

Agrotourismus Graubünden

Geschäftsstelle
Kornplatz 2
7000 Chur

Tel. 081 250 54 25
info@agrotourismus-gr.ch
www.agrotourismus-gr.ch

Agrotourismus in Graubünden

Zahlen, Fakten und Wertungen
per Oktober 2015



Inhalt

1. Ausgangslage.....	3
1.1. Nachfrage.....	3
1.2. Angebot.....	4
2. Ausgewählte Tätigkeiten 2011 – 2015.....	5
2.1. Netzwerktreffen und Arbeitskreis.....	5
2.2. ATGR geht ins Netz	5
2.3. Wie Steinbock Giachen krähen lernte.....	6
2.4. Bauer sucht Hotelier.....	6
2.5. AT-Signalisation	6
2.6. Zusammenarbeit mit Agrotourismus Schweiz (ATCH).....	6
3. Vision und Zielerfüllung.....	7
4. Fazit per Oktober 2015	9
5. Ausblick	10

1. Ausgangslage

1.1. Nachfrage

Ferien auf dem Bauernhof und Schlafen im Stroh werden gleich gesetzt mit Ferien in intakter Natur, nahe bei Tieren und Pflanzen. Besucher haben die Möglichkeit, die gelebte, konkrete Bauernrealität kennenzulernen, für einige Tage mit der Bauernfamilie zu leben, selber mit eigenen Händen anzupacken und durch den Kontakt mit dem «Werkplatz Natur» zu sich selber zu finden.

Produkte vom Hof bzw. regionale Spezialitäten werden immer beliebter. Agrotourismus erfüllt somit die Kernwerte der Marke Graubünden: wahr, wohltuend, weitsichtig.

In Zeiten eines starken Schweizer Franken sind günstige Ferienangebote, die einen hohen Erlebniswert bieten, gefragt. Die Zahlenbasis zur Nachfrageentwicklung im Agrotourismus ist bescheiden. Trotzdem kann von einer mehrheitlich positiven Tendenz gesprochen werden.

Übernachtungsstatistik Agrotourismus GR; Vergleich Sommer 2013 – Sommer 2014:

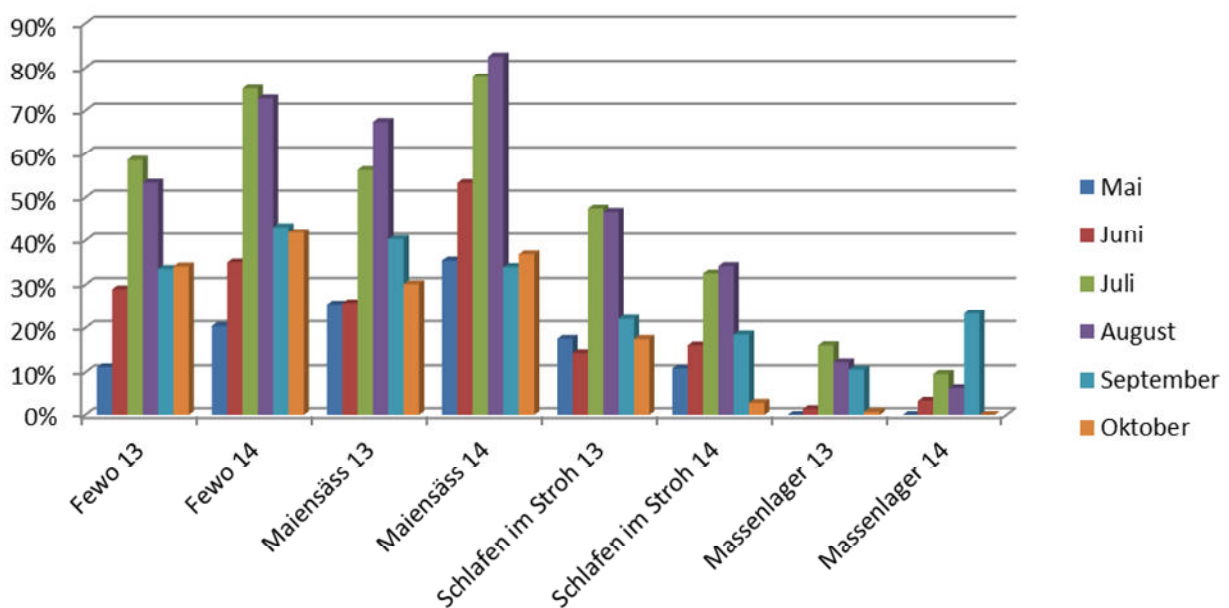


Abbildung 1: Vergleich Übernachtungsstatistik ATGR 2013-2014

Kurzfasit Sommer 2014:

Maiensässe sind insgesamt am meisten nachgefragt und gebucht, gefolgt von Ferienwohnungen (Fewo). Die höchste Belegung bei den Maiensässen lag im August bei über 80% (Vorjahr knapp 70%). Dies ist umso bemerkenswerter, da der Sommer mit vielen Regentagen sehr nass war.

Schlafen im Stroh ist insgesamt rückläufig, unter anderem auch deshalb, weil einige Anbieter das Angebot eingestellt haben. Die besten Belegungszahlen wurden in den Monaten Juli und August erreicht, was der touristischen Hochsaison in Graubünden entspricht.

1.2. Angebot

Agrotourismus bietet Bauernfamilien die Möglichkeit, ein Zusatzeinkommen zu erwirtschaften. Derzeit sind 153 AT-Betriebe auf der Webplattform dabei. *Quelle: www.graubuenden.ch/bauernhof.*

Total aufgeschaltete ATGR Anbieter		153* (Stand Oktober 2015)
Fewo-Anbieter		73
Maiensässe		27
Spezielle Unterkünfte		18
Schlafen im Stroh		17
Direktvermarkter		90
<hr/>		
Gästebewirtung/Laden		
	Besenbeiz	7
	Hofladen	56
<hr/>		
Aktivitäten	Mithilfe auf dem Hof	53
	Hofführungen	42
	Trekking mit Tieren	18
<hr/>		
Veranstaltungsorte	Apéros	32
	Seminare	13
	Feste/Feiern	27
<hr/>		
Auszeichnungen	Alpinavera/ein Stück graubünden	10
	Q-Gütesiegel	2

* Von den aktuell 153 aufgeschalteten Anbietern betreiben ca. 20 zwei bis drei agrotouristische Angebote (z.B. Fewo & Schlafen im Stroh; Fewo & Maiensäss & Bauwagen). Ca. 15 Betriebe sind reine Direktvermarkter. 32 Betriebe sind Mitglied bei der Schweizerischen Dachorganisation Agrotourismus Schweiz.

Verteilung der ATGR Betriebe nach Tourismusregionen

Surselva / Flims Laax	39
Engadin Scuol Samnaun Val Müstair	21
Viamala	20
Chur / Bündner Herrschaft	17
Savognin / Bergün Filisur	13
Prättigau	15
Davos Klosters	8
Engadin St. Moritz	5
Disentis Sedrun	6
Lenzerheide	3
Bregaglia Engadin	2
Vals	1
Valposchiavo	2
Mesolcina / Calanca	1

Tabelle 1: Übersicht der ATGR Betriebe nach Tourismusregion, Stand Oktober 2015

2. Ausgewählte Tätigkeiten 2011 – 2015

2.1. Netzwerktreffen und Arbeitskreis

Von 2011 bis 2015 lud die Geschäftsstelle ATGR jährlich zu einem Netzwerktreffen ein. Jeweils Anfang Dezember trafen sich rund 60 – 80 Anbieter sowie am Agrotourismus Interessierte zu einer Tagung mit Rahmenprogramm. Als Tagungsort wurde ab dem dritten Treffen ein touristisches Umfeld gewählt: Hotel Seehof Davos mit Führung im neuen Hotel InterContinental, Rocksresort Laax, Kurhaus Bergün.

In Zusammenarbeit mit dem Plantahof wurde 2012 der Arbeitskreis als Erfahrungs- und Austauschgruppe für Agrotourismus-Anbieter ins Leben gerufen. Durchführungsort ist jeweils ein teilnehmender Hof. An den Treffen nehmen zwischen 8 – 12 AnbieterInnen teil. Der Arbeitskreis wird auch als Weiterbildungsplattform genutzt: Zu ausgewählten Schwerpunktthemen werden jeweils externe Fachpersonen als Referenten eingeladen.

2.2. ATGR geht ins Netz ...

Auf www.agrotourismus-gr.ch finden AT-Anbieter und am Agrotourismus Interessierte seit Ende 2011 Informationen, News, Medienberichte, Veranstaltungshinweise und anderes Wissenswertes. Diese Homepage dient der Branche als Netzwerkplattform.

Angebote bündeln, sicht- und verkaufbar machen: Der Aufbau einer Webplattform für die agrotouristischen Angebote war einer der Schwerpunkte im Tätigkeitsbereich. Agrotourismus Graubünden ist Markenpartner von Graubünden Ferien (GRF). So sind Graubündens agrotouristische Dienstleistungen vollständig in den Auftritt von GRF integriert und über die Landingpage www.graubuenden.ch/bauernhof aufrufbar. Gäste-Suchanfragen werden mittels Online-Marketing-Massnahmen direkt auf die Landingpage geleitet. Die Angebote wurden von Beginn weg in der ePlattform von GRF erfasst, um den Betrieben die Online-Buchbarkeit zu ermöglichen. Heute sind insgesamt 72 Angebote (52 Leistungsträger) online buchbar – nicht nur auf der Website von GRF sondern auch auf den entsprechenden regionalen Tourismus-Websites.

... auch regional (DMO/ReTO)

11 von 18 Bündner Tourismusorganisationen (DMO/ReTO) haben bis Ende 2015 auf das von GRF genutzte Internet-Buchungssystem umgestellt. Die positiven Folgen für Agrotourismus-Anbieter sind:

- Destinationen mit vielen AT-Angeboten bieten auf ihren Websites eine eigene Rubrik zu Ferien auf dem Bauernhof an, z.B. www.engadin.com, www.surselva.info, www.praetigau.info.
- Sie erhalten Zugang zu attraktiven nationalen Vermarktungsplattformen, behalten aber die kantonale bzw. regionale Sichtbarkeit.
- Die Anzahl online buchbarer ATGR-Angebote stieg, da einzelne DMO/ReTO nur online buchbare Angebote veröffentlichen.
- AT-Anbieter pflegen ihren Hofeintrag selbständig in nur einem System und stellen damit sicher, dass diese auf allen verlinkten Vertriebskanälen up-to-date sind.

2.3. Wie Steinbock Giachen krähen lernte

Im Auftrag der GS ATGR entstand das Sujet des krähenden Steinbocks für den Einsatz in Broschüren, Flyern und Werbekampagnen. Es reihte sich in die Gestaltungsserie der von GRF geführten Enavant Grischun Kampagnen ein. Im 2013 und 2014 wurden damit online und offline Werbekampagnen durchgeführt. Dies mit dem primären Ziel, möglichst viel Traffic und Leads auf die Landingpage zu bringen.

2.4. Bauer sucht Hotelier

Im 2014 wurde das Projekt «Bauer sucht Hotelier» lanciert, das auf eine andere Art die Bündner Landwirtschaft und den Tourismus enger miteinander verknüpfte. Das Angebot für einen Perspektivenwechsel richtete sich an engagierte Hoteliers und Landwirtinnen, die einander besser verstehen und eine längerfristige Zusammenarbeit aufbauen wollten.

16 Landwirtschafts- und Hotelbetriebe in der Surselva, im Val Müstair, Churer Rheintal und Engadin haben mitgemacht. Die regionalen, wie auch Landwirtschafts- und Gastro-Medien nahmen das Thema gut auf; nicht wenige gestalteten ihre Berichte als Reportagen vom Austausch in den Betrieben.



Abbildung 2: Rühren im gleichen Topf. Paradies-Hotelière Meike Bambach und Bäuerin Dolores Parolini

2.5. AT-Signalisation

Damit Gast und Gastgeber zueinander finden: Graubünden gehörte zu den Pilotregionen für eine schweizweit einheitliche Lösung zur Signalisation von AT-Angeboten. Nach der erfolgreichen Umsetzung in der Pilotregion Surselva/Surselva folgten die übrigen Angebote im Kanton. Insgesamt sind heute 67 Betriebe in Graubünden auf dem Netz der Schweizer Wanderwege und Schweiz Mobil signalisiert.

2.6. Zusammenarbeit mit Agrotourismus Schweiz (ATCH)

Graubündens AT-Angebote sollen auch auf der nationalen Plattform sichtbar sein: Wir haben Agrotourismus Schweiz bei der Mitglieder-Gewinnung unterstützt und die Mitgliedschaft aktiv beworben. Heute sind 32 Bündner Betriebe ATCH-Mitglied (Vergleich zu anderen Ferien-Regionen: Wallis 17, Berner Oberland 18, Luzern-Vierwaldstättersee 51, Ostschweiz-Liechtenstein 52, Jura & Dreiseenland 42).

3. Vision und Zielerfüllung

Die Strategie 2010, erstellt im Auftrag des Amtes für Landwirtschaft und Geoinformation sowie des Amtes für Wirtschaft und Tourismus Graubünden, hält folgende Vision fest:

Der Kanton Graubünden hat in allen Talschaften attraktive, vernetzte und erfolgreiche agrotouristische Angebote. Graubünden strebt an, in den nächsten fünf Jahren eine führende Rolle im Schweizer Agrotourismus zu übernehmen. Eine professionelle Unterstützung, Organisation und Vermarktung gewährleisten qualitativ hochstehende, agrotouristische Angebote. Diese bringen mehr Wertschöpfung nach Graubünden und fördern insgesamt die nachhaltige Entwicklung in den Regionen.

Die Vision ist generell erreicht worden. Eingeschränkt gilt dies für die Wertschöpfung. Hier fehlen zudem exakte Daten.

Nachstehende Tabelle gibt eine Übersicht über den Stand der Zielerfüllung.

Ziele des Kantons 2010	Stand Ende Oktober 2015
<p>Effizienzsteigerung und Professionalisierung in der Organisation des ATGR durch Bündelung der Kräfte und durch eine verbesserte Koordination zwischen den beteiligten Institutionen und Akteuren.</p>	<p>Das Zusammenspiel von GRF, Plantahof, GS ATGR läuft problemlos. Die Rollen haben sich eingespielt. Die gute Kooperation von Graubünden Ferien und dem Agrotourismus hat Synergien freigelegt. Die Markenwerte von Graubünden wurden mit professionellen, sympathischen Angeboten gestärkt.</p>
<p>Der Agrotourismus in Graubünden erhält «ein Gesicht». Die Landwirte und die übrige Bevölkerung sollen für den Agrotourismus sensibilisiert werden (Chance Agrotourismus erkennen, Imagearbeit für die Landwirtschaft).</p>	<p>Die Geschäftsstelle hat die Akteure zusammengebracht. Unter Einbezug von Plantahof, Bauernverband, Agrotourismus Schweiz etc., den Entwicklungen der nationalen Agrarpolitik und der Tätigkeit der Geschäftsstelle wurde das Ziel sehr gut erreicht. Der Austausch unter den Akteuren ist auch in der Region gut.</p>
<p>Die Wertschöpfung im Agrotourismus erhöhen. Stärkung der Landwirtschaft und Erhaltung bzw. Schaffung neuer Arbeitsplätze.</p>	<p>Für die Messung der Einkommenswirkung fehlen exakte Daten. Die Anbieter geben überwiegend an, dass sie den Agrotourismus für ihre Betriebe als rentabel bis sehr rentabel einstufen. Betriebe mit Angeboten erzielen damit 10-13% des Gesamteinkommens.</p>
<p>Qualitative Verbesserung und quantitative Steigerung der agrotouristischen Angebote durch eine fachliche Unterstützung der Akteure, Weiterbildung, Vernetzung der Anbieter.</p>	<p>Die zahlreichen Weiterbildungs- und Austauschangebote inklusive lernen von Anbietern im Ausland wurde sehr gut genutzt. Seit 2010 gab es wenig Neueinsteiger. Das quantitative Wachstum ist bescheiden.</p>
<p>Nutzung von gebündelten Absatzkanälen über bestehende Absatzmittler wie Tourismusorganisationen oder anderen Institutionen.</p>	<p>Für den gebündelten Absatz, die Kommunikation und den Verkauf bestehen jedoch beste Voraussetzungen u.a. durch die vollständige Migration der Daten (Hofeinträge) via das TOMAS-System und die enge Kooperation mit Graubünden Ferien.</p>
<p>Aufbau einer gemeinsamen Kommunikations- und Verkaufsplattform der Angebote. Optimale Vernetzung mit bestehenden Vermarktungsinstitutionen und Kommunikationskanälen.</p>	<p>Sämtliche Angebote sich gut und schnell zu finden. Die Nutzung von gebündelten Absatzkanälen bietet Profilierungs- und Verkaufsmöglichkeiten auch in den Regionen.</p> <p>72 Angebote (von 52 Höfen) sind online buchbar. 135 Übernachtungsangebote, 18 Tiertrekking-Anbieter, 42 Möglichkeiten von unterschiedlichen Hofführungen, 72 Veranstaltungsorte (Seminare, Feste) und 7 Besenbeizen sind bereichernde Angebote für Gäste. Sie sind aber auch ein Anknüpfungspunkt für übrige Leistungsträger des Bündner Tourismus.</p>

Tabelle 2: Gegenüberstellung Ziele des Kantons – Zielerfüllung Stand Oktober 2015

4. Fazit per Oktober 2015

Die Vision und die Ziele des Kantons konnten bisher erreicht werden. Das Zeitfenster «in fünf Jahren», also bis 2016, war realistisch gesetzt. Einschränkend gilt allerdings: Der Beitrag des Agrotourismus in Graubünden zur Wertschöpfung der gesamten Bündner Landwirtschaft kann ökonomisch nicht beziffert werden. Er ist im Vergleich zu den erzielten Erlösen durch den Verkauf von Produkten, übrige Dienstleistungen und den Direktzahlungen eine Nische. Diese Nische wird von den bestehenden Anbietern allerdings als attraktiv eingestuft. Das quantitative Wachstum des ATGR war von 2010 bis 2015 unbedeutend (wenige neue Betriebe, die in den Agrotourismus einsteigen, wenige neue Angebote). Rund sieben bis 10 Prozent der 2 200 direktzahlungsberechtigten Betriebe bieten 2015 Agrotourismus-Angebote an.

Hinsichtlich Strategie, Organisation und Umsetzung wird der ATGR ausserhalb Graubündens heute als «Best practice»-Beispiel wahrgenommen.

Zusätzlich zu den ursprünglichen Zielen kommt als positiver Aspekt hinzu, dass sich die Marke Graubünden und Agrotourismus Graubünden gegenseitig stärken. Ein Indiz dafür ist das grosse Interesse von Graubünden Ferien (GRF) an der Zusammenarbeit mit der GS ATGR.

Mit den heute auf der Website graubuenden.ch/bauernhof aufgeschalteten rund 153 Betrieben besteht ein quantitativ und qualitativ überzeugendes Angebot – auch im Vergleich mit Mitbewerbern aus anderen Regionen der Schweiz. Dieses Angebot wird wachsen. Quantitative Aussagen sind jedoch schwierig und hängen auch von externen Faktoren ab: Berufsbild der Bauern, andere (Neben-)Erwerbsalternativen, Preisentwicklungen auf den Agrarmärkten, Agrarpolitik. Auf der Nachfrageseite sind die Signale als sehr positiv zu bewerten: Agrotourismus liegt im Trend und befriedigt die Bedürfnisse einer breiten Zielgruppe.

5. Ausblick

Mit dem Ende des Kantonsmandats der Agentur pluswert zur Führung der Geschäftsstelle Agrotourismus Graubünden übernimmt am 01.01.2016 der Verein Agrotourismus Graubünden die Geschäfte. Der von Bäuerinnen und Bauern getragene Verein zählt 68 Mitglieder per Oktober 2015.

Der Vorstand des Vereins setzt sich aus folgenden aktiven AT-Anbietern zusammen: Carelia Joos (Präsidentin, Hinterrhein), Gisela Danuser (Felsberg), Susanne Kalapos (Masein), Domenic Riatsch (Vnà) und Erna Salis (Bivio).

Die Wirkung der Vereinstätigkeit ab 2016:

- Die umfassende Aufbauarbeit im Agrotourismus Graubünden wird konsolidiert. Die Nachhaltigkeit der Investitionen des Kantons ist gewährleistet.
- ATGR hat klare Rollen- bzw. Aufgabenteilung im Kanton.
- Der Leadanspruch – Graubünden ist Nr. 1 im AT in der Schweiz – kann konsolidiert werden.
- ATGR-Anbieter sind gut vernetzt.
- Neueinsteiger finden rasch gute Basisinformationen.
- Bündner Angebote sind über die Destinationen sowie GRF und ATCH gut sichtbar.
- Die Kompetenz der Marke graubünden wird gestärkt.

Übersicht Akteure rund um den Agrotourismus in Graubünden:

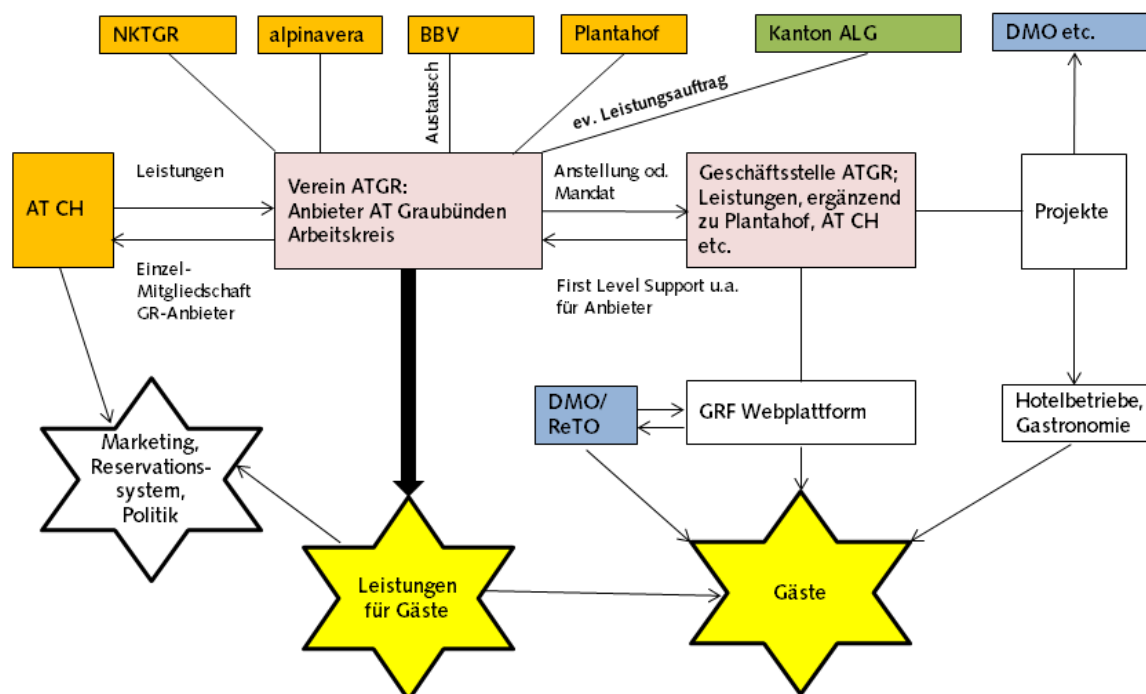


Abbildung 3 : Vernetzung Agrotourismus Graubünden 2016ff