

Berlin, 19.10.2011

Ländlicher Tourismus

Stellungnahme anlässlich der öffentlichen Anhörung des Ausschusses für Tourismus des Deutschen Bundestages am 26. Oktober 2011

Die Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland e.V. bedankt sich für die Aufforderung zur Stellungnahme. Als Dachverband von bundes- und landesweiten Organisationen, die sich in besonderer Weise für den ländlichen Tourismus einsetzen, repräsentiert die Bundesarbeitsgemeinschaft allein über ihre Landesorganisationen rund 5.000 zumeist kleinere und mittlere touristische Leistungsträger im ländlichen Raum.

Allgemeine Anmerkungen

Die Bundesarbeitsgemeinschaft hat in der Vergangenheit in vielen Gesprächen und Stellungnahmen gegenüber dem Tourismusausschuss und den beteiligten Bundesministerien aufgezeigt, welche Potenziale im ländlichen Tourismus noch verborgen liegen und wie diese aus unserer Sicht effizient erschlossen werden könnten. Vor dem Hintergrund der im Koalitionsvertrag verankerten Tourismuskonzeption für den ländlichen Raum hatte die Bundesarbeitsgemeinschaft gemeinsam mit dem Deutschen Landkreistag und dem Deutschen Bauernverband in einem gemeinsamen Positionspapier vom September 2010 (s. Anlage) bereits elf konkrete Handlungsfelder benannt. Dieses Papier ist nach wie vor aktuell. Es basiert auf den täglichen Erfahrungen der beteiligten Verbände vor Ort sowie auf den wissenschaftlichen Grundlagen, wie sie insbesondere mit den Studien des BMELV sowie mit dem viel beachteten Tourismusbarometer 2010 des Ostdeutschen Sparkassenverbandes gelegt wurden. Das Tourismusbarometer schlägt in einem praxisnahen „7-Punkte-Programm“ ebenfalls konkrete Maßnahmen vor, an denen unmittelbar angesetzt werden könnte und mit denen sich in vergleichsweise kurzer Zeit enorme Wirkungen erzielen ließen. Dieses 7-Punkte-Programm beinhaltet auch keine grundsätzlich ostdeutschen Spezifika, sondern ist in gleicher Weise für den Westen Deutschlands anwendbar.

Die handlungsrelevanten Grundlagen sind damit gelegt, den Hauptakteuren ist die Marschrichtung bekannt. In einigen Bundesländern sind zwar Widerstände gegen ein übergreifend koordiniertes, konzertiertes Vorgehen erkennbar. Die Branche darf sich dadurch jedoch nicht länger in ihrer wirtschaftlichen Entwicklung und Handlungsfähigkeit ausbremsen lassen. Wir müssen die Zeit des Kirchturmdenkens endgültig hinter uns lassen.



Nun sind verbleibende Hindernisse aus dem Weg zu räumen, und die aktuell sehr dynamische Entwicklung muss mit den erforderlichen Ressourcen hinterlegt werden. Daher unser eindringlicher Appell an den Tourismusausschuss und die beteiligten Ministerien auf Bundes- und Landesebene: Lassen Sie uns konkrete, abgestimmte und praxisrelevante Projekte anschieben, damit der Tourismus in den Regionen vor Ort tatsächlich wirksam gefördert wird. Warme Worte und bedrucktes Papier allein reichen nicht mehr aus! Für die Leistungsträger im ländlichen Raum steht hier auch die Glaubwürdigkeit der Politik auf dem Prüfstand.

Die Bundesarbeitsgemeinschaft arbeitet zusammen mit ihren Landesverbänden im Rahmen der ihr zur Verfügung stehenden Ressourcen bereits sehr aktiv an der Umsetzung der bekannten Handlungsfelder. Wir haben in 2010 mit der Entwicklung einer bundesweiten Landtourismus-Datenbank begonnen und auf dieser Grundlage die Informations- und Reservierungsplattform www.landsichten.de aufgebaut. Dieses neue Portal ist seit Juni 2011 online. Vom Start weg vermarkten sich darüber gut 2.500 Gastgeber mit rund 10.000 ländlichen Ferienobjekten. In enger Kooperation mit unseren Landesverbänden machen wir durch diese bundesweite Vermarktungsstruktur erhebliche Synergien nutzbar, ohne gleichzeitig die regionale Identität der Gastgeber zu schwächen.



Landsichten.de deckt das ganze Spektrum charakteristisch ländlicher Urlaubsformen ab und ermöglicht eine schnelle und komfortable Quartiersuche für die unterschiedlichsten Zielgruppen. So gibt es neben einer detaillierten Such- und Filtermöglichkeit spezielle Einstiegspfade über Hoftypen (Bauernhof, Reiterhof, Winzerhof, Erlebnishof, uvm.), über Urlaubsthemen (Familienurlaub, Wandern, Radfahren, barrierefreie Angebote, Urlaub mit Hund, Urlaub für Gruppen, uvm.) sowie regionale Einstiege über die Bundesländer bzw. über (auch bundeslandübergreifende!) Urlaubsregionen. Das Portal soll künftig auch um tagestouristische Angebote erweitert werden, um die vorhandenen Potenziale für regionale Wertschöpfung umfassend zu erschließen und dem Gast eine individuelle Urlaubsplanung im ländlichen Raum zu

Winzerhof, Erlebnishof, uvm.), über Urlaubsthemen (Familienurlaub, Wandern, Radfahren, barrierefreie Angebote, Urlaub mit Hund, Urlaub für Gruppen, uvm.) sowie regionale Einstiege über die Bundesländer bzw. über (auch bundeslandübergreifende!) Urlaubsregionen. Das Portal soll künftig auch um tagestouristische Angebote erweitert werden, um die vorhandenen Potenziale für regionale Wertschöpfung umfassend zu erschließen und dem Gast eine individuelle Urlaubsplanung im ländlichen Raum zu

ermöglichen. Das gemeinsam mit unseren Landesverbänden konzipierte und umgesetzte Portal ersetzt mittelfristig eine Vielzahl regionaler Insellösungen und wirkt damit der zunehmenden Zersplitterung des Angebotes entgegen. Es verschafft den Gastgebern Zugang zu professionellen Vermarktungs- und Kommunikationswegen und bietet zudem eine vollwertige Organisationslösung, die insbesondere auf die Erfordernisse kleinerer und mittlerer Betriebe zugeschnitten ist. Wir unterstützen damit nicht nur die einzelnen Anbieter im zunehmenden Wettbewerb, sondern wirken insbesondere auch qualitätssteigernd auf die touristischen Angebote ein (s.u., Nr. 2). Wesentliche Elemente des „7-Punkte-Programms“ sind damit ganz konkret in der Umsetzung begriffen.

Nachfolgend nehmen wir zu den in der Einladung genannten acht Themenbereichen im Detail Stellung:

1. Vermarktung

Kataloge, Messen und andere Vertriebswege haben nach wie vor ihre Bedeutung. Unbestritten ist jedoch, dass die Vermarktung über das Internet das mit Abstand wichtigste und in ihrer Bedeutung weiter zunehmende Vermarktungselement ist. Mit dem letztlich von der Bundesarbeitsgemeinschaft und ihren Landesverbänden getragenen Portal www.landsichten.de existiert inzwischen eine moderne, bundesweite Vermarktungsinfrastruktur, in der sich nach wie vor die einzelnen Regionen und Bundesländer mit ihren charakteristischen Besonderheiten umfänglich wiederfinden. Als professionelles Buchungssystem mit entsprechenden Schnittstellen ermöglicht Landsichten.de dem Gastgeber „mit einem Mausklick“, zusätzliche Verkaufskanäle von kooperierenden Plattformen und Landesmarketingorganisationen zu nutzen („Channel Management“).

Was nun fehlt und was wir als Verbände allein auch nicht stemmen können, ist die Bereitstellung eines Marketingbudgets, das dem Portal zu einer wirksamen Marktdurchdringung und damit zu einer tatsächlichen Steigerung der Auslastung der Betriebe gerade in der Nebensaison verhilft. Genau dies ist aber letztlich der Erfolg, an dem wir alle gemeinsam gemessen werden. In der Vergangenheit ist enorm viel Geld verpufft durch die staatliche Förderung von regionalen Themenportalen, die oftmals keinen nachhaltigen, über die Projektlaufzeit hinaus bestehenden Effekt haben (s.u., Nr. 4). An einer Bündelung der Vermarktungsressourcen auf Bundesebene führt daher kein Weg vorbei.

2. Qualitätssicherung

Grundsätzlich stehen Ferienobjekte im ländlichen Raum in ihrer Ausstattungsqualität denen in städtisch geprägtem Umfeld in nichts nach. Die Sterneklassifizierung nach den Kriterien des Deutschen Tourismusverbandes bzw. des DEHOGA ist in weiten Teilen Standard. Die Bedeutung eines nachweisbar dokumentierten Qualitätsstandards ist jedoch umso wichtiger, als insbesondere der Bereich Urlaub auf dem Bauernhof in manchen Teilen der Bevölkerung völlig zu Unrecht noch mit Imageproblemen und alten Klischees zu kämpfen hat. Hier wäre eine Imagekampagne wichtig, die von der Branche allein jedoch nicht finanziert werden kann.

Abgesehen von der reinen Ausstattungsqualität der Unterkunft hat der charakteristisch ländliche Tourismus auch noch ganz andere Qualitäten zu bieten. Diese müssen als Alleinstellungsmerkmal gegenüber anderen Urlaubsformen noch wirksamer als in der Vergangenheit kommuniziert werden. Es sind spezifische „Erlebnisqualitäten“, die beispielsweise einen Urlaub auf dem Bauernhof oder auf einem Weingut, Reiterferien oder aber eine Radtour von Heuherberge zu Heuherberge auszeichnen und im Vergleich zu touristischen Standardprodukten unverwechselbar machen. Hinzu kommen die persönliche Betreuung durch den Gastgeber, der Genuss regionaler Spezialitäten und das authentische Erleben von Land und Leuten, Arbeitsweisen, Traditionen und auch modernen Entwicklungen.

Um einerseits diese bislang zu wenig gewürdigten Leistungen der ländlichen Gastgeber dem Gast deutlich zu kommunizieren und andererseits aber auch die Gastgeber zu ermutigen, dieses Alleinstellungsmerkmal der Branche zu pflegen und weiter auszubauen, hat die Bundesarbeitsgemeinschaft 2007 begonnen, ergänzend zu den „Sternen“ ein eigenes Qualitätszeichen für Erlebnisqualität in den folgenden sieben typisch ländlichen Segmenten aufzubauen:

- Bauernhof
- Landurlaub
- Reiterhof
- Winzerhof
- Obsthof
- Fischerhof
- Erlebnishof (Tagesangebote)



Aktuell tragen rund 900 Betriebe eines der entsprechenden Qualitätszeichen. Im Zuge der Entwicklung des Landsichten-Portals wurden die Qualitätszeichen grafisch überarbeitet und angepasst. Mit der bundesweiten Landtourismus-Datenbank existiert im Grunde erst jetzt die technische Infrastruktur, um die Zeichen wirksam bekannt machen und gezielt vermarkten zu können. Die Zeichen werden erklärt (www.landsichten.de/service/qualitaetssiegel), bei den entsprechenden Betrieben dargestellt, gezielt suchbar gemacht und sind insbesondere auch eines von mehreren Sortierkriterien bei der Reihenfolge der in Suchanfragen dargestellten Betriebe. Landsichten.de positioniert sich damit gegenüber dem Gast mit Angeboten von geprüfter und nachgewiesener ländlicher Erlebnisqualität. Gleichzeitig animiert Landsichten.de die Gastgeber, genau diese Qualitäten stetig auszubauen und zu dokumentieren.

3. Regionale Wertschöpfung

Bei der weit überwiegenden Zahl der touristischen Leistungsträger im ländlichen Raum handelt es sich um kleine (oftmals kleinste!) und mittlere Betriebe. So liegt in den Reihen des

eigenen Verbandes der Durchschnitt bei drei Wohneinheiten je Vermieter. Naturgemäß können diese Betriebe kein besonders breites Spektrum an Service- und Freizeiteinrichtungen bereithalten. Im Zweifel investieren die Betriebe – völlig richtig – in ihre ländlichen Alleinstellungsmerkmale, also eher in Reitpferde und Spielscheune als in eigene Gastronomie und Hallenbad. Gerade die oftmals fehlende oder auf das Frühstück begrenzte Verpflegungsmöglichkeit eröffnet ein großes Potenzial für regionale Partnerschaften und Wertschöpfung. Von den ländlichen Gastgebern profitieren Gastronomie, Handwerk, Einzelhandel und alle Formen von Freizeit- und Kultureinrichtungen nicht nur unmittelbar vor Ort, sondern auch im weiteren Umkreis und in den umliegenden Städten. Eine Stärkung des Landtourismus bedeutet damit nicht allein eine Förderung der Gastgeber, sondern eine umfassende und nachhaltige Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung der ländlichen Räume.

4. Förderprogramme

Eine gezielte Förderung des ländlichen Tourismus findet auf Bundesebene bislang praktisch nicht statt. Auf Länderebene nutzen einige wenige Bundesländer die Möglichkeiten zur Investitionsförderung, die sich aus den Rahmenvorgaben der Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes (GAK) ergeben. Die meisten Bundesländer schöpfen die entsprechenden Potenziale zur Investitionsförderung jedoch nicht aus oder lassen sie gänzlich ungenutzt.

Eine Tourismusförderung im ländlichen Raum findet vielfach auch über die ELER-geförderten Leader-Projekte statt. Leider fördern manche dieser Projekte eher die weitere Zersplitterung des Angebotes und sind im Sinne einer sinnvollen und kohärenten Entwicklung der Gesamtbranche zum Teil als kontraproduktiv zu bewerten.

An dieser Stelle wird der Bedarf für eine abgestimmte, auf Bundesebene koordinierte Tourismuskonzeption für den ländlichen Raum besonders deutlich. An dieser Gesamtkonzeption sollten sich dann Länderkonzepte und letztlich auch bspw. einzelne Leader-Projekte orientieren, um eine sinnvolle und zielführende Gesamtentwicklung des Sektors zu gewährleisten.

5. Infrastruktur und Daseinsvorsorge

Der Bereich Infrastruktur wird ausführlich in dem in der Anlage beigefügten Positionspapier behandelt. Grundsätzlich ist der Tourismus im ländlichen Raum zwingend auf eine geeignete Infrastruktur angewiesen. Dies betrifft gleichermaßen die Verkehrsinfrastruktur (Straßen, Wander-, Rad- und Reitwege), den ÖPNV, den Breitband-Zugang zum Internet und sonstige Freizeit-Infrastruktur (z.B. Hallenbäder als mögliches Schlechtwetterprogramm). Von zentraler Bedeutung für die Eignung einer Region als Urlaubsziel sind auch der Erhalt (und ggf. Ausbau) von dörflicher Gastronomie, Handwerk und Einzelhandel.

Umgekehrt tragen die touristischen Freizeit- und Serviceeinrichtungen sowie die weiteren Infrastrukturelemente maßgeblich dazu bei, den ländlichen Raum auch als Lebensraum für die einheimische Bevölkerung aufzuwerten und damit bspw. der Abwanderung qualifizierter Arbeitskräfte entgegenzuwirken.

6. Verknüpfung von Landwirtschaft, Landschaftspflege und Tourismus

Vielfältige und attraktive Kulturlandschaften sowie eine intakte und erlebbare Natur sind Grundvoraussetzungen und somit wichtigster Standortfaktor für den Tourismus im ländlichen Raum. Es sind die Land- und Forstwirte, Winzer, Obstbauern und Schäfer, die für 95 Prozent der „Erholungslandschaft“ letztlich die Verantwortung tragen und dies als öffentliches Gut bereitstellen. Gleichzeitig profitieren sie nur im Einzelfall (z.B. Anbieter von Urlaub auf dem Bauernhof, Direktvermarkter, Hofgastronomie) bzw. indirekt von den wirtschaftlichen Effekten des Tourismus in der Region. Attraktive und verlässlich finanzierte Agrarumwelt- und Vertragsnaturschutzmaßnahmen für die Landnutzer sind daher für die Zukunft des Tourismus im ländlichen Raum unverzichtbar. Für deren praxisgerechte Ausgestaltung, ausreichende Finanzierung und breite Akzeptanz bei den Landnutzern muss noch mehr als in der Vergangenheit geworben werden, nicht allein unter Gesichtspunkten des Umwelt- und Naturschutzes, sondern auch im Hinblick auf das touristische Kapital der Region. Insofern unterstützt die Bundesarbeitsgemeinschaft die Forderung des Deutschen Bundestages, in Form von Modellvorhaben die Entwicklung von naturtouristischen Angeboten zu erproben (Drs. Nr. 17/2478). Gerade die Urlaubsbauernhöfe sind prädestiniert, hier eine aktive Vorreiterrolle einzunehmen.

7. Auswirkungen der Flexibilisierung des Baurechts

Die Kommunen sind aufgefordert, den vorhandenen Ermessensspielraum bei der Privilegierung nach § 35 Abs. 1 Nr. 1 BauGB tatsächlich zu nutzen, um erforderliche Neubaumaßnahmen, vor allem aber auch sinnvolle Umnutzungsmaßnahmen zu ermöglichen, mit denen zuvor landwirtschaftlich genutzte Gebäude einer sinnvollen Folgenutzung zugeführt und somit oftmals wertvolle Baukultur erhalten und gepflegt werden kann (s. auch Positionspapier Punkt 10 im Anhang).

8. Barrierefreiheit

Eine barrierefreie Gestaltung von Ferienunterkünften wird inzwischen auch im ländlichen Raum von vielen Gastgebern als zunehmend wichtiges Vermarktungskriterium erkannt, nicht zuletzt aufgrund des demografischen Wandels. Bei Um- und Neubaumaßnahmen werden in der Regel standardmäßig zumindest einzelne Ferienobjekte barrierefrei gestaltet.

Gleichzeitig gibt es im ländlichen Raum eine Reihe von touristischen Angeboten, die aufgrund ihres besonderen Charakters oder besonderer historischer Bausubstanz niemals sinnvoll barrierefrei ausgebaut werden können.

Weil die vorhandenen Angebote bzw. die von den Anbietern angesprochenen Zielgruppen so unterschiedlich sind, aber auch weil kein Mangel an barrierefreien Angeboten besteht, gibt es keinen sachlichen Grund, in diesem Bereich von Seiten des Staates reglementierend ordnungspolitisch einzugreifen. Begrüßenswert wäre jedoch eine verbesserte Förderung von Investitionen in den barrierefreien Ausbau von Ferienobjekten, beispielsweise im Rahmen der GAK (s. Nr. 4).

Berlin, im Oktober 2011

Anlage:

Gemeinsames Positionspapier der Bundesarbeitsgemeinschaft, des Deutschen Landkreistages und des Deutschen Bauernverbandes: „Ländlichen Tourismus stärken! – Ein Beitrag zur Erstellung einer Tourismuskonzeption für den ländlichen Raum“