

Stellungnahme

für den „Ausschuss für Tourismus“ des deutschen Bundestages für die öffentliche Anhörung zum Thema „ländlicher Tourismus“ am 26. Oktober 2011

In der folgenden Stellungnahme wird auf alle gewünschten Themenfelder in der Einladung zur Expertenanhörung kurz eingegangen. Dabei werden die folgenden Themenfelder berücksichtigt.

Themenfelder der Stellungnahme:

- ⤴ Vermarktung
- ⤴ Qualitätssicherung
- ⤴ regionale Wertschöpfung
- ⤴ Förderprogramme
- ⤴ Infrastruktur und Daseinsvorsorge
- ⤴ Verknüpfung von Landwirtschaft/ Landschaftspflege und Tourismus
- ⤴ Barrierefreiheit
- ⤴ Auswirkungen der Flexibilisierung des Baurechts (Intensivtierhaltung im Außenbereich).

Ich, Dr. agr. Gerd Lehmann, bin Geschäftsführer von pro agro, Verband zur Förderung des ländlichen Raumes im Land Brandenburg e.V. und seit 20 Jahren als Berater sowie Regionalmanager für die Entwicklung des ländlichen Raumes in den neuen Bundesländern tätig.

Der Verband pro agro hat ca. 350 Mitglieder aus der Agrar- und Ernährungswirtschaft, dem ländlichen Tourismus und der Direktvermarktung im gesamten Land Brandenburg. Durch die einmalige Kombination aus der Produktentwicklung und Vermarktung von Angeboten des Land- und Naturtourismus, der Vermarktung regionaler Lebensmittel der Agrar- und Ernährungswirtschaft sowie der Erzeugnisse der Direktvermarktung sind unter dem Dach von pro agro große und wichtige Bereiche der Wertschöpfung im ländlichen Raum zusammengefasst. Pro agro generiert damit wichtige Synergieeffekte für den ländlichen Raum. So attestieren die Autoren des Sparkassenbarometers pro agro eine intensive Netzwerkarbeit sowie eine erfolgreiche Einbindung der Land- und Ernährungswirtschaft in die landtouristischen Strukturen (Quelle: Sparkassen Tourismusbarometer, 2010, S. 149). Die Autoren des Tourismusbarometers 2010 haben darüber hinaus ein Sieben-Punkte-Programm zum Ausbau des Landtourismus als Beitrag zur Regionalentwicklung empfohlen.

- Mehr Qualität
- Authentische Gestaltung
- Regionale Produkte
- Spezifische Landerlebnisse
- Zielgruppemarketing
- Kooperationen ausbauen
- Organisation und Finanzierung

Das Sieben-Punkte-Programm für den Landtourismus des Sparkassentourismusbarometers ist ein wichtiger Bestandteil der Arbeit von pro agro und dient als Basis für die weitere Entwicklung.

Ich kann in diesem Rahmen verzichten, auf die Abgrenzung der verschiedenen Angebote des ländlichen Tourismus (Agrotourismus, Landtourismus und Tourismus im ländlichen Raum) einzugehen und verweise auf den begründeten Vorschlag des DWIF (Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München) im Sparkassentourismusbarometer 2010 zur Abgrenzung des Tourismus im ländlichen Raum, seinen Entwicklungspotenzialen und Handlungsfeldern. Diesem Vorschlag stimme ich voll zu.

Aufgrund der historischen Gegebenheiten und aktuellen agrarstrukturellen Entwicklungen im ländlichen Raum ist der Tourismus im ländlichen Raum nicht mehr nur auf aktive landwirtschaftliche Betriebe beschränkt. Dieser Veränderung hat die Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof bereits kurz nach der Wiedervereinigung Rechnung getragen und sich in „Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland“ (BAG) umbenannt.

Durch die weithin bekannten Veränderungen im ländlichen Raum (Arbeitslosigkeit, demografischer Wandel etc.) ist der kleinteilige, ländliche Tourismus für landwirtschaftliche Betriebe, aber auch für viele andere Bewohner des ländlichen Raumes zu einer wichtigen Einkommensquelle geworden. Auch Neubürger im ländlichen Raum, manchmal auch als Raumpioniere bezeichnet, erschließen sich häufig den ländlichen Tourismus als weitere Einkommensmöglichkeiten für „Quereinsteiger“. Diese Quereinsteiger im Tourismus können oft mit überschaubaren finanziellen Ressourcen, wertvolle Bausubstanz einer neuen Nutzung zuführen und Traditionen im Dorf wiederbeleben und weiterleben.

Auch größere Investitionen zur Wiederbelebung vorhandener Immobilien im ländlichen Raum, z.B. durch den Ausbau von ehemaligen Herrenhäusern und Gutshöfen, verdanken sich häufig einer angestrebten touristischen Nutzung.

Der ländliche Tourismus ist auch deshalb eine bedeutende regionale Wertschöpfungsquelle, weil mit relativ geringen Investitionen Unternehmertum entsteht und schrittweise wachsen kann.

Der ländliche Tourismus ist darüber hinaus eine wichtige Grundlage für die Entstehung von Entwicklungsnetzwerken und Wertschöpfungsketten im ländlichen Raum.

Dort, wo Touristen sind, entsteht eine zusätzliche Nachfrage nach Lebensmitteln direkt vom Erzeuger. Die Direktvermarkter haben so die Möglichkeit, neue Kunden zu gewinnen und Produkte zu entwickeln. Die Betreiber einer Landgastronomie können mit traditionellen Gerichten und frischen Produkten der Saison Touristen für sich gewinnen und dadurch Arbeitsplätze schaffen. Landwirtschafts- und Gartenbaubetriebe können mehr Produkte zu rentableren Preisen an Wirtschaftspartner innerhalb der Region absetzen und verbessern so u.a. ihre Investitionskraft. Kleine Handwerksbetriebe und Künstler im ländlichen Raum können ihren Kundenkreis erweitern und schaffen neue Reiseanlässe für eine kleine Landpartie. Denn gerade die Kombination aus verschiedenen Angeboten ist ein wichtiger Erfolgsfaktor, um neue Touristen für den ländlichen Raum zu begeistern.

Insbesondere im Land Brandenburg mit der Hauptstadt Berlin im Zentrum hat diese positive Entwicklung durch Netzerkennung und den gezielten Ausbau der touristischen Infrastruktur zum rasanten Anstieg der Gäste- und Übernachtungszahlen beigetragen. So wurden im ersten Halbjahr 2011 in den Beherbergungsstätten und auf den Campingplätzen für Urlaubscamping des Landes Brandenburg rund 1,86 Mill. neu angekommene Gäste begrüßt. Nach vorläufigen Berechnungen des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg waren das 6,8 Prozent mehr als vor einem Jahr. Die Zahl der Übernachtungen belief sich auf fast 4,88 Millionen und überstieg den Vorjahreswert um 4,7 Prozent. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste lag bei 2,6 Tagen. Dabei muss hier erwähnt werden, dass sich die o.g. Zahlen auf die statistisch erfassten Beherbergungsbetriebe beziehen. Klein- und Kleinstbetriebe sowie die Tagestouristen werden somit nicht erfasst. Nichtsdestotrotz sind dabei Wertschöpfungsketten verlängert worden und neue Absatzmöglichkeiten entstanden.

Der kleinteilige ländliche Tourismus hat eine völlig andere Impulswirkung für das Unternehmertum im ländlichen Raum als z.B. große Hotelinvestitionen mit lohnabhängigen Arbeitsplätzen und internationalen Lieferantenbeziehungen.

Da für den ländlichen Tourismus kaum belastbare Statistiken verfügbar sind, wird die Bedeutung der ländlichen Tourismusangebote, deren Anbieter gerade noch unter oder über der Grenze zur Gewerblichkeit wirtschaften, meist unterschätzt und bei Tourismuskonzepten und Tourismusplanungen nicht angemessen berücksichtigt.

So ist in der aktuellen Tourismuskonzeption des Flächenlandes Brandenburg für die Jahre 2011-2015 der ländliche Tourismus nicht mehr als Teil der Tourismuswirtschaft existent. Das kann zukünftig als Begründung dienen, um Fördermöglichkeiten für Entwicklungen im ländlichen Tourismus einzuschränken. Gerade für die kleinteiligen, der Situation im ländlichen Raum angepassten Projekte, ist eine Förderung aus ELER wichtig.

Auch im ländlichen Tourismus steigen die Qualitätsanforderungen der Gäste weiter an. So sind Ferienwohnungen im 4-5 Sterne Bereich wesentlich gefragter als „Billigangebote“. Dieser Herausforderung haben sich die BAG und die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) gestellt und in Abstimmung mit dem Deutschen Tourismus Verband (DTV) Qualitätszeichen für den ländlichen Tourismus entwickelt. Dabei hat durch regionale Initiativen die Vielzahl der Zeichen stark zugenommen. Der Handlungsbedarf zur Anpassung und Vereinheitlichung der Qualitätszeichen wurde erkannt. Es gibt aktive Bemühungen, die Qualitätssiegel zu validieren und unter Berücksichtigung der Vielzahl der Angebotsformen im ländlichen Tourismus zu reduzieren. Dafür ist eine wissenschaftlich fundierte Hilfestellung erforderlich, um ein einheitliches Vorgehen im ländlichen Tourismus in ganz Deutschland zu erreichen.

In Brandenburg arbeitet der pro agro e.V. deshalb eng mit der Tourismusakademie des Landes und der BAG zusammen. Überdies arbeitet pro agro mit der Tourismus Marketing Brandenburg GmbH zusammen, um die Servicequalität auch im ländlichen Tourismus zu verbessern. Pro agro verfügt deshalb über ausgebildete Qualitätscoachs und Zertifizierer. Mit den jährlichen „Tagen des ländlichen Tourismus“ im Land Brandenburg“, veranstaltet durch pro agro in Kooperation mit den LEADER-Gruppen im Land, werden die ländlichen Tourismusunternehmen qualifiziert und über aktuelle Entwicklungen informiert. Zudem findet in den Workshops ein wichtiger Erfahrungsaustausch statt.

Die Vermarktung der Angebote des ländlichen Tourismus in den einzelnen Bundesländern ist sehr von der touristischen Tradition des Urlaubs auf dem Bauernhof abhängig.

Während insbesondere die westlichen Bundesländer über starke Landesverbände und eigene Buchungsportale verfügen, ist in Brandenburg nur ein Informationsportal für den ländlichen Tourismus im Internet aufgebaut worden. Die buchbaren Angebote werden über die Tourismus Marketing Brandenburg GmbH vermarktet. Dabei ist eine Zielgruppenansprache für den ländlichen Tourismus nicht möglich.

Das Informationsportal von pro agro (www.naturlich-brandenburg.de) bietet den Mehrwert einer Kombination aus Information und telefonischer Buchbarkeit direkt bei den Anbietern landtouristischer Dienstleistungen. Zudem erhält der Besucher Informationen zu Einkaufsmöglichkeiten beim Direktvermarkter, regionalen Spezialitäten und Einkehrmöglichkeiten in die brandenburgische Landgastronomie.

Aufgrund der beschriebenen Situation haben die Landesarbeitsgemeinschaften mit der BAG beschlossen, ein gemeinsames deutschlandweites und leistungsstarkes Informations- und Buchungsportal für den ländlichen Tourismus mit www.landsichten.de aufzubauen. Seit Mitte 2011 ist das neue Buchungsportal im Internet verfügbar. Gegenwärtig arbeiten die Landesarbeitsgemeinschaften noch an einer vollständigen Umstellung auf das neue Buchungsportal. Dieses Portal bietet eine zielgruppengerechte Vielfalt an Ausstattungsmerkmalen und Angebotsbausteinen für den Gast des Landtourismus und Urlaub auf dem Bauernhof an.

Damit steht erstmals ein modernes, zielgruppengerechtes Buchungsportal für den deutschsprachigen Raum zur Vermarktung landtouristischer Angebote zur Verfügung.

Zur engeren Zusammenarbeit und Einbindung in die Vielzahl der Landesportale und anderen Buchungsportale im deutschsprachigen Raum ist eine konzeptionelle-wissenschaftliche Begleitung und Planungshilfe im zweiten Entwicklungsschritt des Internetportals für den Landtourismus notwendig.

Die zunehmende Bedeutung der Landschaftspflege für die Landwirtschaft und des Naturschutzes für den ländlichen Raum in den letzten 20 Jahren hat zu einer engen Verbindung zwischen dem Land- und Naturtourismus sowie der BIO-Landwirtschaft bzw. der Landwirtschaft nach guter fachlicher Praxis geführt. Viele Land- und Forstwirte betreiben in zunehmendem Maße auch Landschaftspflege. Diese gepflegten Kulturlandschaften sowie artenreichen Nationalen Naturlandschaften, ehemals Großschutzgebiete, sind die Grundlage des Land- und Naturtourismus. Produkte der Direktvermarkter verdanken sich häufig landschaftspflegerischen Initiativen. Grundlagen sind zunehmend seltene und manchmal sogar vom Aussterben bedrohte Haustierrassen und Kulturpflanzenarten, die besonders gut für die Landschaftspflege geeignet sind und die Wertschöpfungsketten bis zu den regionalen Spezialitäten auf der Ladentheke der Direktvermarkter verlängern. Die Zielgruppe der Land- und Naturtouristen hat gerade an diesen Spezialitäten ein besonderes Kaufinteresse beim Direktvermarkter. Aber auch auf dem Frühstückstisch in der Ferienwohnung oder im Landgasthof werden diese Produkte gerne angenommen.

In Brandenburg hat dieses zunehmende Interesse an regionalen Produkten bei den Hotels und Gaststätten zu einer engen Zusammenarbeit zwischen pro agro und dem Hotel- und Gaststättenverband des Landes Brandenburg geführt.

Das große Entwicklungspotenzial dieser Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft, ländlichem Tourismus, Direktvermarktung und Ernährungswirtschaft in der Wertschöpfungskette ist wissenschaftlich-konzeptionell und planerisch für Deutschland nicht untersucht. Eine Erfassung und Bewertung dieser wirtschaftlichen Potenziale aus dem ländlichen Tourismus im ländlichen Raum ist in Deutschland noch nicht erfolgt.

Das Interesse der Verbraucher an regionalen Produkten hat eine Ausstrahlungskraft bis in die Städte. Auch der Lebensmittelhandel hat ein zunehmendes Interesse an regionalen Produkten entwickelt. Dieser Effekt ist insbesondere in Berlin und anderen Metropolregionen mit einer Vielzahl von Tagestouristen im ländlichen Raum zu verzeichnen.

Für die Arbeit von pro agro mit Schwerpunkt auf dem Berliner Markt resultiert daraus eine enge Zusammenarbeit mit KAISER's unter der Regionalmarke VON HIER, mit EDEKA-Reichelt, mit der BIO-Company und mit weiteren großen Lebensmittelhändlern. Durch diese Zusammenarbeit kann der Lebensmittelhandel eine Umsatzsteigerung mit regionalen Produkten erreichen. Das wiederum schafft zusätzliche Wertschöpfung und Arbeitsplätze in kleinen Unternehmen im ländlichen Raum und verstärkt das Interesse am ländlichen Tourismus.

Diese Zusammenarbeit mit dem Lebensmittelhandel ermöglicht pro agro bspw. die direkte Einladung der Verbraucher im Supermarkt zur Landpartie nach Brandenburg, um u.a. die Herkunft bzw. Erzeuger ihrer Lebensmittel kennen zu lernen. Als Angebot für diese touristische Zielgruppe gibt pro agro seit zwei Jahren einen Ausflugsplaner Brandenburg im Frühjahr und im Herbst heraus. Bausteine des Tagesangebotes sind Einkaufen beim Erzeuger, Genießen in der Landgastronomie und ein kleines Freizeit-, bzw. Kulturerlebnis im ländlichen Raum.

Das zunehmende Interesse der Städter am ländlichen Raum und seinen Produkten hat in der Zusammenarbeit mit dem Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg und mit der Deutschen Bahn zu speziellen Angeboten für Reisende mit öffentlichen Verkehrsmitteln geführt. Ein weithin bekanntes Produkt der Deutschen Bahn ist dabei das „Fahrziel Natur“, was man um „Fahrziel Landpartie“ ergänzen könnte. Erste Beispiele einer erfolgreichen Zusammenarbeit zwischen Touristikern, dem regionalen Busverkehr und der Bahn sind die regionalen „48 Stunden“ Angebote in mehreren Brandenburger Reisegebieten. Pro agro arbeitet aktuell

daran, in Zusammenarbeit mit dem Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg ländliche Tourismusangebote für Tages- und Wochenendreise auf der Grundlage der öffentlichen Verkehrsmittel im gesamten Land zu entwickeln. Das führt zu einer verstärkten Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel auch außerhalb der Pendlerzeiten, was deren Erhaltung und darüber hinaus den bedarfsgerechten Ausbau angeraten sein lässt.

Die Bedeutung des Tourismus für den Umsatz im Einzelhandel ist in Städten vielfach untersucht. Auch im ländlichen Raum ist der Umsatz mit den Touristen ein wichtiges Feld für den Einzelhandel. REWE hat z.B. Möglichkeiten der Bargeldauszahlung entwickelt, um den Kunden auch Bargeld in die Hand zu geben. Das nützt der ländlichen Gastronomie und vielen anderen kleineren Wirtschaftsakteuren im ländlichen Raum sowie der ländlichen Bevölkerung und stärkt die Wettbewerbsposition von REWE.

Der Lebensmittelhandel ist deshalb auch an einer Zusammenarbeit mit pro agro und dem Sparkassenverband im Land Brandenburg zur Sicherung der Daseinsvorsorge im ländlichen Raum interessiert. Gegenwärtig finden dazu Gespräche mit der EDEKA Minden-Hannover und dem Ostdeutschen Sparkassenverband statt.

Mit dem demografischen Wandel haben die Anforderungen an die Barrierefreiheit in ihrer Bedeutung für alle Bereiche des öffentlichen und privaten Lebens sowie bei allen touristischen Angeboten stark zugenommen. Da im Transportmittelsektor, im Einzelhandel, in touristischen Beherbergungsstätten und Gaststättengewerbe, den Banken und anderen Unternehmen vergleichbare Herausforderungen zu bewältigen sind, kann eine Zusammenarbeit aller Akteure im ländlichen Raum die Anzahl der barrierefreien Angebote schneller vermehren. Die Investitionen der öffentlichen Hand und der Tourismusunternehmen zur Sicherung der Barrierefreiheit können die Schaffung barrierefreier Angebote im ländlichen Raum wesentlich beschleunigen, wenn nach einheitlichen Maßstäben und Handlungsempfehlungen vorgegangen wird. In Brandenburg ist dafür bei der Tourismus Marketing GmbH eine Arbeitsgruppe zum Thema Barrierefreiheit aktiv tätig.

Die flexible Gestaltung und Handhabung des Baurechts zur Privilegierung von Intensivtierhaltungen im Außenbereich ist ein Ausdruck der mangelnden Harmonisierung der entsprechenden gesetzlichen Regelungen in der EU. Zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Tierhaltung im EU-Maßstab ist die Zulassung größerer Tierhaltungsanlagen im Außenbereich erforderlich geworden, um die Investitionen und Arbeitsplätze der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft im ländlichen Raum zu sichern. Im ländlichen Tourismus haben derartige Anlagen nur punktuelle Auswirkungen. Dabei kann eine starke Beeinträchtigung der Interessen des ländlichen Tourismus im Einzelfall möglich sein. Das Problem entsteht kaum, wenn ortsansässige und in die sozialen Netzwerke eingebundene Landwirte Erweiterungsinvestitionen planen. Problematisch werden Investitionen oft durch internationale Kapitalgesellschaften, die an regionalen Bezügen zum gesamten sozialen und wirtschaftlichen Umfeld nicht interessiert sind. Beschränkungen im Baurecht sind nach meiner Auffassung nicht der geeignete Weg, um Arbeitsplätze im ländlichen Raum zu sichern und zu schaffen.

Der ländliche Tourismus bedarf gerade wegen seiner Sonderstellung als Netzwerkknoten im ländlichen Raum einer konzeptionellen und planerischen Unterstützung, um einen wesentlichen Beitrag für die gesamte Entwicklung des ländlichen Raumes zu leisten. Der ländliche Tourismus bringt zusätzlich Kaufkraft in den ländlichen Raum, die Wertschöpfung und Arbeitsplätze schafft und zur Sicherung der Daseinsvorsorge im ländlichen Raum wesentlich beitragen kann.

Die fehlende konzeptionell – planerische Befassung mit dem ländlichen Tourismus führt zu weiter wachsenden Informationsdefiziten hinsichtlich der Bedeutung und wirtschaftlichen

Funktion des ländlichen Tourismus für den ländlichen Raum. Daraus wird dann manchmal in einer Landestourismuskonzeption abgeleitet, dass der ländliche Tourismus, weil statistisch nicht erfasst, ohne wirtschaftliche Bedeutung für den Landestourismus wäre. Das hat dann Auswirkungen auf die Förderung und wissenschaftliche Bearbeitung des ländlichen Tourismus. So können die beklagten Entwicklungsdefizite des ländlichen Tourismus besonders in den neuen Bundesländern nicht überwunden werden.

Zur Sicherung des erforderlichen planerischen Vorlaufs für die Entwicklung des ländlichen Tourismus in der Arbeit von pro agro im Land Brandenburg hat der Vorstand von pro agro 2010 die Erstellung eines Entwicklungskonzeptes beschlossen. Die Defizite dieses Entwicklungskonzeptes von pro agro für den ländlichen Tourismus bestehen vor allem in der fehlenden wissenschaftlichen Grundlage einer Entwicklungskonzeption für den ländlichen Tourismus in Deutschland und in der Landestourismuskonzeption des Landes Brandenburg. Ein wissenschaftlich gesichertes Entwicklungskonzept für den ländlichen Tourismus in Deutschland ist für die wirtschaftliche Erschließung der bisher nicht genutzten Ressourcen im ländlichen Raum und als Beitrag zur Sicherung der Daseinsvorsorge in ausgewählten Lebensbereichen durch die Wirtschaftskraft der ländlichen Touristen dringend erforderlich.

Teltow-Ruhlsdorf, 12.10.2011

Dr. Gerd Lehmann
Geschäftsführer