

Themenwanderungen zu historischen Alpgebäuden – Ein agrotouristisches Angebot

AlpFUTUR – Teilprojekt Alpprodukte

Inhalt

Ausgangslage	1
Vorgehen Themenwanderung «Historische Alpgebäude»	2
Voraussetzungen und Anforderungen an eine Alp	3
Wirtschaftlichkeitsüberlegungen	4
Zusammenarbeit mit der Tourismusorganisation	6
Schlussfolgerungen und Tipps	6
Fotoquellen	6

Impressum

Herausgeberin	AGRIDEA Eschikon 28 CH-8315 Lindau T +41 (0)52 354 97 00 F +41 (0)52 354 97 97 www.agridea.ch
Autoren	Alfred Bänninger, AGRIDEA, erarbeitet im Rahmen des Projekts AlpFUTUR, Teilprojekt Alpprodukte; Dr. Benno Furrer, Schweizerische Bauernhausforschung, Zug.
Projektsponsoren	Ernst Göhner Stiftung; Fondation Sur-la-Croix
Layout	Rita Konrad, AGRIDEA
Copyright	AGRIDEA und AlpFUTUR



Schweizerische Bauernhausforschung
Etudes des maisons rurales de Suisse
Studio della casa rurale in Svizzera

ERNST GÖHNER STIFTUNG



Alp Jänzimatt, Herrenhütte, Obwalden

Themenwanderungen zu historischen Alpgebäuden

Ausgangslage

Alpbewirtschafter richten ihren Blick vermehrt auf den Ausbau ihrer agrotouristischen Angebote mit Führungen und der Bewirtung von Touristengruppen. Dies ist auch auf der Alp Jänzimatt der Fall, wo Familie Adrian und Heidi Riebli im Sommer wirtschaftet, Alpkäse herstellt und Gästegruppen empfängt (www.fam-riebli.ch/alp-jaenzimatt/index.html).

Im Rahmen des Forschungsprojekts AlpFUTUR «Kulturgebäude Alp» wurde die Idee entwickelt, die Besichtigung historischer Alpgebäude als Thema für geführte Wanderungen anzubieten.

Die Bewirtschafter-Familie hatte mit einem regionalen Themenwanderweg bereits einige Erfahrungen als Alpgastgeber gesammelt. Dabei hat sich herausgestellt, dass angemeldete Besuchergruppen geeignete Gäste auf der Alp sind, weil diese nicht über ein Restaurant mit täglichen Öffnungszeiten verfügt. Angemeldete Gruppen lassen sich besser in den Alp-Alltag einplanen als spontane Einzelgäste. Die Bewirtschafter-Familie wollte mit einem innovativen Agrotourismus-Angebot neue Gästegruppen ansprechen.



Alp Jänzimatt, Herrenhütte, Innenansicht

Vorgehen Themenwanderung «Historische Alpegebäude»

Es ging nun darum, die Ausgangssituation zu analysieren, das Angebot zu gestalten, die geeigneten Zusammenarbeits-Partner zu finden, die Kommunikationsmassnahmen (Werbung usw.) zur Realisierung der Themenwanderung zu planen und Wirtschaftlichkeitsüberlegungen zu machen.

Eine wichtige Grundlage zur Beurteilung des Potentials der Alpegebäude sind die Auskünfte und Publikationen der Schweizerischen Bauernhausforschung, 6300 Zug, Tel. 041 728 28 76, E-Mail: info.bauernhausforschung@zg.ch. Dabei sind folgende Fragen zu klären:

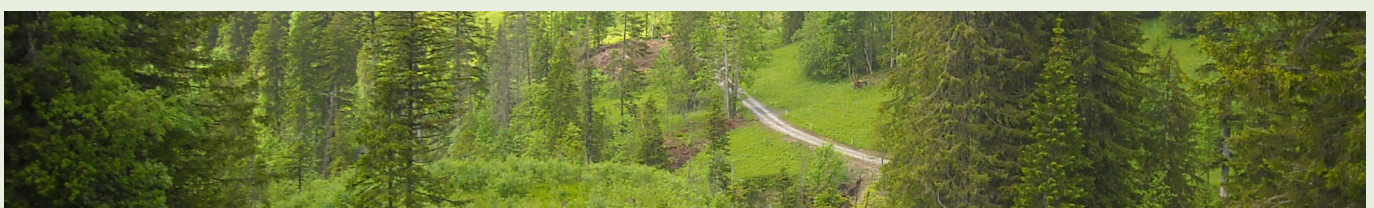
- Welche historischen Gebäude könnten interessante Objekte für Führungen sein?
- Welche Informationen und Beschreibungen über diese Gebäude bestehen bereits?
- Über welche Wanderrouten lassen sich die Standorte miteinander zu einem attraktiven Angebot verbinden?

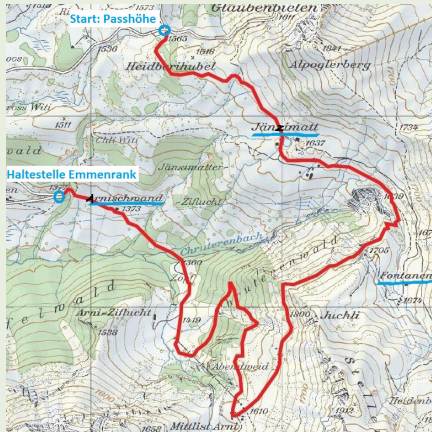
In einem ersten Schritt wurde mit den Beteiligten eine Situationsanalyse durchgeführt und über mögliche Angebotsmodule diskutiert. Darauf aufbauend wurden mehrere Varianten von 1- bis 2-tägigen Themenwanderungen zu historischen Alpegebäuden in der Region entwickelt. Die Varianten wurden anschliessend mit den Beteiligten besprochen. Schliesslich entschied man sich für ein Tagesangebot für geführte Gruppen auf der Alp Jänzimatt und der Hochalp Fontanen, kombiniert mit einer Rundwanderung. Dabei sollten spannende Informationen zur Kulturlandschaft und Baukultur der alpwirtschaftlichen Bauten vermittelt und die Alpegebäude besichtigt werden. Zu den Bauten sollen Funktion, Geschichte und die aktuellen oder historischen Bezüge erklärt werden. Die Besuchergruppe soll einen unvergesslichen Alptag mit typischer Alpbewirtung (Älplermagronen usw.) geniessen. Generell haben die Gäste (Familien usw.) ein hohes Interesse daran, den Alp-Alltag eines Familienbetriebs erleben zu dürfen.

Die Informationen für die Gebäudeführungen wurden von der Bauernhausforschung erarbeitet und zur Verfügung gestellt. In anderen Regionen wären dazu Abklärungen für die ausgewählten Alpen oder Alpegruppen notwendig. Der Gebäudebestand und aktuelle Nutzungsverhältnisse geben den Ausschlag dafür, ob sich eine Alp für Führungen eignet.

Die regionale Tourismusorganisation publizierte die Themenwanderung für die Sommersaison in ihrem Werbeversand und auf der Website. Alle am Projekt beteiligten Organisationen verlinkten diese Website mit ihren eigenen Internetseiten und streuten die Information über ihre Kommunikationskanäle. Zu Beginn der Alpsaison fand eine Testwanderung mit den beteiligten Akteuren und der Presse statt. Im ersten Sommer haben sich mehrere Gruppen für die Wanderung angemeldet und diese unter kundiger Führung eines Wanderleiters durchgeführt. Auf das Angebot aufmerksam wurden die Interessenten durch die verschiedenen Kommunikationsmassnahmen und die Websites von Tourismus und Bewirtschafter-Familie.

Grundsätzlich kann eine Themenwanderung in jeder Region der Alpen und des Juras und unabhängig vom Alter der Alpegebäude durchgeführt werden. Da eine Themenwanderung darauf setzt, Bauten in ihrem originalen, historischen Bestand in den Vordergrund zu stellen, sind keine baulichen Massnahmen notwendig. Konflikte mit dem «Bauen ausserhalb von Bauzonen» (Raumplanungsgesetz) sollten daher nicht auftreten. In einem Projektkonzept sind aber auch die Fragen zur Bewirtung und eventuell zu Übernachtungsmöglichkeiten zu lösen.





Route der Themenwanderung «Historische Alpgebäude», Jänzmatt, Obwalden

Voraussetzungen und Anforderungen an eine Alp

Welches sind wichtige Voraussetzungen damit eine Themenwanderung zu historischen Alpgebäuden erfolgreich wird?

- Idealerweise sind die Alp-Standorte in einer touristisch ausreichend erschlossenen Region, wo es eine gewisse Tourismusinfrastruktur (Angebotsvielfalt, Wanderwege, Gastronomie, Tourismusorganisation) und somit auch Gäste und Wanderer gibt.
- Eine Themenwanderung sollte möglichst in ein übergeordnetes regionales Konzept eingebunden werden, sei das in Zusammenarbeit mit der Tourismusorganisation, mit dem regionalen Naturpark oder mit Partnern wie Via Storia, Bern (www.viastoria.ch) oder Schweiz mobil (www.schweizmobil.ch/de/schweizmobil.html) oder (www.wanderland.ch/de/wanderland.html).
- Es sollen Angebote entwickelt werden, welche neben Alpen mit historischen Alpgebäuden und Bewirtungsmöglichkeiten auch andere Gastgewerbebetriebe und Anbieter von Übernachtungen (Alpen, Hotels usw.) einschliessen.
- Eine attraktive Landschaft mit einer hohen Vielfalt an Alpgebäuden ist ideal.
- Einfache, dem Lebensstil auf der Alp entsprechende, qualitativ und hygienisch einwandfreie Bedingungen für die Bewirtung von Wandergruppen.
- Qualitativ hochwertige und einzigartige Produkte für die Bewirtung und den Verkauf.
- Einer Gruppe sollten, ihren Bedürfnissen entsprechend, mehrere Angebotsvarianten zur Verfügung stehen. Auch individuelle Feriengäste der Region können an einer Führung teilnehmen, wenn im Sommer an fixen Terminen Themenwanderungen ausgeschrieben werden.
- Die Lage einer Alp, die Erschliessung, die Erreichbarkeit und die Eigentumsverhältnisse beeinflussen den Handlungsspielraum an einem Standort.
- Die rechtlichen Anforderungen müssen auf der Alp abgeklärt und erfüllt werden (Einhalten von Raumplanungsgesetz, Planungs- und Baugesetz, evtl. Denkmalpflege usw.).
- Bei der Ausstattung und Renovation von historischen Bauten soll darauf geachtet werden, dass die Arbeiten fachgerecht gemacht und allfällige Reparaturen mit angepassten, möglichst echten Materialien ausgeführt werden.

Wie lässt sich eine Projektvorabklärung realisieren und finanzieren?

Die in diesem Merkblatt beschriebenen Arbeiten zur Entwicklung einer Themenwanderung «Historische Alpgebäude» wurden von der Schweizerischen Bauernhausforschung und AGRIDEA im Rahmen von AlpFUTUR-Teilprojekten durchgeführt und finanziert. Diese Kosten werden daher bei den **Wirtschaftlichkeitsüberlegungen** nicht berücksichtigt.

Bei jeder neuen Angebotsentwicklung einer Themenwanderung müssen diese Arbeiten aber eingeplant und es müssen Mittel und Wege gefunden werden, um diese Leistungen zu erbringen und abgelden zu können.

Mögliche Kosten bei der Angebotsentwicklung:

- Vorabklärung und Entwicklung des neuen Angebots (Situationsanalyse, Aufbereitung von Grundlageninformation zu Alpgebäuden bzw. der Alpwirtschaftsgeschichte; individuelle Baugeschichte bzw. typologische Charakterisierung von Einzelbauten; Abklärungen zu Routenvarianten, zu Betreuung und Bewirtung, zur Wirtschaftlichkeit; Besprechungen usw.).
- Besprechungen mit der regionalen Tourismusorganisation usw.
- Erstellen der Themenwanderungs-Dokumentation für die Wanderleiter und Ausbildung der Wanderleiter.

Mögliche Wege der Projektfinanzierung:

- Landwirtschaftliche und bäuerlich-hauswirtschaftliche Beratung und regionale Tourismusorganisation anfragen, ob sie eine Projektbegleitung machen können.
- Die Schweizerische Bauernhausforschung anfragen und mögliche Zusammenarbeit klären.
- Abklären, ob die Projektvorabklärung im Rahmen eines geplanten oder laufenden Projekts zur regionalen Entwicklung (PRE) oder im Rahmen eines Projekts der Neuen Regionalpolitik oder des Tourismus möglich ist.
- Abklären, ob öffentliche Institutionen oder Sponsoren einen Beitrag an die Vorabklärung und Entwicklung des neuen Angebots bezahlen.



Instruktionen auf der Testwanderung

Wirtschaftlichkeitsüberlegungen

Zur Entscheidungsfindung sollte der Alpbewirtschafter – eventuell mit Unterstützung durch die landwirtschaftliche Beratung – mit den verfügbaren Daten (eigene, Tourismusorganisation usw.) eine Wirtschaftlichkeitsberechnung für das Themenwanderungs-Angebot erstellen. Darauf basierend können beispielsweise Mindest-Gruppengrößen und Verkaufspreise für das Tourismusangebot festgelegt werden. Sind die Ergebnisse dieser Rechnung kostendeckend, kann die Realisierung der Themenwanderung in Angriff genommen werden.

Die Kalkulationen zur Wirtschaftlichkeit des agrotouristischen Angebots können mit dem Excel-Werkzeug, welches auch für die Beurteilung von Projekten zur regionalen Entwicklung, PRE, verwendet wird, gerechnet werden. (AGRIDEA-Ordner «Projekte zur regionalen Entwicklung», inkl. CD, Bestell-Nr. REG-012)

Tabelle1: Beispiel-Kalkulation zu jährlichen Einnahmen und Ausgaben eines Themenwanderungsangebotes

Anzahl Gruppen/Jahr:	7	Zielgrösse im Jahr 2016	Entwicklung											
Personen/Gruppe:	15		Jahr 1		Jahr 2		Jahr 3		Jahr 4		Jahr 5		Jahr 6	
Preis pro Person:	69.–		%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.
Einnahmen														
Produktspezifische Einnahmen														
Anzahl Teilnehmer × Gruppen- grösse × Preis	7 245	70	5 072	70	5 072	80	5 796	100	7 245	100	7 245	100	7 245	
Andere Einnahmen														
Verkauf von Alpkäse à 19.–/kg	1 496	70	1 047	70	1 047	80	1 197	100	1 496	100	1 496	100	1 496	
Total Einnahmen	8 741		6 119		6 119		6 993		8 741		8 741		8 741	
Ausgaben ohne Zinsen														
Variable Kosten	4 501		3 151		3 151		3 601		4 501		4 501		4 501	
Beitrag/Jahr an Tourismusorga- nisation (10 % von Umsatz)	725	70	507	70	507	80	580	100	725	100	725	100	725	
Entschädigung der Wander- leiter, 1 Tag (7 × Fr. 220.–)	1 540	70	1 078	70	1 078	80	1 232	100	1 540	100	1 540	100	1 540	
Warenkosten Verpflegung (30 % vom Angebot)	2 174	70	1 521	70	1 521	80	1 739	100	2 174	100	2 174	100	2 174	
Warenkosten Alpkäse (Fr. 10.–/kg)	788	70	551	70	551	80	630	100	788	100	788	100	788	
Fixe Kosten	420		820		420		420		420		420		420	
Unterhalt Gebäude und Einrich- tungen	20		20		20		20		20		20		20	
Marketingkommunikation/ Werbung (Flyer, Inserate usw.)	400	100	800	100	400	100	400	100	400	100	400	100	400	
Total Ausgaben	4 921		3 971		3 571		4 021		4 921		4 921		4 921	
Cashflow vor Zinsen	3 820		2 148		2 548		2 972		3 820		3 820		3 820	

Beispiel Kalkulation der jährlichen Einnahmen und Ausgaben (cash flow vor Zinsen) eines Themenwanderungsangebots, Annahme: 7 Besuchergruppen à 15 Personen; Entwicklung über 6 Jahre; Quelle: Eigene Berechnungen AGRIDEA, 2012



Testwanderung mit den Wanderleitern

Dabei sind u. a. zu berücksichtigen (siehe Tabelle 1):

- Die jährlichen Einnahmen mit dem Angebot (Teilnehmerzahl, Preis) und weitere Einnahmen.
- Die jährlichen variablen Ausgaben für das Angebot (Beitrag an Tourismusorganisation, Entschädigung der Wanderleiter, eventuell familienfremde Personalkosten und Transportkosten, Warenkosten, Materialkosten).
- Die jährlichen fixen Ausgaben für das Angebot: für Unterhalt von Gebäude und Einrichtungen, für Marketingkommunikation (Werbung usw.).

In der Tabelle wird die Entwicklung der verschiedenen Grössen über mehrere Jahre dargestellt. Aus den jährlichen Einnahmen und Ausgaben muss ein positiver Cashflow resultieren.

Auch allfällige Investitions- und Einrichtungskosten können erfasst werden. Schliesslich zeigt die Erfolgsrechnung, ob mit dem Angebot ein Gewinn erzielt werden kann. Werden noch die für das Angebot aufgewendeten Arbeitsstunden der Betriebsleiterfamilie geschätzt, kann ein Stundenlohn berechnet werden. Dieser sollte mindestens 25.– Franken pro Stunde erreichen, damit das Angebot für den Anbieter interessant ist.

Mit dem Grundgerüst dieser Wirtschaftlichkeitsrechnung für die Themenwanderung lassen sich mit wenig Aufwand mehrere Angebotsvarianten berechnen (Tabelle 2).

Tipp: Besprechen Sie Ihre Kalkulation mit der Landwirtschaftsberatung Ihrer Region, so erhalten Sie eine Zweitmeinung zu Ihrem Projekt.

Tabelle 2: Vergleich von 9 Angebots-Varianten, cash flow kumuliert über 6 Jahre

Anzahl Besucher pro Jahr	35	70	70	70	105	105	105	140	140	140
Übersicht der Varianten Besucherzahl und Preis	$7 \times 5 P \times 69.-$	$7 \times 10 P \times 49.-$	$7 \times 10 P \times 59.-$	$7 \times 10 P \times 69.-$	$7 \times 15 P \times 49.-$	$7 \times 15 P \times 59.-$	$7 \times 15 P \times 69.-$	$7 \times 20 P \times 49.-$	$7 \times 20 P \times 59.-$	$7 \times 20 P \times 69.-$
Variante	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Einnahmen kumuliert von total 6 Jahren										
Produktspezifische Einnahmen										
Anzahl Teilnehmer $\times$ Gruppengrösse $\times$ Preis	12 558	17 836	21 476	25 116	26 754	32 214	37 674	35 672	42 952	50 232
Andere Einnahmen										
Verkauf von Alpkäse à 19.–/kg	2 594	5 187	5 187	5 187	7 781	7 781	7 781	10 374	10 374	10 374
Total Einnahmen über 6 Jahre	15 152	23 023	26 663	30 303	34 535	39 995	45 455	46 046	53 326	60 606
Ausgaben ohne Zinsen										
Variable Kosten	13 140	16 089	17 181	18 273	20 129	21 767	23 405	24 170	26 354	28 538
Fixe Kosten	2 920	2 920	2 920	2 920	2 920	2 920	2 920	2 920	2 920	2 920
Total Ausgaben über 6 Jahre	16 060	19 009	20 101	21 193	23 049	24 687	26 325	27 090	29 274	31 458
Cashflow vor Zinsen										
Total über 6 Jahre	–909	4 014	6 562	9 110	11 485	15 307	19 129	18 956	24 052	29 148
Ø pro Jahr	–151	669	1 094	1 518	1 914	2 551	3 188	3 159	4 009	4 858

Beispiel: Vergleich des cash flows von 9 Varianten bezüglich Gruppengrösse und Preis, Gesamt-Einnahmen und -Ausgaben kumuliert über 6 Jahre;
Quelle: Eigene Berechnungen AGRIDEA, 2012



Alp Jänzimatt, Gilgenhütte, Obwalden

Zusammenarbeit mit der Tourismusorganisation

Damit ein neues Themenwanderungs-Angebot professionell unterstützt und vermarktet werden kann, soll sobald das Konzept in groben Zügen ausgearbeitet ist, das Gespräch mit einer bestehenden regionalen Organisation (Tourismus oder Naturpark) oder, wenn vorhanden, mit einem regionalen Entwicklungsprojekt gesucht werden. Die Anbindung an eine solche Organisation oder ein Projekt ist anzustreben. Sofern ein historischer Weg durch Ihre Region führt, kann auf nationaler Ebene auch die Plattform Via Storia, Bern (www.viastoria.ch) ein interessanter Partner sein. Bei der Entwicklung eines Angebots können andere Alpen, Landwirtschaftsbetriebe und Gastronomie- oder Hotellerie-betriebe entsprechend ihrer Eignung für das Gesamtpaket, einbezogen werden.

Die regionale Tourismusorganisation ist meist interessiert daran, ihre Angebotspalette für den Sommertourismus zu erweitern. Sie kennt die Bedürfnisse von Kundengruppen und kann helfen, ein Angebot kundengerecht anzubieten. Sie verfügt über schlagkräftige, professionelle Marketingkommunikation (Prospekte, Mailings, Internet, Newsletter usw.), ein Reservationssystem und meist auch bereits über andere Gruppenangebote.

Bei einer neuen Themenwanderung «Historische Alpgebäude» braucht es je nach Konzept die Zusammenarbeit mit erfahrenen, mit der Region vertrauten Wanderleitern. Dies sofern der Alpbewirtschafter selbst nicht über die Arbeitskapazität verfügt, um eine geführte Wanderung zu leiten. Wanderleiter müssen bei der Angebotsgestaltung frühzeitig miteinbezogen werden und über die regionalen historischen Alpgebäude instruiert werden. Die regionale Tourismusorganisation verfügt über ein gutes Beziehungsnetz und sie kennt die regionalen Wanderleiter. Sie kann helfen, ein Angebot aufzubauen, längerfristig bekannt und buchbar zu machen und dies zu günstigen Bedingungen.

Schlussfolgerungen und Tipps

- Sie sollten die Gäste für die Alpwirtschaft, die Arbeit auf der Alp und die historischen Alpgebäude begeistern können und Freude haben am Umgang mit Besuchern und Gästen. Gästebetreuung und -führung sollten nicht nur eine neue Einkommens-chance sein.
- Es gibt, wie bei jedem neuen Angebot auf einem Landwirtschaftsbetrieb, persönliche, familiäre und betriebliche Voraussetzungen, die frühzeitig abgewogen und beachtet werden müssen.
- Eine familiär und arbeitswirtschaftlich genügend entspannte Situation auf der Alp, welche während der Alpsaison die Betreuung von mehreren Besuchergruppen ermöglicht, ist Voraussetzung.
- Es braucht ein gewisses Flair und Interesse am Vermitteln von Wissen und Geschichten über Landwirtschaft, Kultur, historische Bauten und das Leben auf der Alp.
- Machen Sie es sich zum Ziel, am Ende des Besuchs zufriedene Gäste zu haben, die ihr Erlebnis auch weiter empfehlen werden.
- Prüfen Sie die Rahmenbedingungen auf Ihrer Alp bezüglich einer Themenwan-derung: Wenn Sie davon ausgehen, dass die Anforderungen erfüllt sind, suchen Sie das Gespräch mit den wichtigen Partnern (Bauernhausforschung, Tourismus, Wanderleiter, Beratung usw.), die Ihnen beim Aufbau und der Umsetzung behilflich sein können.
- Prüfen Sie die Wirtschaftlichkeit Ihres Angebots.
- Testen Sie das Angebot gemeinsam mit Ihren Projektpartnern und bleiben Sie offen und flexibel für allfällige Änderungen, entsprechend den Wünschen und Bedürfnissen von Gästegruppen.
- Haben Sie etwas Geduld bei der Verwirklichung des Angebots, vielleicht klappt nicht alles von Anfang an. Zwei bis drei Alpsommer wird es in der Regel brauchen, um ein Angebot erfolgreich zu etablieren.

Fotoquellen

Alfred Bänninger, AGRIDEA
(Bilder Seite 1 bis 5)

Dr. Benno Furrer, Schweizerische Bauern-
hausforschung (Bild Seite 6)