

NFP «REGIONALPROBLEME» des Schweizerischen Nationalfonds
Programmleitung Bern 1983

PNR «PROBLÈMES RÉGIONAUX» du Fonds national suisse
Direction du programme Berne 1983

PNR «PROBLEMI REGIONALI» del Fondo nazionale svizzero
Direzione del programma Berna 1983

THEMA

THÈME

Erwerbskombinationen in der Berglandwirtschaft

Activités lucratives combinées dans l'agriculture de montagne

Herausgeber
Editeurs

Bernhard Walther und Hans W. Popp

VERLAG RÜEGGER · DIESSENHOFEN

NFP «REGIONALPROBLEME» des Schweizerischen Nationalfonds
Programmleitung Bern 1983

PNR «PROBLÈMES RÉGIONAUX» du Fonds national suisse
Direction du programme Berne 1983

PNR «PROBLEMI REGIONALI» del Fondo nazionale svizzero
Direzione del programma Berna 1983

THEMA

THÈME

Erwerbskombinationen in der Berglandwirtschaft

Activités lucratives combinées dans l'agriculture de montagne

Herausgeber
Editeurs

Bernhard Walther und Hans W. Popp

VERLAG RÜEGGER

**Seminarbeiträge im Rahmen des Nationalen Forschungsprogramms
"Regionalprobleme in der Schweiz, namentlich in Berg- und Grenzgebieten"
des Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen
Forschung.**

Reihe "Thema-Hefte" der Programmleitung des NFP "Regionalprobleme".

**Exposés de séminaire dans le cadre du Programme national de recherche
"Problèmes régionaux en Suisse, notamment dans les zones de montagne et les
zones frontalières" du Fonds national suisse de la recherche scientifique.**

Série "volume thématique" de la direction du PNR "Problèmes régionaux".

ISBN 3 7253 0190 5

Verlag Rüegger, CH-8253 Diessenhofen, 1983

© 1983 Programmleitung NFP Regionalprobleme

Die Autoren (in der Reihenfolge ihrer Beiträge)

Les auteurs (ordre de leur contribution)

Ernst A. Brugger
Bernhard Walther
Jean Vallat
Felix Mettraux
Walter Schläppi
Antoine Muller
Peter Kyburz
Hans Leibundgut
Hans Elsasser
Hans W. Popp
Jörg Wyder

René Brugger
Rudolf Horber
Hans-Peter Zeiter
Charly Darbellay
Anton Bellwald
Heinz D. Hänni
Urs Schaer
Pierre-François Veillon
Charles Dewarrat
Hans Wespi
Ruedi Meier

(Für weitere Angaben siehe Anhang/
pour de plus amples informations, voir l'annexe)

Dieser Themaband enthält die überarbeiteten Vorträge eines Seminars, das im Rahmen des Nationalen Forschungsprogrammes "Regionalprobleme" am 18./19. November 1982 in Bern durchgeführt wurde. Veranstaltung und Veröffentlichung konnten dank der Unterstützung durch den Schweizerischen Nationalfonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung realisiert werden; seinen verantwortlichen Instanzen gehört unser Dank.

Dank gebührt auch den Autoren dieses Buches, den Forschern und nicht zuletzt dem Herausgeber dieser Publikation.

Bern, März 1983

**Programmleitung des
NFP Regionalprobleme**

Ce volume thématique contient les exposés d'un séminaire qui s'est déroulé à Berne les 18./19. novembre 1982 dans le cadre du programme national de recherche "Problèmes régionaux". Cette manifestation ainsi que la publication ont été rendus possibles grâce à l'aide du Fond national suisse de la recherche scientifique. Nous tenons à en remercier vivement ses responsables.

Nos remerciements vont également aux auteurs de cet ouvrage, aux chercheurs, et naturellement, à l'éditeur de cette publication.

Berne, mars 1983

**Direction du programme
PNR Problèmes régionaux**

I. Einführung/Introduction	Seite
Ernst A. Brugger	
Zum Thema	13
Ernst A. Brugger	
A propos du thème de cet ouvrage	17

II. Erwerbskombinationen in der Landwirtschaft Activités lucratives combinées dans l'agriculture	
Bernhard Walther	
Thematische Einleitung	23
Jean Vallat	
L'agriculture à temps partiel en Suisse	29
Felix Mettraux	
L'agriculture à temps partiel et le problème des petits agriculteurs sur l'exemple fribourgeois	41
Walter Schläppi	
Betriebswirtschaftliche Probleme der Erwerbskombinationen in der Berglandwirtschaft	57

	Seite
Antoine Muller Problèmes socio-culturels de l'agriculture à temps partiel	63
Peter Kyburz Die Berufskombinationen im Oberemmental: Konsequenzen für Bildung und Beratung	77
Hans Leibundgut, Hans Elsasser Erwerbskombinationen im Lichte nicht-touristischer Entwicklungs- möglichkeiten	87
Hans W. Popp Die agrarpolitische Bedeutung der Nebenerwerbsbetriebe und der Beitrag des Staates zu deren Förderung	99
Jörg Wyder Für eine Gleichbehandlung der Erwerbskombinationen in der Agrarpolitik	109
René Brugger Probleme der internationalen Zusammenarbeit zur Förderung der Pluriaktivität	117

III. Landwirtschaft und Tourismus	
Agriculture et tourisme	
	Seite
Bernhard Walther	
Thematische Einführung	125
Rudolf Horber	
Wechselwirkungen zwischen	
Tourismus und Landwirtschaft	
im Berggebiet	129
Hans-Peter Zeiter	
Die Bedeutung der landwirt-	
schaftlich-touristischen Erwerbs-	
kombinationen im	
Aletschgebiet	145
Charly Darbellay	
Ce que l'agriculture attend	
du tourisme	159
Anton Bellwald	
Die Ansprüche des Tourismus	
an die Landwirtschaft	165

IV. Ferien auf dem Bauernhof:	
Verbindung von Landwirtschaft	
und Tourismus	
Vacances à la ferme:	
relation entre l'agriculture	
et le tourisme	
Heinz D. Hänni	
Ferien auf dem Bauernhof:	
mehr als ein Schlagwort?	179

	Seite
Urs Schaer Ferien auf dem Bauernhof – Möglichkeiten und Grenzen aus tourismuspolitischer Sicht	185
Pierre-François Veillon L'hébergement à la ferme, une activité annexe pour les familles agricoles?	195
Charles Dewarrat Brève analyse du tourisme rural dans le canton de Fribourg	205
Hans Wespi Die Entwicklung der Bauernhof- ferien in der Deutschschweiz am Beispiel der Buchung- zentrale Ebikon	215
Ruedi Meier Ferien auf dem Bauernhof – Erfahrungen im Ausland	223

V. Zusammenfassung/Résumé

Bernhard Walther, Heinz D. Hänni Zusammenfassung Résumé	243 249
---	------------

VI. Anhang/Annexe

Die Autoren: Adressenliste Les auteurs: Liste des adresses	257 257
---	------------

I. Einführung/Introduction

	Seite
Ernst A. Brugger Zum Thema	13
Ernst A. Brugger A propos du thème de cet ouvrage	17

RUEDI MEIER

FERIEN AUF DEM BAUERNHOF - ERFAHRUNGEN IM AUSLAND

Einleitung

1. Der vorliegende Bericht beruht weitgehend auf dem Studium der einschlägigen Literatur (siehe Literaturverzeichnis im Anhang). Leider war es mir nicht vergönnt, die entsprechenden Erfahrungen alle selber zu sammeln. Ich hoffe aber, dass ich Ihnen trotzdem einen - wenn auch teilweise nur theoretischen - Einblick in die Entwicklung und Möglichkeiten von "Ferien auf dem Bauernhof" geben kann.
2. Die Darlegungen beschränken sich auf 6 europäische Länder: Oesterreich, BRD, Norwegen, Finnland, Frankreich und Spanien. Dabei werde ich auf den Fall Oesterreich besonders intensiv eintreten, da in diesem Land "Ferien auf dem Bauernhof" eindeutig den gewichtigsten Stellenwert einnimmt und ebenfalls über eine längere Tradition verfügt. Relativ ausführlich werden auch die Fälle Norwegen und Finnland geschildert.
3. Für das Verständnis der vorliegenden Ausführungen möchte ich noch eine begriffliche Festlegung treffen. Als Ferien auf dem Bauernhof soll ein touristisches Angebot verstanden werden, dass in der Vermittlung von einem oder mehreren Zimmern in einem funktionstüchtigen Bauernhaus und der mehr oder weniger begrenzten Abgabe von Verpflegungen (mindestens Frühstück) durch die Bauernfamilie besteht. Bereits als Grenzfall von Ferien auf dem Bauernhof ist bei einer Auslagerung der Unterkunftsmöglichkeiten aus dem Bauernhaus zu sprechen. Nicht mehr als Ferien auf dem Bauernhof sollen andere Touristikformen, die unter dem Begriff des ländlichen Tourismus zusammengefasst werden können, verstanden werden:
 - Campieren auf dem Lande auf kleinen und mittleren Plätzen
 - Vermietung von Ferienwohnungen, die in bestehende Bau- substanz eingebaut wurde

- Vermietung oder Verkauf von Ferienhäusern.

Diese Formen stehen vielmals in enger Verbindung zu "Ferien auf dem Bauernhof". Vielfach sind auch Grenzfälle festzustellen. Der ländliche Tourismus in seiner generellen Ausgestaltung findet somit zumindest eine teilweise Beachtung.

4. Die folgenden Betrachtungen sind betriebs- und volkswirtschaftlich ausgerichtet, da von der Ansicht ausgegangen wird, dass bei einer erheblichen Ausbreitung von Ferien auf dem Bauernhof die ökonomische Basis sichergestellt sein muss. Damit sollen die sozio-kulturellen Effekte von Ferien auf dem Bauernhof keineswegs in Zweifel gezogen werden (Anschauungsunterricht zur landwirtschaftlichen Lebens- und Produktionsweise, Ideenaustausch Stadt-Land, teilweise Ueberwindung der Isolation des Stadt- bzw. des Landlebens, usw.).
5. Die Fakten zu den einzelnen Ländern werden im folgenden je-weilen getrennt dargestellt. Abschliessend wird eine Zusammenfassung vorgenommen und einige Gedanken als Schlussfolgerung unterbreitet.

1. Oesterreich

1.1. Bedeutung

In Oesterreich können von 362'000 Landwirtschaftsbetrieben 26'300 oder 7,3 % Ferien auf dem Bauernhof anbieten. In 114'000 Gästezimmern stehen rund 230'000 Betten zur Verfügung. In einzelnen Regionen (vor allem hochalpinen) beträgt der Anteil von Betrieben mit Ferien auf dem Bauernhof weit mehr als 20 %. Von insgesamt 80 Mio. Uebernachtungen in Oesterreich werden von den Bauernhöfen mehr als ein Viertel (23 Mio. Uebernachtungen pro Jahr) übernommen.

Durchschnittlich werden im Tag pro Bett 80 österreichische Schilling (Fr. 7.--) erwirtschaftet. Insgesamt fällt ein Betrag von 1,84 Mia. österreichischen Schillinge (153 Mio. Franken) an. Dies entspricht 4 % des gesamten Einkommens in der Landwirtschaft. Für einzelne Betriebe beträgt das Einkommen aufgrund der Zimmervermietung mindestens die Hälfte des Gesamteinkommens.

Durch direkten Absatz landwirtschaftlicher Produkte kann vielfach mehr als der selbstproduzierte Ertrag verkauft werden. Es werden zudem weit höhere Preise im Direktverkauf erzielt.

1.2. Erfolgsbedingungen / Rentabilität

Der ökonomische Erfolg von Ferien auf dem Bauernhof hängt von zahlreichen Faktoren ab. Im folgenden werden einige Hinweise auf die wichtigsten Grössen gegeben.

Auf der einzelbetrieblichen Ebene sind unausgelastete Arbeitskräfte (Hausfrau, ältere Generation, Jugendliche) und eine grosse Kontaktfreudigkeit eine notwendige Voraussetzung. Die Verfügbarkeit von Arbeitskräften für nur eine bestimmte Zeit stellt bereits ein Hindernis dar. Ein grosser Vorteil ist ebenfalls die Existenz von Bauernhäusern, die ohne hohe Investitionskosten den Einbau von Ferienwohnungen und Zimmern zulassen. Je geringer die Investitionskosten sind, desto eher kann mit einem Erfolg gerechnet werden. Trotzdem ist aber ein qualitativ hochstehendes Angebot (WC, Bad, Zentralheizung) zu tiefen Preisen eine wichtige Voraussetzung im generell harten Konkurrenzkampf. Dies bedingt auch eine intensive Beratung, allenfalls von aussenstehenden Fachkräften. Es bleibt jeweils auch die Konkurrenz um das knappe Investitionspotential zugunsten der Landwirtschaft bzw. dem Tourismus zu beachten. In vielen Fällen kann sich eine Investition in die Landwirtschaft als rentabler erweisen.

Neben den betriebswirtschaftlichen Gegebenheiten sind auch die Faktoren der nahen und weiteren Umgebung in die Erfolgsüberlegungen einzubeziehen. So hat eine Region eine hohe Eignung für den Tourismus aufzuweisen. Es sollte eine Saison von mindestens 3 Monaten möglich sein. Ebenfalls spielt die touristische Infrastruktur eine wichtige Rolle. Die Ansprüche an diese Leistungen scheinen in jüngerer Zeit vermehrt zu steigen.

Eine wichtige Rolle spielen die staatlichen Unterstützungen: Es werden Subventionen bis zu 60 % an die Investitionskosten gewährt. Zudem ist die Vermittlung bis zu 10 Betten von der Gewerbesteuer befreit.

1.3. Nachfragestruktur

In Oesterreich verbringen 80 % Ausländer Ferien auf dem Bauernhof. Davon nehmen mit 90 % die Gäste aus der BRD nochmals den weit grössten Anteil ein. Die 31 bis 49-jährigen stellen wiederum zwei Drittel aller ausländischen Feriengäste. Bezüglich der sozialen Herkunft sind die Angestellten, Beamten in nicht leitender Stellung und Facharbeiter mit einem Anteil von 58 % in der Ueberzahl. Von den ausländischen Gästen haben 62 % Kinder.

Die österreichischen Kunden sind zu über 50 % über 50 Jahre alt. Es wird in diesem Zusammenhang von den "Pensionisten von Wien" gesprochen, die Ferien auf dem Bauernhof verbringen. In der Regel verbringen die Bauernhofurlauber zwei bis drei Wochen ihrer Ferien auf dem Bauernhof. Die einmal gewonnene Kundschaft kehrt gerne an einen gewählten Ferienort mit Ferien auf dem Bauernhof zurück. Es kann von einer sehr treuen Kundschaft gesprochen werden. Ebenfalls kann eine hohe Zufriedenheit mit Ferien auf dem Bauernhof festgestellt werden. Laut Umfrageergebnissen werden nur in einem sehr geringen Ausmass Reklamationen vorgebracht.

Von den Feriengästen wird ein besonderes Freizeitangebot nicht als notwendig, aber wünschenswert erachtet. Dabei stehen bei den Freizeiteinrichtungen in der näheren und weiteren Umgebung die Wanderwege an erster Stelle. Es folgen Frei- und Hallenbäder sowie Volksmusik. Als besonders wichtig wird jeweils die persönliche Atmosphäre auf dem Bauernhof betrachtet. Dies wird von 96 % in einer Befragung besonders hervorgehoben. Aber auch der regelmässige persönliche Kontakte mit den Vermietern (73 % der Befragten) wird als wichtig angesehen.

1.4. Marketing

Oesterreich weist keine einheitliche Marketingorganisation für Ferien auf dem Bauernhof auf. Im Bereich Absatz von Ferien auf dem Bauernhof sind engagiert: Landwirtschaftliche Berufsverbände, Bundesländer, regionale und örtliche Organisationen, Sparkassenverband und Gästerringe. Diese Zersplitterung der verschiedenen Organisationen im Marketing wird eindeutig als negativ betrachtet. Das häufigste Werbemittel besteht in der Herausgabe von Katalogen. Dabei wird auf eine genaue Beschreibung mit Bebilderung grossen Wert gelegt. Die verschiedenen Werbeunterlagen finden in den offiziellen und aber auch marktkräftigen Fremdenverkehrsorganisationen wenig Beachtung. Auch dies ist als eine Beeinträchtigung der Werbewirksamkeit zu betrachten.

Von den jeweiligen Organisationen wird an eine Aufnahme in ihren Katalog eine gewisse qualitative Mindestanforderung an das Angebot gestellt. So werden von der Landwirtschaftskammer nur ein Viertel aller Betriebe mit Ferien auf dem Bauernhof erfasst. Diese Massnahme erleichtert den Kunden die Auswahl ihres Ferienangebotes.

Berücksichtigt man, dass 90 % aller Gäste angeben, dass sie sich bei ihrer Zimmerwahl nicht von irgendeiner Werbung leiten liessen, so wird deutlich, dass die Mund zu Mund-Propaganda nach wie vor von grosser Bedeutung ist. Der Werbung wird vor allem für die Erschliessung und Propagierung neuer touristi-

scher Gebiete ein grosses Gewicht beigemessen. In jüngster Zeit ist in einer Region ein Experiment mit einem neuen Erfassungssystem (EDV) im Gang. Dadurch erhofft man sich nicht nur eine bessere Uebersicht über das zur Verfügung stehende Angebot, sondern auch einen besseren Zugang zu den Nachfragen.

1.5. Zukunftsaussichten

Seit einigen Jahren nimmt das Angebot von Ferien auf dem Bauernhof in Oesterreich leicht ab. Der Hauptgrund dieser Entwicklung ist allerdings primär darin zu sehen, dass zahlreiche Anbieter sich zu professionellen Vollpensionen, d.h. mit mehr als 10 Gästebetten, entwickelt haben. In einigen Fällen ist die Aufgabe der landwirtschaftlichen Produktion festzustellen, und Ferien auf dem Bauernhof hat die Initialzündung für ein umfassendes Touristikangebot übernommen. Aber auch bei den kleinen Betrieben (d.h. weniger als 10 Gästebetten) ist die klassische Form von Ferien auf dem Bauernhof in Abnahme begriffen. Statt der Zimmervermietung mit Voll- oder Halbpension wird der Vermietung von Wohnungen, die vielmals in landwirtschaftlichen Betrieben eingebaut sind, eine grössere Chance eingeräumt. Damit ist auch eine geringere Belastung der Hausfrau verbunden. Der Direktverkauf und ein Gewinn aus der Vermietung der Wohnungen bleiben bestehen.

Ebenfalls haben Feriendörfer mit minimaler Infrastruktur offenbar eine gute Marktchance. Diese Form des Tourismus ist zudem auch in Regionen mit einem geringen touristischen Potential eher rentabel. Diese Touristikform ist vor allem für den Familientourismus geeignet. Generell wird für die Zukunft eine weitere qualitative Verbesserung angestrebt. Ein quantitativer Ausbau von Ferien auf dem Bauernhof wird sowohl betriebswirtschaftlich, als auch volkswirtschaftlich als wenig sinnvoll angesehen, da dadurch eine verstärkte Konkurrenz zwischen den einzelnen Anbietern zu erwarten ist und mit Sicherheit die zum Teil zu geringe Belegung noch weiter absinken würde. Die qualitative Verbesserung wird sich dabei nicht nur auf den Standard der Zimmer, bzw. der Wohnungen konzentrieren, sondern vor allem auch die touristische Infrastruktur miteinbeziehen.

2. Bundesrepublik Deutschland

2.1. Bedeutung

Von 625'000 Landwirtschaftsbetrieben können 23'000 oder 4 % Ferien auf dem Bauernhof anbieten. Es besteht eine Bettenkapazität von 184'000 und bei durchschnittlich 120 Uebernachtungen pro Bett ergibt dies total 22'100'000 Uebernachtungen. Pro Bett und Frühstück werden durchschnittlich 18 DM verrechnet (ca. Fr. 16.--). Das Gesamteinkommen von Ferien auf dem Bauernhof beträgt 400 Mio. DM oder 0,8 % des gesamten landwirtschaftlichen Ertrages. Wie in Oesterreich so bestehen auch in Deutschland gewichtige regionale Unterschiede im Angebot von Ferien auf dem Bauernhof.

2.2. Erfolgsbedingungen / Rentabilität

Für Deutschland gelten weitgehend die gleichen Erfolgsbedingungen, wie sie bereits für Oesterreich dargestellt wurden. Ergänzend ist einzig darauf hinzuweisen, dass in Deutschland 100 Uebernachtungen als minimaler Auslastungsgrad angegeben wird, um einen rentablen Betrieb zu erzielen. Zudem wird in Deutschland auf einen hohen Zimmerkomfort und vor allem die touristischen Anlagen in der Umgebung ein noch grösseres Gewicht als in Oesterreich gelegt.

2.3. Nachfragestruktur

Etwa 1,6 Millionen oder 5 % aller Feriengäste in der BRD verbringen ihre Ferien auf dem Bauernhof. Als Ferienmotiv steht die Erholung und das Naturerlebnis im Vordergrund. Radfahren und Wandern sind die wichtigsten Aktivitäten. Von zunehmender Bedeutung ist die touristische Infrastruktur (Reiten, Sportanlagen, Unterhaltungsmöglichkeiten).

2.4. Marketing

Der Stand des Marketings weist ebenfalls ähnliche Probleme und Lösungsansätze wie in Oesterreich auf. Auch hier stehen die Kataloge für die Werbung im Vordergrund. Daneben werden Inserate und Zeitungsreportagen als wichtigste Werbeträger verwendet. Es besteht eine Vielzahl von Katalogen, die aber ebenfalls nicht systematisch an die Konsumenten gebracht werden. Die grossen Reiseorganisationen stützen sich kaum auf die Kataloge ab, da ihnen das Angebot zu uneinheitlich und die Standorte von Ferien auf dem Bauernhof als räumlich zu dispers erscheinen. In ihren Augen lässt sich Ferien auf dem Bauernhof nicht genügend effizient vermarkten.

Vom Deutschen Bauernverband werden regelmässig Qualitätskontrollen bei den von ihnen betreuten Bauernhöfen mit Ferien auf dem Bauernhof durchgeführt. Den berücksichtigten Bauernhöfen mit einem minimalen Standard wird ein Qualitätssignet zugesprochen, das dem Nachfrager eine gewisse Sicherheit über das zu erwartende Angebot gibt. Insgesamt haben sich 1'400 Betriebe diesem Ring anschliessen können, bzw. wollen. Zudem werden besondere Werbeanstrengungen zur Erschliessung von weiteren Zielgruppen ohne schulpflichtige Kinder durchgeführt, um eine Verbesserung des Auslastungsgrades zu erreichen. Das Ministerium für Nahrung, Landwirtschaft und Forstwirtschaft ist in der Weiterbildung, vor allem für Hausfrauen auf Bauernhöfen mit Ferien auf dem Bauernhof, besonders engagiert. Es werden u.a. entsprechende Informationsbroschüren abgegeben.

2.5. Zukunftsaussichten

In den vergangenen Jahren hat nur eine geringe Ausdehnung des Bettenangebotes von Ferien auf dem Bauernhof stattgefunden. Für die Zukunft wird mit keiner Ausweitung der Kapazitäten gerechnet und von den zuständigen Stellen auch nicht empfohlen. Als Hauptziel wird eine bessere oder zumindest genügende Auslastung der bestehenden Betten angestrebt. Dazu soll vor allem

ein qualitatives Anheben des Standards dienen. Es wird aber auch der touristischen Infrastruktur eine grössere Bedeutung beigemessen (z.B. künstliche Seen, Picknickplätze, Kurse usw.).

Grössere Hoffnungen werden in Deutschland auf den Tourismus auf dem Lande gesetzt. So wird zum Beispiel der Anlage von kleineren Campingplätzen eine grosse Chance eingeräumt. Damit sollen mit geringen Investitionen alle Vorteile von Ferien auf dem Bauernhof realisiert werden. Ebenfalls wird mit grösseren touristischen Siedlungen, unter anderem auch in weniger geeigneten touristischen Regionen, experimentiert.

3. Norwegen

3.1. Bedeutung

Ferien auf dem Bauernhof, d.h. Unterkunft mit Verpflegung auf einem landwirtschaftlichen Betrieb, ist in Norwegen kaum anzutreffen. Hingegen sind das Campieren auf dem Land (66 % des Bettenangebotes) und Ferienhäuser (12 % des gesamten Bettenangebotes), die von Bauern vermietet werden, recht stark verbreitet. So bieten von den 125'000 Landwirten 3'600 oder 2,9 % - meistens mehrere - Ferienhäuser an.

3.2. Erfolgsbedingungen / Rentabilität

Als minimale Auslastung zur Erreichung der Rentabilitätsschwelle werden in Norwegen 150 Tage angegeben. Diese Grenze kann jeweils nur in Regionen mit der Möglichkeit von Sommer- und Wintertourismus erreicht werden. Grosser Beliebtheit erfreuen sich vor allem jene Ferienhäuser, die in Gruppen angesiedelt sind. Diese können gleichzeitig von einer gemeinsamen Infrastruktur profitieren (Skilifte, Reitzentren, Essplätze, Unterhaltung). Ferienhäuser mit einem hohen Komfort (WC, Dusche, Elektrizität) können weit besser vermietet werden. Ent-

sprechend höher sind auch die jeweiligen Einkünfte. In Norwegen werden die Konflikte zwischen der Vermietung von Ferienhäusern bzw. der landwirtschaftlichen Produktion als sehr gering bezeichnet. Die landwirtschaftliche Produktion bzw. der Arbeitsrhythmus in der Landwirtschaft wird nur minim beeinträchtigt. Betriebe mit einem Einkommen aus Ferienhäusern können in der Regel weit mehr Land bewirtschaften und auch höhere Investitionen in die landwirtschaftlichen Gebäude tätigen. Diese Situation erklärt sich vor allem aus den fehlenden Abgaben von Verpflegungen und auch den Bodenverhältnissen, da teilweise unfruchtbare Gebiete für die Ferienhäuser genutzt werden können. Interessant ist auch festzustellen, dass in Norwegen die Erstellung von Ferienhäusern vielmals mit Eigenleistungen von 10 bis 20 % der gesamten Investitionskosten verbunden ist.

3.2. Zukunftsaussichten

In Norwegen wird eine recht grosse Nachfrage nach weiteren Ferienhäusern vorausgesagt. Dabei empfehlen die Bauernorganisationen ihren Mitgliedern, dass sie das Land und die Ferienhäuser nur im Mietsystem weitergeben sollten. Damit könnten eindeutig die höchsten Einkommen für die Landwirtschaft erzielt werden. Ebenfalls wäre eine höhere Belegungsdichte zu erreichen. Die zukünftigen Ferienhausbauten werden nur für Regionen empfohlen, die eine hohe Attraktivität in touristischer Hinsicht aufweisen. Gruppensiedlungen werden bevorzugt. Damit können gleichzeitig erhöhte Infrastrukturansprüche erfüllt werden. Die einzelnen Häuser müssen zudem jeweils einen recht hohen Komfort aufweisen. Vermehrt werden Umweltaspekte einbezogen. Die einzelnen Projekte müssen den Behörden zur Genehmigung vorgelegt werden. Das vorhandene Wachstum soll nicht zu rasch bewältigt werden. Den Baukapazitäten der einzelnen Regionen soll Rechnung getragen werden.

4. Finnland / Åland

4.1. Bedeutung

Wie in Norwegen, so ist auch in Finnland Ferien auf dem Bauernhof nur in einem kleinen Umfang verbreitet. Für das Festland können folgende Angaben gemacht werden:

- Von 150'000 Landwirten bieten 2'000 Ferienwohnungen in ihrer unmittelbaren Umgebung an (1,3 %). Nur 140 Landwirte (0,09 %) bieten effektive Ferien auf dem Bauernhof an. Es besteht hier eine Bettenkapazität von 1'600.
- Die Ferienhäuser werden meistens als Hütten gebaut, und sie zeichnen sich durch eine naturnahe Lage aus. Der Komfort ist jeweils nicht sehr hoch. In der Regel bestehen weder Bad (dafür Sauna), WC noch Elektrizität. Die disperse Anordnung erfordert keine speziellen - ausser dem Wegnetz - Erschliessungen. Die landschaftliche Beeinträchtigung wird als gering erachtet.

4.2. Erfolgsbedingungen / Rentabilität

Die Auslastung beträgt durchschnittlich acht Wochen. Dies erfordert relativ hohe Mietpreise. Durch eine beschränkte Vermietung im Winter kann die Saison um drei bis sechs Wochen verlängert werden. Die kurze Saison stellt ein Haupthindernis für einen weiteren Ausbau von Ferienwohnungen auf dem Lande dar. Das durchschnittliche Einkommen pro Ferienwohnung beträgt rund Finnmark 5'000 bis Finnmark 6'000 (Fr. 2'200.--). Das Gesamteinkommen eines Farmers kann um durchschnittlich 5 bis 15 % aufgebessert werden.

Das Marketing für Ferien auf dem Bauernhof, bzw. für die Ferienhäuser steckt in Finnland noch in der Anfangsphase. Mit Katalogen wird vor allem in der BRD und teilweise in Holland über grössere Organisationen Werbung betrieben. Dabei steht die naturnahe Erholung und die unverbrauchte Landschaft im Vordergrund. Mit speziellen Arrangements wird versucht, die

Anfahrtskosten von Deutschland nach Finnland zu senken. Die Attraktivitäten auf dem Bauernhof werden in Finnland durch ein reichhaltiges Programm laufend verbessert: Jagen, Beerensammeln, Fischen, sportliche Aktivitäten.

4.3. Zukunftsaussichten

Die Nachfrage nach Ferien auf dem Bauernhof in Finnland ist stark von der Nachfrage aus der BRD abhängig. Allenfalls könnte die Kostenentwicklung für die Anfahrt von Deutschland nach Finnland zu einem stärkeren Einbruch führen. Von den finnischen Verantwortlichen wird die zukünftige Entwicklung eher positiv eingeschätzt. Zudem soll in Zukunft versucht werden, die Baukosten der Ferienhäuser durch das Prinzip der Selbsthilfe zu reduzieren.

Ein Spezialfall stellt Åland dar:

Åland ist eine Insel zwischen dem Festland von Finnland und Schweden. Durch die Nähe der beiden Grossstädte Helsinki und Stockholm besteht eine sehr grosse Nachfrage nach touristischen Leistungen auf dieser attraktiven Insel. Bereits heute nehmen Ferien auf Åland einen sehr wichtigen Stellenwert ein. Dank der guten geographischen Lage darf hier mit einem erheblichen Wachstum gerechnet werden. Für Åland ist besonders bezeichnend, dass kein Land und keine Häuser an Ausländer verkauft werden dürfen. Auch Finnen vom Festland müssen mindestens 5 Jahre in Åland ansässig sein, bis sie eine Wohnung kaufen können. Dadurch bleibt die Verfügung über die Ferienwohnungen weitgehend in der Kompetenz der Einheimischen. Nicht nur bezüglich den Einkommen, sondern auch der Steuerung der touristischen Entwicklung insgesamt können damit sehr gute Resultate erzielt werden.

5. Frankreich und Spanien

Sowohl in Frankreich als auch in Spanien nehmen Ferien auf dem Bauernhof eine völlig untergeordnete Stellung ein. Obwohl verschiedene Anstengungen auch in diesen Ländern unternommen werden, blieben sie nur von einem geringen Erfolg gekrönt. Als Gründe für diese Entwicklung können genannt werden:

- Eher beschränkte Bauvolumen in funktionstüchtigen Bauernhäusern
- Kontakt wird nicht mit Fremden unmittelbar im Kreis der Familie gesucht. Es stehen also mentalitätsmässige Gründe den Ferien auf dem Bauernhof entgegen.
- Andere Formen des Tourismus, vor allem Strandferien in den grösseren Einheiten, werden in diesen Ländern weit stärker bevorzugt.

Allerdings ist festzustellen, dass in Frankreich und Spanien der Tourismus auf dem Lande durchaus einen breiten Aufschwung in den letzten 15 Jahren genommen hat. Ohne an dieser Stelle weitergehende Ausführungen vorzunehmen, kann auf verschiedene Sparten hingewiesen werden:

- Campieren auf dem Lande
- Ausbau von bestehender Bausubstanz als Zweitwohnungen und Ferienwohnungen, aber ohne die Abgabe von Verpflegung durch Bauernfamilien
- Kleinere Pensionen und auch Hotels an landschaftlich interessanten Lagen.

Eine genauere Analyse dieser Entwicklung könnte für die Schweiz durchaus einige interessante Ergebnisse zeitigen.

6. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Mit Ausnahme des Sonderfalles Oesterreich ist für alle übrigen dargestellten Länder nur eine geringe Bedeutung von Ferien auf dem Bauernhof festzustellen. Bemerkenswert ist, dass auch in Oesterreich der Zenit dieser Touristikform offensichtlich überschritten ist. In Oesterreich darf "Ferien auf dem Bauernhof" als der eigentliche Initialzündler für die touristische Entwicklung bezeichnet werden. Im Gegensatz zur Schweiz bestand in Oesterreich nach dem Zweiten Weltkrieg praktisch keine Hotellerie, und die einzelnen Bauernhöfe hatten bereits eine lange Tradition in der Aufnahme von Gästen. Gezwungenermassen ergossen sich nach dem Zweiten Weltkrieg die anwachsenden Touristenströme in Oesterreich in alle verfügbaren Räumlichkeiten.

6.1. Einem weiteren Ausbau von Ferien auf dem Bauernhof stehen sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite Engpässe gegenüber.

Hindernisse auf der Angebotsseite:

- Ferien auf dem Bauernhof ist mit einer grossen Arbeitsbelastung - vor allem für die Bäuerin - verbunden. Für 8 Gäste muss mit der vollen Belastung einer Arbeitskraft gerechnet werden. Insbesondere in der Sommersaison entsteht eine starke Doppelbelastung. Viele Leistungen werden von den Gästen kaum monetär entschädigt und, als zum Landleben gehörig, als selbstverständlich hingenommen.

Die Gastgeber müssen auch fähig sein, Gäste - in der Regel aus der Stadt - zu empfangen. Dies braucht Offenheit und Verständnis für andere Lebenshaltungen. Den Gästen ist in der Regel an intensiven Kontakten mit den Gastgebern gelegen. In einigen Ländern scheinen diese mentalitätsmässigen Voraussetzungen nicht gegeben zu sein.

- Es müssen Räumlichkeiten zur Verfügung stehen, die mit relativ geringen Investitionen, aber mit einem hohen Komfort ausgestattet werden können. Dieses Raumpotential ist in vielen Ländern eher beschränkt.
- Grundsätzlich ist das Finanzierungspotential auf einem Landwirtschaftsbetrieb knapp. Es besteht in jedem Fall eine Konkurrenz zu den landwirtschaftlichen Investitionen, bei denen das Risiko relativ überblickbar ist, eine gewisse Erfahrung besteht und die Rentabilität vielfach höher liegt. In allen Ländern stellt die Aufbringung der notwendigen Mittel eine entscheidende Schwelle dar. Teilweise wurde sie mit hohen staatlichen Unterstützungen beseitigt.
- Die Rentabilität von Ferien auf dem Bauernhof ist relativ gering. Für eine akzeptable Rentabilität muss eine lange Saisondauer (meistens über 100 Tage), ein guter Komfort und ein touristisches Angebot in der nahen und weiteren Umgebung vorhanden sein.

Hindernisse auf der Nachfrageseite:

- Auf der Nachfrageseite kann wohl ein Trend in Richtung Ferien auf dem Lande und auch dem Wunsch nach vermehrtem Kontakt zur einheimischen Bevölkerung festgestellt werden. Aber gleichzeitig wird von der überwältigenden Mehrheit der Nachfrager auch ein erhöhter Komfort, Rückzugsmöglichkeiten in die Privatsphäre und ein touristisches Angebot in relativ gut erreichbarer Umgebung (vor allem auch Trend zu Sportanlagen, Unterhaltung) gefordert. Dabei spielt der Preis immer auch eine gewichtige Rolle.

6.2. In den meisten Ländern ist das Marketing für Ferien auf dem Bauernhof noch schlecht gelöst. Verschiedene Organisationen sind in die Anstrengungen involviert. Bei den marktkräftigen Reiseorganisationen finden die Werbeanstrengungen kaum den notwendigen Rückhalt. Breite

Schichten werden nur beschränkt erreicht. Mit einem verbesserten Marketing könnten wohl eine grössere Nachfrage erschlossen werden, wobei aber nicht mehr unbedingt die kontaktfreudigen Individualtouristen angesprochen würden.

- 6.3. Neben der Finanzierung für einzelne Objekte werden auch grosse Probleme bei der Finanzierung von touristischen Infrastrukturanlagen sichtbar. Vielmals fehlt es am notwendigen Zusammenschluss für diese Aufgaben. In Zukunft scheinen aber die touristischen Infrastrukturen wichtiger zu werden.
- 6.4. In Regionen mit einer geringen touristischen Attraktivität wurde auch mit Ferien auf dem Bauernhof kein Erfolg erzielt. In diesem Sinne stellt "Ferien auf dem Bauernhof" keine touristische Alternative, sondern eine Spielart des Tourismus dar.
- 6.5. Die Zukunft von Ferien auf dem Bauernhof wird - bei einem tendenziellen Angebotsüberhang - weniger in einem quantitativen Aufbau der Kapazitäten (Ausnahme Finnland) gesehen. Vielmehr soll das bestehende Angebot auf einen qualitativ besseren Standard gebracht werden. Damit soll auch die Auslastung / Rentabilität gesteigert werden. Vermehrt soll in Zukunft den Infrastrukturen Aufmerksamkeit geschenkt werden. Generell wird aber durchaus mit einer weiteren Zunahme des ländlichen Tourismus gerechnet. Teilweise werden Wachstumsraten von mehreren Prozenten angegeben. Die Nachfrage würde sich aber vor allem auf andere Formen konzentrieren:
 - Camping
 - Feriendörfer
 - Vermietung von Ferienwohnungen (teilweise auch ganzjährlich)
 - Zweitwohnungen

Literaturverzeichnis

Allgemein

GRIPERAY A.: "Landwirtschaft und Fremdenverkehr." Was denken die Leute, die ihren Urlaub auf dem Bauernhof verbringen, über die Landwirtschaft, Verband der Europäischen Landwirtschaft, 1979

FAO/ECE: "Working Party on Agrarian Structure and Farm Rationalization", Report of the Symposium on Agriculture and Tourism, 1982

SVBL: "Die Fremdenbeherbergung als Nebenerwerb - Berechnungsgrundlagen", Küssnacht, 1970

FEDERATION DU TOURISME RURAL DE SUISSE ROMANDE: "Ferien auf dem Lande", Payerne, 1952

VERKEHRSVERBAND EMENTAL: Jahresbericht 1981

DOETZKIES M.: "Ferien auf dem Bauernhof", in: Die Grüne, Nr. 35, S. 24ff., Zürich, 1981

DARBELLAY CHARLY: "Le tourisme rural, élément d'une politique de développement regional", in: Vermessung, 5/1982, S. 153ff.

Oesterreich

PEVETZ W.: Struktur und Motive von Urlaubern auf oesterreichischen Bauernhöfen und deren Einstellung zur Landwirtschaft", Agrarwirtschaftliches Institut, Wien, 1978

Ders.: "Fremdenverkehr auf dem Bauernhof in Oesterreich", Berichte über Landwirtschaft, Wien, 1979

Ders.: "Agriculture and Tourism in Austria", FAO/ECE, Finnland, 1982

Ders.: "Fremdenverkehr und Landwirtschaft", Bericht des FAO/ECE-Symposium, in: Monatsbericht über die oesterreichische Landwirtschaft, Heft 8 und 9/1982

WALLNER A.: "Kalkulation für den Betriebszweig Urlaub auf dem Bauernhof", in: Förderungsdienst 4/81, S. 13 - 20

Deutschland

POTTHOFF H: "Facilities offered in agriculture for leisure time and tourism"

SCHWEITZER R. u.a.: "Die Fremdenbeherbergung auf Bauernhöfen als Möglichkeit des Zuerwerbes in der Höhenlandwirtschaft", Agrargemeinschaft zur Verbesserung der Agrarstruktur in Hessen, Wiesbaden, 1965, Sonderheft Nr. 18

Norwegen

REISEGG F.: "Farm Tourism in Norway", FAO/ECE, Finnland, 1982

Finnland / Åland

JOHANSSON R.: "Farm tourism of the Åland Archipelago", FAO/ECE, 1982

PALMINKOSKI U.: "Tourism as a form of subsidiary farm income in Finland"

HEMMI J.: "Ecological tourism (Ecotourism) - A new viewpoint", FAO/ECE, 1982

Die Åland Inseln, Mariehamn Finnland, 1982

Finnland, Travel Facts 1982, Helsinki 1982

Frankreich / Spanien

BOUDRY J.-F.: "Les relations entre le tourisme et l'agriculture", FAO/ECE, 1982

GARCIA M.: "Le tourisme et la ferme", FAO/ECE, 1982

BUEONO M.: "Spanish Experience on "mass tourism" and rural development", FAO/ECE, 1982

Zahlreiche landwirtschaftliche Betriebe in der Schweiz bilden keine hinreichende Existenzgrundlage mehr. Die Bedeutung von Erwerbskombinationen steigt. Besonders ausgeprägt ist diese Erscheinung im Berggebiet, wo die Landwirtschaft über vielfältige Beziehungen vor allem mit dem Tourismus verbunden ist. Die Beiträge des vorliegenden Bandes geben Antwort auf die Fragen: Bilden Erwerbskombinationen echte und dauerhafte Existenzgrundlagen in der Berglandwirtschaft? Wie sind Erwerbskombinationen aus der Sicht agrar- und regionalpolitischer Ziele zu beurteilen? Was bringt der Tourismus der Landwirtschaft und was bringt die Landwirtschaft dem Tourismus?

En Suisse, de nombreuses entreprises agricoles ne constituent plus une base suffisante d'existence. Les activités lucratives combinées revêtent une importance croissante. Ce phénomène est particulièrement marqué dans les régions de montagne où l'agriculture a notamment de nombreuses corrélations avec le tourisme. Les articles du présent volume répondent aux questions: Les activités lucratives combinées forment-elles des bases réelles et durables d'existence pour l'agriculture de montagne? Comment faut-il juger les activités lucratives combinées du point de vue des objectifs en matière de politique agraire et régionale? Qu'apporte le tourisme à l'agriculture et l'agriculture au tourisme?