

EXKURSIONS- LEITFADEN

www.meinhof-meinweg.at

TIPPS UND TRICKS
für die erfolgreiche
Gestaltung von
Exkursionen am
Bauernhof



Mit Unterstützung von Bund, Ländern und Europäischer Union

 Bundesministerium
Land- und Forstwirtschaft,
Klima- und Umweltschutz,
Regionen und Wasserwirtschaft

WIR leben Land
Gemeinsame Agrarpolitik Österreich


Kofinanziert von der
Europäischen Union

Impressum & Inhaltsverzeichnis

Herausgeber

LFI Österreich
Schauflegasse 6
1015 Wien

Projekt „LK&LFI Innovationsoffensive“
www.meinHof-meinWeg.at
Dritte Auflage: März 2026

Hinweis

Alle Inhalte vorbehaltlich Druck- und Satzfehler. Alle Angaben in dieser Broschüre erfolgen trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr. Jegliche Haftung für eventuelle fehlerhafte Angaben und deren Folgen des Herausgebers und der Autor:innen ist ausgeschlossen.

Redaktion / Mitwirkende

Das Team der LK&LFI Innovations-offensive mit Unterstützung von Fachexpert:innen der Landwirtschaftskammern und der Ländlichen Fortbildungsinstitute

Kornelia Zipper, Österreichisches Kuratorium für Landtechnik und Landentwicklung

Michael Seewald, Sozialversicherung der Selbstständigen

Layout

Sonja Hießberger, Landwirtschaftskammer Niederösterreich

Projektpartner



1.

4 Einleitung

2.

5 Warum Exkursionsbetrieb werden?

3.

8 Persönliche und betriebliche Voraussetzungen

4.

9 Exkursionsprogramm – Bausteine der Angebotsgestaltung



5.

9 Kommunikation und Führungstechniken

- 9 5.1. Grundlagen der Kommunikation
 - 10 5.2. Rhetorischer Aufbau
 - 10 5.3. Tipps für die verbale Hofführung
-

6.

16 Kostenkalkulation

7.

18 Exkursionsbetrieb

- 18 7.1. Vorbereitende Tätigkeiten
 - 22 7.2. Sicherheitsaspekte
-

8.

26 Rechtliches

- 26 8.1. Gewerberecht
 - 28 8.2. Steuerrecht
 - 29 8.3. Urheberrechte bei Fotos und Videos
-

9.

30 Marketing und Bewerbung

- 30 9.1. Offline-Marketing
 - 31 9.2. Online-Marketing
-

10.

33 Feedback und Verbesserungsmöglichkeiten

- 33 10.1. Vorbereitung
 - 34 10.2. Durchführung der Datenerhebung
 - 36 10.3. Maßnahmen ableiten, Konsequenzen ziehen
-

37 Anhang

- 37 Checkliste – Vorbereitung Exkursionsbetrieb
 - 38 Checkliste – Exkursionsvorbereitung mit externem Veranstalter / externer Veranstalterin
 - 39 Drehbuch – Beispiele
 - 44 Drehbuch – Vorlage
 - 45 Vorlage Kalkulation
 - 49 Literaturverzeichnis
-

1. Einleitung

Das vorliegende Dokument ist Teil des Bildungsprojekts „Innovationsoffensive 2025-2026“. Es ist das Ergebnis der Zusammenarbeit von Fachspezialist:innen aus den Ländlichen Fortbildungsinstituten Österreichs und Beratungskräften der Landwirtschaftskammern Österreichs.

Der „Exkursionsleitfaden“ richtet sich in erster Linie an Landwirt:innen, die neu oder in einem neuen Anlauf Exkursionen auf ihrem Betrieb anbieten wollen. Ebenso sollen Trainer:innen der Ländlichen Fortbildungsinstitute und Berater:innen der Landwirtschaftskammern bestmöglich gerüstet sein, um Landwirt:innen bei der Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Exkursionen zu unterstützen.

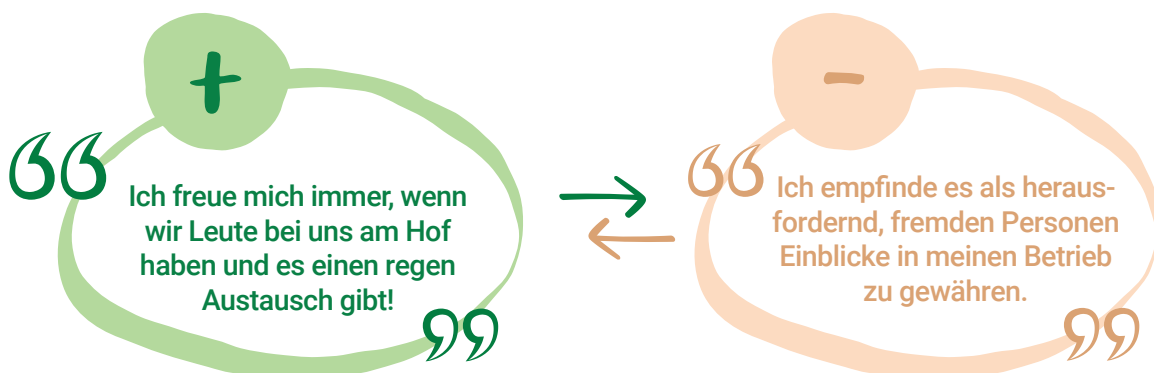
Diese Unterstützung geht über eine Checkliste hinaus. Der Leitfaden verschafft einen allgemeinen Überblick und beantwortet häufig gestellte Fragen. Leser:innen finden auf den nächsten Seiten Informationen und Wissenswerte zu Motiven, Angebotsgestaltung, Wirtschaftlichkeitsberechnungen sowie Marketing- und Kommunikationsthemen. Die angeführten rechtlichen Hinweise gelten speziell für die Landwirtschaft. Für Dienstleistungen außerhalb der Landwirtschaft sind die rechtlichen Bestimmungen separat abzuklären.

Die Wissensvermittlung unter Berufskolleg:innen („peer-to-peer learning“), etwa bei Exkursionen, gilt als besonders effektive Methode in der agrarischen Erwachsenenbildung (Farmdemo, 2018; LK NÖ, 2016). Die Hauptzielgruppe der Exkursionsanbieter:innen sehen die Autor:innen daher in Berufskolleg:innen. Natürlich kann der Exkursionsleitfaden auch für Exkursionsanbieter:innen mit einem anderen Zielpublikum (z. B. interessierte Konsument:innen, Kindergruppen etc.) interessant sein.

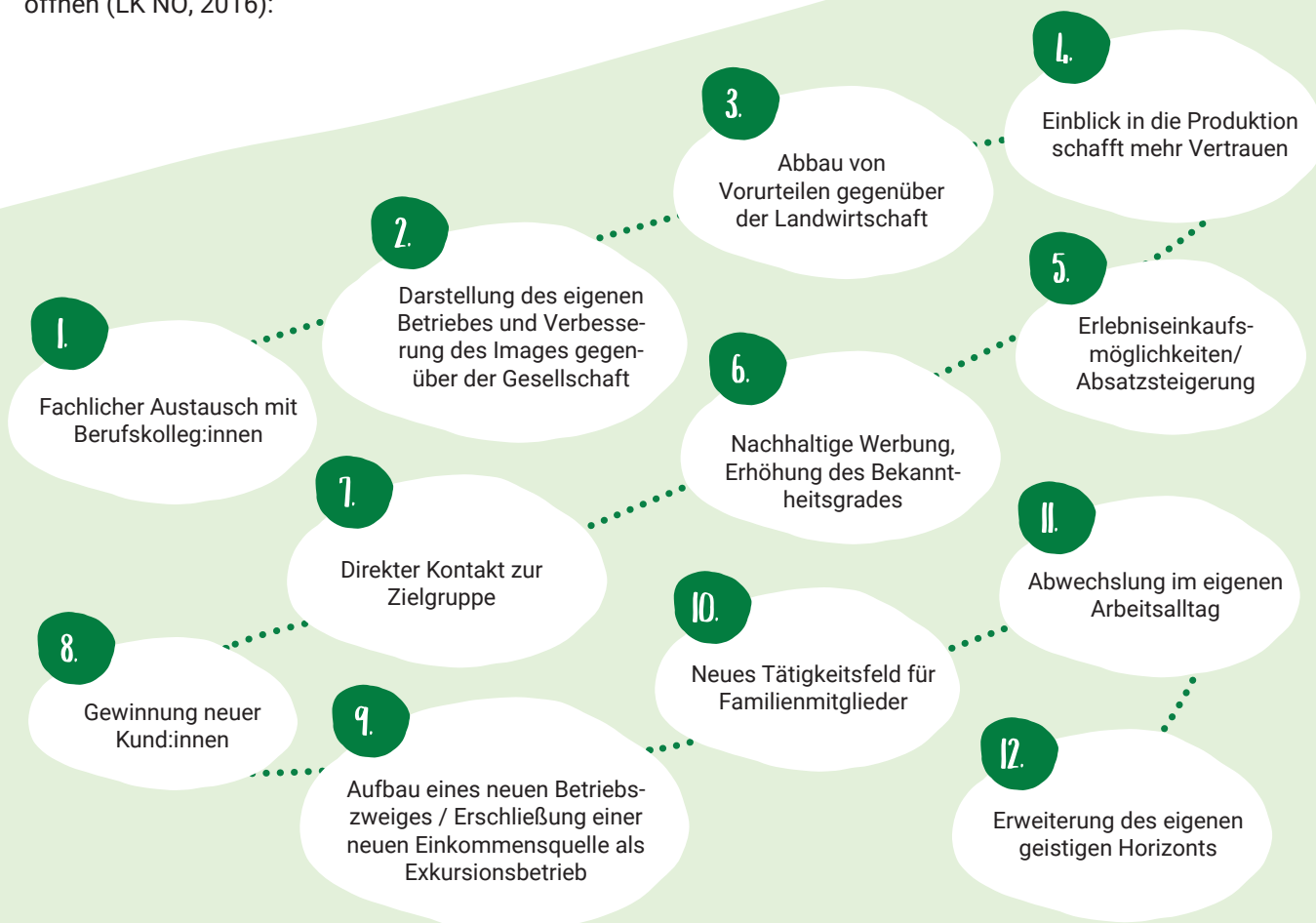
Der Exkursionsleitfaden soll bestehende Unterlagen nicht ersetzen, sondern ergänzen und auf bestehende Bildungsangebote und Schulungsunterlagen verweisen. Am Ende finden die Leser:innen daher ausführliche weiterführende Hinweise, Literaturangaben und Kontaktadressen für Rückfragen. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Umsetzung Ihrer Exkursionen!



2. Warum Exkursionsbetrieb werden?



Jede und jeder muss für sich ganz persönlich entscheiden, ob das Thema Exkursionen für den eigenen Hof in Frage kommt. Prinzipiell gibt es sehr viele verschiedene positive Gründe, warum es sich für jeden einzelnen Betrieb wirklich lohnen kann, die Hof- und Stalltüren für betriebsfremde Personen zu öffnen (LK NÖ, 2016):



Ein fachlicher Austausch mit Berufskolleg:innen – eine Win-win-Situation für alle Beteiligten

Fachexkursionen für andere Bäuerinnen und Bauern anzubieten bringt neben den Exkursionseinnahmen einen fachlichen Austausch und sie können auch für den eigenen Hof sehr befruchtend wirken. Jede und jeder bringt sein Know-how ein und der Blick von außen durch andere Spezialist:innen führt zu neuen Sichtweisen.

Eine zusätzliche Variante ist es, Exkursionen für Landwirt:innen aus anderen Ländern anzubieten. Das eröffnet einen spannenden internationalen Austausch – eventuell mit der Möglichkeit, selbst auch landwirtschaftliche Betriebe im Ausland zu besuchen. Gelegenheit dafür bieten sogenannte „Cross-Visits“, also Betriebsbesuche im Ausland, im Rahmen von Horizon Europe geförderten Projekten. Nähere Infos dazu erhalten Sie bei Ihrer Landwirtschaftskammer bzw. auf deren Website.

Alle reden mit, wenn es um Landwirtschaft geht

Wenn über Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion gesprochen wird, hat plötzlich jede:r eine Meinung und möchte mitdiskutieren. Leider sind nur mehr ca. 3,1% der österreichischen Bevölkerung in der Landwirtschaft tätig und immer weniger Menschen haben die Chance, selbst regelmäßig Erfahrungen am Bauernhof zu sammeln, weil sie keine bäuerlichen Betriebe in ihrem direkten Umfeld haben. Viele Österreicher:innen sind in Städten und Ballungsräumen zu Hause.

In der Öffentlichkeit wird sehr oft ein kontroverses Bild der Landwirtschaft gezeichnet, einerseits als Bauernhofidylle mit der Bäuerin im Dirndlkleid beim Heumachen und andererseits als „Massentierhaltungsfabrik“ oder Gewässerverschmutzer. Im Zeitalter der Informationsflut ist der Wahrheitsgehalt oft schwer zu überprüfen und die Konsument:innen werden auch zunehmend kritischer. Landwirt:innen können am besten aktiv und authentisch über ihre Arbeit in der Landwirtschaft berichten.

Wir als Bäuerinnen und Bauern sollten den Dialog mit der Öffentlichkeit heutzutage daher selbst aktiv suchen. Warum? Weil sich die Menschen so oder so ein Bild von der Landwirtschaft machen. Die Kernfrage ist: „Wer zeichnet dieses Bild?“ Die Kluft zwischen der „echten Landwirtschaft“ und der gesellschaftlichen Wahrnehmung sollte von uns Landwirt:innen selbst geschlossen werden.

Durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit ergeben sich neue Chancen für meinen Betrieb

Ein positives Image der heimischen Landwirtschaft baut Vertrauen und Verständnis in der Gesellschaft auf. Es beeinflusst Kaufentscheidungen und erhöht die Bereitschaft, öffentliche Gelder in die heimische Land- und Forstwirtschaft fließen zu lassen.

In der Betriebsentwicklung ist der Dialog mit der Gesellschaft heute mehr denn je ein zentraler Produktionsfaktor und es ergeben sich für jeden einzelnen Betrieb mit aktiver Öffentlichkeitsarbeit erweiterte Chancen. Ein professioneller Umgang mit Kommunikation ist in unserer Mediengesellschaft unumgänglich. Dies gilt auch für die Land- und Forstwirtschaft.

Ein gestärktes Beziehungsnetz zwischen Produzent:innen und Konsument:innen ermöglicht eine positive Preisgestaltung und erhöht die Wertschätzung für die Landwirtschaft

Der Verarbeitungsgrad der landwirtschaftlichen Produkte nimmt laufend zu. Das wirkt sich zusätzlich auf die Wahrnehmung der Konsument:innen aus. Der Einblick in die Zusammenhänge von Saat und Ernte, Saison und Herkunft geht mehr und mehr verloren – bei Kindern wie bei Erwachsenen. Ein Einblick in Hof und Stall für „Außenstehende“ fördert das Verständnis bei den Konsument:innen und regt an, wieder mehr zu hinterfragen. Transparenz schafft Vertrauen. Eine gute Vertrauensbasis und Wertschätzung sind förderlich für echte und faire Preisgestaltung.

“

Durch meine „Schule am Bauernhof“ Erfahrungen mit den Kindern ist mir richtig bewusst geworden, wie wichtig es ist, den Hof auch für Erwachsene zu öffnen. Es ist für mich ein großes Anliegen, Konsument:innen die Hintergründe der Produktion von Rindfleisch und die Vorzüge des AMA-Gütesiegel-Programmes zu erklären.“

MARIA OSTERER
(Bäuerin in Tribuswinkel /
Niederösterreich)

”

Funktionsweisen der Landwirtschaft

Die Landwirtschaft unterscheidet sich von anderen Wirtschaftszweigen. So ist die Landwirtschaft maßgeblich vom Rhythmus der Natur, von der Saisonalität und von wetterbedingten Produktionsschwankungen abhängig. Das industrielle Funktionsmodell „Alles kann jederzeit sofort in den gewünschten Mengen produziert werden“ kann hier nicht realisiert werden. Eine Überforderung der Natur wäre die Folge, was auch den Forderungen der Konsument:innen nach Ökologie und Lebensmittelsicherheit widersprechen würde. Die Aufklärung über diesen besonderen Sachverhalt ist ein wichtiges und grundlegendes Kommunikationsziel.

“

„Kreislaufwirtschaft ist uns ein großes Anliegen. Daher halten wir zusätzlich zu unserem Hauptstandbein Bio-Weinbau Freilandschweine, Schafe und Hühner und produzieren Getreide sowie eine kleine Vielfalt an Gemüse. Wir freuen uns immer, wenn interessierte Menschen zu uns auf den Hof kommen und wir im direkten Gespräch über Zusammenhänge diskutieren können.“

**ALEXANDRA und
OLIVER KAMINEK**
(Stammersdorf, Wien)

”

“

„Weidegänsehaltung in Österreich unterscheidet sich enorm von der Gänsehaltung in anderen EU-Ländern und diese Tatsache ist viel zu wenig bekannt. Bei mir am Hof kann sich jeder jederzeit davon überzeugen, wie gut es meinen Gänsen auf der Weide geht.“

HERMANN RIEDL
(Bauer in Göllersdorf,
Niederösterreich)

”

Bedeutung der Landwirtschaft (Multifunktionalität)

Die österreichischen Bäuerinnen und Bauern produzieren eine Vielfalt an hochwertigen, frischen und gesunden Lebensmitteln. Dabei muss ein hohes Maß an Verantwortung gegenüber der Natur und den Bedürfnissen der Tiere an den Tag gelegt werden. Landwirt:innen sorgen für die Pflege und den Erhalt unserer Kulturlandschaft und decken mit ihrer Arbeit wichtige Grundbedürfnisse der Bevölkerung ab: Versorgung mit regionalen Lebensmitteln, Erholung, Gesundheit, Genuss und Erlebnis. Wir sollten die Besonderheit und Multifunktionalität der Land- und Forstwirtschaft gut an die Gesellschaft kommunizieren: Bäuerinnen und Bauern sind moderne Unternehmer:innen, die von und mit der Natur leben und dabei auch jeden Tag unternehmerischen Mut beweisen müssen.



3. Persönliche und betriebliche Voraussetzungen

Bevor die Exkursionsgäste auf den Hof kommen, gibt es ein paar grundlegende Fragen zu klären. Mithilfe nachfolgender Punkte können Sie analysieren, ob ein Exkursionsangebot zu Ihrem Betrieb passt:

- Es macht mir Freude, über meine Arbeit und Erfahrung in der Land- bzw. Forstwirtschaft zu erzählen. Ich kann anschaulich erklären.
- Freundlichkeit, Geduld und Humor sind meine Stärken.
- Für einen intensiven Dialog, Anregungen und Ideen meiner Gäste / Exkursionsgruppen bin ich offen.
- Ich arbeite gerne mit hoffremden und neugierigen Personen.
- Meine Familie steht hinter dem Vorhaben und unterstützt mich.
- Ich kenne Personen, die mir im Vorfeld, am Tag der Exkursion und beim Wegräumen helfen könnten.
- Ich habe ausreichend Zeit für die Organisation und Umsetzung eines Exkursionsangebots.
- Unser Hof bietet Erfahrungsorte für einen Wissensaustausch und ganzheitliches Lernen.
- Unser Betrieb ist gepflegt und für Besucher:innen attraktiv.
- Unser Hof ist gut beschildert und erreichbar. Man kann gut zufahren und es gibt ausreichend Parkmöglichkeiten (bzw. können diese geschaffen werden). Auch ein Bus hat Platz.
- Unser Betrieb entspricht den baulichen, sicherheitstechnischen, sanitären (inkl. WC) und hygienischen Anforderungen.
- Es sind einige Sitzmöglichkeiten für gehschwache Besucher:innen vorhanden.
- Meine Motivation liegt nicht ausschließlich in der Erschließung einer zusätzlichen Einkommensquelle.
- Steuerliche Rahmenbedingungen betreffend Exkursionen sind mir bekannt bzw. weiß ich, wo ich mich informieren kann.
- Ich kenne mögliche Unfallrisiken, kann ggf. entsprechende Schutzmaßnahmen treffen und Erste Hilfe leisten.

Weitere hilfreiche Checklisten sind im Anhang zu finden.



4. Exkursionsprogramm – Bausteine der Angebotsgestaltung

Baustein: Zielgruppendefinition

Als Zielgruppe bezeichnet man eine Gruppe von Menschen mit ähnlichen Merkmalen, die man mit seinem (Exkursions-)Angebot ansprechen und erreichen möchte. Diese Merkmale können zum Beispiel sein: Alter, Geschlecht, Wohngebiet, Ausbildung, fachliches Interesse, usw.



TIPP: Vor der Planung Ihres eigenen Exkursionsprogramms überlegen Sie sich: „Was ist das Ziel, was will ich damit erreichen?“ Dies schafft die nötige Orientierung für Ihr Exkursionsangebot und hilft, Gedanken zu sortieren.

Für jede Zielgruppe (Neukund:innen, Stammkund:innen, Leute aus der Stadt, Kinder, Jugendliche, junge Mütter/Väter, Berufskolleg:innen, usw.) sollten Sie interessante Elemente in die Exkursion integrieren und Ihr Programm darauf abstimmen.

Der Wissensstand der Zielgruppe kann sehr unterschiedlich sein. Er reicht vom tiefen Detailwissen bis hin zu sehr geringem Vorwissen zur Landwirtschaft. Dementsprechend benötigen Besucher:innen ohne landwirtschaftlichen Hintergrund andere Informationen als eine Fachkraft. Mithilfe eines offenen Gesprächs am Exkursionsbeginn oder vorab mit den Veranstalter:innen kann herausgefunden werden,

- welche Themenbereiche für die Teilnehmer:innen besonders interessant sind,
- wie groß das Wissen der Teilnehmer:innen zum Thema ist (Verständnis von Fachvokabular?),
- welche Vorstellungen und Erwartungen die Teilnehmenden von dem Exkursionstermin haben und
- welche Informationen sich die Besucher:innen wünschen (Stadt-Land-Impulse und Niederösterreichische Landeslandwirtschaftskammer, 2004).

So ist es möglich, sich individuell auf jede Exkursionsgruppe vorzubereiten und später negative

Überraschungen oder unnötige Hektik zu vermeiden. Generell ist empfehlenswert, dass die Exkursionsgruppe nicht zu groß ist, damit ein informatives Exkursionsprogramm gewährleistet werden kann. Eine Gruppe von maximal 20 Personen ist ideal. Größere Gruppen sollten aufgeteilt werden (auch aus sicherheitstechnischen Gründen).

Baustein: Themenfindung

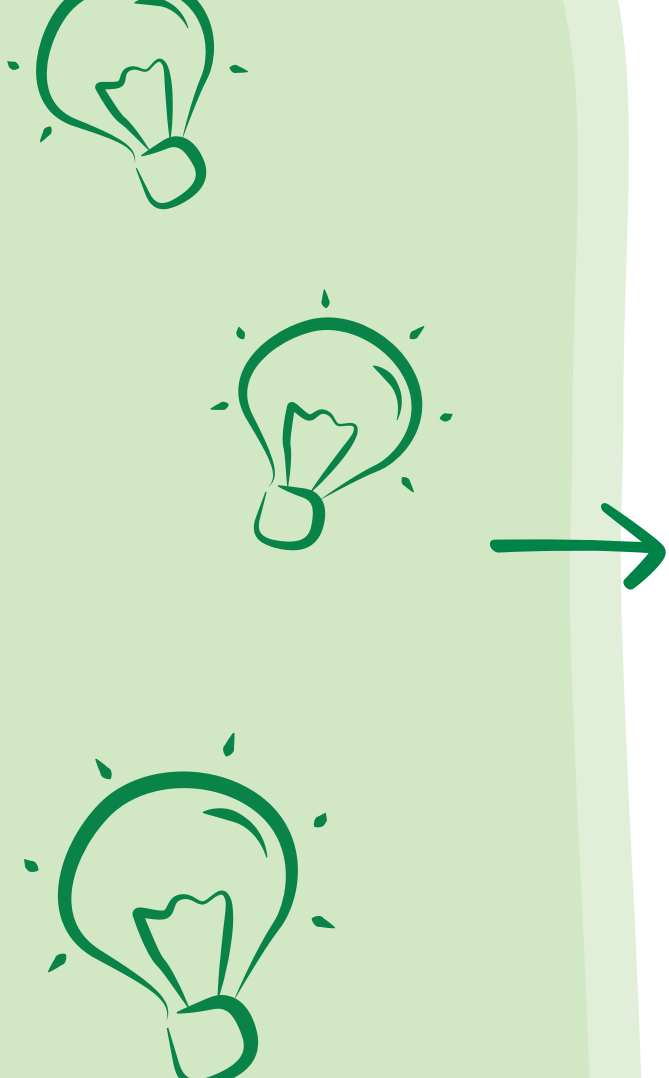
Da es nicht möglich ist, das Thema Landwirtschaft an einem Exkursionstermin in all seiner Bandbreite zu erörtern, ist es sinnvoll, einen besonderen Aspekt oder ein Thema herauszugreifen. Ein konkretes Thema ist zudem von Vorteil, um den roten Faden während der Exkursion zu behalten und sich nicht zu verzetteln.

Bei der Themenfindung können folgende Fragen hilfreich sein:

- Was ist das Herausragende an meinem Hof?
- Was sind meine Stärken?
- Was will ich zeigen?
- In welchem Bereich bin ich Spezialist:in?
- Was kann ich mit überschaubarem Aufwand vorbereiten?

Das Thema könnte sich beispielsweise auf folgende Bereiche beziehen:

- Auf den Betriebsschwerpunkt
 - „Spargelschmaus am Bauernhof“
 - „Süße Zeit – von der Rübe zum Zucker“
 - „So eine Sauerei! – Ein Schweinebetrieb stellt sich vor“
 - „Ohne Fleiß kein Mais“
- Auf eine Besonderheit am Betrieb
 - „Unser Stall: genial digital“
 - „Der Boden – viel mehr als Dreck, der an den Schuhen klebt“
- Auf ein Ereignis am Hof
 - Almauftrieb
- Auf ein Ereignis / ein Thema in der Region
 - Tag der offenen Kellertür
- Auf einen Höhepunkt im Kalenderjahr
 - Osterhase, Osterei und Osterlamm am Biohof



Sie müssen das Rad nicht komplett neu erfinden: Zu vielen Themen gibt es gute und praxiserprobte Materialien über die Ländlichen Fortbildungsinstitute Österreichs und die Landwirtschaftskammern zu beziehen (beispielsweise über Schule am Bauernhof, Seminarbäuerinnen, Urlaub am Bauernhof, Erlebnis Bauernhof, Green Care Österreich, etc.).



Werfen Sie einen Blick auf www.lfi.at und holen Sie sich Inspiration.

Baustein: **Workshop / praktischer Teil**

Eines muss man sich bewusst sein: Niemand kann Landwirtschaft authentischer erklären und niemand kann die Lebens- und Arbeitswelt auf dem landwirtschaftlichen Betrieb besser zeigen als Bäuerinnen und Bauern selbst. Das sollten die Besucher:innen auf den Höfen auch merken – praktische Dinge herzuzeigen kommt besser an und bleibt länger in Erinnerung als Frontalvorträge.

Die Aufmerksamkeitsspanne von Menschen ist nur etwa 10-15 Minuten lang, wenn keine Interaktion erfolgt. Wenn diese Zeit überschritten ist, fällt es den Teilnehmenden immer schwerer, konzentriert dem Inhalt zu folgen. Etwas praktisch vorzuzeigen oder Besucher:innen selbst Tätigkeiten verrichten zu lassen, hilft, die Aufmerksamkeit aufrechtzuerhalten. Zusätzlich kann ein praktischer Teil die Stimmung aufheitern und für neue Dynamik sorgen. Die Sicherheit der Exkursionsteilnehmer:innen steht jedoch immer an oberster Stelle.

Baustein: Programmablauf

Wie kann ich mein Programm gliedern, um zum einen den klar strukturierten Aufbau zu gewährleisten und zum anderen ein realitätsnahes Bild der Landwirtschaft wiederzugeben?

Ähnlich einem Drehbuch mit dramaturgischem Aufbau kann und sollte die Exkursion einem gewissen Schema folgen:

- Beginn/Begrüßung
- Hauptteil: Vorstellung meiner Person, meines Betriebs sowie des Mottos
- Praxisteil
- Abschluss / Ausklang mit Evaluation / Möglichkeit für Fragen

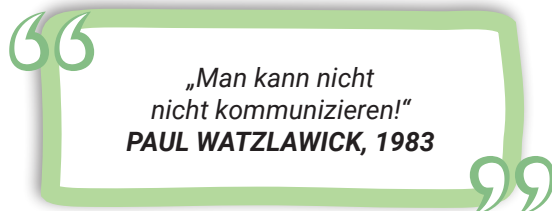
Im Kapitel „Rhetorischer Aufbau“ auf Seite 11 ist dieses Thema näher ausgeführt.



5. Kommunikation und Führungstechniken

In Erinnerung bleibt nicht, was wir sagen, sondern was unser Gegenüber versteht. Dies hängt zu einem großen Teil von unseren kommunikativen Fähigkeiten ab. Die nachfolgenden Grundlagen und Tipps sollen das Führen gelungener Gespräche bei Exkursionen erleichtern.

5.1. Grundlagen der Kommunikation



Kommunikation findet auf verschiedenen Ebenen statt. Neben dem miteinander reden, kommunizieren Menschen auch mittels Gesten und Mimik. Auch Körpersprache bedeutet Kommunikation. Das ist uns oft nicht bewusst. Jedes Verhalten hat, sobald es von anderen wahrgenommen wird, einen informativen Charakter. Beispielsweise das Verziehen des Gesichts oder das Erscheinungsbild des Hofes. Überlegen Sie sich auch, welche Kleidung Sie für die Führung wählen, damit ein harmonisches Gesamtbild entsteht, in dem Sie sich wiederfinden (LK NÖ, 2016).

Kommunikation hat eine Inhalts- und eine Beziehungsebene

Jede Mitteilung, die ein Sender an einen anderen Menschen (Empfänger) richtet, hat einen Inhalt. Zugleich enthält jede Information eine weitere, über den Inhalt hinausgehende Information. Diese bezieht sich auf die Beziehung zum/zur Kommunikationspartner:in. Fühlt sich eine:r der beiden Gesprächspartner:innen unwohl (z. B. durch Angst, Unsicherheit, Neid, Eifersucht, ...), wird die Beziehung wichtiger als der Inhalt. In solchen Situationen häufen sich Missverständnisse und Fehlinterpretationen (LK NÖ, 2016).

7 – 38 – 55 Regel nach Mehrabian

Die Studie von Albert Mehrabian besagt, dass die Glaubwürdigkeit von Aussagen mehr von den non-verbalen als von den verbalen Faktoren der Kommunikation beeinflusst wird. Nur 7 Prozent des Inhaltes werden verbal vermittelt. 38 Prozent der Informationen werden über die Stimme und 55 Prozent durch das Gesicht und die Mimik weitergegeben. Glaubhaft und überzeugend ist Kommunikation nur, wenn Inhalt, Tonfall und Körpersprache zusammenpassen, also im Einklang miteinander stehen (LK NÖ, 2016).

5.2. Rhetorischer Aufbau

Der erste Eindruck beeinflusst die Aufmerksamkeit maßgeblich und der letzte Eindruck bleibt. Dazwischen findet die Hofführung statt, in der die Kernbotschaften transportiert werden können. Wie in Aufsätzen kann auch die Hofführung in Einleitung, Hauptteil und Abschluss gegliedert werden:

- 1 **Einleitung:**
Begrüßung und Kontaktaufnahme, Rahmen abklären, elegant zum Thema kommen
- 2 **Hauptteil:**
Hofführung und Kernbotschaften
- 3 **Abschluss:**
Zusammenfassung, Wiederholung der Kernbotschaften, Verabschiedung und prägnanter Schlusssatz

Kommunikation ist dann wirkungsvoll, wenn sie auf die Zielgruppe zugeschnitten ist. Am besten gelingt das, indem Sie gedanklich in die Schuhe des Gegenübers schlüpfen und versuchen herauszufinden, was Besucher:innen besonders interessiert. So kann ein individueller Schwerpunkt gesetzt und an Bekanntes angeknüpft werden. Eine gut geplante Exkursion läuft nach einem roten Faden ab, erleichtert das Zeitmanagement und gibt Sicherheit.

Die Einleitung kann auf verschiedenste Art und Weise gestaltet werden (momentum Institut für Rhetorik und Kommunikation, 2018):

- Eine humorvolle Einleitung
- Der Beginn mit einem Zitat
- Eine Einleitung mit der Geschichte des Hofes
- Die Schilderung eines persönlichen Erlebnisses
- Der Beginn mit einem aktuellen Ereignis
- Das Stellen einer rhetorischen Frage

Im Hauptteil wird der Spannungsbogen Ihrer Führung geformt. Bei einer spannenden Führung darf kein Sinn zu kurz kommen. Versuchen Sie daher, Ihre Inhalte über mehrere Sinneskanäle zu transportieren. Neben der Vorstellung des Betriebes, der Schwerpunkte und dem Erklären von Abläufen, ist hier Platz für persönliche Botschaften. Ein gelungenes Statement beantwortet folgende Fragen:

- Wer? / Was?
- Wie?
- Warum? (Nutzen für Besucher:innen / Gesellschaft?)

BEISPIEL: „Im Herbst steht die ganze Winzerfamilie frühmorgens auf, um die Trauben händisch zu lesen. Dies bildet die Basis für eine gelungene Gärung und somit auch für Ihr Genusslebnis in der Flasche.“

Damit das Gesagte bei den Besucher:innen richtig verstanden wird, ist oft das Umschreiben von Fachvokabular notwendig. Viele Begriffe sind für Sie selbstverständlich, jedoch für Ihr Gegenüber unverständlich. Versuchen Sie, Ihre Sprache und die Inhalte auf die Exkursionsgruppe anzupassen. Im vorher genannten Beispiel sollte beispielsweise der Begriff „Trauben lesen“ nach Bedarf zusätzlich erläutert werden.

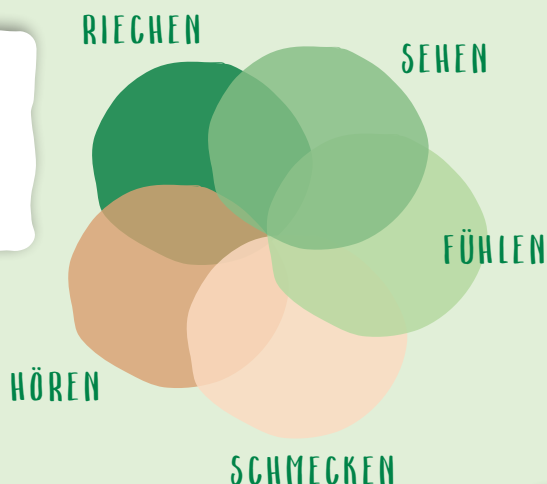
Der Abschluss entscheidet, ob und wie Ihre Hofführung in Erinnerung bleibt. In dieser Phase werden die wichtigsten Inhalte nochmals wiederholt und mit einem prägnanten Satzsatz abgeschlossen. Nehmen Sie sich ausreichend Zeit und formulieren Sie ihn vorab. Möglich ist alles, was in Erinnerung bleibt: ein Zitat, ein Appell, ein persönliches Statement, eine humorvolle Anekdote, etc.

5.3. Tipps für die verbale Hofführung

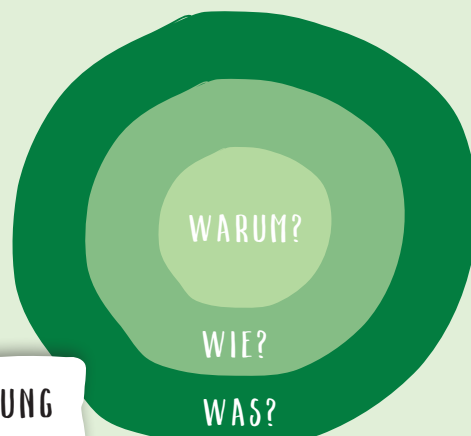
Formulierung der Vision

Besucher:innen möchten nicht nur Hof und Tiere sehen, sondern auch den „Spirit“ dahinter spüren. Eine klare Vision bildet die Grundlage eines harmonischen Betriebsauftrittes. Nicht was Sie tun, sondern warum Sie etwas tun, ist entscheidend für den Erfolg Ihres Handelns und ebenfalls besonders interessant für die Besucher:innen. Das Prinzip des „Golden Circle“ von Simon Sinek hilft bei der Formulierung einer aussagekräftigen Vision und orientiert sich an den drei Fragen „Warum?“, „Wie?“ und „Was?“. Starten Sie mit dem persönlichen „Warum“. Im Mittelpunkt stehen hierbei Ziel, Emotionen und Engagement. Die Frage nach dem „Wie“ erklärt die Prinzipien Ihres Handelns. Das „Was“ beschreibt die Ergebnisse. Eine authentische Vision gehört zum roten Faden einer Exkursion.

INHALTE ÜBER
SINNESKANÄLE
TRANSPORTIEREN



FORMULIERUNG
DER VISION





BEISPIEL: „Wir leben Nachhaltigkeit unseren Kindern und Enkeln zuliebe, denn wir wollen, dass die nächste Generation noch dieselben Ressourcen und Chancen wie wir haben. Wir leben eine lokale Kreislaufwirtschaft vom Anfang bis zum Ende. Wir sind ein landwirtschaftlicher Betrieb, der Rinder für die Fleischproduktion hält und bieten unseren Kunden Lebensmittel, die zu 100 Prozent am Betrieb erzeugt wurden.“

Storytelling

Menschen lieben Geschichten. Sie sind für die Vermittlung von Wissen sowie für Öffentlichkeitsarbeit und Imagebotschaften geeignet und somit eine gute Möglichkeit, Ihre Botschaften bei der Hofführung nachhaltig weiterzugeben. Gute Geschichten transportieren Botschaften. Menschen können sich in gute Geschichten hineinversetzen, sich mit den handelnden Personen ärgern und freuen und Geschichten aus dem Stegreif weitererzählen.

Gute Geschichten...

- sind einfach gestrickt
- haben einen Handlungsbogen
- haben einen Überraschungsmoment
- sind glaubwürdig
- drehen sich um ein konkretes Beispiel
- bieten dem Publikum einen emotionalen Anknüpfungspunkt (LK NÖ, 2016)

Bildliche Sprache bringt Farbe in Gespräche

„Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte.“ Mit Ausdrücken wie „Lichtblick“, „herzhaft lachen“, „felsenfest überzeugt“ oder „schlauer Fuchs“ können wir im „Handumdrehen“ Bilder in den Köpfen der Zuhörer:innen erzeugen. Oft merken wir gar nicht, dass wir sprachliche Bilder wie Metaphern, Sprichwörter oder Redewendungen verwenden. Sie machen unsere Sprache abwechslungsreicher. Mit bildlichen Vergleichen können wir sehr viel ausdrücken. Man kann sich das Gesagte besser vorstellen und leichter merken. Je konkreter ein Begriff ist, desto konkreter ist auch das erzeugte Bild im Kopf. Anstelle von Tieren ist es beispielsweise besser, von Schweinen oder Mutterkühen zu sprechen. Achten Sie jedoch darauf, dass die Ausdrücke für die Zielgruppe verständlich sind. Eine Umschreibung bzw. Erklärung von Fachausdrücken ist oftmals notwendig.

Die Macht der Worte

98 Prozent unseres Denkens laufen unbewusst ab. Unsere Wortwahl weckt bestimmte Abläufe beim Denken, Bewertungen und Gefühle. Beim Lesen oder Hören eines bestimmten Wortes werden damit verbundene Erfahrungen in unserem Gehirn abgerufen. Solche Wörter werden auch als „Frames“ bezeichnet. Der bewusste Umgang mit Frames bettet ein Thema in ein bestimmtes Bedeutungsumfeld ein. Im landwirtschaftlichen Kontext verbinden Konsument:innen beispielsweise mit dem Wort „Ferkelproduktion“ oft Massentierhaltung, da der Begriff Produktion im Kontext der industriellen Erzeugung gedeutet wird. „Ich bin für die Aufzucht von Ferkeln verantwortlich.“, umschreibt diesen Ausdruck beispielsweise positiv. Steuern Sie selbst, wie Sie wahrgenommen werden möchten (Wehling, 2016)!

Umgang mit Fragen

Klären Sie vorab, wann Fragen gestellt werden können und wann diese beantwortet werden. Grundsätzlich fördern Fragen den Dialog und gestalten die Führung abwechslungsreicher. Werden von einer Person mehrere Fragen zum selben Thema gestellt, dann schätzen Sie ab, ob diese für alle Besucher:innen spannend bzw. nachvollziehbar sind. Ist dies nicht der Fall, dann verweisen Sie die Person darauf, dass Sie die Frage gerne im Anschluss beantworten. Fühlen Sie sich durch Fragen nie angegriffen. Sehen Sie das Positive darin und stellen Sie ggf. Rückfragen. Es müssen nicht alle Fragen beantwortet werden. Betriebliche Daten oder private Angelegenheiten möchte man oftmals nicht preisgeben. Dies dürfen Sie auch klar ansprechen.

Umgang mit Killerphrasen

Killerphrasen sind Scheinargumente, die dazu dienen, Vorstellungen und Ideen der anderen durch scheinbare Sachargumente abzuwerten oder zu „widerlegen“. Auf Killerphrasen sollte reagiert werden, da die Scheinargumente sonst immer wieder kommen, das Dominanzgehabe immer stärker werden könnte oder eine der Personen immer mehr in die Defensive gedrängt bzw. sogar herabgewürdigt wird.

Einige Beispiele für Killerphrasen sind:

- „Das haben wir immer schon so gemacht.“
- „Das ist doch längst überholt.“
- „An Ihrer Stelle würde ich das auch behaupten.“
- „Das bringt doch alles nichts.“
- „Das weiß doch jeder, dass so was nicht funktioniert.“
- „Das ist nur was für große Betriebe.“
- „Der Nachbar macht das auch nicht.“

Wie reagiert man auf Killerphrasen?

- Nicht aus der Ruhe bringen lassen.
- Das Gespräch auf eine sachliche Ebene zurückbringen. Nicht auf eine Diskussion mit Scheinargumenten einlassen.
- Den/die Gesprächspartner:in bitten, das Gesagte zu präzisieren. Bei Scheinargumenten ist das oft nicht möglich, oder die Argumente können widerlegt werden.

Umgang mit „Störenfrieden“

Es gibt viele Möglichkeiten, auf Störungen zu reagieren. Viele Störungen lösen sich von selbst und können daher ignoriert werden. Als Reaktion auf eine Störung kann diese still angesprochen (mit einem freundlichen, aber bestimmten Blick in Richtung der Störquelle) oder indirekt bzw. direkt angesprochen werden. Sprechen Sie Unannehmlichkeiten, die Sie persönlich stören bzw. die Führung verzögern, direkt an. Das Verhalten kann durch eine klare „Ich-Botschaft“ gestoppt werden. Dabei ist darauf zu achten, dass rein die Tat bewertet wird, keinesfalls die Person.

BEISPIEL: „Ich möchte nicht, dass sich die Gruppe auflöst. Darum ist es mir wichtig, dass ihr bei der Führung nicht vom Weg abkommt.“

Gelingen Argumentieren

Überlegen Sie sich, welche Themen immer wieder vorkommen und bereiten Sie entsprechende Fakten für die Argumentation vor. Die optimale Anzahl, um eine Botschaft mit Argumenten zu untermauern, liegt bei maximal drei Argumenten. Das stärkste Argument wird zum Schluss angeführt. Eine Argumentation muss nicht zwingend ein Monolog sein, sondern kann auch, mithilfe von gezielten Fragen, im Dialog geführt werden. Dabei ist besonders darauf zu achten, sich nicht in die Rechtfertigungsfalle drängen zu lassen. Floskeln wie „ja, aber“, „muss“ oder „warum“ erzeugen einen Rechtfertigungsdruck und stören eine Diskussion auf Augenhöhe. Versuchen Sie stets positive Sätze zu formulieren. Die Floskel „ja, aber“ kann beispielsweise durch das Bindewort „und“ ersetzt werden.

Spielregeln für die Hofführung: „Wie sagen wir's“

Zu Beginn der Führung soll der Rahmen geklärt werden. Achten Sie dabei auf eine Wortwahl auf Augen-

höhe, denn „der Ton macht die Musik“.

- Den zeitlichen Rahmen klären:
„Mein Vorschlag wäre, dass wir gleich mit dem Rundgang beginnen und die Führung im Anschluss bei von uns vorbereiteten Kostproben ausklingen lassen. Danach ist noch ausreichend Zeit, um Fragen zu stellen oder im Hofladen einzukaufen.“
- Verhaltensregeln formulieren: Verfasse keine Verbote, sondern Gebote.
„Mir persönlich ist es ein Anliegen, ...“
- Orientierung geben: Wo befinden wir uns?
„Wir befinden uns gerade vor dem Heustadel. Der Stall befindet sich um die Ecke und hängt mit dem Heustadel zusammen, damit das Heu auf kürzestem Weg zu den Tieren gelangt. Die Felder befinden sich rund um den Betrieb. Ihr seid bei eurer Anreise bereits bei der Bachwiese vorbeigefahren. ...“
- Wo und wann kann die Toilette aufgesucht werden?
„Wir befinden uns gerade vor dem Heustadel. Der Stall befindet sich um die Ecke. Jetzt besteht noch die Möglichkeit, die Toilette aufzusuchen. Sie befindet sich im Innenhof. Dann starten wir mit dem Rundgang. Dieser wird ca. eine dreiviertel Stunde dauern. Danach kommen wir erst wieder hier her.“
- Schlusslicht ernennen, um den Überblick über die Gruppe zu behalten
„Mir ist es wichtig, dass die Gruppe zusammen bleibt. Könnte jemand bitte das Schlusslicht übernehmen? Danke, sobald du da bist, weiß ich, dass wir vollständig sind.“
- Du/Sie abklären: Jemanden mit „Sie“ anzusprechen entspricht der Höflichkeit, schafft aber auch Hierarchie und Distanz. Das „Du“ schafft Vertrautheit und Gemeinschaft. Welche die passende Form ist, entscheiden Ihre Besucher:innen und muss daher zu Beginn abgeklärt werden.
„Wir sprechen uns am Hof immer mit „Du“ an, wenn das für euch in Ordnung ist, würde ich dies gerne auch bei der Führung beibehalten.“
- Umgang mit Fragen: Klären Sie vorab, wann Fragen gestellt werden können, bzw. wann diese beantwortet werden.
„Wenn jemand eine Frage hat oder ich einen Begriff verwende, welcher euch nicht geläufig ist, dann fragt bitte sofort nach. Die Führung soll keinen Vortrag darstellen und lebt daher von euren Erfahrungen und Fragen“
- Vermeiden Sie bewertende oder gar negative Vergleiche mit anderen Betrieben oder Organisationen – das fällt immer unangenehm auf den eigenen Betrieb zurück.

- Bilder und Videoaufnahmen am Hof: Teilnehmer:innen möchten ihre Eindrücke oft mit Bildern festhalten und teilen diese Erlebnisse gerne auf Social Media. Seien Sie sich darüber bewusst und kommunizieren Sie vorab, welche Bereiche fotografiert werden dürfen und welche nicht. Außerdem dürfen Personen nur mit deren Einwilligung fotografiert oder gefilmt werden.

TIPP: Weisen Sie die Teilnehmer:innen gegebenenfalls auf das „Recht am eigenen Bild“ hin. Eine Idee wäre auch, eine Fotoecke oder einen Fotoplatz für Einzelfotos oder Gruppenfotos einzurichten.



„Gerne können Fotos gemacht werden. Bitte bleiben Sie beim Fotografieren stehen, damit Sie niemandem reinlaufen oder selbst über Gegenstände stolpern oder Stufen übersehen.“

„Im Stall und vor dem Heustadel können gerne Fotos gemacht werden. Aufgrund des Rechts am eigenen Bild bitte ich euch jedoch, keine Fotos zu veröffentlichen, auf denen andere Exkursionsteilnehmer:innen ersichtlich sind.“

„In unserer Fotoecke könnt ihr ein Erinnerungsfoto schießen.“

TIPP: Weitere hilfreiche Kommunikationstipps findet man beispielsweise in der Broschüre „Zuhören. Wissen. Reden – Dialog Landwirtschaft & Gesellschaft“ der Seminarbäuerinnen oder dem Werkzeugkoffer „Praktische Öffentlichkeitsarbeit für Haus und Hof“ der LK NÖ.



Tipps, um die Aufmerksamkeit aufrecht zu halten:

- Überlegen Sie sich im Vorfeld, WANN und WO Sie WAS erzählen:
 - Wo ist es ruhig?
 - Wo gibt es störende Hintergrundgeräusche?
 - Kann ich einen Spannungsbogen aufbauen?
- Zu Beginn kann mit einem geheimnisvollen Schaustück oder einer Frage gestartet werden, welche Stück für Stück während der Führung erläutert und beantwortet wird.

- Versuchen Sie, möglichst alle Sinne anzusprechen:
 - Themen können nicht nur verbal erläutert werden, sondern auch veranschaulicht, begriffen und verkostet werden. Dadurch wird die Führung abwechslungsreicher.
 - Beispiele: Produktionsabläufe und Kreisläufe anhand von Bildern, Plakaten oder einem Film veranschaulichen; Anschauungsmaterial zum Durchgeben vorbereiten; Aktivitäten zum selbst Ausprobieren vorbereiten; Verkostungen; Riechproben; ...
- Versuchen Sie die Besucher:innen stets miteinzubeziehen.
 - Eine Möglichkeit ist, immer wieder Fragen an die Besucher:innen zu stellen. Ein Dialog ist für beide Seiten spannender als ein Monolog.
 - Die Teilnehmer:innen können auch mit kleinen Aufgaben oder Versuchen miteinbezogen werden.
- Müde Gruppen können mit Bewegungseinlagen aktiviert werden.
- Variieren Sie mit der Lautstärke sowie Geschwindigkeit Ihrer Stimme und setzen Sie Mimik sowie Gestik ein.
- Lassen Sie den Humor nicht zu kurz kommen. Ein Witz, eine Anekdote oder ein Wortspiel lockern die Führung auf.
- Langweilen sich die Besucher:innen, entstehen oft informelle Kleingruppengespräche. Eine wirksame Gegenmaßnahme ist, sie stärker einzubeziehen.
- Schenken Sie den Besucher:innen Aufmerksamkeit. Sie müssen selbst ganz bei der Sache sein, um Aufmerksamkeit von den Teilnehmenden zu erhalten.



6. Kostenkalkulation

“

Wer vorher nicht richtig kalkuliert, wird bald merken, wenn er sich verkalkuliert hat, denn eine „falsche“ Rechnung geht niemals auf!

”

Es gibt viele Gründe, um sich mit der Kostenrechnung am Bauernhof und damit mit dem finanziellen Durchleuchten des Betriebs zu beschäftigen. Folgende Fragen kann man mittels Kostenrechnung beantworten:

- Wie viel hat die Erstellung einer Leistung (z. B. Exkursion am Bauernhof) tatsächlich gekostet?
- Welcher Preis soll für ein bestimmtes Produktangebot oder eine bestimmte Dienstleistung verlangt werden?
- Wo liegt die lang- und kurzfristige Preisuntergrenze?
- Ab wann ist eine Investition wirtschaftlich?

Preisfestlegung

Die zentrale Frage für viele Exkursionsanbieter:innen ist „Welchen Preis sollen wir für eine Betriebsbesichtigung / für die Verkostung / für einen Erlebnistag am Bauernhof, ... verlangen?“

Der Preis muss jedenfalls kostendeckend sein sowie die gesamte Arbeitsleistung entschädigen.

Zwei Strategien helfen, den Preis zu berechnen und festzulegen:

1

Die Analyse der Marktpreise (Preisvergleich mit ähnlichen Angeboten)

Erfahrungswerte zur Exkursionsgebühr: Für Hofführungen (1-1,5 Stunden Dauer) wird in Österreich zwischen 8 und 20 Euro pro Person verlangt, je nach Art, Dauer und Umfang der Führung (Stand 2025).

2

Die Berechnung des Einkommensbeitrags mittels fixen und variablen Kosten.

Die Ermittlung der Einkünfte aus den Exkursionen wird wie folgt durchgeführt:

Roherlöse (Erträge) pro Jahr
– variable Kosten (Aufwand)

= **Deckungsbeitrag des Betriebszweiges „Exkursionen am Bauernhof“/Jahr**
– fixe Kosten (Aufwand)

= **Einkommensbeitrag des Betriebszweiges „Exkursionen am Bauernhof“/Jahr**
(Beitrag zu den Einkünften)

Der Einkommensbeitrag ist abhängig von der Höhe des Teilnehmer:innenbeitrages, der Anzahl der Exkursionsteilnehmer:innen, der Anzahl der Exkursionstage, von den variablen Kosten (Wareneinsatz der Lebensmittel, Strom, Wasser, Heizung, Telefon usw.) und den fixen Kosten (Kapitalkosten – AFA und Zinsen, Sonstige Fixkosten – Versicherung, Steuern, Werbung/Marketing, Grundgebühren von Telefon, Internet, Müll, Strom usw.).

Wenn der Anteil der fixen Kosten nicht ausschließlich für den Betriebszweig der Exkursionen, sondern auch privat oder für andere Betriebszweige genutzt wird, dann werden die fixen Kosten nur anteilig für die Berechnung herangezogen.

Im Anhang (Seite 45) finden Sie eine hilfreiche Tabelle zur Kalkulation des Produktpreises.

Tipps zur Preisgestaltung und zur Preisliste

- Stellen Sie den Angebotspreis und die Leistungen transparent dar. Beispiele:
 - nach dem Zeitraum: Frühling, Sommer, Herbst, Winter
 - nach den Ferienzeiten: Semesterferien, Osterferien, Sommerferien, Herbstferien, Weihnachtsferien
 - nach der Qualität und dem Umfang des Inhaltes
 - nach dem Alter: die häufigste Gliederung nach unterschiedlichen Zielgruppen (Kinder, Jugendliche, Familien, Ehepaare, Senior:innen, Landjugend, ...)
 - nach Umsatzvolumen (Gruppen, Firmen, ...)
 - nach Aufenthaltsdauer (1 Tag, 1/2 Tag, 2 Stunden)
 - nach Art und Zeitpunkt der Bezahlung (Barzahlung, Frühbucherbonus, ...)
 - nach dem Absatzkanalweg (Abzug von Provision, z. B. Buchung über eine Tourismus-Karte, Nettopreise für Veranstalter)
- Die Preisliste sollte die verschiedenen Besichtigungsangebote und Exkursionsangebote des Hofes widerspiegeln.
- Die Angabe eines Personenpreises und/oder Gruppenpreises inklusive der Dauer wird empfohlen: Mögliches Beispiel: Erlebnisführung am Bauernhof mit Verkostung (2 h)
 - Erwachsene (ab 18 Jahre) € 20,–/Person
 - Kinder (6-17 Jahre) € 10,–/Person
 - Kinder (3-5 Jahre) € 8,–/Person
 - unter 3 Jahre kostenfrei
 - bei Erwachsenengruppen ab 15 Personen € 13,–/Person
- Ein Preis sendet ein Signal:
 - Seien Sie mutig und stehen Sie selbstbewusst zu den Preisen.
 - Zu niedrige Preise können den Eindruck erwecken, das Angebot sei minderwertig.
 - Möglichst wenig mit den Begrifflichkeiten „Rabatte & Ermäßigungen“ arbeiten – Verwenden Sie das Wort „Bonus“ bei der Preisgestaltung (Kinderbonus – Gruppenbonus – Verkostungsbonus)
- Statt Verkostungszuschlag wird eine fixe Preisvorgabe empfohlen
 - Milcherlebnis mit Verkostung (2 h): € 20,–/Erwachsener
 - Von der Kuh zum eigenen Frischkäse (4 h): € 40,–/Erwachsener
- Jährliche Inflationsrate mitberücksichtigen

„Nur wer seine Berechnungen im Griff hat, kann am Markt bestehen und auch in wirtschaftlich schwächeren Zeiten mit dem Betriebszweig erfolgreich sein.“

MONIKA HUBER
LK Kärnten, Beraterin für
LebensWirtschaft



7. Exkursionsbetrieb

Bevor eine Besuchergruppe auf den Betrieb kommt, sind mehrere Punkte zu beachten. Damit man nichts vergisst, ist die Checkliste im Anhang (Seite 37) sehr nützlich.

7.1. Vorbereitende Tätigkeiten

1.) Grundlagen der Kommunikation

Sofern eine Website vorhanden ist, sollten die genaue Adresse des Betriebsstandortes und der Anfahrtsweg (Google Maps) dort ersichtlich sein. Vorab ist eine Prüfung sinnvoll, ob diverse Routenplaner und Navigationsgeräte die Besucher:innen auch zur richtigen Adresse schicken. Gegebenenfalls ist es notwendig, zusätzliche Hinweise für die richtige Anfahrt zu geben (z. B. Zufahrt über die XY-Straße).

Vor allem, wenn die Besucher:innen mit Reisebussen zum Betrieb kommen, muss vorher abgeklärt werden, ob dem Bus für die Anfahrt und etwaige Wendemanöver ausreichend Platz zur Verfügung steht (z. B. in schmalen Straßen). Bei manchen Straßen können/dürfen nicht alle Busse einfahren, weil es z. B. Unterführungen mit Höhenbeschränkung gibt oder das erlaubte Fahrzeughöchstgewicht überschritten wird. Möglicherweise ist dann eine Anfahrt nur mit einem kleineren Bus möglich (Busunternehmen bieten in den meisten Fällen verschieden große Busse mit unterschiedlicher Anzahl an Sitzplätzen an).

Ein weiterer wichtiger Punkt für die Anfahrt und die Erreichbarkeit des Betriebes betrifft die öffentliche Verkehrsanbindung: Auch über die Möglichkeit einer Anreise mit Bahn, Bus usw. sollten die Besucher:innen vorab informiert werden. Auf mögliche Wartezeiten (z. B. vom Zug zum Bus) oder Wege, die zu Fuß zurückzulegen sind, ist unbedingt hinzuweisen. Bei einer eigenen Website bietet sich die Verlinkung zu einem Routenplaner öffentlicher Verkehrsunternehmen an, wie z. B. der ÖBB.



TIPP: Informieren Sie Interessent:innen auch darüber, ob die Anfahrt zum Betrieb ganzjährig mit allen Verkehrsmitteln möglich ist – möglicherweise ergibt sich dadurch eine zeitliche Einschränkung für Exkursionen!

Vielleicht besteht auch die Möglichkeit, den Betrieb auf der Website der Gemeinde zu präsentieren (v.a. interessant, wenn keine eigene Website vorhanden ist), darauf kann zumindest ein kurzes Angebots- und Produktportfolio vorgestellt und die Kontaktadressen angegeben werden.



Auch auf der LK&LFI Innovationsplattform „**Mein Hof – Mein Weg**“ (www.meinHof-meinWeg.at) gibt es die Möglichkeit, sich als Exkursionsbetrieb listen zu lassen.



Die Initiative „**Afterwork am Bauernhof**“ des ÖKL (www.afterwork-am-bauernhof.at) ist ebenfalls laufend auf der Suche nach spannenden Exkursionsbetrieben.

Auch eine Beschilderung zum Betrieb ist denkbar – beachten Sie hierbei jedoch, dass eventuell Genehmigungen erforderlich sein könnten (z. B. laut StVO) und informieren Sie sich deshalb diesbezüglich vorab!

2.) Geschäftliche Vereinbarungen und Kommunikation mit dem/der Veranstalter:in*

*Die Auflistungen verstehen sich als Anhaltspunkte, kein Anspruch auf Vollständigkeit.

Eine schriftliche Terminbestätigung für die Exkursion ist empfehlenswert, in der auch die wichtigsten Informationen und Details zum Ablauf gegeben werden (z. B. Hinweis auf festes Schuhwerk, (maximale) Dauer, grober Ablauf usw.).

Tipp: Führungen mit Kindern sollten nicht länger als eine Stunde dauern.

In der Buchungsbestätigung sollten die wichtigsten Eckdaten der Exkursion nochmal angeführt werden, wie etwa:

- Termin, Uhrzeit, Dauer
Genaue Adresse und Hinweise zur Anfahrt
- Angemeldete Teilnehmer:innenzahl und Kosten pro Teilnehmer:in, Informationen, was im Teilnehmer:innen-Beitrag inkludiert ist (Kostproben von Produkten usw.)
- Zahlungsmodalitäten

Weiters sollten Sie eventuelle Stornierungsbedingungen unbedingt niederschreiben und dem/der Veranstalter:in zur Verfügung stellen. Es muss bedacht werden, dass Stornierungen nicht nur von Seiten der Besucher:innen notwendig sein können, sondern auch von Seiten des Betriebes.

Informationen betreffend einer Stornierung können zum Beispiel sein:

- Bis wann ist eine kostenfreie Stornierung möglich?
- Werden bei kurzfristigen Stornierungen Gebühren einbehalten und falls ja, in welcher Höhe?
- Welche Modalitäten gelten für den Fall einer kurzfristigen Stornierung seitens des Betriebes?

Ebenso können Exkursionen an einem bestimmten Tag zu einer bestimmten Uhrzeit angeboten werden (z. B. jeden Freitag um 15.00 Uhr). Diese müssen durchgeführt werden, unabhängig davon, wie viele Teilnehmer:innen tatsächlich da sind. Für diese Exkursionen sollten auch wichtige Hinweise (z. B. Schuhwerk, Nichtstattfinden bei Schlechtwetter usw.) auf der Website zur Verfügung stehen.

Ebenso kann der/die Veranstalter:in der Exkursion mit der Buchungsbestätigung über Hinweise bzw. Verhaltensregeln für die Teilnehmenden am Hof informiert werden:

- Rauchverbot
- Fütterungsverbot für Hof- und Nutztiere
- Kein selbstständiges Entfernen von der Gruppe
- Ausstattung der Betriebsgebäude: sind Treppen zu passieren, sind Geländer angebracht, ist die Führung auch mit Rollstuhl bzw. Kinderwagen möglich usw.
- Mögliche Kontakte mit Allergenen: Pollen, Staub, Tierhaare usw.

3.) Informationen über den Betrieb

Grundsätzlich sollten grobe Informationen zum Betrieb im Vorhinein gegeben werden, dabei muss bedacht werden, was man preisgeben möchte. So könnten beispielsweise ein grober Betriebsspiegel sowie Informationen zu den angebauten Kulturen, der Fruchtfolge, den Tieren usw. vorab in einem Informationsblatt zusammengefasst und dem/der Veranstalter:in zur Verfügung gestellt werden. Alle weiteren detaillierteren Informationen, welche Produkte hergestellt werden, der eigene Weg, usw. werden erst direkt bei der Exkursion besprochen (also die Informationen, die den Betrieb besonders machen und die für die Besucher:innen besonders interessant sind).



TIPP: Mehrere Drehbücher für den Exkursionsbetrieb sind sinnvoll: abhängig von Jahreszeit, Wetter und Besucher:innen. Trotz allem kann es bei Exkursionen immer wieder zu ungeplanten und unvorhergesehenen Situationen kommen, in denen Spontankritik und Kreativität gefragt sind.

4.) Das Erscheinungsbild

Bevor die Besucher:innen auf den Hof kommen, sollte die Route, die am Betrieb passiert wird, selber durchgegangen werden. Hier sollte man auch gleich überlegen: Was kann den Exkursionsteilnehmer:innen bei einem Spaziergang über den Hof zugemutet werden (Strecke, Gatsch, Hitze, Überquerungen, ...), wie wirkt sich das zeitlich aus und was sehen die Besucher:innen entlang der Route?



TIPP: Versuchen Sie, Ihren eigenen Betrieb mit „fremden“ Augen zu betrachten: Was würde einer „betriebsfremden“ Person auffallen, wenn sie das erste Mal auf Ihren Betrieb kommt und sich umsieht?

Wichtig in diesem Zusammenhang ist vor allem, dass das Auftreten der Betriebsführer:innen und der Betrieb authentisch sind. Ein wichtiger Grundsatz ist, dass der Betrieb ein ordentliches Erscheinungsbild hat. Wenn gerade Arbeitsspitzen zu bewerkstelligen sind, kann schon einmal ein Arbeitsgerät am Hof

herumstehen. Achtung: Herumliegende Gegenstände sehen nicht nur unordentlich aus, sie können für die Besuchenden auch gefährlich sein (siehe Kapitel Sicherheit). Auch die Kleidung soll angepasst sein – keiner wird erwarten, dass die Führung in Dirndl oder Lederhose durchgeführt wird, auf ein sauberes und ordentliches Auftreten sollte aber geachtet werden.

5.) Parkmöglichkeit und Treffpunkt

Wenn eine Exkursionsgruppe zu Besuch kommt, muss man sich Gedanken darüber machen, wo diese empfangen wird. In diesem Zusammenhang müssen Überlegungen angestellt werden, ob, wo und in welcher Anzahl Parkplätze zur Verfügung stehen – für Bus und/oder Auto. Bei Busreisen kann ein Platz ausreichen, an dem der Bus zum Ein- und Aussteigen halten kann. Sollten längere Wegzeiten bestehen, ist der/die Veranstalter:in vorab darüber zu informieren bzw. sind entsprechende Informationen auf der Website anzuführen.



TIPP: *Machen Sie sich rechtzeitig Gedanken über Parkplätze für Gäste, vor allem dann, wenn keine öffentlichen Parkmöglichkeiten zur Verfügung stehen. Landwirtschaftliche Flächen können nicht einfach als Parkplatz genutzt werden – hier ist unbedingt vorher eine Beratung und Abklärung notwendig, ob dies zulässig ist (z. B. seitens der Raumordnung oder der AMA-Flächenprämien usw.).*

Wenn der Treffpunkt für die Besucher:innen direkt im/am Hof ist, muss man sich bewusst sein, dass betriebsfremde Personen direkt, auch ohne Begleitung, den eigenen Betrieb betreten. Die Alternative wäre, den Treffpunkt für die Führung und die Begrüßung der Gäste vor dem Hof zu wählen, sodass erst alle gemeinsam mit der/dem Betriebsführer:in den Hof betreten.

Für die Begrüßung sollte man sich auch überlegen, ob diese unter freiem Himmel stattfinden soll oder in einem Seminarraum (wenn vorhanden), einer Halle oder zumindest unter einem Dach. Den Gästen sollte

es so angenehm wie möglich gemacht werden – auch bei Regen oder Hitze – ansonsten werden sie dem Gehörten wenig Aufmerksamkeit schenken und den Hof vielleicht in schlechter Erinnerung behalten. Nach dem Ankommen muss es die Möglichkeit für die Besucher:innen geben, eine Toilette in unmittelbarer Nähe aufsuchen zu können.

Grundsätzlich sollten die Besucher:innen bei der Begrüßung über den Ablauf der Führung, das richtige Verhalten und etwaige Gefahren aufgeklärt werden. Ein guter Einstieg für die Betriebsbesichtigung kann die Geschichte und Entwicklung des Betriebes sein. Wird dieser Part nur kurz mündlich kommuniziert, ist das direkt im Stehen am Treffpunkt möglich. Wenn es dazu Foto- und/oder Filmmaterial gibt und der Betrieb ausführlicher dargestellt werden soll, sollte über Sitzmöglichkeiten für die Gäste nachgedacht werden. Das hängt natürlich auch davon ab, für welche Zielgruppen die Exkursionen angeboten werden – für Kinder und ältere Menschen müssen auf jeden Fall zumindest ein paar Sitzplätze zur Verfügung stehen. Je nach Witterung würde sich bei einer längeren Betriebsvorstellung bereits zu Beginn eine kleine Stärkung für die Gäste in Form von Getränken anbieten.

Wenn es möglich ist, können betriebsspezifische Informationen am Ort des Geschehens präsentiert werden. Wird z. B. über den Tierbestand erzählt, ist es sinnvoll, dafür mit den Gästen in den Stall bzw. zur Weide zu gehen. Hier sind Hygieneaspekte zu beachten (z. B. in Verarbeitungsräumen). Die Gäste sollten nach jedem Programmpunkt die Möglichkeit haben, Fragen zu stellen.



TIPP: *Moderationskarten mit dem Ablauf und ein paar Stichworten helfen, den roten Faden nicht zu verlieren.*

Das Ende der Führung sollte die Teilnehmer:innen wieder zum Ausgangspunkt zurückbringen. Hier können noch nicht beantwortete Fragen gestellt werden und ein weiterer Austausch kann stattfinden.



TIPP: Möchten Sie den Exkursionsteilnehmer:innen Speisen und/oder Getränke anbieten, lassen Sie sich vorab unbedingt beraten, ob Sie das auch dürfen – eine Gewerbeberechtigung kann notwendig sein!

Die Verabreichung von Speisen und Getränken ist außerhalb des Gastgewerbes nur erlaubt im Rahmen von:

- Buschenschank (am Ort der Erzeugung = Betriebsstätte)
- Privatzimmervermietung (Urlaub am Bauernhof)
- Nebengewerbe „Almbuffet“



Fotos: Elisabeth Heidegger/LK Niederösterreich

6.) Abschluss und Abschied

Wenn es einen Hofladen am Betrieb gibt, sollten die Besucher:innen am Ende der Führung die Möglichkeit haben, dort einzukaufen. Dafür ist es unerlässlich, vorab das Sortiment zu kontrollieren und sich zu vergewissern, dass die angebotenen Produkte in ausreichender Menge vorhanden sind. Es können auch Kostproben vorbereitet werden, damit sich die Besucher:innen direkt von der Qualität der Produkte überzeugen können.

Weiters müssen Informationsmaterialien und Folder (wenn vorhanden) in ausreichender Anzahl verfügbar sein – zumindest ein Stück für jeden Gast. Manche Besucher:innen möchten sich Informationsmaterial mitnehmen, um es im Freundes- und Bekanntenkreis weiterzugeben.

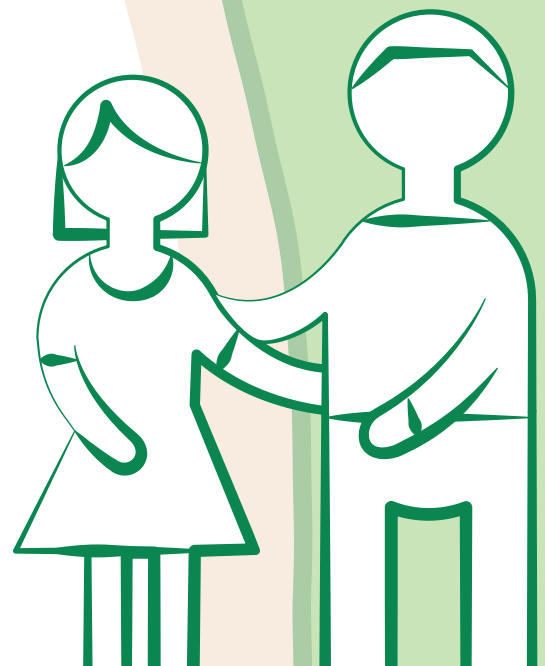


Auch bei den Fachabteilungen der Landwirtschaftskammern (www.lko.at),



der Agrarmarkt Austria (<https://shop.amainfo.at/shop/>) oder einzelnen Fachverbänden können Sie Infomaterial anfordern.

Wenn Sie die Besucher:innen besonders aufmerksam verabschieden wollen, können Sie jedem/jeder eine kostenlose Produktprobe zur Verfügung stellen. Achten Sie auf geeignete Produkte, je nach Außentemperatur. Die Gäste werden sich über die kleine Aufmerksamkeit freuen und man kann damit Gusto auf mehr machen.

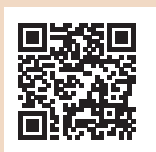


7.2. Sicherheitsaspekte

Der Bauernhof ist Lernort, Ort für viele unbeschwerte, fröhliche Stunden, kann aber auch gefährlich werden. Es gibt Neues und Interessantes zu erkunden. Vor allem bei Kindern sind kleinere Blessuren beim Spielen und Herumtoben manchmal nicht zu vermeiden, schwere Unfälle mit landwirtschaftlichen Geräten oder Abstürze in Gruben dürfen aber nicht passieren. Dazu einige Tipps der SVS-Sicherheitsberatung, die vor allem in Hinblick auf die Sicherheit von Kindern erarbeitet wurden, aber natürlich für Personen jeden Alters gelten:

Baulichkeiten

Sturz und Fall sind in der Landwirtschaft nicht nur bei Erwachsenen, sondern auch bei Kindern eine häufige Unfallursache. Sicherheitseinrichtungen, wie sie für Erwachsene zum Teil vorgeschrieben sind, sollten daher gerade für Kinder, Menschen mit Behinderungen und Senior:innen nicht fehlen. Alle Leitern, Stiegen und Bodenränder müssen gesichert werden (z. B. Einhängebrett, Treppenschutzgitter, kindersichere Geländer). Auch der Einsatz geeigneter rutschhemmender Bodenbeläge und die Vermeidung von Stolperstellen – wie Türstufel, Schwellen, kleine Stufen – helfen Sturzunfälle zu vermeiden. Ist die bauliche Anpassung nicht möglich, so kann die Kennzeichnung der Stolperstellen mit Signalfarben (z. B. gelb/schwarz oder rot/weiß) als Präventionsmaßnahme leicht umgesetzt werden.



Falls Sie ein Exkursionsangebot für Kinder anbieten, empfehlen wir Ihnen die Unterlagen zu Schule am Bauernhof.

Mehr unter
www.schuleambauernhof.at

Gänge und Verkehrswege (z. B. Gang zur Toilette) sind nicht als Abstellflächen zu missbrauchen und in ihrer gesamten Breite frei zu halten und gut auszuleuchten. Die Beleuchtung der einzelnen Räume soll so gestaltet werden, dass sie an den Ein- und Ausgängen ausgeschaltet werden kann. Lichtschalter müssen leicht zugänglich und erforderlichenfalls bei Dunkelheit erkennbar sein. Um bei Stromausfall und Brand ein gefahrloses Verlassen der Räume zu ermöglichen, sind Fluchttüren mit einer Sicherheitsbeleuchtung auszustatten.

Elektronische Anlagen

Die Errichtung der Elektroinstallation und Änderungen daran darf nur eine Elektrofachkraft durchführen. Für die Instandhaltung ist der Betreiber der Anlage zuständig. Um die Sicherheit der elektrischen Anlage zu gewährleisten, sind wiederkehrende Prüfungen der Elektroinstallation durch eine Elektrofachkraft gesetzlich vorgeschrieben.

Maschinen und Geräte

Der Traktor hat eine besondere Anziehungskraft auf Kinder, kann aber – wie die anderen Maschinen am Bauernhof – eine Gefahr für sie werden. Die schlimmsten Unfälle ereignen sich zumeist dann, wenn Kinder in der Nähe von Traktoren oder landwirtschaftlichen Geräten spielen. Deswegen ist es ideal, wenn ein räumlich getrennter und umzäunter Spielplatz oder Spielbereich vorhanden ist.

Bis zum vollendeten 5. Lebensjahr ist die Mitfahrt am Traktor gesetzlich verboten. Damit niemand in Versuchung kommt, ohne Aufsicht eine Runde zu fahren, sollten die Startschlüssel abgezogen werden. Für den/die Fahrer:in von Traktoren ist zu beachten, dass die Sicht vom Traktorsitz aus eingeschränkt ist und durch die toten Winkel spielende Kinder leicht übersehen werden können.

Vor jedem Vorwärts- oder Rückwärtsfahren ist der bewusste Blick um den Traktor ein Muss. Bei abgestellten Fahrzeugen muss die Handbremse angezogen sein. Abgestellte Anhänger werden zusätzlich durch Bremsklötze gesichert, um ein unbeabsichtigtes Losrollen zu vermeiden. Alle angebauten Geräte sind bei Stillstand abzusenken.

Besonders verlockend für Kinder sind drehende und bewegte Teile von Maschinen und Geräten, die erforderlichen Schutzvorrichtungen müssen daher vorhanden sein. Laufende Maschinen darf man niemals unbeaufsichtigt lassen. Elektronische Geräte und Maschinen müssen nach der Arbeit durch Ziehen des Steckers vom Netz getrennt werden. Spitze und scharfe Gegenstände, wie Sensen, Gabeln oder Werkzeuge, sollen sicher aufbewahrt werden.

Tiere

Bauernhöfe mit vielen verschiedenen Tierarten sind für alle Besucher:innen interessant und spannend. Der direkte Kontakt mit den Tieren kann aber auch zur Gefahr werden. Daher muss den Besucher:innen der richtige Umgang mit den Tieren vorab gezeigt werden. Vor allem den Kindern sollte klargemacht werden, dass Tiere keine Spielzeuge sind und Füttern nicht erlaubt ist.

Eine unterschätzte Gefahr im Umgang mit Tieren sind Krankheiten, die vom Tier auf den Menschen übertragbar sind. Durch Einhaltung von grundlegenden Hygienemaßnahmen (u. a. Händewaschen mit Seife) kann die Gefahr reduziert werden.

Chemikalien

Pflanzenschutzmittel und andere Chemikalien, wie z. B. Pestizide, Lacke, Lösungsmittel, Melkmaschinenreiniger, Frostschutzmittel, etc., müssen auf jeden Fall versperrt und kindersicher gelagert werden. Chemikalien dürfen niemals in Getränkeflaschen eingefüllt werden – es besteht große Verwechslungsgefahr! Bei vielen Chemikalien reicht schon ein Schluck, um Mundhöhle und Speiseröhre zu verätzen. Bei Unfällen sollte die Vergiftungsinformationszentrale (Tel.: 01 406 43 43) konsultiert werden, um die richtigen Erste-Hilfe-Maßnahmen einzuleiten.

Brandschutz, Erste Hilfe und andere Vorsichtsmaßnahmen

In jedem Betrieb müssen Feuerlöscher, die alle 2 Jahre zu überprüfen sind, bereitgehalten werden (Informationen erhalten Sie bei der örtlichen Feuerwehr).

Verhalten bei Gewitter

Den besten Schutz findet man im Inneren von Gebäuden mit Blitzschutzanlagen bzw. in Fahrzeugen mit Metallkarosserie. Bei Fehlen dieser Schutzmöglichkeiten kann man in einer Mulde, in einer Höhle oder im Inneren eines Waldes (jedoch nicht in der Nähe besonders herausragender Bäume) Schutz finden.

Erste Hilfe

Wenn trotz aller Vorsicht bei einer Exkursion auf dem Betrieb etwas passiert, sollte die Erste-Hilfe-Versorgung gewährleistet sein. Die Erste-Hilfe-Ausstattung muss an einem gut zugänglichen Ort in einem staubdichten Behälter aufbewahrt werden. Achten Sie auf die ÖNORM Z1020.

Es ist ratsam, die wichtigsten Telefonnummern für Notfälle (Rettung, nächstes Krankenhaus, Vergiftungsinformationszentrale, Feuerwehr etc.) als Aushang in der Nähe des Telefons anzubringen.

Sicherheitsplakette

Die Sozialversicherungsanstalt der Selbstständigen (SVS) verleiht landwirtschaftlichen Betriebsführenden, die sich besonders um die Sicherheit auf ihrem land- und forstwirtschaftlichen Betrieb bemühen, als Auszeichnung die Sicherheitsplakette.

Voraussetzung ist die Erfüllung eines von der Sicherheitsberatung erstellten Anforderungsprofils, welches die betriebliche Organisation und das Sicherheitsbewusstsein der Betriebsführerin/des Betriebsführers, die bauliche Sicherheit, den sicherheitstechnischen Zustand der Maschinen und Geräte sowie der elektronischen Anlagen umspannt. Nicht nur die Überwindung der eigenen Betriebsblindheit, sondern auch unternehmerisches Denken zeichnet diese Betriebe aus, denn: Sicherheit rechnet sich! Unfälle haben nämlich nicht nur gesundheitliche und soziale Folgen, sondern auch wirtschaftliche und manchmal rechtliche.

An Barrierefreiheit denken

Barrierefreies Bauen hat das Ziel, bewegungseingeschränkten Menschen durch bauliche Maßnahmen die sichere Nutzung von Gebäuden weitgehend ohne fremde Hilfe zu ermöglichen. Es ist aber auch gedacht für ältere, gebrechliche Menschen, für Personen mit einem Handicap nach einem Unfall und ebenso für jene, die mit einem Kinderwagen unterwegs sind.

Die größten Hemmnisse für bewegungseingeschränkte Menschen sind Stufen, zu schmale Türen und/oder zu wenig Bewegungsfläche (beispielsweise bei Toiletten).

Solche Hindernisse lassen sich oft schon bei der Vorbereitung umgehen – nicht immer muss eine Lösung kostspielig und kompliziert sein.

Hilfreiche Informationen zur barrierefreien Ausgestaltung gibt es in der Bauberatung der Landwirtschaftskammern.

Versicherungen

Betriebliche Nebentätigkeiten in der gesetzlichen Sozialversicherung

Die Unfall-, Kranken- und Pensionsversicherung nach dem Bauern-Sozialversicherungsgesetz (BSVG) erstreckt sich nicht nur auf die land- und forstwirtschaftliche Urproduktion, sondern auch auf betriebliche Nebentätigkeiten.

Es sind dies im Wesentlichen die so genannten land- und forstwirtschaftlichen Nebengewerbe, der Buschenschank und sonstige betriebliche Tätigkeiten, sofern für diese weder eine Gewerbeanmeldung





noch eine berufsrechtliche Berechtigung erforderlich ist (siehe Kapitel Gewerberecht) und sie in untergeordnetem Umfang und nach ihrer Zweckbestimmung in einem Naheverhältnis zum Hauptbetrieb ausgeübt werden.

Das Naheverhältnis zum land- und forstwirtschaftlichen Hauptbetrieb kann durch sachliche, räumliche oder fachliche Anknüpfung gegeben sein (z. B. Verwendung von auch im Betrieb eingesetzten Geräten, Ausübung auf dem Betriebsareal, Anwendung spezifischer bäuerlicher Kenntnisse).

Unter diesen Voraussetzungen kann auch die Betriebspräsentation und Wissensvermittlung im Rahmen einer Exkursion auf dem Bauernhof eine betriebliche Nebentätigkeit nach dem BSVG darstellen.

Zusammenfassend müssen für betriebliche Nebentätigkeiten folgende Voraussetzungen vorliegen:

- Führung eines land- und forstwirtschaftlichen Urproduktionsbetriebes, durch welchen Pflichtversicherung nach dem BSVG begründet wird,
- Ausübung der Nebentätigkeit in einem Naheverhältnis zum Urproduktionsbetrieb entweder durch den Betriebsführer selbst oder in dessen Auftrag durch im Betrieb beschäftigte Angehörige auf Rechnung und Gefahr des Betriebes,
- Ausnahme der Nebentätigkeit vom Anwendungsbereich der Gewerbeordnung sowie
- Zufluss der Erträge aus der Nebentätigkeit beim Urproduktionsbetrieb.

Beitragsermittlung

Grundlage für die Bemessung der Sozialversicherungsbeiträge für die **Urproduktion** („Flächenbetrieb“) ist bei einem Betrieb, für den ein land- und forstwirtschaftlicher Einheitswert vom Finanzamt festgestellt ist, grundsätzlich der so genannte Versicherungswert. Dieser ist ein bestimmter Prozentsatz des Einheitswertes des bewirtschafteten Betriebes und stellt das vom Gesetz angenommene fiktive Monatseinkommen aus dem Betrieb dar (Pauschal-system).

Besteht für den Betrieb kein land- und forstwirtschaftlicher Einheitswert (z. B. nur Tierhaltung) oder wird der Betrieb von einer offenen Gesellschaft (OG) bzw. Kommanditgesellschaft (KG) geführt, so

sind für die Ermittlung der Beitragsgrundlage der Betriebsführer:innen bzw. unbeschränkt haftenden Gesellschafter:innen die im jeweiligen Kalenderjahr auf einen Kalendermonat im Durchschnitt entfallenden Einkünfte laut Einkommensteuerbescheid maßgeblich.

Der/die Betriebsführer:in kann auch beantragen, dass anstelle des Versicherungswertes (Pauschal-system) als Beitragsgrundlage die im Einkommensteuerbescheid ausgewiesenen Einkünfte heranzuziehen sind (Beitragsgrundlagenoption, „große Option“). Diese Option umfasst den Urproduktionsbetrieb und die betrieblichen Nebentätigkeiten. Wegen ihrer steuerlichen Voraussetzungen und Auswirkungen sowie pensionsrechtlichen Folgen ist vor Ausübung der Option eine individuelle Beratung anzuraten.

Im Pauschal-system sind über den Versicherungswert (Einheitswert) auch die Einnahmen aus der Vermarktung von Urprodukten und dem Wein-Buschenschank abgefunden. Einnahmen aus diesen Tätigkeiten müssen daher im Pauschal-system nicht aufgezeichnet werden und führen zu keinen zusätzlichen Sozialversicherungsbeiträgen.

Die Einnahmen aus sonstigen **betrieblichen Nebentätigkeiten** sind aufzuzeichnen und es wird auf Basis von **30% der Einnahmen** eine eigene Beitragsgrundlage ermittelt, aufgrund derer zusätzliche Sozialversicherungsbeiträge (insgesamt 25,7% Beitrag zur Unfall-, Kranken- und Pensionsversicherung) vorgeschrieben werden. Für gewisse Nebentätigkeiten gibt es dabei Freibeträge. So kommt bei der Direktvermarktung von be- und verarbeiteten Produkten, einem Mostbuschenschank sowie einem Almbuffet einerseits und der Privatzimmervermietung in der Form von Urlaub am Bauernhof andererseits (siehe Kapitel Gewerberecht) bei den Einnahmen jeweils ein (gemeinsamer) Freibetrag von 3.700 € im Jahr zur Anwendung. Beitragspflichtig sind bei diesen Nebentätigkeiten somit nur die den Freibetrag übersteigenden Einnahmen. Für sonstige Nebentätigkeiten (z. B. Betriebspräsentation mit Wissensvermittlung, „Schule am Bauernhof“) bestehen keine Freibeträge.

Anstelle der beschriebenen Pauschalbemessung mit 30% der Einnahmen kann der/die Versicherte auch beantragen, die im Einkommensteuerbescheid für (alle) Nebentätigkeiten des Betriebes ausgewiese-

nen Einkünfte heranzuziehen. Diese „kleine Option“ gilt unabhängig von der Beitragsberechnung für die Urproduktion (Flächenbetrieb), das heißt, dass der Flächenbetrieb im Pauschalssystem (Versicherungswert bzw. Einheitswert) verbleiben kann und nur für die Nebentätigkeiten die Beiträge aufgrund des jeweils relevanten Einkommensteuerbescheides ermittelt werden. Ein Antrag auf Bemessung nach dem Steuerbescheid kann bis jeweils 30. April des dem Beitragsjahr folgenden Jahres gestellt werden und kann auch jährlich bis zum 30. April des Folgejahres ohne weitere besondere Voraussetzungen widerrufen werden, sodass ein jährlicher Wechsel zwischen den beiden Berechnungssystemen möglich ist. Als Beitragsgrundlage gelten die Einkünfte aus den Nebentätigkeiten laut Einkommensteuerbescheid zuzüglich der im Beitragsjahr für Nebentätigkeiten vorgeschriebenen Beiträge zur Kranken- und Pensionsversicherung. Ein Freibetrag kommt hier nicht zur Anwendung.

Bei Ausübung der „kleinen Option“ wird für die Nebentätigkeiten eine eigene Mindestbeitragsgrundlage von 1.016,97€ monatlich (Wert 2025) herangezogen. Dieser Mindestbetrag kommt daher auch dann zur Anwendung, wenn die im Steuerbescheid ausgewiesenen Einkünfte geringer sind oder gar kein Einkommensteuerbescheid erlassen wurde.

Verantwortung des Betriebsführers/ der Betriebsführerin, Haftungsfragen

Als Betriebsführer:in einer Land- und Forstwirtschaft hat man viele Aufgaben und Pflichten. Unter anderem ist man für die Sicherheit am Bauernhof zuständig. Die große Verantwortung ist manchen nicht bewusst. Nach einem Unfall stellt sich auch die Frage nach der zivil- und strafrechtlichen Verantwortung, die meistens den/die Betriebsführende:n trifft.

Allgemein hat jeder, der eine Gefahrenquelle schafft, dafür zu sorgen, dass kein anderer dadurch zu Schaden kommt. Man spricht hier von der „Allgemeinen Verkehrssicherungspflicht“. Der/die Landwirt:in hat alle erforderlichen Vorkehrungen zu treffen, um eine Schädigung der am Betrieb lebenden Personen sowie von Nachbar:innen und Besucher:innen des Betriebes zu vermeiden. Unterlässt die/der Betriebsführende die ihr/ihm zumutbaren Sicherheitsvorkehrungen fahrlässig, haftet sie/er sowohl für die

dadurch verursachten Sach- als auch Personenschäden (inkl. Schmerzensgeld). Daneben besteht auch eine eigene gesetzliche Haftung für Räume, Bauwerke, Wege und Tiere.

Das Aufstellen einfacher Hinweistafeln hebt die Verpflichtung zur Gefahrenbeseitigung nicht auf! Der OGH hat dazu bereits entschieden, dass die Haftung des Halters/der Halterin, auf den die ordnungsgemäße Errichtung der Anlage zurückzuführen ist, nicht einseitig durch Anbringen eines Schildes, wonach die Benützung durch eigene Gefahr erfolge, ausgeschlossen werden kann (7 Ob 51/00a).

GENERELL GILT:

Es gibt keinen 100%igen Versicherungsschutz – Schadensvermeidung hat absolute Priorität.

Da einzelne Versicherungsgesellschaften unterschiedliche Standardverträge, z. B. zur Betriebshaftpflichtversicherung, haben bzw. die zusätzlich notwendigen Vertragsabschlüsse von Ihren bestehenden Verträgen abhängig sind, wird empfohlen, sich vor der Exkursion mit dem/der Versicherungsbetreuenden in Verbindung zu setzen und ihr Vorhaben zu besprechen.

Manche Vorhaben können eine Gefahrenerhöhung darstellen, welche bei der Versicherung jedenfalls zu melden sind.

Um für einen ausreichenden Versicherungsschutz zu sorgen wird empfohlen:

- Kontaktaufnahme mit Ihrer Versicherung / dem/der Versicherungsbetreuenden
- Berichten des Vorhabens
 - Was ist genau geplant?
 - Wer ist der/die Veranstalter:in (sie selbst, jemand anderer, z. B. ein Verein, eine Organisation)?
 - Klären, ob die Exkursion durch die Betriebshaftpflichtversicherung oder durch eine Sachversicherung (Feuerversicherung, o.ä.) gedeckt ist oder ob Zusatzversicherungen notwendig sind
- Auskünfte schriftlich von der Versicherung bestätigen lassen

8. Rechtliches

Die nachfolgenden Punkte stellen eine Auflistung der wichtigsten rechtlichen Bestimmungen dar (Stand Juni 2019). Sie sind jedoch keine vollständige Zusammenfassung. Im Zweifel empfiehlt es sich immer, bei der Behörde (Gemeinde, Bezirkshauptmannschaft, Magistrat usw.) nachzufragen. Auch die Rechtsabteilungen der Landwirtschaftskammern stehen Ihnen für Auskünfte zur Verfügung. Alle Kontaktadressen finden Sie auf www.lko.at.

8.1. Gewerberecht

Geltungsbereich der Gewerbeordnung

Die Gewerbeordnung 1994 (GewO) gilt grundsätzlich für alle gewerbsmäßig ausgeübten und nicht gesetzlich verbotenen Tätigkeiten. Als gewerbsmäßig ausgeübt gelten Tätigkeiten, wenn sie selbstständig, regelmäßig und in der Absicht betrieben werden, daraus einen Ertrag oder wirtschaftlichen Vorteil zu erzielen. Selbstständigkeit im Sinne der Gewerbeordnung liegt vor, wenn die Tätigkeit auf eigene Rechnung und Gefahr ausgeübt wird.

Auch eine einmalige Handlung gilt als regelmäßige Tätigkeit, wenn nach den Umständen des Falles auf die Absicht der Wiederholung geschlossen werden kann oder wenn sie längere Zeit erfordert. Das Anbieten einer den Gegenstand eines Gewerbes bildenden Tätigkeit an einen größeren Kreis von Personen oder bei Ausschreibungen wird der Ausübung des Gewerbes gleichgehalten.

Die Entgeltlichkeit einer Tätigkeit indiziert grundsätzlich den äußeren Anschein der Gewinnerzielungsabsicht. Werden durch das Entgelt allerdings nur die entstehenden Unkosten ganz oder lediglich teilweise abgegolten, liegt keine Gewinnerzielungsabsicht vor. Ein Gewerbe darf erst nach der Anmeldung bei der

Bezirksverwaltungsbehörde des Standortes (Gewerbebehörde) ausgeübt werden. Eine Ausübung ohne die erforderliche Gewerbeberechtigung ist verwaltungsbehördlich strafbar und stellt unlauteren Wettbewerb im Sinne des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb dar.

Ausnahmen vom Anwendungsbereich der GewO

§ 2 Abs. 1 GewO nimmt zahlreiche Tätigkeiten vom Anwendungsbereich der Gewerbeordnung aus. Für die gewerberechtliche Beurteilung von Exkursionen sind insbesondere die Ausnahmen für die Land- und Forstwirtschaft (Z. 1), die Nebengewerbe der Land- und Forstwirtschaft (Z. 2), den Buschenschank (Z. 5), die häusliche Nebenbeschäftigung (Z. 9), den Privatunterricht (Z. 12) sowie Schaustellungen und Darstellungen (Z. 17) interessant.

I Zur **Land- und Forstwirtschaft im Sinne** der GewO gehören

- a) die Hervorbringung und Gewinnung pflanzlicher Erzeugnisse mit Hilfe der Naturkräfte, einschließlich des Wein- und Obstbaues, des Gartenbaues und der Baumschulen; hinsichtlich des Weinbaues ferner der Zukauf von höchstens 1 500 l aus dem EWR stammenden Wein oder 2 000 kg aus dem EWR stammenden Trauben pro Hektar bewirtschafteter Betriebsfläche und Kalenderjahr; im Bundesland Steiermark der Zukauf von höchstens 3 000 kg Trauben pro Hektar bewirtschafteter Betriebsfläche und Kalenderjahr, die insgesamt aus demselben Weinbaugebiet (§ 25 Abs. 3 des Weingesetzes 1985) stammen, in dem der Betrieb gelegen ist; hinsichtlich aller Betriebszweige mit Ausnahme des Weinbaues ferner der Zukauf von aus dem EWR stammenden Erzeugnissen des

jeweiligen Betriebszweiges, wenn deren Einkaufswert nicht mehr als 25 vH des Verkaufswertes aller Erzeugnisse des jeweiligen Betriebszweiges beträgt; hinsichtlich aller Betriebszweige ferner der Zukauf von aus dem EWR stammenden Erzeugnissen des jeweiligen Betriebszweiges im ernteausfallsbedingten Umfang;

- b) das Halten von Nutztieren zur Zucht, Mästung oder Gewinnung tierischer Erzeugnisse;
- c) Jagd und Fischerei, sowie
- d) das Einstellen von höchstens 2 Einstellpferden, sofern höchstens 2 Einstellpferde pro ha landwirtschaftlich genutzter Fläche gehalten werden und diese Flächen sich in der Region befinden. In der sog. Urprodukteverordnung (BGBl 2008/410) ist geregelt, welche Produkte als der land- und forstwirtschaftlichen Urproduktion zugehörig gelten.

2 Bei den **Nebengewerben der Land- und Forstwirtschaft** handelt es sich um an und für sich gewerbliche Tätigkeiten, die aufgrund ihres Zusammenhangs mit dem land- und forstwirtschaftlichen Betrieb als unselbständiger Teil von diesem angesehen werden. Wichtig ist, dass diese Nebengewerbe in sachlichem Zusammenhang und wirtschaftlicher Unterordnung zum land- und forstwirtschaftlichen Betrieb ausgeübt werden müssen.

Zu den **land- und forstwirtschaftlichen Nebengewerben** zählt unter anderem die Be- und Verarbeitung überwiegend des eigenen Naturprodukts unter der Voraussetzung, dass der Charakter des jeweiligen Betriebes als land- und forstwirtschaftlicher Betrieb gewahrt bleibt; die Be- und Verarbeitung kann auch durch eine:n befugte:n Gewerbetreibende:n im Lohnverfahren erfolgen; der Wert der allenfalls mitverarbeiteten Erzeugnisse muss gegenüber dem Wert des bearbeiteten oder verarbeiteten Naturproduktes untergeordnet sein (§ 2 Abs. 4 Z. 1). Auch die Verabreichung und das Ausschanken selbsterzeugter Produkte sowie von ortsüblichen, in Flaschen abgefüllten Getränken im Rahmen der Almbewirtschaftung („Almbuffet“) können ein Nebengewerbe der Land- und Forstwirtschaft sein (§ 2 Abs. 4 Z. 10).

3 Unter **Buschenschank** versteht die Gewerbeordnung den buschenschankmäßigen Ausschank von Wein und Obstwein, von Trauben- und Obstmost und von Trauben- und Obstsaft sowie von selbstgebrannten geistigen Getränken durch Besitzer:innen von Wein- und Obstgärten, soweit es sich um deren eigene Erzeugnisse handelt; im Rahmen des Buschenschankes ist auch die Verabreichung von kalten Speisen und der Ausschank von Mineralwasser und kohlensäurehaltigen Getränken zulässig, jedoch nur unter der Voraussetzung, dass diese Tätigkeiten dem Herkommen im betreffenden Bundesland in Buschenschanken entsprechen. Die Verabreichung von warmen Speisen auf Grund dieser Ausnahmebestimmung ist nicht zulässig. In den Bundesländern Burgenland, Kärnten, Niederösterreich, Steiermark und Wien regeln eigene Landes-Buschenschankgesetze die näheren Voraussetzungen und Bedingungen des Buschenschankes. In Oberösterreich bestehen diesbezüglich Erlassregelungen.

L Die nach ihrer Eigenart und ihrer Betriebsweise in die Gruppe der **häuslichen Nebenbeschäftigungen** fallenden und durch die gewöhnlichen Mitglieder des eigenen Hausstandes betriebenen Erwerbszweige unterliegen nicht der Gewerbeordnung. Zu dieser häuslichen Nebenbeschäftigung zählt auch die **Privatzimmervermietung** von bis zu 10 Betten. In deren Rahmen dürfen an die Gäste auch ein Frühstück und – mit bestimmten Einschränkungen – auch sonstige Speisen und Getränke verabreicht werden.

5 Die Ausübung der Erwerbszweige des Privatunterrichtes und der Erziehung unterliegt nicht der Gewerbeordnung. Als **Privatunterricht** gilt jede Tätigkeit, die auf die Vermittlung von Kenntnissen oder Fähigkeiten gerichtet ist.

6 Unternehmen öffentlicher Belustigungen und **Schaustellungen** aller Art sowie musikalische und literarische Darbietungen sind ebenfalls von der Gewerbeordnung ausgenommen.

Exkursionen aus gewerberechtlicher Sicht

Der Kern einer Exkursion am Bauernhof besteht meist darin, dass der Betrieb präsentiert und den Besucher:innen der Alltag in der Landwirtschaft näher gebracht sowie **Wissen** über den Betrieb und die Land- und Forstwirtschaft allgemein **vermittelt** wird. Diese Tätigkeiten werden in der Regel als „Privatunterricht“ bzw. „Schaustellungen“ – wie oben beschrieben – von der Gewerbeordnung **ausgenommen** sein.

Wenn im Zuge einer Exkursion land- und forstwirtschaftliche Urprodukte oder be- und verarbeitete Produkte an die Teilnehmer:innen verkauft werden (**Ab-Hof-Verkauf**), können dafür die oben beschriebenen Ausnahmetatbestände „Land- und Forstwirtschaft“ und „Be- und Verarbeitungsnebgewerbe“ zur Anwendung kommen und es bedarf dann für den Verkauf dieser Produkte keiner Gewerbeberechtigung (**„bäuerliche Direktvermarktung“**).

Wenn **Speisen und Getränke** allerdings an die Besucher:innen (entgeltlich) zum sofortigen Konsum verabreicht werden, ist grundsätzlich eine Gastgewerbeberechtigung erforderlich; auch dann, wenn es sich um im Rahmen der Urproduktion oder eines Be- und Verarbeitungsnebgewerbes hergestellte Produkte handelt. Ausnahmen bestehen nur, wenn die Verabreichung im Rahmen eines gemeldeten **Buschenschankes**, des **Nebgewerbes „Almbuffet“** oder im Rahmen einer **Privatzimmervermietung an die Zimmergäste („Urlaub am Bauernhof“)** erfolgt. Falls eine Verabreichung von Speisen und Getränken angedacht ist, sollte vorab ein Beratungsgespräch mit Fachexpert:innen der Landwirtschaftskammer



geführt werden.

8.2. Steuerrecht

Betreffend Steuerrecht sind folgende Punkte zu berücksichtigen:

- Einkommensteuerpflichtig sind Einkünfte ab € 13.308,- (Steuerfreigrenze - Stand 2025) pro Jahr beim Vollerwerbslandwirt. Gibt es eine lohnsteuerpflichtige Tätigkeit (Dienstverhältnis, Pension) beträgt der Freibetrag für ein weiteres Einkommen € 730,- jährlich.
- Generell fällt die Tätigkeit als Exkursionsbetrieb nicht unter die luf Pauschalierung.
- Es sind Aufzeichnungen zu führen. Dies bedeutet, dass Einnahmen und Ausgaben aufgezeichnet werden müssen. Der Gewinn zählt in weiterer Folge in Abhängigkeit von den Leistungen im konkreten Einzelfall zu den Einkünften aus Land- und Forstwirtschaft, zu den Einkünften aus selbstständiger Tätigkeit, zu den Einkünften aus Gewerbebetrieb oder zu den Einkünften aus Vermietung und Verpachtung, und ist grundsätzlich in der Einkommensteuererklärung zu erfassen.
- Wird die Einkommensgrenze von € 13.308,- je Person (Stand 2025) nicht überschritten, besteht grundsätzlich keine Verpflichtung zur Abgabe einer Steuererklärung.
- Kleinunternehmerregelung (Umsatzsteuer): Kleinunternehmer sind unecht umsatzsteuerbefreit. Das bedeutet: Sie müssen von den Einnahmen keine Umsatzsteuer an das Finanzamt bezahlen (keine Umsatzsteuer in Ausgangsrechnungen). Andererseits darf von den Ausgaben keine Vorsteuer abgezogen werden (kein Vorsteuerabzug von Eingangsrechnungen).
- Die Einkommensteuerrichtlinien (RZ 4204a) enthalten Tätigkeiten, die als Einkünfte aus Gewerbebetrieb einzustufen sind, obwohl sozialrechtlich eine Beitragspflicht bei der SVS besteht (z. B. Schweinetätowierer, Klauenpfleger etc.). Mit anderen Worten – die sozialversicherungs- und steuerrechtliche Zuordnung zum land- und forstwirtschaftlichen Betrieb können voneinander abweichen.

Die Einnahmen aus Betriebsführungen und Betriebsbesichtigungen sind steuerlich – sofern ein **pädagogischer Effekt** damit verbunden ist – oft **als Einkünfte aus selbstständiger Tätigkeit** zu erfassen. Der Gewinn ist grundsätzlich mittels Einnahmen-Ausgaben-Rechnung zu ermitteln. Melde- und Beitragspflicht besteht in der Praxis zu meist gegenüber der Sozialversicherung der Selbstständigen.

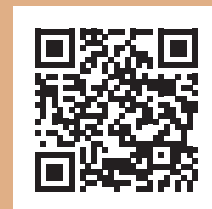
8.3. Urheberrechte bei Fotos und Videos

Urheber eines Werkes (z. B. Fotograf:innen/Video-produzent:innen) haben das Recht, zu entscheiden, inwieweit ihre Werke (z. B. Fotos/Videos) veröffentlicht, online gestellt oder vervielfältigt werden. Auf die „Qualität“ des Werkes kommt es dabei in keiner Weise an. Selbst einfache (Handy-)Fotos können schutzunterworfen sein. Wer das Urheberrecht des Fotografen/der Fotografin verletzt, hat mit erheblichen Strafen zu rechnen.

Außerdem haben Personen, die auf Bildern erkennbar sind, ein „Recht am eigenen Bild“. Das bedeutet, dass ihre Erlaubnis vor der Veröffentlichung jedenfalls eingeholt werden muss. Diese Nutzungsbewilligung ist am besten schriftlich einzuholen (z. B. über E-Mail) und sollte so abgelegt werden, dass man sie auch nach einigen Jahren wiederfindet. Frist für die Aufbewahrung gibt es keine, die Zustimmungserklärung sollte jedenfalls so lange aufbewahrt werden, so lange das Bild verwendet wird.

Es sollte daher sowohl bei Einladungen oder anderen Veröffentlichungen zur Exkursion als auch bei der Exkursion selbst (z. B. beim Eingang) auf die Tatsache der Anfertigung von Fotos oder die Verwendung in Printmedien des Veranstalters (Folder, Broschüren) sowie gegebenenfalls im Internet (Website, Social Media) hingewiesen werden.

Gleichzeitig ist (iSd Art 13 DSGVO) eine vollständige Information über die Datenverarbeitung zu geben. Weitere Hinweise und hilfreiche rechtliche Informationen erhalten Sie auf der **Website Ihrer Landwirtschaftskammer** bzw. bei Ihren Fachberater:innen.



BEISPIELSHINWEIS:

Wir fertigen bei [der Exkursion xy] Fotos an. Die Fotos werden zur Darstellung unserer Aktivitäten auf der Website und auch auf Social Media-Kanälen sowie in Printmedien, insbesondere [Broschüre x, Folder y] veröffentlicht. Weitere Informationen finden Sie unter www...at/Fotohinweise [und liegen auch beim Eingang auf.]

.....
(Der Veranstalter)

9. Marketing und Bewerbung

Durch wirksames Marketing soll auf das Angebot eines Hofes aufmerksam gemacht, potenzielle Kund:innen angesprochen und die Vermarktung der Produkte unterstützt werden. Durch das Marketing wird aber auch beeinflusst, wie ein Betrieb nach außen auftritt und wie er von potenziellen Kund:innen wahrgenommen wird. Das bedeutet, dass durch ein gezieltes Marketingkonzept auch ein gewisses Image vermittelt wird.

Unabhängig von den Kanälen, die man nutzen möchte, ist es wichtig, dass der Betrieb einen einheitlichen Auftritt und einen Wiedererkennungswert hat. Dazu ist es notwendig, ein passendes Corporate Design bzw. Logo zu haben.

Das Logo ist ein Erkennungszeichen, das rasch erfasst werden und im Gedächtnis bleiben soll. Dabei kann es sich um ein Bild, einen Schriftzug oder eine Kombination von beidem handeln. Das Logo soll authentisch sein und ein Bild transportieren, das zum Betrieb passt.

Das Corporate Design bildet das visuelle Erscheinungsbild eines Unternehmens. Es umfasst unter anderem die Gestaltung von Geschäftspapieren, Werbemitteln, Verpackungen, dem Onlineauftritt sowie der Produkte. Ziel ist es, einen einheitlichen Wiedererkennungswert zu schaffen, sodass Kund:innen auf den ersten Blick erkennen, zu welchem Betrieb ein Produkt gehört. Gleichzeitig vermittelt das Corporate Design einen professionellen und stimmigen Eindruck – sowohl optisch als auch inhaltlich. Grundsätzlich kann grob zwischen Online- und Offline-Marketing unterschieden werden. Beide Marketingstrategien können für Exkursionsangebote genutzt werden.

9.1. Offline-Marketing

Zum Offline-Marketing zählen die klassischen Printmedien wie Plakate, Zeitungen, Folder und Visitenkarten sowie Radio und TV.

Folder können in unterschiedlichen Größen und Ausführungen gestaltet sein. Sie werden in Aufstellern oder am Tisch präsentiert und die Interessent:innen haben etwas, das sie sich mit nach Hause nehmen können. Der Klassiker ist der 6-Seiten Folder im DIN-lang Format. Der Vorteil von klassischen Formaten ist, dass diese Formate gut in Aufsteller (z. B. beim Tourismusbüro) passen.

Visitenkarten sind eine einfache und kostengünstige Möglichkeit, sich und seinen Betrieb zu bewerben und Kontaktdaten auszutauschen. Eine optisch schön gestaltete Visitenkarte vermittelt dem Gegenüber einen ersten guten Eindruck.

Auch Plakate können zur Bewerbung eingesetzt werden. Auf Messen oder anderen Veranstaltungen kann ein gut gestaltetes Plakat die Blicke auf sich ziehen. Aufgrund der hohen Druckkosten sollte bei der grafischen Gestaltung darauf geachtet werden, dass das Plakat mehrmals verwendet werden kann (z. B. prüfen Sie, ob Datum und Uhrzeit am Plakat sein müssen).



TIPP: Nutzen Sie Ihr Netzwerk und Ihre regionalen Kontakte zu Partnerbetrieben, Tourismusbüros, der Gemeinde, Hofläden, Gastronomiebetrieben, Vermieter:innen, etc. um Ihr Exkursionsangebot zu präsentieren, positionieren und zu bewerben.



Weitere Maßnahmen, die zur Bekanntmachung beitragen:

- Tag der offenen Tür,
- Mundpropaganda,
- Hof- und Infotafeln, etc.

9.2. Online-Marketing

Online-Marketing umfasst alle Maßnahmen, die im Internet durchgeführt werden, um Marketingziele zu erreichen. Ein guter Online-Auftritt ist einerseits für die Gewinnung neuer Kund:innen und Exkursions-
teilnehmer:innen wichtig, aber auch Stammgäste können schnell und zuverlässig mit Informationen versorgt werden.

Website

Eine professionelle Betriebswebsite ist ein wesentlicher Bestandteil des Online-Marketings. Zumindest eine „Online-Visitenkarte“, also die wichtigsten Informationen und Kontaktdaten zum Betrieb online zu haben (ohne die Seite ständig mit Inhalten füllen zu müssen), ist heutzutage empfehlenswert.

Suchmaschinenmarketing (SEM)

Suchmaschinenmarketing, auf Englisch Search Engine Marketing (SEM) ist eine Marketingstrategie, die darauf abzielt, die Sichtbarkeit einer Webseite in Suchmaschinenergebnissen zu erhöhen. Es umfasst sowohl bezahlte Werbemaßnahmen (SEA) als auch die Optimierung der Webseite für die organischen Suchergebnisse (SEO). Ziel ist es, mehr Besucher:innen auf die Webseite zu lenken, indem sie für relevante Suchanfragen besser gefunden wird.



TIPP: Lassen Sie Ihre Website von Expert:innen erstellen. Diese wissen, wie eine Website aufgebaut sein soll, damit sie sowohl für Kund:innen ansprechend, als auch für die Suchmaschinen auffindbar ist. Außerdem können sie oft auch unterstützen, dass rechtliche Rahmenbedingungen eingehalten werden (z. B. Datenschutzgrundverordnung).

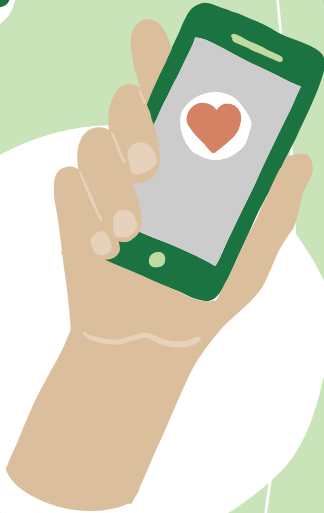
Direktes Marketing, z. B. E-Mail, SMS, WhatsApp

Direktes Marketing entspricht dem Postversand in der Offline-Werbung. Der/die bereits bekannte Kund:in wird direkt angesprochen und informiert. Vorteil: Information kann rasch an das Zielpublikum gelangen, es entstehen dadurch keine Kosten für Druck und Versand.

ACHTUNG DATENSCHUTZGRUNDVERORDNUNG:

Sie brauchen die Zustimmung des Empfängers/der Empfängerin und müssen die Möglichkeit geben, Newsletter abzubestellen. Achten Sie darauf, dass die E-Mail-Empfänger:innen nicht sehen, wer auf der Empfängerliste steht („BCC“-Funktion bei Outlook).





MEIN HOF MEIN WEG

Social Media

Social Media (auch soziale Medien) sind digitale Medien und Methoden, die es Nutzer:innen ermöglichen, sich im Internet auszutauschen und mediale Inhalte zu erstellen und weiterzugeben (Zeisset & Fabry, 2018). Dazu zählen: Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, Blogs aber auch YouTube oder Diskussionsforen.



TIPP: Wenn Sie sich dazu entschließen, Ihren Betrieb auf sozialen Netzwerken zu präsentieren, trennen Sie, wenn möglich, den Betrieb und Ihre private Person voneinander. Ein Auftritt macht nur Sinn, wenn Sie diesen regelmäßig bedienen (1x im Monat wäre zu wenig). Versuchen Sie auch, die Auftritte größerer Organisationen zu nutzen, die schon einen höheren Bekanntheitsgrad haben. Inspiration können Sie sich auch bei verschiedenen Farmfluencer:innen holen.

Stellen Sie sich die Frage:

Wo sucht meine Zielgruppe im Netz?

- Tourismusplattformen stürzen sich gerne auf Exkursionsangebote für Gäste, die sich in der Region befinden. Fragen Sie bei den zuständigen Personen im Tourismusbüro Ihrer Region nach.
- Reise- und Fremdenführer:innen sowie Busunternehmen brauchen interessante Ausflugsziele für Busgruppen.
- Fachverbände und Vereine brauchen zielgerichtete Angebote in ihrem Spezialbereich.
- Die Innovationsplattform „Mein Hof – Mein Weg“ (www.meinHof-meinWeg.at) präsentiert innovative Betriebe in ganz Österreich, die Exkursionen anbieten.

Machen Sie Ihr Angebot nutzerfreundlich

Präsentieren Sie Ihr Exkursionsangebot online. Stellen Sie ein Anfrageformular für Interessent:innen zur Verfügung. Erstellen Sie konkrete Angebote und stellen Sie nach erfolgter Buchung eine Buchungsbestätigung aus.

Grundsätzlich macht es Sinn, online mit offline Werbemaßnahmen zu mischen, da diese sich gut ergänzen. Bei kleinen Betrieben ist das Online-Marketing sehr beliebt, da man mit wenigen finanziellen Mitteln eine große Reichweite erzielen kann.

Bei allen Marketingmaßnahmen und bei der Öffentlichkeitsarbeit ist immer die Datenschutzgrundverordnung einzuhalten.

10. Feedback und Verbesserungsmöglichkeiten

“

„Evaluation bedeutet ganz allgemein, Erfahrungen wahrzunehmen, zu reflektieren, zu bewerten und zu nutzen.“

(Hackl, 2005, 168)

”

Evaluation zielt somit auf eine Verbesserung der Situation ab. Sie liefert Antworten, ob man sich auf dem richtigen Weg befindet (Stockmann, 2007). Mängel und Probleme bei der Durchführung der Exkursionen werden aufgedeckt, auf Risiken und Gefahren wird hingewiesen, Abläufe können verbessert und Fehler vermieden werden. Evaluation kann aber auch Klarheit darüber verschaffen, wie erfolgreich, nachhaltig oder wirkungsvoll Exkursionen verlaufen sind und wem sie wie genutzt haben (Stockmann, 2007).

10.1. Vorbereitung

Am Beginn einer Evaluation gilt es, sich folgende Fragen zu stellen:

Wozu evaluieren?

Der erste und wichtigste Schritt ist, festzulegen, was man evaluieren möchte und was das Ziel ist. Die Evaluation kann zum Beispiel das Ziel verfolgen, eine Entscheidungsgrundlage zu schaffen, ob die Exkursionen am Betrieb weitergeführt werden oder nicht. Sie kann aber auch eine Legitimation über die Verwendung von Fördergeldern sein oder zur Weiterentwicklung des Ablaufes der Exkursion bzw. Verbesserung einzelner Maßnahmen dienen.

Was evaluieren und nach welchen Kriterien?

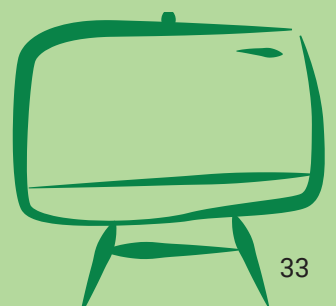
Grundsätzlich kann alles evaluiert werden, was mit der Exkursion zu tun hat. Evaluieren kann man den Input (Ausstattung, Ressourcen, Vorgaben, ...), den Prozess (Interaktion, Aktivitäten, Kommunikation, ...) und den Output (Ergebnisse, Zufriedenheit, Image, ...) (Petrovic, 2013).

Wann und wo evaluieren?

Die Evaluation kann direkt im Anschluss an die Exkursion am Betrieb (z. B. mittels Feedback- oder Evaluierungsbogen) oder zuhause am PC/Laptop/Tablet/Smartphone durchgeführt werden.

Wie evaluieren?

Es gibt unterschiedliche Methoden bzw. Instrumente zur Durchführung einer Evaluation. Die geläufigste Form ist ein schriftlicher Fragebogen – entweder in Papierform oder digital – oder eine mündliche Feedback-Runde am Abschluss der Exkursion. Feedback kann auch einige Tage oder Wochen nach der Exkursion abgefragt werden, beispielsweise über ein „Follow-up Email“ oder einen Anruf. Eine höhere Rücklaufquote erreicht man allerdings unmittelbar am Tag der Exkursion.



10.2. Durchführung der Datenerhebung

Wenn die Fragen der Planung geklärt sind, geht es an die Durchführung der Evaluation. Nachfolgend finden Sie praktische Tipps für den Aufbau eines Fragebogens sowie Anregungen für kreative Möglichkeiten der Feedback-Erhebung.

1 x 1 des Fragebogens

Ein Fragebogen beginnt mit einem Einleitungstext, schafft danach mit einer Einführungsfrage einen sanften Einstieg und leitet mit einem kurzen Text zu den thematischen Frageblöcken weiter. Abschließend erfolgt der Dank an die Teilnehmenden. Verwenden Sie klare, verständliche Fragen mit einfachen und eindeutigen Begriffen.

Grundsätzlich wird zwischen **offenen und geschlossenen Fragen** unterschieden. Bei offenen Fragen werden die Antworten von den Befragten selbst gefunden bzw. es kann frei geantwortet werden. Ein

Beispiel ist die Frage: „Welche Aspekte der Exkursion beurteilen Sie besonders positiv?“

Bei geschlossenen Fragen sind Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Die Antwortformate von geschlossenen Formaten können zweistufig sein (ja/nein) oder mehrstufig (z.B. sehr interessant/interessant/eher uninteressant/völlig uninteressant) (Petrovic, 2013).



TIPP: Je umfangreicher der Fragebogen ist, desto schwieriger ist es, die Leute zu motivieren, ihn vollständig auszufüllen. Beschränken Sie sich daher lieber auf die Ihnen am wichtigsten erscheinenden Fragen.

Die einfachste Form der Evaluierung ist ein kurzer Fragebogen mit den drei offenen Fragen:

WAS HAT IHNEN GUT AN DER EXKURSION GEFALLEN?

WAS HAT IHNEN WENIGER GUT GEFALLEN?

WAS KÖNNTE MAN NOCH VERBESSERN?

Kreative Feedbackformen

Alternativ gibt es viele verschiedene kreative Feedbackformen. Drei Methoden werden hier beispielhaft dargestellt:

METHODE	FEEDBACK-ZIELSCHEIBE (Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik, 2024)
ZIEL	Rückmeldung zur Exkursion einholen
ZEITAUFWAND	5 Minuten (je nach Gruppengröße)
ARBEITSMATERIAL	große Zielscheibe mit mehreren Kreisen (z. B. mit Kreide auf eine Tafel gezeichnet, auf einem Flipchart, ...) Kreide, Stifte etc.
ABLAUF	Werden verschiedene Themen auf einmal evaluiert, wird die Zielscheibe in unterschiedliche Tortenstücke unterteilt und mit der entsprechenden Überschrift beschriftet. Die Zielscheibe wird für alle Teilnehmer:innen gut erreichbar angebracht. Die Teilnehmer:innen können durch eine Markierung auf der Zielscheibe ihre Rückmeldung zu den einzelnen Themen geben. Je weiter in der Mitte, desto positiver ist die Rückmeldung.

METHODE	BLITZLICHT (Auferkorte-Michaelis & Hintze, 2021)
ZIEL	Rückmeldung zur Exkursion einholen
ZEITAUFWAND	max. 30 Sekunden pro Person
ARBEITSMATERIAL	keines
ABLAUF	Reihum äußern sich die Teilnehmer:innen zu ihrer Zufriedenheit im Zusammenhang mit der Exkursion. Die Äußerungen werden nicht kommentiert, bewertet oder diskutiert. Es gilt die 30 Sekunden Regel – jede/r Teilnehmer:in hat nur 30 Sekunden Zeit.

METHODE	FÜNF-FINGER-METHODE (Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik, 2024)
ZIEL	Rückmeldung zur Exkursion einholen
ZEITAUFWAND	5 - 10 Minuten
ARBEITSMATERIAL	eventuell Papier und Stifte
ABLAUF	Diese Methode teilt das Feedback in 5 Aspekte, denen jeweils ein Finger zugeordnet ist. Die Bedeutung der einzelnen Finger kann so erklärt werden: Daumen: Das hat mir besonders gut gefallen. Zeigefinger: Das sollte besser gemacht/adaptiert werden. Mittelfinger: Das hat mir nicht gefallen. Ringfinger: Das will ich für mich persönlich mitnehmen, das sollte in Zukunft beibehalten werden. Kleiner Finger: Das ist mir zu kurz gekommen. Das wurde zu wenig erklärt. Das Feedback kann mündlich oder schriftlich erfolgen. Wichtig ist, dass jeder etwas zu den einzelnen Fingern schreibt oder sagt.

Datenauswertung und Dateninterpretation

Damit Sie erhaltenes Feedback möglichst gut nutzen können, ist eine Datenaufbereitung der nächste Schritt: Dies kann in zusammengefasster Form als Tabellen, Grafiken oder Diagramme oder einer Zusammenfassung wichtiger Aussagen erfolgen. Auch wenn dies Zeit braucht und mühsam ist, sollten diese Auswertungen am besten zeitgerecht erledigt werden.

10.3. Maßnahmen ableiten, Konsequenzen ziehen

Im letzten Schritt geht es darum, die Evaluierungsergebnisse nutzbar zu machen und Konsequenzen für künftige Exkursionen zu ziehen.

Generell gilt: Feedback bietet die Möglichkeit, die Sichtweise einer anderen Person kennenzulernen. Es kann vorkommen, dass das Feedback bei Ihnen den Wunsch auslöst, sich zu verteidigen oder zu rechtfertigen. Das ist nicht notwendig. Halten Sie inne und nehmen Sie das Feedback dankend an (Petrovic, 2013).

Überlegen Sie in Ruhe, was Sie gehört haben, was das für Ihr Exkursionsprogramm und Ihren Betrieb bedeutet und wie Sie weiter vorgehen wollen.

Wenn Sie unsicher sind, wie Sie am besten mit den Feedbackergebnissen umgehen, ist es ratsam, sich zusätzliche Unterstützung zu holen. Die Berater:innen der Landwirtschaftskammern helfen gerne weiter.

Follow-up Aktivitäten

Mit Follow-ups sind all jene Aktivitäten nach einer Exkursion gemeint, die das Ziel verfolgen, die Wirkung und den Erfolg der Exkursion weiter zu steigern. Durch die Information soll das Interesse der Teilnehmenden am Exkursionsprogramm aufrechterhalten oder verstärkt werden.

Follow-up Aktivitäten sind vielfältig, hier stellvertretend ein paar Beispiele:

- Organisierte Folgeveranstaltung (etwa zur Vertiefung einzelner im Exkursionsprogramm angesprochener Aspekte)
- Telefonisches Austauschgespräch
- Brief/Email/Newsletter
- Social-Media-Gruppen, z. B. WhatsApp-Gruppen für besonders interessierte Exkursionsteilnehmende, etc.

Auch wenn „Follow-ups“ nach der Exkursion stattfinden, ist es wichtig, dass die Teilnehmenden über die Möglichkeit der erneuten Kontaktaufnahme informiert werden.

Follow-up Aktivitäten können auch Personen erreichen, die nicht bei der Exkursion dabei waren, etwa durch einen kurzen (Video-)Bericht, der in sozialen Medien geteilt wird. Durch einen ansprechenden Beitrag können neue Interessent:innen gewonnen werden.

Der Bericht muss nicht unbedingt von Ihnen, als Exkursionsanbieter:in, kommen. Oft informieren Teilnehmende gerne selbst über das erlebte Exkursionsprogramm. Mit ansprechenden, „Instagram-freundlichen“ Fotospots erleichtern Sie den Teilnehmenden die Kommunikation (siehe auch Kapitel „Kommunikation und Führungstechniken“).

Empfehlenswert ist es auch, gezielt Journalist:innen, Influencer:innen oder andere Meinungsbildner:innen zu einer Exkursion einzuladen. Sehen Sie dabei unbedingt ein Zeitfenster für deren Fragen vor, um mit ihnen wichtige Botschaften zum Exkursionsprogramm und Betrieb zu besprechen. Auch die Ergebnisse der Feedbacks können genutzt werden, um Werbung für das Exkursionsangebot zu machen. Die Datenschutz-Grundverordnung ist jedenfalls zu beachten.

Anhang

Checkliste – Vorbereitung Exkursionsbetrieb

(Ergänzung zu Kapitel „Vorbereitende Tätigkeiten“ ab Seite 18)

- Ich weiß, wie viele Personen die Exkursionsgruppe umfasst und kann alle unterbringen, auch bei Schlechtwetter.
- Meine genaue Adresse bzw. die Adresse des Betriebsstandortes und der Anfahrtsweg zum Betrieb sind auf der Website dargestellt.
- Es ist ausreichend Platz für die Anreise mit einem Reisebus gegeben oder die Anfahrt zum Betrieb ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln möglich.
- Für meine Besucher:innen stehen ausreichend Parkplätze zur Verfügung.
- Die Anfahrt zum Betrieb ist ganzjährig problemlos möglich (wenn Exkursionen ganzjährig angeboten werden).
- Ich habe mich beim/bei der Veranstalter:in über den Personenkreis, der auf meinen Betrieb kommt, informiert und mein Programm und den Exkursionsinhalt darauf abgestimmt.
- Ich habe dem/der Veranstalter:in eine schriftliche Terminbestätigung zukommen lassen und über Stornobedingungen in Kenntnis gesetzt.
- Ich habe mir Gedanken über Verhaltensregeln auf meinem Betrieb gemacht und den/die Veranstalter:in darüber informiert.
- Ich habe im Vorfeld den Deckungsbeitrag für die Exkursion kalkuliert.
- Das Erscheinungsbild meines Betriebs sowie mein eigenes ist ordentlich.
- Ich weiß, wo und wie ich meine Gäste begrüßen werde (Treff- und Sammelpunkt).
- Es gibt ausreichend Toiletten für meine Gäste und ausreichend Seife, Toilettenpapier sowie Handtücher stehen zur Verfügung.
- Ich habe Gefahrenquellen gesichert und Räumlichkeiten ggf. versperrt.
- Für meine Gäste stehen Informationsbroschüren, Getränke, evtl. Kostproben meiner Produkte und Schutzkleidung (bei tierhaltenden Betrieben) in ausreichender Menge zur Verfügung.
- Ich habe genügend Helfer:innen, die mich im Vorfeld, am Tag der Exkursion und beim Wegräumen unterstützen können.



**Checkliste – Exkursionsvorbereitung mit
externem Veranstalter / externer Veranstalterin**

Datum	
Kontakt daten Ansprechperson:	Name
	Telefonnummer
	E-Mail
Teilnehmeranzahl	
Interesse der Gruppe	
Aufenthaltsdauer (von-bis)	
Verkostung	
Vereinbarter Preis	
Terminbestätigung bis...	
Stornierung möglich bis...	
Sonstiges/zu beachten	

Drehbuch – Beispiele

Anhand von „Drehbüchern“ werden mögliche Abläufe einer Exkursion auf einen Bauernhof beschrieben. Das Drehbuch 1 ist ein Beispiel für eine Exkursion von Berufskolleg:innen auf einen Bergbauernhof in Salzburg, der sich auf Heumilchproduktion spezialisiert hat. Die fiktive Gruppe besteht aus 20

Landwirt:innen. Drehbuch 2 ist ein Beispiel für eine Exkursion von interessierten Konsument:innen, die sich über „hautnahe Tiererlebnisse am Bauernhof“ informieren wollen. Bei Drehbuch 3 steht der Erdapfel im Zentrum des Exkursionsprogramms für junge Erwachsene. Die Gruppen haben jeweils etwa 2 Stunden für den Besuch eingeplant.

Drehbuch 1

RICHTZEIT	THEMA \ PHASE & LERNZIEL \ BOTSCHAFT	INHALT & METHODE Was möchte ich wie erzählen? Wie möchte ich das Thema aufbereiten? (Input, Erklärung, Verkostung. Experiment,..)	ORT Wo?	MATERIAL (Kostproben, Riechprobe, Anschauungsmaterial, Bilder, Film, ..)	ANMERKUNGEN (z .B. Sicherheitshinweise)
20 min	Einstieg – Ratespiel: Um welche Milch handelt es sich? Die Besucher:innen sollen anhand von verschiedenen Milchproben herausfinden, wie unterschiedlich Milch, je nach Fütterung, schmecken kann.	Milchverkostung: Auf den 3 Stehtischen steht je eine Sorte Milch. Die Besucher:innen werden gefragt, um welche Milch es sich handelt (Heumilch / Bioheumilch / Silomilch)? Abstimmung mittels Handzeichen um welche Milch es sich handelt	Eingangsbereich bei der Hofzufahrt	3 Stehtische; genügend Gläser für jede/n Besucher:in	Damit kann ein Zeitpuffer geschaffen werden, falls manche Besucher:innen zu früh oder zu spät anwesend sind.
10 min	Vorstellung meiner Person und meines Betriebs: Besondere Situation meines Bergbauernhofs	Kurzer allgemeiner Impulsvortrag zu mir und meiner Rolle als Bergbauer/Bergbäuerin, der/die sich auf Heumilch spezialisiert hat, Vorstellung meines Betriebs.	Hofzufahrt	Familienfoto; Moderationskarte + Betriebspiegel	Tor schließen, damit kein Auto zufahren kann. Evtl. Sitzgelegenheiten
15 min	Vergleich: Durchschnittlicher Betrieb in der EU – durchschnittlicher Betrieb in Österreich – Mein Betrieb Den Besucher:innen soll bewusst werden, dass die Landwirtschaft auf einem Bergbauernhof ganz eigene Herausforderungen mit sich bringt – im Vergleich zu anderen Regionen Europas.	Anhand von verschiedenen, bewusst ausgewählten Parametern wird mein Betrieb gegenüber einem durchschnittlichen Betrieb der EU bzw. aus Österreich verglichen, kurzer Überblick mit Erklärung zu Eckpunkten meiner Bewirtschaftung.	Hofzufahrt	Plakat mit grafisch aufbereiteten Daten	

RICHTZEIT	THEMA \ PHASE & LERNZIEL \ BOTSCHAFT	INHALT & METHODE Was möchte ich wie erzählen? Wie möchte ich das Thema aufbereiten? (Input, Erklärung, Verkostung, Experiment,..)	ORT Wo?	MATERIAL (Kostproben, Riechprobe, Anschauungsmaterial, Bilder, Film, ..)	ANMERKUNGEN (z .B. Sicherheitshinweise)
20 min	Praxisteil Heuen: Botschaft: Großer Aufwand für wenig Heu, jedoch intensives Arbeiten mit allen Sinnen	Die Besucher:innen werden aufgefordert, das zuvor abgemähte Gras, das seit 2 Tagen von der Sonne getrocknet wurde, zusammenzurechen und den Hang hinunterzubefördern; die Besucher:innen werden gefragt, welche Gerüche und Geräusche wahrgenommen werden.	steile Wiese	Mindestens 7 Rechen und 2 Heugabeln	Besucher:innen schon vorab darauf hinweisen, dass festes Schuhwerk für den Besuch am Hof notwendig ist.
20 min	Besichtigung der Tenne mit der Heutrocknungsanlage: Die Besucher:innen lernen, wie durch den Einsatz von Trocknungstechnik oder gezielter Planung die Heuernte besser an wechselnde Witterungsverhältnisse angepasst werden kann.	In der Tenne wird das Heu gelagert, dort befindet sich eine Heutrocknungsanlage, die mithilfe von Solarenergie betrieben wird. Ich erkläre die Funktionsweise der Heutrocknungsanlage.	Tenne	Heutrocknungsanlage	Vorab auf Sicherheit achten: Heuluken schließen etc.
15 min	Diskussion: Zukunft der bäuerlichen Betriebe, die sich auf Heumilch spezialisiert haben	Anhand einer geleiteten Gruppendiskussion soll mit den Berufskolleg:innen diskutiert werden, welche Zukunftschancen jene Betriebe haben, die sich auf Heumilch spezialisiert haben.	Obstgarten mit Blick auf die umliegenden Höfe	Tische und Bänke, damit alle Besucher:innen sitzen können;	Bänke und Tische so anordnen, dass sich die Besucher:innen gegenseitig sehen und leicht miteinander ins Gespräch kommen können.

Drehbuch 2

RICHTZEIT	THEMA \ PHASE & LERNZIEL \ BOTSCHAFT	INHALT & METHODE Was möchte ich wie erzählen? Wie möchte ich das Thema aufbereiten? (Input, Erklärung, Verkostung, Experiment,..)	ORT Wo?	MATERIAL (Kostproben, Riechprobe, Anschauungsmaterial, Bilder, Film, ..)	ANMERKUNGEN (z .B. Sicherheitshinweise)
5 min	Einstieg und Begrüßung: Thema: Hautnahes Tiererlebnis am Bauernhof	Kurzer Überblick, was wird uns in den nächsten drei Stunden erwarten?	Eingangsbereich bei der Hofzufahrt		Da wir direkt mit Tieren arbeiten und Kontakt haben werden, abfragen, ob es Allergien oder dergleichen gibt.
10 min	Vorstellung meines Betriebs und meiner Person: Besondere Situation meines Green Care Hofes mit verschiedenen Einkommensquellen wie z. B. die tiergestützte Intervention (TGI).	Kurze Beschreibung der Betriebsentwicklung, warum haben wir uns für so viele Standbeine entschieden?	Hofzufahrt		
15 min	Vorstellung der einzelnen Standbeine am Betrieb	Betriebsrundgang und Erklärungen: - Landwirtschaftliche Produktion - Tageswerkstätte für Menschen mit Behinderungen - Tiergestützte Intervention und tiergestützte Aktivitäten	Ganzer Betrieb – Hofanlage, Weiden und Stallungen		
60 min	Praxisteil - Hautnahes Tiererlebnis am Bauernhof: Botschaft: Durch gezieltes Training können auch Bauernhoftiere in Therapie, Pädagogik und sozialer Arbeit eingesetzt werden	Gruppenerlebnis: Die Besucher:innen werden in zwei Gruppen aufgeteilt und können unter professioneller Anleitung mit allen zertifizierten Therapietieren am Hof (Pferden, Schafen, Schweinen, Hühnern) Zeit verbringen.	Bei Schönwetter auf der Weide, bei Schlechtwetter in den Stallungen		Besucher:innen darauf hinweisen, wie man mit den Tieren umgeht und was zu beachten ist.

RICHTZEIT	THEMA \ PHASE & LERNZIEL \ BOTSCHAFT	INHALT & METHODE Was möchte ich wie erzählen? Wie möchte ich das Thema aufbereiten? (Input, Erklärung, Verkostung, Experiment,..)	ORT Wo?	MATERIAL (Kostproben, Riechprobe, Anschauungsmaterial, Bilder, Film, ..)	ANMERKUNGEN (z .B. Sicherheitshinweise)
30 min	Ausklang: Wie können sich landwirtschaftliche Betriebe zusätzliche Standbeine eröffnen, was kann man am Bauernhof alles erleben?	Gesprächsrunde beim Essen: Völlig ohne Zwang: Wer mag erzählen wie es ihm ergangen ist? Wie wichtig sind tiergestützte Angebote für die Gesellschaft? Essen und Trinken	Neben der Weide im Freien oder im Seminarraum	Tische und Bänke, damit alle Besucher:innen sitzen können Bio-Brot und Bio-Gebäck, Bio-Getränke und Aufstriche vom Hof	Bänke und Tische so anordnen, dass eine zwanglose Diskussion möglich ist
15 min	Abschied – Bedanken	Gibt es noch Fragen, wie können wir weiterhin im Gespräch und in Kontakt bleiben?	Hofzufahrt, wo Bus wartet	Abschiedsgeschenk – Betriebsflyer und kleine Bauernhof-tiere aus Holz	

Drehbuch 3

RICHTZEIT	THEMA \ PHASE & LERNZIEL \ BOTSCHAFT	INHALT & METHODE Was möchte ich wie erzählen? Wie möchte ich das Thema aufbereiten? (Input, Erklärung, Verkostung, Experiment,..)	ORT Wo?	MATERIAL (Kostproben, Riechprobe, Anschauungsmaterial, Bilder, Film, ..)	ANMERKUNGEN (z .B. Sicherheitshinweise)
10 min	Begrüßung und Einstieg – Erdäpfelprodukte: Was kann man alles mit Erdäpfeln machen? Welche Produkte können aus Erdäpfeln hergestellt werden?	Die Fragen sind auf einem Plakat oder Flipchart vorbereitet und die Besucher:innen schreiben alle Produkte, die ihnen einfallen, dazu. Produkte können auch mittels Kärtchen vorbereitet sein und zugeordnet werden. Danach werden die Produkte miteinander durchbesprochen und gegebenenfalls wird noch etwas ergänzt.	Halle oder in anderer passender Räumlichkeit	Plakat, Stifte oder Kärtchen	Damit kann ein Zeitpuffer geschaffen werden, falls manche Besucher:innen zu früh oder zu spät zur Exkursion erscheinen.
10 min	Vorstellung meiner Person und meines Betriebs	Kurzer allgemeiner Impulsvortrag; Vorstellung meiner Familie und meines Betriebes, Größe, Betriebszweige, warum mache ich das, Entwicklung des Betriebes etc.	Halle oder in anderer passender Räumlichkeit	Mündliche Vorstellung, eventuell mit Unterstützung von Fotos.	

RICHTZEIT	THEMA \ PHASE & LERNZIEL \ BOTSCHAFT	INHALT & METHODE	ORT	MATERIAL	ANMERKUNGEN
15 min	Vortrag über Erdäpfel	Herkunft – geschichtliche Entwicklung, Anekdoten zu den Erdäpfeln (Hungersnot in Irland, Einführung als Zierpflanze,...) Maschinen, Erdäpfelanbau, aktuelle Herausforderungen	Halle oder in anderer passender Räumlich- keit	Mündlicher Vortrag, eventuell mit Unter- stützung von Plakaten oder einer Power- Point-Präsen- tation.	
35 min	Praxisteil Ackerbesichti- gung:	Hier wird den Besucher:in- nen der betriebliche Jahresablauf erklärt, wann passiert was, wie ist die Fruchtfolge, etc. Danach können die Besucher:innen selbst händisch ein paar Erdäpfel ausgraben und zum späteren Verzehr mit- nehmen.	Acker		Besucher:innen darauf hinwei- sen, dass festes Schuhwerk nötig ist.
30- 60 min	Lagerfeuer und Braten der Erdäpfel mit Abschlussdis- kussion und gemütlichem Ausklang	Die Erdäpfel werden ge- waschen und in Alufolie gewickelt. Danach werden sie in der Glut gegrillt. Mit Butter und Salz können diese anschließend ver- speist werden. Währenddessen können noch etwaige offene Fra- gen beantwortet oder eine Diskussion zum Thema Erdäpfelanbau und deren zukünftige Entwicklung sowie den Herausforderun- gen geführt werden.	Beim Grill- platz	Alufolie, Salz, Butter, Teller, Besteck, Bänke	Bänke rund ums Lagerfeuer an- ordnen, damit sich alle Besu- cher:innen sehen und gemeinsam ins Gespräch kommen können. Bei Schlechtwet- ter werden die Erdäpfel in der Küche zubereitet und in der Halle oder in einer anderen passen- den Räumlichkeit verspeist.

Drehbuch Vorlage

RICHTZEIT	THEMA \ PHASE & LERNZIEL \ BOTSCHAFT	INHALT & METHODE Was möchte ich wie erzählen? Wie möchte ich das Thema aufbereiten? (Input, Erklärung, Verkostung, Experiment,..)	ORT Wo?	MATERIAL (Kostproben, Riechprobe, Anschauungs- material, Bilder, Film, ..)	ANMERKUN- GEN (z .B. Sicher- heitshinweise)

Vorlage Kalkulation

Kann beispielsweise genutzt werden für:

Erlebnisführung / Bauernhofwanderung / Besichtigungstour / Erlebnistour /
Erlebnistag / Kulinarische Reise am Bauernhof / Genussreise am Bauernhof

Betrieb / Adresse	Musterhof, Muster 1, 9555 Muster
Tel. / E-Mail / Website	
Ausgangs-Beschreibung	

Gruppengröße:		Davon:	Erwachsene:
			Jugendliche:
			Kinder:

Programmwahl: Erlebnisführung (Hofbe- sichtigung und Produkt- verkostung + 1 Getränk)	
Verpflegung: Welche Kostprobe bzw. Jause ist gewünscht?	Produktverkostung
	Jause / Imbiss
	Getränk

Dauer der Veranstaltung / Stunden:	1 – 2 – 3 h	
Stunden / Arbeitsaufwand für Veranstaltung falls 2 Personen am Hof involviert sind	Person 1	Person 2
	h	h
Dauer der Vorbereitung / Stunden:	h	h
Dauer der Nachbereitung / Stunden:	h	h
Stunden gesamt	h	h
Stundenlohn Empfehlung 20€ / Stunde	€	€

Berechnung

Leistung	Beschreibung	Einheiten	Preis / Einheit	Summe	Dauer in h	Lohn / h	Summe / Lohn
Variable Kosten / Aufwand	Verpflegung (Produkte für Verkostung, Jause, Imbiss, Servietten, Zahnstocher, ...)						
	Getränke (Mehrwegbecher sollen im Getränk inkludiert sein)						
	Schriftverkehr (Rechnungsblock, z. B. Malvorlagen für Kinder...)						
	Verbrauchsmaterial (Bastelbedarf ...)						
	Transportmittel						
	Lohnkosten (für nicht familien-eigene Arbeitskräfte)						
	Sonstige Kosten						
Fixe Kosten / Aufwand	Abschreibung / Instandhaltung						
	Verkaufsecke / Präsentationsecke						
	Möbel (Tische / Bänke, ...)						
	Fernseher, Beamer, Laptop, Drucker						
	Bauliche Anlagen, welche für die Exkursion notwendig sind (WC, Schauküche, ...)						

Gesamtkosten	Variable und fixe Kosten / Gesamtaufwand						
Sonstige feste Kosten	Marketing (Hoffolder, Hoftafel, Website, Messestandbetreuung)						
	Hofkleidung / Hofshirts						
	Weiterbildung						
	Versicherungen, Mitgliedsbeiträge (Kammerumlage, Tourismusverband, ...)						
Arbeitszeit-aufwand	Organisation (Auftragsklärung, Angebot erstellen, Angebot bestätigen)						
	Vorbereitungen der Veranstaltung (Hof-Haus-Garten-Exkursionsraum)						
	Veranstaltung						
	Nachbereitung der Veranstaltung						
	Marketing						



Personalaufwand	Personalkosten
Gesamtkosten / -aufwand exklusive MwSt.	
Gesamtkosten / -aufwand inklusive MwSt.	
Arbeitszeitaufwand je Bauernhofführung in Stunden	
Arbeitszeitaufwand je Bauernhofführung in €	
Gesamtpreis je Veranstaltung	
Teilnehmer:innenanzahl	
Gesamtpreis je Teilnehmer:in	
Kosten pro Person (Gesamtkosten + Arbeitsaufwand / Teilnehmer:innenanzahl)	

TIPPS: Berechnung Verkostung/Wareneinsatz: +120 –150% Rohaufschlag



Fixe Kosten: Wenn diese nicht nur ausschließlich für Exkursionen benötigt werden, sondern auch privat oder für andere betriebliche Zweck, dann erfolgen nur anteilige fixe Kosten.

Literaturverzeichnis

Auferkorte-Michaelis, N. & Hintze, A. (2021).

Feedback-Methodenbar 2.0. Zentrum für Hochschulqualitätsentwicklung der Universität Duisburg-Essen. Abgerufen am 22.08.2025 von: https://duepublico2.uni-due.de/servlets/MCRFileNodeServlet/duepublico_derivate_00074948/DK_2021_01_Feedback-Methodenbar2_0.pdf

Farmdemo (2018): Design Guide for on-farm demonstrations.

Abgerufen am 22.08.2025 von: <https://trainingkit.farmdemo.eu/demo-design-guide/>

Hackl, W. (2005). Sozialforschung in den Erziehungs- und Bildungswissenschaften. Innsbruck: Studienverlag.

Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik

(2024). Methoden für die Erwachsenenbildung.

Moderation interaktiver Gruppenprozesse. Abgerufen am 22.08.2025 von: <https://www.haup.ac.at/projekte/methoden-bag-bildung-aktiv-gestalten-mit-methoden-fuer-die-erwachsenenbildung/>

LK NÖ (2016). Werkzeugkoffer, Praktische Öffentlichkeitsarbeit für Haus & Hof. St. Pölten: Eigenverlag. Abgerufen am 22.08.2025 von: https://blaetterkatalog.lko.at/noe/?catalog=Neuaufgabe_Werkzeugkoffer_2019_Web

momentum Institut für Rhetorik und Kommunikation

(2018). 12 Möglichkeiten, eine Rede zu beginnen und Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Abgerufen am 22.08.2025 von momentum: <https://rhetorik-online.de/12-moeglichkeiten-eine-rede-zu-beginnen-und-aufmerksamkeit-auf-sich-zu-ziehen/>

Petrovic, A. (29.04.2013). Evaluation von Bildungsangeboten - Prozesse optimieren. St. Wolfgang.

Stadt-Land-Impulse und Niederösterreichische Landeslandwirtschaftskammer(2004): Offene Hoftore.

1. Auflage, Bruck an der Leitha: Schneider.

Stockmann, R. (2007). Handbuch zur Evaluation

- Eine praktische Handlungsanleitung. Münster: Waxmann.

Wehling, E. (2016). Politisches Framing. Wie eine Nation sich ihr Denken einredet und daraus Politik macht. Köln: Halem.

Zeisset, J. & Fabry, T. (2018): Social Media für Landwirte – Facebook, Snapchat und Co., Eugen Ulmer KG, Stuttgart

www.meinHof-meinWeg.at