

Agrotourismus im Aufwind

Unter dem Titel «Agrotourismus – das besondere Erlebnis» organisierte das Landwirtschaftlichen Bildungs- und Beratungszentrums Plantahof eine gut besuchte Tagung für Bauern und Touristiker. Das Ziel der Tagung war, neue Ideen und Impulse für den Agrotourismus in Graubünden zu liefern. Angebote wie «Ferien auf dem Bauernhof», «Schlaf im Stroh», «Brunch auf der Tenne» etc. neu zu positionieren, ist einen Versuch wert. Denn eines steht fest: Agrotourismus ist ein grosses Thema in den Medien.

Insbesondere fehlt es nicht an Hinweisen auf den Erfolg von Agrotourismus im nahen Ausland. Tirol, Allgäu und Südtirol sind gern genannte Beispiele. Das Ferienland Graubünden ist allseits beliebt, aber wo stehen die Bauern mit ihren Angeboten? Wieso können sie nicht einen grösseren Teil des Tourismuskuchens für sich in Anspruch nehmen?

Es gibt klare Gründe, warum die Schweiz im Vergleich zum Südtirol bezüglich Agrotourismus ins Hintertreffen geraten ist. Die Bedingungen für die Entwicklung der Landwirtschaft und des Tourismus waren in diesen Ländern vollkommen verschieden. In der Schweiz hatte die Förderung einer professionellen Landwirtschaft erste Priorität. Die Bauernbetriebe sind stark gewachsen und die Investitionen in Ökonomiegebäude und Maschinen waren beträchtlich. Da blieb



CURDIN
FOPPA

wenig Zeit und Kapital für den Agrotourismus.

Im Südtirol hingegen hat der Staat den Urlaub auf dem Bauernhof von Beginn an unterstützt mit dem Resultat, dass heute die Gästebeherbergung auf vielen Höfen bedeutend wichtiger ist als die oft im Nebenerwerb geführte Landwirtschaft. Die strengen Vorschriften der Raumordnung, die bei uns eine solche

Entwicklung verunmöglichen, kennt das Südtirol nicht. Ein fairer Vergleich des Agrotourismus in Südtirol und in Graubünden sollte diesen Umständen Rechnung tragen.

Das alles ist Geschichte und kein Grund zur Resignation. Wir wollen auch nicht das Südtiroler Modell kopieren. Aber etwas intensiver sollten wir das Feld «Agrotourismus» schon beackern. Die Zeichen stehen nicht schlecht. Tourismusexperten sprechen gar von einem Trend zu naturnahen Ferienerlebnissen. Dass dieser Trend durch die Finanz- und Wirtschaftskrise noch verstärkt wird, ist nachvollziehbar. Der Bauernhof hat wohl die beste Voraussetzung, das Naturerlebnis echt und authentisch anzubieten. Dabei ist es zweitrangig, ob das im Alleingang oder im Verbund mit anderen Ferienanbietern geschieht. Wichtig ist, dass neue Chancen erkannt und umgesetzt werden.

Curdin Foppa, Leiter Beratung und Weiterbildung LBBZ Plantahof

«Ich wehre mich gegen die Behauptung, die Bündner Bauern seien weniger gastfreundlich als die andern»

Edy Walser hat sich im Anschluss an die Fachtagung «Agrotourismus – das besondere Erlebnis» mit Michael Caflisch vom Amt für Wirtschaft und Tourismus unterhalten.

Bündner Bauer: In Ihren Ausführungen zur Tourismusreform haben Sie die Bemerkung fallen lassen, jeder soll das tun, was er am besten kann. Was heisst das für den Kanton?

Michael Caflisch, Amt für Wirtschaft und Tourismus: Unser Reformprojekt, welches im Jahr 2006 lanciert wurde, heisst «Wettbewerbsfähige Strukturen und Aufgabenteilung im Bündner Tourismus». Aufgabenteilung bedeutet, dass zwischen den verschiedenen Leistungsträgern, den Tourismusorganisationen, Graubünden Ferien usw. geklärt werden soll, wer sich um welche Aufgaben kümmert. Ein lokal tätiger Kurverein soll sich als Gastgeber um die Gästebetreuung kümmern, gute Ortsführungen und Gästeprogramme anbieten, das lokale Kulturgut vermitteln usw. Hingegen soll er keine eigenen Prospekte drucken, keine Homepage betreiben oder gar aktiv Werbung machen. Dazu fehlen schlicht die Mittel, die fachlichen Fähigkeiten und die genügende Schlagkraft auf dem Markt. Für solche Aufgaben sind professionell betriebene regionale Tourismusorganisationen und Destinationsmanagement-Organisationen präde-

stiniert. Es gilt systematisch Doppelspurigkeiten zu vermeiden und Synergien zu nutzen.

Mit der Entwicklung innovativer Produkte sollen neue Gäste für den Tourismuskanton Graubünden gewonnen werden. Heisst das, das Rad muss neu erfunden werden? Was sind für Sie innovative Produkte?

MC: Das Rad muss nicht neu erfunden werden. In Graubünden gibt es viele sehr attraktive Angebote, insbesondere auch aus dem natur- und kulturnahen Bereich. Die Frage ist nur, ob diese Angebote genügend sichtbar und für den Kunden erreichbar/buchbar sind? Innovative Produkte sind solche, welche für den Gast neu, attraktiv und begehrenswert sind. Wenn der Gast bereit ist, dafür auch einen angemessenen Preis zu bezahlen, dann entsteht touristische Wertschöpfung. Die Herausforderung liegt darin, aus den vielen Ideen, brachliegenden Angeboten und Leistungen ein touristisches Produkt zu kreieren, welches kommuniziert werden kann und vom Markt nachgefragt wird. Neue Gäste sollen nach Graubünden reisen, weil sie hier etwas vorfinden, was sie noch nicht kennen oder in dieser Form gesucht haben. Innovation hat auch mit der Fähigkeit zu tun, Bedürfnisse und Wünsche der Gäste zu erkennen und ihnen eine Antwort darauf zu geben.

Besteht nicht die Gefahr, dass die so genannt innovativen Produkte dann auf der Strecke bleiben? Und Aufwand und Ertrag in keinem vernünftigen Verhältnis sind. Sie haben doch gesagt, auch bei der Tourismusreform gehe es um Umsatz und Geld ...

MC: Es trifft zu, dass wir nur mit Sonnenschein, guter Luft und einer intakten Naturlandschaft noch kein Geld verdienen. Tourismus ist eine Industrie, es geht um Umsatz und Rendite. Wir müssen dem Gast die Gelegenheit geben, Geld in Graubünden auszugeben. Es braucht attraktive Unterkunftsbetriebe, hervorragende Gastronomiebetriebe, touristische Infrastrukturen wie Bergbahnen, Sportanlagen oder Wanderwege. Weiter sind Zusatzangebote wie landwirtschaftliche Produkte, Bücher, Führungen und Veranstaltungen nötig, damit Umsatz generiert werden kann. Wenn das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt, ist der Gast bereit, einen angemessenen Preis dafür zu entrichten. Mit innovativen Produkten wird es auch möglich, einen höheren Preis zu verlangen.

Hauptziel der Tourismusreform ist gemäss Ihren Ausführungen, neue Gäste für den Tourismuskanton Graubünden zu gewinnen. Wie realistisch ist diese Zielsetzung inmitten einer globalen Wirtschaftskrise?

MC: Der Tourismus ist weltweit eine Wachstumsbranche, welche sich natürlich der globalen Wirtschaftskrise nicht ganz entziehen kann. Aber gereist wird immer. Je schwieriger das Umfeld, desto wichtiger ist es, dass unser Angebot hinsichtlich Qualität und Preis stimmt. Es

gilt in der Krise die Rahmenbedingungen zu schaffen, damit der Bündner Tourismus gerüstet ist für die Zukunft. So betrachtet ist die Tourismusreform ein hervorragendes Konjunkturprogramm. Hinsichtlich der messbaren Ziele plädiere ich dafür, dass man nicht immer nur mit dem Vorjahr vergleicht, sondern relative Vergleiche mit Mitbewerbern anstellt. Wenn beispielsweise Graubünden im Vergleich mit dem Tirol oder Wallis einen weniger grossen Logiernächterückgang zu verzeichnen hat, dann stehen wir – trotz Rückgang – besser da. Wenn alle Zuwachsraten verzeichnen, dann muss es unser Ziel sein, dass wir überdurchschnittlich grosse Steigerungen haben. Dies kann erreicht werden, wenn wir uns hinsichtlich der Tourismusvermarktung optimal organisieren und mit den verfügbaren Mitteln professionelles Marketing betreiben. Zudem steht in Graubünden weiterhin der Schweizer Gast mit einem Anteil von rund 50% aller Übernachtungen im Vordergrund und in der Krise ist auch damit zu rechnen, dass die Leute eher bei den «langen Ferien», den Fernreisen, sparen, dafür aber öfter in der Schweiz unterwegs sein werden.

Gemäss den Ausführungen von Myriam Keller von Graubünden Ferien wird der englische Markt ganz besonders bearbeitet. Was versprechen Sie sich davon, gehört doch England zu den europäischen Ländern, die von der Krise bereits heute geschüttelt werden?

MC: Graubünden Ferien hat England neben den Benelux-Staaten und Norddeutschland als prioritäre Märkte definiert, welche intensiv mit eigenen Mitar-

beitern bearbeitet werden. Kontinuität ist dabei wichtig. Wenn bei jeder kleinsten negativen Entwicklung gleich die Strategie gewechselt würde, könnte kein seriöser Marktaufbau geleistet werden. Es braucht genügend Zeit, um Erfolge ausweisen zu können. Natürlich trifft die Krise England derzeit recht stark. Unverändert bleibt, dass die Engländer eine hohe Affinität zu den Alpen und zu Graubünden haben. Wir wollen mittelfristig davon profitieren.

Ein Satz, der in aller Munde ist, lautet: «Wir müssen die Kräfte bündeln.» Was heisst das konkret für den Bündner Tourismus?

MC: «Gemeinsam statt einsam.» Ein einzelner Leistungsträger, ein einzelner Tourismusort ist zu klein, um im grossen – global umkämpften – Tourismusmarkt erfolgreich tätig sein zu können. Kräfte bündeln heisst auch, dass man sich auf einige wenige, klar kommunizierbare und damit auch verkaufbare Angebote beschränkt. Für Graubünden bedeutet dies eben, touristische Strukturen vereinfachen, Marketingbudgets zusammenlegen (1+1=3) und gemeinsam die touristischen Herausforderungen anpacken. Die Streuverluste im Marketing und Verkauf sind zu gross, als dass jeder alleine mit sehr beschränkten Budgets etwas bewirken kann. Die künftigen Gewinner werden diejenigen Betriebe/Organisationen sein, welche den Mut haben, mit anderen zu kooperieren.

Herr Cafilisch, der Agrotourismus steckt bei uns nach wie vor in den Kinderschuhen. Was für das Südtirol eine Selbstverständlichkeit ist –

Ferien auf dem Bauernhof – ist im Kanton Graubünden eine Ausnahme. Wie erklären Sie sich das?

MC: Wir haben eine etwas andere Ausgangslage. In Graubünden wie auch in der übrigen Schweiz kennen wir die Unterkunftform der Privatpensionen, Landgasthöfe, Bed and Breakfast usw. kaum. Dafür haben wir viele kleine Hotels und Ferienwohnungen. Im Südtirol gibt es auch eine sehr grosse Anzahl landwirtschaftlicher Nebenerwerbsbetriebe, welche als Ergänzung einige Privatzimmer anbieten oder einer anderen Tätigkeit nachgehen. Trotzdem sollten wir das Thema Ferien auf dem Bauernhof nicht einfach unseren östlichen Nachbarn überlassen. Mit Schlafen im Stroh, Ferien auf dem Bauernhof – letztere teilweise sogar über die Schweizerische Reisekasse REKA vermarktet – und weiteren Angeboten im Agrotourismus gibt es eine Basis für die weitere Entwicklung. Was wir von den Österreichern und den Südtirolern lernen könnten, ist die effiziente und zentrale Organisation des Agrotourismus.

Könnte es sein, dass wir bei der Berggebietsförderung zu viel auf die Betriebsvergrösserungen und zu wenig auf Erwerbskombinationen gesetzt haben? Wie Ferien auf dem Bauernhof?

MC: Es ist etwas gefährlich, wenn die Bündner Landwirtschaft mit dem Südtirol oder anderen ausländischen Regionen verglichen wird. Die nationale Landwirtschaftspolitik ist doch recht unterschiedlich. Trotzdem gibt es – dies zeigen Marktstudien – ein interessantes Gäste-segment, welches Ferien auf dem Bauer-

hof nachfragt. Die einzelnen Landwirtschaftsbetriebe sollten sich bei Betriebsübergaben und anstehenden Investitionen immer auch überlegen, ob es Erwerbskombinationen mit einer touristischen Komponente gibt. Nicht alle Betriebe eignen sich für Ferien auf dem Bauernhof. Wer aber an eine touristische Nebenbeschäftigung glaubt, der tut gut daran, seriöse Abklärungen zu treffen.

Inwiefern könnte das Südtirol diesbezüglich für den Kanton Graubünden ein Vorbild sein?

MC: Die Region Südtirol kann darum ein Vorbild für Graubünden sein, weil das Segment Ferien auf dem Bauernhof ganz systematisch aufgebaut und bearbeitet wird. Alleine ein Blick auf die Homepage www.roterhahn.it zeigt, dass diese Form der Beherbergung im Südtirol einen faszinierenden Organisationsgrad erreicht hat. Bei uns sind verschiedene Organisationen und zahlreiche einzelne Anbieter noch etwas unkoordiniert am Arbeiten. Diese Zerstückelung führt dazu, dass die ganze Sichtbarkeit der Angebote fehlt und dass die kritische Grösse für einen ökonomisch erfolgreichen Agrotourismus in der Schweiz nicht erreicht wird.

Haben unsere Leute ein Problem mit der Gastfreundschaft?

MC: Nein, ich wehre mich dagegen, wenn pauschal behauptet wird, dass Graubünden oder die Bündner Bauern gesamthaft weniger gastfreundlich sind als andere. Auch in Graubünden gibt es hervorragende Gastgeber, welche mit viel Herzblut und Engagement eine ausserordentliche Leistung erbringen. Wie-

so sprechen wir nicht mehr von den Erfolgreichen? Gibt es Neid oder sind wir zu wenig selbstbewusst?

Sie sind überzeugt, dass wir nicht nur über das landschaftliche, sondern auch über das menschliche Potenzial für den Agrotourismus verfügen. Was muss denn unternommen werden, dass es nicht bei gut gemeinten Konzepten und Projekten bleibt? Seitens des Kantons, der Landwirtschaft und nicht zuletzt seitens der Tourismusorganisationen?

MC: Die interessierten Landwirte sollen sich mit ihrer regionalen Tourismusorganisation in Verbindung setzen und ihr Angebot wie Ferien auf dem Bauernhof oder ähnliche Produkte dort platzieren. Die Tourismusorganisationen sollen weiter erkennen, dass natur- und kultur-nahe Angebote, zu welchen der Agrotourismus gehört, ein Wachstumspotenzial aufweisen. Der Kanton (LBBZ Plantahof, Amt für Landwirtschaft und Geoinformation, Amt für Wirtschaft und Tourismus) ist ebenfalls gefordert, sich hinsichtlich der weiteren Entwicklung des Agrotourismus in Graubünden konkrete Gedanken zu machen. Im Rahmen der Bündner Tourismusreform hat der Kanton zudem der Fachstelle für Tourismus und nachhaltige Entwicklung in Wergenstein einen Leistungsauftrag für die Umsetzung einer Strategie im natur- und kulturnahen Tourismus erteilt. Bauern und Bäuerinnen können sich heute schon an den Landwirtschaftlichen Beratungsdienst oder an die Fachstelle in Wergenstein wenden. ◆

«Ohne Bäuerinnen ist Urlaub auf dem Bauernhof nix»

Höhepunkt der Fachtagung «Agrotourismus – das besondere Erlebnis» war das Referat von Professor Harald Pechlaner von der Universität Eichstätt-Ingolstadt. Pechlaner ist überzeugt, dass die Nachfrage nach Ferien auf dem Bauernhof in Zukunft noch zunehmen wird.

Edy Walser | Damit hatte das Fachteam Agrotourismus am LBBZ Plantahof unter der Leitung von Curdin Foppa wohl nicht gerechnet: Dass an der Fachtagung «Agrotourismus – das besondere Erlebnis» über 80 Personen

teilnehmen würden. Um es gleich vorwegzunehmen: Eine Teilnahme hatte sich gelohnt.

Der an den Universitäten Eichstätt-Ingolstadt und Bozen lehrende Professor Harald Pechlaner konnte in seinem Referat «Bedeutung der Angebotsinszenierung als Profilierungsmerkmale: Beispiel und Möglichkeiten für Anbieter im Agrotourismus» aus dem Vollen schöpfen. Denn als gebürtiger Südtiroler ist Pechlaner mit den Besonderheiten des Agrotourismus bestens bekannt. Im Gegensatz zum Titel seines Referates waren seine Ausführungen praxisbezogen und



Heidi Kohler vom Fachteam Agrotourismus LBBZ Plantahof



Michael Cafilisch war Referent an der Fachtagung und Interviewpartner im Bündner Bauer.

für die Tagungsteilnehmer verständlich und nachvollziehbar. Pechlaner überzeugte nicht nur mit seiner Fachkompetenz, sondern auch rhetorisch. Er sei überzeugt, dass die Nachfrage nach Ferien auf dem Bauernhof in Zukunft noch zunehmen werde, so Pechlaner. Diese Zunahme sei die Folge eines gesellschaftlichen Wandels: «Die Menschen suchen Sicherheit, Geborgenheit und Ursprünglichkeit.» Des Weiteren gehe er davon aus, dass die gegenwärtige Wirtschaftskrise, die eine eigentliche Gesellschaftskrise sei, diesen Trend noch verstärken werde. Deshalb könne man davon ausgehen, dass der Agrotourismus von den Auswirkungen der Wirtschafts-

krise weniger betroffen werde als der konventionelle Tourismus. Sie könnte sich sogar positiv auswirken. «Statt Städtereisen oder Zweit- und Kurzreisen ein Urlaub auf dem Bauernhof», meinte Pechlaner. Umfragen hätten gezeigt, dass die Gäste Ferien auf dem Bauernhof mit Sicherheit, Sorgfalt und Sauberkeit verbinden. Des Weiteren erwarteten sie, mit dem bäuerlichen Leben in Berührung zu kommen.

Für Pechlaner besteht kein Zweifel: Ferien auf dem Bauernhof sind für die Bauernfamilien eine grosse Herausforderung und Belastung, insbesondere für die Bäuerinnen. Denn aus der Sicht der Gäste werde der Urlaub auf dem Bauernhof mit der Bäuerin in Verbindung gebracht. «Ohne Bäuerinnen ist Urlaub auf dem Bauernhof nix», meinte Pechlaner, und man geht wohl nicht fehl in der Annahme, dass er den anwesenden Bäuerinnen aus dem Herzen gesprochen hatte.

Reformprojekt Tourismus

Eröffnet wurde die von Curdin Foppa, Beratungsleiter LBBZ Plantahof, moderierte Tagung mit einem Referat von Michael Cafilisch, Amt für Wirtschaft und Tourismus. Cafilisch erläuterte das Reformprojekt «Wettbewerbsfähige Strukturen im Bündner Tourismus». Ziele dieses Projektes sind: Innovative Produkte entwickeln und bündeln, neue Gäste nach Graubünden holen, auf neue Informationsbeschaffung reagieren und neue Arbeitsplätze schaffen. «Jeder soll das tun, was er am besten kann», betonte Cafilisch.

Cafilisch kam dann auch noch auf die zur Diskussion stehende Tourismusabgabe

zu sprechen. «Diese ist fair, einfach und flächendeckend.» Bei den anwesenden Landwirten stiess er dabei offene Türen ein, hatte der Vorstand des Bündner Bauernverbandes doch als erste kantonale Organisation der Tourismusagabe zugestimmt.

Koordinieren und vernetzen

Stefan Forster stellte die Kompetenzstelle natur- und kulturnaher Tourismus Graubünden in Wergenstein vor. Diese Kompetenzstelle, die vom Kanton unterstützt wird, hat die Aufgabe, neue naturnahe Angebote aufzubauen, bestehende qualitativ zu verbessern und für die Tourismusakteure ein Hilfsinstrumentarium für die Inszenierung von natürlichen und kulturellen Attraktionen bereitzustellen. Dazu gehört auch die Sensibilisierung der Öffentlichkeit und der Einheimischen. Um das Potenzial des naturnahen Tourismus besser nutzen zu können, müssten die vorhandenen Angebote koordiniert und mit den andern Anbietern, insbesondere mit der Hotellerie, vernetzt werden, so Forster.

Potenzial vorhanden

Auf die Referate von Caflisch, Pechlaner und Forster folgten am Nachmittag die Vorträge von Peter Stirnimann von der Fachstelle für Langsamverkehr beim kantonalen Tiefbauamt und von Myriam Keller von Graubünden Ferien. Der Kanton Graubünden verfügt über das umfassendste Wander- und Radwegnetz der Schweiz. Nach Peter Stirnimann umfasst das Wanderwegnetz rund 10 400 Kilometer. Die Mountainbikerouten belaufen sich auf 3400 und die Radwanderwege auf 500 Kilometer. Dieses Angebot steht nach Stirnimann auch dem Auf- und Ausbau des Bündner Agrotourismus zur Verfügung. Myriam Keller beschäftigt sich in ihren Ausführungen mit der Bedeutung und dem touristischen Stellenwert der «kleinen und feinen» Ferienorte (Kuf). Sie stehen für den naturnahen Tourismus und erreichen eine hohe regionale Wertschöpfung. Für Keller liegt der naturnahe Tourismus im Trend und beinhaltet ein unausgeschöpftes Potenzial für den Sommertourismus. ◆