
Lernmodul 1

Agritourismus



EQF Definition

Wissen

- Definition grundlegender Begriffe in Zusammenhang mit ländlichem Tourismus und Agritourismus;
- Wissen über die Entwicklung von agritouristischen Produkten;
- Wissen über die Vermarktung von touristischen Dienstleistungen auf dem Land.

Fähigkeiten

- Ein innovatives agritouristisches Produkt entwickeln können;
- Angemessene Vermarktungswerkzeuge zu Einführung, Vermarktung und Vertrieb der agritouristischen Produkten anwenden können.

Kompetenzen

- Sich der Bedeutung der Entwicklung des Agritourismus für den ländlichen Raum bewusst sein.

Einleitung (1)

Agritourismus oder **Agrotourismus** ist eine Art Alternative zum Massentourismus, basierend auf Nachhaltigkeit, Erhaltung von Kultur, Kulturerbe und Traditionen im ländlichen Raum. Es umfasst alle Formen des Tourismus, bei denen Tourist*innen Höfe besuchen, dort übernachten und verschiedene Arten der Landwirtschaft kennen lernen. Agritourismus zielt darauf ab, die Besucher*innen mit der natürlichen Umgebung, landwirtschaftlichen Aktivitäten, lokalen Produkten und dem Lebensstil der Gemeinschaft in Kontakt zu bringen, während gleichzeitig ein Beitrag zur wirtschaftlichen Stabilität der Region geleistet wird.



Bild: M. Dymacz

Einleitung (2)

Agritourismus gewinnt weltweit an Bedeutung, da die Nachfrage unter Tourist*innen nach unberührten Reisezielen und personalisierten Dienstleistungen immer größer wird. Es ist nicht nur ein rein europäisches Phänomen, sondern weltweit zu beobachten.

Es gibt, wie wir sehen werden, aufgrund der verschiedenen Ansätze und Sichtweisen auf das Thema keine einheitliche Definition.



Bild: M. Dymacz

Einleitung (3)

Man kann sagen, dass Agritourismus sich auf jede Aktivität, jedes Unternehmen oder Geschäft bezieht, das Landwirtschaft mit Produkten, Dienstleistungen und Erfahrungen im Tourismus verknüpft. Wiederkehrende Charakteristiken sind vor allem der Kontakt mit landwirtschaftlicher Aktivität und die Suche nach Authentizität (= „Echtheit“ einer Erfahrung, Situation oder Person).



Bild: M. Dymacz

Einleitung (4)

Die Anerkennung des Agritourismus als Solchen wird durch die Europäische Kommission in unterschiedlicher Art und Weise unterstützt. Während diesem Kurs wird deutlich werden, dass Agritourismus viele verschiedene Dimensionen hat: Bildung, Unterkunft, Kulturerbe, Essen, Gesundheit, Handel, Erholung etc.

Zudem werden viele dazugehörige Themen wie der rechtliche Rahmen, Vermarktung, benötigte Fertigkeiten, Schlüsselfaktoren und noch mehr angesprochen, um eine gute Übersicht darüber zu geben, was man wissen muss, um agritouristische Aktivitäten einzuführen.



Bild: M. Dymacz

Definitionen (1)

Tourismus:

Tourismus ist ein soziales, kulturelles und wirtschaftliches Phänomen, das die Bewegung von Menschen in Länder oder Orte außerhalb ihres alltäglichen, persönlichen oder beruflichen Umfelds umfasst. Diese Menschen werden Besucher*innen genannt (dies können sowohl Tourist*innen als auch Tagesausflügler sein; Ortsansässige oder Fremde); der Tourismus selbst bezieht sich auf die Aktivitäten der Besucher*innen.

Nachhaltiger Tourismus:

Tourismus, der die derzeitigen und zukünftigen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Einflüsse vollständig berücksichtigt, und mit den Bedürfnissen von Besucher*innen, der Industrie, der Umwelt und der Gastgemeinden "unter einen Hut bringt".



Bild: M. Dymacz

Definitionen (2)

“Unter ländlichem Tourismus versteht man die Aktivitäten einer Person, die im ländlichen Raum (ohne Massentourismus) reist und sich dort weniger als ein aufeinanderfolgendes Jahr zu Freizeit-, Geschäfts- und anderen Zwecken aufhält (mit Ausnahme der Ausübung einer aus dem besuchten Ort vergüteten Tätigkeit)". (*Eurostat. 1998. Community Methodology on Tourism Statistics. European Commission. Luxembourg*)



Bild: M. Dymacz

Definitionen (3)

Agritourismus oder **Agrotourismus**:

Es existiert keine einheitliche Definition: für manche Menschen beinhaltet es jeden landwirtschaftlichen Vorgang oder landwirtschaftliche Aktivität, die Besucher*innen auf einen Hof bringt. Es kann aber auch speziell ein Aufenthalt auf einem Hof bedeuten oder eine Bandbreite an Aktivitäten - inklusive dem Kauf von Produkten direkt von einem Hofladen, Obsternte, Tierfütterung etc. – gemeint sein.

Agritourismus ist eine Untergruppe des ländlichen Tourismus, dazu gehören Ferienorte, Bauernmärkte, gemeinnützige landwirtschaftliche Touren und andere Freizeit- und Gaststättenbetriebe, die Besucher*innen auf das Land locken.



Bild: M. Dymacz

Rechtlicher Rahmen

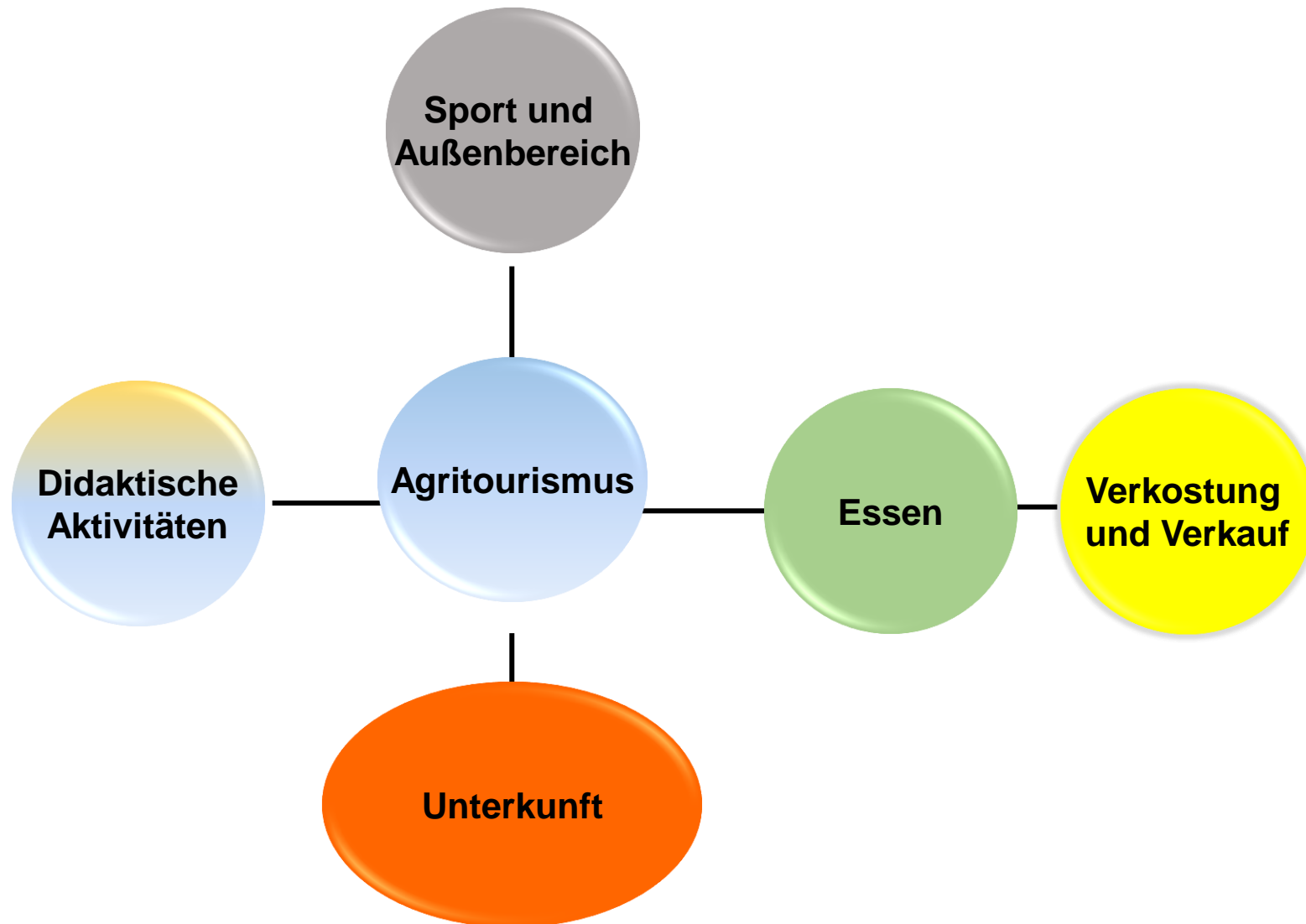
Es gibt keine einheitliche Gesetzgebung zum Agritourismus und ländlichen Tourismus in Europa: Die Kompetenz liegt bei den Mitgliedsstaaten und, in manchen Ländern wie Spanien, bei deren Regionen. Deswegen gibt es keine spezielle europäische Regelung zum Agritourismus.

Trotzdem können besondere Hinweise in der Gesetzgebung der Europäischen Gemeinschaft gefunden werden:

- Qualität und Herkunft der Produkte, mit diversen Regulierungen für Zertifizierungen von Prozessen und Herkunft, Lebensmittelsicherheit, Garantie für Konsumierende;
- Förderung der Vielfalt der Aktivitäten der Landwirt*innen, insbesondere durch die Mittel des Programms zur Entwicklung des ländlichen Raums, das von der zweiten Säule der CAP ins Leben gerufen wurde;
- Schutz von Landschaft und Natur, mit einer besonderen Regelung für Schutzgebiete, wie z. B. die Gebiete von "Natura 2000".

Aktivitäten im Agritourismus (1)

Übersicht der agritouristischen Aktivitäten



Aktivitäten im Agritourismus (2)

Sport und Außenbereich

Landschaft und regionale Besonderheiten sind die Hauptressourcen des ländlichen Raums. Es ist wichtig, dass Landwirt*innen den Gästen die Möglichkeit geben, diese zu entdecken.

Viele Aktivitäten können durch den/die Landwirt*in oder ein kleines Netzwerk lokaler Landwirt*innen organisiert werden. Die gebräuchlichsten sind:

- Schwimmen im Teich;
- Reiten;
- Andere lokale Aktivitäten (z. B. Minigolf, Tennis, Spiele für Kinder);
- Wandern, Klettern, Kanufahren;
- Landwirtschaftliche Themenwege;
- Stadtführungen, Museen und andere kulturelle Sehenswürdigkeiten.

In manchen Fällen muss ausgebildetes Personal zur Verfügung gestellt werden (für Aktivitäten wie Reiten oder Schwimmen). Zudem können Aktivitäten von externen und professionellen Unternehmen angeboten werden (z.B. Kooperation mit nahe gelegendem Reiterhof)



Bild: M. Dymacz

Aktivitäten im Agritourismus (3)

Essen

Viele Gäste sehen Essen/Frühstück als einen sehr wichtigen Faktor im Agritourismus an. Folgendes wird für das Frühstück empfohlen:

- Die Verwendung von selbstgemachten oder lokalen Produkten ist essentiell;
- Herzhaftes und süßes Frühstück anbieten;
- Bei einem Campingplatz oder Ferienwohnungen wünschen Gäste sich oft den Zugang zum Frühstück in einem Gemeinschaftsbereich oder die Möglichkeit, lokale Produkte zu erwerben und diese in den eigenen Räumen zu verzehren

Andere Optionen sind **Restaurantbetrieb, Catering und Kochen.**

In jedem Fall ist es wichtig, den Fokus auf die Verwendung lokaler und eigener Produkte und Rezepte zu legen, da dies den Unterschied ausmacht.



Bild: M. Dymacz

Aktivitäten im Agritourismus (4)

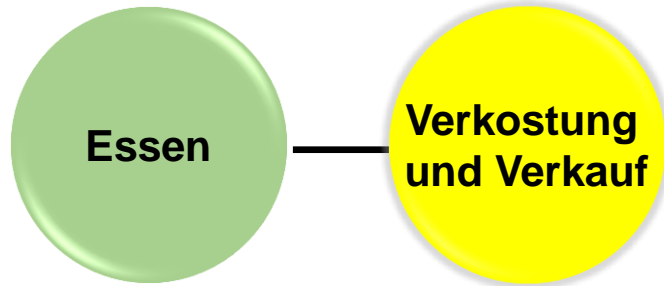


Bild: M. Dymacz

Ein anderer Weg die Produkte der Landwirt*innen zu bewerben, ist durch Verkostung und Direktverkauf.

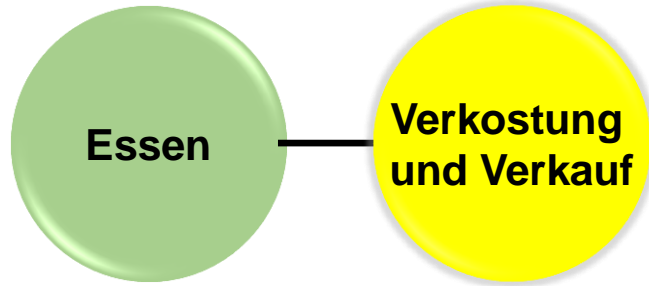
Viele Landwirt*innen, besonders im Weinbau, bieten spezielle Verkostungsräume auf dem Hof an.

Die Verkostungsräume sollten möglichst komfortabel für Gäste ausgestattet sein, sowie Platz für Ausstellungen, Vorbereitung der Verkostung und Möglichkeiten für den Abwasch haben.

Die Verkostung kann wie folgt organisiert sein:

- Als tägliche Aktivität für Gäste, verbunden mit einem Laden;
- Als unabhängiges Geschäft , z.B. für Gruppenbesuche;
- Spezielle Verkostungsveranstaltungen.

Aktivitäten im Agritourismus (5)



Viele Landwirt*innen setzen auf ihren Höfen Hofläden ein, um für ihre Produkte zu werben und sie schließlich eigenständig oder zusammen mit Produkten anderer Landwirt*innen zu verkaufen.

Um das Angebot für die Gastronomie und den Verkauf zu erhöhen, beginnen viele Landwirt*innen auch mit der Verarbeitung von Rohstoffen und stellen Nudeln, Marmelade, Soßen und andere hausgemachte Produkte her.

Eine gute Vermarktungsstrategie ist wesentlich für einen erfolgreichen Hofladen. Es hat sich folgendes bewährt:

- Sicherstellung der Rückverfolgbarkeit und der zertifizierten Qualität der Produkte;
- Vielfältiges Angebot an Produkten;
- Direkte Präsentation der Produkte oder zusätzliche Informationen über Prospekte und andere Informationsmaterialien;
- Möglichkeit der Verkostung der Produkte



Bild: M. Dymacz

Aktivitäten im Agritourismus (6)

Didaktische Aktivitäten

Eines der Ziele des Agritourismus ist es, die Möglichkeit zu schaffen, Wissen über die Traditionen durch direkten Kontakt mit ihnen zu erlangen.

Viele Agritourismus betreibende Landwirt*innen organisieren Versuchsräume und kurze Trainingseinheiten für Gäste, Kinder und Erwachsene gleichermaßen, je nach Aktivität, z. B.:

- Verkostung von Wein, Honig etc.;
- Traditionelle Mahlzeiten kochen oder Brot backen;
- Handwerkliche Verfahren bezüglich Lebensmittel testen oder beobachten;
- Wissensaneignung über Natur und Pflanzen



Bilder: M. Dymacz



Aktivitäten im Agritourismus (7)

Unterkunft

Die **Art der Unterkunft** kann vom verfügbaren Platz, der Art des Gebäudes oder dem Hof selbst abhängig sein.

Die Haupttypen sind:

- Im Haus des Landwirts/der Landwirtin gemietete Räume;
- Wohnungen, die in separaten Gebäuden gemietet werden;
- Agri-Camping in ausgestatteten Gemeinschaftsbereichen;
- Thematische Hotels.

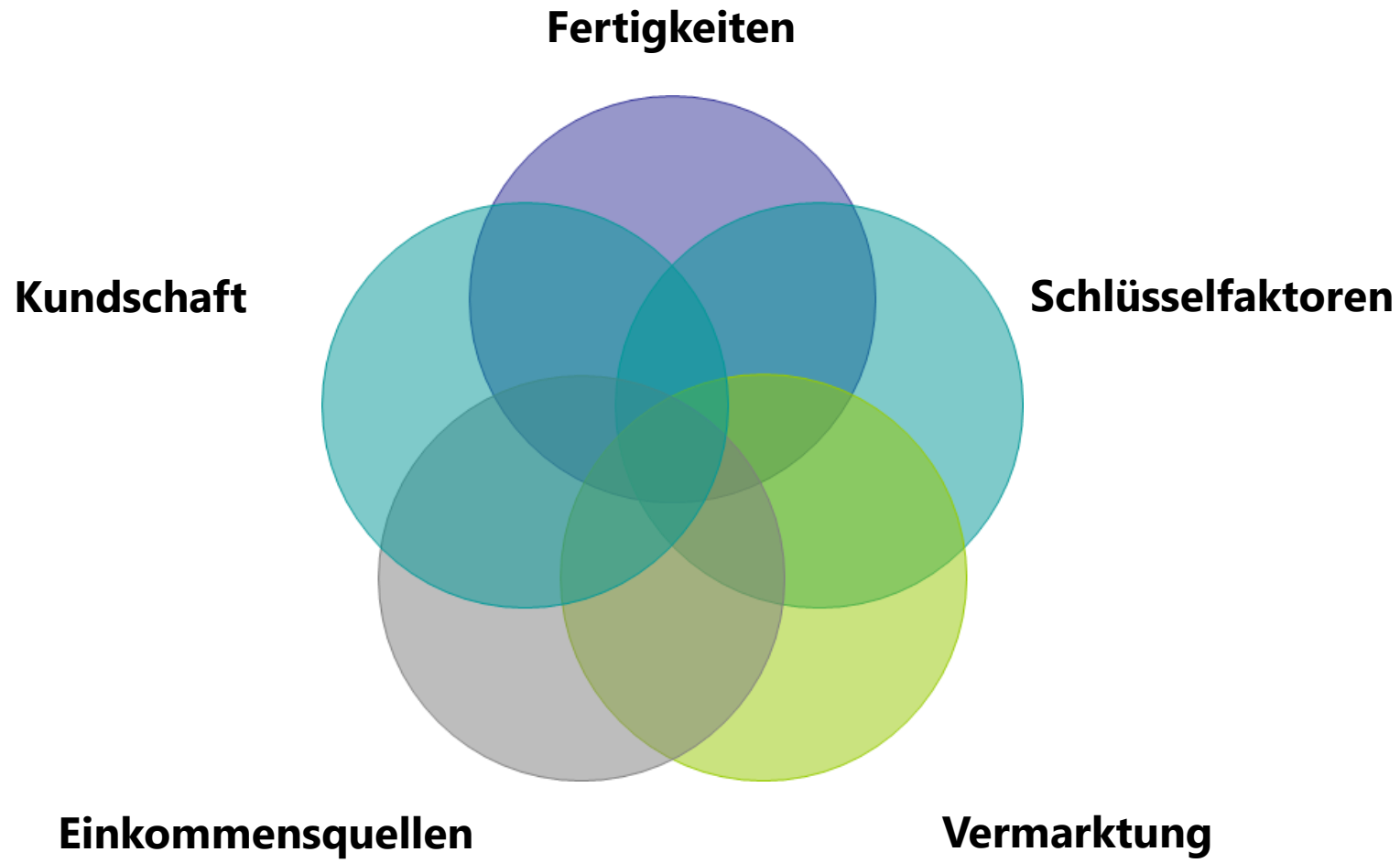


Bild: M. Dymacz

Schlüsselfaktoren:

- *Der Stil der Gebäude und Möbel sollten wenn möglich mit der Umgebung zusammenpassen.*
- *Die **Interaktion mit den Gästen** in Zusammenhang mit der Tätigkeit des Hofes*
- *Der/die Landwirt*in sollte Essen basierend auf lokalen Produkten zur Verfügung stellen oder - bei Campingplatz oder Ferienwohnungen - den Gästen selbstgemachte Produkte anbieten oder empfehlen*

Agritourismus verwalten (1)



Agritourismus verwalten (2)

Fertigkeiten

Hauptfertigkeiten

Agritourismus, wie beschrieben, kann auf einer grundlegenden Ebene stattfinden oder aber auch viele verschiedene Aktivitäten kombinieren.

Deswegen hängt die Definition der Bedürfnisse in Bezug auf die beruflichen Fähigkeiten des Landwirts/der Landwirtin von der Art der angebotenen Tätigkeit ab.

Drei verschiedene Fertigkeitsstufen können in Bezug zu Agritourismus identifiziert werden:

- **Grundstufe:** *der/die Landwirt*in ist nur an der Unterbringung beteiligt;*
- **Fortgeschrittene Stufe:** *der/die Landwirt*in ist an einer dienstleistungsübergreifenden Tätigkeit beteiligt;*
- **Spezialisierte Stufe:** *der/die Landwirt*in ist an besonderen Aktivitäten beteiligt (Didaktik, soziale Hilfe, Reiten etc.).*



Agritourismus verwalten (3)



Fertigkeiten

Fortgeschrittene Fertigkeiten

Für die Verwaltung einer grundlegenden dienstleistungsübergreifenden Tätigkeit werden vier zusätzliche wichtige Fähigkeiten benötigt:

- 1. *Verwaltung der Verpflegung:*** Einschließlich Verwaltung von Strukturen und Vorräten, Hygienevorschriften, Kochen, Kenntnis der lokalen Traditionen;
- 2. *Fortgeschrittene Kommunikation:*** Fortgeschrittene Kenntnisse über Internetnutzung, sozialer Netzwerke und anderer Anwendungen, die für die Verwaltung von Vermarktungsaktivitäten nützlich sind;
- 3. *Kommerzielle Vermarktung:*** Das Personal sollte in der Lage sein, Verkostungsveranstaltungen und/oder den Direktverkauf der Produkte zu organisieren;
- 4. *Regionale Vermarktung:*** Das Personal sollte den Gästen Informationen über die Region und über mögliche Reiserouten geben können.

MARKETING
STRATEGY



MANAGEMENT



Agritourismus verwalten (4)



Schlüssel-faktoren

Interne Schlüsselfaktoren

Saisonalität der Nachfrage: Es gibt zwei Wege, dieses Problem zu lösen:

- Den Gästen ganzjährig Angebote und Aktivitäten zur Verfügung stellen;
- Diversifikation der Zielgruppe, indem im Herbst und Winter oder von Montag bis Freitag unterschiedliche Dienstleistungen (z. B. didaktische Höfe) angeboten werden.

Verwaltung dienstleistungsübergreifender Aktivitäten: Die Entwicklung einer dienstleistungsübergreifenden Tätigkeit kann sicherlich eine Möglichkeit sein, das Angebot vielfältiger zu gestalten. Aber es ist notwendig, über sehr flexibles und gutes Personal mit speziellen (beruflichen) Fähigkeiten zur Verfügung zu stellen. Viele Landwirt*innen haben sich damit geholfen, indem sie ihre Familien oder Nachbarn mit einbeziehen und so Funktionen und Fähigkeiten vielfältiger gestalten.

Zeitmanagement: Die Saisonalität der Nachfrage führt zu Problemen beim Zeitmanagement. Im Falle eines familiär geführten Agritourismus ist die Lösung einfacher; in anderen Fällen ist es eventuell notwendig, saisonales Personal zu beschäftigen.

Agritourismus verwalten (5)



Schlüssel-faktoren

Externe Schlüsselfaktoren

Liegt der Betrieb in einem isolierten Gebiet, könnte dies eines der Hauptprobleme für den Agritourismus sein. Daher könnten sich für diese Art von Aktivitäten einige zusätzliche Schlüsselfaktoren herausstellen :

- **Vermarktung:** Gute Vermarktungsstrategien sind entscheidend, um Gäste zu gewinnen. Glücklicherweise trägt die Entwicklung von Informations- und Kommunikationstechnik (weltweit verfügbare Websites; Plattformen für Tourismusangebote etc.) zur Förderung des Agritourismus bei. Es ist aber notwendig, dass die Landwirt*innen ihre Tätigkeit innerhalb des Netzwerks fördern;
- **Regionale Vermarktung :** In vielen Gebieten bleibt der Agritourismus auch wegen einer ungeeigneten regionalen Vermarktung isoliert. Die Landwirt*innen sollten die lokalen Institutionen (Tourismusverband etc.) und andere Unternehmen einbeziehen, um eine gemeinsame regionale Vermarktung zu schaffen.

Agritourismus verwalten (6)



Vermarktung

Meilensteine der Vermarktung

1. Identifikation der Zielgruppe: Gruppen festlegen (z.B. junge Familien, Rentner, Sportler etc.) Für jede Gruppe können Orte und Mittel aufgelistet werden, welche für die einzelnen Gruppen relevant sein könnten.
2. Presseveröffentlichungen und Ankündigungen im Kalender z.B. der Gemeinde. Es ist nicht zwingend nötig für Werbung bezahlen, wenn frei verfügbare Werbung genutzt werden kann.
3. Gezielt werben, um den eigenen Namen zu verbreiten. Werbemaßnahmen können teuer sein, das Geld sinnvoll investieren.
4. Das lokale oder regionale Tourismusbüro kontaktieren.
5. Vermarktungsbild und Präsenz aufbauen. Dies beinhaltet die Entwicklung eines Logos und eines einheitlichen Vermarktungsthemen, welche die eigenen Standards und Angebote abbilden.

Agritourismus verwalten (7)



Vermarktung

Meilensteine der Vermarktung

6. Weitere kostenlose Möglichkeiten den eigenen Hof darzustellen: Verzeichnisse touristischer Dienstleistungsanbieter, lokale Internetseiten etc.
7. Teilnahme an Veranstaltungen der Gemeinde.
8. Hinweisschilder sind eine großartige Investition, das eigene Unternehmen zu bewerben.
9. Alles in einem Plan festhalten.

Alle geplanten Strategien sollten in einem Vermarktungsplan festgehalten werden. Dieser umfasst: Wer die Zielgruppe ist, wo und wie sie erreicht werden kann, Pläne für Verkaufsförderung und Vermarktung eines Jahres und eine Liste der benötigten Verbindungen, um den eigenen Namen öffentlich bekannt zu machen.

Z.B. im Herbst und Winter vorher Zeit nehmen, um das gesamte Jahr vor der nächsten Saison fertig geplant zu haben.

Agritourismus verwalten (8)



Vermarktung

Regionale Vermarktung: private Strategien

Umgesetzt von Landwirt*innen, die unternehmerische Partnerschaften eingehen

- **Zusammenfassung des Angebots:** Schaffung von Netzwerken zur Verkaufsförderung oder gemeinsamer thematischer Reiserouten, Mitgliedschaft in Verbänden oder Dienstleistungszentren auf der Grundlage gemeinsamer Informations- und Kommunikationstechnik .
- **Austausch von Produkten und Dienstleistungen:** oft können einzelne Betriebe kein Angebot bieten, das alle Bedürfnisse der Kund*innen abdeckt. Um dieses Problem zu lösen, können spezielle Netzwerke geschaffen werden, um den Gästen eine vollständige Auswahl an Produkten und Dienstleistungen anbieten zu können.

Agritourismus verwalten (9)



Vermarktung

Regionale Vermarktung: Öffentlich-private Strategien

Einbeziehung der lokalen Verwaltungen, Tourismusbüros und anderer beteiligter Instanzen

Es ist wichtig, dass die Gäste das Gefühl haben, zu einer Gemeinschaft zu gehören, die stolz auf ihre eigenen Traditionen ist. Die auf dem Gebiet ansässigen Akteur*innen könnten bei der Realisierung vieler Aktionen zusammenarbeiten, welche die regionale Vermarktung unterstützen, wie z. B.:

- **Förderung der Region:** Erstellung von Handbüchern, Leitfäden, Websites und anderen Instrumenten, die für die Aufwertung der Region entscheidend sind;
- **Erstellung von Reiserouten:** Schaffung von Wanderwegen, Routen durch Natur und Traditionen, lokale Museen etc.
- **Organisation sozialer und kultureller Veranstaltungen:** Festivals, Messen, Konzerte, Ausstellungen etc.

Agritourismus verwalten (10)



Einkommens-
quellen

Einkommensquellen

1. Teilnahmegebühr

Eine Teilnahmegebühr wird veranschlagt, um an Veranstaltungen und Aktivitäten teilzunehmen oder Einsicht in spezielle Bereiche der landwirtschaftlichen Tätigkeit zu bekommen. Auf die gleiche Art und Weise, wie man Eintritt zahlt, um in einen Vergnügungspark zu gehen, ein Museum zu besuchen oder an einer Sportveranstaltung teilzunehmen.

2. Gebühr für eine Führung

Eine Führungsgebühr ermöglicht der/den Besucher*innen den Zugang zu den Diensten eines sachkundigen Gruppenleiters/einer Gruppenleiterin oder zumindest zu einem Reiseführer für selbstgeführte Touren. Ein* Tourist*in, der/die diese Gebühr bezahlt, wünscht Informationen über und Zugang zu landwirtschaftlichen Gebieten, die anderen Besucher*innen vorenthalten werden. Als Gegenleistung für die Gebühr stellt der Hof ein Ticket oder einen Ausweis aus, der den Status als zahlende*r Teilnehmer*in an der Führung angibt.

Selbstgeführte Besichtigungen sind in der Regel kostenlos, aber Gruppenführungen erfordern oft viel Zeit des Personals für die Vorbereitung und Durchführung der Besichtigungen.

Agritourismus verwalten (11)



**Einkommens-
quellen**

Einkommensquellen

- 3. Verkauf frischer Produkte am Hof**
- 4. Verkauf selbstgemachter Produkte am Hof**
- 5. Verkauf von Souvenirs**
- 6. Gebühr für Aktivitäten**

Agritourismus verwalten (12)



Einkommens-
quellen

7. Kursgebühr

- Reitkurse, Handwerkskurse, Tanzkurse
- Kurse für die Herstellung von Marmelade, Gelee oder Fruchtsirup, Kurse zur Herstellung von Wein oder Käse etc.

8. Verkostungsgebühr

9. Vermietung von Einrichtungen/Grundstücken

- Vermietung des Hofes für Tänze, Kurse, Landhochzeiten, Familientreffen, Geburtstagsfeiern und andere besondere Veranstaltungen.

10. Vorstellungsgebühr

- In Abhängigkeit des Niveaus der Vorstellung, den Kosten für die vom Hof zur Verfügung gestellte Ausrüstung und Materialien und den üblichen Preisen an ähnlichen Veranstaltungsorten.

11. Unterkunft auf dem Hof

12. Verpflegung

Agritourismus verwalten (13)



Kundschaft

Agritourismus ist ein Geschäft für Menschen

Es müssen Standardverfahren eingeführt werden, um sicherzustellen, dass die Kundschaft eine gute Erfahrung macht.

Auf Interessen der Besucher*innen eingehen

- Es ist sehr wichtig, die Art der zu gewinnenden Kund*innen zu identifizieren;
- Es ist von grundlegender Bedeutung zu wissen, wen man anziehen will und dann das Unternehmen so zu entwickeln, dass es diesen Interessen gerecht wird;
- Gezielt Werbung schalten, um die gewünschte Gruppe zu erreichen;
- Jedes Publikum hat andere Bedürfnisse und Erwartungen, und es müssen zielgruppenspezifische Strategien angewendet werden, um sie zu gewinnen.

Vor der Eröffnung:

- Darauf achten, dass Straßen- und Parkschilder gut sichtbar sind;
- Badezimmersausrüstung überprüfen;
- In den Besucherbereichen für Ordnung und angenehme Atmosphäre sorgen;
- Bestand an Erfrischungen und Verkaufsartikeln überprüfen (falls zutreffend).

Agritourismus verwalten (14)



Kundschaft

Während der Öffnungszeiten:

- Jeder Kunde/jede Kundin wird mit einem Lächeln begrüßt;
- Deutlich machen, wer zum Hofpersonal gehört;
- Jeden Kunden/jede Kundin wissen lassen, dass ihm/ihr bei allen Fragen über den Hof oder die touristischen Aktivitäten, wegen denen er/sie gekommen ist, geholfen wird;
- Die Kundschaft wartet normalerweise auf Anweisungen, doch einige gehen davon aus, dass sie wissen, wohin sie gehen können, um auf dem Hof Spaß zu haben;
- An die selbst angegebenen Öffnungs- und Schließzeiten halten;
- Auf konstruktive Kommentare von Besucher*innen achten;
- Am Ende des Besuchs nach Zufriedenheit und Verbesserungsvorschlägen fragen

Mit einem Plan starten

Sobald einige agritouristische Aktivitäten identifiziert wurden, die machbar erscheinen, zu den Zielen und Betriebsmitteln passen und für die Zeit vorhanden ist:

- **Alle Aufgaben oder Schritte auflisten**, um zu beginnen;
- Den Plan **gemeinsam mit einer anderen Person überprüfen** – die Nebenstelle oder das Tourismusbüro anrufen, um Informationen zu erhalten, oder an Unternehmensberater*innen/Veranstaltungsplaner*innen wenden;
- Ein **Startdatum** für die Aktivität festlegen, dann rückwärts arbeiten und alle benötigten Ressourcen und Aufgaben auflisten, die durchgeführt werden müssen; sicherstellen, dass die Werbung in den Plänen eine wichtige Rolle spielt, da es viel Werbung braucht, um die Aufmerksamkeit zu erhalten, die für die Gründung eines neuen Unternehmens benötigt wird;
- **Eine ‚weiche‘ Eröffnung planen**: Eine Möglichkeit, ohne eine große Markteinführung zu beginnen, ist die Planung einer kleinen Aktivität, die sich an eine ausgewählte Gruppe richtet, um die Ideen zu testen;
- Zeit nehmen, um von den Besucher*innen eine Rückmeldung darüber zu erhalten, was sonst noch gerne am Hof gesehen, getan, gelernt oder gekauft werden würde.

Das Unternehmen durch kleine Schritte vergrößern, aber nicht vergessen, mit dem Blick auf das große Ganze zu planen. Es ist wichtig, Einkommensziele zu setzen, die erreicht werden sollen.



Viel Erfolg!



Quellen

<https://natemat.pl/178595,w-poszukiwaniu-idealnej-wsi-czyli-agroturystyka-dla-wymagajacego-mieszczucha>

<http://www.wne.sggw.pl/wp-content/uploads/2016/10/Agroturystyka.pdf>

<http://yadda.icm.edu.pl/yadda/element/bwmeta1.element.ekon-element-000171526093>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union