

| | |
|---------------------|---|
| Zeitschrift: | Jahrbuch der Geographischen Gesellschaft Bern |
| Herausgeber: | Geographische Gesellschaft Bern |
| Band: | 65 (2017) |
| | |
| Artikel: | Das Bauernleben mit Gästen teilen : Chancen und Herausforderungen von Agrotourismus |
| Autor: | Widmer, Janine |
| DOI: | https://doi.org/10.5169/seals-960369 |

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 30.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Das Bauernleben mit Gästen teilen

Chancen und Herausforderungen von Agrotourismus

Janine Widmer

Einleitung

Agrotourismus wird in der Literatur und Politik als vielversprechender Ansatz für die Stützung bäuerlicher Familienbetriebe angesehen: Landwirtschaftsbetriebe können aufrechterhalten werden und ihre Ressourcen durch touristische Aktivitäten besser ausgenutzt werden. Kulturland wird bewahrt und sogar lokale Gemeinden können ihre wirtschaftliche Situation durch Agrotourismus verbessern (Tew/Barbieri 2012:215).

Dies ist nur ein Teil des Potenzials, welches dem Agrotourismus zugeschrieben wird. Unter Agrotourismus werden hier alle touristischen Angebote auf bewirtschafteten Bauernhöfen verstanden, die Beherbergung, Gastronomie und Freizeitangebote umfassen, wie zum Beispiel Lama-Trekking, Angebote zur Mitarbeit auf dem Bauernhof oder Wellness-Angebote (Egger et al. 2008).

Die Forderung nach mehr Innovation in der Landwirtschaft, welche sich in einem Strukturwandel befindet und wo die Anzahl Betriebe stetig abnimmt, geht parallel mit einem gesellschaftlichen Wandel, wo Ruhe und Natur, Einfachheit und Tradition wieder stärker an Wert gewinnen. Auch in der Schweiz hat Agrotourismus seit den 1990er Jahren Aufschwung erhalten, jedoch ist dessen Entwicklung im Vergleich zu den Nachbarländern noch zögerlich. Im Emmental liegt dafür viel Potenzial durch die vorhandene Natur- und Kulturlandschaft sowie die vielen grossräumigen Bauernhäuser. Das Ursprüngliche des Emmentals birgt touristisches Potenzial (Region Emmental 2007). Die Landwirtschaft hat im Emmental, relativ gesehen, eine hohe Bedeutung. Durch die Schweizer Agrarpolitik 2014–2017, welche von Tierhaltungs- zu Flächenbeiträgen wechselte, ist



Abbildung 1: Grossräumiges Emmentaler Bauernhaus. (Bild: Elisabeth Bäschlin)

die Emmentaler Landwirtschaft mit ihrem Schwerpunkt in der Milch- und Fleischproduktion in besonderem Masse herausgefordert.

Trotzdem ist Agrotourismus auch im Emmental kein Massenphänomen: Nur etwa zweieinhalb Prozent der Bauernbetriebe sind touristisch aktiv. Wer sind diese Familienbetriebe, die Agrotourismus anbieten? Wie und weshalb haben sie mit Agrotourismus angefangen? Welche Voraussetzungen sind zentral? Wie wirkt sich Agrotourismus auf ihren Familienbetrieb aus? Inwiefern bietet er eine Chance für diese Betriebe, sich in einem herausfordernden Agrarsektor zu behaupten? Antworten auf diese Fragen wurden im Rahmen einer Masterarbeit am Geographischen Institut Bern in 29 Interviews mit Anbietern von agrotouristischen Aktivitäten im Emmental gesucht.

Die Betriebe: Standorte und Angebote

Anhand einer Internetrecherche konnten im Verwaltungsbezirk Emmental 56 landwirtschaftliche Familienbetriebe identifiziert werden, welche Agrotourismus anbieten. Die Betriebe sind im ganzen Emmental verteilt, wie die Karte des Verwaltungskreises Emmental zeigt (Abbildung 2); nirgendwo gibt es eine stärkere Konzentration. Im nördlichen Teil sind etwas weniger Betriebe verortet, die Agrotourismus betreiben. Dort ist das Gebiet aber auch stärker besiedelt und es ist weniger hügelig, was eine intensivere landwirtschaftliche Produktion ermöglicht und touristisch weniger attraktiv ist.

Agrotourismus scheint sich nicht über Kontakte zu benachbarten Höfen zu verbreiten. Es existiert auch keine räumliche Konzentration innerhalb der Angebotskategorien. Die Landwirtschaftsbetriebe sind nicht an besonders gut erreichbaren Standorten anzutreffen, befinden sich also zum Beispiel nicht vermehrt in der Nähe von Hauptverkehrslinien. Dies lässt vermuten, dass die Erreichbarkeit oder die Nähe zu bestimmten Infrastrukturen keine spezielle Rolle

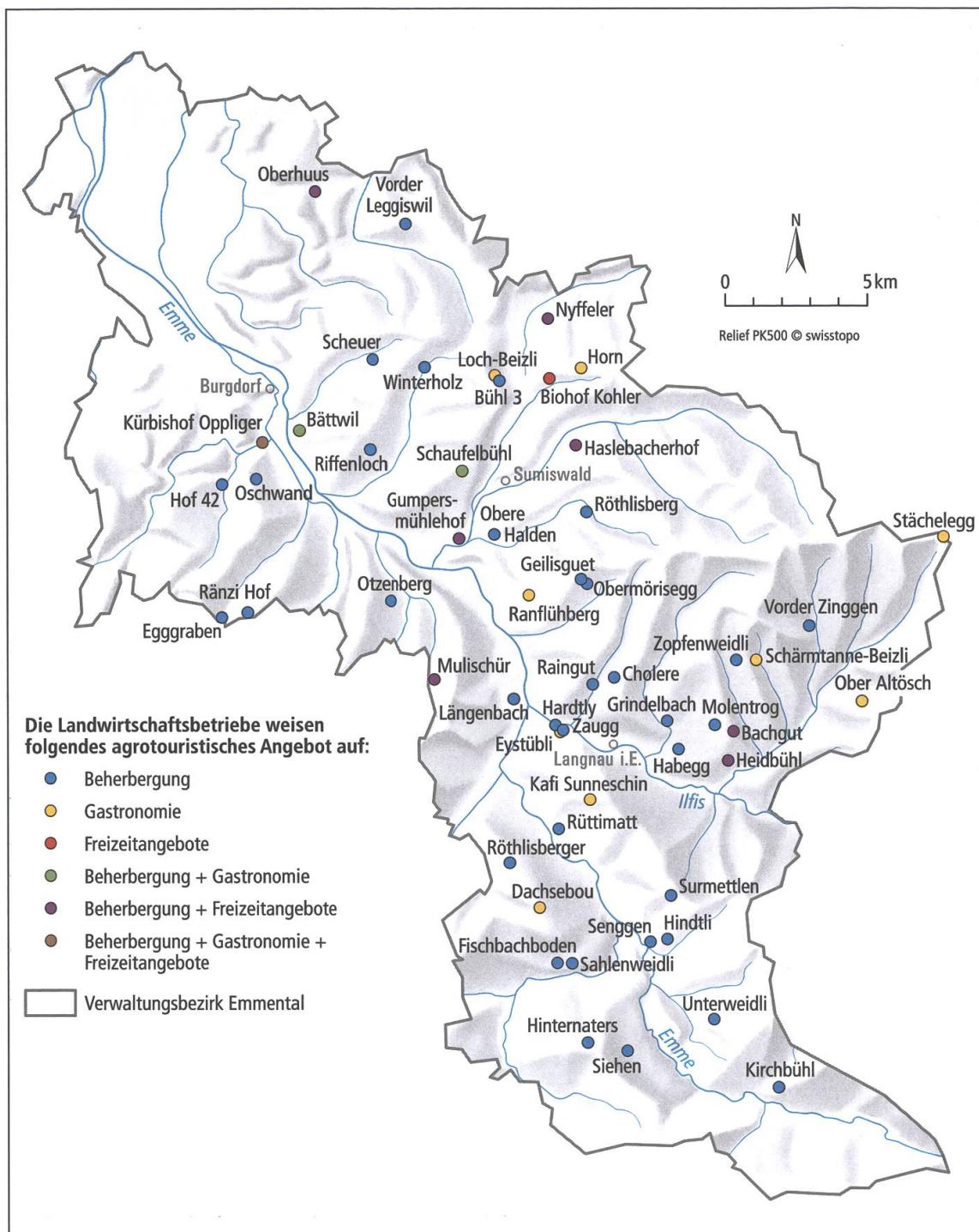


Abbildung 2: Agrotourismus im Verwaltungsbezirk Emmental. (Widmer 2016)

spielen. Die Gründe für eine solche räumliche Verteilung sind sehr schwer abzuschätzen. Es zeigt aber die Art und Weise auf, wie die Betriebe leben und wirtschaften. Das Emmental ist stark geprägt von einer Einzelhofbesiedlung. Das Leben und Wirtschaften findet zu einem sehr grossen Teil innerhalb der Familie und des Betriebes statt. Bis heute existieren nur wenig Kontakte und Zusammenarbeit zwischen den agrotouristischen AnbieterInnen im Emmental. Entweder ergibt sich die Chance und Gelegenheit für Agrotourismus durch vorhandene Räume und Zeit, sowie Mut und Wille, etwas Neues zu probieren und den Hof für Gäste zu öffnen, oder eben nicht. Solche Entscheide sind unabhängig vom Ort. Zudem existieren bis heute (ausser vielleicht in Langnau und Burgdorf) kaum touristische Zentren, bei denen die Nachfrage nach solchen Angeboten erhöht wäre. Was das Emmental ausmacht und was es vor allem zu bieten hat – nämlich Natur, Ruhe, Ursprünglichkeit und Tradition – ist mehr oder weniger überall im Emmental anzutreffen.

Der Grossteil der Betriebe, welche Agrotourismus anbieten, betreibt Milch- oder Viehwirtschaft in der Hügel- und Bergzone. Dabei sind die Betriebsgrössen sehr unterschiedlich, von 3,2 Hektaren bis 42 Hektaren. Ebenso stark unterscheidet sich das Einkommen, welches aus dem Agrotourismus erwirtschaftet wird. Als eines von vielen wirtschaftlichen Standbeinen trägt der Agrotourismus durchschnittlich etwa dreizehn Prozent zum Gesamteinkommen bei, jedoch mit grossen Unterschieden von zwei bis achtzig Prozent, je nach Betrieb.

PORTRÄT

Agrotouristischer Landwirtschaftsbetrieb Bieri

Durch persönliche Erlebnisse und Anfragen von aussen entstanden auf dem kleinen Milchwirtschaftsbetrieb von Familie Bieri eine ganze Palette an agrotouristischen Angeboten: Ferienpass, Schlafen im Stroh, Fledermausnächte, Wildtierexkursionen und vieles mehr. Nach und nach wurde das Ganze professionalisiert, die Infrastruktur verbessert, neue Angebote auch für Erwachsene aufgebaut und die alten ausgefeilt. So ergab sich eine ganz neue Sichtweise auf den Hof und auf das, was er zu bieten hat. Neben den Einkünften aus einer auswärtigen Festanstellung wird auf dem sieben Hektar grossen Hof die Hälfte des Einkommens durch den Agrotourismus erwirtschaftet.

Die untersuchten Betriebe (Namen in Porträts geändert) erwirtschaften ihr Einkommen aber nicht nur über die Landwirtschaft und den Agrotourismus. Sie stehen durchschnittlich auf drei bis vier wirtschaftlichen Standbeinen, ein Betrieb hat sogar deren sieben. In der Hälfte der 29 befragten Betriebe geht jemand auswärts arbeiten. Dies macht einerseits die Schwierigkeit deutlich, heute allein von der Landwirtschaft leben zu können, andererseits verkleinert

eine grössere Diversität die Abhängigkeit von einem einzigen Betriebszweig. Negative Preis- und Marktentwicklungen in einem Bereich können so besser abgedeckt werden.

Die folgende Graphik (Abbildung 3) zeigt die Breite der Angebote auf den Bauernhöfen.

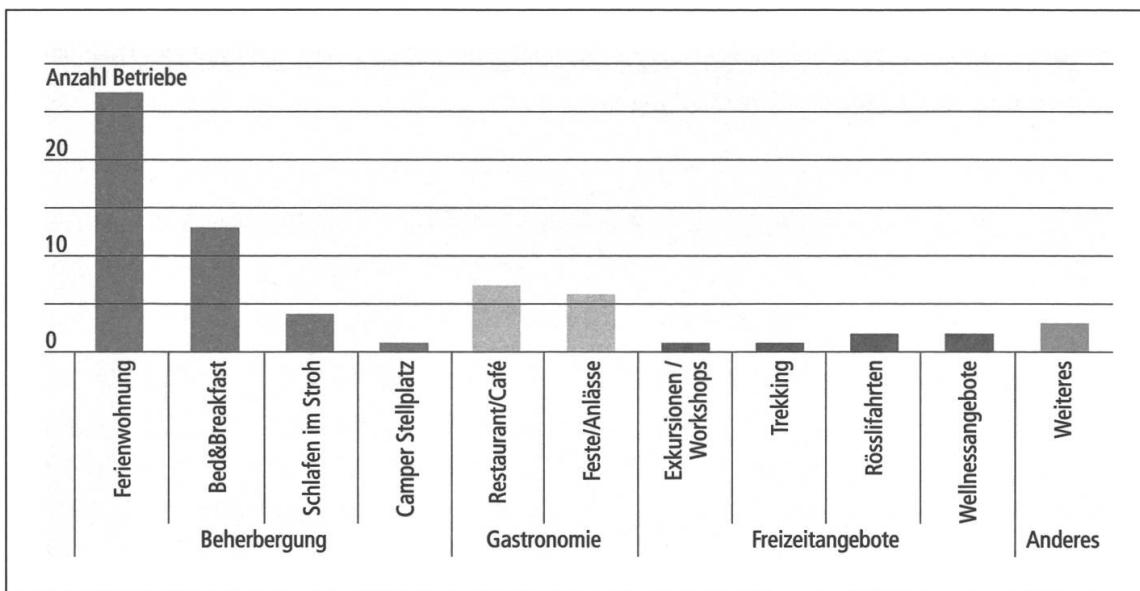


Abbildung 3: Agrotouristische Angebote im Emmental. (Widmer 2016)

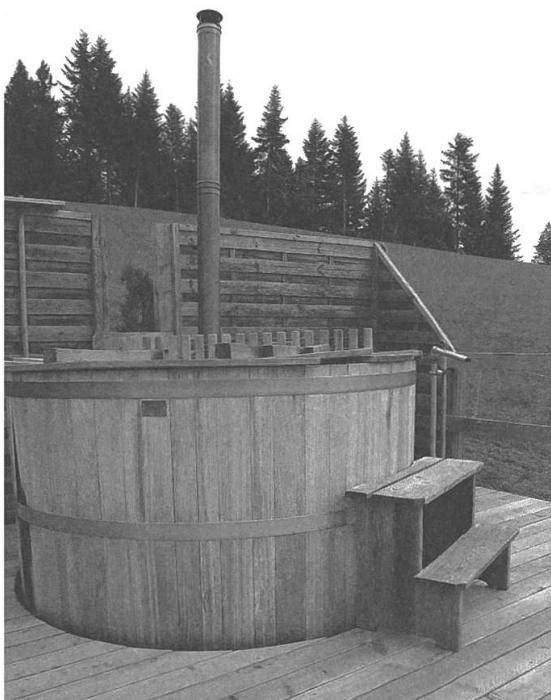


Abbildung 4: Hot Pot neben der Ferienwohnung. (Bild: Elisabeth Bäschlin)

Am häufigsten sind Beherbergungsangebote. Manchmal sind die Angebote auch kombiniert. So ergänzen sich zum Beispiel eine Ferienwohnung und ein Hot Pot bestens. Ein Hot Pot ist ein grosses Badefass im Freien, welches meist mit Holz aufgeheizt wird. Solche Hot Pots sind seit einiger Zeit sehr beliebt unter den Gästen im Emmental.

Schaut man sich die Verantwortlichkeiten für den Betriebszweig Agrotourismus an, zeigt sich ein klarer Unterschied nach Geschlechtern (Abbildung 5). Die Bäuerin trägt meistens die Hauptverantwortung für die touristischen Angebote. Dies wird auch in der Literatur bestätigt (Sharpley & Vass 2006; Haugen & Vik 2008).

Die Interviews haben gezeigt, dass oft eine mehr oder weniger klare Arbeitsteilung besteht. In der Kategorie Beherbergung ist es hauptsächlich die Frau, welche das Putzen und Waschen übernimmt. Auch die Buchhaltung wird vorwiegend durch die Bäuerinnen erledigt. Der Kontakt mit den Gästen, das Mithelfen auf dem Hof, diesen gepflegt halten, Fragen beantworten ist aber dann auch eine wichtige Aufgabe des Landwirtes. Bei Hochzeits-Apéros oder anderen gesellschaftlichen Anlässen werden alle, also auch die weiteren Familienmitglieder, gebraucht, weil dies sehr personalintensive Angebote sind. Bei den Freizeitangeboten kommt es ganz auf das jeweilige Angebot an: Zuständigkeiten können hier nicht generalisiert werden.

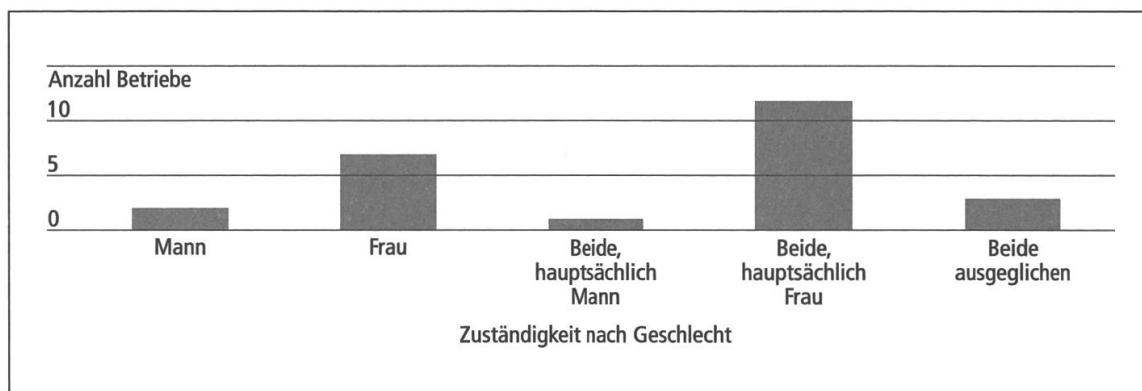


Abbildung 5: Zuständigkeiten nach Geschlecht im Agrotourismus. (Widmer 2016)

Motivation und Voraussetzungen für Agrotourismus

Der Einstieg in den Agrotourismus ist meistens ein Zusammenspiel von ganz verschiedenen Ereignissen, Vorlieben und Ressourcen. Die agrotouristischen Angebote entstanden oft dann, wenn vorhandene Räume frei wurden oder wenn in Zusammenhang mit Sanierungsprojekten – wie etwa einer Dachisolation mit Innenausbau – neuer Wohnraum geschaffen wurde: Leere Zimmer sollen nicht ungenutzt bleiben. «*Wenn man etwas hat, hat man etwas und das wird gebraucht.*» (Interview 5), so drückte sich ein Anbieter aus. Freier Raum entsteht zum Beispiel dann, wenn die eigenen Kinder ausziehen oder die Grosseltern ins Stöckli umziehen. Für solche zusätzlichen Wohnungen ist es manchmal schwierig, auf den abgelegenen Höfen geeignete Dauermieter zu finden. Den Emmentalern wird zudem eine gewisse Skepsis gegenüber Fremdem zugeschrieben. Dies wurde auch von einem Anbieter erwähnt: «*Ich glaube, die Emmentaler sind schon ein bisschen ein eigenes Volk. Ich habe das Gefühl, es sind sehr herzliche Leute, aber vielleicht am Anfang auch ein bisschen misstrauisch. Alles, was neu ist, ist schon mal ein bisschen komisch.*» (Interview 20). Der Wechsel von der Dauervermietung zur Feiernwohnung und dem Tourismus wurde deshalb oft folgendermassen begründet: Wenn einem die Gäste nicht passen, sind sie nach ein oder spätestens zwei Wochen wieder weg. Das ist bei Dauermietern nicht der Fall.

PORTRÄT**Agrotouristischer Landwirtschaftsbetrieb Anliker**

Familie Anliker führt einen Milchwirtschaftsbetrieb mit 25 Hektaren landwirtschaftlicher Nutzfläche. Durch das Raumplanungsgesetz ergab sich die vorläufig letzte Gelegenheit, den Dachstock im Bauernhaus auszubauen. Diese Chance nutzten sie und bauten eine Wohnung ein. Dauermieter wollten sie dort aber wegen schlechter Erfahrungen vom Stöckli nicht. Zudem stellte sich die Frage, was die Frau genau tun sollte. Nur auf dem Hof mithelfen wäre ihr zu langweilig, auswärts arbeiten aber nicht sehr praktisch mit dem Betrieb. Sie sind auch selber viel gereist und haben gerne Leute um sich. So kam die Idee, Ferien auf dem Bauernhof anzubieten. Dies kann ausprobiert und falls gewünscht auch nach einem Jahr wieder aufgehört werden. Bis jetzt sind sie zufrieden damit, sind aber auch offen für Veränderungen, wenn sie die Wohnung zum Beispiel selber einmal brauchen.

Auch eigene Lebens- und Berufserfahrungen waren bei der Entstehung des agrotouristischen Angebots von Bedeutung. Besonders die Ausbildung oder Berufserfahrung der Bäuerin kann durch agrotouristisches Engagement wieder genutzt und ausgelebt werden. Bei anderen bahnten eigene Reisen und die Erfahrung von Gastfreundschaft den Weg zum Agrotourismus. Manchmal waren es schlichtweg eigene Interessen oder Hobbies, welche ihre Verwirklichung im Agrotourismus wiederfanden, wie das Interesse an der Vogelwelt und der handwerklichen Arbeit.

Den entscheidenden Anstoß, mit Agrotourismus zu beginnen, gaben vielfach externe Impulse, sei dies durch Zeitungsberichte und Institutionen, Gespräche mit Bekannten oder Nachbarn, welche schon Erfahrungen mit Agrotourismus gemacht haben oder durch die konkrete Nachfrage nach bestimmten Dienstleistungen auf dem Hof.

Schlussendlich ist aber die verfügbare Zeit sehr entscheidend für die Ausgestaltung des Angebotes. Diese darf aber nicht nur als Ressource betrachtet werden, sondern muss im Kontext der persönlichen und betrieblichen Prioritätensetzung gesehen werden. So hat ein Betrieb sein Angebot im Agrotourismus reduziert, damit wieder mehr Zeit für die eigene Familie bleibt. Bei anderen ist es gerade umgekehrt: Sie bieten Apéros an, um gemeinsam mit der ganzen Familie etwas zu machen. Oder es ist eine betriebliche Abwägung zwischen dem Aufwand für eine Direktvermarktung mit regelmässigen Marktfahrten und dem Ausbau des Agrotourismus. AnbieterInnen von Übernachtungsmöglichkeiten haben sich oft auch gegen die zusätzliche Gästeverpflegung entschieden, weil dies vom Aufwand her einfach nicht reinpasse. Agrotourismus als Teil einer Lebensunterhaltsstrategie kann folglich als geschicktes Jonglieren mit den vor-

handenen Ressourcen innerhalb der bestehenden rechtlichen und persönlichen Grenzen gesehen werden.

Auf die Frage nach der Motivation für Agrotourismus nannte gut die Hälfte der Befragten finanzielle Gründe. Das Zusatzeinkommen war aber nie der alleinige Grund und stand häufig auch nicht an erster Stelle (Abbildung 6). Der Kontakt mit Leuten, diesen die Landwirtschaft näher zu bringen und den vorhandenen Raum ausnutzen zu können hat sehr hohe Priorität. Eine Anbieterin drückte dies folgendermassen aus: «*Volle Kanne Geld zu verdienen hat bei uns nicht Priorität. Aber es kann auch nicht sein, dass wir es nur aus Freude machen.*» (Interview 3)

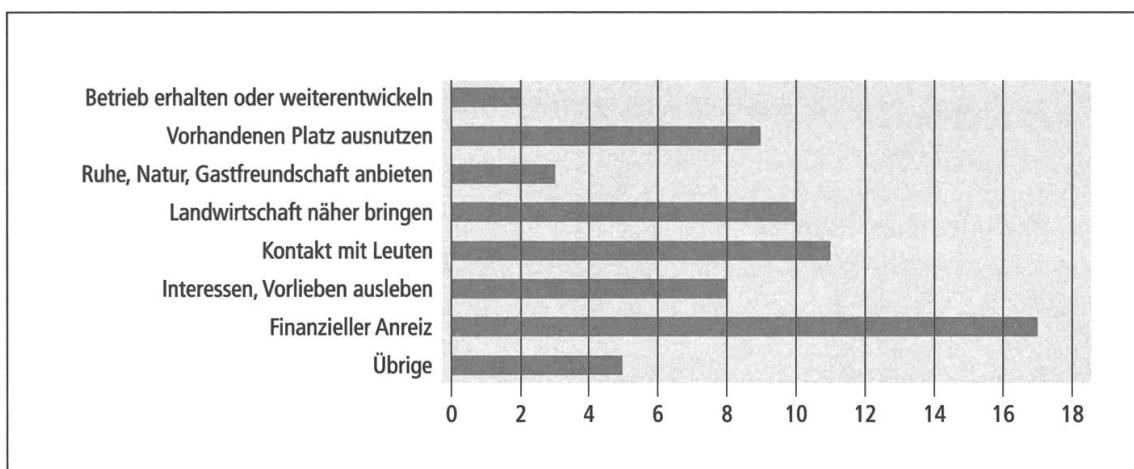


Abbildung 6: Motivation für Agrotourismus. (Widmer 2016)

Hier unterscheidet sich der Agrotourismus deutlich von anderen Tourismusangeboten wie zum Beispiel der Hotellerie. Ein Hotel hat kein Interesse daran, sich hinter die Kulissen blicken zu lassen. Die befragten Betriebe hingegen sehen in Agrotourismus eine Chance, die Bevölkerung über die Verhältnisse, die Zwänge und die Realität der Schweizer Landwirtschaft aufzuklären (Interview 3). Andere sehen es als ihre Verantwortung, mit der restlichen Bevölkerung in Kontakt zu sein, damit auch die nächste Generation noch weiss, woher die Lebensmittel kommen (Interview 1).

Bei einigen Betrieben stellte sich die Frage, ob zusätzliches Einkommen auswärts oder zu Hause erwirtschaftet werden soll. Während auswärtige Erwerbsarbeit ein stabiles und sicheres Einkommen darstellt, kann Arbeit zu Hause einfacher mit den Anforderungen der Familie und des Betriebs vereinbart werden. Auch hier findet ein sorgfältiges Abwägen statt, welches von der aktuellen Lebenssituation, eigenen Vorlieben, den vorhandenen Möglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt abhängt. Es besteht aber weitgehend ein Konsens darüber, dass auswärtige Erwerbsarbeit das beste Verhältnis von Aufwand und Ertrag darstellt. Dass sich viele Betriebe dagegen entscheiden zeigt, dass die Entscheidungen

nicht nur rational im Sinne eines *homo oeconomicus* getroffen werden. Der persönliche Nutzen von Agrotourismus ist höher als das reine Einkommen, welches dadurch erwirtschaftet wird. Dies zeigen die unterschiedlichen Motivationsquellen deutlich.

Auswirkungen von Agrotourismus auf Betrieb und Haushalt

Agrotourismus wirkt sich auf ganz unterschiedlichen Ebenen auf die Bauernfamilien und deren Betriebe aus. Neben vielen Vorteilen und schönen Erlebnissen führen touristische Angebote auf dem eigenen Hof auch zu Einschränkungen und nicht selten zu einer grossen zeitlichen Belastung. Die Auswirkungen können in vier Bereiche eingeteilt werden: Persönliche, finanzielle und arbeitswirtschaftliche Folgen sowie Auswirkungen im Umfeld und auf die Gäste. Abbildung 7 zeigt auf, was die Betriebe am Agrotourismus besonders schätzen (+) und wo sie eher die Nachteile (-) sehen.

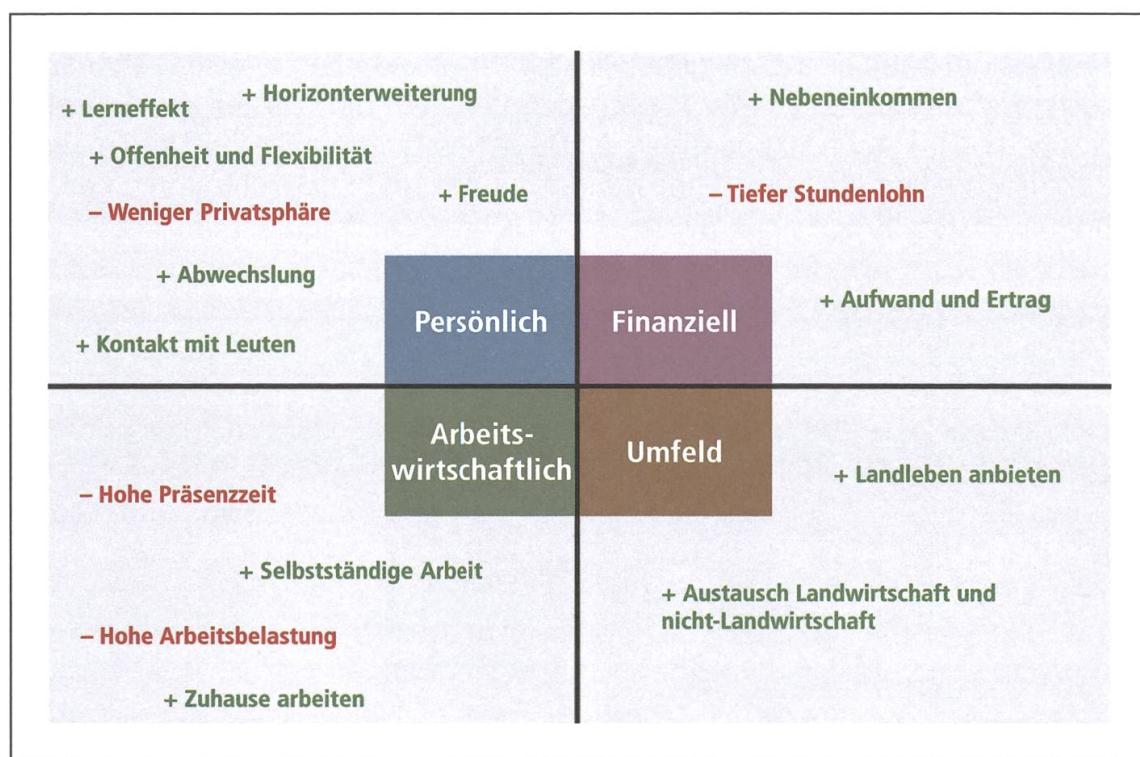


Abbildung 7: Auswirkungen von Agrotourismus auf Betrieb und Haushalt. (Widmer 2016)

Persönliche Auswirkungen

Am meisten geschätzt wird der Kontakt zu den Gästen. Agrotourismus bringt viel Freude und gute Kontakte und steigert so die Lebensqualität der Familienbetriebe. Der Kontakt mit Leuten wird als spannend und interessant beschrieben, und es ergeben sich auch mal Freundschaften mit Gästen, welche immer

wieder kommen: «*Ich denke, wir gehen nicht so in die Ferien, wir können nicht so in die Welt oder, die Welt kommt dann zu uns, grob gesagt.*» (Interview 2). Zuletzt ergibt sich durch den Kontakt mit den Gästen eine grosse zusätzliche Wertschätzung der eigenen Arbeit durch die vielen positiven Rückmeldungen der Gäste. Zudem werden auch mal Sorgen und Probleme ausgetauscht, was die Weltsicht der Landwirte und Bäuerinnen öffnet. So ist eine weitere positiv wahrgenommene Auswirkung von Agrotourismus die Horizonterweiterung. Eine Anbieterin einer Ferienwohnung beschreibt es folgendermassen:

So, dass man irgendwie Kontakt hat mit der anderen Welt als der bäuerlichen. Wenn man ihre Probleme, ihre Freuden, ihr Leben ein bisschen sieht. Oder auch ihre Formen, wie sie als Familie zusammenleben und dass sie manchmal anders sind, als man meint. Es sind nicht einfach Städter, sie können einem auch etwas zeigen. (Interview 1)

Der Landwirtschaftsbetrieb wird durch Agrotourismus zu einem gewissen Grade öffentlich. Es wird einem viel stärker über die Schultern geschaut. Dadurch wird die Privatsphäre teilweise eingeschränkt. Einerseits räumlich, wenn die Gäste zum Beispiel in der eigenen Küche frühstücken, andererseits aber auch zeitlich. So wird immer wieder Freizeit geopfert, um den Gästen etwas bieten zu können oder Fragen zu beantworten. Diese beschnittene Freiheit wird manchmal als Nachteil empfunden. Anpassungsfähigkeit und Rücksichtnahme im Umgang mit Gästen fördert aber gleichzeitig eine grössere Offenheit und Flexibilität.



Abbildung 8: Familie beim Bauernfrühstück. (Bild: Agrotourismus Schweiz)

Die Fähigkeit der Abgrenzung ist ebenso gefragt, wie eine klare Kommunikation mit den Gästen, zum Beispiel anhand von Hofregeln. Die Abwechslung, welche Agrotourismus auf den Hof bringt, wird geschätzt und bietet immer wieder neue Lernfelder, zum Beispiel, wenn das Anrichten von Käseplatten plötzlich zum Alltag gehört. Nicht zuletzt bringt Agrotourismus auch einfach viel Freude. Entweder durch das Ausüben von geliebten Tätigkeiten wie Kochen oder Backen, gutes Gelingen der Angebote durch Ausleben von eigenen Fähigkeiten, Begegnungen mit besonderen Menschen oder durch leuchtende Augen der Kinder, welche auf dem Traktor mitfahren dürfen.

Arbeitswirtschaftliche Auswirkungen

Agrotourismus bedeutet aber auch einen grossen zeitlichen Aufwand, welcher nicht unterschätzt werden darf. Insbesondere, weil meist viel Zeit für die Gäste aufgewendet wird. Dies kann dann zu einem Problem werden, wenn sich die Hauptarbeitsspitzen in der Landwirtschaft und im Agrotourismus überlappen. Beide Betriebszweige haben im Sommer Hochsaison, was dann zeitweise zu einer sehr hohen Arbeitsbelastung führt. Dies wird von einigen als negativer Punkt genannt. Im Bereich der Beherbergung nehmen neben dem Putzen und Waschen bei Gästewechsel hauptsächlich die Gespräche oder Aktivitäten mit den Gästen Zeit in Anspruch, denn das Näherbringen der Landwirtschaft ist den meisten ein grosses Anliegen. Und daneben sollte man ja auch noch den Hof etwas gepflegt halten. Nicht alle bewerten dies als negativ, denn «*man hat ja dann etwas davon*» (Interview 29). Trotzdem scheinen manche zwischendurch an ihre Grenzen zu kommen. Es besteht die Herausforderung, alles unter einen Hut zu bringen und den Gästen gegenüber auch in Stresssituationen immer noch freundlich lächelnd und geduldig zu begegnen.

Gästebetrieb ist auch mit einer hohen Präsenzzeit verbunden. Was in der Landwirtschaft meist sowieso gegeben ist, wird durch Agrotourismus noch verstärkt. Die Kühe wollen täglich zweimal gemolken werden, die Gäste kommen zum vereinbarten Zeitpunkt und man muss zuhause bereit sein. Da müssen sich auch einmal landwirtschaftliche Tätigkeiten, wie beispielsweise Gülle ausführen, unterordnen. Als Vorteil wurde hier jedoch genannt, dass man zu Hause arbeiten kann und nicht weg muss. Und im Vergleich zu auswärtiger Erwerbsarbeit oder auch der Landwirtschaft ist man weniger abhängig von einem Chef oder den Direktzahlungen. Es ist eine selbstständige Arbeit, für die man selber die Verantwortung trägt und sie auch nach eigenen Vorlieben und Gutdünken gestalten kann. Dies wird von vielen geschätzt.

Finanzielle Auswirkungen

Was die finanziellen Auswirkungen angeht, sind sich die Betriebe uneinig. Für manche steht die Freude an der agrotouristischen Arbeit an erster Stelle und sie sind froh, dass sie wenigstens das Putzen nicht gratis machen müssen. Für andere wiederum stellt Agrotourismus ein entscheidendes Standbein dar, ohne welches

der Betrieb nicht mehr existieren könnte, ohne dass jemand noch auswärts arbeiten gehen würde. Generell gibt Agrotourismus den Landwirtschaftsbetrieben eine gewisse finanzielle Flexibilität und Freiheit und ermöglicht so zum Beispiel Um- oder Ausbauten auf dem Hof oder jährliche Ferien, welche sonst nicht möglich wären. Zudem können durch die zusätzliche Einnahmequelle Krisen abgedeckt werden, wenn beispielsweise der Milchpreis plötzlich rapide sinkt. Bei Ferienwohnungen ist zudem die Wertschöpfung im Vergleich zu einer Dauervermietung grösser, sofern sie mindestens ein Drittel des Jahres vermietet werden kann. Dafür ist natürlich auch der Aufwand viel grösser. So bemängelt jemand, dass der Stundenlohn ziemlich tief sei und eine andere Bäuerin erwähnt, dass im Agrotourismus eben auch sehr viel unentgeltliche Arbeit geleistet werde. Wenn die Kinder beim Hühner füttern mithelfen oder sich der Bauer eine Stunde Zeit nimmt, um die Melkmaschine zu erklären und vorzuführen, wird dies nicht verrechnet. Auf der anderen Seite haben fünf Betriebe das Verhältnis von Aufwand und Ertrag im Agrotourismus im Vergleich zur konventionellen Landwirtschaft als Vorteil genannt: Man verdiene mehr in kürzerer Zeit, zudem seien die Räumlichkeiten ja vorhanden. Ein anderer schätzt es, dass der erwirtschaftete Ertrag mit weniger Anstrengung einhergehe. Auch hier zeigen sich grosse Unterschiede zwischen den Betrieben. Aufwand und Ertrag sind schlussendlich auch vom spezifischen Angebot abhängig, vom persönlichen Engagement der Landwirte und Landwirtinnen und auch von ihrer eigenen Wahrnehmung. Die Mehrheit der Interviewten ist sich aber einig, dass die höchste Rendite und grösste Sicherheit nur durch eine zusätzliche Anstellung ausserhalb des Betriebs erreicht werden kann.

Auswirkungen auf das Umfeld

Agrotourismus hat nicht nur einen Einfluss auf die landwirtschaftlichen Familienbetriebe selber, sondern auch auf das Umfeld, hauptsächlich durch den Kontakt mit den Gästen. So wird nicht nur der Horizont der Bäuerinnen und Landwirte erweitert, sondern auch jener der Gäste. Sie erhalten Einblick in die Produktion und das Leben auf einem Bauernhof, am stärksten bei Übernachtungsangeboten. Der Austausch zwischen der landwirtschaftlichen und der nicht-landwirtschaftlichen Bevölkerung wird so eins zu eins erlebt. Das Verständnis für die Landwirtschaft wird gefördert und die Konsumentinnen und Konsumenten über viele offene Fragen oder Missverständnisse aufgeklärt.

Ein Landwirt unterstreicht dies anhand von Beispielen:

Man kann den Leuten viel mitgeben natürlich, wir hatten schon Papis, die wussten nicht, als wir gedroschen haben, dass es daraus Brot gibt und als wir noch gemolken haben, wussten viele Kinder nicht, dass sie Milch von diesen Kühen kaufen. Weil sie einfach in der Migros einkaufen. [...] Man merkt eigentlich erst nachher, was man diesen Leuten überhaupt bieten kann. Von dem her, dass sie überhaupt noch wissen, was Landwirtschaft

heisst. Dass man am Sonntag auch noch melken und arbeiten muss und dass man sie [die Kühe] am Samstag und Sonntag nicht einfach zur Seite stellen kann. (Interview 5)

Verknüpft mit der Landwirtschaft wird ein Einblick in das Landleben geboten. Die befragten Betriebe schätzen es, dass sie den Leuten die Möglichkeit geben können, die Natur, das Emmental, die Ruhe, Raum zum Austoben und schmutzig werden, und manchmal auch traditionelle Familienstrukturen zu erleben. Sie freuen sich, wenn sie sehen, wie sich die Gäste erholen, auftanken und begeistert von einer Wildtierexkursion oder einem reichhaltigen Bauernfrühstück mit frischen und vorwiegend eigenen Produkten nach Hause zurückkehren.

Herausforderungen und Zufriedenheit

Nebst den Punkten, die schon genannt wurden, werden insbesondere der Umgang mit dem Computer und die damit verbundene Vermarktung als Herausforderungen wahrgenommen. Das Internet ist heutzutage die Vermarktungsgrundlage Nummer eins, womit aber nicht alle ganz vertraut sind. Zudem sind einige etwas hilflos und wissen nicht, wie sie ihr Angebot am besten unter die Leute bringen, denn Werbung ist mit Kosten verbunden. Hier spürte man ein gewisses fehlendes Vertrauen in Vermarktungsplattformen und deren Effizienz. Es hat aber auch mit dem fehlenden Selbstbewusstsein der AnbieterInnen selber zu tun. In einem Interview kam dies deutlich zur Sprache: Sich verkaufen können, sei sehr wichtig; und dies sei eines der grössten Probleme des Emmentals, weil sich der Emmentaler dies nicht zutraue und er nicht sehen würde, was er eigentlich an Werten und Ressourcen besitze. Fehlendes Selbstbewusstsein und

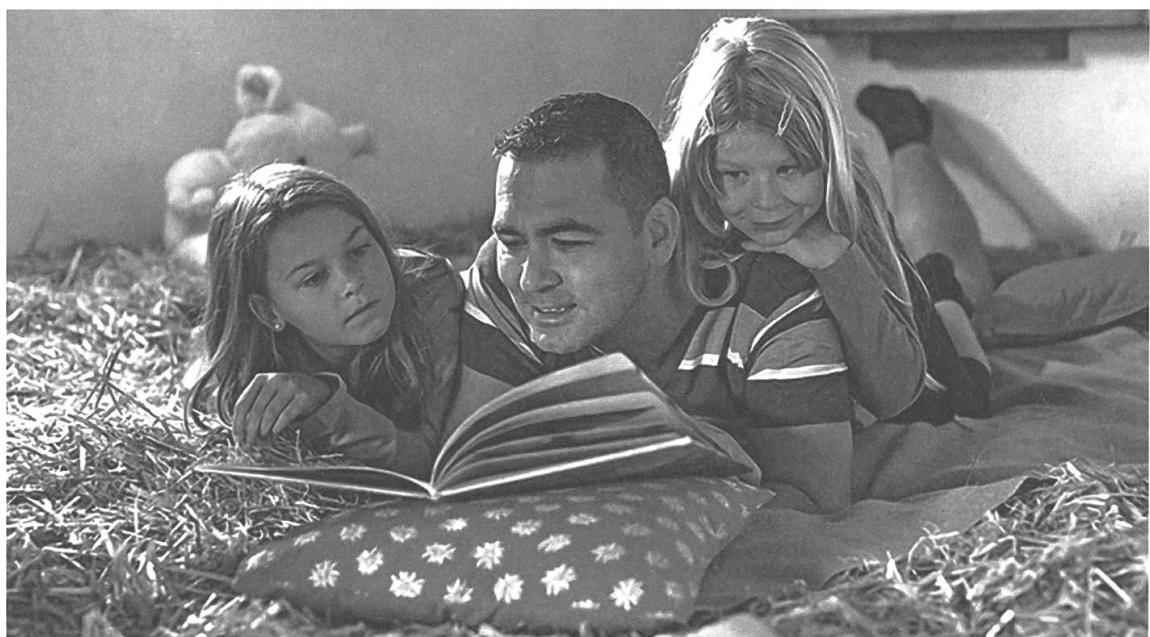


Abbildung 9: Heuhotel. (Bild: Agrotourismus Schweiz)

Eigenwahrnehmung der Emmentaler als Randregion würden dabei eine wichtige Rolle spielen. Man müsste das Emmental etwa so präsentieren: «*Wir haben einen Schatz. Wollt ihr schauen kommen? Ihr dürft. Aber es kostet und es ist gefährlich!*» (Interview 21). Damit meint der Bauer wohl: Die BesucherInnen müssen bereit sein, sich auf die Besonderheiten des Emmentals einzulassen, um seine Geheimnisse zu entdecken.

Eine weitere grosse Herausforderung stellen die bestehenden gesetzlichen Grundlagen und Verfahren dar, welche für manchen Betrieb allzu grosse Hürden bedeuten:

Oder, wenn man etwas machen will, geht das wieder über eine Baubewilligung und bis man diese hat geht es zum Teil einfach bis zwei Jahre. Und das ist einfach eine Zeit, in der sich mancher Bauer halt auch wieder selber neu orientiert und sagt, du, komm, nein, das nicht mehr. Ich habe etwas anderes. (Interview 27)

Nur wer einen sehr langen Atem hat und bereit ist, mehrere Anläufe zu nehmen, kann seine Pläne umsetzen. Die Betriebe wünschen sich hier mehr Handlungsspielraum für innovative Ideen.

Wenn die landwirtschaftlichen Betriebe Bilanz ziehen, so sind die meisten zufrieden. Einige würden sich aber eine bessere Auslastung ihres Angebots wünschen (Abbildung 10). Agrotourismus ist insgesamt für die Betriebe eine Bereicherung und bietet eine Alternative zu auswärtiger Erwerbstätigkeit. Ein Anbieter zog daraus folgendes Fazit, welches wohl für eine Grosszahl der agrotouristischen Betriebe im Emmental gilt: «*Neunzig Prozent ist Sonnseite und zehn Prozent ist halt Schattseite.*» (Interview 5)

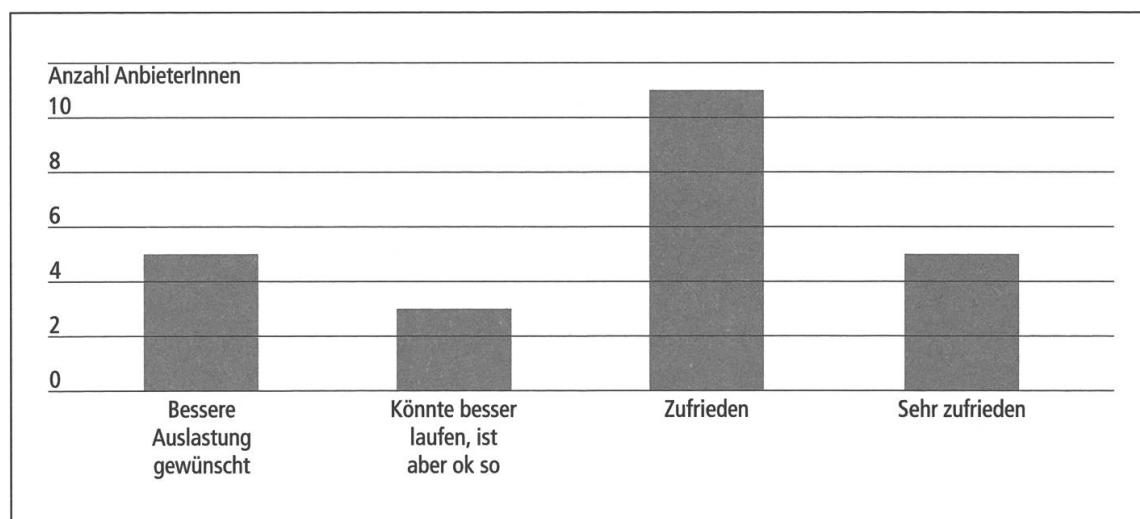


Abbildung 10: Zufriedenheit der AnbieterInnen mit dem Engagement im Agrotourismus. (Widmer 2016)

Fazit

Bietet Agrotourismus nun eine Chance für landwirtschaftliche Familienbetriebe in einem herausfordernden Agrarsektor? Der gesellschaftliche Wandel, wonach die Nachfrage nach Angeboten wie Agrotourismus steigt, wird von den Betrieben nur mässig wahrgenommen. Die Angebote sind stark an Familien mit Kindern orientiert (wobei es natürlich immer Ausnahmen gibt) und eher in einem Tiefpreissegment angesiedelt. Kombiniert mit einer unregelmässigen Auslastung (gering im Winterhalbjahr), ergibt sich oft nur ein kleines Nebeneinkommen. Aktuell sind ungefähr zweieinhalb Prozent der Emmentaler Landwirtschaftsbetriebe agrotouristisch tätig. Agrotourismus im Emmental, wie er heute betrieben wird, kann aber die Betriebe bei abnehmendem landwirtschaftlichen Einkommen finanziell nicht genug entlasten, um das Überleben der Betriebe und somit die Produktion zu sichern. Ein entscheidender Grund dafür ist die hohe zeitliche Belastung. Obwohl aus touristischer Sicht auf den Bauernhöfen noch viele andere Aktivitäten möglich und denkbar wären, können diese in der Realität aus betrieblichen Gründen oftmals nicht voll ausgeschöpft werden. So steht der Agrotourismus immer wieder im Spannungsfeld zwischen den Anforderungen der Landwirtschaft und dem Gästebetrieb und es ist manchmal schwierig, beiden Seiten gerecht zu werden.

Trotzdem stellt Agrotourismus für die landwirtschaftlichen Familienbetriebe eine Bereicherung dar, indem Sozialkontakte gefördert, eigene Interessen und Fähigkeiten gelebt, persönliche Horizonte erweitert und die vorhandenen Räumlichkeiten und Aussenbereiche besser ausgenutzt werden können. Der finanzielle Aspekt steht für die Landwirtschaftsbetriebe oftmals nicht an erster Stelle. Viele sehen im Agrotourismus eine Chance, mit der restlichen Bevölkerung in Kontakt zu treten und ihr einen Einblick in die landwirtschaftliche Produktion zu gewähren und sie über die aktuellen Verhältnisse der Schweizer Landwirtschaft aufzuklären.

Verschiedene Beispiele haben aber durchaus gezeigt, dass mit viel Mut, mit Vision und Engagement das touristische Potenzial auf und um die Bauernhöfe zu wesentlicher Wertschöpfung beitragen kann und somit nicht nur die Bauernfamilie und die Gäste beglückt, sondern auch einen wichtigen Beitrag zur regionalen Entwicklung leistet.

Bibliographie

- Egger, Thomas/Favre, Geneviève/Passagla, Maesillo, 2008: Der Agrotourismus in der Schweiz. Analyse der aktuellen Situation und Empfehlungen für die Zukunft. Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete, Bern.
- Haugen, Marit S./Vik, Jostein, 2008: Farmers as Entrepreneurs: The Case of Farm-Based Tourism. In: International Journal of Entrepreneurship and Small Business 6 (3):321–336.

- Region Emmental (Hrsg.), 2007: Regionales Förderprogramm Emmental-Oberaargau gemäss Neuer Regionalpolitik des Bundes.
- Sharpley, Richard/Vass, Adrian, 2006: Tourism, Farming and Diversification: An Attitudinal Study. In: *Tourism Management* 27 (5):1040–1052.
- Tew, Christine/Barbieri, Carla, 2012: The Perceived Benefits of Agritourism: The Provider's Perspective. In: *Tourism Management* 33 (1):215–224.
- Widmer, Janine, 2016: Agrotourismus im Emmental. Masterarbeit Geographisches Institut und cde/Zentrum für Entwicklung und Umwelt, Universität Bern.



