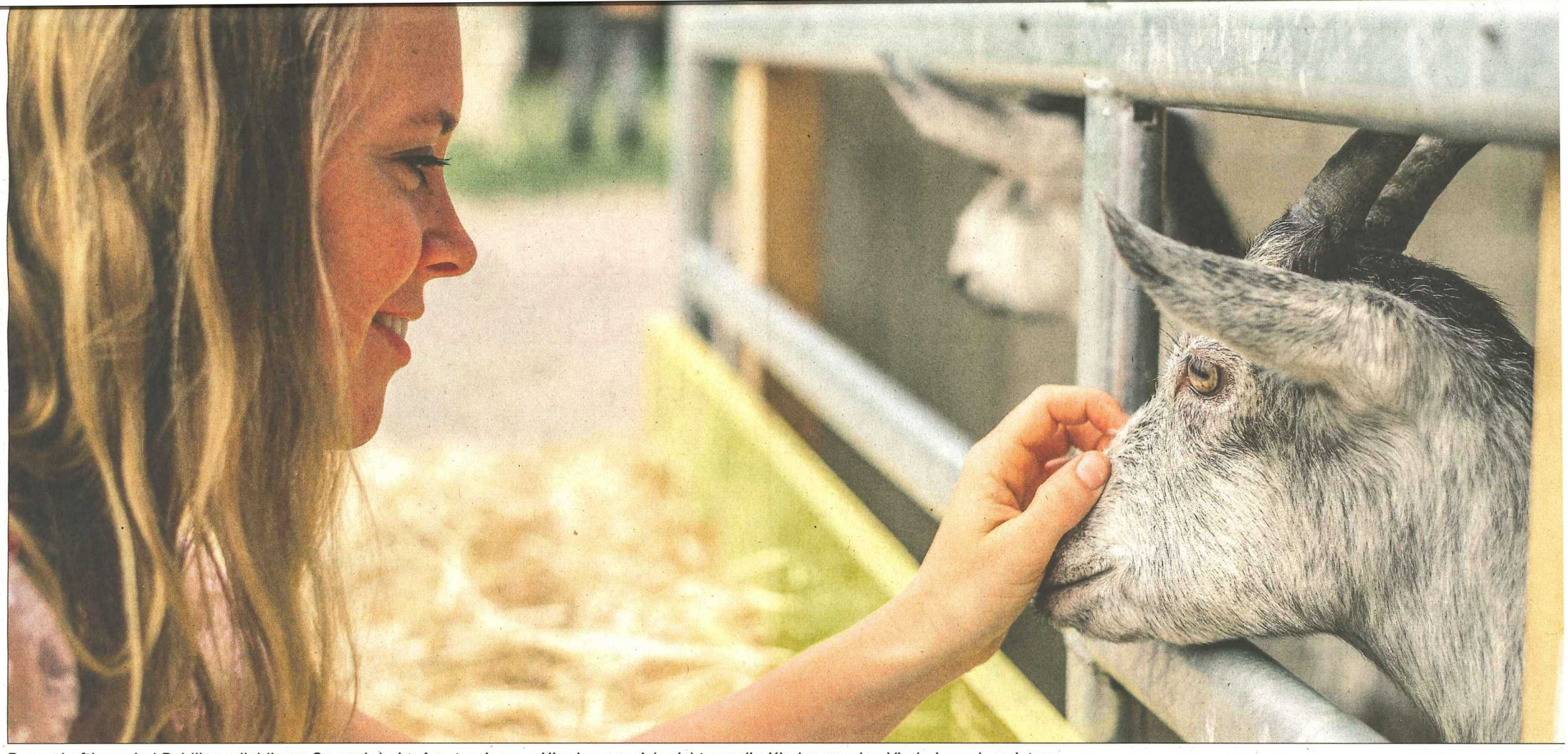

Bauernhoftiere sind Publikumslieblinge: So auch beim Agrotourismus. Hier lassen sich nicht nur die Kinder von den Vierbeinern begeistern. (Bild BauZ

Erlebnisse für Kopf und Herz verkaufen

Agrotourismus / Die Voraussetzungen für erholsame Ferien sind auf vielen Bauernhöfen gegeben. Trotzdem braucht es einige Überlegungen im Voraus.

ZOLLIKOFEN Die Welt ist schnell geworden. Der moderne Mensch ist immer erreichbar, immer informiert, immer präsent. Unter dieser Dauerbelastung muss er sich eine Auszeit suchen. Wo kann man besser ausspannen als im Grünen? Denn eines ist klar: Der Rhythmus auf einem Landwirtschaftsbetrieb, die Ruhe und das Archaische zeigen einem Menschen wieder auf, was wirkliches Leben bedeutet.

Potenzial vorhanden

Ferien werden für den Menschen immer wichtiger. Er gibt dafür auch immer mehr Geld aus. Als Trend im Tourismus ist die Suche nach Entschleunigung, Authentizität, Nachhaltigkeit und Gesundheit festzustellen. Die Gäste werden auch immer preissensitiver und sind mobil unterwegs. Dies bedeutet, dass der Anbieter schnell und flexibel auf Anfragen eingehen muss und dass die Preispolitik einfach und klar ersichtlich sein muss. Die Organisation «Schweiz Tourismus» hat ausserdem das Ziel, die Schweiz im Ausland für gutes Essen und Gesundheit, Farben, Kulinarik, Brauchtum und Soft Outdoor (Wandern) zu positionieren. Die Landwirtschaft erfüllt viele dieser beobachteten Tourismustrends. Es bietet sich hier die Möglichkeit für Landwirtschaftsbetriebe, auf diesen Zug aufspringen und das Potenzial auszuschöpfen.

Kopf und Herz erreichen

Die Kundenbindung ist dabei ein wichtiger Erfolgsfaktor im Agrotourismus. Wenn der Gastwirt also Kopf, Herz und Hand des Gastes erreichen kann, hat er schon viel für seine Kundenbindung getan. Es ist jedoch eine Tatsache, dass viele Menschen keine Beziehung zur Landschaft und noch weniger zur Landwirtschaft haben. Und doch gibt der Anblick einer schönen Landschaft dem Gemüt viel Gutes. Schöne Landschaften, verbunden mit Erinnerungen, sind nicht umsonst beliebte Fotosujets. Der Gastwirt kann dem Kunden helfen, eine bedeutungsvolle Beziehung zur Landschaft aufzubauen, ihm diese näherbringen und auch als Interpret agieren.

Mit Gast beschäftigen

Sebastian Bellwald, CEO der Planval AG, welche sich für die Vernetzung von Stadt und Land engagiert, sagte an einer Agrotourismus-Veranstaltung: «Der Gast muss – wenn er wieder zu Hause ist – bei einer Routinearbeit an uns zurückdenken. Er muss sich fragen: Wie macht das Bäuerin A schon wieder oder wie wohl Landwirt B?» Um dies als Gastwirt zu erreichen, muss er sich mit seinen Gästen beschäftigen und wissen, wie deren Leben zu Hause aussieht. So sollte er sich etwa fragen: «Was macht unseren Gast betroffen?», «An was hat er Freude?», «Kennt er den Geruch der Erde oder den Geschmack von Milch direkt von der Kuh?» und «Hat er schon mal die Luft in den frühen Morgenstunden auf dem Land gerochen?» «Weiss er, wie man Brot bäckt oder Joghurt macht?»

Werte aufleben lassen

In der Idylle der Schweizer Landschaft ist es möglich, dass der Gast Ehrfurcht und Verständnis für die Natur, die Tiere und die Landwirtschaft erhält. Wenn der Gast gar auf dem Betrieb mitarbeitet, gebraucht er seine Hände. Der Gastwirt gibt ihm damit die Möglichkeit eines Erlebnisses, wie er es zu Hause nicht haben kann. Die Teilnahme am Arbeits- und allenfalls am Familienleben kann Augen öffnen. Damit kann der Gastgeber das Herz des Gastes erreichen. Werte kommen zum Vorschein, die im Leben des Gastes verloren gingen und die er gerne wieder aufleben lassen möchte.

Angebote abgelten

So sind viele Gäste fasziniert vom strukturierten Tagesablauf auf einem Landwirtschaftsbetrieb und sind erstaunt, dass die ganze Familie am Tisch gemeinsam, miteinander sprechend, eine selbstgekochte Mahlzeit einnimmt. Etwas äusserst Selbstverständliches für die Gastgeberfamilie, aber nichts Alltägliches in der Aussenwelt. Natürlich dürfen diese Erlebnisse nicht gratis sein. Dies sind Angebote, die klar deklariert und über einen Preis abgegolten werden. Auch muss die Bauernfamilie darauf achten, dass ihr Familienleben nicht zu kurz kommt. Es ist zu empfehlen, nicht alle Wochentage den Gästen zur Verfügung zu stellen und innerhalb des Tages Zeiten zu deklarieren, die nur der Familie gehören. Einblicke in das Leben einer Bauernfamilie sind somit nicht nur Werbung für die Landwirtschaft, sondern eben auch Kundenbindung.

Martina Dietrich,
Beratung,
Inforama Berner Oberland

Weitere Informationen:
www.inforama.ch

Kurse am Inforama

Das Inforama bietet in den kommenden Wochen folgende Kurse zum Thema Agrotourismus an: «In sieben Schritten zum Hotel Bauernhof» – Wer gerne mehr über die Beherbergung in der Landwirtschaft erfahren möchte, für den eignet sich dieser ganztägige Kurs, welcher vom Inforama Berner Oberland am 4. März angeboten wird. Am 18. März findet dann der Folgekurs «Preiskalkulation im Agrotourismus» statt, wo aktiv gerechnet wird, ob dieser Betriebszweig Agrotourismus auch Geld abwerfen wird. Interessierte können sich über das Kurssekretariat am Inforama Waldhof, Tel. 031 636 42 40 oder über www.inforama.ch anmelden. *pd*

Was ist gefragt?

Potenzial für Ferien auf dem Bauernhof besteht. Jedoch nicht auf jedem Betrieb. Dafür müssen auch einige betriebliche Anforderungen erfüllt sein:

1. Zeit für Gäste: Wer sich nur aus einer finanziellen Notlage für den Agrotourismus entscheidet, aber mit der Arbeitsbelastung bereits am Anschlag ist, der sollte es besser sein lassen.
2. Kontaktfreudigkeit: Gäste führen gerne Gespräche über die Landwirtschaft und interessieren sich für das bäuerliche Leben. Es muss Bereitschaft bestehen, die Aussenwelt zu empfangen und mit ihr Zeit zu verbringen (diese Zeit kann auch entlohnt werden durch buchbare Hofführungen).
3. Komfort der sanitären Einrichtungen: Diese müssen zeitgemäss, sauber und komfortabel sein. Gäste schätzen es, wenn das Gästezimmer oder die Ferienwohnung mit eigener sanitärer Infrastruktur ausgestattet ist.
4. Tiere auf dem Hof: Für viele Gäste, vor allem wenn Kinder dabei sind, sind Tiere ein wichtiger Erfolgsfaktor.

Diese Aufzählung ist nicht abschliessend. Je nach Kundensegment sind die Ansprüche an Räumlichkeiten und Betrieb verschieden. *pd*

Was verlangt das Gesetz?

Betriebe, welche Agrotourismus anbieten möchten, müssen auch gesetzliche Anforderungen erfüllen. Folgende Vorschriften bestehen:

Raumplanung: Zonenkonformität. Da in der Landwirtschaftszone nur Landwirtschaft betrieben werden darf, muss eine Umnutzungsbewilligung angefordert werden. Eine Umnutzung wird bewilligt, wenn der Betrieb nach dem Bundesgesetz für bäuerliches Bodenrecht BGBB ein Gewerbe darstellt. Es darf jedoch für die Gäste keine Kochgelegenheit geben (wie in Ferienwohnungen), sondern es muss den Charakter eines Bed & Breakfast (B&B) aufweisen. Die Umnutzung wird ebenfalls im Grundbuch vermerkt.

Betriebsbewilligung/Wirteprüfung: Ob eine Betriebsbewilligung oder eine Wirteprüfung notwendig sein wird, ist abhängig davon, wie viele Betten angeboten werden, ob das Morgenessen nur hingestellt wird (ohne Service) oder ob zusätzliche Mittagessen und/oder Abendessen serviert werden. Hier ist es empfehlenswert, eine Voranfrage mit Konzept an das zuständige Regierungsstatthalteramt zu stellen.

Hygieneverordnung: Sobald Lebensmittel auf dem Betrieb angeboten werden, müssen diese den Regeln von Lebensmittelverordnung und -gesetz entsprechen. Ein Landwirtschaftsbetrieb kann die Selbstkontrolle durchführen und sich beim kantonalen Lebensmittelin-spektorat anmelden.

Feuerpolizei: Die nötigen Brandschutzvorrichtungen müssen vorhanden sein.

Unfallschutz: Die Gäste auf dem Betrieb erkennen Gefahren nicht. Deshalb empfiehlt es sich, den Betrieb entsprechend dem Standard der Beratungsstelle für Unfallverhütung in der Landwirtschaft BUL abzusichern.

Kurtaxe/Beherbergungsabgabe: Diese muss auch von Betrieben mit Agrotourismus entrichtet werden. *pd*