: Allgemeine Auswahlkriterien für Unterkunft von potenziellen Gästen

Quelle: ÖIF – Urlaub am Bauernhof-Studie (Erhebung potenzielle Gäste); n=635

Quelle: Cizek et al. 2007: 92.

Abbildung 10: Auswahlkriterien österreichischer Gäste für die Infrastruktur**Abbildung 23: Auswahlkriterien von potenziellen Gästen im Bereich der Infrastruktur (maximal drei Nennungen)**

Quelle: ÖIF – Urlaub am Bauernhof-Studie (Erhebung potenzielle Gäste) ; n=582 (max.)

Quelle: Cizek et al. 2007: 95.

4.2.6 Wachstumspotentiale

Dieses Kapitel geht der Frage nach, welche Bevölkerungsschichten für die Akquisition von Neukunden am interessantesten sind. Demnach lohnt es sich am meisten, bei den 30- bis 49-jährigen aus Kleinstädten und mit mittlerem Einkommen zu werben.

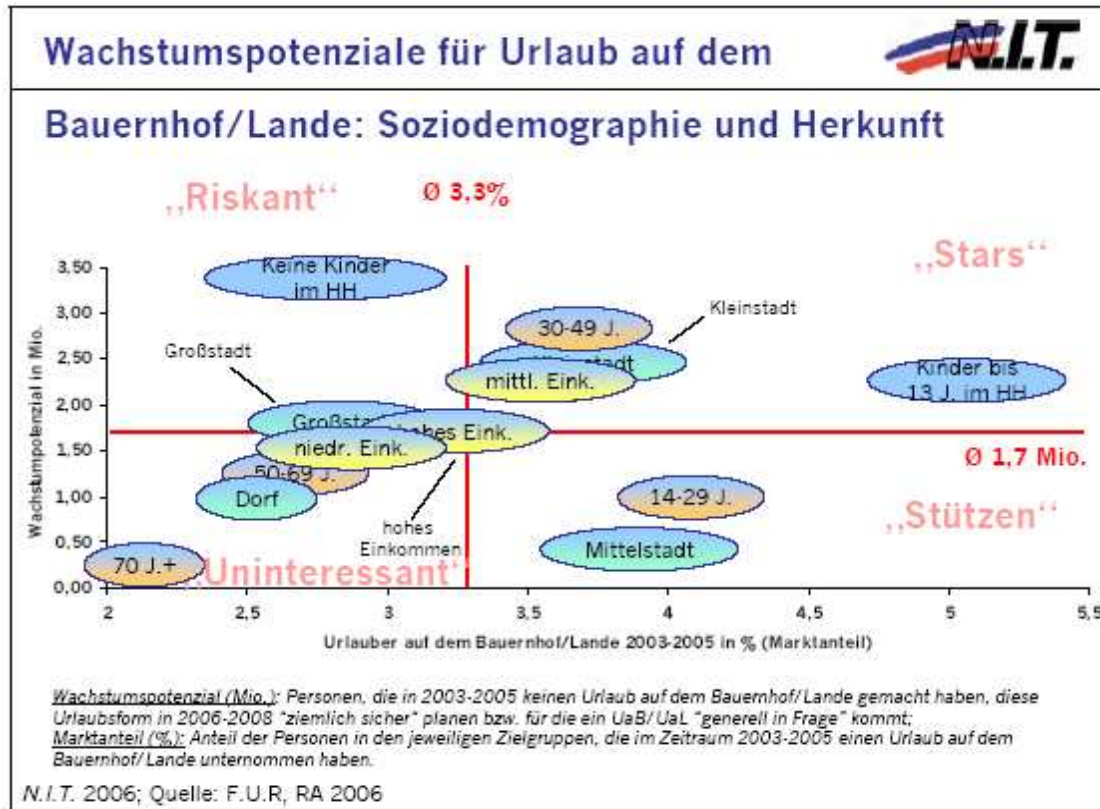
Als wichtigste Urlaubsmotive für potentielle Kunden nennt die Studie von Grimm et al. das Erleben von Natur, schönen Landschaften, reiner Luft und sauberem Wasser.¹³ (Grimm et al. 2006: 51).

Speziell zum Thema Wachstumspotentiale wurde an der Uni Göttingen eine Studie verfasst.¹⁴

¹³ Grimm et al. 2006, 51.

¹⁴ Mayer et al. 2007.

Abbildung 11: Soziodemographie und Herkunft der Kunden, welche ein Wachstumspotential für Urlaub auf dem Bauernhof / Lande bilden



Quelle: Grimm et al. 2006: 50.

Potential Gesundheitsurlauber

In Deutschland bieten rund 300 Höfe Gesundheitsdienstleistungen in Form von Wasser-Wellness, Wassertreten, Tautreten, Kräuter- oder Molkebädern an. Jeweils rund 100 Betriebe bieten ihren Gästen „Natur-Wellness“ in Form von Kräuter-Anwendungen, Heubädern, Natur-Kosmetik etc., aber auch „Unterricht oder Seminare“, d.h. Diät-Ernährungsberatungen oder Kochkurse, Kräuterkunde, Naturmedizin etc. Ferner existieren auch spezielle Entspannungsangebote wie Massagen, Meditationen, Yoga usw.¹⁵

¹⁵ Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft 2004, 30.

4.2.7 Informationskanäle

In Deutschland möchten die Touristen ihr Informationsbedürfnis bei der Reisevorbereitung fast zur Hälfte im Reisebüro stillen. Jeder Dritte möchte dazu das Internet zu Rate ziehen. Über Tageszeitungen und Zeitschriften möchten sich 29 % der Interessenten informieren. Zu den sonstigen Informationsquellen, welche zum Thema Urlaub auf dem Lande beigezogen werden, zählen die Mund-zu-Mund-Propaganda, Prospekte (Gastgeberverzeichnisse, Hausprospekte, Informationen der jeweiligen Anbietervereinigungen oder der Buchungskatalog der DLG), sowie der Besuch einer Messe (z.B. Grüne Woche). Diese Informationsmöglichkeiten interessieren 37 % der befragten Personen.¹⁶

Auch die österreichischen Gäste wurden nach den verwendeten Informationsquellen befragt. Die Ergebnisse werden in der folgenden Abbildung dargestellt.

¹⁶ Grimm et al. 2006, 59.

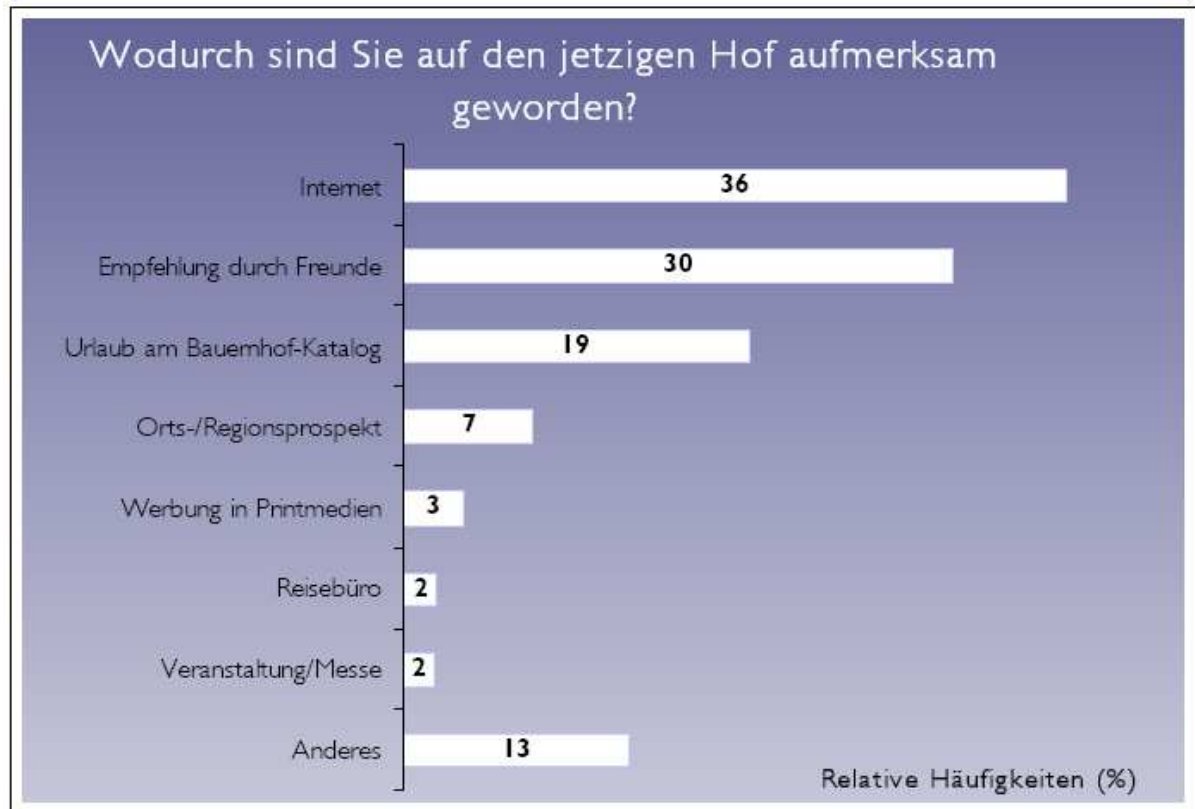
Abbildung 12: Informationsquellen für österreichische Gäste

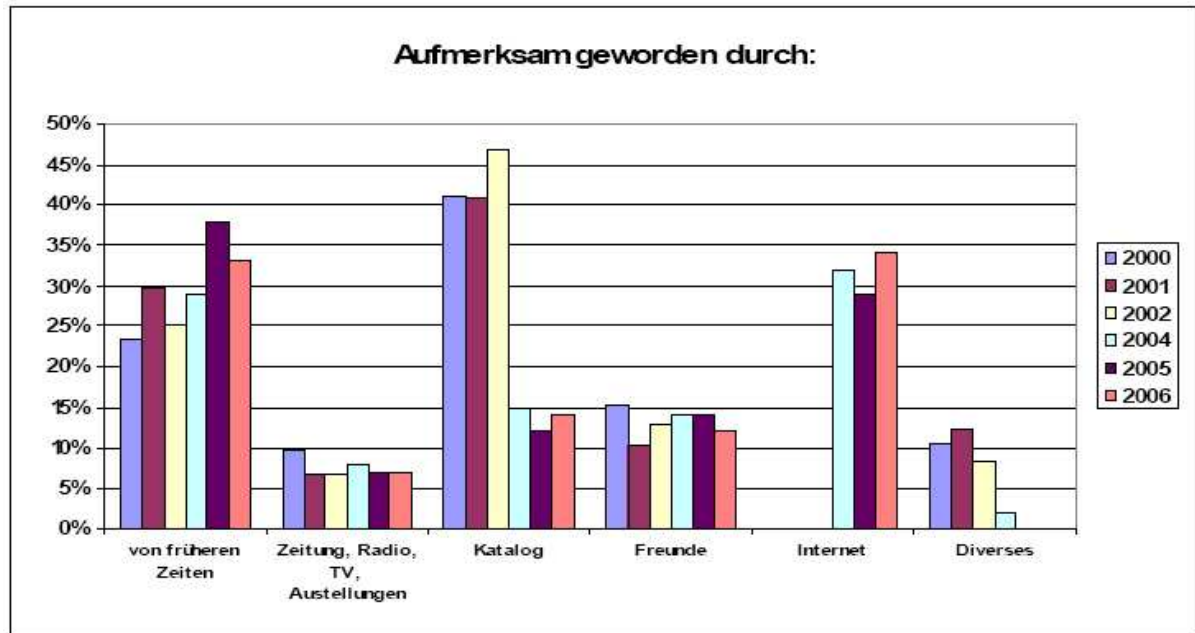
Abbildung 107: Wodurch werden Gäste auf den UaB-Hof aufmerksam (Mehrfachnennungen möglich)

Quelle: ÖIF – Urlaub am Bauernhof-Studie (Gäste-Erhebung); n=536

Quelle: Cizek et al. 2007: 172.

Auch der Verein „Ferien auf dem Bauernhof“ hat in seinem Geschäftsbericht für das Jahr 2006 analysiert, wie die Gäste auf sein Angebot aufmerksam geworden sind.

Abbildung 13: Informationsquellen für Gäste von „Ferien auf dem Bauernhof“ (Schweiz)



Quelle: Darstellung von Kindlimann 2007, 5 in Anlehnung an Barth 2007b.

4.2.8 Schlussfolgerungen für die Schweiz

Im Vergleich mit der Situation des Agrotourismus in Deutschland und in Österreich, welcher die Basis für die in diesem Kapitel vorgestellten Studien bildet, präsentiert sich der Agrotourismus in der Schweiz zur Zeit noch in einem viel bescheideneren Rahmen. Dennoch können aus diesen Studien auch für die Schweiz wichtige Erkenntnisse gezogen werden.

Zuoberst auf der Wunschliste der Gäste stehen die Entspannung und der Abstand vom Alltag. In der Schweiz bestehen sicher gute Voraussetzungen, um diesen Bedürfnissen nachzukommen, doch ist es wichtig, dass sich auch die Anbieter bewusst sind, dass viele Gäste auf der Suche nach Idylle sind.

Die Gäste wollen jedoch nicht nur einfach ihre Ruhe haben, sie sind auch interessiert daran, möglichst vielfältige Einblicke in die Landwirtschaft zu erhalten. Auch hier sind die Anbieter aufgefordert, ihren Gästen die verschiedenen Bereiche des Betriebes zu zeigen und zu erklären.

Als besonders interessante Zielgruppe gelten die 30- bis 49-Jährigen aus Kleinstädten mit mittlerem Einkommen, denn unter ihnen finden sich die Meisten, welche zwar noch nie Ferien auf dem Bauernhof gemacht haben, sich das aber in Zukunft gut vorstellen können.

5 Situation des Angebots in der Schweiz

5.1 Allgemeine Bemerkungen

In einem Artikel aus dem Jahre 1994 zählt der Tourismusforscher Bernard Lane einige Grundvoraussetzungen für die erfolgreiche Etablierung eines agrotouristischen Angebots auf : « a powerful combination of small farm size, interesting scenery, closeness to markets, traditional town/country links caused by late migration from the countryside to city regions [...] and the tradition of effective and interventionary local government and co-operative movements ». ¹⁷ Diese Faktoren treffen alle auf die Schweiz zu. Schaut man jedoch auf die Misserfolgskriterien, welche in demselben Artikel genannt sind, so werden sogleich auch einige der Gründe sichtbar, warum sich der Agrotourismus in der Schweiz bisher nicht in grösserem Ausmass entwickeln konnte : « co-opreatives, local councils and tourist boards which did not help with marketing and infrastructure provision ». ¹⁸

Vergleicht man die Situation des Agrotourismus in der Schweiz mit derjenigen in den umliegenden Ländern, so fällt auf, dass dieser Wirtschaftszweig hierzulande noch nicht besonders gut ausgebildet ist. Die statistischen Daten zum Agrotourismus in der Schweiz sind zwar nicht gänzlich inexistent, im Vergleich zum Ausland jedoch mager.

In der Vollerhebung der Landwirtschaftsbetriebe, welche jedes Jahr vom BLW durchgeführt wird, finden sich keine Fragen zu Nebentätigkeiten, da in dieser Erhebung nur direktzahlungsrelevante Sachverhalte erfasst werden. Um diese Informationslücke zu füllen, führte das BFS in den Jahren 2003 und 2005 Zusatzerhebungen bei einer Stichprobe von rund 10'000 Betrieben, d.h. etwa einem Sechstel der Grundgesamtheit durch. ¹⁹ In diesen Zusatzerhebungen wurde unter anderem nach Aktivitäten der innerbetrieblichen Diversifikation gefragt. Die für den Agrotourismus relevanten Zahlen sind in folgender Tabelle zusammengefasst.

¹⁷ Lane 1994, 18.

¹⁸ Ebenda.

¹⁹ Die Resultate von 2003 wurden publiziert in: Bundesamt für Statistik (2004), jene von 2005 in: Bundesamt für Statistik (2007b).

Tabelle 1. Anzahl der Betriebe, welche Agrotourismus betreiben

	2003	2005
Fremdenverkehr, Beherbergung und sonstige Freizeitaktivitäten	2986 (+/- 311)	-
Freizeitangebote	-	3771 (+/- 437)
Sonstige	6810 (+/-446)	-

Quelle: Bundesamt für Statistik 2004: 93 und 2007b: 6. Die Zahl in Klammern bezeichnet das 95 %-Vertrauensintervall der Schätzung.

Die Zahlen von 2003 und 2005 sind nicht miteinander vergleichbar, da sie auf eine andere Art erhoben wurden. 2003 wurde die Frage gestellt, ob neben einem Katalog von 8 Kategorien innerbetrieblicher Diversifikation noch sonstige Aktivitäten in der Diversifikation durchgeführt werden, diese Frage konnte lediglich mit « Ja » oder « Nein » beantwortet werden. Im Jahre 2005 mussten diese sonstigen Tätigkeiten mittels Freitext konkret angegeben werden, worauf sie bei der Auswertung der Fragebögen reklassifiziert wurden.²⁰ Daher kann aus obigen Zahlen nicht auf die Entwicklung des Agrotourismus zwischen 2003 und 2005 geschlossen werden.

In der zentralen Auswertung von Buchhaltungsdaten, welche von Agroscope Reckenholz-Tänikon durchgeführt wird, werden Daten zum Umsatz in der Paralandwirtschaft erfasst. Den Daten liegt eine nicht zufällige Stichprobe von rund 3'000 Betrieben zu Grunde, weshalb die nachfolgend vorgenommenen Berechnungen nur als Schätzungen angesehen werden dürfen.

Tabelle 2. Geschätzter Umsatz durch agrotouristische Aktivitäten in Mio. CHF

	2003	2004	2005	2006
Ferien auf dem Bauernhof	3,3	3,6	4,3	5,8
Schlaf im Stroh	1,8	1,8	1,5	1,8
Gastwirtschaft	23,1	28,4	24,2	25,5
Schule auf dem Bauernhof	0,3	1,0	1,8	1,5
Total	28,4	34,8	31,8	34,6

Quelle: Agroscope Reckenholz-Tänikon 2008, eigene Berechnungen.

²⁰ Mündliche Mitteilung von Florian Keller vom Bundesamt für Statistik, 01.04.2008.

Es handelt sich hierbei um eine Hochrechnung der 3'000 Betriebe auf die Gesamtheit aller Bauernbetriebe in der Schweiz. Dabei wurde mangels anderer Schätzungsmöglichkeiten davon ausgegangen, dass die Betriebe, welche ein agrotouristisches Angebot aufweisen, in der Stichprobe proportional vertreten sind. Wegen fehlender statistischer Signifikanz ist es nicht möglich, die Umsatzzahlen pro Betrieb zu berechnen. Auch eine Kombination mit den Daten aus der Tabelle 1 ist nicht zulässig, da ein Betrieb gleichzeitig mehrere agrotouristische Angebote führen kann.

Weitergehende statistische Daten, wie sie aus Deutschland und Österreich vorliegen, sind für die Schweiz nicht verfügbar. Wünschenswert sind insbesondere Angaben zum Umsatz pro Betrieb und Art des Angebotes, zur Zahl der Gästebetten und der Logiernächte, zur Auslastung, sowie eine Abschätzung der durch den Agrotourismus generierten regionalen Wertschöpfung. Erst diese Zahlen ermöglichen es, die wirtschaftliche Bedeutung des Agrotourismus in der Schweiz in vollem Umfang darzustellen.

Gegenwärtig existieren in der Schweiz drei nationale Anbietervereinigungen, welche im Agrotourismus tätig sind: « Ferien auf dem Bauernhof », « tourisme-rural.ch » und « Schlaf im Stroh ! ». Die Marktdurchdringung dieser Vereine ist jedoch relativ gering, da zahlreiche Anbieter nicht Mitglied dieser Vereine sind. Daneben besteht eine Vielzahl agrotouristischer Initiativen auf regionaler oder lokaler Ebene. Diese sind jedoch nur teilweise in die klassischen touristischen Marketingkanäle eingebunden und deshalb für potentielle Kunden oft nur schwer oder überhaupt nicht auffindbar.

Die von den Anbietervereinigungen publizierten Mitglieder- und Übernachtungszahlen zeigen, dass nach einer Phase des Aufschwungs in den 1990er Jahren die Mitgliederzahlen inzwischen rückläufig sind, währenddem die Übernachtungszahlen mehr oder weniger konstant bleiben. Stark zugenommen haben die Homepages der privaten Anbieter, was darauf hinweist, dass das Internet als Kommunikationskanal immer wichtiger wird.

5.2 Kurzer geschichtlicher Abriss

Die Anfänge des Agrotourismus reichen in die Siebziger Jahre des vergangenen Jahrhunderts zurück. Der Beginn der Institutionalisierung des Agrotourismus erfolgte im Jahre 1979. Die wichtigsten Meilensteine des Agrotourismus in der Schweiz sind:

- 1975 - 1979 : erste Versuche, den Agrotourismus im Tessin zu etablieren²¹,
- 1979 : Gründung der association neuchâteloise du tourisme rural,
- 1980 : Gründung der Fédération du tourisme rural de Suisse romande, welche die Vereinigungen aus Freiburg, der Waadt und von Neuenburg umfasst,
- 1988 : Gründung von „Ferien auf dem Bauernhof“,
- 1994 : Gründung von « Schlaf im Stroh ! / Aventure sur la paille »,
- 1994 : Gründung von Touruval, association valaisanne du tourisme rural,
- 1995-2002 : Regio Plus Projekt TouLaRe,
- 1997 : die Unione Contadini Ticinesi beginnt, sich für den Agrotourismus zu engagieren,
- 1998-2002 : Regio Plus Projekt Agriturismo : prodotti e servizi der Unione Contadini Ticinesi²²,
- 2000 : Beginn der kantonalen Förderung des Agrotourismus im Tessin,
- 2000 : Beginn der agrotouristischen Tätigkeiten bei Agroimpuls / SBV,
- 2000-2001 : Netzwerk Ländlicher Tourismus, an welchem folgende Organisationen beteiligt waren : SAB, AGORA, AGRIDEA Lausanne, SBV, STV, Alpenbüro,
- 2002 : Gründung des Centre romand de compétences du tourisme rural (CRCTR),
- 2002-2006 : Regio Plus Projekt CRCTR²³,
- 2002-2004 : Motionen und parlamentarische Initiativen, welche 2007 zu einer Änderung der Bestimmungen über das Bauen ausserhalb der Bauzonen im Raumplanungsgesetz führen²⁴,
- 2004 : Gründung der Plattform Agrotourismus beim SBV,
- 2005 : Gründung von tourisme-rural.ch als Nachfolger des CRCTR,
- 2007 : Beginn der kantonalen Förderung des Agrotourismus im Wallis,
- 2007 (31.05.) : Eingabe eines Finanzhilfegesuches für ein nationales Absatzförderungsprojekt durch Agroimpuls an das BLW,
- 2007 (13.06.) : Agroimpuls gibt das Buch « Erlebnis Bauernhof » heraus, 13 Kapitel, 372 Betriebe,
- 2007 (30.11.) : Bewilligung des Finanzhilfegesuches durch das BLW.

²¹ Herrchen 1999, 30.

²² www.regioplus.ch/rpd_Agriturismo.html, Abrufdatum: 04.03.2008.

²³ www.regioplus.ch/rpd_tourisme_rural.html, Abrufdatum: 31.03.2008.

²⁴ Eine Zusammenstellung dieser Vorstösse findet sich auf www.sz.ch/vernehmlassung/pbg_bericht.pdf, Seite 3, Abrufdatum: 27.03.2008.

5.3 Struktur des Angebots

5.3.1 Nationale Anbieter

Auf nationaler Ebene existieren im Jahre 2008 drei Vereine, die hauptsächlich im Agrotourismus tätig sind: der Verein « Ferien auf dem Bauernhof », der Verein « Schlaf im Stroh ! / Aventure sur la paille » und der Verein « tourisme-rural.ch ». Mitglieder dieser Vereine sind zum grossen Teil oder ausschliesslich Bauernbetriebe. Die Vereine kümmern sich hauptsächlich um die Werbung, die Qualitätssicherung und das Gewinnen neuer Mitglieder.

Um die Ausbildung der Anbieter, die Werbung, die Vermarktung des Angebotes und die Qualitätssicherung zu gewährleisten, sind die Vereine Partnerschaften mit andern Organisationen eingegangen.

In den folgenden Abschnitten werden die Ziele und die Geschichte der drei wichtigsten im Agrotourismus tätigen Anbieterorganisationen der Schweiz dargelegt.

Ferien auf dem Bauernhof

Dieser Verein wurde im Jahre 1988 gegründet. Der Gründung waren über ein Jahrzehnt lang agrotouristische Aktivitäten auf privater Basis voraus gegangen. Sein Sitz befindet sich in Altnau / TG. Der Vorstand des Vereins besteht aus 7 bis 9 Personen, darunter ist je ein Vertreter des Reisebüros REKA und des Schweizerischen Tourismus Verbandes. Das Ziel des Vereins ist, die Beherbergungsmöglichkeiten auf Bauernhöfen in der ganzen Schweiz zu fördern und zu vermarkten. Bisher war der Verein vor allem in der Deutschschweiz aktiv, im Vorstand sitzt auch ein Mitglied aus der Romandie.

Erst nach längerem Zögern entschloss sich der Schweizerische Bauernverband (SBV) zu einer Zusammenarbeit mit FeBa. Da FeBa von den Marketingstrukturen des SBV enttäuscht war, kündete der Verein jedoch bereits kurz darauf den Vertrag mit dem SBV und arbeitet seit 1993 mit der Schweizerischen Reisekasse (REKA) zusammen²⁵. Die REKA betreibt eine Buchungszentrale für FeBa. Aus der Sicht des Agrotourismus muss die Zusammenarbeit mit der REKA differenziert betrachtet werden. Eine zentrale Buchungszentrale bietet für den Gast den Vorteil, dass seine Anfrage während der gesamten Bürozeit von einer kompetenten Per-

²⁵ Imboden 2001, 18.

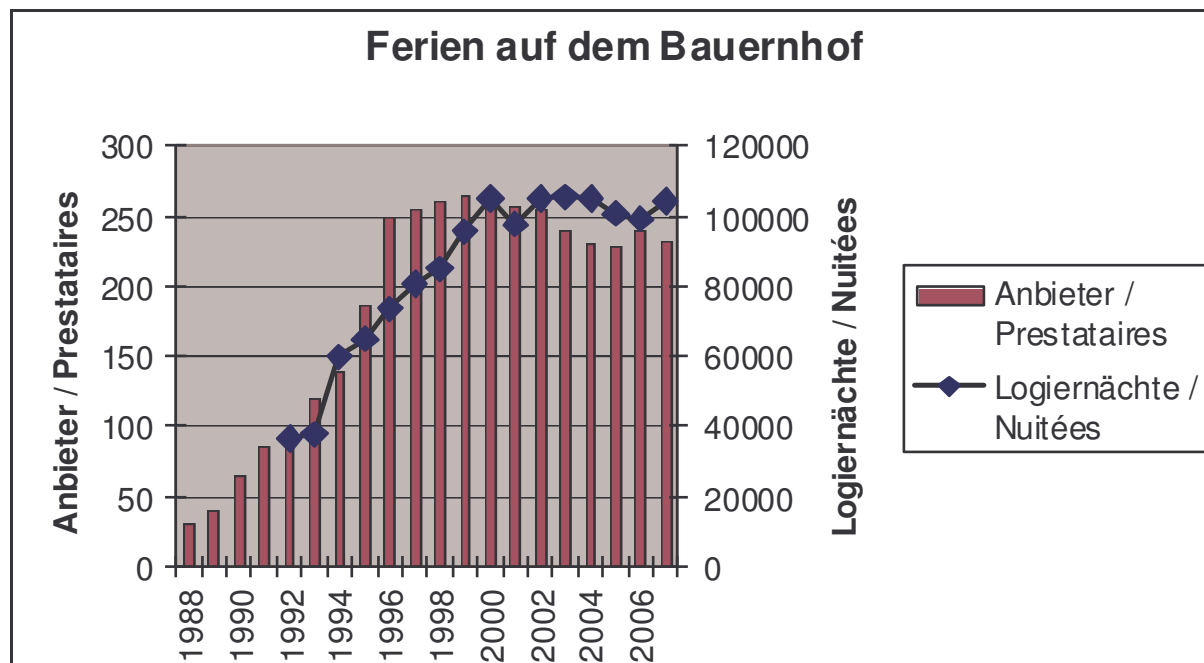
son entgegen genommen wird. Für den Anbieter fällt der Aufwand, welcher mit dem Abschluss von Verträgen und dem Management von Beschwerden verbunden ist, weg. Andererseits entgeht dem Anbieter ein Teil der Einnahmen, die er als Provision der REKA abliefern muss. Zudem ist die REKA eine Organisation, welche im Ausland kaum bekannt ist und sich somit weniger für die Bearbeitung der ausländischen Märkte eignet als Schweiz Tourismus.

Aufgaben des Vereins (nach Statuten)²⁶:

- Zusammenfassen der Angebote für „Ferien auf dem Bauernhof“ in der Schweiz,
- Vermittlung von „Ferien auf dem Bauernhof“ über eine zentrale Buchungsstelle,
- Produktion und Vertrieb der Werbe- und Informationsmittel,
- Marketing für das Angebot,
- Interessenvertretung gegenüber Tourismus und Landwirtschaft,
- Gewinnen neuer Mitglieder,
- Aus- und Weiterbildung der Mitglieder,
- Kontrolle der Qualitätsstandards für „Ferien auf dem Bauernhof“,
- Verleihen eines Gütesiegels.

²⁶ Senn 2007, 20.

Abbildung 14: Entwicklung der Nächte und der Anzahl Anbieter bei „Ferien auf dem Bauernhof“



Quelle: Angaben von „Ferien auf dem Bauernhof“

Tabelle 3. Kennzahlen von „Ferien auf dem Bauernhof“

Umsatz 2006	2 Mio. CHF
Werbemittel	Katalog in 65'000 Exemplaren, Internetseite
Vertriebskanäle	REKA, Schweiz Tourismus, Messen, landw. Kanäle

Quelle: Angaben von „Ferien auf dem Bauernhof“

Angebot und Kosten für Vermieter:

Um bei „Ferien auf dem Bauernhof“ Mitglied zu werden, ist eine Eintrittsgebühr von 250 CHF zu entrichten. Darin sind die Abnahme des Angebots sowie der erste Jahresbeitrag enthalten. Ein Eintrag im Katalog und im Internetverzeichnis kostet 200 CHF pro Jahr. Bei

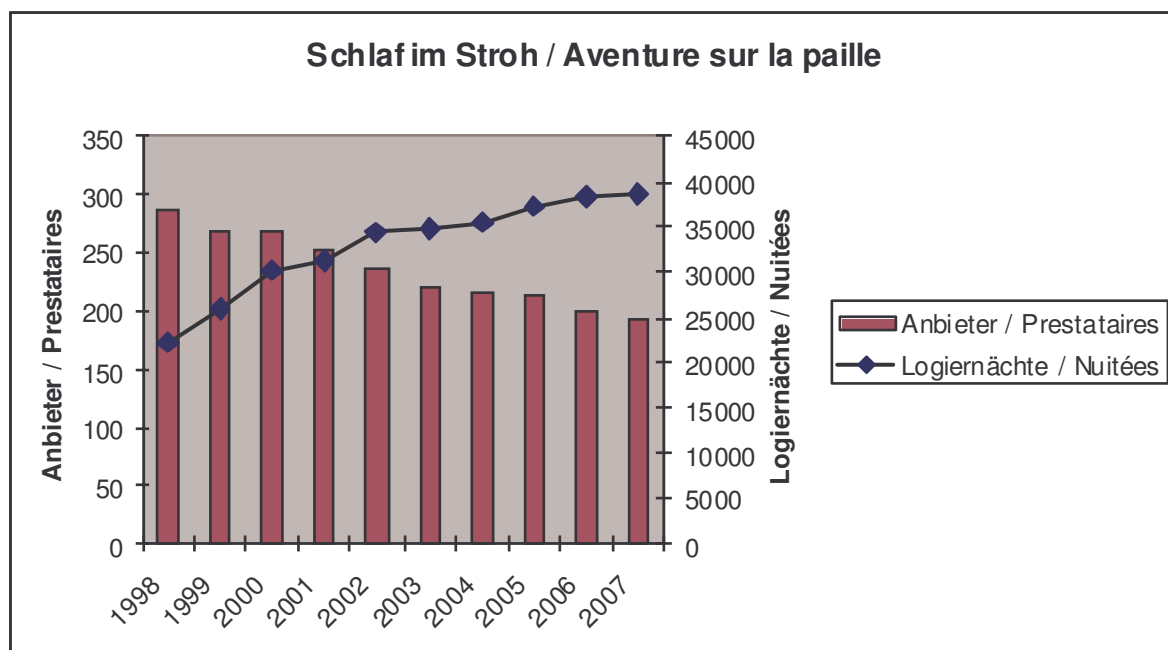
der Vermietung von Wohnungen wird für die Mehrwertsteuer, die Vermittlung und den Vereinsbeitrag eine Provision von 19 % verlangt, bei Zimmern beträgt die Provision 11,5 %.²⁷

Schlaf im Stroh ! / aventure sur la paille

Die Anfänge dieser Organisation entstanden 1992 im Kanton Jura. Im Jahre 1995 erfolgte die Gründung des Vereins. Der Vorstand setzt sich aus 9 Landwirten zusammen. Die Ziele des Vereins sind die Schaffung einer Beherbergungsangebots, das

- preiswert für die Kunden ist,
- einfach einzurichten ist und die Landwirte wenig kostet (die Investitionskosten belaufen sich im Mittel auf 600 CHF),
- flexibel ist und zukünftigen Reglementierungen angepasst werden kann.²⁸

Abbildung 15: Entwicklung der Nächte und der Anzahl Anbieter bei „Schlaf im Stroh !“



Quelle: Angaben von „Schlaf im Stroh ! / aventure sur la paille“

²⁷ E-Mail von Rita Barth vom 23. Juni 2008.

²⁸ Nicod 1999a, 22.

Tabelle 4. Kennzahlen von „Schlaf im Stroh! / Aventure sur la paille“

Umsatz 2006	Keine Zahl
Werbemittel	Keine Information
Vertriebskanäle	Partnerschaft mit Langsamverkehr

Quelle: Angaben von „Schlaf im Stroh! / aventure sur la paille“

Angebot und Kosten für Vermieter :

Die Eintrittsgebühr bei « Schlaf im Stroh ! / aventure sur la paille » beträgt CHF 480. Diese umfasst eine erste Qualitätskontrolle sowie Werbematerial, einen Katalog- und Internetbeitrag. Danach fallen jährliche Gebühren in der Höhe von CHF 180 an, plus eine Taxe von CHF 1 pro Übernachtung.²⁹

Gegenwärtig sind Bestrebungen von schlaf im Stroh ! im Gange, mit Schweiz mobil zusammen zu arbeiten, einem Projekt des Bundes und der Kantone zur Förderung des Langsamverkehrs.³⁰

Fédération du tourisme rural de suisse romande, tourisme-rural.ch

Dieser Verein wurde im Jahre 2005 in der Nachfolge des Centre romand de compétences du tourisme rural (CRCTR) gegründet. Das CRCTR hatte sich während vier Jahren dafür eingesetzt, die existierenden Strukturen zusammenzuführen, um eine Plattform für den ländlichen Tourismus in der Romandie zu schaffen.

Die Ziele³¹ von tourisme-rural.ch sind :

- Zusammenführung und Unterstützung der Anbieter von ländlichem Tourismus in der Schweiz,
- Bildung von Netzwerken mit den Vereinigungen, welche im Bereich des ländlichen Tourismus aktiv sind,
- Förderung der Qualität der Angebote im ländlichen Tourismus,

²⁹ Senn 2007, 16.

³⁰ www.suissemobile.ch, Abrufdatum:01.04.2008.

³¹ Source : statuts de l'association tourisme-rural.ch

- Erhöhung des Bekanntheitsgrades des ländlichen Tourismus durch geeignete Mittel,
- Verbesserung des Angebotes im ländlichen Raum,
- Erhebung quantitativer und qualitativer Daten zum Angebot und zur Nachfrage im ländlichen Tourismus in der Schweiz,
- Den Berufsstand der im ländlichen Tourismus Tätigen verteidigen,

Dieser Verein besitzt eine Geschäftsstelle in Lausanne und eine im Tessin.

Tourisme Rural ist ein umfassenderer Begriff als Agrotourismus, da er sämtliche touristischen Angebote im ländlichen Raum beinhaltet, und nicht nur diejenigen, welche mit einem landwirtschaftlichen Betrieb verknüpft sind. Dies zeigt sich auch in der Definition ihres Angebotes, denn es umfasst sowohl Unterkünfte bei Landwirten als auch bei Nichtlandwirten im ländlichen Raum, ferner Landgasthöfe, Ferienlager und Campings.

Eine Internetrecherche, welche am 16.04.2008 durchgeführt wurde, ergab folgende Kennzahlen: In der Datenbank waren insgesamt 264 Adressen verzeichnet, davon 106 Angebote auf dem Bauernhof, von diesen betrafen wiederum 33 das Schlafen im Stroh. 5 Angebote waren auf einer Alp angesiedelt.

Aus dem Jahresbericht 2007 folgt, dass 74 % der Anbieter in der Romandie angesiedelt sind, 14 % im Tessin und 12 % in der Deutschschweiz. Im Jahr 2007 wurden im Tessin 17 neue Anbieter rekrutiert, in der Romandie 13 und in der Deutschschweiz 7. Im Gegensatz zu den andern Anbieterorganisationen konnte tourisme rural die Mitgliederzahl noch erhöhen. Unklar ist jedoch, wieviele der Neumitglieder den Agrotourismus betreffen und wieviele davon Doppelmitgliedschaften bei zwei Anbieterorganisationen sind.

Die Einnahmen von tourisme-rural.ch stammen neben den Mitgliederbeiträgen von den Kantonen der Romandie, die sich mit je ca. 60'000 Fr. beteiligen.

Tabelle 5. Kennzahlen zu „tourisme-rural.ch“

Umsatz	Keine Zahl
Werbemittel	Nur Internetseite, Prospekt
Vertriebskanäle	Internet, Prospekt bei Tourismusbüros

Quelle: Angaben von „tourisme-rural.ch“

In den Jahren 2003 bis 2005 gab tourisme-rural.ch einen Katalog in einer Auflage zwischen 30'000 und 35'000 Stück heraus.³² Dieser wurde durch die Mittel aus dem Regio Plus Projekt finanziert. Da dieses Projekt inzwischen ausgelaufen ist, wird das Angebot seither nur noch auf einer Internetseite publik gemacht..

Die Mitgliederbeiträge bei tourisme-rural.ch betragen 150 CHF im ersten Jahr und 100 CHF in den Folgejahren.³³

Weitere Organisationen

Neben den drei genannten Vereinen existieren weitere Organisationen auf nationaler Ebene. Der Agrotourismus stellt zwar nicht ihr primäres Geschäftsfeld dar, doch finden sich unter ihren Angeboten auch agrotouristische Betriebe. Die bedeutendsten dieser Organisationen sind **Bed & Breakfast Switzerland** und **Gîtes de Suisse**. Daneben existieren zahlreiche weitere private Initiativen, deren Bedeutung aber insgesamt sehr gering sein dürfte. Als Beispiel für eine solche Initiative wird **Trekkingland Schweiz** kurz vorgestellt.

Bed & Breakfast Switzerland ist eine GmbH und versteht sich als Dachorganisation der Schweizerischen Bed and Breakfast Anbieter. Ihre Aktivitäten umfassen laut der Homepage der Organisation « Information, Promotion, Herausgabe des jährlichen «Bed and Breakfast Switzerland Guide» sowie Qualitätssicherung ». Die Suchfunktion auf der Homepage www.bnb.ch erlaubt eine gezielte Auswahl der Unterkunft nach Typ. Unter der Kategorie « Bauernhof » finden sich 81 von insgesamt 697 Angeboten (Stichtag : 22. Februar 2008).

Der Verein **Gîtes de Suisse** vermittelt Privatzimmer. Er gibt einen Führer unter dem Namen « La Suisse Intime » heraus, der zuletzt 2004 in der zweiten Auflage erschienen ist. Er liegt nur in gedruckter Form vor und ist nicht über das Internet einsehbar. Der letzte auf der Homepage abrufbare Newsletter datiert vom August 2003. Darin wird in einem exemplarischen Porträt ein agrotouristisches Angebot vorgestellt. Ansonsten finden sich aber auf der Homepage keine Angaben über Agrotourismus.

Die Organisation **Bioterra**, welche den biologischen Landbau fördert, bietet Ferien auf dem Biohof an. Bis im Jahre 2000 veröffentlichte Bioterra jährlich einen Katalog mit bis zu 140

³² CRCTR 2007, 3.

³³ CRCTR 2007, 7.

Einträgen.³⁴ Die Publikation des Katalogs wurde inzwischen eingestellt. Im Jahre 2003 erschien ein Führer mit dem Titel « Ferien auf Biohöfen in der Schweiz und Österreich ». Dieses Buch ist mittlerweile vergriffen. Auf der Homepage von Bioterra findet sich ein Link zur Organisation biohoeffe.de, welche ihrerseits eine Liste von 12 Biohöfen in der Schweiz veröffentlicht hat, die Ferien anbieten. Zahlenmässig ist das Angebot sehr klein, eine Kooperation mit andern agrotouristischen Organisationen wurde bisher abgelehnt, da Bioterra keine Vermischung des biologischen Angebots mit Angeboten aus der konventionellen Landwirtschaft wünscht.

Die Seite www.knospehof.ch, welche von Biosuisse betrieben wird, vermarktet ebenfalls den biologischen Landbau. Unter der Rubrik « Unterkünfte » finden sich 30 Angebote, « Gastronomie » listet 113 Adressen auf, « Freizeit + Erlebnis » gar 135 (Stichtag : 03.06.2008).

Die Internetseite www.trekkingland.ch bietet primär eine Linksammlung zu verschiedenen Themen rund ums Wandern und um Outdoor-Aktivitäten an. Unter der Rubrik « Schlafen im Stroh ! » finden sich insgesamt 3 Einträge.

Daneben existieren im Agrotourismus noch weitere Akteure, mit welchen die Anbieterorganisationen zusammenarbeiten :

- Vereine, welche sich der Vermarktung von Produkten widmen (z.B. www.regionalprodukte.ch),
- Organisationen, welche Qualitätssicherung und Tourismusmarketing betreiben, sowohl auf nationaler als auch auf kantonaler Ebene.
- Organisationen, welche sich um die Ausbildung der Anbieter und die Unterstützung von Projekten kümmern, sowohl auf nationaler (AGRIDEA), als auch auf kantonaler Ebene.

Das Projekt „Hospitality in Rural Tourism“, welches vom europäischen Gemeinschaftsprogramm für berufliche Bildung „Leonardo da Vinci“ finanziert wird, hat im Jahre 2003 den Aufbau des Rural Tourism International-Training Network (RTI-TN) ermöglicht. Es handelt sich dabei um ein Netzwerk von Organisationen die in 25 Ländern in der landwirtschaftlichen Ausbildung tätig sind. Die Schweiz ist Mitglied dieses Netzwerkes und hat in diesem Rahmen 11 thematische Papiere ausgearbeitet. Das RTI ist ein gemeinschaftliches Projekt, dessen Inhalt mit den Strategien aller Partnerorganisationen harmonisiert ist.

³⁴ Imboden 2001, 26.

Momentan sind in einigen Kantonen Bestrebungen im Gange, die Teilnahme an regionalen Projekten im Bereich Agrotourismus als auch den Zugang zu Krediten von einer minimalen agrotouristischen Ausbildung der Leistungserbringer abhängig zu machen. Auch in der EU werden ähnliche Überlegungen angestellt. Um eine einheitliche Ausbildung auf nationaler Ebene zu garantieren, plant nun Agridea, auf der Grundlage des RTI, einen minimalen Standard zu entwickeln, welcher von den Kantonen angepasst und übernommen werden kann. Diese Vorgehensweise würde auch die bisherigen Errungenschaften und Ausbildungen im Bereich Agrotourismus berücksichtigen. Die Arbeitsgruppe wird Mitarbeiter von Agridea, Berater im Bereich Agrotourismus und Vertreter aus der Tourismusbranche umfassen. Es ist vorgesehen, die Schlussfolgerungen und Empfehlungen in der Schweiz als auch innerhalb des RTI auf breiter Ebene zur Diskussion zu stellen.

5.3.2 Anbieter auf kantonalem oder regionalem Niveau

Neben den oben aufgeführten Organisationen, welche in der ganzen Schweiz tätig sind, existieren eine Vielzahl kantonaler oder regionaler Anbietervereinigungen. Ein grosser Teil von ihnen wurde durch kantonale landwirtschaftliche Berater ins Leben gerufen.

Auf kantonalem / regionalem Niveau existieren grosse Unterschiede was die Zugänglichkeit der Informationen über Agrotourismus für die Kunden anbelangt. Auf den Homepages der Tourismusverbände von Watch Valley (Kantone NE, JU und Jura Bernois) sowie Graubünden und Tessin finden sich direkte Verweise auf Listen agrotouristischer Angebote.

Das ausführlichste und beste Angebot besteht auf der Webseite www.graubuenden.ch. Über die Menüpunkte « Buchen » und « Weitere Unterkünfte » gelangt man auf eine Seite, auf der verschiedenste Übernachtungsmöglichkeiten aufgelistet werden. Von agrotouristischem Interesse sind die Folgenden Angebote (in Klammern jeweilige Anzahl): Ferien auf dem Maiensäss (17), Schlafen im Stroh (16) sowie Ferien auf dem Bauernhof (52). Durch Klicken auf die jeweiligen Listeneinträge gelangt man zu einer sehr ausführlichen Beschreibung der Angebote. Zu bemängeln ist, dass keine Fotos der Angebote verfügbar sind, und dass die Suche nach einem Angebot in einer bestimmten Ferienregion nicht möglich ist, denn die Angebote werden alphabetisch nach Ortsnamen sortiert. Dieses Angebot ist die Frucht eines Zusammenarbeitsvertrags zwischen der LBBZ Plantahof und Graubünden Ferien. Der Plantahof fragt alle Betriebe an, ob sie ein agrotouristisches Angebot bieten und in den Katalog aufgenommen werden möchten. Nach einer Kontrolle der Höfe werden diese vom Plantahof an Graubünden Ferien gemeldet.

Auf den Webseiten der Tourismusverbände der Region Watch Valley im Jurabogen kann über die Menüpunkte „Unterkünfte“ und „Schlafen im Stroh!“ ein Katalogausschnitt mit agrotouristischen Angeboten abgerufen werden. Daneben existieren auch Listen von ländlichen Gasthöfen, bei denen es sich aber nur teilweise um Agrotourismus handelt.

Im Kanton **Tessin** wird der Agrotourismus von Seiten der Unione Contadini Ticinesi (UCT, kantonaler Bauernverband) gefördert. In den Jahren 1998 bis 2002 organisierte die UCT im Rahmen von „Regio Plus“ ein Projekt mit folgenden Zielen:

- Erarbeitung eines von den kantonalen Behörden anerkannten Rahmenkonzepts für den Agrotourismus, welches die effektiven Bedürfnisse der betroffenen Betriebe berücksichtigt,
- Schaffung eines Beratungszentrums, um die verschiedenen Möglichkeiten im Agrotourismus zu studieren, zu entwickeln und zu koordinieren,
- Schaffung und Förderung einer Qualitätsmarke, um sowohl die Produkte als auch die Dienstleistungen auf dem ganzen Kantonsgebiet zu vermarkten.³⁵

In Zusammenarbeit mit dem Tourismusbüro Ticino Turismo wurde auch ein Flyer produziert³⁶, die Publikation eines Kataloges scheiterte jedoch am mangelnden Interesse von Ticino Turismo.³⁷

Daneben existieren verschiedene Initiativen auf kantonalem Niveau, welche nicht mit den Tourismusbüros zusammenarbeiten und deswegen für die Kunden nur eingeschränkt auffindbar sein dürften. Beispiele (Aufzählung nicht abschliessend) :

Rundumbern ist eine Marketingplattform für Agrotourismus, Direktvermarktung und Freizeiterlebnisse in der Region Bern. Unter dem Menüpunkt Ferien / Übernachten auf dem Bauernhof finden sich 12 Einträge. Ferner sind zahlreiche Hofläden aufgelistet, sowie Bauernhöfe, die « Gaumenfreuden » auf dem Hof anbieten. Ein Eintrag kostet 70 CHF, darin inbegriffen sind die Auflistung im Internet und im Katalog. Dieser wurde allerdings 2002 zum letzten Mal herausgegeben.

³⁵ www.regioplus.ch/rpd_Agriturismo.html.

³⁶ http://www.maggiore.ch/prospetti/Agriturismo_26022008.pdf

³⁷ Mündliche Mitteilung von Anita Tomaszewka vom 05.03.2008.

TouLaRe wurde im Jahre 1995 als Regio Plus Projekt gegründet.³⁸ Im Vorfeld der Landesausstellung Expo.02 zeichnete sich ab, dass das Übernachtungsangebot in der Region Seeland knapp sein würde. Diese Erkenntnis wurde in der Folge genutzt, um in dieser Region den Agrotourismus aufzubauen. In der Folge wurden auch ein Einkaufs- und ein Gästeführer herausgegeben. Nach Auslaufen des Regio Plus Projekts ist es auch um diese Organisation ruhig geworden.

Préalpes sans Frontière ist in den Voralpen der Kantone Waadt, Freiburg und Bern tätig. Auf dieser Plattform finden sich rund 30 Berghütten, die miteinander durch Wanderwege verbunden sind.

In der Region Genf wurde ein **topoguide d'itinérances translémaniques** herausgegeben, der zur Entdeckung des Agrotourismus im Genferseegebiet einlädt. Dieser Reiseführer präsentiert 12 Routen mit einer Gesamtlänge von über 650 km durch die Schweiz und durch Frankreich, welche von Hof zu Hof führen und zu Fuss, mit dem Pferd, dem Velo oder dem Auto zurückgelegt werden können.³⁹

Der Verein **Landimpuls** hat auf dem Internet unter www.landimpuls.ch einen Katalog agrotouristischer Angebote in der Zentralschweiz mit Schwerpunkt im Kanton Luzern veröffentlicht.

Der Kanton Nidwalden hat eine Broschüre mit dem Titel « **Landwirtschaft erlabe** » herausgegeben, welche neben den üblichen agrotouristischen Angeboten auch Unkonventionelles enthält, z.B. Mithelfen auf dem Bauernhof, Wild beobachten, Ziegen melken.⁴⁰

Heuhotel: Unter den Internet-Adressen www.strohhotel.com und www.heuhotel.com findet sich ein Portal mit agrotouristischen Angeboten aus Deutschland und der Schweiz. In Deutschland liegen die geographischen Schwerpunkte in den Bundesländern Niedersachsen und Schleswig-Holstein, in der Schweiz in der Region Ostschweiz (55 von 96 Angeboten, wobei die Ostschweiz die Kantone ZH, SG, TG, SH und AR umfasst). Die Funktionalität des

³⁸ http://www.regioplus.ch/rpd_TouLaRe.html, Abrufdatum: 02.04.2008.

³⁹

<http://etat.geneve.ch/dt/SilverpeasWebFileServer/Point47.pdf?ComponentId=kmelia697&SourceFile=1148976539567.pdf&MimeType=application/pdf&Directory=Attachment/Images/&logicalName=Point47.pdf>

⁴⁰ http://www.nw.ch/de/verwaltung/dienstleistungen/?dienst_id=1963.

Internetangebots ist sehr bescheiden. Lediglich die Postadressen der Anbieter sind aufgeführt, es fehlen Telefonnummern, E-Mails oder Links auf eigene Homepages der Anbieter. Die Seite wurde seit längerem nicht mehr aktualisiert, was sich u.a. daran zeigt, dass die Preise für einen Eintrag noch in DM angegeben sind und nicht in Euro.

Eine weitere Internetseite mit dem Namen www.bodensee-heuhotels.de listet Angebote rund um den Bodensee auf. 9 Angebote liegen in der Schweiz, 5 in Deutschland. Auf dieser Seite werden die Telefonnummern sowie die Preise der Angebote aufgeführt.

5.3.3 Anbieter auf lokaler Ebene

Eine Vielzahl von Bauernhöfen betreibt eigene Homepages, ohne einem der nationalen Netzwerke angeschlossen zu sein. Neben diesen Einzelakteuren existieren auch Kooperationen auf lokaler Ebene, nachfolgend einige Beispiele :

- Wasser und Brot in Alvaneu GR,
- Strohtouren.ch in der Zentralschweiz,
- Strohtour.ch am Bodensee,
- Center Capricorns in Wengen GR,
- Val d' Hérens (Pilotprojekt zur Prüfung der Umsetzung von Art. 93. Abs. 1 Bst. c LWG), umfasst neuen agrotouristischen Komplex in Ossona und Weiterentwicklung bestehender agrotouristischer Angebote,⁴¹
- Brontallo TI (ebenfalls Pilotprojekt im Rahmen von Art. 93. Abs. 1 Bst. c LWG),
- http://www.sempachersee-tourismus.ch/pdf/erlebnis_bauernhof.pdf.

5.3.4 Weitere Angebote

Die bisher gemachten Ausführungen konzentrieren sich auf die Beherbergung. Daneben existiert eine Vielzahl weiterer Angebote, welche auch zum Agrotourismus zu zählen sind (Direktvermarktung von Produkten, Wellness, Partyservice, Erlebnisangebote, Kurse etc.). Es ist unmöglich, eine vollständige Auflistung dieser Angebote zu erstellen. Im Anhang auf Seite A1 findet sich eine systematische Zusammenstellung der Kategorien von solchen Angeboten. Das Gros der Wertschöpfung im Agrotourismus wird ohne Zweifel durch die Beherbergung generiert. Es ist auch unbedingt anzustreben, dass die Gäste zu einer Übernachtung auf den

⁴¹ http://www.geomatik.ch/fileadmin/download/2007/Fach/FA_7_2007_2.pdf

Hof kommen. Deswegen werden die übrigen Angebote in dieser Studie nicht gesondert betrachtet.

5.3.5 Ergebnisse einer kurzen Internetrecherche

Da davon ausgegangen werden kann, dass sich ein potentieller Kunde als erstes einmal im Internet über agrotouristische Angebote informiert, sind hier die Ergebnisse einer kurzen Internetrecherche angegeben. Gesucht wurde am 04.03.2008 in www.google.ch der Begriff „Urlaub Bauernhof“, mit Einschränkung auf Seiten aus der Schweiz, ausgehend von einem fiktiven Interessenten aus Deutschland, der in der Schweiz Ferien machen möchte.

Die Suche lieferte insgesamt 175'000 Resultate. An erster Stelle steht die Homepage von „Ferien auf dem Bauernhof“, dann folgen zwei private Anbieter, an vierter Stelle eine Pressemeldung einer Schweizer Agentur über Urlaub am Bauernhof in Tirol (!), dann die Seite der REKA, an zehnter Stelle schliesslich der Hinweis auf ein Angebot des Tourismusbüros von Solothurn.

5.3.6 Fazit

Aus der Untersuchung über die Strukturen des Agrotourismus in der Schweiz wird ersichtlich, dass die Strukturen des Angebots und der Vermarktung sehr zersplittert sind. Anstelle einer integrativen Plattform, von der aus alle Angebote zugänglich wären, findet sich ein stark in Sektoren aufgegliedertes Angebot. So bietet beispielsweise Bioterra explizit Ferien auf Biohöfen an und „Schlaf im Stroh!“ konzentriert sich auf diese besondere Form des Agrotourismus. Daneben existiert eine Unzahl von Anbietern, welche ihr Angebot unabhängig von touristischen Kanälen auf einer privaten Homepage vermarktet. „Ferien auf dem Bauernhof“ versteht sich selber zwar als sektorübergreifende Plattform, konnte diesem Anspruch aber bisher nicht gerecht werden. Dies liegt in erster Linie an der zu geringen Mitgliederzahl, welche dieser Organisation nicht die erforderliche Grösse verleiht, um auf dem Markt ein genügend grosses Gewicht zu erlangen.

Betrachtet man die Strukturen unter einem geographischen Gesichtspunkt, so fällt auf, dass der Organisationsgrad des Agrotourismus in der Romandie höher ist als in der Deutschschweiz. In der Romandie wurden bereits vor Jahren Bestrebungen vorgenommen, das zersplitterte Angebot zu koordinieren.

Diese Erkenntnisse werden auch von der Studie von Imboden (2001) geteilt, er spricht von einem hohen Individualismus der Einzelanbieter, der zu einem fast unüberschaubaren Angebotssortiment führt, sowie von fehlender Flexibilität und fehlender Kooperationsfähigkeit der einzelnen agrotouristischen Anbieter.

5.4 Qualitätsrichtlinien und Klassifizierung

Im Interesse einer für den Kunden möglichst transparenten Gestaltung des Angebots haben die Anbieterorganisationen Qualitätskriterien erarbeitet. Um die verschiedenen Angebote im Zweig „Ferien auf dem Bauernhof“ besser voneinander zu unterscheiden, sind zudem Arbeiten für eine Klassifizierung der Unterkünfte im Gange. Die folgenden Abschnitte befassen sich lediglich mit denjenigen Informationen, welche für die Kunden öffentlich ersichtlich sind (über Internet oder über Kataloge). Interne Dokumente der Anbieterorganisationen wurden nicht beigezogen

5.4.1 „Ferien auf dem Bauernhof“

Gütesiegel

„Ferien auf dem Bauernhof“ verleiht einigen Höfen, welche besondere Anforderungen an die Qualität ihres Angebotes erfüllen, ein Gütesiegel. Diese Anforderungen betreffen die Bereiche Unterkunft, Verpflegung, Naturnähe, Erlebnis und Weiterbildung als Gastgeber. Die detaillierten Kriterien für den Erhalt des Gütesiegels sind jedoch für die Feriengäste nicht ersichtlich. Auch über die einzuhaltenden Minimalstandards für Höfe, welche das Gütesiegel nicht tragen finden sich keine Angaben.

Klassifikation

Eine Klassifikation gemäss den Richtlinien des Schweizer Tourismus-Verbands für Ferienwohnungen ist im Gange. Im Katalog für das Jahr 2008 wurde diese jedoch noch nicht umgesetzt.

5.4.2 Schlaf im Stroh! / Aventure sur la paille

Qualitätscharta

Alle Mitglieder von Schlaf im Stroh! verpflichten sich zur Einhaltung einer Qualitätscharta. Diese ist im Katalog auf Seite 10 veröffentlicht.⁴²

5.4.3 **tourisme-rural.ch**

Auch bei tourisme-rural.ch existiert eine öffentlich einsehbare Qualitätscharta. Diese ist jedoch nicht besonders gut auffindbar, denn sie findet sich lediglich im Anhang eines Vertrages für neue Anbieter, der auf der Homepage heruntergeladen werden kann.⁴³

5.5 **Gesetzlicher Rahmen in der Schweiz**

5.5.1 **Bund⁴⁴**

Diejenigen Bestimmungen, welche den Agrotourismus betreffen, finden sich einerseits im nominalen Raumplanungsrecht. Andererseits bestehen auch Bestimmungen im funktionalen Raumplanungsrecht, beispielsweise dem BGG. Da die Förderung der Landwirtschaft mit weitaus mehr finanziellen Mitteln ausgestattet ist als diejenige der Raumplanung oder des Tourismus bietet sich hier auch am ehesten die Möglichkeit, finanzielle Massnahmen für den Agrotourismus zu entwickeln.

Teilrevision des Raumplanungsgesetzes

Eines der grössten Hindernisse für die Entwicklung des Agrotourismus bildete bisher das Raumplanungsgesetz.⁴⁵ Auf den 1. September 2007 trat eine Teilrevision dieses Gesetzes sowie der dazugehörenden Raumplanungsverordnung in Kraft, welche diverse Lockerungen im Bereich des Bauens ausserhalb der Bauzonen umfassen und mehr Spielraum für den Agrotourismus bieten. So muss ein Landwirtschaftsbetrieb in Zukunft nicht mehr den Nachweis erbringen, dass die Führung eines agrotouristischen Nebenerwerbs für das wirtschaftliche Überleben des Betriebs zwingend erforderlich ist. Ferner kann für das agrotouristische Angebot

⁴² http://www.schlaf-im-stroh.ch/PDF_Dateien/Ges_amt_katalog.pdf, Abrufdatum: 17.06.08.

⁴³ http://www.tourisme-rural.ch/image/*_doc/accord_ALL.doc, Abrufdatum: 17.06.08.

⁴⁴ Gemäss Angaben von Samuel Brunner, Thomas Maier und Gustav Munz vom BLW, E-Mail vom 18.06.08.

⁴⁵ SR 700.

zusätzliches Personal angestellt werden, und in geringem Ausmass sind auch neue Anbauten oder Fahrnisbauten zugelassen (bis zu einer Fläche von 100 m²). Trotz diesen Erleichterungen kann nicht von einer gezielten Förderung des Agrotourismus gesprochen werden. Sofern die Kantone im Vollzug den Spielraum der neuen gesetzlichen Bestimmungen ausnützen, wird dies dem Agrotourismus zu Gute kommen.

Erfahrungsgemäss wird der Vollzug der Bestimmungen über das Bauen ausserhalb der Bauzone in den Kantonen sehr unterschiedlich gehandhabt. Einige Kantone haben die entsprechenden internen Vollzugshilfen auch auf dem Internet publiziert. Im Art. 27a RPG, welcher seit dem 01.09.2007 in Kraft ist, ist denn auch ein kantonaler Rechtsvorbehalt festgelegt, welcher besagt, dass die Bestimmungen insbesondere des Art 24b RPG bei Bedarf von den Kantonen verschärft werden dürfen. Dies könnte in der Praxis zu zusätzlichen Erschwernissen für den Agrotourismus führen.

Bestimmungen des BGG

Auch nach der Revision des RPG bestehen für den Agrotourismus immer noch starke raumplanerische Einschränkungen. Art. 24 b Abs. 1 und 1 bis RPG sowie Art. 40 Abs. 1 Bst. d RPV legen fest, dass nur landwirtschaftliche Gewerbe im Sinne von Art. 5 oder 7 BGG⁴⁶ einen Nebenbetrieb errichten können. Dies bedeutet, dass der Betrieb zukünftig (in Kraft ab 01.09.2008) eine Grösse von mindestens 1,0 Standardarbeitskräften (SAK) aufweisen muss. Gemäss Art. 5 BGG haben die Kantone die Kompetenz, diese Grenze tiefer anzusetzen, mindestens jedoch 0,75 SAK. Offen ist, welche Kantone von ihrer Kompetenz nach Art. 5 BGG Gebrauch machen und eine Herabsetzung der Gewerbegrenze beschliessen werden. Die im Rahmen der AP 2011 vom Parlament beschlossene Erhöhung um 0,25 SAK führt dazu, dass vielen kleinen Bauernbetrieben der Einstieg in den Agrotourismus verwehrt wird, da sie zu klein sind, um eine Bewilligung nach Art. 24 b RPG für Agrotourismus mit entsprechendem Umbau ihres Hofes zu erhalten.

⁴⁶ SR 211.412.11.

Investitionshilfen des Bundes für den Agrotourismus

Investitionskredite für bauliche Massnahmen zur Diversifizierung der Tätigkeit

Gemäss Artikel 44 der Strukturverbesserungsverordnung (SVV)⁴⁷ kann die Landwirtschaftliche Kreditkasse seit dem 01.01.2004 zinslose Darlehen für Bauten und Einrichtungen für die Diversifizierung der Tätigkeit im landwirtschaftlichen oder landwirtschaftsnahen Bereich gewähren. Diese belaufen sich auf 50 % der Investitionskosten, maximal auf 200'000 CHF pro Betrieb. Um in den Genuss dieser Gelder zu kommen, muss der Betrieb seit dem 01.01.2008 u.a. die SAK-Grenzen für ein Gewerbe im Sinne von Art. 5 oder 7 BGGG erfüllen (bis 31.12.2007 mindestens 1,20 SAK). Tätigkeiten aus dem Agrotourismus werden nicht an den SAK-Wert angerechnet. Von der Möglichkeit der Förderung mit Investitionskrediten wurde bisher relativ wenig Gebrauch gemacht: Im Jahr 2007 wurden lediglich 16 Gesuche für agrotouristische Aktivitäten eingereicht und unterstützt. In den Jahren zuvor wurde eine noch geringere Anzahl Gesuche eingereicht.

Projekte zur regionalen Entwicklung, PRE

Gestützt auf die Art. 93 Abs. 1 Bst. c und 107 Abs. 1 Bst. d des Landwirtschaftsgesetzes⁴⁸ können seit 2007 Projekte zur regionalen Entwicklung und zur Förderung von einheimischen und regionalen Produkten an denen die Landwirtschaft vorwiegend beteiligt ist, mit Beiträgen und Investitionskrediten unterstützt werden. Nach Art. 11a SVV sind die PRE-Massnahmen ausgerichtet auf die:

- Schaffung von Wertschöpfung in der Landwirtschaft,
- Stärkung der branchenübergreifenden Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und landwirtschaftsnahen Sektoren, namentlich Gewerbe, Tourismus, Holz- und Forstwirtschaft,
- Realisierung öffentlicher Anliegen mit ökologischen, sozialen oder kulturellen Aspekten

Die Massnahmen eines Projekts sind inhaltlich auf ein Gesamtkonzept abzustimmen und mit der Regionalentwicklung und der Raumplanung zu koordinieren.

⁴⁷ SR 913.1.

⁴⁸ SR 910.1.

Die Kantone müssen die ordentlichen Beiträge an Projekte zur regionalen Entwicklung als Verbundaufgabe von Bund und Kanton mit 45 % des Gesamtbeitrages mitfinanzieren. Um die Realisierbarkeit und die Wertschöpfung gründlich abzuklären, ist eine Vorabklärung erforderlich. Diese Phase kann für eine fachliche Begleitung (Coaching) mit Beiträgen des Bundes (50 % der Kosten oder maximal 20'000 CHF) unterstützt werden.

Weitere Fördermassnahmen des Bundes zugunsten des Agrotourismus

- Finanzielle Unterstützung im Rahmen der Absatzförderung, bspw. zur Schaffung der Plattform Agrotourismus,
- Unterstützung von Ausbildungskursen für künftige Anbieter von agrotouristischen Angeboten (sanu),
- Unterstützung von Modellvorhaben im Rahmen des Bundesnetzwerks Ländlicher Raum, unter anderem von Projekten, die sich dem Thema „Nachhaltiger ländlicher Tourismus“ widmen.
- Optimierung der Vernetzung von Massnahmen in einer Region. Im Februar 2008 wurde das Projekt „Toggenburg 2008“ initiiert. Das EVD sowie die St. Galler Regierung haben zum Ziel, in der Region Toggenburg die künftigen regionalpolitischen Aktivitäten noch effizienter zu koordinieren. Dadurch können insbesondere auch agrotouristische Angebote gefördert werden.

5.5.2 Kantone

Ein Landwirtschaftsbetrieb, der eine agrotouristische Aktivität aufnehmen will, sieht sich mit einer Vielzahl von kantonalen Bestimmungen konfrontiert, welche oftmals sehr unübersichtlich sind. Zu nennen sind beispielsweise die Gastwirtschaftsgesetze, welche verlangen, dass die Betreiber ein Wirtepatent besitzen, Hygienebestimmungen aus dem Lebensmittelrecht oder Vorschriften betreffend den Brandschutz.

In den meisten Kantonen kann nicht von einer aktiven Förderung des Agrotourismus gesprochen werden. Wohl finden sich hier und da Absichtserklärungen in Leitbildern (Beispiele siehe weiter unten), doch haben diese in den meisten Fällen keine rechtlich verbindlichen Massnahmen zur Folge. Lediglich in zwei Kantonen, Wallis und Tessin, kann von einer eigentlichen Agrotourismus-Politik gesprochen werden. Bezeichnend ist, dass in beiden Kantonen die Initiative hierzu von den Bauern (Bauernverband im Tessin und Selbsthilfegruppe von Bergbauern im Wallis) ausging. Mittels Motionen wurde Druck auf die Kantonsregierungen ausgeübt, was schliesslich zur Schaffung von Gesetzesartikeln führte.

Tessin

Im Tessin begann der Bauernverband (Unione Contadini Ticinesi) im Jahre 1997 im Bereich Agrotourismus aktiv zu werden. In den Jahren 1998-2003 wurde ein Regio Plus Projekt zu Gunsten des Agrotourismus durchgeführt. Seit dem Jahre 2000 war eine auf 5 Jahre befristete **Weisung zur Förderung des Agrotourismus** in Kraft (publiziert im Amtsblatt vom 12. November 1999). In dieser wurde festgelegt, dass der Kanton sich an den Kosten für die Ausbildung, die Investitionen für den Umbau bestehender Betriebsgebäude, die Ausstattung sowie an die zum Betrieb eines agrotouristischen Betriebs erforderlichen Einrichtungen beteiligen kann. Das Tessin war der erste Kanton der Schweiz mit einer solchen Bestimmung. Die Subventionsbeiträge belaufen sich auf maximal 40 % der anerkannten Spesen und dürfen den Betrag von 250'000 CHF nicht überschreiten. Basierend auf dieser Weisung wurden bis 2006 insgesamt 31 Projekte mit einer Gesamtsumme von 1,5 Mio. CHF unterstützt. (Zum Vergleich : die kantonalen Subventionen im Agrarbereich betragen im gleichen Zeitraum 25 Mio. CHF.) Unterstützt wurden in erster Linie die Errichtung von Bauten für den Direktverkauf, Schlafsäle und Einzelzimmer.⁴⁹ Inzwischen wurde der Inhalt dieser Weisung in das revidierte kantonale Landwirtschaftsgesetz vom 3. Dezember 2002 (Nr. 8.1.1.1) aufgenommen.⁵⁰

Wallis

Im Wallis war es der Verein Touruval, der sich massgeblich für eine kantonale Agrotourismus-Politik eingesetzt hat. Dies führte schliesslich zu einer Weisung betreffend die Unterstützung des Agrotourismus, welche auf den 1. Juli 2007 in Kraft trat.⁵¹ Sie stützt sich auf das neue kantonale Loi sur l'agriculture et le développement rural vom 8. Februar 2007.⁵² Dieses spricht in Art. 3 über die Förderung des Agrotourismus. In diesem Kanton wird neben den strukturellen Massnahmen auch das Marketing gefördert. Die Förderung des Marketings (Art. 7) beinhaltet einen Leistungsvertrag mit der Walliser Landwirtschaftskammer. Der Kanton stellt der Landwirtschaftskammer 250'000 CHF zur Verfügung, um eine zentrale Anlaufstelle einzurichten.⁵³

⁴⁹ http://www.ti.ch/DFE/DE/SezA/temi_02/pubblicazioni/pub_ustat07/allegati/022_025.pdf

⁵⁰ Mündl. Mitteilung von Giordano Motta.

⁵¹ http://www.vs.ch/NavigData/DS_68/M5837/de/Directive_agritourisme_D_27_06_07.pdf

⁵² Nr. 910.1.

⁵³ <http://www.agirinfo.com/articles/articles.php?action=det&id=2007-120>, Abrufdatum: 03.04.2008.

Übrige Kantone

In den andern Kantonen bestehen keine spezifischen Instrumente zur Förderung des Agrotourismus. In der folgenden, nicht abschliessenden Aufzählung, wird exemplarisch für einige Kantone aufgezeigt, welche Aktivitäten im Bezug auf den Agrotourismus stattgefunden haben:

- Der Kanton **Jura** legt in seinem Gesetz über die Entwicklung des ländlichen Raumes vom 20. Juni 2001 in Art. 17 fest : « Um eine starke Bevölkerung im ländlichen Raum beizubehalten, fördert der Kanton ergänzende Tätigkeiten. » Im entsprechenden Dekret findet sich die Bestimmung in Art. 23 und lautet : « In den Genuss von Darlehen und Subventionen können insbesondere Projekte fallen, welche als Ziel eine Aktivität in den folgenden Bereichen vorsehen : a) ländlicher Tourismus, b) Handwerk, c) Dienstleistungen. » Es handelt sich hierbei um eine verhältnismässig schwache Kann-Formulierung, und es werden keine konkreten Angaben über Höhe der Förderbeiträge gemacht. Gemäss Angaben von Herrn Bernard Beuret⁵⁴ beträgt das Jahresbudget 2008 für diesen Bereich 235'000 CHF. Pro Jahr werden rund 2 Fälle im Agrotourismus gefördert, mit einem gesamten Förderbetrag in der Grössenordnung von 40'000 bis 50'000 CHF.

Die Fondation Rurale Interjurassienne hat Ende Februar 2008 ein Concept de l'agritourisme dans le canton du Jura et le Jura bernois heraus gegeben und interessierten Kreisen zur Vernehmlassung vorgelegt.⁵⁵ Ferner wurde eine Internetseite mit einer « foire aux questions » (FAQ) eingerichtet, wo einige der Fragen, welche sich im Zusammenhang mit der Aufnahme einer agrotouristischen Tätigkeit stellen, beantwortet werden.⁵⁶

- Im Kanton **Freiburg** findet sich eine Bestimmung, welche den Agrotourismus betrifft im Landwirtschaftsgesetz vom 3. Oktober 2006⁵⁷ : Artikel 16, Ziffer 1, Buchstabe f legt fest, dass für den Bau von Anlagen und Infrastrukturen für den Agrotourismus zinslose Darlehen aus dem Landwirtschaftsfonds gewährt werden können. Bisher sind jedoch noch keine Anfragen eingegangen.⁵⁸
- Ähnliche Bestimmungen kennt auch der Kanton **Neuchâtel** in seinem Landwirtschaftsgesetz (Gesetz Nr. 910.1 vom 23.06.1997, Art. 28 über den ländlichen Tourismus). Die Förderung war hier äusserst bescheiden. Seit dem Jahr 2000, als mit der Förderung begonnen wurde, wurden insgesamt lediglich fünf Projekte unterstützt, im Jahr 2007 ein einziges Projekt mit 15'000 CHF.⁵⁹

⁵⁴ Mündl. Mitteilung vom 14.03.2008.

⁵⁵ <http://www.frij.ch/documents/showFile.asp?ID=2523>, Abrufdatum: 03.04.2008.

⁵⁶ <http://www.frij.ch/CMS/default.asp?ID=428>, Abrufdatum: 03.04.2008.

⁵⁷ Nr. 910.1.

⁵⁸ Mündliche Mitteilung von Herrn Jean-Paul Meyer, 05.06.2008.

⁵⁹ Mündliche Mitteilung von Herrn Jürg Winkler, 04.06.2008.

- Der Kanton **Luzern** unterstützt besonders innovative Projekte aus der Landwirtschaft mit Geldern aus dem Lotteriefonds, wobei hier ausdrücklich auch Projekte aus dem Agrotourismus genannt werden. Laut Auskunft von Josef Blum von der Abteilung Landwirtschaft des Kantons Luzern genügt es aber nicht, einfach einen agrotouristischen Betrieb einrichten zu wollen, er muss sich schon durch seine Besonderheit von den andern abheben, um gefördert zu werden. Daher erfolgte bisher noch keine Förderung in diesem Bereich. Jährlich stehen 100'000 CHF zur Verfügung, von denen jedoch nur ein Bruchteil abgeholt wird, und dies obwohl die Massnahme im Internet und über den Bauernverband bekannt gemacht wird. Das Problem ortet Blum bei den zu wenig innovativen Bauern, sowie darin, dass es bisher noch nicht gelungen ist, die geförderten Projekte einem breiteren Kreis vorzustellen.
- Im **Bernischen** Landwirtschaftsgesetz findet sich in Art. 6 folgende Bestimmung: Der Kanton kann innovative Dienstleistungen fördern, die in engem Zusammenhang mit der Landwirtschaft stehen und der Erzielung eines Nebeneinkommens dienen. Der Agrotourismus findet sich auch als eine von vielen Massnahmen des Richtplans.
- Der Kanton **Nidwalden** kennt seit der Revision des Kantonalen Landwirtschaftsgesetzes im Jahr 2002 eine "indirekte" Förderung des Agrotourismus. Im Artikel 11 des kantonalen LWG wird die Absatzförderung definiert, die Ausführungsbestimmungen finden sich im §20 ff der Vollzugsverordnung⁶⁰ Im Rahmen des Globalbudgets werden jährlich Fr. 75'000 für Absatzförderungsmassnahmen reserviert. Bisher kamen 11 agrotouristisch relevante Projekte in den Genuss einer finanziellen Unterstützung⁶¹, womit der Kanton Nidwalden im Vergleich zu seiner Landesfläche sehr aktiv war.
- Im Kanton **Obwalden** taucht der Agrotourismus im kantonalen Leitbild Landwirtschaft sowie im neuen Richtplan vom April 2008 auf, ohne dass jedoch konkrete Massnahmen ausformuliert wären.
- Im Kanton **Solothurn** hält §2, Abs. 1 Bst. d) der Verordnung über Investitionshilfen in der Landwirtschaft (Gesetz Nr. 924.12) fest, dass bauliche Massnahmen und Einrichtungen zur Diversifizierung der Tätigkeit im landwirtschaftlichen und landwirtschaftsnahen Bereich gefördert werden können. Die Verordnung ist erst seit dem 01.01.08 in Kraft, bisher sind keine diesbezüglichen Finanzierungsgesuche beim Kanton eingegangen.⁶²
- Im Kanton **Waadt** bestimmt der Art. 9 des Landwirtschaftsgesetzes (910.11), dass für die Errichtung von Unterkünften im ländlichen Tourismus zinslose Darlehen gewährt werden können. Die Höhe dieser seit 1997 gewährten Darlehen beläuft sich insgesamt auf 540'000 CHF.⁶³

⁶⁰ [http://www.nw.ch/de/verwaltung/aemter/wel come.php?amt_id=224&page=5&action=download&id=1839](http://www.nw.ch/de/verwaltung/aemter/welcome.php?amt_id=224&page=5&action=download&id=1839),
Abrufdatum: 17.06.08.

⁶¹ E-Mail von Rainer Dipper, 17.06.2008.

⁶² Mündliche Mitteilung von Herrn Ulrich Schluep, 17.06.2008.

⁶³ E-Mail von René Neuenschwander, 06.06.2008

5.5.3 Fazit

Der Agrotourismus wird in der Schweiz von der Politik noch immer vernachlässigt. Allmählich beginnt man zwar, sich seiner Bedeutung im Rahmen des Strukturwandels der Landwirtschaft bewusst zu werden, doch fehlen bei den allermeisten Kantonen konkrete Instrumente zu dessen Förderung, welche über Absichtserklärungen hinaus gehen. Dort wo bereits Förderinstrumente bestehen, beispielsweise nach Art. 44 SVV, sind diese zu wenig bekannt und die zur Verfügung gestellten Mittel werden nicht ausgeschöpft.

Stossend sind auch die gegensätzlichen Bestrebungen der verschiedenen Ämter: Während das SECO und das BLW die Landwirte ausdrücklich zur Diversifizierung ermutigen, wird diese durch die gegenwärtige Politik einiger kantonaler Raumplanungsamter immer noch erschwert.

Interessant ist die Situation in den Kantonen Wallis und Tessin, den beiden Kantonen mit den am weitesten gehenden Gesetzen zur Förderung des Agrotourismus. In beiden Kantonen kam der Anstoss hierzu von den Bauernverbänden (kantonaler Bauernverband im Tessin, Touruval im Wallis), und in beiden Kantonen wurde durch Motionen im Kantonsparlament Druck auf die Regierung ausgeübt, sich mit dem Thema Agrotourismus auseinander zu setzen, bis schliesslich die entsprechenden Gesetze verabschiedet wurden.

Die meisten Kantone der Romandie kennen gesetzliche Bestimmungen zur Förderung des Agrotourismus, doch sind die zur Verfügung gestellten Fördersummen nur sehr bescheiden. Dies ist zu einem grossen Teil darauf zurückzuführen, dass die Landwirte zu wenig über diese Möglichkeiten informiert werden. In den Kantonen der Deutschschweiz existieren keine entsprechenden Bestimmungen.

5.6 Weitere Organisationen, welche den Agrotourismus unterstützen

5.6.1 SANU, Bildung für nachhaltige Entwicklung⁶⁴

Die SANU bietet im Herbst 2008 erstmals einen Kurzlehrgang für naturnahen Tourismus an. Dieser beinhaltet auch eine eintägige Ausbildung zum Agrotourismus. Er richtet sich an alle

⁶⁴ <http://www.sanu.ch/html/angebot08/seminare/NU08TO-de.cfm>, Abrufdatum: 20.06.08.

Akteure, welche ein Angebot im Bereich des naturnahen Tourismus erarbeiten wollen. Mit 3'000.- CHF sind die Kosten für diesen sechstägigen Kurs jedoch ziemlich hoch.

5.6.2 Berghilfe⁶⁵

Die Schweizer Berghilfe unterstützt u.a. auch tourismusbezogene Projekte im Berggebiet. Zu den Projekten, welche den Agrotourismus betreffen, gehören u.a.:

- Projekt Chalais VS: Berglandwirtschaft auf originellem Hof hautnah erleben,
- Projekt Gruyères FR: Mehr Betrieb dank Bed and Breakfast,
- Projekt Le Noirmont JU: Ein Zimmer für den Reiter, eine Box fürs Pferd,
- Projekt Flerden GR: Junge Landwirtin schafft mit grossem Elan einen Erlebnisbauernhof.

5.7 Misserfolgsfaktoren für die Entwicklung des Agrotourismus⁶⁶

Im Verlauf der vorliegenden Studie wurden fünf Hypothesen erarbeitet, warum sich der Agrotourismus in der Schweiz nur sehr zögerlich entwickelt hat. Im Gespräch mit den verschiedenen Akteuren im Agrotourismus wurden diese Hypothesen geprüft. Aus Gründen der Vertraulichkeit wurden alle gemachten Aussagen anonymisiert.

Aufgrund der zur Verfügung stehenden finanziellen und personellen Ressourcen war es nicht möglich, eine breit angelegte Umfrage durchzuführen, welche die Gewinnung statistisch signifikanter Aussagen ermöglicht hätte. Mit Hilfe qualitativer Interviews mit Akteuren konnten die Hypothesen dennoch überprüft werden, da die befragten Personen aus ganz unterschiedlichen Kontexten stammen. Im Einzelnen wurden folgende Personengruppen befragt: 7 Anbieterinnen und Anbieter, 5 landwirtschaftliche Beraterinnen und Berater sowie eine Fachperson vom SBV. Die Liste der befragten Personen findet sich im Kapitel 11.4.1. Die Auswahl der befragten Anbieter erfolgte einerseits über Empfehlungen der landwirtschaftlichen Berater, andererseits über persönliche Kontakte der Verfasser. Weitere Kriterien waren eine ausgewogene Verteilung der Regionen sowie ein hohes Problembewusstsein bei den Anbietern, weshalb explizit nach Leuten gesucht wurden, welche sich intensiv mit der Thematik auseinan-

⁶⁵ <http://www.berghilfe.ch/de/projekte/tourismus/uebersicht.htm>, Abrufdatum: 19.06.08.

⁶⁶ Zu diesem Thema wurden bereits zahlreiche Studien verfasst, die meisten wurden bereits vor einiger Zeit veröffentlicht. Die neuesten Erkenntnisse finden sich in Elmer et al. 2007.

dergesetzt hatten. Bei der Auswahl der landwirtschaftlichen Berater wurde auf Regionen fokussiert, die ein hohes touristisches Potential aufweisen, aber in welchen der Agrotourismus nur unterdurchschnittlich ausgebildet ist.

Hypothese 1: Betriebliche Faktoren erschweren den Einstieg in den Agrotourismus.

Neben konkreten betrieblichen Faktoren, auf die im Folgenden eingegangen ist, ist in einigen Fällen eine allgemeine Arbeitsüberlastung der Landwirte dafür verantwortlich, dass diese nicht in den Agrotourismus einsteigen. Da die Landwirte dauernd mit dringenden Arbeiten beschäftigt sind, bleibt ihnen keine Zeit, um sich Gedanken über die Strategie ihres Betriebes in den nächsten Jahren sowie eine Neuausrichtung zum Agrotourismus hin Gedanken zu machen.⁶⁷

Die Struktur des Betriebes (Grösse und Lage) bietet nur beschränkte Umbaumöglichkeiten für ein agrotouristisches Angebot.

Diese Hypothese konnte teilweise bestätigt werden. Wohl hat die sozioökonomische Situation eines Hofes einen Einfluss auf dessen Grösse und damit auf den Raum, der für Um- und Ausbauten zur Verfügung steht. Zu beachten sind aber auch regionale Unterschiede der Bausubstanz welche historisch bedingt sind und von den verschiedenen Bewirtschaftungssystemen in der Landwirtschaft herrühren (Hirtenland, Selbstversorgungszone). Man denke beispielsweise an die grossen Häuser im Emmental, im Jura oder im Engadin und stelle sie den kleinen Häusern in vielen andern Berggebieten gegenüber. Im Berner Oberland bestehen beispielsweise recht enge Platzverhältnisse, wenn zwei Generationen im gleichen Haus leben.⁶⁸ Im Kanton Uri spielt sich die Landwirtschaft auf verschiedenen Höhenstufen ab, deshalb bestehen auf jeder Stufe nur kleine Gebäude, welche nicht noch Platz für eine Ferienwohnung bieten.. Andererseits stehen die Gebäude im Tal während der Alpsaison für längere Zeit leer. Somit wäre schon Platz für Gäste vorhanden, doch kann deren Betreuung nicht immer sicher gestellt werden.⁶⁹ Bei zwei der befragten Anbieter hat eine besondere zum Einstieg in den Agrotourismus geführt: Auf ihrem Hof waren bereits zwei Wohngebäude vorhanden, von denen eines nicht mehr genutzt wurde.

⁶⁷ Information eines landwirtschaftlichen Beraters.

⁶⁸ Information eines landwirtschaftlichen Beraters.

⁶⁹ Information eines landwirtschaftlichen Beraters.

Zum Einfluss der Lage eines Hofes auf den Einstieg in den Agrotourismus kann Folgendes gesagt werden. Es gibt durchaus Höfe, welche aufgrund ihrer Lage in unmittelbarer Nachbarschaft einer Agglomeration nicht für den Agrotourismus geeignet sind oder von den Lärmemissionen beispielsweise einer Autobahn betroffen sind. Andere Höfe liegen an gut frequentierten Wander- oder Velowegen und profitieren so von Laufkundschaft.⁷⁰ Wieder andere Höfe liegen abseits und vermarkten gerade dies als besonderen Faktor. Da viele Gäste mit dem Auto anreisen, bietet eine zumindest akzeptable Erschliessung des Hofes dennoch eine wichtige Voraussetzung, um Agrotourismus anbieten zu können.

Die finanziellen Mittel, welche für einen Umbau erforderlich wären, stehen nicht zur Verfügung. Anschlussfrage: Ist die Förderung durch die Landwirtschaftliche Kreditkasse bekannt?

Die Hypothese, dass die Höfe generell über keine Eigenmittel für den Umbau verfügen, kann nicht bestätigt werden, da die finanzielle Lage der Höfe sehr unterschiedlich ist.⁷¹ Dennoch ist die Lage bei weitem nicht auf allen Höfen rosig. Dies zeigt sich auch dadurch, dass auf vielen Betrieben erst einmal in bescheidenem Rahmen Agrotourismus betrieben wird, bevor abgeschätzt werden kann, wieviel dieser Betriebszweig einbringt.⁷² Es ist eine gewisse Zurückhaltung spürbar und man möchte vorerst kein grösseres Risiko eingehen.⁷³

Die finanzielle Förderung von Umbauten im Rahmen der innerbetrieblichen Diversifizierung gemäss Art. 44 SVV ist kaum bekannt. Zur Zeit weisen die landwirtschaftlichen Berater noch ungenügend auf diesen Punkt hin. Da diese Unterstützung an eine Mindestgrösse des Betriebes gebunden ist, können nicht alle, die umbauen möchten, davon profitieren.

Die zusätzliche Arbeitsbelastung durch den Agrotourismus ist nicht tragbar.

Da in der Schweiz gegenwärtig keine Standards für die agrotouristischen Angebote bestehen, ist jeder Anbieter frei in der Gestaltung seines Angebots. Deswegen kann der Arbeitsaufwand nicht generell festgelegt werden. Vielmehr gestaltet sich dieser sehr unterschiedlich intensiv, je nachdem, welche Betreuungs- und Verpflegungsleistungen angeboten werden. Lediglich die Mitglieder einer der Anbieterorganisationen verpflichten sich, deren Standards einzuhalten.

⁷⁰ Information einer Anbieterin.

⁷¹ Information eines landwirtschaftlichen Beraters.

⁷² Informationen von zwei Anbietern. Vgl. hierzu auch die Aussagen in Kindlimann 2007.

⁷³ Information einer Anbieterin und einer landwirtschaftlichen Beraterin.

ten, ansonsten bleibt es dem einzelnen Anbieter überlassen, wie er sein Angebot gestalten will. Im Allgemeinen kommen die Betriebe mit der zusätzlichen Arbeitsbelastung klar, doch werden insbesondere diejenigen Tage, an denen ein Mieterwechsel stattfindet, als stressig empfunden.⁷⁴ Andererseits existieren auch Synergieeffekte, indem die Feriengäste als Kunden für die Direktvermarktung gewonnen werden können.⁷⁵ Generell sollte der Aufwand für die Gästebetreuung nicht unterschätzt werden, denn viele Gäste schätzen es, wenn sie den Hof besichtigen dürfen oder am Abend mit der Bauernfamilie ein Gespräch führen können.

Obwohl das revidierte RPG dies nun erlauben würde, ist die Hemmschwelle, Arbeit nach aussen zu vergeben (z.B. für das Putzen beim Mieterwechsel) gross.⁷⁶ Weniger Vorbehalte bestehen in der Gastronomie, wenn es darum geht, zusätzliches Personal für die Durchführung eines gesellschaftlichen Anlasses anzustellen.

Ob die befürchtete zusätzliche Belastung einen Hinderungsgrund für die Aufnahme eines agrotouristischen Angebots bildet, wird unterschiedlich beurteilt. Eine landwirtschaftliche Beraterin meint, dass viele Leute sich der zusätzlichen Belastung gar nicht bewusst seien, wenn sie klein in den Agrotourismus einsteigen und dieser dann ausgebaut wird. Ein anderer Berater hingegen findet das sehr wohl einen Hinderungsgrund.

In diesem Zusammenhang sind noch zwei weitere Punkte zu beachten. Die familiären Arbeitskräfte auf den Höfen werden rarer, da immer häufiger der Partner des Bewirtschafters einem Nebenerwerb nachgeht. Auch die zunehmende Spezialisierung der Betriebe führt zu einer verminderten Verfügbarkeit von Arbeitskapazität, da die Spezialisierung in den meisten Fällen mit einer Intensivierung verbunden ist.⁷⁷

Der erwartete finanzielle Ertrag ist gering.

Hier sind zwei Gruppen von Bauern zu unterscheiden. Die eine Gruppe macht sich von Beginn weg genaue Gedanken über den möglichen Ertrag, auch mit Hilfe der von den Beratern angebotenen Berechnungsmodellen. Bei dieser Gruppe entsprechen die Erwartungen dem tatsächlichen Ertrag. Die andere Gruppe macht sich keine Gedanken über den möglichen Ertrag.

⁷⁴ Informationen von zwei Anbietern.

⁷⁵ Information einer Anbieterin.

⁷⁶ Information einer landwirtschaftlichen Beraterin.

⁷⁷ Information eines landwirtschaftlichen Beraters.

Hypothese 2: Ungenügende Kommunikation zwischen den verschiedenen Akteuren und fehlendes Marketing sind dafür verantwortlich, dass das Potential des Agrotourismus nicht ausgeschöpft wird.

Die Kommunikation zwischen den Anbietern / den Anbietervereinigungen / den Tourismusbüros funktioniert nicht.

Diese Frage nahmen diverse Anbieter zum Anlass, um über ihre Erfahrungen mit dem Verein „Ferien auf dem Bauernhof“ zu sprechen. Aus folgenden Gründen ist für verschiedene Bauern die Mitgliedschaft kein Thema:

- Das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt nicht,
- Insbesondere bei kurzen Ferien über ein verlängertes Wochenende sind die Buchungsgebühren unverhältnismässig hoch,
- Der erste persönliche Direktkontakt am Telefon, der für die Gästebindung als sehr wichtig erachtet wird, ist beim Buchungssystem über die REKA nicht möglich,
- Wer bei « Ferien auf dem Bauernhof » Mitglied ist, darf privat keine Gäste anwerben und beispielsweise potentielle Stammgäste nicht persönlich erneut kontaktieren.

Die Zusammenarbeit mit den Tourismusbüros wird grundsätzlich positiv gesehen, doch wird betont, dass es immer die Anbieter seien, welche auf die Büros zu gehen müssen und dass die Büros nie von sich aus aktiv werden.

Auch unter den verschiedenen Anbieterorganisationen funktioniert die Kommunikation nicht im gewünschten Ausmass. So behaupten sowohl „Ferien auf dem Bauernhof“ als auch tourisme-rural.ch, nationale Organisationen zu sein, doch in Wirklichkeit konkurrenzieren sie sich. Auch die Zusammenarbeit mit Schlaf im Stroh! ist noch ungenügend, da den Akteuren zu wenig bewusst ist, dass die Übernachtungen im Stroh eine Ergänzung zu jenen in Zimmern oder Wohnungen sind.

Die Kommunikation mit den benachbarten Landwirtschaftsbetrieben funktioniert nicht, es ist nicht möglich, lokale Netzwerke mit Aufgabenteilung zu bilden.

Eine neue Form von möglicher Zusammenarbeit wäre zum Beispiel, dass Landwirte, die keine Übernachtungsmöglichkeit anbieten können oder möchten, aber touristisch interessante

Aktivitäten auf ihrem Hof anbieten, mit Landwirten zusammenarbeiten, die den Schwerpunkt ihres Angebots in der Übernachtung sehen.⁷⁸

Grundsätzlich kann die These der fehlenden Zusammenarbeit bestätigt werden. Dennoch existieren einige Ausnahmen, beispielsweise der Verein Rundumbern.

Hypothese 3: Bei den Bauernfamilien ist kein Interesse vorhanden.

Diese These wurde mit der Frage nach den Motiven zum Einstieg in den Agrotourismus untersucht. Eher gegen die These spricht die Tatsache, dass viele der befragten Familien, welche Agrotourismus betreiben, diesen nicht nur aus finanziellen Motiven heraus anbieten, sondern auch aus dem Interesse, anderen Menschen zu begegnen.

In einigen Fällen kann den Bauernfamilien nicht ungenügendes Interesse vorgeworfen werden. Es sind vielmehr fehlende Persönlichkeitsmerkmale der Landwirte, welche dazu führen, dass sich diese einfach nicht als Gastgeber eignen. In der Innerschweiz beispielsweise werden die Weiterbildungsangebote zum Thema Agrotourismus schlecht besucht. Rund ein Viertel der Landwirte sind sehr konservativ eingestellt und würden niemals Gäste auf ihrem Hof beherbergen.

Kein Interesse an grösserer Auslastung

Die meisten der befragten Landwirte sind mit der Auslastung ihres Angebotes sehr zufrieden, teilweise ist die Auslastung bereits an der oberen Grenze des Wünschbaren angelangt. Die Angebote laufen vor allem dank guter Mund-zu-Mund-Propaganda. Diese Anbieter betreiben kein aktives Marketing und sind auch nicht an den Aktivitäten der Anbieterorganisationen interessiert.

Anders präsentiert sich die Situation bei denjenigen Betrieben, welche erst vor Kurzem in den Agrotourismus eingestiegen sind. Ihnen fällt es schwieriger, ein Netzwerk aufzubauen, und sie sind eher an einer gemeinsamen Marketingorganisation interessiert.

⁷⁸ http://www.raumplanung.uni-dortmund.de/pz/download/Berichtf05_03.pdf, S. 12.

Andere Erwerbsquellen sind rascher verfügbar und zuverlässiger

In vielen Fällen, in denen ein Bauernbetrieb eine zusätzliche Erwerbsquelle braucht und freie Arbeitskapazität vorhanden ist, wird eher ein Nebenerwerb ausserhalb des Hofes gesucht. Dieser bietet meistens ein höheres Einkommen, und das Einkommen ist sicher, sofort zu erzielen und planbar im Gegensatz zum Agrotourismus.⁷⁹

Ein Beispiel eines besonders abgelegenen Hofes zeigt jedoch, dass auch diese These einer differenzierteren Betrachtung bedarf. Bei diesem konkreten Beispiel ist einerseits der Weg zu einer potentiellen Arbeitsstelle ausserhalb des Hofes sehr lange, andererseits würde die im Winter erforderliche Schneeräumung der Strasse einen sehr grossen Aufwand erfordern. Zu beachten sind bei dieser These auch die regionalen Unterschiede im Arbeitsmarkt, welche das Finden eines Nebenerwerbs erleichtern oder erschweren.

Hypothese 4: Das Angebot entspricht nicht den Erwartungen der Gäste.

Bei dieser Hypothese muss beachtet werden, dass der grösste Teil der Anbieter in der Schweiz nicht Mitglied einer Anbieterorganisation ist. Für die organisierten Anbieter trifft diese Hypothese nicht zu, da Mindestanforderungen an das Angebot bestehen.

Die Qualität des Angebots ist ungenügend.

Eine landwirtschaftliche Beraterin kennt schlechte Beispiele aus eigener Erfahrung: wenig ansprechende Möblierung, muffige Räumlichkeiten. Ein anderer Berater wünscht sich, dass auch ausserhalb des Vereins „Ferien auf dem Bauernhof“ ein Qualitätssiegel angeboten werden könnte, zum Beispiel von Seiten der landwirtschaftlichen Beratung. In Graubünden findet dies implizit statt, indem alle Höfe, welche an Graubünden Ferien gemeldet werden, zuvor geprüft werden.⁸⁰

⁷⁹ Informationen einer landwirtschaftlichen Beraterin.

⁸⁰ http://www.plantahof.ch/fileadmin/user_upload/beratung/Fachthemen/Agrotourismus/schlafmstroh.pdf, Abrufdatum: 27.03.2008.

Das Angebot ist zu wenig auf die spezifischen Bedürfnisse der Zielgruppen angepasst.

Zwar existieren bisher keine Studien, welche speziell die Verhältnisse des Agrotourismus in der Schweiz untersuchen, doch dürften sich die Bedürfnisse der Zielgruppen nicht grundsätzlich von denjenigen unterscheiden, welche die in Österreich und Deutschland durchgeführten Studien auflisten (vgl. Kap. 4.2). Die bisher entwickelten Angebote sind meist allgemeiner Natur und nehmen nur in wenigen Fällen explizit Bezug auf den Zielmarkt.

Eine landwirtschaftliche Beraterin ortet im Agrotourismus ein spezielles Potential für Leute, die einfach ausspannen wollen oder sich zurückziehen um zu arbeiten oder kreativ zu sein. Diese Menschen suchen in erster Linie Ruhe und wären bestens aufgehoben auf Höfen, auf denen eher weniger läuft. Für sie besteht noch kein spezielles Angebot.

Hypothese 5: Externe Faktoren erschweren die Bedingungen für den Agrotourismus.***Die landwirtschaftliche Beratung ist ungenügend auf die Bedürfnisse der Anbieter von Agrotourismus ausgerichtet.***

Gegenwärtig existieren bereits viele Beratungsangebote. Das Problem liegt nicht am zu kleinen Angebot, sondern darin, dass dieses von den Anbietern nicht genutzt wird. Die Anbietervereinigungen verlangen zwar von ihren Mitgliedern die Teilnahme an Bildungsangeboten, doch die nicht organisierten Anbieter lassen sich damit nicht abholen.

Die befragten Anbieter haben im Zusammenhang mit dem Agrotourismus die Dienste der Beratung meistens nur punktuell in Anspruch genommen und waren damit zufrieden. Bei den Weiterbildungskursen wurde insbesondere die Möglichkeit zum informellen Erfahrungsaustausch mit andern Anbietern sehr geschätzt.

Die Berater selber schätzen ihre Dienste eher selbstkritisch ein. Zwei Berater stellten fest, dass innerhalb ihrer LBBZ zuwenig Stellenprozent vorhanden seien, um die Beratung im Bereich Agrotourismus in einem seriösen Umfang anbieten zu können.

Zu restriktive politische Rahmenbedingungen (RPG, kantonale Gesetze) verhindern den Agrotourismus.

Die Auslegung des RPG und der RPV ist kantonal sehr unterschiedlich. Im Kanton Bern wird eine vergleichsweise strenge Praxis verfolgt, welche in den „Gestaltungsgrundsätzen zu Arti-

kel 24d1 RPG – Landwirtschaftliche Wohnbauten“⁸¹ festgehalten ist. Diese Grundsätze schränken beispielsweise die Anzahl der neuen Dachfenster ein, was in einem konkreten Fall als grosse Behinderung empfunden wurde.⁸² Auch im Kanton Zürich ist die Auslegung von Art. 24 RPG restriktiv.⁸³

Die Berichterstattung über den Agrotourismus in den Medien ist ungenügend.

Hier ist zwischen grüner Presse und den übrigen Medien zu unterscheiden, denn die Medien haben zwei grundsätzlich unterschiedliche Aufgabenfelder abzudecken: Die grüne Presse muss nach innen kommunizieren und bei den Landwirten Interesse für den Einstieg in den Agrotourismus schaffen. Die übrige Presse ist auf die Gäste ausgerichtet und muss sich um Marketing und Berichterstattung kümmern.

In der grünen Presse wird sehr viel über den Agrotourismus berichtet. Die Meinungen zu dieser intensiven Berichterstattung sind geteilt. Ein landwirtschaftlicher Berater hält fest, dass es ein sehr weiter Weg ist vom Lesen eines Artikels in einer Bauernzeitung bis hin zur Aufnahme einer agrotouristischen Tätigkeit und dass eine intensive Berichterstattung deswegen nicht schaden könne. Ein Anbieter ist hingegen der Meinung, dass der Agrotourismus in der grünen Presse vielfach fälschlicherweise als Wundermittel angepriesen wird, um den Strukturwandel in der Landwirtschaft aufzuhalten.

Die Berichterstattung in den übrigen Medien, welche eine wichtige Marketingmassnahme darstellt, wird von vielen der Befragten gar nicht wahrgenommen. Dies lässt darauf schliessen, dass sie differenzierter erfolgen muss und noch ausgebaut werden kann.

5.8 Erfolgsfaktoren

Was die Erfolgsfaktoren betrifft, wurden folgende Hypothesen erarbeitet:

⁸¹ http://www.jgk.be.ch/site/agr_bauen_gestaltungsgrunderaetze_24d1.pdf, Abrufdatum: 27.03.2008.

⁸² Information eines Anbieters.

⁸³ Information einer landwirtschaftlichen Beraterin.

Hypothese 1: Die Erarbeitung und Umsetzung eines Marketingkonzept und eines Businessplans sind Voraussetzungen für Erfolg im Agrotourismus.

Ein Anbieter muss sich im Klaren sein, welches Produkt er anbietet, was die Besonderheiten seines Angebots sind und welche Zielgruppe er damit ansprechen will. Ausserdem muss er eine Vorstellung über die Rentabilität seines Angebots haben.

Die Auslastung des Angebots wird von den meisten interviewten Bauern als gut bezeichnet. Einige streben trotz mässiger Belegung ihrer Zimmer oder ihrer Wohnung keine höhere Auslastung an, da der mit der agrotouristischen Tätigkeit verbundene Arbeitsaufwand für sie an der Grenze des Zumutbaren liegt.

Schwierig ist vor allem der Einstieg in den Agrotourismus, wenn es darum geht, ein neues Netz an Beziehungen zu Kunden aufzubauen. Wenn man länger dabei ist, entwickelt sich der Betriebszweig Agrotourismus in vielen Fällen zum Selbstläufer. In diesem Stadium sind aus Sicht der Bauern keine Marketingmassnahmen mehr erforderlich, da die Gäste auch ohne spezielle Werbung kommen. Bis es jedoch so weit ist, sind eine Menge Ausdauer und Geduld erforderlich.⁸⁴

Hypothese 2: Die agrotouristische Aktivität muss den gleichen Stellenwert wie die andern Betriebszweige haben.

In einigen der untersuchten Fälle wird der Agrotourismus nur nebenher betrieben. Das heisst, die Bauernbetriebe führen keine separate Buchhaltung darüber und sind sich über das Verhältnis von Aufwand und Ertrag nicht im Klaren. Vielfach betrachten sie auch die Stunden, die sie abends zusammen mit den Gästen verbringen, nicht als Arbeitszeit. Das gemütliche Zusammensein mit den Gästen ist sicher eine wichtige Komponente des agrotouristischen Angebots und wird auch von den Gästen entsprechend geschätzt. Es wäre falsch, darauf zu verzichten, doch sollte den Anbieterfamilien vermehrt bewusst gemacht werden, dass diese Zeit auch einen Teil ihrer Arbeitszeit bildet.

Daneben existieren auch andere Fälle, die klare Vorstellungen über die finanziellen Aspekte der agrotouristischen Tätigkeit haben.

⁸⁴ Information einer Anbieterin.

Hypothese 3: Eine proaktive Einstellung der fördert den Agrotourismus.

Diese Hypothese lässt sich sehr gut am Beispiel des Kantons Graubünden belegen. Dort besteht ein Zusammenarbeitsvertrag zwischen Graubünden Ferien und der LBBZ Plantahof. Die LBBZ schreibt alle Bauernbetriebe an und macht sie darauf aufmerksam, dass sie ihr agrotouristisches Angebot auf den Internetseiten von Graubünden Ferien veröffentlichen können. Die Angebote sind direkt über die Einstiegsseite von Graubünden Ferien auffindbar.

Andernorts gestaltet sich die Zusammenarbeit der Anbieter mit den Tourismusbüros und den landwirtschaftlichen Schulen schwieriger. Beispielsweise hat sich Ticino Turismo geweigert, zusammen mit der Unione Contadini Ticinesi einen Katalog herauszugeben. Eine interviewte Anbieterin sagte, es habe zahllose Anfragen beim Tourismusbüro gebraucht, bis dieses ihr Angebot überhaupt wahrgenommen habe, doch sei dessen Vermarktung von Seiten des Tourismusbüros immer noch ungenügend.

Die Gründe für die geschilderten Probleme liegen einerseits in der Struktur der Tourismusbüros. Vielerorts existieren immer noch sehr kleine Büros, die lediglich für einige wenige Ortschaften zuständig sind und deren Know-how und Professionalität den heutigen Anforderungen nicht genügt. Auch bei den landwirtschaftlichen Schulen ist das Interesse am Agrotourismus teilweise noch sehr gering, da vielerorts niemand für den Agrotourismus verantwortlich ist und die personelle Dotation der Beratungsstellen oftmals nicht ausreicht, um zusätzliche Aufgaben wahrnehmen zu können.

Andererseits muss auch festgestellt werden, dass die Schuld nicht nur den Tourismusbüros zugeschoben werden kann. Es kann nicht die Aufgabe eines Tourismusbüros sein, unklar formulierte Angebote der Landwirte entgegenzunehmen und diese weiter zu entwickeln.

Hypothese 4: Vereinheitlichte Qualitätskriterien und eine einheitliche Signalisation machen das Angebot für den Kunden transparenter.

Bei der Betrachtung des Angebots in denjenigen Ländern, wo der Agrotourismus gut funktioniert, fällt sofort auf, dass dieses einheitlich gekennzeichnet ist. Somit ist für die Kunden das Bestehen einer Übernachtungsmöglichkeit rasch erkennbar. In der Schweiz besteht diesbezüglich noch erheblicher Nachholbedarf. Zwar haben die einzelnen Anbietervereinigungen entsprechende Logos geschaffen, doch droht hier, ähnlich wie in andern Bereichen, ein Labelsalat, welcher bei den Konsumenten nichts als Verwirrung stiftet. Die Schaffung eines einheitlichen Labels ist deshalb anzustreben.

Um das Angebot für den Konsumenten besser vergleichbar zu machen, kennen verschiedene Länder ein Klassifikationssystem analog desjenigen, das für Hotels angewandt wird. Um die Transparenz zu erhöhen, sollte das Klassifikationssystem unabhängig von den Anbieterorganisationen sein.

Hypothese 5: Ein zielgruppenorientiertes Angebot ist erforderlich.

Bei der Entwicklung von Angeboten ist noch besser den Bedürfnissen der Zielgruppen Rechnung zu tragen. Jemand, der sich für Ferien auf dem Bauernhof entscheidet, ist auf der Suche nach einer Abwechslung zu seinem von Problemen geprägten Alltag, er will weg aus der Stadt und ist auf der Suche nach einer heilen Welt. Wichtig sind in erster Linie Ruhe, die Möglichkeit, Tiere und Natur zu erleben, Ferien mit der ganzen Familie machen zu können und vielfältige Erlebnisangebote in der Region (vgl. hierzu die Ausführungen in Kap. 4.2).

Hypothese 6: In der Schweiz braucht es dringend eine Koordinationsstelle für den Agrotourismus

Wie aus den obigen Ausführungen hervorgeht, liegt einer der Gründe für den Misserfolg des Agrotourismus in der Schweiz darin, dass die Strukturen auf allen Ebenen bisher zu verzettelt waren und eine schlagkräftige Plattform für den Agrotourismus, welche als Ansprechstelle für alle Akteure fungiert, bisher gefehlt hat. Die wichtigsten Aufgaben einer solchen Plattform sind :

- Pflege der Beziehungen zu bestehenden Anbietern und Suche nach neuen Anbietern,
- Angebotsentwicklung,
- Werbung und Suche nach Kunden,
- Erstellen von Statistiken,
- Qualitätsmanagement,
- Aus- und Weiterbildung der Anbieter,
- Unterstützung der Projekte (finanziell und Coaching),
- Kommunikation,
- Diskussionsplattform.

Die Studie von Sidali (2007) stellt die Erfolgsfaktoren gemäss der subjektiven Einschätzung der Gastgeber den objektiv erhobenen Erfolgsfaktoren gegenüber und bemerkt, dass zwischen diesen beiden Sichtweisen grosse Unterschiede bestehen.

Der wichtigste Erfolgsfaktor gemäss der Einschätzung der Gastgeber ist das persönliche Engagement, d.h. das Schaffen einer familiären Atmosphäre, die Zeit für die Betreuung der Gäste, der Spass an der Arbeit, der Kontakt zu den Gästen und die Freundlichkeit. Aus der objektiven Sicht der Forschenden heraus ist hingegen festzuhalten, dass der unternommene Werbeaufwand einen grösseren Einfluss auf den Erfolg hat als das persönliche Engagement.

5.9 Zusammenfassung der Misserfolgskfaktoren

Betriebliche Faktoren:

- Grösse und Lage des Hofes, beschränkte Umbaumöglichkeiten,
- Finanzielle Lage der Höfe sehr unterschiedlich,
- Zusätzliche Arbeitsbelastung nicht tragbar; Hemmschwelle, Arbeit nach aussen zu vergeben.

Kommunikation und Marketing ungenügend

Persönliche Faktoren:

- Mangelndes Interesse bei Bauern,
- Bauern eignen sich nicht als Gastgeber,
- Zurückhaltung bei Investitionen,
- Bauern haben keine genügenden unternehmerischen Fähigkeiten.

Fehlende Zusammenarbeit

- Zwischen Anbietern, Anbieterorganisationen und Tourismusbüros,
- Unter den Anbietern,
- Zersplitterte Strukturen, geringer Organisationsgrad und hoher Individualismus der Einzelanbieter.

Externe Faktoren:

- Beratung teilweise noch ungenügend genutzt, personelle Dotation der Beratungsdienste teilweise ungenügend,
- Andere zusätzliche Erwerbsquellen sicherer und leichter verfügbar
- Fördermassnahmen des Bundes wie auch der Kantone zu wenig bekannt,
- Agrotourismus insbesondere von der kantonalen Politik noch vernachlässigt,
- Reaktives statt proaktives Verhalten der regionalen Tourismusbüros,

- Vorteile einer Mitgliedschaft bei einer der Anbieterorganisationen zu wenig bekannt, oder die Anbieterorganisationen bringen noch nicht genügend Vorteile
- Keine Standards im Angebot, fehlendes Qualitätssiegel
- Angebot zu wenig auf Zielgruppen angepasst,
- Restriktive Auslegung der raumplanerischen Bestimmungen seitens einiger kantonalen Raumplanungsämter,
- Berichterstattung in den Medien gering.

6 Situation im Ausland

6.1 Frankreich

6.1.1 Kennzahlen

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Agrotourismus in Frankreich vergleichsweise schlecht ausgebildet ist. Dies liegt daran, dass das Interesse der Landwirtschaft an der Diversifizierung gering ist. Im Vergleich zu den andern untersuchten Ländern weist Frankreich eine Vielzahl von Anbieterorganisationen auf, die im Agrotourismus tätig sind. Gemäss der Agrarstatistik existierten im Jahre 2005 in Frankreich insgesamt 567'136 Landwirtschaftsbetriebe. 88'629 Betriebe boten einen Direktverkauf von Produkten. 17'471 (3,1 %) der Betriebe bieten Aktivitäten im Zusammenhang mit dem Tourismus an, davon 2'671 einen Restaurationsbetrieb, 11'927 eine Beherbergung und 6'108 eine andere, nicht näher bezeichnete lukrative Aktivität.⁸⁵ Im Vergleich zu der Erhebung von 1988 sind alle diese Zahlen rückläufig, was auf die schrumpfende Zahl landwirtschaftlicher Betriebe zurückzuführen ist. Der Anteil agrotouristischer Anbieter an der Gesamtzahl landwirtschaftlicher Betriebe hat geringfügig zugenommen. Es bestehen grosse regionale Unterschiede, was die geographische Verteilung des Angebots betrifft. Am grössten ist der Anteil der Anbieter unter allen Betrieben in den Hautes-Alpes mit 9 %, dann folgen die Lozère und die Ardèche mit je 6 % und die Alpes-de-Haute-Provence mit 5 %.⁸⁶

Nur wenige gewerbliche Unterkünfte

Der ländliche Tourismus, ein umfassenderer Sektor als der Agrotourismus, umfasst mehr als 8 Millionen Betten, darin eingeschlossen sind sowohl gewerbliche als auch nicht gewerbliche Angebote. Damit ist rund die Hälfte des gesamten nationalen Bettenangebot dem ländlichen Tourismus zuzuordnen. Davon sind jedoch weniger als 2 Millionen gewerbliche Betten, kaum

⁸⁵ <http://agreste.maapar.lbn.fr/ReportFolders/ReportFolders.aspx> → enquête structure des exploitations, ensemble des exploitations, tableaux thématiques déclinés par région → indicateurs divers en 2005.

⁸⁶ <http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/primeur107-2.pdf>, Abrufdatum: 19.06.2008.

400'000 Betten tragen ein Label und lediglich 150'000 der Betten mit Labels befinden sich auf einem Bauernhof.

Der Grund für den geringen Teil des Agrotourismus am ländlichen Tourismus liegt darin, dass ein grosser Teil der Unterkünfte im ländlichen Raum Zweitwohnsitze sind von Menschen, die in die Städte gezogen sind und ihren ursprünglichen Wohnsitz nicht verkauft haben.

Im Jahre 2005 betraf der ländliche Tourismus :⁸⁷

- 75% der Landesfläche,
- 30% der nationalen touristischen Nachfrage,
- 50% des nationalen Beherbergungsangebots,
- 20% der touristischen Ausgaben,
- 28% der Logiernächte im Tourismus insgesamt (Zahl von 1999).

6.1.2 Geschichtlicher Abriss⁸⁸

Seit den 1950er Jahren versuchen das Landwirtschafts- und das Tourismusministerium, sowie die Landwirtschaftsverbände den ländlichen Tourismus zu fördern. Sie begannen, die Bauern zu unterstützen, welche zusätzliche Zimmer bauen oder einrichten wollten, um Gäste zu beherbergen. 1955 wurde die erste nationale Kette, Gîtes de France, gegründet.

Seit rund 1980 ist eine Stagnation des Angebots im Agrotourismus zu beobachten, der Anteil der Bauernhöfe bewegt sich um die 2-3 %. Einer der Gründe hierfür ist in der Mentalität der konventionellen Landwirtschaft in Frankreich zu sehen, welche ihre Rolle in erster Linie in der Produktion von Nahrungsmitteln sieht und andern Tätigkeiten im Zusammenhang mit der Landwirtschaft skeptisch gegenüber steht. Der Agrotourismus in Frankreich wird vielfach von Menschen betrieben, die über eine Zweitausbildung in die Landwirtschaft einsteigen und deren Vorfahren nicht in der Landwirtschaft tätig sind oder waren.

⁸⁷ http://www.tourisme.gouv.fr/fr/navd/dossiers/taz/att00002082/tourisme_rural07.pdf, Zugriff am 06.06.2008

⁸⁸ Gemäss Angaben von François Lefebvre, CNASEA, 10.03.2008.

Der Agrotourismus entwickelte sich vor allem entlang der Küste, in den Alpen und in den Pyrenäen. In periurbanen Gebieten existieren auch agrotouristische Betriebe, doch dominieren hier nicht die Übernachtung, sondern der Direktverkauf und pädagogische Angebote.

6.1.3 Aktuelle Strukturen

Einige Markenprodukte

Die Produkte, welche von Netzwerken geschaffen werden, entsprechen einem nationalen Reglement, das die Klassifikation, die Sicherheitsmassnahmen, die Sauberkeit und die Kontrollen festhält, ferner halten sie definierte Qualitätsstandards ein.

Bienvenue à la ferme⁸⁹

Diese Vereinigung wurde im Jahre 1988 durch die Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture gegründet. Sie bietet ein breites Spektrum von touristischen Aktivitäten, welche den Anforderungen einer Qualitätscharta genügen:

- Beherbergung: Camping auf dem Bauernhof, Gästezimmer, Gîte Rural, Ferme de séjour,
- Bewirtung: Ferme auberge, Goûter à la ferme, Produkte vom Bauernhof,
- Freizeit: Bauernhöfe entdecken, Schule auf dem Bauernhof, Reithof, Jagdhof.

Im Jahre 2007 zählte die Vereinigung über 5'600 Landwirte als Mitglieder. Im Jahre 1995 umfasste sie 3'000 Betriebe und im Jahre 2002 4'000. Die Zahl der Gäste belief sich im Jahre 2002 auf 6 Millionen. Bienvenue à la ferme ist ein Partner von Gîtes de France.

Accueil paysan⁹⁰

Das Netzwerk « Accueil paysan » wurde 1987 gegründet. Mitglieder sind vor allem kleinere Bauernhöfe. Es bietet 7 verschiedene Angebote :

- Gîte paysan,
- Table paysanne,

⁸⁹ <http://www.bienvenue-a-la-ferme.com>, Zugriff am 05.03.2008.

⁹⁰ <http://www.accueil-paysan.com/Pages/presentation.html>, Zugriff am 05.03.2008.

- Chambre paysanne,
- Auberge paysanne,
- Camping et aire paysans,
- Empfang von Kindern auf dem Bauernhof,
- Relais paysan (gîte de groupe).

Die Vereinigung zählte im Jahre 2008 700 Mitglieder in Frankreich, sowie 150 in 22 andern Ländern. Die Organisation besteht aus 15 regionalen Zweigstellen und 35 Zweigstellen in den Départements.

Fédération Nationale des Gîtes de France⁹¹

Diese Vereinigung wurde im Jahre 1955 gegründet und besitzt 95 Zweigstellen in Frankreich, sowie 4 im Ausland (London, Frankfurt, Kopenhagen und Amsterdam), sowie 97 „Relais“ in den Departementen. Sie bietet 8 verschiedene touristische Aktivitäten, welche einer Qualitätscharta entsprechen:

- gîte rural,
- thematische gîtes : Fischen, Schnee, Panda, Pferd, ...,
- Zimmer und gîtes, welche klassifizierten Standards entsprechen,
- chambre d'hôtes,
- chambres avec tables d'hôtes,
- gîte d'étape, gîte de séjour,
- campings et aires naturelles de camping,
- chalets-loisirs,
- gîtes für Kinder,
- gîtes für Jugendliche.

Sie vereinigt 43'000 Anbieter, davon sind 25 % Landwirte, und bietet 58'000 Beherbergungsmöglichkeiten an.⁹² Im Hauptsitz arbeiten 30 Angestellte. Die Reservationszentralen befinden sich in den Regionen. Gîtes de France ist die grösste Kette von Unterkünften im ländlichen Raum in Frankreich. Sie gibt 11 nationale Führer heraus, sowie regionale Führer.

⁹¹ <http://www.gites-de-france.com>, Zugriff am 05.03.2008.

⁹² <http://www.europeanrtcongress.org/new/hellio.ppt>, Zugriff am 07.03.2008.

Weitere Markenprodukte

- Clévacances,
- Baladhôtels,
- Logis de France,
- Rando'Plume,
- Relais et Hôtels St-Pierre,
- Huttes de France.

Fazit

Der Agrotourismus hat in Frankreich eine eher geringe Bedeutung. Ein grosser Teil der Nachfrage wird durch den ländlichen Tourismus abgedeckt. Das Marketing liegt in den Händen nationaler Organisationen, welche mit Zweigstellen auch in den Regionen vertreten sind. Das Angebot ist durch einheitliche, nationale Standards geprägt. Für den Gast, der sich speziell für den Agrotourismus interessiert, ist es schwierig, sich zurecht zu finden, einerseits wegen der Vielzahl von Anbieterorganisationen und dem Fehlen einer nationalen Plattform, andererseits da die meisten Anbieterorganisationen nicht klar zwischen Agrotourismus und ländlichem Tourismus unterscheiden.

6.1.4 Gesetzliche Bedingungen und Fördermassnahmen

Gesetz

Landwirtschaft

Im neuen Landwirtschaftsgesetz (loi d'orientation agricole), welches 1999 in Kraft getreten ist, wird die Grundlage für eine Landwirtschaft gelegt, welche die neuen Erwartungen der Gesellschaft erfüllt. Darin ist auch von der Multifunktionalität der Landwirtschaft die Rede.

Das Landwirtschafts- und Fischereiministerium will insbesondere die Schaffung und Entwicklung touristischer Angebote fördern. Dies erfolgt mit dem contrat territorial d'exploitation (CTE).⁹³

⁹³ Nähere Informationen unter www.agriculture.gouv.fr, vgl. auch eine Rede des Ministers für Landwirtschaft unter: <http://agriculture.gouv.fr/sections/presse/discours/discours-de-jean-glavany-aux-journees-nationales-agritourisme-tourisme-et-cte>

Raumplanung⁹⁴⁹⁵

Die Landwirtschaftszone wird im Art. R 123-7 des code de l'urbanisme definiert. Falls (bspw. im Rahmen der Aufnahme einer agrotouristischen Tätigkeit) die Nutzung eines Gebäudes nicht geändert wird, bedarf es lediglich einer Baubewilligung. Für die Änderung der Nutzung eines Gebäudes in dieser Zone bedarf es einer Expertise (Art. L 123-3-1).

Der Begriff „chambre d'hôte“ ist seit Kurzem geschützt. Ein agrotouristischer Betrieb darf diesen nur verwenden, wenn nicht mehr als 5 Zimmer angeboten werden.

Fördermassnahmen

Europäische Union

Wie in allen Ländern der EU, stützt sich die gegenwärtige Förderung des Agrotourismus auch in Frankreich in erster Linie auf das Programm FEADER (Fonds européen agricole pour le développement rural): Für die beiden Massnahmen, welche unter anderem auch den Agrotourismus betreffen, sind in Frankreich die folgenden Fördermittel vorgesehen. Diversification des activités des ménages agricoles (Nr. 311): 2,54 Mio. €, Promotion des activités touristiques (Nr. 313): 8,16 M€. Diese Zahlen beziehen sich auf den Zeitraum 2007-2013.

Die Förderkriterien sowie die Mittelaufteilung im Einzelnen werden auf der Ebene Region festgelegt. Generell entsprechen die Förderkriterien denjenigen in andern EU-Ländern. In Frankreich wird verlangt, dass die Antragsteller Mitglied eines Netzwerkes sind, das von der Commission Régionale pour le Tourisme Rural anerkannt wird. Der Förderbetrag für Diversifikationen in der Landwirtschaft beläuft sich auf 30 % der Investitionskosten, in Sonderfällen (junge Landwirte oder behinderten gerechte Bauten) auf 35 %. Für die Förderung des Tourismus beträgt die Förderung zwischen 40 und 80 % der Investitionskosten.⁹⁶

⁹⁴ http://ddaf.isere.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/Guide_methodologique_Zone_A_2_colonnes_.pdf Abrufdatum: 19.06.08.

⁹⁵ Informationen von Isabelle Aslahé, Chambre d'Agriculture de la Somme in Amiens, E-Mail vom 09.06.2008.

⁹⁶ http://www.landes.pref.gouv.fr/file_pdf/EUROPE/FEADER.pdf, Zugriff am 13.03.2008.

Republik Frankreich

Subventionen werden von den Departementen und den Regionen ausbezahlt, hierfür existieren keine einheitlichen Richtlinien.

Ferner können die Landwirte einen plan d'amélioration matérielle errichten, welcher auch touristische Aktivitäten beinhaltet. Hierfür können Darlehen (prêts spéciaux de modernisation) in Anspruch genommen werden, die maximale Summe dieser Darlehen beläuft sich auf 72'000 € pro Arbeitskraft bzw. 144'000 € pro Betrieb.⁹⁷

Die Unterstützung ist auch für Nebenbetriebe möglich, hierfür müssen folgende Voraussetzungen erfüllt werden:

- Mindestens 50 % des Gesamteinkommens muss aus dem Landwirtschaftsbetrieb stammen, wobei die agrotouristischen Aktivitäten angerechnet werden,
- Mindestens 25 % des Gesamteinkommens muss aus der Landwirtschaft im engen Sinne stammen,
- Der zeitliche Aufwand für die Beschäftigung ausserhalb des Betriebes darf 50 % der gesamten Arbeitszeit nicht übersteigen.

6.1.5 Lehren für die Schweiz

In Frankreich nimmt der ländliche Tourismus eine wichtige Rolle ein, die Bedeutung des Agrotourismus ist hingegen marginal. Die Organisation der Anbieter ist zersplittert, da viele verschiedene Organisationen im Agrotourismus tätig sind. Zur finanziellen Förderung besteht eine Vielzahl von Massnahmen, die relativ unübersichtlich sind. Um in den Genuss der Förderung kommen zu können, muss ein Anbieter Mitglied eines Netzwerkes sein.

6.2 Österreich

Im internationalen Vergleich sind Angebot und Organisation des Agrotourismus in Österreich am professionellsten ausgebildet. Das zeigt auch der überaus hohe Bekanntheitsgrad des Beg-

97

http://www.cnasea.fi/accueil/domaines/fiches_info/pam.html,
http://www.agri02.com/pages/Dossier/dossier_detail.php?IdD=132, Zugriff am 06.03.2008.

riffes „Urlaub am Bauernhof“ unter der Bevölkerung: Bei einer Befragung gaben lediglich 2 % an, noch nie von dieser Urlaubsform gehört zu haben.⁹⁸

6.2.1 Kennzahlen

Insgesamt zählte der Tourismus in Österreich im Jahre 2005 29,3 Mio. Ankünfte und hatte einen Anteil von 6,5 % am Bruttoinlandprodukt. Der Umsatz belief sich auf rund 19 Mrd. €.⁹⁹

Die Basis für Zahlen über den Agrotourismus in Österreich bildet die Agrarstrukturerhebung. Im Jahre 2005 fand die letzte Stichprobe statt, bei der 13'208 Betriebe von insgesamt 189'591 Betrieben (7 %) Fremdenverkehr und sonstige Freizeitaktivitäten anboten.¹⁰⁰ Für die Bettenzahl muss auf Daten von 1999 zurückgegriffen werden, da diese nur alle 10 Jahre erhoben wird.¹⁰¹ Damals vermieteten 15'473 Bauernbetriebe insgesamt 169'888 Betten an Gäste. Dies entspricht einem Siebtel des österreichischen Bettenangebots. Ein relativ grosser Teil (43 %) davon entfällt auf gewerbliche Gästebetriebe oder Betriebe mit mehr als 10 Betten. Der Gesamtumsatz im Bereich „Urlaub am Bauernhof“ wird auf 1,0 bis 1,2 Mrd. € geschätzt, davon entfällt rund die Hälfte auf die Bauernhöfe selbst. Nach Schätzung der Tourismusberatung können dank dem Urlaub auf dem Bauernhof in Österreich insgesamt rund 23'000 Arbeitsplätze geschaffen bzw. gesichert werden.

6.2.2 Geschichtlicher Abriss

Ein wichtiger Grund für die starke Verbreitung von Urlaub auf dem Bauernhof in Österreich ist die relativ geringe Zahl von Hotels nach dem Zweiten Weltkrieg, welche das Aufkommen des Agrotourismus begünstigt hat. Zudem besitzt der Urlaub auf dem Bauernhof eine lange Tradition, denn bereits im 19. Jahrhundert verbrachten die Menschen aus der Stadt ihren Urlaub in der „Sommerfrische“.

Ende der 1980er Jahre legte der damalige Agrarminister Josef Riegler die weitere Stossrichtung der österreichischen Landwirtschaftspolitik fest. Unter dem Stichwort „Ökosozialer

⁹⁸ Cizek et al. 2007, 88.

⁹⁹ Gattermayr 2006, 54.

¹⁰⁰ Republik Österreich 2006, 71.

¹⁰¹ Embacher 2008, 2.

Weg“ wurde ein klares politisches Bekenntnis zur Unterstützung kleiner landwirtschaftlicher Betriebe und deren Bemühen um Diversifikation und Einkommenskombinationen abgelegt.¹⁰²

Zwischen 1999 und 2005 hat sich das agrotouristische Angebot Österreichs gewandelt. Die Zahl der Betriebe in der Kategorie „Privatquartiere auf Bauernhöfen“ ist gesunken, währenddem die Zahl der Betriebe mit Ferienwohnungen und Ferienhäusern gestiegen ist.¹⁰³ Betrug die Anzahl Betriebe insgesamt im Jahre 1990 ca. 21'000, so dürfte sie bis ins Jahr 2010 auf gegen 10'000 - 12'000 sinken. Ein möglicher Grund für diese Entwicklung ist, dass während der Boomjahre des Agrotourismus viele Höfe Zimmer angeboten haben und jetzt nicht bereit sind, Investitionen zu tätigen oder sich weiter zu bilden.¹⁰⁴

6.2.3 Aktuelle Strukturen

Urlaub am Bauernhof¹⁰⁵

In Österreich wird der Agrotourismus von einer einzigen Anbieterorganisation dominiert. Es handelt sich um den Bundesverband „Urlaub am Bauernhof“, sowie dessen Unterorganisationen in den verschiedenen Bundesländern. Der Bundesverband zählt 3'200 Mitglieder, welche insgesamt rund 38'000 Betten anbieten. Die Zahl der Logiernächte lag im Jahr 2005 bei rund 4,2 Mio.¹⁰⁶

Urlaub am Bauernhof gibt einen bundesweiten Katalog in einer Auflage von 100'000 Stück, sowie Spezialkataloge zu den Themen „Behinderte“, „Reiten“, „Bio & Gesundheit“ und „Baby & Kinder“ heraus. 47 % der Betriebe sind in österreichweiten Spezialkatalogen vertreten.¹⁰⁷ Unter den Anbietern von Spezialangeboten werden Treffen zum Austausch von Erfahrungen organisiert.

Zu den wichtigsten Aktivitäten von „Urlaub am Bauernhof“ zählen:

¹⁰² E-Mail Mitteilung von Hans Embacher, Geschäftsführer von „Urlaub am Bauernhof“ vom 01.04.2008.

¹⁰³ Flury 2007.

¹⁰⁴ E-Mail Mitteilung von Hans Embacher, Geschäftsführer von „Urlaub am Bauernhof“ vom 01.04.2008.

¹⁰⁵ www.farmholidays.com, Abrufdatum: 27.02.2008.

¹⁰⁶ Embacher 2008, 2.

¹⁰⁷ Embacher 2008, 21.

- Die Marke „Urlaub am Bauernhof“,
- Herausgabe von Katalogen,
- Qualitätskategorisierung,
- Herausgabe eines nationalen Prospektes,
- Stammgästemarketing und Direct-Mail,
- Kooperationen mit Wirtschaftspartnern aus dem Detailhandel und der Lebensmittelindustrie.

6.2.4 Gesetzlicher Rahmen und Fördermassnahmen

Rechtliche Grundlagen¹⁰⁸

Das Angebot Urlaub am Bauernhof ist ein gesetzlich zulässiger bäuerlicher Nebenerwerb, begrenzt auf 10 Gästebetten, wobei die hofeigene ortsübliche Verpflegung der Gäste zulässig ist. Es handelt sich somit um eine Privatzimmervermietung von maximal 10 Gästebetten samt Verabreichung von Speisen sowie Beistellung antialkoholischer Getränke und selbsterzeugter alkoholischer Getränke (in der Regel auf Basis „Zimmer mit Frühstück“), die als häusliche Nebenbeschäftigung gilt und daher kein Gewerbe ist (Landwirtschaftliche Mitteilungen vom 15. Februar 1997: 2). Erst bei einer Vermietung von mehr als 10 Gästebetten ist man der gewerblichen Beherbergung zuzuordnen. Zusätzlich können Ferienwohnungen ohne tägliche Dienstleistungen, also ohne Frühstück oder sonstige Mahlzeiten, angeboten werden, ohne sich den gastgewerblichen Auflagen unterziehen zu müssen. In diesem Fall wird man der Fremdenunterkunftsart „Ferienwohnungen und -häuser“ zugerechnet. In der Fremdenverkehrsstatistik werden in der Kategorie „Ferienwohnung, Ferienhaus“ bäuerliche und nicht-bäuerliche Betriebe allerdings nicht getrennt erfasst.

Fördermassnahmen

Fördermassnahmen durch das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft¹⁰⁹

Bis Ende 2006 erfolgte die Förderung des Agrotourismus in Österreich durch die Gewährung von Zuschüssen an die Landesverbände und den Bundesverband für Urlaub am Bauernhof.

¹⁰⁸ http://www.uni-graz.at/geowww/geo/geoweb_magazin_artikel_detail.php?recordID=104, Aburdatum: 21.04.2008.

Die Förderhöhe betrug 40 bis 75 % der anerkehbaren Kosten. Daneben wurden auch bauliche Massnahmen auf den Bauernhöfen gefördert, dies allerdings erst seit dem EU-Beitritt Österreichs im Jahre 1995. Der Förderanteil belief sich hier auf rund 30 % der Kosten.

Wichtiger als die finanzielle Förderung war in Österreich der politische Wille, den Agrotourismus zu etablieren (vgl. Kap. 6.2.2).

Mit dem Inkrafttreten des ELER¹¹⁰-Programms hat sich die finanzielle Förderung verbessert. Die Förderung der Landesverbände und des Bundesverbandes läuft nun unter der Massnahme 313, der Förderanteil beläuft sich auf 80 % der Kosten. In Österreich gilt für die Massnahme 313 eine Sonderrichtlinie für das „Programm Entwicklung des ländlichen Raumes“, welche den Fördergegenstand wie folgt definiert: „Verbesserung und Professionalisierung der Vermarktung und der Absatzmöglichkeiten von agrartouristischen Dienstleistungen einschliesslich der Qualitäts- und Marktentwicklung sowie der Teilnahme an überregionalen Messen und Ausstellungen im In- und Ausland“.

Bauliche Massnahmen auf Bauernhöfen werden im Rahmen der Massnahme 311 gefördert. Der Förderanteil beläuft sich auf maximal 40 %. Gefördert werden insbesondere:

- bauliche und technische Investitionen in Freizeiteinrichtungen sowie zur Ausübung von Freizeitaktivitäten einschliesslich der dafür notwendigen Einrichtung und Ausstattung;
- bauliche Investitionen zur Gästebeherbergung, -betreuung und -bewirtung einschliesslich der dafür notwendigen Einrichtung und Ausstattung.

Das totale Fördervolumen für die Jahre 2007-2013 beträgt jährlich 10,2 Mio. € für Massnahmen zur Förderung des ländlichen Tourismus und 17,1 Mio. € für die Diversifizierung.¹¹¹

¹⁰⁹ Auskünfte von Gertraud Pichler, E-Mail vom 16.05.08.

¹¹⁰ Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raumes, http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/de/oj/2005/l_277/l_27720051021de00010040.pdf, Abrufdatum: 21.04.2008.

¹¹¹ http://www.source.asso.fr/fileadmin/source/telechargements/agritourisme_en_autriche.pdf, Abrufdatum: 12.03.2008.

Förderung durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit¹¹²

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) unterstützte bereits in der Vergangenheit aufgrund seiner Zuständigkeit für den Tourismus den Bundesverband Urlaub am Bauernhof projektbezogen. Als Beispiele für bisher geförderte Projekte sind zu nennen:

- Organisations- und Marketingkonzept,
- Wanderausstellung "Erfolgreiche Kooperationsprojekte",
- Zukunftskonzept,
- Evaluierung und Neuausrichtung der Strategie "Urlaub am Bauernhof".

Für die künftige Zusammenarbeit zwischen dem Bundesverband Urlaub am Bauernhof und dem BMWA ist die Durchführung des Projektes "Urlaub am Bauernhof 2011-2020: Beitrag zur strategischen Tourismusausrichtung des BMWA und zu Internationalisierungsbemühungen" geplant.

6.2.5 Lehren für die Schweiz

- Das agrotouristische Angebot Österreichs wird durch eine zentrale Organisation gebündelt, somit bestehen klare Strukturen.
- Das Bestehen einer Dachorganisation ermöglicht Professionalität in der Kommunikation und Vermarktung
- Die grosse Anzahl von Anbietern erlaubt deren Spezialisierung auf verschiedene Zielgruppen.
- Die Dachorganisation unternimmt vielseitige Marketingaktivitäten und gibt regelmässig Marktanalysen in Auftrag.
- Obwohl die finanzielle Förderung des Agrotourismus zu Anfang bescheiden war, besteht seit Beginn der 1990er Jahre ein erklärter politischer Wille zur Förderung des Agrotourismus.
- Der Urlaub am Bauernhof wird als professionelles und attraktives Tourismusangebot durch die Tourismuswirtschaft und deren Organisationen anerkannt. Dies wurde nur möglich, dank annähernd 20 Jahren Überzeugungsarbeit der Anbietervereinigung „Urlaub am Bauernhof“ auf allen Ebenen.

Eine Studie der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft¹¹³ hat die Gründe für den im Vergleich zu Deutschland noch grösseren Erfolg des Agrotourismus in Österreich untersucht,

¹¹² Angaben von Frau Walburga Einicher, E-Mail vom 11.04.2008.

¹¹³ Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft 2004, 13.

und ist zum Schluss gekommen, dass die Organisationsstrukturen mit den deutschen vergleichbar, aber wesentlich übersichtlicher sind. Im einzelnen werden folgende Punkte für den Erfolg verantwortlich gemacht:

- Es gibt eine bundesweit thematische Aufbereitung (5 Themenkataloge),
- Mit dem Tourismus wird intensiv kooperiert,
- Marketing, Vertrieb, Internet sind in einer professionellen Hand (www.tiscover.at),
- Bundes- und Landesverbände konzentrieren sich auf Interessenvertretung, Unterstützung der Mitglieder, Qualitätssicherung, Imageverbesserung,
- Urlaub am Bauernhof ist als „Special Interest Thema“ in die Österreich-Werbung integriert,
- Die Mitglieder des Landesverbandes Urlaub am Bauernhof sind unter dem professionellen Portal, www.farmholidays.com zu finden, verantwortlich ist www.tiscover.at.

6.2.6 Kritische Bemerkungen

Im aktuellen Diskurs über den Agrotourismus wird Österreich häufig als Musterbeispiel für die Entwicklung des agrotouristischen Angebots herangezogen. Doch es stellt sich die Frage, ob in der Schweiz dieselbe Entwicklung wie in Österreich erwünscht ist. Deswegen sollen abschliessend kurz einige kritische Bemerkungen formuliert werden.

Wieviele Bauernhof bei „Urlaub am Bauernhof“?

Die Entwicklung des Agrotourismus in Österreich hat dazu geführt, dass auf den Betrieben die Bedeutung des Beherbergungsangebots diejenige der Landwirtschaft oftmals bei weitem übersteigt. Zugespielt könnte man sagen, dass an einigen Orten der Urlaub am Bauernhof aus einem Hotel im ländlichen Raum mit angegliedertem Streichelzoo besteht.

Welche Entwicklung ausserhalb der Bauzone?

Die raumplanerischen Vorschriften in Österreich sind sehr liberal. Für das Bauen ausserhalb der Bauzone bestehen weit weniger Vorschriften als in der Schweiz und in den andern Nachbarländern. Dies hat an einigen Orten bisweilen zu unerwünschten Entwicklungen geführt, insbesondere was die Zersiedelung und das Landschaftsbild betrifft.

Obwohl in der Schweiz manche Vorschrift der Raumplanung als Hindernis für den Agrotourismus empfunden wird, besteht doch ein breiter Konsens darüber, dass die Trennung zwischen Baugebiet und Nichtbaugebiet bestehen bleiben soll.

6.3 Autonome Provinz Bozen / Südtirol

Politisch gehört die Provinz Bozen zu Italien. Sie geniesst jedoch eine weitgehende Autonomie. Dies ist der Grund dafür, dass sich die Situation des Agrotourismus wesentlich von derjenigen im übrigen Italien unterscheidet und deswegen im vorliegenden Bericht gesondert betrachtet wird.

6.3.1 Kennzahlen

Da in der Provinz Bozen die finanzielle Unterstützung agrotouristischer Betriebe an deren Mitgliedschaft bei der Anbieterorganisation „Roter Hahn“ gebunden ist, kann davon ausgegangen werden, dass der grösste Teil der Anbieter diesem Netzwerk angehören. Für weitere Daten sei auf den Abschnitt 6.3.3 verwiesen.

Bei den Höfen mit agrotouristischem Angebot stammen 46,8 % des Umsatzes aus dem Agrotourismus, währenddem 28,2 % der Arbeitszeit dafür aufgewendet wird.¹¹⁴

6.3.2 Geschichtlicher Abriss¹¹⁵

Ähnlich wie auch in Österreich liegen die Ursprünge des Agrotourismus im Südtirol in der Sommerfrische. Der Beginn des Agrotourismus im Südtirol reicht in die 1960er Jahre zurück. Schon damals war man im Südtirol mit dem Strukturwandel in der Landwirtschaft konfrontiert und suchte nach Wegen, um dessen negative Folgen zu mildern. Der damalige Landwirtschaftsassessor Peter Brugger war wesentlich daran beteiligt, dass der Agrotourismus in die Wirtschafts- und Raumplanung aufgenommen wurde. Der Agrotourismus war somit schon sehr früh als Nebenerwerb zur Landwirtschaft offiziell anerkannt und fand 1973 Eingang in gesetzliche Bestimmungen. Neben dem Landwirtschaftsassessorat wurde die Idee des Agrotourismus auch von der katholischen Kirche und vom Südtiroler Bauernbund unterstützt.

¹¹⁴ Provincia Autonoma di Bolzano 2007, 8.

Bereits anfangs der 1960er Jahre fanden erste Fortbildungskurse statt. Im Jahr 1970 stellte man fest, dass der Agrotourismus das Einkommen der Bergbauern erheblich gesteigert hatte.

6.3.3 Aktuelle Strukturen

Roter Hahn

Im Jahr 1999 wurde vom Südtiroler Bauernbund die Marke "Roter Hahn" für die Urlaub auf dem Bauernhof – Betriebe in Südtirol ins Leben gerufen. Seit dem Jahre 2003 steht die Marke "Roter Hahn" ausserdem für "Bäuerliche Schankbetriebe" und "Qualitätsprodukte vom Bauern" in Südtirol.

Ende 2006 vereinigte die Organisation total 3'063 Betriebe, davon boten 2'506 eine Beherbergung von Gästen an. Die Gesamtzahl der Bauernbetriebe in der Provinz Bozen betrug im Jahre 2001 26'285. Somit besteht auf 9,5 % aller Betriebe ein Übernachtungsangebot. Die angeschlossenen Betriebe bieten 19'658 Betten (9 % aller Gästebetten in Südtirol) und registrierten 1,5 Mio. Logiernächte (5 % aller Logiernächte). Der Umsatz betrug im Jahre 2004 40 Mio. €. Seit 1989 ist die Branche in stetigem Wachstum begriffen. « Roter Hahn » gibt einen Katalog in einer Auflage von 90'000 Stück heraus und bewirbt neben dem deutsch- und italienischsprachigen Raum auch Holland und Belgien. Der Verein betreibt eine intensive Zusammenarbeit mit der Südtiroler Marketing Gesellschaft.¹¹⁶

www.bauernhof-urlaub.it

Neben der offiziellen Organisation Roter Hahn existiert in Südtirol ein weiteres Verzeichnis agrotouristischer Angebote, das sowohl Angebote des Roten Hahns als auch solche, die beim Roten Hahn nicht dabei sind, auflistet. Die Mitgliedschaft beim Roten Hahn ist zwar eine Bedingung, um in den Genuss von Fördermassnahmen zu gelangen, jedoch existieren auch Anbieter, welche keine Förderung beanspruchen und deshalb auf eine Mitgliedschaft verzichten.

¹¹⁵ Gemäss Angaben von Rainer, 2006, 8-11.

¹¹⁶ www.jura2010.ch/content_files/s_dtirol_hj.kienzl.pdf, <http://www.camcom.bz.it/5365.pdf> Abrufdatum : 06.03.2008.

6.3.4 Gesetzlicher Rahmen und Fördermassnahmen

Rechtliche Grundlagen¹¹⁷

Das Südtiroler Recht unterscheidet zwischen „Urlaub am Bauernhof“ und andern nichtlandwirtschaftlichen Zu- und Nebenerwerbsbetrieben. Art. 108 des Landesraumordnungsgesetzes vom 2. Juli 2007 legt fest, dass Volumen über das höchstzulässige Wohnvolumen von 1000 m³ hinaus weitere 250 m³ für agrotouristische Angebote bewilligt werden können. Die Errichtung neuer Gebäude ist jedoch nicht zulässig. Zum Erhalt der Bewilligung muss der Anbieter in dem Verzeichnis der Provinz eingetragen sein.

Förderung

Der Hauptteil der Förderung erfolgt über den ländlichen Entwicklungsplan der Region gemäss EU-Verordnung Nr. 1257/99. Hier betragen die maximal anerkannten Kosten pro Betrieb und Fünfjahresperiode 80'000 €, die durchschnittliche Förderhöhe im Jahr 2004 lag bei 36'000 €. Im Massnahmenplan « Entwicklung im Ländlichen Raum » für die Jahre 2000-2006¹¹⁸ war zur Förderung des Agrotourismus eine Fördersumme von total 2,7 Mio. €, davon 0,9 Mio. € aus EU-Mitteln vorgesehen. Gemäss mündlicher Mitteilung von Herrn Claudio Sordini vom Amt für EU-Strukturfonds in der Landwirtschaft der autonomen Provinz Bozen vom 06.03.2008 wurde weit mehr Geld als ursprünglich geplant ausgezahlt. Die effektive Fördersumme beläuft sich auf 9,8 Mio. € und kam insgesamt 274 Antragstellern zu Gute. Für die Jahre 2007-2013 sind ähnliche Massnahmen vorgesehen.¹¹⁹

Daneben stützt sich die Förderung des Agrotourismus im Südtirol auf das Landesgesetz Nr. 57 vom 14. Dezember 1988.¹²⁰ Die Provinz führt ein Verzeichnis der Betriebe, die Urlaub am Bauernhof anbieten. Die Aufnahme in dieses Verzeichnis ist eine Bedingung, um in den Genuss der Förderung zu gelangen.

Gefördert werden folgende Vorhaben:

¹¹⁷ Gemäss Angaben von Buser, 2004.

¹¹⁸ http://www.provinz.bz.it/landwirtschaft/3106/downloads/deutsch/01_Text/19_Ma%DFnahme_Nr.5.pdf, Abrufdatum: 06.03.2008.

¹¹⁹ http://www.provinz.bz.it/landwirtschaft/3106/publ/publ_getreso.asp?PRES_ID=87546, Seite 285ff., Abrufdatum: 06.03.2008.

¹²⁰ abrufbar unter : <http://lexbrowser.provinz.bz.it>.

- Bau, Erweiterung und Umbau von Ferienwohnungen, Zimmern und Küchen, sowie Hof- und Buschenschenken ;
- Einbau, Wiedererrichtung oder Verbesserung der sanitären Anlagen ;
- Fix eingebaute Einrichtung von Buschenschenken, Hof/Almschenken und Aufenthaltsräumen / Gemeinschaftsräumen.

An die Förderung sind folgende Bedingungen geknüpft :

- Antragsteller muss Bauer sein,
- Landwirtschaft muss gegenüber der Urlaub am Bauernhof-Tätigkeit Vorrang einen zeitlichen Vorrang haben,
- Maximale Grösse von 6 Zimmern oder 4 Ferienwohnungen,
- Maximal 40 Grossvieheinheiten,
- Obligatorischer Kurs in Agrotourismus im Umfang von 50 Stunden.

Das Fördervolumen beträgt maximal 40'000 € pro Betrieb, im Jahr 2004 belief sich die durchschnittliche Förderhöhe auf 16'000 €. Die Höhe des Förderbeitrags beträgt maximal 60 % der anrechenbaren Kosten.¹²¹

Gemäss Schätzungen der Provinz Bozen generiert jedes Bett eine Bruttorendite von 650 € pro Jahr und ist mit einem jährlichen Arbeitsaufwand von 3,75 Tagen verbunden. Da praktisch sämtliche unterstützten Massnahmen im Agrotourismus die Schaffung von Betten betreffen, kann man, bei einer mittleren Betriebsgrösse von 8 Betten von einem Zusatzeinkommen pro Betrieb von 5'200 € bei einem Arbeitsaufwand von 30 Tagen ausgehen.¹²²

6.3.5 Lehren für die Schweiz

- Die Provinz führt eine Liste der Anbieter, somit sind ziemlich zuverlässige statistische Daten erhältlich.
- Im Südtirol erfolgt eine starke finanzielle Förderung des Agrotourismus durch den Staat.
- Die Provinz kümmert sich um das Controlling und Reporting über die Fördermassnahmen.

¹²¹ Referat vom 17. Januar 2005 von Dr. Albert Wurzer, Direktor des Ressort für Landwirtschaft, Informationstechnik, Grundbuch und Kataster der Provinz Bozen.

¹²² Provincia Autonoma di Bolzano 2007, 81.

6.4 Deutschland

6.4.1 Kennzahlen

Die neueste verfügbare Erhebung über die Anzahl der Anbieter im Agrotourismus datiert von 1999. Damals existierten insgesamt 471'980 landwirtschaftliche Betriebe in Deutschland. Von diesen boten 14'746 oder 3,1 % eine Beherbergungsmöglichkeit. Total wurden 105'843 Betten gezählt.¹²³

Mit 72,5 % verfügt Urlaub auf dem Bauernhof in Deutschland über einen hohen Bekanntheitsgrad, er liegt jedoch niedriger als derjenige in Österreich.¹²⁴

In Deutschland gehörten im Jahre 2005 1,3 % aller Urlaubsreisen der über Dreizehnjährigen zum Segment „Urlaub auf dem Bauernhof“. Dies entspricht 830'000 Urlaubsreisen auf dem Bauernhof mit einer Dauer von mindestens 5 Tagen. Da die Kinder unter 14 Jahren statistisch nicht erfasst werden, liegt das Volumen jedoch einiges höher. 38 % der Urlaubsreisen auf den Bauernhof werden in Begleitung von Kindern durchgeführt. Das Gesamtvolumen für diesen Sektor lässt sich auf ca. 1,6 Mio. Ankünfte schätzen.¹²⁵ Bei durchschnittlichen Ausgaben von 575 EUR pro Person und Reise (inkl. begleitender Kinder) ergibt sich ein Gesamtumsatz von ca. 920 Mio. EUR.¹²⁶

Auffallend ist, dass die Zahl der Urlauber auf dem Bauernhof / Lande in den letzten Jahren zurückgegangen ist. Verantwortlich für diesen Trend dürfte die zunehmende Vielfalt der Angebote auf dem Urlaubsreisemarkt (beispielsweise Aufschwung der Billigflieger, boomender Kreuzfahrtmarkt) sein.¹²⁷

¹²³ Statistisches Bundesamt 1999.

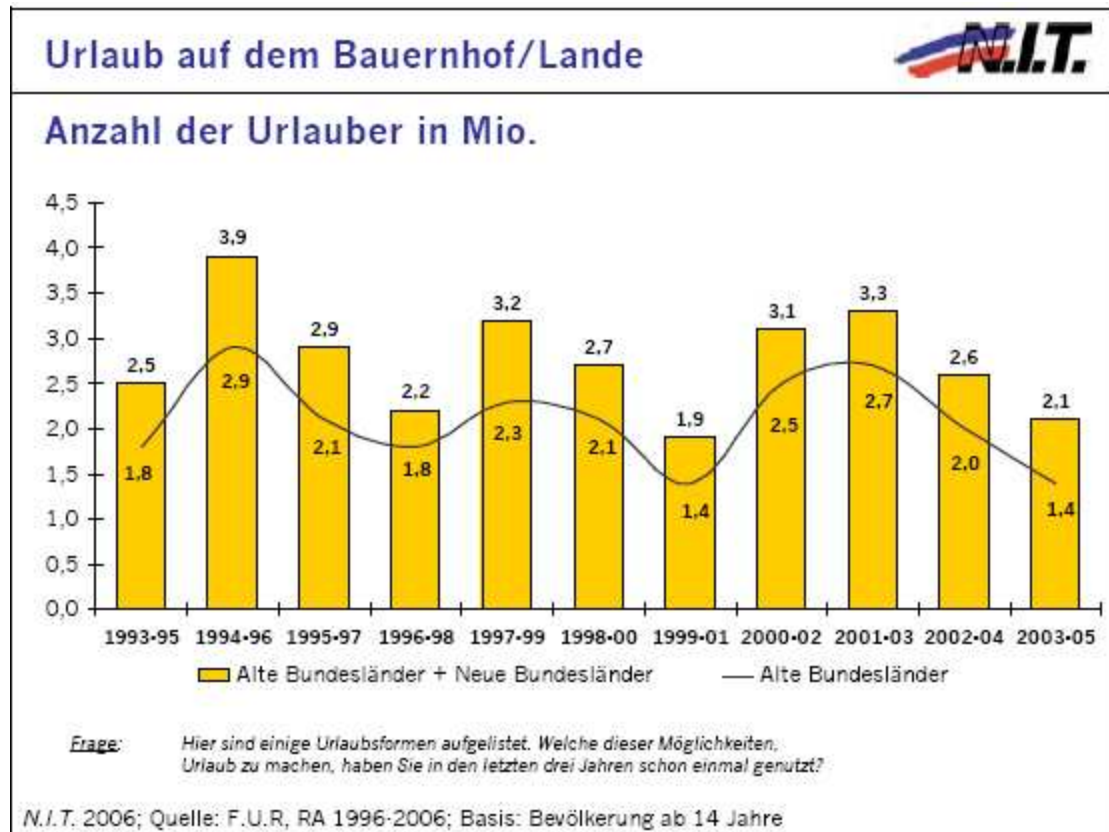
¹²⁴ Mayer et al. 2007.

¹²⁵ Grimm et al. 2006, 11.

¹²⁶ Grimm et al. 2006, 8.

¹²⁷ Grimm et al. 2006, 9.

Abbildung 16: Anzahl der Urlauber auf dem Bauernhof / Lande in Deutschland



Quelle: Grimm et al. 2006: 8.

In der Studie wurde auch das Interesse für einen Urlaub auf dem Bauernhof / Lande für den Zeitraum 2006-2008 erhoben. Dieses ist mehr als dreimal so gross wie die Zahl der Bauernhof- / Landurlauber in den Jahren 2003-2005. Damit sehen die Autoren dieser Studie noch einen genügend grossen Spielraum, um die Nachfrage durch zielgruppenspezifische Angebotsgestaltung und Kommunikation zu steigern.¹²⁸

Spitzenreiter beim Angebot von Urlaub auf dem Bauernhof ist Bayern. Im Jahre 2007 zählte man dort 7'000 Höfe und 11,5 Mio. Logiernächte.¹²⁹

¹²⁸ Grimm et al. 2006, 10.

¹²⁹ <http://www.bauernhofurlaub.com/?gclid=CMvMq8f4zZECFSHpXgodYkHqyQ>, Abrufdatum 26.02.2008.

6.4.2 Geschichtlicher Abriss¹³⁰

Die Anfänge des Agrotourismus reichen auch in Deutschland in die Zeit vor dem Zweiten Weltkrieg zurück, als viele Städter ihre Ferien in der sogenannten Sommerfrische verbrachten. Nach dem Zweiten Weltkrieg waren auf zahlreichen Bauernhöfen Flüchtlinge untergebracht, so dass sich die Betriebe an Gäste auf dem Hof gewöhnten. Nach dem Wegzug der Flüchtlinge wurde dann vielerorts mit der Beherbergung von Gästen begonnen. Im Jahre 1972 erfolgte in Niedersachsen die Gründung der ersten Anbietervereinigung, der Arbeitsgemeinschaft Urlaub & Freizeit auf dem Lande e.V. Diese Vereinigung hat den Urlaub auf dem Bauernhof in Niedersachsen massgeblich vorangetrieben, zu ihren Aktivitäten zählen die Einführung von Heuhotels, Hofcafés und von Urlaub rund ums Pferd sowie die Lancierung erster agrotouristischer Pauschalangebote in den 1980er Jahren. Die Vereinigung war auch an der Gründung der Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof im Jahre 1991 beteiligt.

6.4.3 Aktuelle Strukturen

Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland¹³¹

Diese Arbeitsgemeinschaft ist die Dachorganisation, welche die agrotouristischen Anbieterverbände aus den einzelnen Bundesländern vereinigt. Sie wurde 1991 gegründet und verfolgt laut eigenen Angaben die folgenden Ziele:

- Förderung und Bekanntmachung von Urlaub auf dem Bauernhof und anderen landtouristischen Urlaubsformen,
- Zentraler Ansprechpartner für Fragen des ländlichen Tourismus auf Bundesebene,
- Vertretung der Interessen der Anbieter gegenüber der Politik und anderen Institutionen,
- Beratung der Mitglieder,
- Bundesweite Öffentlichkeits- und Pressearbeit,
- Überregionales Marketing,
- Qualitätsförderung über die Mitarbeit in den entsprechenden Gremien des Deutschen Tourismusverbands und über Weiterbildungs- und Seminarangebote für die Gastgeber.

¹³⁰ Gemäss telefonischen Angaben von Elke Boggasch, 20.05.2008.

¹³¹ www.bauernhofurlaub-deutschland.de, Abrufdatum: 06.03.2008.

Zentrale für den Landurlaub¹³²

Die Zentrale für den Landurlaub ist ein Fachverlag für die Themen Agrartourismus und Direktvermarktung und wurde im Jahre 1955 gegründet. Sie befasst sich mit der Vermarktung von Urlaub auf dem Bauernhof und Landurlaub in Deutschland. Die Zentrale gibt Reiseführer zum Bauernhofurlaub in Deutschland, Österreich, Italien und Frankreich sowie Dänemark, Polen, Niederlande, der Schweiz und Spanien heraus. Ferner betreibt sie ein umfangreiches Online-Angebot mit rund 3'500 Einträgen (davon 2'200 in Deutschland) und gibt die Fachzeitschrift « Hof Direkt » heraus, die sich an landwirtschaftliche Direktvermarkter in Deutschland und Österreich richtet. Zu den aktuellen Katalogen zählen u. a. « Urlaub auf dem Bauernhof, Raus aufs Land » mit 2500 Einträgen in Deutschland, sowie « Raus in die Berge » mit 350 Einträgen in Baden-Württemberg, Bayern, Österreich, Südtirol und der Schweiz.

Gemäss Angaben von Frau Hoitz verfügt die Zentrale für den Landurlaub lediglich über die Adressen von 6 Höfen in der Schweiz. Währenddem die Daten aus Österreich in Zusammenarbeit mit der Organisation « Urlaub auf dem Bauernhof » gesammelt werden, verweigert « Ferien auf dem Bauernhof » die Zusammenarbeit mit dem Hinweis, dass ihre Mitglieder nicht gleichzeitig mit der Hilfe anderer Organisationen werben dürfen (mündliche Mitteilung vom 05.03.2008).

Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft (DLG)¹³³

Bei der DLG ist die Förderung des Agrotourismus einer von vielen Geschäftsfeldern. Sie veröffentlicht einen Katalog « Urlaub auf dem Bauernhof », der rund 1400 Einträge umfasst und bereits seit 40 Jahren erscheint. Daneben gibt die DLG auch einen Spezialreiseführer mit dem Titel « Fit on Farm » heraus. Die DLG verleiht auch Qualitätslabels für Agrotourismus-Betriebe.

Seit 1998 vermarktet die DLG zusammen mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) Urlaubsangebote auf dem Bauernhof in den Niederlanden, in Belgien und in Grossbritannien.¹³⁴ Die DLG betreibt zudem eine eigene Homepage für Urlaub auf dem Bauernhof : www.landtourismus.de.

¹³² www.bauernhofurlaub.com, Abrufdatum 05.03.2008.

¹³³ <http://www.dlg.org/de/landwirtschaft/landtourismus/katalogurlaubbauernhof.html>, Abrufdatum 04.03.2008.

¹³⁴ Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft 2001, 15.

ECEAT (European Centre for Eco Agro Tourism) Deutschland, Verein zur Förderung von sanftem Tourismus und ökologischem Anbau¹³⁵

Analog zur Situation in der Schweiz existiert auch in Deutschland ein Verein, der sich auf biologischen Landbau spezialisiert hat und Ferien auf Biohöfen anbietet. Auch hier findet keine Zusammenarbeit mit Anbieterorganisationen im konventionellen Sektor statt.

Weitere Marketingverbände

Neben den erwähnten Organisationen existieren in Deutschland noch weitere Marketingverbände, welche jeweils nur regional oder dann aber in einem speziellen Segment des Agrotourismus tätig sind. Zu ihnen gehören u.a. Gesundheitshöfe, Kneipp-Gesundheitshöfe, Vitalhöfe, Family-Farm-Betriebe und Baby-Kinder-Bauernhöfe. Deren Bedeutung für den Agrotourismus ist jedoch eher gering, da nur 7 Prozent der Betriebe einem solchen Marketingverbund angehören.¹³⁶

Landesverband « Urlaub auf dem Bauernhof in Bayern » e.V.¹³⁷

Dieser Landesverband wurde 1991 gegründet. Er zählt gegenwärtig rund 2'000 Mitglieder oder 30 % der Betriebe in Bayern, die Urlaub auf dem Bauernhof anbieten. In der Datenbank, auf die über die Homepage zugegriffen werden kann, sind rund 1'200 Angebote aufgelistet. Zu den Hauptaufgaben des Verbandes gehören, gemäss eigenen Angaben, die Beobachtung von Trends und Tendenzen im Landtourismus, um schnell und sicher im Sinne der Wahrung der Mitgliederinteressen reagieren zu können, sowie der Ausbau und die Positionierung der Marke « Urlaub auf dem Bauernhof in Bayern ».

Die Hauptgeschäftsfelder umfassen folgende Bereiche :

- Öffentlichkeitsarbeit zur Förderung des Urlaubs auf dem Bauernhof in Bayern,
- Mitwirkung bei Grundsatzfragen des Fremdenverkehrs im ländlichen Raum,
- Zusammenarbeit mit den bayerischen Fremdenverkehrsverbänden zu dem Zweck, Urlaub auf dem Bauernhof in den allgemeinen Fremdenverkehr zu integrieren,
- Unterstützung bei der Gründung regionaler Anbieterzusammenschlüsse,

¹³⁵ www.eceat.de, Abrufdatum: 03.03.2008.

¹³⁶ Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft 2004, 29.

¹³⁷ www.bauernhof-urlaub.com, Zugriff am 03.03.2008.

- Koordinierung grundsätzlicher Belange von Anbietern mit den zuständigen Behörden und Stellen,
- Unterstützung bei der Qualitätsverbesserung des Angebotes Urlaub auf dem Bauernhof,
- Erstellung neuer und auskunftgebender Regionalkataloge.

6.4.4 Gesetzlicher Rahmen und Fördermassnahmen

Gesetzlicher Rahmen¹³⁸

Die für den Agrotourismus relevanten gesetzlichen Bestimmungen finden sich im Baugesetzbuch. Ähnlich zur schweizerischen Unterscheidung zwischen Bau- und Nichtbauzone wird in Deutschland zwischen Innen- und Aussenbereich unterschieden. Die Baubestimmungen für Erweiterungen im Zusammenhang mit dem Agrotourismus stützen sich auf § 35 des Baugesetzbuches, der das Bauen im Aussenbereich behandelt. Demnach ist ein Bauvorhaben nur zulässig, „wenn es einem land- oder forstwirtschaftlichen Betrieb dient und nur einen untergeordneten Teil der Betriebsfläche einnimmt“¹³⁹. Diese Regelung verhindert Entwicklungen, wie sie in Österreich stattgefunden haben, wo oftmals Ferien auf dem Bauernhof angeboten werden, obwohl der Bauernbetrieb bereits aufgegeben wurde.

Fördermassnahmen^{140 141}

Nach Jahren der klassischen landwirtschaftlichen Förderung, in welcher der Agrotourismus vernachlässigt wurde, stützen sich die Fördermassnahmen zu Gunsten des Agrotourismus nun auf die ELER-Verordnung der EU (Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums): Die Massnahmen 311 (Diversifizierung hin zu nichtlandwirtschaftlichen Tätigkeiten) und 313 (Förderung des Fremdenverkehrs) betreffen beide auch, aber nicht ausschliesslich den Agrotourismus. Die bundesweiten Fördersummen betragen 158 Mio. € bzw. 213 Mio. €. ¹⁴² In den Evaluationstabellen über die Einkommenszusammensetzung der

¹³⁸ Gemäss Angaben von Gabriel Baum, Landesanstalt für Entwicklung der Landwirtschaft und des ländlichen Raumes, Schwäbisch Gmünd, E-Mail vom 22.05.08.

¹³⁹ § 35, Abs. 1, Nr. 1 des Baugesetzbuches.

¹⁴⁰ http://www.bmelv.de/cln_045/nn_749972/sid_F09678244317A9C90EFC4F4A8CA29764/DE/04-Landwirtschaft/Foerderung/2007/Diversifizierung.html_nnn=true, Abrufdatum 07.03.2008.

¹⁴¹ Angaben von Frau Rosenauer vom BMELV, Referat 523, 07.03.2008.

¹⁴² <http://www.leaderplus.de/leaderplus/download.cfm?uuid=000AEC8646E616B383116521C0A8D816>, Abrufdatum: 10.03.2008.

Bauernbetriebe werden explizit auch die Einkünfte aus dem Tourismus aufgeführt. Zahlen hierfür liegen jedoch noch keine vor, da das Programm erst seit 2007 in Kraft ist. Die konkreten Massnahmen und Fördersummen sind in jedem Bundesland anders.

Die Fördermassnahmen für den Agrotourismus in Deutschland laufen unter dem Ziel „Investitionen zur Diversifizierung“. Gefördert werden Betriebe, die mehr als 25 % ihres Umsatzes in der Landwirtschaft erwirtschaften. Mit der Förderung sollen:

- die nachhaltige Existenz- und Einkommenssicherung bäuerlicher Betriebe in Gebieten, wo die natürlichen und strukturellen Bedingungen langfristig keine marktfähige Produktion mehr ermöglichen, unterstützt,
- Existenzgründungen im ländlichen Raum ermöglicht und damit
- ein Beitrag zur Stärkung der Wirtschaft ländlicher Räume geleistet werden.

Gefördert werden Investitionen, die zusätzliche Einkommensquellen in ländlichen Räumen erschließen und die den ländlichen Tourismus fördern. Hierzu zählen u. a.:

- Investitionen im Bereich "Urlaub auf dem Bauernhof" bis zu einer Gesamtkapazität von 25 Gästebetten,
- Investitionen in soziale, hauswirtschaftliche, kommunale und landschaftspflegerische Dienstleistungen (z. B. Hofcafe, Partyservice, Pflege- und Betreuungsdienste für ältere Menschen),

Die Förderung erfolgt durch einen **Zuschuss in Höhe von 25 % des Investitionsvolumens**. Sie richtet sich nach der EG De-minimis-VO. Der **Gesamtwert** der einem Unternehmen gewährten De-minimis-Beihilfe ist **innerhalb von 3 Jahren auf 200.000 Euro begrenzt**.

In Baden-Württemberg war in den Jahren 2000 bis 2006 ein Agrarinvestitionsförderungsprogramm¹⁴³ in Kraft, welches den Agrotourismus als einen der Schwerpunktbereiche bezeichnete. In Bayern:¹⁴⁴ können Zuschüsse von bis zu 20 % des zuwendungsfähigen Investitionsvolumens gewährt werden, max. 80.000 € für bauliche Massnahmen.

143

[http://www.landwirtschaft-mlr.baden-wuerttem-](http://www.landwirtschaft-mlr.baden-wuerttem-berg.de/servlet/PB/show/1046526/MEPL%20Investitionen%20in%20landwirtschaftlichen%20Betriebe)

[berg.de/servlet/PB/show/1046526/MEPL%20Investitionen%20in%20landwirtschaftlichen%20Betriebe](http://www.landwirtschaft-mlr.baden-wuerttem-berg.de/servlet/PB/show/1046526/MEPL%20Investitionen%20in%20landwirtschaftlichen%20Betriebe).pdf
Abgerufen am: 10.03.08.

144 <http://www.stmlf.bayern.de/agrarpolitik/programme/foerderwegweiser/24022/>, Abgerufen am: 07.03.2008.

6.4.5 Lehren für die Schweiz

Die Situation des Agrotourismus in Deutschland kann als befriedigend bezeichnet werden. Zwar müssen im Marketing und bei der Koordination des Angebots noch weitere Anstrengungen unternommen werden¹⁴⁵, doch ist bereits ein zufriedenstellender Organisationsgrad der Anbieter erreicht. Ausserdem besteht eine gute Kooperation zwischen dem Bauernverband DLG und der Tourismuszentrale.

6.5 Italien

6.5.1 Kennzahlen

Die neuesten verfügbaren Daten zum Agrotourismus in Italien wurden in der Agrarstatistik 2007 publiziert und stammen aus dem Jahre 2005. Total haben 15'327 Betriebe von insgesamt 1,7 Mio. Betrieben (0,9 %) ein agrotouristisches Angebot. Im Vergleich zum Jahr 2004 ist die Zahl der Anbieter um 9,3 % gestiegen. Die geographischen Schwerpunkte des Angebots liegen in den autonomen Provinzen Bozen und Trente mit 2'865 Anbietern auf insgesamt 43'917 Höfe (6,5 %) und in der Toscana (3'527 von 82'839 oder 4,3 %). Die Gesamtzahl der Betten beläuft sich auf 84'137. Zum Umsatz liegen keine statistischen Daten sondern lediglich eine Schätzung von Agriturist vor, demnach beläuft sich dieser auf 880 Mio. EUR. Rund 2'000 Betriebe bieten Schule auf dem Bauernhof an.¹⁴⁶

6.5.2 Geschichtlicher Abriss

6.5.3 Aktuelle Strukturen

Zu den wichtigsten Anbieterorganisationen gehören Agriturist, Terranostra und Turismo Verde, welche im Folgenden kurz vorgestellt werden. Diese Organisationen bilden den Dachverband Anagritur. Die Zersplitterung in drei Organisationen ist bedingt durch die Existenz von drei Bauernverbänden in Italien.

¹⁴⁵ http://www.raumplanung.uni-dortmund.de/pz/download/Berichtf05_03.pdf, Seite 83 f. Abrufdatum: 01.04.2008.

¹⁴⁶ Weitere Daten auf: http://www.turismoverde.it/index.php?COD_PAG=612.

Anagritur¹⁴⁷

Anagritur besteht aus den drei erwähnten Anbieterorganisationen, welche ihrerseits über 80 % des Agrotourismus in Italien vertreten. Der Zusammenschluss wurde 1981 gegründet. Zu seinen Aufgaben zählen die Forschung, die Projektierung und die Beratung der Organisationen sowie der öffentlichen Verwaltung. Bald schon nahm die Vereinigung auch Aufgaben im Bereich des Marketing wahr. In den Jahren 1998 bis 2003 organisierte sie nationale Tage des Agrotourismus in der Toskana und in Umbrien.

Agriturist¹⁴⁸

Agriturist ist ein nationaler Verband für Agrotourismus, Umwelt und « Territorio » und gehört der « Confederazione Generale dell'Agricoltura Italiana ». Gegründet wurde er im Jahre 1965. Zu den Tätigkeitsgebieten zählen neben dem Agrotourismus die Förderung und der Schutz einheimischer Produkte, der regionalen Weingastronomie und der Umwelt. Agriturist war wesentlich an der Formulierung der nationalen und regionalen Gesetze im Agrotourismus beteiligt. Gegenwärtig zählt Agriturist rund 5'000 Mitglieder.

Zu den wichtigsten Vertriebskanälen von Agriturist zählen ein jährlich erscheinender italienischsprachiger Katalog, ein deutschsprachiger Katalog mit dem Namen « Landurlaub in Italien », die Internetseite www.agriturist.it und die Reservierungszentrale « Farm Holidays ». Ferner gibt Agriturist alle zwei Monate die Zeitschrift « Agrituristi » heraus.

Terranostra¹⁴⁹

Terranostra ist eine Vereinigung mit ähnlichen Zielen wie Agriturist. Sie gehört der « Confederazione Nazionale Coltivatori Diretti » und wurde 1973 gegründet. Gemäss eigenen Angaben ist sie in folgenden Bereichen tätig: Unterstützung des Betriebs von agrotouristischen Angeboten, Inwertsetzung des ländlichen Raumes, mittels Initiativen und Aktivitäten, welche die Umwelt, den agrarischen Raum sowie Wald und Landschaft schützen. Insgesamt ist der Fokus stärker auf den Umweltschutz gerichtet, als bei Agriturist.

¹⁴⁷ www.anagritur.com, Abrufdatum: 29.02.2008.

¹⁴⁸ www.agriturist.it, Abrufdatum: 29.02.2008.

¹⁴⁹ www.terranostra.it, Abrufdatum: 29.03.2008.

Terranostra betreibt Geschäftsstellen in den verschiedenen Regionen des Landes.

Turismo Verde¹⁵⁰

Turismo Verde verfolgt ähnliche Aktivitäten wie Agriturismo und Terranostra.

Weitere Anbieterorganisationen (Auswahl)¹⁵¹

Stellvertretend für eine Vielzahl weiterer Anbieterorganisationen, die teils auf nationalem, teils auf regionalem Niveau tätig sind, werden nachfolgend drei Portale kurz vorgestellt.

www.agriturismo.com bietet einen Online-Katalog für agrotouristische Angebote und veröffentlicht ausserdem diverse Broschüren mit Tipps für neue Anbieter im Agrotourismus.

www.agriturismo.net ist vor allem in der Toskana tätig.

Unter dem Portal www.agriturismovacanze.net findet sich eine Liste agrotouristischer Angebote rund um den Gardasee.

6.5.4 Fördermassnahmen

Italien ist gemäss den Angaben von Agriturismo¹⁵² das einzige Land, welches ein Gesetz für Agrotourismus besitzt. Es handelt sich um das Gesetz Nr. 730 vom 5. Dezember 1985, welches inzwischen vom Gesetz Nr. 96 vom 20. Februar 2006 abgelöst wurde.¹⁵³ Diese gesetzliche Regelung bietet den Vorteil, dass der Begriff « Agrotourismus » von staatlicher Seite her definiert ist. Damit wird klar geregelt, welche Aktivitäten der Agrotourismus umfasst: die Beherbergung, die Bewirtung, die Degustation von Produkten vom Hof, sowie Events inkl. Wanderungen, Reitausflüge und Aktivitäten welche zusammen mit lokalen Tourismusbüros

¹⁵⁰ www.turismoverde.it, Abrufdatum 29.02.2008.

¹⁵¹ Eine Zusammenstellung von Internetseiten mit Anbietern von Agrotourismus in Italien findet sich auf http://www.centoare.it/agriturismo_in_rete.asp, Abrufdatum 14.03.2008.

¹⁵² in Rothenbacher und Keller 2006, 20.

¹⁵³ Der Gesetzestext ist ersichtlich unter <http://www.agriturist.it/agriturist.php?IdCategoria=3&IdSottomenu=81&IdSottoSottoMenu=683>.

angeboten werden und der Inwertsetzung des Territoriums und des kulturellen Erbes dienen. Neben diesem nationalen Gesetz existieren auch Gesetze auf Stufe Provinz.

Im Agrotourismusgesetz wird unter anderem auch die staatliche Förderung des Agrotourismus geregelt. Dadurch entsteht eine klare Trennung zwischen agrotouristischen Angeboten und solchen aus dem ländlichen Tourismus. Der Arbeitsumfang des agrotouristischen Angebotes darf denjenigen der landwirtschaftlichen Tätigkeiten nicht übersteigen. Damit wird der jährlichen Betriebsdauer des Agrotourismus eine Grenze gesetzt. Ferner muss der Landwirt mindestens die Hälfte der Produkte, welche er seinen Gästen aufischt oder verkauft, selber produzieren. Zudem muss er 30 Prozent von anderen Landwirtschaftsbetrieben in der Region beziehen.¹⁵⁴

Über das gesamte Fördervolumen der öffentlichen Hand für den Agrotourismus existieren keine genauen Angaben. Der Grund für das Fehlen dieser Daten liegt darin, dass der Agrotourismus oftmals eine von mehreren Massnahmen eines Projekts darstellt und die Kosten nicht auf die einzelnen Massnahmen heruntergerechnet werden, ferner überschneiden sich die Massnahmen zum Teil. Die maximale Fördersumme pro Betrieb beträgt 200'000 €. Mündliche Mitteilung von Raffaella Di Napoli, 06.03.2008.

Andere Finanzierungsquellen für den Agrotourismus finden sich in verschiedenen weiteren Gesetzen :

- Gesetz zur Förderung der Junglandwirte (Nr. 441/98),
- Gesetz zur Förderung des Unternehmertums von Frauen (Nr. 215/92), welches auch Beiträge für Initiativen im Tourismussektor vorsieht in der Höhe von bis zu 60 % für Infrastrukturen und von bis zu 40 % für die Direktvermarktung und für das Anbieten von Dienstleistungen.
- Gesetz zur Förderung des Unternehmertums in der Landwirtschaft (Nr. 135/97), welches sich an Junglandwirte in wirtschaftlich benachteiligten Regionen wendet und auch Massnahmen zu Gunsten des Agrotourismus beinhaltet.¹⁵⁵

6.5.5 Lehren für die Schweiz

Eine kurze Studie des italienischen Instituts für Agrarökonomie (INEA) aus dem Jahre 2001 macht folgende Feststellungen zur Lage des Agrotourismus in Italien :

¹⁵⁴ Rothenbacher und Keller 2006, 20.

- Zunahme der italienischen Gäste als Folge der Zunahme von Gästen aus dem Ausland ; dies könnte darauf hindeuten, dass auch in der Schweiz der Agrotourismus möglicherweise unter den Schweizern noch nicht sehr bekannt ist und ein Boom ausländischer Gäste die Bekanntheit des Agrotourismus auch unter den Gästen aus der Schweiz steigern könnte
- Wichtigste Herkunftsländer der ausländischen Gäste : Grossbritannien, Deutschland, Schweiz, dies erlaubt Hinweise auf mögliche Zielmärkte für den Schweizer Agrotourismus;
- Fehlen einer zentralen Buchungsstelle ;
- Notwendigkeit der Schaffung eines segmentierten Angebots, um den verschiedenen Schichten der Nachfrage gerecht werden zu können.
- Einigkeit über den Begriff « Agrotourismus », da dieser in einem Gesetz definiert ist, somit wird das Verfolgen einer gemeinsamen Strategie aller beteiligten Akteure erleichtert.

¹⁵⁵ <http://www.centoare.it/article.asp?id=177>

6.6 Zusammenfassung, Tabelle

Tabelle 6. Synoptische Übersicht über Grundlagen zum Agrotourismus in der Schweiz und in den Nachbarländern

Rubriken	Schweiz	Deutschland	Österreich	Südtirol	Italien	Frankreich
Gesamtzahl Landw. Betriebe	63'627 (2005)	370'800 (2007)	189'591 (2005)	26'285 (2001)	1,7 Mio. (2005)	567'136 (2005)
Betriebe mit Beherbergung	3'771 (2005)		13'208 (2005)	2'506 (2006)	15'327 (2005)	17'471 (2005)
% der Betriebe mit Beherbergung	5,9		7,0	9,5	0,9	3,1
Raumplanungsgesetze	RPG, RPV	Baugesetzbuch, besonders Art. 35.	In Kompetenz der Bundesländer	Landesraumordnungsgesetz, Art. 108	Keine für den Agrotourismus relevanten	Code de l'urbanisme
Förderprogramme	LWG, SVV, vereinzelte kantonale Programme	ELER	ELER, Unterstützung der Anbieterorganisation	ELER	ELER	ELER, Contract territorial d'exploitation
Max. Fördervolumen pro Betrieb		200'000 € in 3 Jahren	200'000 € in 3 Jahren	80'000 € in 5 Jahren	200'000 € in 3 Jahren	200'000 € in 3 Jahren

Quelle: eigene Darstellung

7 Empfehlungen

Die nachfolgenden Kapitel enthalten Empfehlungen für Massnahmen, mit denen die Situation des Agrotourismus in der Schweiz verbessert werden kann. Es handelt sich um Empfehlungen, welche sich aus den vorgängigen Kapiteln ergeben und welche an einem Workshop mit einem breiten Teilnehmerkreis vertieft wurden. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind in den verschiedenen Bereichen tätig, die sich mit dem Agrotourismus befassen: Anbieterorganisationen, Beratung auf nationaler und kantonaler Ebene, Tourismus, Raumplanung, Verwaltung. Eine Liste der TeilnehmerInnen findet sich im Kap. 11.4.2.

Die Empfehlungen gliedern sich in fünf grosse Themenbereiche: Gesetzgebung, Schaffung einer nationalen Plattform für den Agrotourismus, Ausbildung und Beratung, auf die Nachfrage bezogene Massnahmen sowie eine bessere Zusammenarbeit. Für jede Empfehlung wurde auch eine verantwortliche Organisation festgelegt.

7.1 Gesetzgebung und Behörden

In letzter Zeit sind in diesem Bereich erfreulicherweise bereits Bemühungen unternommen worden. Um dem Agrotourismus zum Durchbruch zu verhelfen, sind jedoch noch weitere Massnahmen erforderlich. Konkret geht es um die Anerkennung der agrotouristischen Leistungen als landwirtschaftliche Tätigkeit, die Verbesserung des Vollzugs der Raumplanungsgesetzgebung, die Berücksichtigung des Agrotourismus in der Richtplanung, die Schaffung eines Tourismusgesetzes, die Erfassung statistischer Daten über den Agrotourismus und die Stärkung des Agrotourismus in der kantonalen Gesetzgebung.

7.1.1 Anrechnung der agrotouristischen Leistungen bei der Berechnung der SAK

Die Standardarbeitskräfte (SAK) sind eine Rechengrösse, welche für die Berechnung der Direktzahlungen an die Landwirtschaftsbetriebe massgebend ist. Heute sind agrotouristische Leistungen, welche auf einem Hof erbracht werden, nicht anrechenbar. Da es sich um Dienstleistungen handelt, die einen klaren Bezug zur Landwirtschaft aufweisen, muss dies geändert werden.

Dieses Thema hat eine längere Vorgeschichte. Bereits anlässlich des Vernehmlassungsverfahrens zur Agrarpolitik 2011 im Jahre 2005 setzten sich die SAB, der SBV, die AGORA sowie andere Organisationen für einen neuen Art. 3 d im LWG ein, wonach auch paralandwirtschaftliche Tätigkeiten unter den Begriff Landwirtschaft fallen sollten. Auch bei der vorgesehenen Erhöhung der Gewerbe Grenzen im BGBB wurde der Wunsch eingebracht, die paralandwirtschaftlichen Aktivitäten anzuerkennen.¹⁵⁶

Da dieses Ansinnen in der Folge vom Parlament nicht gutgeheissen wurde, reichte die Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates 2007 ein diesbezügliches Postulat ein. In seiner Antwort sagte der Bundesrat, er wolle sich im Rahmen des Vernehmlassungsverfahrens für das neue Raumentwicklungsgesetz (REG), welches im Sommer 2008 beginnen sollte, mit der Problematik befassen, da es aus verwaltungsökonomischen Gründen keinen Sinn mache, diese Frage separat anzugehen.¹⁵⁷

Angesichts dieser Ausgangslage muss sichergestellt werden, dass das Thema anlässlich der Vernehmlassung zum REG wieder zur Sprache kommt. Daher ist eine Vorinformation der am Vernehmlassungsverfahren beteiligten Organisationen vorzusehen.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
1	Agrotouristische Dienstleistungen sollen bei der Berechnung der Standardarbeitskräfte angerechnet werden.	Einbringen des Themas in Vernehmlassung REG und in die parlamentarischen Beratungen über das REG	SBV	Vor Beginn Vernehmlassung REG

7.1.2 Raumplanungsgesetz und -verordnung

Die Bestimmungen in der Raumplanungsgesetzgebung, welche den Agrotourismus einschränken, betreffen in erster Linie das Bauen ausserhalb der Bauzonen. Bei der anstehenden Revision des RPG ist vorgesehen, die entsprechenden Bestimmungen zu entschlacken und den Kantonen einen grösseren Spielraum zu belassen. Daher wird die politische Arbeit auch in den Kantonen stattfinden müssen, indem die Kantone auf die Anliegen des Agrotourismus bei den kantonalen Raumplanungsgämtern aufmerksam gemacht werden. Das Ziel muss sein,

¹⁵⁶ Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement 2006, Seiten 6, 22 und 23.

¹⁵⁷ http://www.parlament.ch/d/Suche/Seiten/geschaeffe.aspx?gesch_id=20073006, Abrufdatum: 17.06.08.

dass die Ausführungsbestimmungen zum RPG den Wünschen des Agrotourismus vermehrt Rechnung tragen. Stossend an den bisherigen Regelungen sind insbesondere das in einigen Kantonen herrschende Verbot, Küchen und sanitäre Anlagen zu bauen.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
2	Berücksichtigung der Anliegen der Paralandwirtschaft bei der Revision des RPG	Einbringen des Themas in Vernehmlassung REG und in die parlamentarischen Beratungen über das REG	SBV, SAB	Während Vernehmlassung REG
3	Schaffung besserer Bedingungen für die Paralandwirtschaft beim Vollzug der Raumplanungs-gesetzgebung	Einflussnahme auf die Gestaltung der kant. Ausführungsbestimmungen zum neuen REG	Kant. Bauernverbände	Kurz- bis mittelfristig

7.1.3 Richtplanung und Regionalentwicklung

Die Nichtbauzone wird immer mehr bedrängt von verschiedenen Nutzungen, welche sich gegenseitig ausschliessen: intensiver Tourismus, intensive Landwirtschaft, Erholung. Die Herausforderung besteht darin, ein möglichst konfliktarmes Nebeneinander dieser Nutzungen zu ermöglichen. Es ist sinnvoll, diese Problematik auf Stufe der kantonalen Richtpläne zu berücksichtigen. Diese Instrumente dienen dazu, die grundsätzliche Entwicklung des Raumes zu steuern. Daher sollen darin Gebiete ausgeschieden werden, welche aufgrund ihrer landschaftlichen, landwirtschaftlichen und touristischen Eigenarten ein besonderes Potential für den Agrotourismus aufweisen. In diesen Gebieten soll der Agrotourismus besonders gefördert werden.

In Zusammenarbeit zwischen den kantonalen Raumplanungsämtern und der Wirtschafts- bzw. Standortförderung soll der Agrotourismus in kantonale und regionale Leitbilder integriert werden. Damit soll gewährleistet werden, dass regionale Strategien für die Förderung des Agrotourismus erarbeitet werden.

	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
4	Definition von Gebieten, welche ein besonders agrotouristisches Potential auf-	Positiv-Standortplanung für den Agrotourismus im kantonalen Richtplan	Kant. Bauernverbände	Bei Anpassung der Richtpläne

	weisen	einfügen		
5	Erarbeitung von kantonalen Strategien zur Förderung des Agrotourismus	Integration des Agrotourismus in kantonale und regionale Leitbilder	Kant. Landwirtschaftsämter und Raumplanungsfachstellen	

7.1.4 Tourismusgesetz

In der Schweiz fehlt bis heute ein eidgenössisches Tourismusgesetz. Die SAB hat, zusammen mit dem STV und dem Verband öffentlicher Verkehr, bereits Anstrengungen zur Schaffung eines solchen Gesetzes unternommen. Diese mündeten in die parlamentarischen Initiativen Maissen und Vollmer (2006), welche aber vom Parlament abgelehnt wurden. Angesichts der anhaltenden Bestrebungen des Eidgenössischen Finanzdepartements, die Gelder für den Tourismus zu kürzen, ist ein Tourismusgesetz nötiger denn je. Die Stärkung des Tourismus kommt auch dem Agrotourismus zu Gute, da mit dem Gesetz das Marketing verbessert werden kann.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
6	Verbesserung der Rahmenbedingungen für den Tourismus	Schaffung eines eidg. Tourismusgesetzes	SAB, STV	mittelfristig

7.1.5 Statistische Grundlagen

Die vorhandenen statistischen Daten zum Agrotourismus sind sehr bescheiden. Es handelt sich lediglich um Hochrechnungen, eine Vollerhebung fehlt. Neben der Anzahl der Betriebe soll die Zusatzerhebung des BLW auch die Anzahl der Betten, Belegung der Betten und die generierten Umsätze erfassen. Dies auch zum Zweck, vergleichen zu können zwischen Betrieben, die Mitglied bei einer Organisation sind und solchen, die es nicht sind, um mit handfesten Daten für die Vorteile einer Mitgliedschaft werben zu können. Zudem soll der Agrotourismus in die neue Parahotelleriestatistik des Bundesamtes für Statistik integriert werden.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
7	Bereitstellung statistischer Daten	Aufnahme des Agrotourismus in die Erhebungen des BLW und des BFS	SAB	kurzfristig

7.1.6 Kantonale Gesetzgebung

Wie das Beispiel aus dem Kanton Tessin zeigt, lässt sich mit einer Bestimmung im kantonalen Landwirtschaftsgesetz viel für den Agrotourismus erreichen. Am meisten Erfolg versprechen Weisungen, welche konkret die Förderung des Agrotourismus bezwecken, denn diese sind griffiger als allgemeine, auf die Diversifizierung der Landwirtschaft bezogene Aussagen. Wo die kantonale Verwaltung nicht von sich aus aktiv wird, muss der Weg für solche neuen Bestimmungen von den kantonalen Bauernverbänden über deren Vertreter in den Kantonsparlamenten zur Kantonsregierung laufen. Um die Griffigkeit der Massnahmen noch zu erhöhen, soll ein periodisches Controlling und Reporting vorgesehen werden.

Gemäss dem Beispiel des Kantons Tessin sollen die Kantone zu Handen der kantonalen Bauernverbände Dossiers erarbeiten, welche sämtliche für den Agrotourismus relevanten Grundlagen beinhalten. Das Dossier aus dem Kanton Tessin, welches das Landwirtschaftsamt auf Anfrage des kantonalen Bauernverbandes zusammengestellt hat, umfasst folgende Gesetze: Landwirtschaftsgesetz und –verordnung, Hygienereglement und Gastgewerbegesetz.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
8	Stärkung des Agrotourismus in den kantonalen Landwirtschaftsgesetzen	Vorstösse in den Kantonsparlamenten analog TI und VS	Kant. Bauernverbände	mittelfristig
9	Schaffung einer Orientierungshilfe für die Anbieter	Zusammenstellung eines Dossiers mit allen relevanten gesetzlichen Bestimmungen	Kant. Bauernverbände	kurzfristig

7.2 Nationale Plattform für den Agrotourismus

Im Laufe der Studie wurde wiederholt festgestellt, dass die fehlende Zusammenarbeit unter den Akteuren einen grossen Misserfolgskfaktor für den Agrotourismus darstellt. Dies soll durch die Schaffung einer nationalen, sektorübergreifenden Plattform für den Agrotourismus behoben werden. Eine solche ist zur Zeit bereits am Entstehen. Das BLW hat gestützt auf die Bestimmungen zur Absatzförderung ein Gesuch um finanzielle Unterstützung hierfür gutgeheissen. Zur Zeit wird die Plattform von den drei Anbieterorganisationen sowie vom SBV getragen. Der Tourismus ist noch nicht in der Plattform vertreten. Dessen Einbezug ist aber unbedingt erforderlich, damit dieser seine Fachkompetenzen ebenfalls einbringen kann.

Die Plattform soll keine geschlossene Gesellschaft der im agrotouristischen Teilsegment Beherbergung tätigen Akteure sein. Sie soll auch neuen Akteuren offen stehen, sofern diese gebündelte und bereits möglichst hoch aggregierte Angebote vertreten.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
10	Errichtung einer nationalen Plattform für den Agrotourismus		SBV, SiS, FeBa, t-r.ch	Bereits erfolgt
11	Stärkung der Fachkompetenz der Plattform	Einbezug des STV, Zusammenarbeit mit den Kantonen	Plattform	
12	Öffnung der Plattform für andere Anbieterorganisationen		Plattform	

Im Folgenden soll das mögliche Tätigkeitsfeld der Plattform umrissen werden. Einerseits muss sich dieses nach den Erkenntnissen aus der Nachfrageforschung richten, andererseits nach den Erfordernissen ihrer Mitglieder. Die Plattform sollte auf zwei Ebenen arbeiten, einerseits gegen innen für eine bessere Vernetzung der Anbieterorganisationen, andererseits gegen aussen, wo der Gast als Endkunde im Mittelpunkt steht.

7.2.1 Vernetzung der Anbieter nach innen

Die Plattform soll aktiv auf eine bessere Vernetzung der Anbieter nach innen Einfluss nehmen. Sie soll den Informationsaustausch unter den verschiedenen Akteuren (Anbieterorganisationen, Beratungsstellen, Tourismusbüros) fördern. Um neuen Anbietern den Einstieg in den Agrotourismus zu erleichtern, soll sie in Zusammenarbeit mit den kantonalen Bauernverbänden Dossiers und Merkblätter herausgeben, in welchen die relevanten Bestimmungen zusammengefasst sind.

Zur Gewinnung neuer Anbieter müssen erfolgreiche Projekte (best practice) unter den Landwirten bekannt gemacht werden. Dabei sollen auch die wirtschaftlichen Aspekte behandelt werden, um aufzuzeigen, dass der Agrotourismus eine interessante Einnahmequelle darstellen kann. In Österreich beispielsweise organisiert der Verein „Urlaub am Bauernhof“ Wanderausstellungen, welche vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit finanziert wird. Analog dazu sollen das BLW und die Plattform eine Kampagne starten, um den Agrotourismus bekannter zu machen.

Die Anfangsinvestitionen bei der Neuaufnahme einer agrotouristischen Tätigkeit sind sowohl für die Anbieter als auch für die Anbietervereinigungen hoch, währenddem die Einnahmen für die Anbieter zu Beginn eher gering ausfallen dürften. Entsprechend dem für sie mit der Neuaufnahme eines Mitglieds verbundenen Aufwand, verrechnen die Anbietervereinigungen ihren Mitgliedern im ersten Jahr der Mitgliedschaft einen höheren Beitrag. Um die Attraktivität der Anbietervereinigungen zu stärken, sollte diese Praxis überprüft werden. Zudem stellt sich das Problem, dass kein Landwirt bereit sein wird, Beiträge an mehrere Organisationen zu bezahlen. Hier muss eine Lösung gefunden werden, damit die Mitgliedschaft bei einer Anbieterorganisation automatisch auch die Inanspruchnahme der Leistungen der andern Anbieterorganisationen erlaubt.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
13	Vernetzung der Anbieter nach innen	Förderung des Informationsaustausches unter den verschiedenen Akteuren	Plattform	
14		Herausgabe von Dossiers und Merkblättern mit relevanten Bestimmungen	Plattform	
15	Gewinnung neuer Anbieter	Best Practice Fälle kommunizieren	BLW, Plattform	

7.2.2 Marketing

Wie in dieser Studie immer wieder festgestellt wurde, sind die Marketingkanäle und -massnahmen im Moment sehr zersplittert. Der neuen Plattform Agrotourismus kommt die vordringliche Aufgabe zu, diese Aktivitäten zu bündeln und zu koordinieren. Im Einzelnen handelt es sich um folgende Massnahmen:

- Herausgabe eines nationalen, viersprachigen **Katalogs** (d,f,i,e),
- Schaffung eines gemeinsamen **Internetauftritts**,
- Herausgabe einer **Landkarte**, auf der alle Angebote verzeichnet sind¹⁵⁸, sowie Integration der Angebote in digitale Karten (Software für GPS-Empfänger),

¹⁵⁸ analog dem Beispiel aus Dänemark: <http://www.bondegaardsferie.dk/page37.aspx>, Abrufdatum : 20.03.2008.

- Bearbeitung der **Zielmärkte im Ausland**, in erster Linie in Deutschland, Frankreich, Belgien und den Niederlanden: Sobald der Zielmarkt besser bekannt ist, können die Werbemassnahmen speziell darauf ausgerichtet werden. Aus den österreichischen Studien ist bekannt, dass in Deutschland ein hohes Gästepotential besteht. Für die Angebote in der Romandie ist von Potentialen in Frankreich und in Belgien auszugehen,
- Schaffung von **Pauschalangeboten**: Pauschalangebote werden heute im Tourismus fast überall angeboten. Die Idee dahinter ist, dass der Gast seine gesamten Ferien über eine einzige Stelle buchen kann, welche auch Ausflüge und das Abendprogramm umfassen. Auch beim Agrotourismus sollten Angebote geschaffen werden, welche sich nicht bloss auf die Übernachtung beschränken, sondern darüber hinaus noch weitere Dienstleistungen umfassen. Die österreichische Studie zeigt, dass 11 % der Kunden solche Angebote ganz bestimmt konsumieren würden, 31 % antworteten mit „eher ja“. In welche Richtung sich solche Angebote entwickeln könnten, zeigt ein Blick in den Katalog der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft: « Lohnend ist ein Blick ins Kapitel « Pauschalangebote ». Hier locken attraktive Angebote für Wochenendreisen und Kurzurlaube : Wellness und Meditation, Fasten-Kurse, Märchen-Wochenenden, Landschaftsmalerei-Workshops, Übernachtungen im Heu oder Silvester auf dem Bauernhof. »
- Zusammen mit der Schaffung von Pauschalangeboten soll auch das **Angebot besser auf die verschiedenen Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet** werden, um den verschiedenen Nutzergruppen besser gerecht werden zu können. Für die Schweiz könnte in einer ersten Phase folgende Angebotsdifferenzierung getätigt werden :
 - Biobetriebe,
 - Gesundheit / Wellness,
 - Kinder.
- Schaffung von Angeboten für die **Neben- und Wintersaison**, um die Auslastung zu erhöhen.

Das Marketing sollte sich noch stärker an den Zielgruppen orientieren und die hierfür am besten geeigneten Kanäle nutzen. Gemäss Finanzhilfegesuch an das BLW fliessen gegenwärtig 41 % der Mittel in Messeauftritte, die im Kap. 4.2.7 vorgestellten Studien¹⁵⁹ zeigen jedoch, dass sich mit dieser Marketingmassnahme nur sehr wenige Neukunden gewinnen lassen. Mehr Erfolg verspricht der Kanal Internet.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
16	Marketing	Katalog	Plattform	2009

¹⁵⁹ Cizek et al. 2007: 112, Barth 2007b.

17		Gemeinsamer Internetauftritt		Kurz- mit- telfristig
18		Landkarte	Plattform	2009
19		Werbung im Ausland	Plattform	2009
20		Pauschalangebote	Anbieter, allenfalls koordi- niert durch Plattform	2009
21		Kundenorientiertere Angebo- te	Anbieter, allenfalls koordi- niert durch Plattform	2009

7.3 Ausbildung und Beratung

Bereits heute besteht eine Vielzahl von Beratungs- und (Weiter-)Bildungsangeboten für agrotouristische Anbieter. Diese werden jedoch noch nicht alle im gewünschten Ausmass wahrgenommen und genutzt. Zu bemängeln ist auch eine ungenügende Koordination der verschiedenen Angebote. Die vorgeschlagenen Massnahmen in diesem Bereich umfassen die Stärkung der Ausbildung sowie der Beratung.

7.3.1 Stärkung der Ausbildung

Heute besteht für Landwirte in der Ausbildung die Möglichkeit, ein Wahlmodul über den Agrotourismus zu besuchen. Dieses Modul sollte neu als obligatorisches Modul in die Grundausbildung integriert werden. Zudem erfolgt die Ausbildung heute in erster Linie durch agrarwissenschaftlich geschulte Personen. Ein verstärkter Einbezug von Tourismusfachleuten ist anzustreben.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
22	Agrotourismus in Grundausbildung integrieren	Anpassung der Kursplanung der landwirtschaftlichen Schulen unter Einbezug von Tourismusfachleuten	Landwirtschaftliche Schulen	2009

7.3.2 Stärkung der Beratung

Bei verschiedenen LBBZ können sich die Berater nicht im gewünschten Ausmass dem Agrotourismus widmen. Insbesondere in den kleinen Kantonen haben die Berater ein sehr weites thematisches Spektrum abzudecken. Hier sollte in Erwägung gezogen werden, eine Person anzustellen, welche sich hauptamtlich dem Agrotourismus widmet und für verschiedene benachbarte Kantone tätig ist.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
23	Stärkung der Beratungsangebote	Bündelung der bestehenden Angebote	AGRIDEA, Kantone	
24		AGRIDEA Lindau und Lausanne sollen die gleichen Module anbieten	AGRIDEA	
25		Koordination unter den kantonalen Beratern	Berater Forum Schweiz	
26		Stellenprozente bei der Beratung aufstocken, regionale Zusammenarbeit	Kantone	

Auf Stufe Bund bestehen bereits verschiedene Fördermassnahmen, doch werden diese noch zu wenig in Anspruch genommen, da sie noch zu wenig bekannt sind.

27	Bessere Bekanntmachung der Förderinstrumente	Start einer Kampagne zu Art. 44 SVV und zu Art. 93. 1. C LWG	Kant. Beratung, SBV, SAB	
----	--	--	--------------------------	--

7.4 Auf die Nachfrage bezogene Massnahmen

Eine Reihe von vorgeschlagenen Massnahmen zielt auf die Gäste des Agrotourismus. Hierzu gehören die Angebotsgestaltung mit den Aspekten Labeling, Qualitätssicherung und Klassifikation, die Marktforschung sowie eine gemeinsame Reservationszentrale für alle agrotouristischen Angebote.

7.4.1 Labeling und Signalisation

Die Einführung eines einzigen und einheitlichen Labels ist zu prüfen. Dabei ist zu beachten, dass die einzelnen Anbieterorganisationen teilweise heute schon Labels verwenden. Diese Labels haben jedoch noch keinen besonders grossen Bekanntheitsgrad, und könnten deshalb auch von einem neuen Label abgelöst werden. Unbedingt vermieden werden muss die Verwendung von mehr als einem Label.

Nach der Schaffung eines einheitlichen Labels für agrotouristische Angebote muss eine einheitliche Strassensignalisation geschaffen werden. Damit könnte der Wiedererkennungsfaktor für agrotouristische Angebote gesteigert werden, die Auffindbarkeit der Höfe würde erleichtert und es ergäbe sich ein grösseres Potential für Spontangäste. Um Doppelspurigkeiten zwischen dem Label und der Strassensignalisation zu vermeiden sollte das Label möglichst einfach gestaltet werden und eher die Form eines Piktogramms aufweisen. Ein Beispiel hierfür findet sich in Norwegen (Symbol mit Hahn).

Abbildung 17: Strassenwegweiser in Norwegen (Roter Hahn)



Der rote Hahn vermittelt zwar keinen so unmittelbaren Bezug zum Agrotourismus, wie beispielsweise das Logo von Urlaub am Bauernhof in Österreich, doch wird er bereits in verschiedenen Ländern verwendet (Norwegen, Deutschland, Südtirol). Bei der Einführung eines

Labels für die Schweiz sollte im Auge behalten werden, dass ein europaweites Label wünschenswert ist, und dass sich der rote Hahn dafür eignen kann.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
28	Erkennungswert der agrotouristischen Angebote erhöhen	Gemeinsame Marke, gemeinsames Label	Plattform	Ab 2009
29		Einheitliche Strassensignalsation	Plattform	Ab 2009

Heute bestehen weder ein unabhängiges Qualitätslabel noch eine Klassifikation des agrotouristischen Angebots. Die nicht organisierten Anbieter sind in der Gestaltung ihres Angebots völlig frei, was das Angebot für die Kunden unübersichtlich und intransparent macht. Daher sind sowohl ein Qualitätslabel als auch eine Klassifikation einzuführen. Diese haben aus Kundensicht zu erfolgen. Hier bietet sich der STV als Kooperationspartner an.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
30	Transparente und qualitativ hochstehende Angebote für die Kunden schaffen	Einführung einer obligatorischen Qualitätssicherung	Plattform zusammen mit Anbieterorganisationen	
31		Klassifikation mit Qualitätsstandards festlegen ¹⁶⁰		
32		Bei Baubewilligungsverfahren ist die (spätere) Einhaltung von Qualitätsstandards als Auflage festzuhalten.	Raumplanungsfachstellen	

7.4.2 Marktforschung

Wie auch aus der vorliegenden Studie hervorgeht, ist der Markt für den Agrotourismus in der Schweiz noch nicht besonders gut bekannt. „Ferien auf dem Bauernhof“ führt regelmässige

¹⁶⁰ Hinweise hierzu finden sich beispielsweise in Cottier Mosse 1999, S. 12-34.

Kundenbefragungen durch, darüber hinaus existieren jedoch keine Informationen. Da gute Marktkennntnisse jedoch für die Bearbeitung des Marktes unerlässlich sind, sollte die Durchführung zusätzlicher Studien in Erwägung gezogen werden. Als Partner würde sich evtl. das Institut für öffentliche Dienstleistungen und Tourismus an der Universität St. Gallen eignen.

Die Studien, welche in regelmässigen Zeitabschnitten durchzuführen sind, könnten folgende Themen beinhalten:¹⁶¹

- ausführliche Markt-, Anbieter- und Gästeanalysen,
- Analyse der potentiellen Kunden, d.h. wie lassen sich jene erreichen, welche den Agrotourismus kennen, aber noch nie genutzt haben oder jene, die ihn noch nicht kennen?
- Kundenzufriedenheit,
- Zu erwartende Trends im Tourismus allgemein und deren Bedeutung für den Agrotourismus,
- Vergleich der organisierten mit den nicht organisierten Anbietern, insbesondere hinsichtlich der Unterschiede bei der Auslastung und beim Umsatz. Somit könnten handfeste Argumente geliefert werden für den Beitritt zu einem Verein.

Die Resultate müssten in einer für die aktuellen und zukünftigen Anbieter geeignete Form aufbereitet werden und diesen zugänglich gemacht werden, beispielsweise über die grüne Presse.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
33	Gewinnung besserer Kenntnisse über den Markt	Regelmässige Marktanalysen durchführen lassen	Plattform	Ab 2009

7.4.3 Reservationszentrale

Über die Schaffung einer gemeinsamen Reservationszentrale für alle agrotouristischen Angebote besteht im Moment unter den Beteiligten kein Konsens. Diese Frage sollte wieder aufgegriffen werden, wenn die andern Massnahmen umgesetzt wurden und erste Wirkungen zeigen.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
-----	------------	--------	-----	--------

¹⁶¹ Vgl. hierzu auch Senn 2007, 60.

34	Vereinheitlichung der Anmeldeprozedur für den Gast	Einrichtung einer Reservationszentrale für alle Angebote	Evtl. Plattform als Diskussionsforum	Längerfristig
----	--	--	--------------------------------------	---------------

7.5 Zusammenarbeit

Einige der in der vorliegenden Studie identifizierten Misserfolgskriterien können nur durch die Anbieter selber behoben werden. Im Vordergrund steht die bessere Zusammenarbeit unter den Anbietern einer Region und mit dem Tourismus.

7.5.1 Zusammenarbeit der Anbieter innerhalb einer Region

Kein Anbieter ist alleine in der Lage, das breite Spektrum an agrotouristischen Angeboten abzudecken. Ein Gast, der seine Ferien in einer bestimmten Region verbringt, ist jedoch auf der Suche nach einer möglichst grossen Vielfalt von Besuchungsmöglichkeiten und Events. Deswegen ist die Zusammenarbeit der verschiedenen Anbieter innerhalb einer Region erforderlich. Es macht keinen Sinn, Angebote zu entwickeln, welche sich untereinander konkurrieren. Vielmehr muss darauf geschaut werden, die bestehenden Lücken im Angebot zu identifizieren und durch die Schaffung neuer, innovativer Angebote zu schliessen. Insbesondere sollen Anbieter von Beherbergungsdienstleistungen mit Anbietern zusammenarbeiten, welche keine Übernachtungsmöglichkeiten haben.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
35	Schaffung eines umfassenden und breit diversifizierten Angebots in einer Region ¹⁶²	Zusammenarbeit der verschiedenen Anbieter in einer Region	Anbieter	sofort

7.5.2 Zusammenarbeit mit dem Tourismus

Die Initiative zu den bisherigen Bemühungen um die Förderung des Agrotourismus ging grösstenteils von der Landwirtschaft aus. In Zukunft muss der Tourismus stärker einbezogen

¹⁶² Ein möglicher Ansatz hierzu findet sich in der Arbeit von Elmer et al. 2007.

werden. Der Agrotourismus soll als Ergänzung und nicht als Konkurrenz zum Tourismus verstanden werden.

Nr.	Empfehlung	Aktion	WER	Termin
36	Der Agrotourismus soll als Partner des „breiten“ Tourismus wahrgenommen werden, diesen ergänzen und nicht konkurrenzieren.	Verstärkung der Zusammenarbeit mit Gastrosuisse, Hotelleriesuisse und Schweiz Tourismus	Plattform	
37		Für das Marketing die Internetportale des Tourismus nutzen, nicht diejenigen der Landwirtschaft	Plattform, Anbieter	
38		Zusammenarbeit der Anbieter mit den regionale Tourismusorganisationen	Anbieter	

8 Fazit

Abschliessend werden die wichtigsten Misserfolgskfaktoren und die zu ihrer Behebung vorgeschlagenen Massnahmen gegenüber gestellt.

Die Strukturen des Angebots und der Vermarktung sind sehr zersplittert. *Dieser Punkt kann mit der Schaffung einer Plattform verbessert werden.*

Der Organisationsgrad des Agrotourismus ist in der Romandie höher als in der Deutschschweiz. *Die Plattform sorgt für eine bessere Vernetzung.*

Die Einzelanbieter haben einen hohen Individualismus. *Dieser Missstand wird mit verschiedenen Massnahmen behoben: durch die Einführung obligatorischer Qualitätsstandards, durch die Stärkung der Anbieterorganisationen, womit diese für die Anbieter attraktiver werden sowie durch die bessere Koordination der Bildungsangebote.*

Der Agrotourismus wird von der Politik vernachlässigt. *Die Revision des RPG bietet eine Chance, um den Bereich Paralandwirtschaft neu zu regeln und ihm sowohl in der Raumplanungs- als auch in der Landwirtschaftsgesetzgebung einen höheren Stellenwert zu schaffen. Erforderlich ist eine sorgfältige Begleitung der Gesetzgebungsprozesse auf Stufe Bund und Kantone durch die verantwortlichen Organisationen sowie eine vermehrte Einflussnahme auf kantonaler Ebene.*

Verschiedene Misserfolgskfaktoren betreffen die persönliche Einstellung der Landwirte. *Dieser Punkt ist schwieriger anzugehen, denn es macht sicher keinen Sinn, jemanden zu überzeugen, in den Agrotourismus einzusteigen, der sich nicht dafür eignet. Allenfalls kann ein Durchbruch des Agrotourismus dazu führen, dass sich auch Skeptiker vermehrt mit dieser Option befassen.*

9 Abkürzungsverzeichnis

AGIR	Agence d'information Agricole Romande
AGORA	Association des groupements et organisations romands de l'agriculture
AP	Agrarpolitik
ARE	Bundesamt für Raumentwicklung
Art.	Artikel
BFS	Bundesamt für Statistik
BGBB	Bundesgesetz über das bäuerliche Bodenrecht
BLW	Bundesamt für Landwirtschaft
CHF	Schweizer Franken
CRCTR	Centre romand de compétences du tourisme rural
DLG	Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft
DM	Deutsche Mark
ELER	EU Verordnung 1698/2005 über die Entwicklung des ländlichen Raumes
ETH	Eidgenössische Technische Hochschule
EU	Europäische Union
EUR	Euro
EVD	Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement
FEADER	Europäischer Fonds für die ländliche Entwicklung
FeBa	Verein „Ferien auf dem Bauernhof“
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
INEA	Istituto nazionale per l'economia agraria
LBBZ	Landwirtschaftliche Bildungs- und Beratungszentrale
LWG	Landwirtschaftsgesetz
Mio.	Million(en)
PRE	Projekte für die regionale Entwicklung
REKA	Schweizerische Reisekasse
REG	Raumentwicklungsgesetz
RPG	Raumpланungsgesetz
RPV	Raumpланungsverordnung
SAB	Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB)
SAK	Standardarbeitskräfte
SBV	Schweizerischer Bauernverband
SECO	Staatssekretariat für Wirtschaft
SR	Systematische Sammlung des Schweizer Rechts

STV Schweizer Tourismusverband
SVV Strukturverbesserungsverordnung
UCT Unione Contadini Ticinesi

10 Dank

In erster Linie gebührt der Dank an den Auftraggebern dieser Studie, Frau Nicole Houriet von *tourisme-rural.ch* und Herrn Walter Willener, Direktor von AGORA, für den Auftrag sowie das entgegengebrachte Vertrauen und die gute Zusammenarbeit.

Das Verfassen der vorliegenden Arbeit wäre nicht möglich gewesen ohne die Mithilfe zahlreicher Personen. Ihre profunden Kenntnisse über den Agrotourismus waren eine unverzichtbare Hilfe beim Recherchieren und beim Verfassen von Empfehlungen.

Ein herzlicher Dank geht an alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Workshops, ferner an alle Interviewpartnerinnen und -partner, sowie an alle übrigen Informationen und Informanten. Eine detaillierte Liste findet sich im Kapitel 11.4.

Last but not least möchte ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) danken, für ihre unzähligen Hinweise und Hilfestellungen, welche sie mir beim Verfassen dieser Arbeit Tag für Tag geliefert haben.

11 Quellen

11.1 Veröffentlichte Studien

- Arnold, Klaus und Christian Staudacher (1981): *Urlaub auf dem Bauernhof: eine empirische Untersuchung der Struktur und Entwicklung einer spezifischen Erholungsform und ihrer Auswirkungen auf die Land- und Forstwirtschaft in Niederösterreich*, Wien.
- Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (2004): *Marktanalyse Urlaub auf dem Bauernhof 2002, Kurzfassung*, Freising. Verfügbar unter: http://www.berggebiete.ch/files/pdfs/agrotourismus/Marktanalyse_Urlaub_Bauernhof_2004.pdf, Abrufdatum: 29.02.2008.
- Breien, Tove Raastad (2007): *Norwegian Rural Tourism and Traditional Food. Presentation held at the 3rd European Congress on Rural Tourism*, Eger. Verfügbar unter: <http://www.europeanrtcongress.org/new/breien.ppt>, Abrufdatum: 03.03.2008.
- Bundesamt für Statistik (2004): *Einblicke in die Schweizerische Landwirtschaft – Ausgabe 2004*, Neuchâtel. Verfügbar unter: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/07/22/publ.Document.63255.pdf>, Abrufdatum: 31.03.2008.
- Bundesamt für Statistik (2007a): *Panorama Nr. 10: Tourismus*, Neuchâtel, Verfügbar unter: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/10/01/pan.parsys.0002.downloadList.00021.DownloadFile.tmp/panorama10.pdf>, Abrufdatum: 11.03.2008.
- Bundesamt für Statistik (2007b): *Nebentätigkeiten von bäuerlichen Familien in der Schweiz 2005*, Neuchâtel. Verfügbar unter: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/07/22/publ.Document.102536.pdf>, Abrufdatum: 31.03.2008.
- Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (2001): *2. Europäisches Forum für den Landtourismus, Landwirtschaft und Tourismus, Partner oder Konkurrenten?* Bonn.
- Cizek, Brigitte, Rudolf Schipfer (2007): *Urlaub am Bauernhof aus der Sicht von Gästen und Anbietern*, Wien. Verfügbar unter: http://www.berggebiete.ch/files/pdfs/agrotourismus/Urlaub_Bauernhof_Sicht_Gaeste_und_Anbieter.pdf, Abrufdatum: 29.02.2008.

- Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement (2006): *Bericht über die Ergebnisse der Vernehmlassung zur Weiterentwicklung der Agrarpolitik (Agrarpolitik 2011)*, Bern. Verfügbar unter:
http://www.admin.ch/ch/d/gg/pc/documents/1274/Ergebnisbericht_d.pdf,
Abrufdatum 17.06.2008.
- Elmer, Doris, Miriam Nydegger, Max Porstmann (2007): *Natur-Spiel-Kultur – Gantrisch Aktiv, Agrotourismus im Naturpark Gantrisch*, Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften Wädenswil. Verfügbar unter:
http://www.gantrisch.ch/cms/uploads/media/RegionGantrisch_Agrotour_0711_Z_HAW.pdf, Abrufdatum: 24.06.2008.
- Flury, Christian (2007): *Agrotourismus: Strategie für die Entwicklung des ländlichen Raumes?* Verfügbar unter:
<http://www.berggebiete.ch/fachbeitraege/agrotourismus/>, Abrufdatum:
26.02.2008.
- Gattermayr, Fritz (2006): *Landwirtschaft und Tourismus*. In: I. Darnhofer, C. Walla und H.K. Wytzens (Hrsg.). *Alternative Strategien für die Landwirtschaft*. Wien, S. 51-61. Verfügbar unter:
http://www.wiso.boku.ac.at/fileadmin//H73/H733/pub/BWL_allgemein/05_Gattermayr_Urlaub.pdf, Abrufdatum: 27.02.2008.
- Gottlieb Duttweiler Institut (2006): *Die Zukunft des Ferienreisens – Trendstudie*. Rüslikon.
- Grimm, Bente, Imke Meinken, Karen Winkler, Kai Zieseimer (2006): *Urlaub auf dem Bauernhof / Urlaub auf dem Lande, Studie für das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz auf der Basis der Reiseanalyse RA 2006*, Kiel. Verfügbar unter:
<http://www.berggebiete.ch/files/pdfs/agrotourismus/Studie-UrlaubBauernhof.pdf>,
Abrufdatum: 03.03.2008.
- Imboden, Olivier (2001): *Der Agrotourismus in der Schweiz und seine Produktdifferenzierung, eine volkswirtschaftliche Begriffsklärung, Gesamtanalyse und Zukunftsentwicklung eines strukturpolitisch induzierten Tourismusfeldes*, Lizentiatsarbeit, Universität Bern.
- Imboden, Olivier (2002): *Kurzbericht Agrotourismus in der Schweiz*, AGRARForschung 9 (5): 227-229.
- Istituto Nazionale per l'Economia Agraria (INEA) (2001): *Lo sviluppo rurale, turismo rurale, agriturismo, prodotti agroalimentari. Quaderno informativo n.4 IIa edizione aggiornata*, Roma. Verfügbar unter:
<http://www.inea.it/Reteleader/pubblica/quaderni/quaderno4-2.pdf>, Abrufdatum:
28.02.2008.
- Lane, Bernard (1994): *What is rural tourism?* In: *The Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 2, Nos 1&2, 7-21.

- Mayer, Evelyn, Tim Obermowe, Jörg Juister, Dennis Otten (2007): *Urlaub auf dem Bauernhof, Entwicklungsperspektiven für Urlaubsanbieter*, Göttingen. Verfügbar unter: http://www.uni-goettingen.de/de/document/download/e77e43437f7b4cf9fe5fda88110707db.pdf/Case_Study_UadB_allgemein.pdf, Abrufdatum: 27.02.2008.
- Perret, Jacques et Emmanuelle Marcelpoil (2001): *L'agritourisme en 2001, la diversité des territoires et des acteurs: entre témoignage et commerce*. Cemagref, Paris. Verfügbar unter: <http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/agritourisme2001-1.pdf>, Abrufdatum 10.03.2008.
- Repubblica Italiana (2007): *Statistica agraria*, Roma. Teil A grotourismus verfügbar unter: <http://www.inea.it/pdf/itaconta2007/multifunzionalita.pdf>, Abrufdatum: 28.02.2008.
- Republik Österreich (2006): *Agrarstrukturerhebung 2005, Betriebsstruktur*, Wien. Verfügbar unter: http://www.statistik.at/web_de/static/agrarstrukturerhebung_2005_stichprobe_021894.pdf, Abrufdatum 03.03.2008.
- Rothenbacher, Susanne et Tanja Keller (2006): *Bergbauern und Tourismus*. Verfügbar unter: http://www.berggebiete.ch//files/files/pdfs/agrotourismus/Diplarbeit_BergbauernTourismus_k.pdf, Abrufdatum: 25.02.2008.
- Schweizer Tourismus-Verband (2008): *Schweizer Tourismus in Zahlen 2007*. Verfügbar unter: www.swisstourfed.ch/art/Def_version_deutsch.pdf, Abrufdatum: 26.02.2008.
- Senn, Hansueli (2007): *Agrotourismus in der Schweiz, Analyse des Angebots und der Nachfrage des Übernachtungstourismus auf landwirtschaftlichen Betrieben*, Zollikofen. Verfügbar unter: http://www.strohhotel-senn.ch/Diplomarbeit_Agrotourismus_in_der_Schweiz.pdf, Abrufdatum: 03.03.2008.
- Sidali, Katia, Holger Schulze, Achim Spiller (2007): *Erfolgsfaktoren von Urlaub auf dem Bauernhof*, Göttingen. Verfügbar unter: http://www.uni-goettingen.de/de/document/download/4065adf7d123d6bbea180f49516e274d.pdf/Workshop_Presentation_Sidali_Schulze_Spiller_Anbieter.pdf, Abrufdatum: 27.02.2008.
- Siegrist, Dominik (2006): *Naturnaher Tourismus in der Schweiz, Angebot, Nachfrage und Erfolgsfaktoren*, Forschungsstelle für Freizeit, Tourismus und Landschaft, Hochschule für Technik Rapperswil FTL-HSR. Verfügbar unter: http://www.fl.hsr.ch/text/publikationen/Naturnaher_Tourismus.pdf, Abrufdatum: 16.06.2008.

Siegrist, Dominik, Matthias Stremlo, Alfred Wittwer (2007): *Natürlich naturnaher Tourismus. In der Nische erfolgreich. Grundlagenbericht*. Verfügbar unter <http://www.news-service.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/9475.pdf>, Abrufdatum: 03.03.2008.

Statistisches Bundesamt (1999): *Landwirtschaftszählung 1999*, Stuttgart.

11.2 Unveröffentlichte Studien, Geschäftsberichte etc.

Agroscope Reckenholz-Tänikon (2008): *Zentrale Auswertung von Buchhaltungsdaten, Rohleistung Paralandwirtschaft und verschiedene Rohleistungen (Referenzbetriebe)*, Tänikon.

Blanc, Sophie (1999): *Le tourisme rural en Suisse à l'aube de l'an 2000: Organisation et stratégies pour le développement du tourisme rural*, HEG Neuchâtel.

Blanc, Sophie (2000): *Tourisme rural et organismes agricoles romands: étude d'opportunité pour la création d'une entité romande*, Agora Lausanne.

Buser, Peter (2004): *Agrotourismus im Vergleich Schweiz – Südtirol*, Bundesamt für Raumentwicklung, Bern.

Centre romand de compétences du tourisme rural (2007): *Rapport final*, Lausanne.

Chételat, Thierry (2002): *L'agritourisme comme potentiel de diversification agricole*, mémoire de licence, institut de géographie, Université de Neuchâtel.

Cottier Mosse, Véronique (1999): *Entwicklung des Agrotourismus*, Landwirtschaftliche Beratungszentrale Lindau.

Egger, Thomas (2007): *Die Bedeutung des Tourismus für die Region, Stärken und Schwächen des Agrotourismus, Zusammenarbeitsmöglichkeiten, Veränderungen / Trends*, PowerPoint Dokument, Bern.

Embacher, Hans (2008): *Bundesverband Urlaub am Bauernhof 2007, Entwicklungen und Aktivitäten*, Salzburg.

Herrchen, Christoph (1999): *L'agritourisme au Tessin, situation actuelle et perspectives de développement*, Mémoire de licence, Institut de Géographie, Université de Lausanne.

Kindlimann, Andreas (2007): *Schweizer Agrotourismus im Vergleich zum Ausland*, Diplomarbeit, Höhere Fachschule in Agrarwirtschaft, Lindau (ZH).

Mesplou, Pauline (1992): *Le tourisme rural: état de la question en Suisse aujourd'hui d'après une comparaison entre les cantons de Vaud, Berne, le Tyrol autrichien et la Haute-Savoie*, travail de semestre ETH, Zürich.

- Nicod, Pascale (1999a): *Organisation et financement du tourisme rural: quel modèle pour la Suisse?* Travail de diplôme, Faculte de Géographie, Histoire de l' Art et Tourisme, Université Lumière Lyon 2.
- Nicod, Pascale (1999b): *La politique marketing des gîtes de France*, Faculte de Géographie, Histoire de l' Art et Tourisme, Université Lumière Lyon 2.
- Petite, Geneviève et Micheline Aubry (2002): *Mise en place d'un observatoire du tourisme rural en Suisse romande*, Centre romand de compétences du tourisme rural, Service Romand de Vulgarisation Agricole, Lausanne.
- Provincia Autonoma di Bolzano (2007): *Valutazione intermedia indipendente del Piano di Sviluppo Rurale 2000-2006 Rapporto di Valutazione ex post Allegati*, Bolzano.
- Rainer, Petra (2006): *Alternativurlaub auf dem Bauernhof in Südtirol, Qualitätskriterien und Zukunftsvisionen der bäuerlichen Erlebniswelt*, Diplomarbeit, Landeshotelfachschule Meran:

11.3 Internetseiten

11.3.1 Anbietervereinigungen

Ferien auf dem Bauernhof: www.bauernhof-ferien.ch.

Schlaf im Stroh! /Aventure sur la paille: www.abenteuer-stroh.ch.

Tourisme-rural.ch: www.tourisme-rural.ch, www.laendlicher-tourismus.ch,
www.turismo-rurale.ch, www.rural-tourism.ch.

Bioterra: http://www.bioterra.ch/ferien/f_ferien.html.

Gîtes de Suisse: www.gitesdesuisse.ch.

Bed & Breakfast Switzerland: www.bnb.ch.

www.trekkingland.ch.

Rund um Bern: www.rundumbern.ch.

Préalpes sans frontière: www.prealpes-sans-frontiere.ch, www.voralpen-ohne-grenzen.ch.

Verein Landimpuls: www.landimpuls.ch.

www.strohhotel.com und www.heuhotel.com.

www.bodensee-heuhotels.de

Wasser und Brot: www.wasserundbrot.ch.

www.strohtouren.ch.

www.strohtour.ch.

Center Capricorns: www.capricorns.ch

Val d'Hérens:

http://www.sempachersee-tourismus.ch/pdf/erlebnis_bauernhof.pdf

11.3.2 Tourismusbüros

Tourismus Graubünden: www.graubuenden.ch.

Watch Valley: www.watchvalley.ch.

11.3.3 Kantonale Behörden

Amt für Landwirtschaft des Kantons Nidwalden: www.landwirtschaft.nw.ch

11.4 Mündliche Quellen

11.4.1 Zur Prüfung der Hypothesen befragte Interviewpartnerinnen und -partner

Anbieterinnen und Anbieter

Frau Vreni Gisler-Arnold, Spiringen UR, 25.03.08,

Herr Stefan Moser, Goldiwil BE, 25.03.08,

Frau Susanne Renggli, Oberwil-Lieli AG, 27.03.08,

Frau Gaby Rösti, Kandersteg BE, 01.04.08,

Herr Emanuel Schmid, Cortébert BE, 26.03.08,

Frau von Pius Schmid, Flühli LU, 25.03.08,

Frau Annelies Ulrich, Alterswil FR, 01.04.08.

Landwirtschaftliche Beraterinnen und Berater

Frau Irmgard Hemmerlein, AGRIDEA Lindau, 19.03.08 und diverse andere Gespräche,

Herr Martin Jutzeler, Inforama Hondrich BE, 26.03.08,

Frau Heidi Kohler, LBBZ Plantahof GR, 01.04.08,

Herr Thomas Ziegler, Bauernschule Uri, Seedorf, 19.03.08.

Nationale Plattform für Agrotourismus

Herr Hanspeter Flückiger, Agroimpuls, SBV, 28.03.08, 31.03.08.

11.4.2 Teilnehmerinnen und Teilnehmer am Workshop vom 16. Juni 2008

Walter Willener, Direktor AGORA, Auftraggeber der Studie

Thomas Egger, Direktor der SAB

Geneviève Favre, Wissenschaftliche Mitarbeiterin der SAB,

Marsilio Passaglia, Praktikant bei der SAB, Moderation,

Rita Barth, Präsidentin von „Ferien auf dem Bauernhof“,

Susanne Ming, Präsidentin von „Schlaf im Stroh ! / Aventure sur la paille“,

Nicole Houriet, tourisme-rural.ch,

Julia Zuberbühler, Schweizerischer Bauernverband,

Samuel Brunner, Bundesamt für Landwirtschaft,

Thomas Maier, Bundesamt für Landwirtschaft,

Irmgard Hemmerlein, AGRIDEA Lindau,

Michèle Zufferey, AGRIDEA Lausanne,

Yvonne Zemp, LBBZ Hohenrain LU,

Martin Jutzeler, Inforama Hondrich BE,

Christian Zumbühl, Inforama Langenthal

Pauline Gigandet, Fondation Rurale Intérrjurassienne,

Rainer Dipper, Landwirtschaftsamt Kt. Nidwalden,

Anita Tomaszewka, Unione Contadini Ticinesi,

Barbara Romano, Unione Contadini Ticinesi,

Urs Indergand, Amt für Raumplanung des Kantons Obwalden,

Mila Trombitas, Schweizer Tourismus Verband.

11.4.3 Weitere Informantinnen und Informanten

Schweiz

Herr Bernard Beuret, Chef du service de l'économie rurale du Canton du Jura, 14.03.08.

Herr Josef Blum, Abteilungsleiter Landwirtschaft des Kantons Luzern, 10.03.08.

Herr Samuel Brunner, Sektion Hochbau, Start- und Betriebshilfe, Bundesamt für Landwirtschaft, 11.04.08.

Herr Florian Keller, Bundesamt für Statistik, 01.04.08.

Herr Giordano Motta, Ufficio dei miglioramenti strutturali, sezione dell'agricoltura, Cantone Ticino. 26.02.08.

Herr Gustav Munz, Sektion Hochbau, Start- und Betriebshilfe, Bundesamt für Landwirtschaft, 19.03.08.

Herr Michele Piffaretti, Unione Contadini Ticinesi, 12.03.08.

Frau Anita Tomaszewka, Mitarbeiterin Bereich Agrotourismus, Unione Contadini Ticinesi. 05.03.08.

Frankreich

Herr François Lefebvre, CNASEA, 10.03.08.

Frau Isabelle Aslahe, Chambre de l'Agriculture de la Somme, Amiens, 06.06.08.

Österreich

Frau MR Mag. Walburga Einicher, Abteilungsleiterin Tourismus-Förderungen, Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, 11.04.08

Herr Mag. Hans Embacher, Geschäftsführer von Urlaub am Bauernhof Österreich, 28.03.08 und 01.04.08.

Frau MR Dr. Gertraud Pichler, Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Wien, 16.05.08.

Autonome Provinz Südtirol

Herr Claudio Sordini, Amt für EU-Strukturfonds in der Landwirtschaft der autonomen Provinz Bozen, 06.03.2008.

Deutschland

Frau Angela Rosenauer, Referat 523, Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, 31.03.08,

Frau Sabine Hoitz, Redaktion "Raus aufs Land/Raus in die Berge", Zentrale für den Landurlaub, Bonn. 05.03.08,

Frau Elke Boggasch, Arbeitsgemeinschaft Urlaub & Freizeit auf dem Lande e.V., Verden, 20.05.08.

Italien

Frau Raffaella Di Napoli, Istituto Nazionale per l'Economia Agraria, Roma. 06.03.08.

Anhang

A 1 Zusammenstellung agrotouristischer Angebote

Neben der Beherbergung von Gästen existieren unzählige weitere Angebote, welche ebenfalls zum Agrotourismus zu zählen sind. Im Folgenden wird versucht, diese Angebote zu systematisieren und mit Beispielen zu illustrieren. Angesichts der grossen Vielfalt ist keine abschliessende Aufzählung möglich.

Unterkunft

- Jurte, <http://erlebniswelt.liliput.ch/ausflug.aspx?Id=361>,
- Ferien auf der Alp, Brecca FR, http://www.myswitzerland.com/html/offer-About_Nature-All_Inputs-41552.html
-

Direktvermarktung

Ferien auf dem Bauernhof eröffnet der Direktvermarktung neue Märkte, Zitat von Peter Baumann, Lohn GR, http://www.schweizerbauer.ch/htmls/artikel_7036.html,

- Gefüllter Kühlschrank: Hauslieferung von Produkten vom Bauernhof direkt in die Ferienwohnung vor Ankunft der Gäste, Vielfalt der Produkte möglich durch Zusammenarbeit verschiedener Bauern, www.amarenda.ch

Bewirtung

- Hochzeiten, Geburtstage, www.erlebnishof.ch,
- Brunch, www.schuler-ueberwurf.ch,

Wellness

- Whirlpool, www.schafmatthof.ch,
- Molkebad, www.molkenbad.ch,
- Biomilchschaumbad, www.molkenbad.ch,
- Sauna, www.nordic-wellness.ch,

- Yogakurse, Prisca Oechslin, Bisisthal,
- Kneippen, Anna-Katharina Schwab, Niederösch,
http://www.bauernzeitung.ch/file/07_08_BZG_3003_Kneipp.pdf

Tiere

- Lamatrekking, www.lamatrek.ch,
- Aufzucht von Yaks, www.yaks.ch,
- Ziegen melken: Familie Würsch-Wydler, Büren NW,
- Fishing on the Farm in Römerswil, <http://www.fishing-on-the-farm.ch/>.

Pädagogik

- Schule auf dem Bauernhof, www.schub.ch,

Naturkundliche Exkursionen

- Geführter Rundgang zu Flora und Fauna, www.ferienhof.ch,
- Wild beobachten, Familie von Büren-Barmettler Wiesenberg NW.

Events

- Maislabyrinth, <http://www.maislabyrinth-wangs.ch>

Kurse

www.naturena.ch