



Innovative Geschäftsmodelle

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

Was ist ein Geschäftsmodell?



Logische Funktionsweise
eines Unternehmens



Art und Weise, wie Gewinn
erwirtschaftet wird



Grundformel, mit der
Kunden akquiriert werden



Grundformel, mit der
Wertschöpfung erzielt wird

Beispiel erfolgreicher Geschäftsmodelle



Online-Plattform, die weltweit kostenlos Gästezimmer von privaten Anbietern vermarktet

Die Wahl, Buchung und Bezahlung des Zimmers erfolgt über die Website von Airbnb. Das Unternehmen erwirtschaftet Gewinn, indem pro Buchung eine Servicegebühr von 3% erhoben wird.



Accor betreibt ein so genanntes «No-Frills»-Geschäftsmodell

Die Wertschöpfung wird grundsätzlich durch das Angebot eines möglichst einfach eingerichteten Zimmers mit einer Basisinfrastruktur generiert. Die Kostenersparnisse übertragen sich auf einen niedrigen Zimmerpreis.

Was ist ein Geschäftsmodell nicht?

Kein Business-Plan

- Ein Geschäftsmodell kann die Basis oder das Herzstück eines Business-Plans sein, diesen jedoch nicht ersetzen.
- Im Gegensatz zum Geschäftsmodell ermöglicht ein Business-Plan eine detailliertere, langfristige und auf das Unternehmen angepasste Planung.

Keine Unternehmens-Strategie

- Ein Geschäftsmodell kann Teil einer Unternehmensstrategie sein.
- Ein Geschäftsmodell fokussiert auf die Wertschöpfung und zeigt, was geleistet werden soll, um den Kunden einen Mehrwert zu bieten.
- Die Unternehmensstrategie fokussiert hingegen auf das Wie und Warum in Bezug auf den Mehrwert aus Kundensicht.

Kein Garant für Erfolg

- Verschiedene unternehmerische Erfolgsfaktoren sind nicht beeinfluss- oder vorhersehbar.
- Beispiele für solche Faktoren sind meteorologische Bedingungen wie Schneemangel in einem Wintersportgebiet, oder die wirtschaftspolitische Situation eines Landes.
- Ebenso können unternehmensinterne Faktoren wie beispielsweise schlechtes Management oder Qualitätsdefizite zu Misserfolg führen.

Dimensionen eines Geschäftsmodells

Geschäftsmodell-Vision

Grundidee des Geschäftsmodells mit der Beschreibung, wie es in der betreffenden Wirtschaftsbranche erfolgreich sein kann

Nutzendimension

Beschreibung des Nutzens der jeweiligen Leistungen für die Kunden

Finanzdimension

Beschreibung des Finanzmanagements und des Controllings der Finanzflüsse im Unternehmen

Kundendimension

Umgang des Unternehmens mit Kunden und Kundensegmenten, wobei die Kundenakquisition und Kundenbeziehungen im Vordergrund stehen

Prozessmanagement-Dimension

Definition wichtiger Prozesse im Unternehmen, insbesondere des Personalmanagements, der Produktentwicklung und der Qualitätssicherung

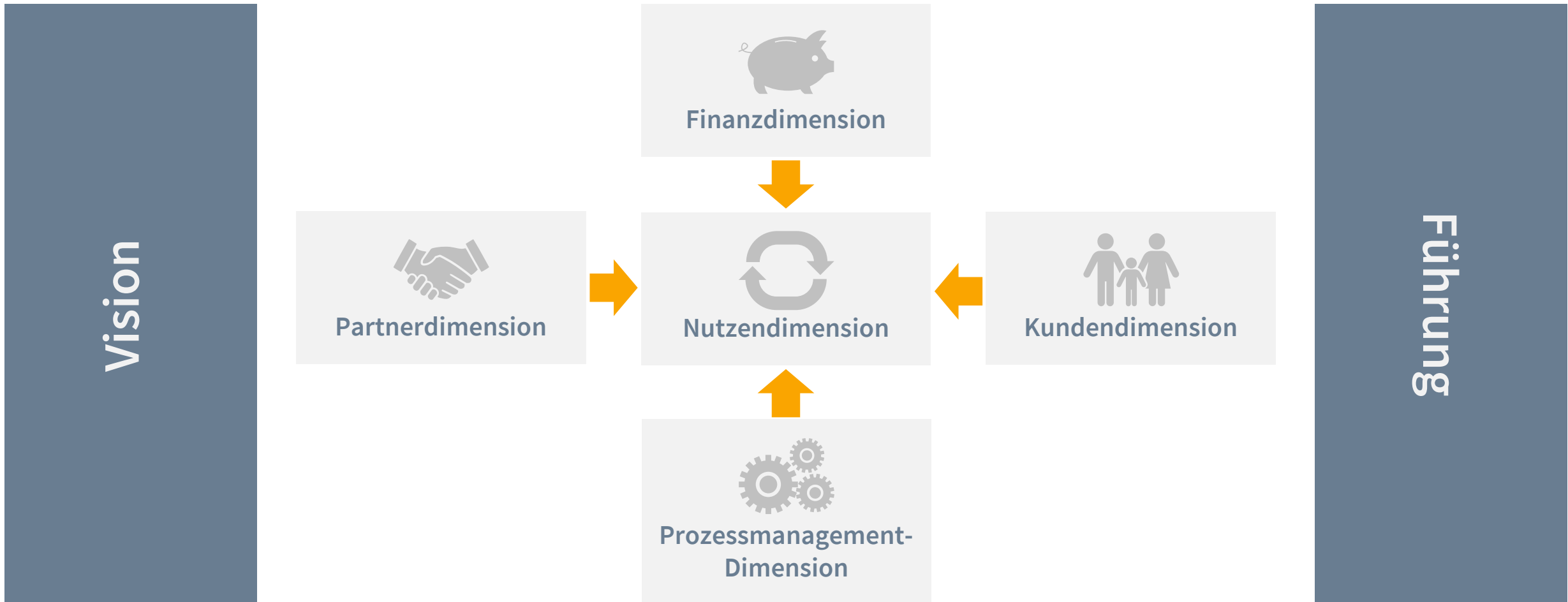
Partnerdimension

Fokus auf partnerschaftliche Allianzen im Bereich des Vertriebs, der Marketingkommunikation oder der unternehmensübergreifenden Produktentwicklung

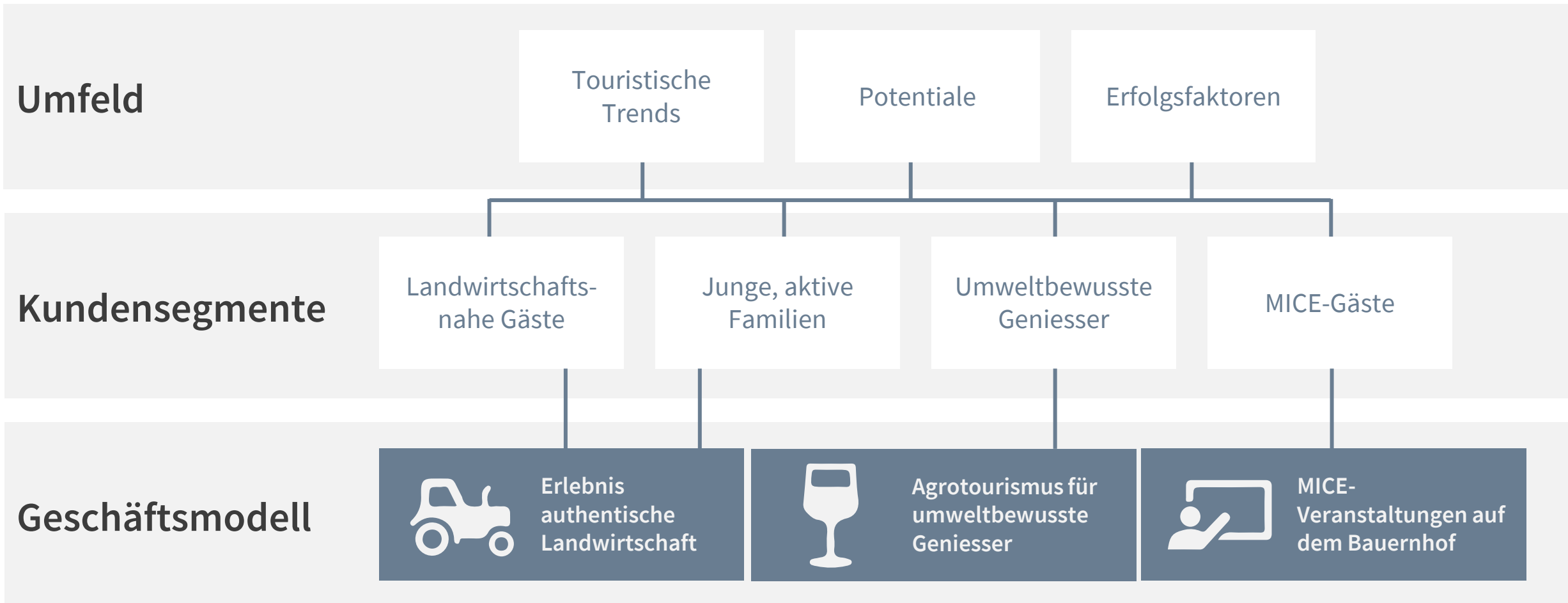
Geschäftsmodell-Führung

«Business Governance», die zu einer nachhaltigen Produktivität führen soll

Grundstruktur eines agrotouristischen Geschäftsmodells



Die drei Geschäftsmodelle für den Schweizer Agrotourismus



Geschäftsmodell-übergreifende Visionen



Der Bauernhof als touristische Alternative

- Agrotourismus ist in der Schweiz im Vergleich zu anderen Ländern wenig entwickelt.
- Teilweise ist dies einer restriktiven Gesetzgebung zuzuschreiben.
- Andererseits sprechen die bestehenden Angebote lediglich eine kleine Kundengruppe an
- Mit den Geschäftsmodellen soll zusätzliches Potenzial im Agrotourismusbereich erschlossen werden



Agrotourismusbetriebe als Anbieter von regionalen, saisonalen und fairen Produkten in einem authentischen Umfeld

- Agrotourismusbetriebe haben die Möglichkeit, Lebensmittel direkt am Produktionsort zu verkaufen.
- Diese strategische Position bringt einerseits dem Landwirtschaftsbetrieb einen Mehrwert.
- Andererseits wird die Sensibilität der Konsumentinnen und Konsumenten gegenüber regionalen Produktion gefördert.



Agrotourismusbetriebe als Aushängeschilder der landwirtschaftlichen Produktion und des Tourismusstandortes Schweiz

- Durch den Besuch auf einem Agrotourismusbetrieb steigt die Zahlungsbereitschaft für regional, saisonal und nachhaltig produzierte Lebensmittel.
- Der Tourismusstandort profitiert von zufriedenen Gäste aufgrund eines professionellen, sauberen, authentischen und qualitativ hochwertigen agrotouristischen Angebots.

Geschäftsmodell «Erlebnis authentische Landwirtschaft»



Ermöglicht einem breiten Gästesegment mit kleinem Budget Ferien auf dem Bauernhof

- Ein einfaches Übernachtungsangebot mit eigenem Bad und Dusche sowie einem einfach gehaltenen Frühstück
- Um das Investitionsvolumen zu senken, wird auf Zusatzangebote wie Fernseher oder Kühlschrank verzichtet



Den Gästen von Agrotourismusbetrieben wird ein landwirtschaftsnahes Erlebnis ermöglicht

- Vertiefter Einblick ins landwirtschaftliche Umfeld
- Gestaltung der Räumlichkeiten und das Angebot von Rahmenaktivitäten
- Die Raumgestaltung soll möglichst authentisch und bäuerlich sein
- Individuell gestaltete Rahmenaktivitäten, von einfachen Angeboten wie kurzen Hofführungen bis zur intensiven Mitarbeit auf dem Bauernhof



Den Familien wird ein authentisches Ferienerlebnis angeboten

- Das Geschäftsmodell fokussiert auf landwirtschaftsinteressierte Besucher und auf Familien mit Kindern
- Das Angebot soll entsprechend kindergerecht gestaltet werden
- Die Rahmenangebote auf dem Bauernhof werden speziell für Familien gestaltet und können verschiedene Aktivitäten (z.B. Streichelzoo, Kinderspielplatz) umfassen



Freie Gebäudevolumen werden für agrotouristische Zwecke genutzt

- Das Agrotourismusangebot wird in bestehenden Gebäuden realisiert
- Dabei ist zu beachten, dass der Umbau qualitativ hochwertig ist und an die bestehende Struktur angepasst wird

Geschäftsmodell «Agrotourismus für umweltbewusste Geniesser»



Bauernhof-Ferien sind auch für Gäste mit grösserem Ferienbudget, höheren Ansprüchen und einem Naturbedürfnis attraktiv

- Bietet ein Übernachtungsangebot mit gehobenem Komfort
- Die Gästezimmer umfassen einige Zusatzleistungen wie Fernseher, W-LAN oder qualitativ hochwertiges Mobiliar
- Das breite bäuerliche Frühstücksangebot wird mit hofeigenen und regionalen Lebensmitteln aus nachhaltiger Produktion zubereitet



Den Gästen wird ein genussreicher und authentischer Aufenthalt auf dem Bauernhof geboten

- Der Genuss wird sehr hoch geschrieben
- Die hochwertigen Übernachtungsinfrastrukturen übertragen sich auch auf die Erlebnisqualität auf dem Bauernhof
- Kleinere Wellness-Angebote (z.B. Kneipp-Anlage oder Sauna) bieten den Gästen einen geschätzten Mehrwert



Die Gäste übernachten in CO2-neutralen und energieautarken Neubauten oder Umbauten freier Gebäudevolumen

- Tendenziell höher im Vergleich zum Geschäftsmodell «Erlebnis authentische Landwirtschaft»
- Bei beschränktem freiem Gebäudevolumen kann ein attraktiver modulartiger Neubau (z.B. im Bungalow-Stil) in Betracht gezogen werden
- Möglichst nachhaltige Neu- oder Umbauten sollen sein, auch im Betrieb



Den Gästen werden buchbare Pauschalangebote für umweltbewusste Geniesser angeboten

- Den Gästen wird mit buchbaren Pauschalen ein Mehrwert geboten (Übernachtung und gewünschte Aktivität)
- Der Agrotourismusbetrieb profitiert durch die Zahlungsbereitschaft der anspruchsvolleren Gästegruppe

Geschäftsmodell «MICE-Veranstaltungen auf dem Bauernhof»



MICE-Gäste profitieren von einer technisch hochstehenden Veranstaltungsinfrastruktur in authentisch-landwirtschaftlicher Atmosphäre

- Bietet einen Veranstaltungsraum an, der hohe Ansprüche erfüllt
- Betrifft insbesondere die audiovisuelle Saaltechnik und die sanitäre Infrastruktur, ergänzt durch umfassende Moderationsmaterialien
- Das Gesamtkonzept des MICE-Angebots ist passend zum Hofcharakter
- Das Gesamtangebot ist in sich konsistent



Die MICE-Kunden schätzen die buchbaren Pauschalangebote mit professioneller Infrastruktur auf dem Bauernhof sowie Gastronomie und Übernachtungsmöglichkeiten in der Region

- Pauschalangebote gestaltet und gefördert
- Es werden auch Zusatzleistungen angeboten
- Die Pauschalangebote werden über den Agrotourismusbetrieb sowie über Partner kommuniziert und verkauft



Bestehende Gebäudevolumen auf dem Bauernhof vermitteln eine authentische landwirtschaftliche Atmosphäre

- Für die Angebote des Geschäftsmodells werden bestehende Gebäudevolumen ausgebaut.
- Dies ermöglicht, den Hofcharakter beizubehalten sowie die Kosten für den Umbau zu optimieren und lässt aus raumplanungstechnischer Sicht grösseren Spielraum zu.



Agrotourismusbetriebe sind dank einer guten Zusammenarbeit mit Partnern erfolgreich

- Agrotourismusbetriebe haben nicht immer die Kapazitäten, um ein vollumfängliches Gesamtpaket selbstständig anzubieten.
- Eine Zusammenarbeit mit Partnern (vor allem aus der Hotellerie und der Gastronomie) kann diese Lücke schliessen.
- Um ein professionelles und qualitativ hochwertiges Angebot anzubieten, müssen gut organisierte Partnerschaften eingegangen werden.

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Die Initianten:

