

PROJEKT: Gemeinsamer Auftritt der «Erlebniswelt Burgrain»

Phase: *Anstossprojekt*
Dauer: *15.03.2021-31.12.2021 (geplanter Abschluss)*
Stand: *12.05.2021 (Projekt läuft)*
Projektträger: *Schweizerisches Agrarmuseum Burgrain, Agrovision Burgrain AG*



Management Summary – Worum geht es?

Auf dem Burgrain in Alberswil entsteht eine moderne Erlebniswelt, getragen vom neuen Schweizerischen Agrarmuseum und der Agrovision Burgrain AG (Biobauernhof, Bio-Restaurant, Bio-Hofladen, Bio- Käserei, Bio-Bäckerei, Bio-Fleischverarbeitung). Die Vielfalt und die schiere Grösse des Burgrains verlangen nach einer betriebsübergreifenden, gemeinsamen Vermarktung. Diese umfasst u.a. den gemeinsamen Auftritt (Website, Broschüren, Flyer), gemeinsame Events sowie die Besucherführung auf dem Gelände.



IST-Situation – Wie war der Stand vor der Projektumsetzung?

Vor der Projektumsetzung waren Besucher*innen auf dem Burgrain meist orientierungslos. Die wenigen Signaletik-Elemente waren uneinheitlich und nirgendwo wurde auf alle Angebote und Attraktionen des Geländes aufmerksam gemacht. Die beiden Organisationen Museum und Agrovision arbeiteten nur sporadisch zusammen, gemeinsame Events gab es praktisch keine. Die Websites waren vom Erscheinungsbild her völlig unterschiedlich und die Verlinkung zur jeweils anderen Organisation nicht auf Anhieb auffindbar.

Projektidee – Was soll verbessert werden?

Die Vielfalt und die schiere Grösse des Burgrains verlangen nach einer betriebsübergreifenden, gemeinsamen Vermarktung. Für die Besucher*innen soll ein einheitlicher Lern- und Erlebnisort entstehen, der das Museum, die Betriebe der Agrovision Burgrain AG sowie den Aussenraum umfasst und auf dem man sich problemlos orientieren kann. Beide Organisationen arbeiten – z.B. bei Events – enger zusammen und stimmen ihr Angebot aufeinander ab (Packages werden geprüft). Die Kommunikation gegen aussen wird harmonisiert (z.B. Webauftritt).

Projektziele – Welche konkreten Ziele verfolgt das Projekt?

Die unterschiedlichen Akteure auf dem Burgrain wachsen zu einer Erlebniswelt zusammen. Durch verschiedene Massnahmen zur gemeinsamen Vermarktung wird das Potential der Erlebniswelt Burgrain besser genutzt. Dadurch steigen sowohl die Gesamtbesucherzahl als auch die Stellenprozente der auf dem Beschäftigten im Museum.

Projektstand – Was wurde erreicht?

Das Signaletikkonzept wurde von allen Beteiligten gemeinsam entwickelt und verabschiedet. Neu entstanden sind verschiedene Rundwege, die verschiedene Attraktionen auf dem Burgrain miteinander verbinden. Besonders erfreulich ist, dass nebst dem Agrarmuseum und der Agrovision Burgrain AG auch die Regiofair Agrovision Zentralschweiz AG, die Gemeinde Alberswil, der Verein Burgruine Chastelen, die Agrovision Ressourcen AG, Bienen Schweiz sowie die Kapelle St. Blasius als Akteure auf dem Burgrain in diese Projektphase einbezogen werden konnten und sich an der gemeinsamen Signaletik beteiligen. In den nächsten Wochen werden die Signaletik-

PROJEKT: Gemeinsamer Auftritt der «Erlebniswelt Burgrain»

Phase: *Anstossprojekt*

Dauer: *15.03.2021-31.12.2021 (geplanter Abschluss)*

Stand: *12.05.2021 (Projekt läuft)*

Projektträger: *Schweizerisches Agrarmuseum Burgrain, Agrovision Burgrain AG*



Massnahmen im Aussenbereich (Karte, Wegweiser usw.) umgesetzt sein. Die Website des Museums wird aktuell überarbeitet.

Die Stellenprozente bei den Beschäftigten des Museums wurden erhöht.

Neu: Museumsleitung (zwei Co-Leiterinnen à je 50 %) 100% (von bisher 60%)

Koordination und Vermittlung im Naturgarten: Auf Mandatsbasis, ca. 150h pro Saison (Stelle existierte bisher nicht)

Reinigungsfachfrau (ca. 60-80%)

Ausserdem wurde das Team der Mitarbeitenden am Empfang (Kasse, Aufsicht) im Stundenlohn auf aktuell 28 Personen vergrössert (bisher: 13)

Ausblick – Wie geht es weiter?

Als nächstes steht die Planung und Realisierung des Eröffnungsevents an. Corona bedingt wird dieser in einem kleineren Rahmen als ursprünglich geplant umgesetzt. Der bereits angedachte «Familientag» mit ca. 1000 erwarteten Besucher*innen auf dem Burgrain wird um ein Jahr verschoben.

Weiter werden gemeinsame Angebote entwickelt, z.B. ein Cateringangebot, das für Anlässe im Museum direkt gebucht werden kann oder ein gemeinsames Verwaltungstool für die bereits bestehenden und neu geschaffenen Eventräume auf dem Burgrain.