

## **Fachliche Stellungnahme und Bewertung als Vorbereitung der Anhörung des Tourismusausschusses des Bundestages zum Urlaub auf dem Bauernhof/Lande**

**Basis der fachlichen Bewertung: Drucksachen 16/10320 und 16/7614 des Deutschen Bundestages - 16. Wahlperiode**

Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (N.I.T.), Kiel

9. Januar 2009

© bei den Autoren: Bente Grimm und Kai Zieseimer

### **I. Vorbemerkungen**

Das N.I.T. wurde gebeten, als Vorbereitung auf die Teilnahme des Instituts an der Anhörung des Tourismusausschusses des Bundestages zum Urlaub auf dem Bauernhof/Lande am 19. Januar 2009 in Berlin eine fachliche Stellungnahme zu zwei Anträgen der Fraktionen zu erarbeiten.

Basis der Stellungnahme sind die folgenden Anträge:

1. Deutscher Bundestag, Drucksache 16/10320, 16. Wahlperiode, 24.09.2008, Bauernhofurlaub und Landtourismus weiter fördern – Ländliche Räume nachhaltig stärken (Antragstellerinnen: CDU/CSU und SPD).
2. Deutscher Bundestag, Drucksache 16/7614, 16. Wahlperiode, 17.12.2007, Landurlaub und Urlaub auf dem Bauernhof als Chance für einen umweltfreundlichen Tourismus in Deutschland nutzen (Antragstellerin: DIE LINKE)

Die Ergebnisse dieser fachlichen Stellungnahme werden hiermit vorgelegt.

## II. Allgemeine Bewertung der Anträge

Insgesamt betrachten befassen sich beide Anträge mit der Mehrheit der wichtigen Aspekte des Bauernhof- und Landtourismus. Diese Befassung fällt im Antrag Drucksache 16/10320 dabei deutlich detaillierter aus als in dem Papier 16/7614.

Zweckmäßig aufgebaut, gelangen beide Anträge über eine Skizzierung ausgewählter Aspekte der Marktsituation, deren Bewertung und Nennung vorhandener Maßnahmen zu Forderungen mit Handlungsrelevanz.

Aus fachlicher Sicht muss sich eine Beurteilung der Anträge auf die dort vorhandenen Dimensionen „Beschreibung und Bewertung der Marktlage“ und „Nennung wichtiger Handlungsfelder und Prioritätensetzung“ beziehen. Denn: Auf diesen Ebenen sind aus fachlicher Sicht Konkretisierungen der Anträge denkbar, teilweise auch zwingend nötig, um dem hinter den Anträgen stehenden Anliegen, nämlich der Förderung des Bauernhof- und Landurlaubs sowie der Stärkung der touristischen Aktivität im ländlichen Raum, mehr Durchsetzungskraft zu verleihen.

Letztlich fällt insgesamt auf, dass beiden Anträgen die ausdrückliche Hervorhebung der Zielebene generell fehlt. Streng genommen ist aber die Formulierung von Forderungen nach einem Handeln ohne ein vollständiges Zielsystem für diesen touristischen Sektor sowie den ländlichen Raum potenziell ineffizient. Da es durchaus Zielformulierungen für die Entwicklung der ländlichen Räume in der Bundesrepublik gibt, liegt eine Bezugnahme in den vorliegenden Anträgen eigentlich nahe.

### III. Spezifische Bewertung der Anträge hinsichtlich ausgewählter Dimensionen

Vorbehaltlich einer detaillierteren Auseinandersetzung mit dem Thema ergeben sich aus fachgutachterlicher Sicht die folgenden, teilweise stichwortartigen Bewertungen:

#### Dimension 1: Beschreibung und Bewertung der Marktlage

Drucksache 16/10320	Drucksache 16/7614
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Nutzung der Studie zum Urlaub auf dem Bauernhof/Urlaub auf dem Land für das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz 2006 und einiger weiterer Quellen, u.a. zur Angebotslandschaft</li><li>▪ Weitestgehend angemessene Skizzierung der Angebots- und Nachfragesituation</li><li>▪ Teilweise unpräzise Marktbeschreibung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Nutzung der Studie zum Urlaub auf dem Bauernhof/Urlaub auf dem Land für das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz 2006 und weniger weiterer Quellen</li><li>▪ Knappe Skizzierung der Nachfragesituation</li><li>▪ Teilweise unpräzise Marktbeschreibung</li></ul>

Fazit:

Die genutzten Informationsquellen für die Formulierung der Anträge sind, besonders was den Antrag der Fraktion DIE LINKE betrifft, weitestgehend nachfrageorientiert. Die hohe Eignung der im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) auf Basis der Reiseanalyse RA 2006 erstellten Studie zum Urlaub auf dem Bauernhof/Urlaub auf dem Land zeigt sich bei der quantitativen und qualitativen Beschreibung der Nachfrageseite des Marktes in den Anträgen.

Teilweise sind aus gutachterlicher Sicht ausgewählte Marktinformationen und Bewertungen, die sich eher auf „Stimmungen“ und „Allgemeinplätze“ als auf derartige „harten“ Quellen beziehen, zu hinterfragen, zumindest zu relativieren oder zu konkretisieren. Handlungsempfehlungen drängen sich andernfalls ohne angemessenes Fundament auf.

Beispiele:

- Drucksache 16/10320, Seite 2, Absatz 4: Der Urlaub auf dem Land bietet eben häufig nicht Freizeitmöglichkeiten oder zumindest diese nur in spärlicherem Ausmaß als touristische Zentren. Die Nichtnutzung entsprechender Angebotsuntersuchungen führt zu einem Verkennen von Investitionsnotwendigkeiten in touristische Infrastruktur im ländlichen Raum bzw. der umfassenderen Vermarktung der vorhandenen Angebote in touristischen Zentren im jeweiligen Hinterland. Vgl. Drucksache 16/7614, Seite 1, Absatz 1.
- Drucksache 16/10320, Seite 2, Absatz 4: Für die Segmente Urlaub auf dem Bauernhof/Urlaub auf dem Land spielt der Gesundheitstourismus gegenwärtig überwiegend als sog. Allgemeines Gesundheitsmotiv, der Wellnessurlaub nur einzelbetrieblich und der Kultururlaub nur als sog. „Auch“-Kultururlaub eine Rolle. Fehleinschätzungen der zentralen Motive können zu einer Fehlleitung von Investitionen und Förderungen führen.
- Drucksache 16/10320, Seite 2, Absatz 4: Gefahr der Überschätzung des Reittourismus. Das hier beschriebene Wachstum findet auf geringem Niveau statt, erst recht was das Wanderreiten betrifft. Gleiches gilt für das Bootswandern. Wichtig für die Prioritätensetzung auf der Handlungsebene: Realistische Benennung der Marktgrößen.

- Drucksache 16/10320, Seite 2, Absatz 5: Die Rolle der Synergien zwischen dem Urlaub auf dem Bauernhof/Urlaub auf dem Land und Klassenfahrten scheint erläuterungswürdig, zumal der „normale“ Urlaubshof bzw. das Standard-Unterkunftsangebot auf dem Land in der Regel nicht für derartige Zwecke ausgerüstet ist (Kapazitäten, Personal etc.). Hierbei handelt es sich also um ein Spezialsegment für wenige Leistungsanbieter. Vgl. Drucksache 16/7614, Seite 1, Absatz 5.
- Drucksache 16/10320, Seite 3, Absatz 1: Ländlicher Tourismus ist aus vielen Gründen in der Regel nicht barrierefrei. Gründe: Weniger befestigte Wege als in Erholungsorten und -zentren, periphere Hoflagen, historische Bausubstanzen, arbeitsorientierte Gebäude etc. Im Übrigen ist eine Vermischung der Begriffe der alternden Gesellschaft und der Barrierefreiheit für touristische Planungszwecke zu undifferenziert. Vgl. Drucksache 16/7614, Seite 2, Absatz 3: Barrierefreiheit ist gegenwärtig eben nicht wichtiges Element des Qualitätstourismus im ländlichen Raum.
- Drucksache 16/10320, Seite 3, Absatz 2: Vorschlag: Streichung der Partyservices.
- Drucksache 16/7614, Seite 1, Absatz 6: Die Auslandsmärkte spielen im ländlichen Tourismus in Deutschland, vor allem in den hier genannten nördlichen Bundesländern, eine absolut untergeordnete Rolle.
- Drucksache 16/7614, Seite 2, Absatz 1: Zu berücksichtigen ist hier unbedingt, dass der ländliche Strukturwandel im Sinne von Betriebsstilllegungen landwirtschaftlicher Aktivität eben auch zu einer Verringerung der Authentizität des touristischen Angebots führt. Hier kann der Tourismus also nur bedingt ein Ersatz im Strukturwandel sein, denn er ist Komplement der landwirtschaftlichen Aktivitäten.
- Drucksache 16/7614, Seite 2, Absatz 7: Hinsichtlich der Bewertung „wachsender Bedarf für Wellnessangebote im ländlichen Tourismus“ wird gutachterlich eine nochmalige Prüfung anhand vorhandener Datenreihen empfohlen. In dieser Art der Formulierung wird der Wellnessurlaub auf dem Land aus fachlicher Sicht überschätzt.

## Dimension 2: Nennung wichtiger Handlungsfelder und Prioritätensetzung

Drucksache 16/10320	Drucksache 16/7614
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weitestgehend undifferenzierte Nennung von Handlungsfeldern als „zu begrüßen“ bzw. als Forderungen an die Bundesregierung</li> <li>▪ Fehlende Ordnung der Handlungsfelder</li> <li>▪ Prioritätensetzungen gegenwärtig nicht erkennbar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Weitestgehend undifferenzierte Nennung von Handlungsfeldern als Forderungen an die Bundesregierung</li> <li>▪ Prioritätensetzungen gegenwärtig nicht erkennbar</li> </ul>

### Fazit:

Beide Anträge nennen eine große Zahl an verschiedenen Handlungsoptionen, deren Einzeldiskussion das vorliegende Papier überfrachten würde. Es geht in der Bewertung dieser Handlungskataloge weniger um die Richtigkeit der genannten Vorhaben, sondern vielmehr um deren Zielrichtung, deren Stellenwert zu einander und deren sachliche Anordnung im Gestaltungsprozess des ländlichen Tourismus in Deutschland.

Beispiele:

- Drucksache 16/7614, Seite 2, Absatz 3: Wie oben bereits erwähnt, ist Barrierefreiheit gegenwärtig kein wichtiges Element des Qualitätstourismus im ländlichen Raum. Die Investitionsförderung im Rahmen der GA kann sich also nicht an erster Stelle darauf beziehen.
- Drucksache 16/7614, Seite 2, Absatz 6: Wie oben bereits erwähnt, sind die Auslandsmärkte im ländlichen Tourismus in Deutschland von untergeordnetem Stellenwert. In Zeiten beschränkter Marketingbudgets vor allem im ländlichen Raum muss im Rahmen von gemeinsamen Finanzierungen mit Eigenbeteiligungen der Kommunen und Regionen eine Fokussierung der Massenmärkte im Vordergrund stehen. Die DZT hingegen hat die Bearbeitung der Auslandsmärkte ohnehin als originäre Aufgabe zu bewerkstelligen. Die Nennung der fremdsprachigen Broschüren in diesem Zusammenhang scheint ein zu vernachlässigendes Detail zu sein und ist ein Beispiel für die fehlende Berücksichtigung touristischer Leistungsketten und Arbeitsschrittfolgen.
- Drucksache 16/10320, Abschnitt III und Drucksache 16/7614, Abschnitt II: Was in beiden Anträgen gänzlich fehlt, ist die Ebene der Kooperation des regionalen, ländlichen Tourismus – und dieser ist ein kleinräumliches Produkt und kein bundesweites Produkt – mit dem jeweiligen touristischen System und Vermarktungsnetzwerken der Bundesländer und Destinationen

#### **IV. Zusammenfassung: Perspektiven und notwendige Schritte der Antragsformulierung**

Zusammenfassend lässt sich festhalten:

- Die Anträge betonen mit Recht, dass der Urlaub auf dem Bauernhof/auf dem Land nach wie vor einen festen Stellenwert im deutschen Urlaubsreisemarkt hat. Die Nachfrage nach Urlaub auf dem Bauernhof konsolidiert sich.
- Es gibt nach wie vor ein erhebliches Interessentenpotenzial für den Bauernhof-Urlaub.
- Die Personen des Neupotenzials passen hinsichtlich Soziodemographie und Reiseverhalten gut in das Profil der aktuellen Bauernhofgäste. Die Ausschöpfung des Interessenten-Potenzials erscheint daher möglich und realistisch.
- Der Weg dahin ist wie in der Vergangenheit: Die Ansprüche der Kunden müssen wahrgenommen und mit Leistungen des Angebots beantworten.
- Vor dem Hintergrund des harten Wettbewerbs der Zielregionen, aber auch der Urlaubsformen im deutschen Reisemarkt ist für die Anbieter und die Bauernhof-Regionen die Selbstpositionierung im Markt am wichtigsten. Die Frage, die die Anbieter und Regionen beantworten müssen, ist u.a.: Was wollen wir wie anbieten? Und andererseits: Was ist angesichts knapper Ressourcen verzichtbar und für eine klares Profil nicht zwingend nötig?
- Die politischen Gestaltungsmöglichkeiten werden durch die hier diskutierten Anträge umfassend abgewogen.
- Aus gutachterlicher Sicht sind aber drei wichtige nächste Schritte nötig:
  - A. Prüfung und Redaktion der den Anträgen zu Grunde liegenden Marktdaten und Bewertungen unter Einbezug aktueller Reiseanalyse Daten (Das BMELV veröffentlicht demnächst die aktuelle Studie zum Urlaub auf dem Bauernhof und Urlaub auf dem Lande, welche auf Basis der Reiseanalyse 2008 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen erstellt wurde).

- B. Einbeziehung der generellen Ziele für die Entwicklung der ländlichen Räume in der Bundesrepublik Deutschland und seinen Bundesländern und Regionen
- C. Neusortierung der zu begrüßenden Vorhaben bzw. Forderungen als zielorientierte Handlungsoptionen priorisiert nach „Massen“- bzw. „Kernsegmenten“ und eher kleineren „Spezialsegmenten“ sowie in Anlehnung an gängigen Modelle der touristischen Leistungs- und Gestaltungsketten im Tourismus (Produktentwicklung – Kommunikation – Vertrieb).

\* \* \*

Dieser Beitrag stützt sich u.a. auf Ergebnisse der Reiseanalyse (RA) der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. Die Reiseanalyse ist eine seit über 35 Jahren jährlich stattfindende Untersuchung zur Erfassung und Beschreibung des Urlaubsreiseverhaltens der Deutschen und ihrer Urlaubsmotive und -interessen. Aus den Daten der RA sind für das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz in verschiedenen Jahren Studien zum Urlaub auf dem Bauernhof und Urlaub auf dem Lande vom *N.I.T.* erstellt worden.

Das *N.I.T.* engagiert sich in der touristischen Grundlagenforschung und in der anwendungsbezogenen Forschung und Beratung vor allem für Urlaubsregionen und Orte und führt im Auftrag der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. die jährliche Reiseanalyse durch. Insbesondere die vielfältigen Beratungserfahrungen des *N.I.T.* im ländlichen Raum in Abwägung mit den o.g. segment-spezifischen Marktforschungsdaten sind Bezugspunkte der vorliegenden Stellungnahme.

## Impressum



Institut für Tourismus- und Bäderforschung  
in Nordeuropa GmbH (*N.I.T.*)

Fleethörn 23  
D - 24103 Kiel

Telefon (0) 431 - 666 567 - 0  
Telefax (0) 431 - 666 567 - 10

E-Mail: [info@nit-kiel.de](mailto:info@nit-kiel.de)  
Internet: [www.nit-kiel.de](http://www.nit-kiel.de)

Ansprechpartner für die vorliegende Skizze:

Bente Grimm, Projektleiterin  
Kai Ziesemer, Leiter Beratung und Entwicklung