

**Wussten Sie ...?**

- Fast 6 Prozent der 61750 Schweizer Betriebe bieten eine Beherbergung an.
- 142000 Logiernächte verzeichneten rund 400 Bauernhöfe von Ferien auf dem Bauernhof und Schlafen im Stroh 2008.
- Durchschnittlich übernachteten auf einem Schweizer Hof etwa 360 Gäste pro Jahr.
- 70 Prozent aller Agrotourismus-Gäste stammen aus dem Inland. Die meisten Gäste bleiben für eine Nacht.
- Knapp 1 Prozent des Bruttoinlandsproduktes macht die Landwirtschaft aus, der Tourismus fast 3 Prozent.
- 4,4 Prozent der erwerbstätigen Bevölkerung arbeiten im Tourismusbereich, rund 4 Prozent im Landwirtschaftssektor.
- Der Marktanteil von Agrotourismus in der Schweiz liegt bei 0,2 Prozent.

**Echte Handarbeit auf dem Bauernhof.**

**Auf ihrem Hof verkaufen Roger und Patricia Rod Socken, Tücher oder Spielzeuge – hergestellt aus der Wolle ihrer Angoraziegen.**

«Achtet auf eure Schuhbündel, an diesen knabbern die Tiere gerne», führt Patricia eine junge Besucher-schar auf ihrem Hof ein. Gerne heissen Roger und Patricia Rod Gäste in Ropraz (VD) willkommen. «Die Wolle unserer Angoraziegen ist speziell weich. Die Tiere sind verspielt – ideal für Kinder», schwärmt Roger. Zweimal im Jahr scheren Patricia und Roger Rod ihre 40 Ziegen. Von jedem Tier entstehen jährlich vier bis fünf Kilogramm Wolle. In Handarbeit wird diese verarbeitet und gefärbt. Stricker- und grämm Wolle. In Handarbeit wird diese verarbeitet und gefärbt. Stricker- und Schneiderinnen verwerten die Wolle weiter zu Produkten. In der hofeigenen Boutique finden Besucher Jacken, Handschuhe, Mützen oder Decken.

[www.mohair-du-jorat.ch](http://www.mohair-du-jorat.ch)



Zutraulich und nützlich: Familie Rod verarbeitet die Wolle zu Textilien.

**Geschickte Hände machen den Unterschied**

Häufig gestalten Frauen innovative Angebote auf dem Hof.



Eigene Tätigkeitsfelder: Oft prägen Bäuerinnen das touristische Angebot auf dem Hof.

**Fast die Hälfte aller Bäuerinnen übernimmt auf dem Hof ein spezielles Arbeitsgebiet – nicht selten im Tourismus oder in der Direktvermarktung von Produkten. Vor allem junge Frauen bringen frische Impulse in die Landwirtschaft und entwickeln so ihr eigenes Tätigkeitsfeld.**

Die Tendenz ist steigend: Immer mehr Bauernfamilien erarbeiten sich mit touristischen Angeboten einen Zusatzverdienst. Die Angebotsvielfalt lässt sich aber nicht nur mit finanziellen Motiven erklären, meint Ruth Rossier von Agroscope Reckenholz-Tänikon ART.

Der Aufbau von touristischen Angeboten auf dem Hof entspringt oft dem Wunsch nach einem eigenen Arbeits-

bereich. Junge Bäuerinnen sind immer weniger bereit, ihre Interessen ganz dem Betrieb unterzuordnen.

Das Geld steht dabei aber nicht im Vordergrund: Vor allem in der Anfangsphase ist der Verdienst gering. Bäuerinnen schätzen die sozialen Kontakte und sehen sich als Vermittlerinnen zwischen Landwirtschaft und der übrigen Gesellschaft. Sie erfahren Wertschätzung für die Qualität ihres Angebots. Die Kundschaft schätzt das Herzblut, das Bäuerinnen in Produkte und Angebote stecken. So sind es oft die Frauen, die das touristische Angebot auf dem Hof prägen.

Aber aufgepasst: Vor allem im Sommer ist auf dem Hof die Mitarbeit der ganzen Familie notwendig. Brigitte Stucki vom Bundesamt für Landwirtschaft sieht Gefahren: «Frauen stecken oft viel Energie in ihre Projekte. Sie müssen sich genügend Zeit für die persönliche Regeneration nehmen.» Auch die Räumlichkeiten oder die Anschaffung von Tieren muss auf die anderen Betriebszweige abgestimmt werden. Nur so bilden Tourismus und Landwirtschaft eine Symbiose.

**Aus erster Hand: Tourismus. Ganz natürlich.**

Die SANU unterstützt Landwirte bei der Entwicklung von touristischen Angeboten.

**Der Lehrgang «Tourismus. Ganz natürlich.» vermittelt Teilnehmenden die Kompetenzen, marktreife Angebote zu lancieren. Die Landwirte setzen Erkenntnisse in der Praxis um – Landwirte setzen Erkenntnisse in der Praxis um – wie die Projekte zweier Bauern zeigen.**

Wie locke ich Gäste auf den Hof? Zwei Landwirte wollten es genau wissen. Sie besuchten im April 2009 einen Kurs bei SANU und Schweiz Tourismus. Josef Greber lancierte ein «Farmer-Power-Lotto», Markus Aebi setzt auf Elektrobiker.

«Ein Angebot muss von Beginn weg professionell aufgezogen werden», bilanzieren die Landwirte. Im Lehrgang «Tourismus. Ganz natürlich.» analysieren die Teilnehmenden Erfolgsfaktoren und Stolpersteine anhand eigener Projekte. Sie lernen Anforderungen für naturnahe touristische Produkte kennen. Der Kurs dauert knapp fünf Tage und kostet 2850 Franken.



«Viel gelernt»: Teilnehmer am Kurs von SANU und Schweiz Tourismus 2009.

Nun lockt Josef Greber mit dem «Farmer-Power-Lotto» Gäste auf seinen Hof in Adliswil. Zu gewinnen gibt es dabei eigenhändig hergestellte Produkte – von kleinen Wollschafen bis hin zu Ziegenkäse. «Wir wollen mit Events und Hofprodukten Umsatz generieren», fasst Josef Greber zusammen.

Markus Aebi lancierte im Emmental eine Flyer-Route – inklusive Vermietung

der Sportgeräte. «Oft hat man eine Vision. Aber das Angebot zu verkaufen, das ist das Entscheidende», blickt Aebi zurück. Der Landwirt ist zudem verantwortlich für den Tourismus in der Region Emmental. «Der Lehrgang half mir, ein Argumentarium zu entwickeln, um auch lokale Partner von Tourismusprojekten zu überzeugen.»

[www.sanu.ch](http://www.sanu.ch)