



NAP und SKEK Fachtagung 2012 – alte Sorten und Tourismus

AAAA

Anders als alle anderen – das ist nicht nur im Tourismus einer der wichtigsten Punkte, wenn Sie etwas anbieten.

Der Blickwinkel der Sammlungsbetreiberin

- Haben Sie Zeit und Lust, interessierte Leute zu empfangen?
- Was ist Ihre Botschaft an die BesucherInnen, Ihre „Mission“?
- Haben Sie die nötige Infrastruktur, um Gäste zu empfangen?
- Darf das Publikum frei durch den Garten laufen?
- Welche Pflanzenarten/-sorten sind besonders sehenswert?
- Wie ist der Garten gegliedert und beschriftet?
- Gibt es Produkte aus Ihrer Sammlung, die Sie anbieten können?
- Gibt es Geschichten rund um die Sorten in Ihrer Sammlung? Welche?
- Was machen Sie mit Anfragen im Winter?
- Wie können Sie Ihr Angebot bekanntmachen?
- Was ist Ihr Lieblingszielpublikum? Und wer sonst noch?

Der Blickwinkel des Tourismus

- Ist das Angebot spannend? Macht es neugierig?
- Ist die Ausschreibung verständlich? Geht aus der Ausschreibung hervor, an welches Publikum sich das Angebot richtet?
- Ist das Angebot in sich stimmig? Stimmt die Beschreibung mit dem Angebot überein?
- Ist das Angebot einzigartig?
- Ist der Ort gut erreichbar? Ist das Angebot preiswert (preiswert heisst nicht billig!)?
- Stimmt der äussere Rahmen (Beginn und Ende, Möglichkeit für Essen und Trinken, Toiletten, ...)?

Nutzen für den NAP

- bessere Bekanntheit der alten Sorten, von Produkten aus alten Sorten
- Bedeutung der alten Sorten, der Erhaltung kann erklärt werden, Verständnis für die Wichtigkeit der Erhaltung
- Bekanntmachen von Produkten aus alten Sorten
- Verständnis, dass Erhaltung eine öffentliche Aufgabe ist
- Bekanntmachen, dass die öffentliche Hand (BLW, weitere) etwas dafür macht

Roni Vonmoos-Schaub