



**Brigitte Keller, Beraterin und Coach Agrotourismus und Direktvermarktung**

## Das Potenzial an Gästezielgruppen für die Ferienbetten gezielt ausschöpfen

in der Kinderphase haben finanziell ausserdem meist nur wenig Spielraum und achten tendenziell stärker auf das Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Rendite bei ausschliesslicher Ausrichtung auf Familienorientierte kann unbefriedigend sein.

### Gästegruppen, die nicht an die Schulferien gebunden sind

Gerade neu erstellte Gästezimmer/-häuser sollten nicht leer stehen. Es müssen neben den Familien weitere Gästezielgruppen aktiv beworben werden, am besten bereits vor der Eröffnung, damit die Investitionen getragener werden können.

Je nach Region wohnt man in einem typischen Sommer oder Winterferiengebiet. Im optimalen Fall findet Tourismus in der Region zu allen Jahreszeiten statt, was weit mehr Potenzial mit unterschiedlichen Gästezielgruppen bietet. Beispiele: Skifahrer, Sltourer, Kulturfreunde, Fischer, Biker usw. bietet. Daneben gibt es Gästegruppen, die nicht an die Schulferien

gebunden sind, wie etwa Senioren, junge Alte, Kulturfreunde, Gruppen, Vereine, Wanderer und Biker oder in der Region arbeitende.

Gewerbliche Anbieter haben den Markt «Wohnungssuchen» für sich bereits entdeckt und bieten Studios mit und ohne Hotelservice an. Das vor allem in aufstrebenden Wirtschaftsräumen, die neben der Achse Bodensee/Garf bis weit in die Zentralschweiz, Urneralboden, Ob- und Nidwalden und vorde-

re Teile des Glarnerlands reichen. Es sind Regionen, die laufferd besser und schneller mit öffentlichen Verkehrsmitteln und Autobahn erschlossen werden.

### Wohnungen dürfen maximal drei Monate vermietet werden

Zahlreiche gut ausgebildete Arbeitskräfte vor allem aus dem Ausland suchen in Agglomerationsnähe Wohnraum – der kurzfristig kaum oder nicht verfügbar ist. So wird als Übergangslösung gerne für einige Wochen

ein Studio oder eine kleine Wohnung gemietet (das auch, weil ein Hotelaufenthalt für diese Dauer zu teuer wird).

Bauernhöfe können sich diese Situation zu Nutzen machen und die Nebensaison mit wenig Aufwand auslasten. Doch Vorsicht: Ferienzimmer und -wohnungen sind nicht für Dauermiete vorgesehen, sie dürfen maximal drei Monate so

vermietet werden. Es gilt also, ein besonderes Augenmerk auf den Mietvertrag zu richten.

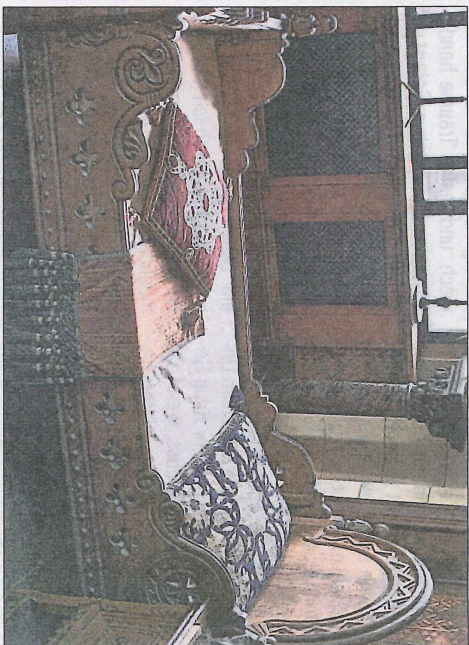
### Das Angebot der Nachfrage anpassen

Dieser Kunde wird sich merklich von einem «Ferien-gast» unterscheiden. Die Informationen werden nicht am selben Ort gesucht wie Ferienangebote. Auch Inhalt und Formulierung

der nachgefragten Informationen sind anders. So sollen die Möglichkeiten der Serviceleistungen und Kundennutzen ersichtlich sein, beispielsweise Wäsche, Mahlzeiten, Wohnfläche, Ausstattung, Parkplatz, Autobahnanschluss, Briefkasten, Lieferservices, Internetanschluss usw.

Weiter unterscheidet sich das Risiko und Abrechnen der Dienstleistungen. Es könnten auch individuelle Wünsche geäussert werden, etwa nach Veränderung der Wohnräume für das «persönliche Wohlfühlen» (beispielsweise eigene Bilder aufhängen, das Meerschweinchen mitbringen, die Freizeit-ausrüstung unterstellen, Besuch von Freunden usw.).

Solche Kunden sind bei Firmen und auf Wohnungsplattformen zu finden. Die Fokussierung auf die Zielgruppe «Wohnungssuchende» während der Nebensaison ist zurzeit vielerorts eine passende und sehr lohnende Alternative zu leer stehenden Ferienwohnungen.



**E**ine Faustregel besagt, dass Ferienwohnungen und Gästezimmer mindestens 20 Wochen im Jahr voll ausgelastet sein müssen, damit die Fixkosten gedeckt sind. Das heisst, ab zirka 30 belegten Wochen kann ein angemessener Stundenlohn daraus erwirtschaftet werden.

Oft werden Bauernhofferien im Segment «Familienferien» angeboten. Bedenkt man die kurze Sommersaison sowie die durchschnittlich sechs Wochen Schulferien, ist eine ausreichende Auslastung mit Familien allein nicht zu erreichen. Familien