



Agrotouristisches Umfeld

Lernvideo für die Schulung im Rahmen des Weiterbildungsangebots auf
www.agrotourismus-q.ch

Begriffsdefinitionen



Touristin und Tourist

Touristen sind Personen, die zu Orten außerhalb ihres gewöhnlichen Umfeldes reisen und sich dort für nicht mehr als ein Jahr aufhalten aus Freizeit- oder geschäftlichen Motiven, die nicht mit der Ausübung einer bezahlten Aktivität am besuchten Ort verbunden sind.



Agrotourismus

Agrotourismus umfasst die Konsumaktivitäten von Besuchern ausserhalb ihres gewohnten Arbeits- und Wohnumfeldes sowie die angebotsseitigen Investitions- und Produktionsaktivitäten im landwirtschaftlichen Kontext. Wirtschaftlich gesehen führen die Aktivitäten der Besucher zu monetären Ausgaben, die bei agrotouristischen Unternehmen Umsätze und letztlich Wertschöpfung sowie Beschäftigung auslösen.



Bruttowertschöpfung

Gesamtwert der im Produktionsprozess erzeugten Waren und Dienstleistungen (Produktionswert), abzüglich der im Produktionsprozess verbrauchten, verarbeiteten oder umgewandelten Waren und Dienstleistungen (Wert der Vorleistungen).

Erfolgsfaktoren aus der Sicht von Agrotourismus-Anbietern



Erfolgsfaktoren aus der Sicht von Übernachtungs-Gästen



Gästezimmer oder
Ferienwohnung mit eigener
sanitärer Infrastruktur

WC/ Dusche/ Bad



Gästezimmer oder
Ferienwohnung mit
gehobenem Komfort



Gratis W-LAN in den
Räumlichkeiten



Für Familien:
Tiere auf dem Bauernhof



Kontaktfreudigkeit des
Gastgebers



Einblick in den Alltag des
Landwirtschaftsbetriebs /
Erleben der Landwirtschaft



Naturerlebnisse auf dem Hof
und in der Region



Verkauf von hofeigenen
Lebensmittelprodukten



Gastronomieangebot mit
Lebensmitteln vom Hof oder
von der Region



Nachhaltige Ausrichtung der
agrotouristischen
Infrastruktur und des
Landwirtschaftsbetriebs

Erfolgsfaktoren aus der Sicht von MICE-Gästen



Qualität der Sanitärinfrastrukturen

WC-Anlagen, Wickeltische, Barrierefreiheit



Qualität der technischen Infrastrukturen

Multimediaanlage, Beamer, Laptop, Flipchart, Moderationsmaterialien, Pinnwände usw.



qualitativ hochwertiges Verpflegungsangebot

passend zum Gesamtkonzept des Hofes



einfaches Buchungsverfahren



buchbare Gesamtpakete als Pauschalangebot

idealerweise mit Verpflegung und Übernachtung



Einbindung von Partnerunternehmen wie Hotels oder Gastro-Catering

Hauptmotive für den Einstieg in den Agrotourismus



Wichtige Business- und Managementkompetenzen im Agrotourismus



Kundendienst

Erwartungen der Kunden erfüllen
und mit Problemen umgehen



Finanzen

Finanzielle Ressourcen managen,
verwalten und planen



Marketing

Kunden identifizieren und
ansprechen



Organisation

Tägliche Administration,
Zeiteinteilung



Diverse

Sicherheitsregeln und
Risikoabschätzung



Aufsicht

Management und Kontrolle des
Personals und dessen Bedürfnisse

Wichtige unternehmerische und persönliche Fähigkeiten für den Agrotourismus



Verantwortlichkeit

Fähigkeit, die Verantwortung bei der Problemlösung zu übernehmen



Bewältigung der Emotionen

Fähigkeit, mit Problemen umzugehen (emotionale Ebene)



Kritisches Denken

Fähigkeit zu kritischem Denken



Kontakte / Netzwerk

Fähigkeit zur Zusammenarbeit und Netzwerk mit Stakeholdern



Selbstbewusstsein

Fähigkeit zur Selbstkritik und Reflexion



Umfeldanalyse

Fähigkeit, Marktlücken zu erkennen und diese zu nutzen



Konzept

Fähigkeit zur Unternehmens- und Strategieplanung



Ziele

Fähigkeit, persönliche Ziele zu setzen und diese zu erreichen



Verhandlungen

Überzeugende Kommunikations- und Verhandlungskompetenzen

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Die Initianten:



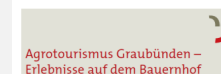
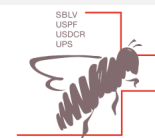
Berner Fachhochschule
► Hochschule für Agrar-, Forst- und
Lebensmittelwissenschaften HAFL



STV FST
Schweizer Tourismus-Verband
Fédération suisse du tourisme
Federazione Svizzera del turismo
Federaziun svizra dal turissem



innovation
tourism



fondation
sur la croix
Projekte Landwirtschaft

