

Ausschuss für Tourismus
Wortprotokoll
41. Sitzung

Berlin, den 26.10.2011, 14:00 Uhr
Sitzungsort: Paul-Löbe-Haus
Sitzungssaal: 4.600

Vorsitz: Klaus Brähmig, MdB

TAGESORDNUNG:

Öffentliche Anhörung zum Thema "Ländlicher Tourismus"

Sprechregister Abgeordnete

	Seite
Vorsitzender Klaus Brähmig	7, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 25, 26
Marlene Mortler	16
Heinz Paula	16
Horst Meierhofer	17
Kornelia Möller	18
Markus Tressel	18
PStS Ernst Burgbacher	26

Sprechregister Abgeordnete

	Seite
Prof. Thomas Bausch	8, 24
Mag. Hans Embacher	9, 22
Claudia Gilles	10, 21
Lilly Kühnel	11
Dr. Gerd Lehmann	13, 21
Ute Mushardt	14, 19

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Meine hochgeschätzten Kolleginnen und Kollegen, Herr Staatssekretär Burgbacher, liebe Sachverständige, Gäste und Mitarbeiter, ich darf Sie ganz herzlich zu unserer Anhörung „Ländlicher Tourismus“ begrüßen. Wir wollten um 14.00 Uhr beginnen, aber die Rettung des Euros, Europas und der Welt hat uns einen zeitlichen Strich dazwischen gemacht. Ich bitte also um Verständnis und dass wir versuchen, gemeinsam diese Veranstaltung recht zügig und effizient durchzuführen.

Ich begrüße vor allem namentlich die Sachverständigen, die sich die Obleute ausgewählt haben, um in das Thema etwas tiefer einzusteigen. Der Tourismusausschuss, aber auch die Fraktionen beschäftigen sich schon seit Jahren durch Vorortbesuche, durch Anträge der verschiedensten Art mit diesem Thema. Und wenn ich das so sagen darf, ohne das Meinungsbild der Bundesregierung vorweg zu nehmen, beabsichtigt auch die Bundesregierung, d.h. das Wirtschaftsministerium gemeinsam mit dem Landwirtschafts- und Verbraucherschutzministerium ein Konzept zu entwickeln, weil man auch die Notwendigkeit und Wichtigkeit erkannt hat. Das ist auch Ihr Verdienst mit als Vertreter aus den verschiedenen Regionen.

Ich darf dem Alphabet nach ganz herzlich Herrn Prof. Dr. Thomas Bausch, Hochschule für angewandte Wissenschaften der Fachhochschule München - Fakultät für Tourismus bei uns hier begrüßen. Des Weiteren freue ich mich, dass wir einen lieben Gast aus unserem Nachbarland der Republik Österreich begrüßen dürfen, Herrn Hans Embacher, Geschäftsführer des Bundesverbandes Urlaub am Bauernhof in Österreich, seien Sie uns herzlich willkommen. Im Übrigen, für alle, die es nicht wissen, heute ist der österreichische Nationalfeiertag. Das ist eine ganz große Ehre, die Sie uns geben. Ich freue mich, dass eine alte Bekannte, Frau Claudia Gilles, Hauptgeschäftsführerin des Deutschen Tourismusverbandes (DTV), heute bei uns ist. Wir arbeiten fast schon 20 Jahre sehr eng und intensiv zusammen. Des Weiteren begrüße ich Frau Lilly Kühnel, Vorstandsvorsitzende des Verbandes Landurlaub Mecklenburg-Vorpommern e.V., auch Sie sind uns herzlich willkommen. Ich begrüße Herrn Dr. Gerd Lehmann, Geschäftsführer des Verbandes pro agro - zur Förderung des ländlichen Raumes im Land Brandenburg e.V. ganz herzlich bei uns und darf Frau Ute Mushardt, Vorsitzende der Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus e.V. ganz herzlich begrüßen und freue mich auch, dass in Begleitung Herr Wetterich anwesend ist, auch Sie seien uns herzlich willkommen.

Meine Damen und Herren, gestatten Sie mir einige wenige Worte zur Einführung. Vor fast genau einem Jahr hatten wir an dieser Stelle den Präsidenten des Deutschen Bauernverbandes, Herrn Gerd Sonnleitner in unserer Ausschusssitzung zu Gast. Wir waren uns einig, dass wir weiterhin mit unserem Ausschuss das Thema Landtourismus intensiv beackern wollen, um in der Landwirtschaftssprache zu bleiben. Es bestand auch Einigkeit, dass wir hier sehr eng die Verbände, Vereine und Institutionen, die hier Erfahrung aus erster Hand haben, mit dazu einbinden. Wie Sie wissen haben wir in Deutschland zurzeit eine besondere Situation. Der Tourismus boomt, man muss allerdings mit der Lupe etwas genauer hinschauen, die großen Städte Berlin, Hamburg, München haben teilweise zweistellige Zuwachsraten, vor allem auch aus dem internationalen Bereich und der ländliche Raum stagniert. Sicherlich gibt es auch Räume, die dort wachsen, aber insgesamt haben wir dort Probleme, die erkannt worden sind und die es jetzt gemeinsam gilt in einer konzentrierten Aktion von Touristikern, von Landwirtschafts- und Bauernvertretern, aber auch den Regierenden in Bund, Ländern und Gemeinden abzustellen. Um hier ein Stichwort zu nennen – Investitionsstau z.B., die Frage der verkehrlichen Erreichbarkeit.

Gerade Sie, Frau Mushardt, haben uns in der Vergangenheit immer wieder darauf hingewiesen bei unseren Vorortbesuchen bei der Grünen Woche oder der ITB. Diejenigen, die bei den Veranstaltungen und Besuchen mit dabei war, können sagen, wir sind dann klüger gegangen, als wir gekommen sind.

Ich glaube auch den Blick über die Grenze werfen zu dürfen, das ist für uns immer ein Herzensanliegen. Ich meine nicht nur ich, sondern auch viele andere Kollegen sind fasziniert von dem, was man in Österreich, in Südtirol auf diesem Gebiet leistet. Wir haben zumindest den Eindruck, da sind die Strukturen effizienter, da arbeitet man letztendlich noch intensiver zusammen, aber davon werden Sie uns heute auch berichten.

Zwei, drei technische Anmerkungen noch für die Sachverständigen, die Sitzung wird elektronisch aufgezeichnet, deswegen bitte ich das Mikrofon zu benutzen. Ich würde Sie auch bitten, dass wir mit den kurzen Eröffnungsstatements, nicht länger als fünf Minuten, beginnen. Wir haben von Ihnen auch die schriftlichen Stellungnahmen (Anlage 1a und b) erhalten, so dass wir dann genügend Zeit haben, um entsprechende nachzufragen. Ich werde in der Reihenfolge des Alphabetes aufrufen und würde ebenfalls darum bitten, dass von unseren Kollegen bei der Runde der Fraktionen keine eigenen Statements gehalten werden,

sondern, wie wir es in der Obleuterunde besprochen haben, ganz kurz und kompakt Fragen an die entsprechenden Sachverständigen gestellt werden.
Ich darf Ihnen, Herr Prof. Bausch, das Wort geben.

Prof. Thomas Bausch (Hochschule für angewandte Wissenschaften, FH München – Fakultät für Tourismus): Vielen Dank Herr Vorsitzender. Zunächst herzlichen Dank für die Einladung. Sie haben uns mit dem Thema „Ländlicher Tourismus“ von der fachlichen Seite eine Aufgabenstellung gegeben, wo ich mir Gedanken gemacht habe, was ist ländlicher Tourismus. Als Wissenschaftler neigt man dazu, das nicht so platt zu machen, zu sagen, ländlicher Tourismus ist alles, was nicht Städtetourismus ist. Deshalb habe ich einmal nachgeschaut, wie es eigentlich EUROSTAT definiert und EUROSTAT trennt dann durchaus noch weiter und sagt, wir haben Badetourismus, Inseltourismus, Tourismus in Stadtregionen, Gebirgstourismus und sagt, der Rest ist dann ländlicher Tourismus. Man kann es auch aus der Kundensicht sagen, ländlicher Tourismus ist etwas, wo der ländliche Charakter wesentlicher Bestandteil der Produktwahrnehmung und der Buchungsmotivation ist und das ist natürlich beim Badeurlaub auf einer Nordseeinsel oder einem Wanderurlaub im Mittelgebirge, Schwarzwald definitiv anderer Natur. Deshalb werde ich mich in den weiteren Ausführungen gedanklich eher an dem ländlich und landwirtschaftlich geprägten Raum und auch an dem ländlich schwach strukturierten Raum orientieren, wobei sicherlich die dann daraus abgeleiteten Empfehlungen durchaus auch für die anderen so genannten ländlichen Räume zutreffen.

Welche Grenzen und Chancenfelder sehen wir im Bereich des ländlichen Tourismus? Man sollte natürlich immer von den relativen Stärken solcher Räume ausgehen. Relative Stärken des ländlichen Raums sind relative Langsamkeit, Heimatgeborgenheit und Sicherheit, was das Symbol für Beständigkeit in einer immer sich global schneller ändernden Welt darstellt. Die kulturelle Authentizität ist ganz wichtig mit der regionalen Gegenwart zu austauschbaren industriellen Angeboten. Das Thema Natürlichkeit, was bis in die Thematik herein mündet von Lebensmitteln direkt aus der vom Bürger so verstandenen Natur, Weite und damit verbundener freier Bewegungsraum, dann auch ein intaktes Wertgefüge abseits der Konsumwelten, also man ist noch daheim und würdigt diese menschlichen Begegnungen. Daraus lassen sich eine ganze Reihe von Angebotsfeldern entwickeln. Ich sehe bei diesen Angebotsfeldern als explizit zu nennen natürlich den Familienurlaub auf dem Bauernhof, wobei hier auf dem Bauernhof mit einem Hauch des Erlebens eines Bauernhofes möglich ist. Wir wissen, dass die landwirtschaftliche Produktion heute nicht mehr die Romantik hat, aber der Kunde hätte es gerne. Dann die regionale Küche und Kulinariik, ein spannendes Thema. In Zukunft könnte es sein, in Verbindung mit regionalen Lebensmitteln und Genussradfahren, etwa auch mit E-Biking oder Naturheilangebote durch Fachärzte begleitet, die auf ortsgebundenen natürlichen Heilmitteln aufbauen, zu reisen.

Schließlich gibt es die Möglichkeit einer programmatischen Positionierung durch die Regionen, d.h. die Gäste kommen sehr stark aus einem urbanen Raum, dort gibt es Themen und Ängste, die man vielleicht aufgreifen könnte, das könnte in Zeiten des Klimawandels so etwas sein wie CO₂-Neutralität, das könnten Bioprodukte sein, das könnte E-Mobilität sein oder Gentechnikfreiheit, jede Region, wie sie es für geeignet hält.

Sie haben nach der Verknüpfung von Landwirtschaft, Landschaftspflege und Tourismus gefragt. Es ist natürlich unbestritten, dass die hochwertige Kulturlandschaft in diesen ländlichen Räumen durch die landwirtschaftliche und forstwirtschaftliche Nutzung entsteht. Hier ist aus touristischer Sicht zu bemängeln, dass wir eine Tendenz haben hin zu großen monostrukturierten Flächen, um Energieträger zu erzeugen. Das ist dem Tourismus nicht unbedingt zuträglich. Aber wir haben auch andere Aspekte und hier sehe ich an erster Stelle in Deutschland die Naturparke, die immerhin 25 Prozent der Fläche der Bundesrepublik Deutschland ausmachen und fast die Hälfte des ländlichen Raums abdecken. Hier haben wir Pflege- und Entwicklungspläne, die als Instrument zur Kulturlandschaftspflege eingesetzt werden können und dann wiederum die Naturparke als Träger der touristischen Entwicklung sein können.

Sie haben nach dem Thema Produktentwicklung und Qualitätssicherung gefragt. Hier möchte ich etwas plakativ sagen, das ist an erster Stelle nicht eine Aufgabe auf Bundesebene, das ist eine Aufgabe, die vor Ort geleistet werden muss. Der Bund hat viele Qualitätsinitiativen durch den DTV, den DEHOGA usw. getragen, immer wieder angeschoben, dasselbe die Landesmarketingorganisationen. Unser Problem ist, es kommt unten nicht an und da ist an erster Stelle die Kommunalpolitik mit zögerlichem Handeln Schuld, weil man sich nicht traut, Qualität konsequent einzufordern. Es leben einfach zu viele vom Tourismus, man tritt zu vielen auf die Füße. Hier konsequent einmal diese Qualitäten von der politischen Seite zu fördern und schlechte Qualität auch konsequent zu bestrafen, ist das Gebot der Stunde und da bedaure ich sehr, dass der Bund wenig dazu beitragen kann.

Die Vermarktung des ländlichen Tourismus ist ein Thema, das sicherlich bei den Landesmarketingorganisationen und auch bei den Organisationen vor Ort in Destinationen vordringlich angesiedelt ist, aber dennoch gibt es Trägerorganisationen, die auf Bundesebene organisieren, ob das jetzt DLG, VDN oder andere Organisationen sind, die sich hier anbieten, das Thema noch weiter voranzubringen. Natürlich ist auch hier wiederum der Punkt, dass man Themen definiert und diese Themen dann auch tatsächlich dem Kunden mit entsprechenden Qualitäten und Qualitätssignets näher bringt.

Regionale Wertschöpfung und Förderprogramme, hier haben wir die direkten Wertschöpfungseffekte unmittelbar im Tourismussektor durch Beschäftigung zu sehen und wir haben die indirekten. Die Hauptsteigerungsmöglichkeiten im ländlichen Tourismus liegen eher im Bereich der regionalen Wertschöpfungsketten und damit der Steigerung der indirekten Wertschöpfung, d.h. die Akteure im Tourismus, die Leistungsträger anzuhalten, Produkte aus der Region viel konsequenter einzusetzen, d.h. die Lebensmittel nicht gerade bei Aldi zu kaufen, sondern aus der Region, ist ein wichtiger Aspekt.

Die Fragestellung Infrastruktur, Daseinsvorsorge, Barrierefreiheit, Tourismus wird oft als Heilsbringer im ländlichen Raum für Beschäftigung gesehen. Wir haben aber durch die Arbeitszeiten im Tourismus die Problematik, dass gerade für junge Familien, für die Frauen, für die Erziehenden die Kinderbetreuungsangebote und auch andere Angebote fehlen. Hier ist der Punkt, wenn ich Tourismus voranbringen will, dann muss ich auch hier den Beschäftigten den Rahmen setzen. Hier ist ein großes Themenfeld, ein schwieriges Konfliktfeld, was häufig sicherlich nicht so einfach aufzulösen ist. Vielen Dank.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank für Ihre ergänzenden Worte. Ich würde jetzt Herrn Hans Embacher das Wort geben.

Mag. Hans Embacher (Geschäftsführer des Bundesverbandes Urlaub am Bauernhof in Österreich): Sehr geehrter Herr Vorsitzender, verehrte Damen und Herren, auch von meiner Seite herzlichen Dank für die Einladung. Kurz zusammengefasst: Urlaub am Bauernhof in Österreich, am Bauernhof heißt in Österreich auf dem, wir haben einmal im Duden nachgeschaut, da steht bei „am“ österreichische Form für „auf dem“, aber wir werden auf der Grünen Woche immer wieder angesprochen, ob das nicht grammatikalisch falsch ist.

Ich rede hier für Urlaub am Bauernhof. Wenn jemand bei uns Mitglied sein möchte, muss er ein lebender voll bewirtschaftender Betrieb sein, d.h. für uns ist die Vermarktung relativ einfach, weil das Produkt klarer definiert ist. Was ist der Umfang des bäuerlichen Tourismus in Österreich? Wir haben laut Statistik ungefähr 15 000 bäuerliche Betriebe, die Zimmer oder Ferienwohnungen anbieten. Deren Gäste geben im ländlichen Raum ein bis 1,2 Milliarden Euro aus, also nicht ganz das, was Sie heute beschlossen haben, aber doch nicht wenig. Davon bleibt grob die Hälfte auf den Bauernhöfen und damit verbunden sind laut touristischem Multiplikator im ländlichen Raum ungefähr 23 000 Arbeitsplätze. Das Ganze hat schon ein Gewicht. Was auch für die Landwirtschaft interessant ist, wir haben pro Jahr ca. zwei Millionen Konsumenten auf den Bauernhöfen, also bei den Produzenten der bäuerlichen Produkte und davon ungefähr 500 000 Kinder. Auch die Kinder bringt man in den ländlichen Raum und bringt ihnen diese Lebenswelt näher. Grob ein Drittel der Nächte werden im Winter gemacht, das ist bei uns hauptsächlich in den Ski-gebieten im Westen Österreichs.

Kurz zur Organisation, da hat es damals vom Landwirtschafts- und Wirtschaftsminister 1991 ein Organisationskonzept gegeben, aus dem ist eine Strategie entstanden und die klare Botschaft, in dem Fall vom Landwirtschaftsminister, wer da mitmacht, bekommt Geld und wer nicht mitmacht, kann das gerne tun, aber dann gibt es kein Geld. Das ist eine klare Linie, was uns sehr hilft, eine Strategie umzusetzen. Wir haben zwei große Aufgaben in der Vermarktung. Die Zielgruppe ist der Gast, da arbeiten wir eng zusammen mit den touristischen Organisationen, auf unserer Ebene mit der Österreichwerbung. Dort gibt es für Themengruppen eine Art Wettbewerb der besten Ideen. Wir schlagen dort Dinge vor und setzen dann gemeinsam mit der Österreichwerbung Projekte um, wo auch die Österreichwerbung einen erheblichen Teil dazuzahlt. Auf der anderen Seite die Entwicklungsaufgabe, da sind enge Partner, die Landwirtschaftskammern, die Bildungseinrichtungen.

Wir wollen nie die Welt neu erfinden, sondern das nutzen, was bereits an Organisationen da ist. Hier gibt es enge Abstimmungen, auch innerhalb unserer Organisation, es gibt acht Landesverbände, ähnlich wie bei Ihnen in Deutschland und eine Bundesorganisation. Hier arbeiten wir zu bestimmten Themen zusammen, z.B. Markenservice oder E-Service, d.h. drei, vier Leute, die besten Köpfe aus den Bundesländern

arbeiten am Thema Internet oder am Thema Marke und bearbeiten dieses Thema auch für alle anderen. Dadurch schauen wir, dass wir die Mittel sehr effizient einsetzen.

In der Vermarktung machen wir die Standarddinge, wie Markenumsetzung und ganz wichtig Qualitätspolitik. Wir haben ein System von Mindestpreisen, bei uns gibt es auch Qualitätsstufen, zwei, drei, vier Blumen. Es darf keiner im Katalog sein mit unter 16 Euro für das Zimmer mit Frühstück, mit drei Blumen 18 Euro, mit vier Blumen 20 Euro. Sollte er die Qualitätsstufe vier Blumen nach den Kriterien erreichen, er aber zu wenig verlangt, verliert er im Katalog eine Stufe. Das dürfen wir als freie Organisation. Als Tourismusverband dürften wir das nicht, denn dort sind es Pflichtmitglieder. Das hat sich sehr bewährt.

Im Vertrieb, 95 Prozent des Geschäftes machen wir direkt, es wird sehr wenig mit Reiseveranstaltern umgesetzt. Das hängt auch daran, dass 60 Prozent unserer Gäste aus Deutschland kommen, 30 Prozent aus Österreich. In der Regel brauchen sie keinen Reiseveranstalter. Sie rufen direkt an, sie machen sich das mit den Vermietern aus, das funktioniert wunderbar und jetzt hauptsächlich über das Internet.

Österreichweite Kataloge haben wir für Spezialthemen wie Baby und Kinder, Reiten. Barrierefreiheit ist gefragt worden, es gibt einen Katalog mit speziell geprüften barrierefreien Angeboten und Biobauernhöfen.

Ganz entscheidend in dieser gemeinsamen Strategie die Qualitätspolitik. Jeder Hof muss geprüft sein, wenn er Mitglied ist und er wird dann mit zwei, drei oder vier Blumen ausgezeichnet. Das ist ein eigenes System für Urlaub am Bauernhof. In der Ausstattung sind wir vielleicht ähnlich wie die Sterne, aber wir schauen auch die Bauernhofqualität an. Wir sehen sogar, dass das bei den Gästen der wichtigste Punkt ist, hier gibt es auch die meiste Kritik. Die Gäste erwarten einen schönen Bilderbuchbauernhof, wo die Bäuerin immer ein Dirndl an hat und der Bauer immer einen Hut auf hat und mit dem Traktor herumfährt, es gibt Gänse, Ziegen, Schafe, Hunde und Katzen. Der richtige Bauernhof schaut manchmal anders aus. Das ist ein ganz wichtiger Punkt, auch in der Kommunikation, wie vermitteln wir das Thema Bauernhof. Deshalb wird das auch überprüft. Schwieriger Punkt. Wir haben gerade die Kriterien neu bearbeitet. Es wurden 10 bis 15 Prozent der Mitglieder abgestuft, natürlich gibt es dann Aufstand und immer die Drohung, dass sie austreten, auch wenn sie dann nicht austreten, also strenge Qualitätspolitik ist ganz wichtig.

Ein Großteil der Gäste deutschsprachiger Raum, 95 Prozent, 60 Prozent Deutschland, 30 Prozent Österreich, fünf Prozent Niederlande, fünf Prozent Rest der Welt. Hier sind wir praktisch gleich wie fast alle anderen europäischen Länder. Ich bin auch Vizepräsident bei EuroGites, beim Europäischen Verband für Bauernhof und Landtourismus. Die Franzosen, die Spanier, die Italiener sagen das Gleiche, 90 Prozent im Ruraltourismus sind Landsleute.

Wir haben die Gäste auch untersucht, die sich für Urlaub am Bauernhof interessieren. Es sind eher höher gebildete Schichten, in Österreich sagt man gute Gäste, die sich durchaus etwas anderes leisten könnten, aber sie sagen, wir wollen unseren Kindern so einen Urlaub gönnen, wir wollen ihnen zeigen, was die Bauern machen, wie der ländliche Raum aussieht.

Im Marketing versuchen wir viel über Wirtschaftskooperationen zu machen, was gut funktioniert. Zum Abschluss, wir arbeiten jetzt ungefähr 20 Jahre zusammen, seit 1991. Was ist in der Zeit herausgekommen? Die Mitglieder haben laut Mitgliederbefragung den Preis um 106 Prozent erhöht, was sehr schön ist, die kumulierte Inflation in der Zeit beträgt 56 Prozent. Sie haben um das Doppelte der Inflation erhöht, sie haben effektiv an Wert gewonnen. Sie haben auch die Auslastung um 20 Prozent erhöht und das Spiel heißt Auslastung mal Preis, also insgesamt den Umsatz pro Bett haben sie um 147 Prozent erhöht. Die Mitglieder stehen wirtschaftlich gut da und wir haben auch den Eindruck, derzeit ist das Thema ländlicher Tourismus gefragt, Landlust und diese Dinge. Sie sind jetzt gut aufgestellt, dass sie diesen Trend nutzen können, unabhängig von der Organisation. Würden wir die Arbeit einstellen, würde es den Betrieben weiterhin gut gehen. Danke.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank für die Ausführungen ergänzend zu dem schriftlichen Bericht. Ich gebe jetzt Frau Claudia Gilles das Wort.

Claudia Gilles (Hauptgeschäftsführerin des Deutschen Tourismusverbandes (DTV)): Herr Vorsitzender, vielen Dank für die Einladung. Das Thema ist ja nicht ganz neu. Man hat es in verschiedenen Zirkeln schon besprochen. Ich schließe mich Herrn Prof. Bausch an, es ist unglaublich schwierig, sich hier über die Definition an das Thema heranzurobben. Das geht eigentlich nicht, es geht nur über Themen. Wenn man sich in Deutschland anschaut, wie die touristische Landkarte aussieht, es gibt so unterschied-

liche Strukturen, so unterschiedlich erfolgreiche touristische Regionen und Destinationen, über diese Schiene ist es schwer, also gehen wir über das Thema Themen.

Ich glaube, wir müssen ein bisschen auf die grundlegenden Probleme schauen, die sich dann im ländlichen Tourismus vielleicht an der einen oder anderen Stelle noch deutlicher zeigen als woanders. Das ist schon das Thema Qualität. Angebote zur Qualifizierung für Qualität in Betrieben, für themenspezifische Angebote gibt es reichlich. Es gibt viele Organisationen, die sich um das Thema kümmern. Es gibt viele Akademien, es gibt IHK, es gibt alle Organisationen Urlaub auf dem Bauernhof, die auch föderal strukturiert sind, es gibt Klassifizierungsangebote, es gibt Servicequalität, es gibt in den Bundesländern noch einmal spezielle Dinge, Angebote sind also da, man muss dann einmal der Frage auf den Grund gehen, warum werden sie an der einen oder anderen Stelle nicht ausreichend in der Fläche genutzt. Das ist eine schwierige Frage, weil es teilweise um sehr kleinteilige Betriebe geht.

Das zweite Thema, was uns allen Sorge macht, wie können wir auf Dauer hochqualifizierte Arbeitskräfte genau in diese Regionen bekommen, die touristisch höchst attraktiv sind, aber doch vielleicht in einer Randlage, nicht ballungsnah, nicht in der Nähe von Ballungszentren sind. Wir werden das Thema nächstes Jahr auf dem Tourismustag in Norderney bespielen, wie kann man auch auf den Inseln, aber auch in anderen Regionen Arbeitskräfte weiterqualifizieren und halten, was kann man da im Binnenmarketing machen.

Ein Thema ist die Infrastruktur. Wo kommt das Geld her, um die Infrastruktur auch in der Fläche attraktiv zu halten, denn was nutzt der beste Wanderweg, Reitweg oder Fahrradweg, wenn er so langsam zuwächst und wenn er nicht gepflegt oder entsprechend ausgeschildert ist.

Ein weiteres Thema ist die Anbindung. Es ist in der Tat ein Unterschied, ob wir von klassischen Ferienregionen sprechen, wo man auch einmal eine längere Anreise auf sich nimmt, wie z.B. Usedom oder Rügen, oder ob wir von einer Region sprechen, die eher ein Kurzaufenthaltsziel ist und wo man nur kurz und immer kürzer verreist und sich dort aufhält, die aber doch weder per Auto noch per Bahn wirklich ideal angebunden sind. Das ist ein großes Thema und betrifft die Infrastruktur des Verkehrswesens, das muss man sich immer im Detail anschauen.

Wir haben uns schon ein paar Themen gegriffen. Das Thema Gesundheitstourismus haben wir aufbereitet mit Hilfe des BMWi im letzten Jahr. Wir machen weiter. Das Thema nachhaltiger Tourismus ist ein ganz wichtiges zentrales Thema. Das Bundesumweltministerium wird uns im nächsten Jahr einen Wettbewerb finanzieren. Da geht es darum, gute Beispiele entsprechend zu kommunizieren. Das Gleiche haben wir eingereicht beim Verkehrsministerium zum Thema ÖPNV in der Fläche. Hier geht es um gute Beispiele für öffentlichen Personennahverkehr in der Fläche. Das ist ganz wichtig. Es gibt viele Initiativen, die schon gut laufen, z.B. Bayerischer Wald, aber natürlich auch Schwarzwald, Konus, Gästecard. Es gibt noch viele andere gute Beispiele, Urlauberbus in Ostfriesland, das muss man auch im Detail aufbereiten.

Barrierefreiheit, das Projekt von NatKo und DSFT startet, wir begleiten das natürlich mit den anderen Organisationen sehr positiv. Im Wassertourismus engagieren wir uns auch, ein Mitglied von uns hat die Federführung. Was uns als Dachverband im Moment besonders bewegt, ist das Thema Strukturen und Finanzen. Herr Brähmig, ich kann mich sehr gut erinnern, dass das eines Ihrer Lieblingsthemen ist und ich kann Ihnen nur beipflichten, Sie haben vollkommen recht. Es gibt kein Argument, was Ihre Aussage widerlegt, Marktstärke und Managementstärke müssen zusammengehen, damit etwas draus wird. Das kann ich an dieser Stelle nur unterstreichen, aber wir haben es hier mit autark handelnden Akteuren zu tun.

Ein Wort zum Schluss. Das Thema Atmosphäre ist ganz wichtig, vor allen Dingen für den ländlichen Raum. Sie können die Zeitschriften nicht mehr zählen, die es im Moment gibt, dafür ist der Bundestagsausschuss leider nicht zuständig.

Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank Frau Gilles für Ihre Ausführungen. Wir kommen in der Diskussion noch dazu, das eine oder andere besser zu beleuchten. Das Wort hat nun Frau Lilly Kühnel, bitte.

Lilly Kühnel (Vorstandsvorsitzende des Verbandes Landurlaub Mecklenburg-Vorpommern e.V.): Ich möchte aus der Sicht eines Landesverbandes einige Ausführungen machen. Ich selbst bin ein Kind des ländlichen Raums. Ich bin Betriebsleiterin eines landwirtschaftlichen Betriebes, ich habe den Landfrauenverband in Mecklenburg-Vorpommern aufgebaut und bin jetzt beim Landurlaub gelandet. Sie sehen das schon bei unserer Stellungnahme, wir nennen uns Verband Landurlaub Mecklenburg-Vorpommern

e.V. und das zeigt auch schon, dass wir nicht vergleichbar sind mit den Strukturen oder mit vielen Strukturen in den alten Bundesländern.

Wir konnten gerade in diesem Jahr unser 20jähriges Bestehen feiern, worauf wir sehr stolz sind, denn es gab Zeiten, wo wir nicht wussten, ob es auch auf diesem Gebiet weitergeht. In unserer Stellungnahme haben wir dazu auch Ausführungen gemacht und Sie sehen es anhand der Zahlen, wir sind kein großer Verband, aber ich denke, ein sehr intakter Verband mit 230 Mitgliedern, aber nur 4 100 Betten. Das Problem ist natürlich auch, dass die meisten Anbieter unter acht Betten sind, die nicht statistisch erfasst werden. Wenn es keine Statistik gibt, habe ich manchmal den Eindruck, ist man nicht so wichtig, denn die Aussagen dazu kann man einfach nicht belegen. Ich weiß, wenn es darum geht, eine Förderung oder ein Projekt bestätigt zu bekommen, dass es oft darum geht, was bringt ihr denn jetzt und dann fehlen uns die statistischen Angaben. Das wäre eine Frage, ob in Zukunft etwas geplant ist, um so etwas zu machen, denn ich bin davon überzeugt, dass auch in Zukunft der ländliche Tourismus nach wie vor sehr klein strukturiert sein wird.

Sie sehen es auch anhand der Unterlagen, es sind bei uns zehn Prozent Urlaub auf dem Bauernhof, alles andere erstreckt sich auf Urlaub auf dem Lande, Ferienwohnungen und viele andere Dinge. Es hängt einfach mit der historischen Entwicklung zusammen, darauf können wir jetzt nicht eingehen, aber auch die Größe hat ihre Vorteile. Ich weiß, dass sehr viele Gäste besonders dann kommen, wenn die Rapsblüte ist, weil es schön ist, ein bis zwei Stunden mit der Kutsche zu fahren und die Rapsblüte zu genießen.

Wir haben in den zurückliegenden Jahren sehr viel gemacht, was die Vermarktungsarbeit betrifft. Einmal über die Printmedien und wir sind auch ganz stolz darauf, dass wir in den letzten Jahren einen Reitkatalog für Mecklenburg-Vorpommern entwickeln konnten. Den gab es noch nie und es haben sich auch schon viele daran die Zähne ausgebissen. Noch haben wir unsere Zähne, wie lange sie halten, wissen wir noch nicht.

Das Internet, es wurde bereits von Herrn Embacher gesagt, ist auch bei uns im Vormarsch, ohne dem geht es nicht. Ich möchte dort nicht auf die näheren Sachen eingehen, das wird auch noch einmal vom Bundesverband gesagt. Was für uns als Landesverband ganz wichtig ist, das ist nach wie vor das Auftreten auf Messen. Sie sind sehr teuer, wir können das schon längst nicht mehr alles allein bewerkstelligen, sondern nur in Kooperation. Aber es ist von der Sache her einfach der Kontakt mit den zukünftigen Urlaubern.

Ein Schwerpunkt bei uns ist die Qualitätssicherung, das lässt sich auch dadurch ableiten, wir stehen unmittelbar im Wettbewerb mit den Hotels an der Ostseeküste, davon haben wir reichlich und dann kommt sozusagen das Hinterland. Ich betone meistens, das ist das Vorderland, denn erst einmal müssen alle dadurch, bevor sie an die Küste kommen. Und deswegen haben wir uns diese Aufgabe der Klassifizierung gestellt, aber ich muss auch sagen und das können Sie auch aus den Unterlagen entnehmen, dass die Klassifizierung für uns kein Verdienst ist, also finanziell, wirtschaftlich, sondern dass wir es machen, um die Qualität zu dokumentieren, um unsere Mitglieder diesbezüglich zu schulen und um zu wissen, was überhaupt los ist, aber es ist äußerst kompliziert und sehr aufwendig. Ich denke, auch da sollte man einmal prüfen, ob diese Details letztendlich notwendig sind, um das zu machen. Generell kann man aber sagen, es ist sinnvoll, dass eine solche deutschlandweite Klassifizierung durchgeführt wird.

Was sich bei uns positiv herausgestellt hat, dass wir als Mitglied in der Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus das Qualitätssiegel „Anerkannter Landurlaub, anerkannter Bauernhof usw.“ vergeben. Da sind die Betriebe inzwischen sehr interessiert, weil sie nach außen dokumentieren, dass sie nicht nur einfach eine Ferienwohnung sind, sondern dass sie mehr sind, dass sich dahinter auch Dinge verbergen, die die Urlauber sehr interessant finden.

Worauf ich noch besonders hinweisen möchte, das ist das Problem, was ich sehe, die regionale Wertschöpfung gerade in dieser Branche. Man sollte davon ausgehen, dass gerade jeder Euro, der in diesem Bereich eingesetzt wird, wirklich im Land verbleibt. Wir haben sehr gute Möglichkeiten, die Regionalität herüberzubringen, d.h. wir haben auch in Mecklenburg-Vorpommern sehr intensiv begonnen, Kleinstanbietern, nicht nur von Unterkünften, sondern von Erlebnissen, mit einzubinden, d.h. dass dort kompakte Angebote gemacht werden können. Das scheint auch für die Zukunft sehr interessant zu sein, denn wir haben es ja gehört, die Urlauber sind sehr unterschiedlich. Manche bleiben länger, manche kürzer und möchten auf dem schnellsten Wege viel erleben trotz der Langsamkeit und trotz der Ruhe. Von daher ist das eine Sache, die man nicht unterschätzen sollte, wo ich auch an Sie als Abgeordnete appelliere, das Geld in diesem touristischen Bereich ist sehr gut angelegtes Geld, es bleibt in den Ländern, wo es hinkommt.

Wir haben noch einen weiteren Punkt und den möchte ich auch ansprechen, weil wir ein Verband sind, der direkt an den Mitgliedern dran ist. Die Finanzierung dieser Verbände gestaltet sich immer problematischer, das kann ich nicht nur für uns sagen, das betrifft viele landtouristische Verbände. Hier sieht es so aus, dass das Interesse an diesen größeren Anbietern durch die Tourismusverbände geweckt ist, aber wir es auch mit Kleinstanbietern zu tun haben und da sind wir einfach notwendig, bei allen Dingen, die in diesem Land geplant sind, immer wieder anzuleiten, mitzunehmen und zu schulen. Ich muss leider sagen, für uns steht im kommenden Jahr die Frage, wie geht es weiter, die Finanzierung ist nicht gesichert und ich möchte daran appellieren, das sage ich jetzt als Unternehmerin, ob manchmal von der Förderung direkt in Hardware es nicht besser wäre, davon ein Prozent in der Verbandsarbeit mit einzusetzen, um diese Kleinstarbeit zu machen.

Unser ehemaliger Wirtschaftsminister hat einmal gesagt, als wir auch bei ihm um Unterstützung gebeten haben und wir ihm erklärt haben, was wir machen, „was Ihr macht, ist mehr als ein Sack Flöhe hüten“ und da ist etwas Wahres dran, nichts gegen Flöhe, aber es geht um die vielen kleinen Dinge, die dort auf der Tagesordnung stehen, wo ein Landesverband da sein muss, der die Kleinstunternehmer da unterstützt. Vielen Dank.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank Frau Kühnel. Ich darf Sie, Herr Dr. Gerd Lehmann, nun um Ihre Ausführungen bitten.

Dr. Gerd Lehmann (Geschäftsführer des Verbandes pro agro – zur Förderung des ländlichen Raumes im Land Brandenburg e.V.): Ich danke Ihnen für die Einladung, meine Damen und Herren, Herr Vorsitzender, dass ich heute das Wort nehmen darf. Wir betrachten als Verband für die Entwicklung des ländlichen Raumes im Land Brandenburg natürlich nicht nur das Land Brandenburg, sondern die Metropolregion Berlin-Brandenburg. Wir haben in der Verantwortung für den ländlichen Raum bemerkt, dass der ländliche Tourismus ein ganz wichtiger Baustein ist für die Wertschöpfung im ländlichen Raum und auch für den Aufbau von Wertschöpfungsketten. Außerdem sagen auch viele Leader-Projekte, dass der ländliche Tourismus ein Knoten für die Vernetzung im ländlichen Raum ist. Für uns ist die Vermarktung so organisiert, dass wir keine Doppelstrategien im Land Brandenburg verfolgen, also buchbare Angebote grundsätzlich über die Tourismusmarketing GmbH. Hier haben wir ein Informationsportal. Wir sind aber auch sehr dankbar dafür, dass es jetzt das Portal Landsichten gibt, als erstes deutschsprachiges Gesamtportal, denn da sind wir den Landestourismusgesellschaften doch voraus, weil wir als erster ein deutschlandweites Portal anbieten wollen. Wir sind noch beim Aufbau, es ist erst ans Netz gegangen, wir haben große Hoffnungen darauf.

Die Qualitätssicherung ist im ländlichen Tourismus etwas schwieriger, weil wir sehr viele Quereinsteiger haben, die keine Grundausbildung, keine Berufsausbildung in diesem Bereich haben. Es ist aber für uns wichtig, dass der ländliche Tourismus für viele ein Einstieg ins Unternehmertum ist, mit überschaubaren Investitionen. Wir arbeiten zur Verbesserung dieser Situation mit der Tourismusakademie im Land Brandenburg zusammen. Sie kennen vielleicht die Servicequalität Deutschland, die einmal von Brandenburg ausgegangen ist und inzwischen fast ganz Deutschland erreicht hat. Wir sind jetzt dabei, die gastronomische Qualität auch aus Brandenburg heraus weiter zu entwickeln und für eine gemeinsame Arbeit im Bereich der Kennzeichnung von Qualität im ländlichen Tourismus wäre eine Unterstützung durch eine Gesamtkonzeption hilfreich.

Die Förderprogramme sind für uns interessant und für uns ist wichtig, dass wir Schwerpunkte setzen, zeitlich, wie auch inhaltlich. Das hat auch der LEADER-Prozess erwiesen. Für uns ist es aber schwierig, ohne eine vernünftige statistische Grundlage oder ohne repräsentative Erhebung da wirklich immer zielgenau zu sein. Das führt dann auch dazu, dass unsere Bereiche, die wir in unserer Landestourismuskonzeption vertreten, nicht nach unserer Ansicht gebührend gewichtet sind.

Die Infrastruktur und die Daseinsversorgung im ländlichen Raum sind durch den ländlichen Tourismus wesentlich beeinflusst. Sie wissen sicherlich alle, dass es für die Bedeutung des touristischen Konsums für den Lebensmitteleinzelhandel in Städten durchaus Untersuchungen gibt, im ländlichen Raum fehlt das. Es ist aber sehr wichtig dafür, denn der Tagestourismus in Brandenburg ist mehr als 50 Prozent des Tourismus. Die Ausgaben der Gäste, auch der Tagesgäste im ländlichen Raum, sind wichtig. Eine Reaktion darauf ist z.B. bei REWE, dass man in REWE-Märkten Bargeld an der Kasse bekommen kann. Das ist sehr wichtig für uns in der ländlichen Gastronomie, dass der Gast Bargeld in der Hand hat, auch wenn die nächste Sparkasse, die nächste Kreisstadt, der Geldautomat 40 oder 50 Kilometer entfernt ist. Die Infrastruktur im ländlichen Raum versuchen wir auch in Zusammenarbeit mit dem öffentlichen Nahverkehr zu

unterstützen, indem wir Projekte erprobt haben, die auch sehr gut laufen und immer mehr um sich greifen. Z.B. 48 Stunden Fläming, wo der öffentliche Nahverkehr läuft, ohne dass zusätzliche Zuschüsse kommen und das speziell beworben wird und sehr viele Touristen von außerhalb kommen und diese Struktur nutzen. Ein anderes Beispiel, was Sie sicherlich auch kennen, ist Fahrtziel Natur von der Deutschen Bahn. Wir sind jetzt dabei, im Land Brandenburg zusammen mit dem Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg vergleichbare Angebote ins Ländliche nach Brandenburg hinein zu organisieren, denn wir brauchen Trassennutzung, wir brauchen Nutzung der Ein- und Ausstiegspunkte, um den Nahverkehr erhalten zu können und ihn auch rentabler zu machen und da können wir zusammenarbeiten.

Verknüpfung mit der Landwirtschaft, die Landwirtschaft, die Kulturlandschaftspflege ist eine Basis für den Tourismus im ländlichen Raum. Die zweite Basis sind die Großschutzgebiete, also nationale Naturlandschaften. Wir sind in Brandenburg mit 15 Großschutzgebieten, einem Nationalpark, drei Biosphärenreservaten und Naturparks jetzt dabei, so steht es auch in der Landestourismuskonzeption, dass ein Schwerpunkt im Tourismus der Naturtourismus ist. Das bietet uns natürlich große Möglichkeiten, diesen Naturraum auch in Wertschöpfung umzusetzen, das geht aber nur nachhaltig. Deshalb arbeiten wir z.B. auch mit der Biokompanie, das ist die größte Supermarktkette in Berlin, zusammen. Wer sich das zum ersten Mal anschaut, wird auf den ersten Blick nicht erkennen, geht es um ein touristisches Konzept oder geht es um ein Handelsmaterial. Das haben wir zusammen mit der Bio Company entwickelt, um den Verbraucher in den ländlichen Raum zu bringen. Die Bio Company verkauft selbst auch Bustouren. Auch in der Richtung arbeiten wir zusammen, um den Verbraucher zum Erzeuger zu bringen und damit kommt zusätzliche Wertschöpfung in den ländlichen Raum. Die Blüte der Direktvermarktung im Umfeld von Berlin hängt damit zusammen, dass die Kaufkraft aus Berlin in den ländlichen Raum kommt und dort Nachfrage bildet. Die Erzeuger können damit Spezialitäten entwickeln und verkaufen. Es gibt bei uns schon verschiedene Produkte, die bis nach Berlin in die Hotels herein wirken, das Saalower Kräuterschwein und andere Produkte, die entwickelt wurden auf dieser Grundlage, dieser engen Verflechtung zwischen Tourismus und den anderen Wertschöpfungsbausteinen im ländlichen Raum.

Barrierefreiheit ist für den Tourismus genauso wichtig, wie für den öffentlichen Bereich, für die Banken, für die Supermärkte und erst dieses Zusammenspiel führt dazu, dass unterschiedliche Finanzierungsquellen zu einem relativ schnellen Fortschritt in diesem Bereich, in der Barrierefreiheit führen. Da ist bei uns z.B. sehr lobenswert, dass bei der Tourismusmarketing Brandenburg eine Arbeitsgruppe, eine dauerhaft besetzte Struktur ist, die sich genau mit diesem Thema auseinandersetzt, so dass alle auch die gleichen Standards, die gleichen Rahmensetzungen verwenden können, egal, ob sie im öffentlichen Bereich investieren, also die öffentliche Hand im kommunalen Bereich oder im touristischen Bereich.

Ich möchte noch einmal auf den Punkt Flexibilisierung des Baurechts eingehen. Die Konflikte, die man manchmal in der Presse laut hört zwischen Tourismus und Tierproduktionsanlagen, die sind punktuell und sie hängen auch mit verschiedenen Faktoren zusammen. Auf keinen Fall liegt es am Baurecht, dass solche Konflikte entstehen, denn der § 35 ermöglicht nicht jedem Landwirt beliebig zu agieren im ländlichen Raum, also im Außenbereich. Da gibt es sehr viele Regelungen dafür. Ich bin der Meinung, da sollte man Augenmaß bewahren, damit dieser Baustein Landwirtschaft, ländlicher Tourismus, Direktvermarktung, Ernährungswirtschaft zusammenspielen können.

Das Interesse aus den Städten an dem ländlichen Raum wirkt bis in die Supermarktregale. Wir arbeiten in Berlin z.B. mit Carglass, mit Edeka, mit der Bio Company zusammen, die uns helfen, regionale Produkte zu vermarkten. Dadurch entstehen Arbeitsplätze im ländlichen Raum, auch in kleinen Unternehmen. Ich bedanke mich.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen herzlichen Dank. Als letzte Referentin in dieser Runde hat nun Frau Ute Mushardt das Wort.

Ute Mushardt (Vorsitzende der Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus e.V.): Herr Brähmig, ich bedanke mich bei Ihnen und den Abgeordneten für die Einladung. Gerne sind wir dieser Einladung gefolgt und ich fühle mich hier schon fast zu Hause. Viele von Ihnen kenne ich schon durch häufiges Zusammenarbeiten. Ich bin die Letzte in dieser Runde, vieles ist schon gesagt worden und das meiste kann ich auch unterstreichen. Ich möchte noch einmal ausdrücklich auf unsere ausführliche schriftliche Stellungnahme hinweisen und vor allen Dingen auf das Positionspapier, das wir Ihnen letztes Jahr haben zukommen lassen gemeinsam mit dem Deutschen Landkreistag und dem Deutschen Bauernverband. Diese Punkte, die dort erwähnt werden, sind heute alle immer noch aktuell und noch nicht abgearbeitet.

Gerne möchte ich mich mit meinem Wortbeitrag auf das Wesentliche konzentrieren. Wir als Bundesarbeitsgemeinschaft sind auch 20 Jahre alt, so wie unsere österreichischen Kollegen und arbeiten schon seit langem als Vertreter der Familienbetriebe, der kleinen und mittleren landtouristischen Anbieter mit Ihnen als Ausschuss zusammen. Drei Leitanträge zur Stärkung der ländlichen Räume haben wir bereits bearbeitet. Viele kleine Schritte sind mir in Erinnerung geblieben, z.B. ein Hinweis Beschilderungssystem, die Leitsysteme oder auch das Baurecht, das wir am 1.7.2004 dann doch anpassen konnten, das uns hier viele Spielräume ermöglicht, aber nun komme ich gleich zu dem Punkt.

Sie bemühen sich sehr in der Bundespolitik. Umgesetzt wird es in den Ländern und dort werden diese Regelungen, die Sie auf den Weg bringen, nicht umgesetzt. Die Handlungsspielräume werden in der Tat und in fakto nicht angewandt. Damit kann man leider, das muss ich auch als Anbieterin vor Ort sagen, nichts merken von den großartigen Bemühungen, die Sie hier auf den Weg bringen. Immer wieder wird leider nicht erkannt, welche Chance der ländliche Raum bietet oder nur punktuell erkannt und die Handlungsspielräume werden nicht ausgeschöpft. Große Hoffnung haben wir in die bereits angekündigte Tourismuskonzeption für den ländlichen Raum gesetzt. Wir haben gehofft, dass sich hier alle Betroffenen an den gleichen Zielen und Ausschöpfungen der Ressourcen ereifern und verständigen würden.

Im Moment sieht es aus, als wenn wir zu einem Handlungsleitfaden kommen. Das ist gar nicht das, was wir ursprünglich gewollt haben, denn wir haben ein Problem. Wir haben Neuerungen auf den Weg gebracht, wenn ich an die Eröffnung unseres bundesweiten Internetportals denke, wo wir Kritik bekommen haben von den Landesmarketingorganisationen, keine Gratulation, sondern oh, oh, ihr greift in unser Ressort. Wehe, wer da Böses denkt. Das sind die Ergebnisse, mit denen wir arbeiten müssen.

Dann haben wir glücklicherweise viele Daten zur Verfügung bekommen durch das Tourismusbarometer des Ostdeutschen Sparkassenverbandes. Ein Sieben-Punkte-Programm wurde aufgearbeitet und hat uns genaue Handlungsempfehlungen gegeben und wir haben uns aufgemacht als Bundesverband. Einige Dinge nur genannt, Herr Bausch in Ihre Richtung, 70 bis 80 Prozent unserer Betriebe sind klassifiziert nach DEHOGA oder DTV. Qualitätszeichen in Deutschland einheitlich gibt es seit vier Jahren für den Bereich Landtourismus im Allgemeinen, sieben an der Zahl. Regionale Produkte sind dort verpflichtend.

Barrierefreiheit machen wir gerne mit, manchmal gibt ein historischer Baugrund dies aber nicht her. Wir vermissen Angebote, wo z.B. unser Phänomen, nämlich die Therapie mit Tieren oder Reittherapien berücksichtigt werden. Ich sehe immer nur körperliche Befindlichkeiten. Wir sind ausgebildete Reittherapeuten. In den Bereichen, Therapien mit den Tieren, mit den Hunden, mit den Katzen, da wird uns nie etwas angeboten. Die Landesmarketingorganisationen konzentrieren sich nur auf die körperlichen Befindlichkeiten. Warum gibt es nicht diese anderen Spektren? Wir sind gerne bereit, dort mitzuarbeiten.

Wir haben es geschafft, über zwölf Landesverbände hinweg, eine deutschlandweite Plattform zu etablieren, am 7. Juni dieses Jahres konnten wir sie eröffnen. Unter www.landsichten.de sind zurzeit mehr als 2 500 Anbieter integriert. Zum Jahresende streben wir die 5 000 an. Die einzelnen 12 Landesverbände haben sich verabschiedet von ihren kleinen veralteten Insellösungen und haben in eine leistungszukunftsfähige Vermarktungsinfrastruktur investiert. Jeder musste seinen Beitrag dazu leisten. Außerdem bietet dieses System auch noch eine besonders tolle Organisationslösung für die kleinen Betriebe, die niemand bis jetzt auf der Rechnung hatte.

Wir hatten zwar online Empfehlungen, wie man mit etwas umgehen konnte, hier ist ein System, das eine Software für den kleinen Betrieb anbietet, mit dem man nach außen hin ein ganz perfektes Auftreten dem Gast gegenüber anbieten kann. Das hat noch nie jemand geschafft. Jetzt sind wir professionell, wir drucken die Rechnung genau wie in jedem Hotel. Sie bekommen eine mit Firmenlogo aufgestellte Reservierungsbestätigung für Kleinstbetriebe, keine Abrechnung mehr auf dem Bierzettel. Unsere Betriebe sind professionell geworden.

Sehr geehrte Damen und Herren Abgeordnete, was wir jetzt noch brauchen, wenn wir den Landtourismus nach vorne bringen wollen, ist eine zentrale koordinierte Image- und Marketingkampagne für unseren Bereich. Fördern Sie konkrete Modellprojekte, beispielsweise zur Entwicklung, mit der anschließenden zentralen Vermarktung von naturtouristischen Angeboten, wie Sie es in Ihrem Antrag „Tourismus und Landschaftspflege verknüpfen“ angedeutet haben. Vielen Dank, dass Sie uns zugehört haben.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Frau Mushardt, vielen Dank für Ihren leidenschaftlichen Beitrag zum Schluss. Ich hätte fast auf jeden Satz eine Option für eine Reaktion. Das möchte ich jetzt

zurückstellen und möchte die erste Fraktionsrunde aufrufen. Frau Mortler hat das Wort für die CDU/CSU-Fraktion.

Marlene Mortler (CDU/CSU): Danke schön, Herr Vorsitzender, danke an alle Expertinnen und Experten. Ich freue mich, dass der Termin zu dieser öffentlichen Anhörung heute zustande gekommen ist, einmal aus Sicht der Arbeitsgruppe der Unionsfraktion, aber auch aus meiner persönlichen Sicht, weil ich auch, wie Sie gesagt haben, Frau Kühnel, ein Kind vom Land bin und mir das Thema ganz besonders am Herzen liegt.

Die Fragen an die einzelnen Experten, zunächst an Sie, Herr Prof. Dr. Bausch. Sie haben im Grunde genommen gesagt, es sind alle Erkenntnisse da im Bereich ländlicher Tourismus stärken, aber Qualität ist ein entscheidendes Merkmal, sie kommt unten nicht an und der Bund kann wenig beitragen. Was kann aus Ihrer Sicht der Bund gänzlich zum Thema „Ländlicher Tourismus“ beitragen?

Stichwort Naturparke. Wir haben mehrfach gehört, auch vom Kollegen von pro agro, welches Potenzial steckt aus Ihrer Sicht in diesem Bereich Naturparke?

Drittens ist eine Frage, die quasi die Menschen vor Ort betrifft, aber Sie haben ja gesagt, dass man im urbanen Raum besonders Ängste bedienen könnte, in dem man sagt, ich biete Bioprodukte an, ich biete CO₂-Neutralität an. Kolleginnen und Kollegen haben kürzlich Südtirol und ein Hotel mit Bioprodukten und ein Hotel mit CO₂-Neutralität besucht und am Ende haben wir übereinstimmend festgestellt: Das allein reicht nicht aus. Das Entscheidende ist der Unternehmer vor Ort und er hat sein Thema einfach nicht herübergebracht und er war total überteuert. Uns ist bewusst, dass es entscheidend ist, was die Leute vor Ort aus diesen Erkenntnissen machen.

Herr Embacher, Sie sind zum ersten Mal aus Österreich nach Berlin in die Expertenrunde gereist, das finde ich toll. Außerdem finde ich toll, dass Sie am Schluss Ihrer schriftlichen Ausführungen sagen, der österreichische Weg ist wohl vorbildlich in Europa, darum gleich meine Frage. Was können Sie uns noch für einen Rat geben, ohne uns irgendwie zu bevormunden, aber wir sind insgesamt lernfähig, einen Rat, was den Tourismus im ländlichen Raum betrifft. Was mir gefallen hat und ganz wichtig ist in Ihrem Bereich, Sie sagen, bei uns ist beispielsweise die Vermarktung einfach, weil wir ein klar definiertes Produkt haben. Auf der anderen Seite erklären Sie in Ihren schriftlichen Ausführungen: Wir haben 2 750 Ferienbauernhöfe, 36 000 Gästebetten, aber insgesamt haben wir 15 000 Bauernhöfe und 170 000 Gästebetten. Was machen Sie, damit Sie die anderen auch noch holen? Ich weiß, dass das an bestimmten Kriterien hängt, aber es ist schon eine ziemlich große Diskrepanz.

Zu Frau Gilles, da ging es auch wieder um die Qualität, einerseits sagen Sie, für Atmosphäre und Qualität ist der Bund nicht zuständig, andererseits gibt es viel zu viele reichliche und auch gute Angebote, wenn es um Qualifizierung geht. Sie haben dann die Frage gestellt, warum wird das nicht ausreichend in der Fläche genutzt wird. Diese Frage möchte ich gerne noch einmal an Sie stellen, weil Sie sie nicht beantwortet haben.

Letzte Frage, Portal Landsichten, dass gerade Frau Mushardt so leidenschaftlich vertreten hat. Im schriftlichen Plädoyer kann man noch einmal lesen, wir haben es jetzt geschafft, wir haben etwas Einmaliges geschafft, nämlich über alle Bundesländer hinweg, aber es steht auch drin: Wie kommen wir mit der Finanzierung weiter? Geben Sie dem Portal eine Chance und wenn ja, was muss getan werden?

Frau Kühnel hat noch einmal das Thema Klassifizierung angesprochen, dass es langsam zu teuer wird für bestimmte Betriebe und deshalb noch einmal die Frage, was ist aus Ihrer Sicht die Alternative?

Dr. Lehmann, keine Frage, nur eine Anmerkung. Ich finde es toll, wie aktiv und agil Sie vor Ort sind. Wir haben es im Rahmen der Internationalen Grünen Woche besuchen können. Ich selber war kürzlich bei Kaisers Tengelmann und ich konnte mich wirklich überzeugen, wie einerseits Tourismus im ländlichen Raum mit der Wertschöpfung im Bereich der regionalen Produktion verbunden werden kann. Ein herzliches Dankeschön.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Auch ich sage ein herzliches Dankeschön an Frau Mortler. Jetzt spricht Herr Paula für die SPD-Fraktion.

Heinz Paula (SPD): Von unserer Seite aus ein großes Dankeschön an Sie für Ihre Ausführungen, die uns alle eines bestätigt haben: Wir haben es hier mit einem zentralen Thema zu tun. Geredet haben wir schon

sehr viel, wir haben auch schon sehr viel beschlossen und deswegen sehe ich den heutigen Tag der Anhörung als einen wichtigen Beitrag, unsere Regierung zu ermuntern, hier die Konzeptionen, die im Koalitionsvertrag vorhanden sind, entsprechend schnell umzusetzen. Genau an dieser Stelle, Frau Mushardt, möchte ich nachhaken. Es gibt unterschiedliche Vorstellungen, wenn ich Sie, Frau Gilles, ansprechen darf und Sie, Frau Mushardt, wie diese Konzeptionen ausschauen sollen? Soll es eine Konzeption sein für das ganze Land oder kann, wie Frau Gilles warnt, ein Tourismuskonzept für den ländlichen Raum nicht einheitlich entwickelt werden etc.? Wenn Sie uns da aufzeigen könnten, wie Sie sich in diesem Widerspruch das Ganze vorstellen oder habe ich Sie falsch verstanden? D.h. dieser Fordereungskatalog, der von Ihnen angemahnt wird, Frau Mushardt, und ich finde es wirklich beachtlich, was hier diese drei Verbände auf den Tisch gebracht haben, ist meiner Meinung nach ein zukunftsorientiertes sehr wichtiges Konzept. Frage an Sie beide: Wie beurteilen Sie die unterschiedlichen Vorstellungen, damit wir hier in unseren weiteren Planungen entsprechend weiterkommen können?

Sie, Frau Gilles, haben den gesamten Themenkomplex der Aus- und Weiterbildung angesprochen. Sie haben weitere Probleme benannt. Wenn Sie hier vielleicht den einen oder anderen ganz konkreten Ansatzpunkt benennen könnten, wie wir hier auch das unterstützend auf Bundesebene bewerkstelligen könnten.

Frau Mushardt, Sie haben darauf hingewiesen, dass die Beschlüsse, die auf Bundesebene gefasst werden, dann in der Länderebene nicht entsprechend zu positiven Ergebnissen weitergeführt werden können. Auch hier die Frage an Sie, welche Möglichkeiten sehen Sie vielleicht gemeinsam hier entsprechend mit aktiv zu werden, damit hier die Länder entsprechend motiviert werden können. Ich könnte mir vorstellen, dass die Bundesregierung den einen oder anderen zusätzlichen Ansatzpunkt hat, mit dem sie an der Stelle weiterkommen kann.

Sie sprechen vielfach die Bedeutung einer intakten Landschaft für den ländlichen Tourismus an. Ich habe das bei Ihnen, Herr Bausch und auch bei Frau Mushardt, gelesen, die es deutlich benennen. Wir stehen momentan in Verhandlungen über die zukünftige Förderung der europäischen Agrarpolitik, Stichwort GAG z.B., Stichwort Greening. Gibt es da von Ihrer Seite aus, das ist eine Frage an alle, bestimmte Vorstellungen, die wir dann noch stärker in diesen Diskussionsprozess mit einbringen sollen, denn da geht es zweifelsohne um sehr viel Geld und es geht vor allen Dingen um längerfristige Weichenstellungen, die hier getätigt werden.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Dankeschön, Herr Paula. Herr Kollege Meierhofer hat das Wort.

Horst Meierhofer (FDP): Von unserer Seite ganz herzlichen Dank. Ich hätte eine Frage an Herrn Prof. Bausch. Ländlicher Tourismus stellt man sich landläufig auch als einfacher Tourismus vor. Sie schreiben ja auch Sylt würde man nicht als ländlichen Tourismus bezeichnen, obwohl es auch ehemalige Dörfer sind und deswegen kein großstädtisches Ambiente. Aber ist es so, dass die Menschen, die den ländlichen Tourismus nutzen, wir haben es gerade von Herrn Embacher gehört, vielleicht sogar überdurchschnittlich ausgestattete oder finanziell ausgestattete Urlauber sind? Gibt es auch Erkenntnisse, was da finanziell möglich ist und ob die Leute bereit sind, für einen besonders guten Service genauso viel Geld auszugeben, wie für andere Formen des Urlaubs? Das würde ich gerne von Herrn Embacher wissen.

Sie haben gesagt, was die Leute verlangen können, deutlich erhöht haben, seit eine gewisse Qualität eingezogen ist. Da ist mein Eindruck, dass es in Deutschland, ich komme aus Bayern, teilweise doch noch Regionen gibt, in denen man nicht ganz so nachgezogen hat und deswegen gedacht hat, wir sind günstiger als die anderen und deswegen tun wir uns leichter, jemanden zu finden. Ich habe das Gefühl, dass dieses Angebot nicht mehr ganz so verhängt, zumal das ganz Kostengünstige auch nicht mehr so günstig ist.

Man hört im ausländischen Tourismus, dass Länder, die es vielleicht auch so machen, wie Griechenland beispielsweise, sagen, wir machen es eher privat und nett, sich nicht leicht tun gegen All-Inclusive-Clubs, von denen man sagen würde, sie wären nicht so ansprechend, aber die Urlauber können sich von vornherein ungefähr ausrechnen, wie viel Geld sie brauchen. Das ist bei anderen, wie auch im ländlichen Raum, schwieriger. Deswegen befürchte ich, dass viele Leute nicht das Gefühl haben, dass man dort besonders kostengünstigen Urlaub verbringen kann, dass dann aber gleichzeitig auch die Erwartung hinsichtlich der Qualität steigt. Ich würde gerne bei Ihnen, Herr Embacher, nachfragen, was da Ihre Einschätzung ist.

Frau Gilles, Sie haben gesagt, dass unterschiedliche Richtungen und Teile Deutschlands sich unterschiedlich entwickeln. Liegen Ihnen auch Unterschiede vor, wie sich die einzelnen Regionen entwickelt haben über die letzte Zeit? Kann man da auch unterstützend auf Bundesebene etwas machen könnte?

Eine ähnliche Frage an Frau Mushardt, nämlich ob diejenigen, die Urlaub auf dem Bauernhof anbieten, das genauso erkennen? Es gibt unterschiedliche Stufen, es gibt immer Leute, die gerne den einfachen Bauernhofurlaub haben wollen, ohne irgendwelche Zusatzleistungen, aber trotzdem gibt es da eine Möglichkeit des Zusammenschlusses auf unterschiedlichen Ebenen, um Vergleichbarkeiten hinzubringen, also dass man die Klassifizierungen auf unterschiedlichen Ebenen so etabliert, dass der Verbraucher sich ziemlich genau etwas darunter vorstellen kann oder vielleicht Gesamtpakete schnüren. Die gleiche Frage stelle ich auch an Herrn Dr. Lehmann.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Herr Meierhofer, vielen Dank. Frau Möller für die Fraktion DIE LINKE.

Kornelia Möller (DIE LINKE.): Vielen Dank Herr Vorsitzender, vielen Dank auch im Namen meiner Fraktion an Sie als Experten. Ich fand es sehr informativ. Ich habe verschiedene Fragen an Herrn Burgbacher. Einen herzlichen Glückwunsch, Frau Mushardt und Herr Wetterich, zu der schönen Seite, das muss man auch sagen. Sie haben vorhin gesagt, Sie haben viel Ärger erfahren, also auch ein Lob.

Ich habe eine Frage zum Landtourismus, Tourismus auf dem Bauernhof, wie ist die Auslastung saisonal? Gibt es da Stoßzeiten, wie ist es ganzjährig? Wie kann man sich das vorstellen? Ich hatte aus Ihrer Broschüre vor zwei Jahren entnommen, dass ungefähr zehn Prozent der Gäste Menschen mit Behinderungen sind und da wollte ich wissen, wie ist die Entwicklung mittlerweile, hat sich da etwas verändert? Wie ist das in Österreich, gibt es da andere Zahlen?

Dann hätte ich zwei Fragen an Dr. Lehmann. Sie hatten eine fehlende Statistik reklamiert, Frau Kühnel auch für Betriebe mit unter acht Betten. Wie müsste Ihrer Meinung nach eine ordentliche statistische Erfassung des ländlichen Tourismus aussehen? Welche Instrumente zur Förderung des ländlichen Tourismus müssten geschaffen oder anders eingesetzt werden? Ausgehend von dem, was Sie uns jetzt erzählt haben, hätte ich Fragen an Ernst Burgbacher. Frau Gilles hat noch einmal hervorgehoben, wie wichtig die NatKo ist.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Frau Möller, ganz kurz, an die Bundesregierung kann man bei dem Verfahren jetzt keine Fragen stellen.

Kornelia Möller (DIE LINKE.): Das ist sehr schade, weil wichtige Punkte aufgetaucht sind, die auch einer Beantwortung bedürfen, denn es sind Bedürfnisse da. Aber gut, dann will ich das jetzt erst einmal dabei belassen.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank. Als letzter hat nun Herr Tressel für die Fraktion Bündnis 90/Die Grünen das Wort.

Markus Tressel (Bündnis 90/Die Grünen): Vielen Dank Herr Vorsitzender. Es ist in der Tat ein sehr vielschichtiges Thema, aber zwei Aspekte sind heute immer wieder aufgetaucht und noch ein dritter, der für mich ganz interessant ist. Wir reden über Qualität, über das Thema Fachkräfte, aber auch über die Erschließung des ländlichen Raums mit dem ÖPNV. Ich habe ein paar Fragen, die noch einmal tiefergehend beraten werden müssen.

Herr Prof. Bausch, Sie betonen den erfolgreichen Einsatz regionaler Produkte. Wie kann man das Thema Regionalität bewusster fördern? Das ist immer schwierig, vielleicht haben Sie da einen Ansatz? Sie haben in Ihren Ausführungen, die ich mit Interesse gelesen habe, etwas geschrieben zum Thema „Indirekter Wertschöpfungseffekt“, also nicht nur die direkten, wie Hotellerie usw., vielleicht können Sie das noch präzisieren, weil das ein ganz interessanter Aspekt ist. Wir haben oft das Problem als Tourismuspolitiker, wenn man herumfährt, es entwickelt ja jeder irgendwo ein Angebot im ländlichen Raum. Dieses Thema „Bedeutung der Leitbildentwicklung“ in den Kommunen, das ist auch ganz wichtig, dass man auch in den Kommunen ein Leitbild entwickelt, vielleicht können Sie dazu noch etwas sagen und welche erfolgreichen Ansätze es da gibt.

Wir haben jetzt auch erfahren oder es war bekannt, dass die Umsetzung überwiegend bei den Ländern liegt, wir haben aber beim Bund, insbesondere im Bereich der Förderung, das Problem, dass wir zum

einen das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie haben, das für den Tourismus zuständig ist, auf der anderen Seite das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, das für das Thema Landwirtschaft zuständig ist. Das ist eine Frage, die ich an alle stelle: Wie wichtig ist die interministerielle Zusammenarbeit, gerade im Hinblick auf die Förderansätze? Ich glaube, das ist kein ganz unwichtiges Thema.

Wenn wir beim Thema Förderung sind, dann komme ich auch zu Ihnen, Herr Embacher, das fand ich ganz interessant. Ich habe mir Ihren Flyer im Internet angeschaut und da stand drauf, Sie werden gefördert vom Bund, den Ländern und der EU. Ich bin mir sicher, Sie haben eine andere Systematik in Österreich, aber es ist für uns nicht ganz unwichtig zu erfahren, welcher Fonds ist für Sie überhaupt relevant ist bei der EU-Förderung EFRE oder ELER, können Sie dazu etwas sagen? Wie sieht diese Unterstützung insbesondere seitens des Bundes in Österreich konkret aus? Es ist nicht ganz uninteressant, von Ihnen, Frau Mushardt, in Ergänzung noch einmal zu erfahren, wie es dann in Deutschland aussieht.

Sie, Herr Embacher, haben vorhin von einem Förderkonzept gesprochen, wenn ich das richtig verstanden habe, das zusammenhängt mit dem Organisationskonzept, das der Landwirtschaftsminister 1991 vorgestellt hat. Vielleicht können Sie das ein bisschen präzisieren.

Eine Frage, die mich brennend interessiert ist das Thema Mindestpreise. Vielleicht können Sie da den Hintergrund erläutern.

Ich habe noch eine Frage an Frau Gilles. Sie haben mehrmals gesagt, dass wir das Thema Qualität nicht von oben nach unten bekommen. Da würde mich mehr Hintergrund interessieren. Sie haben auch das Thema ÖPNV angesprochen. Da würde mich interessieren, was aus Ihrer Sicht notwendig ist.

Ein Thema, dass sich an alle richtet ist die Frage der Finanzierung. Wir haben in Deutschland die Schwierigkeit, dass wir kaum spezielles Finanzierungs-Know-How für den Tourismusbereich haben im Gegensatz zu Österreich, Herr Embacher, das können Sie mir vielleicht bestätigen, dass es in Österreich auch Tourismusbanken gibt, die es in Deutschland meines Wissens so nicht gibt.

Frau Gilles, das Thema Finanzierung und Wechselwirkung zwischen fehlenden speziellen Tourismusfinanzierungsmöglichkeiten und Entwicklungsmöglichkeiten im ländlichen Tourismus. Vielen Dank.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank. Wenn Sie einverstanden sind, würde ich nun die an Sie gestellten Fragen in umgekehrter Reihenfolge zur Beantwortung bringen lassen. Deswegen darf Frau Mushardt nun auf die an Sie gestellten Fragen antworten.

Ute Mushardt (Vorsitzende der Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus e.V.): Die Frage war, wie sieht die Chance unseres deutschlandweiten Internetportals aus? Das möchte ich kurz sagen. Wir sind stabil getragen durch unsere Mitgliedsbeiträge über die Länder, über die einzelnen Anbieter, aber was wir nicht tragen können, ist eine Marktdurchdringung mit unserem kleinen Marketingbudget, was wir zurzeit nur zur Verfügung haben. Das ist ganz klar. Wir haben Konkurrenten auf dem Feld, wir müssen gegen TUI, gegen AMEROPA oder sonstige große Player den Markt durchdringen und da können wir mit einem kleinen Budget nicht arbeiten. Wir könnten uns vorstellen, dass eine Deutsche Zentrale für Tourismus den ländlichen Raum entsprechend bewerben könnte. Das wäre eine Möglichkeit.

Wie soll die Tourismuskonzeption aussehen? Da denken wir in erster Linie an die Vernetzung. Wir nehmen die vielen einzelnen kleinen Förderprojekte in den ländlichen Räumen, die aus unterschiedlichen Fonds gefördert werden, sei es LEADER-Projekte, die über ELER kommen, sei es über die Wirtschaftsförderung, die sich dann EFRE-Gelder bedient. Leider ist in diesen Projekten auch keine interministerielle Zusammenarbeit zu sehen in diesen Projekten. Das erhoffen wir uns von einer Tourismuskonzeption. Dann gibt es eine Vernetzungsstelle für die LEADER-Projekte, aber leider geht man dort nicht an die Bundesthemen heran, sondern entwickelt wieder kleine Regionalmarken, die dann den Markt natürlich nicht durchdrängen werden.

Hier ist die große Chance der Vernetzung und Bündelung zu sehen. Da möchten wir natürlich auch unsere Fachbereiche berücksichtigt haben. Wir selber als Anbieter können das immer nur erleben, die LEADER-Projekte sind in der einzelbetrieblichen Förderung, man wird erst dann angesprochen, wenn die Kommunen ihre Förderprojekte durchhaben, d.h. alle Dorfgemeinschaftshäuser gebaut, alle Kurgärten durchgeplant sind, dann kommt eine einzelbetriebliche Förderung bei LEADER zum tragen und das sind

Investitionen von Zulagen von 30 Prozent. Die sind für die Betriebe dann oft mit dem Verwaltungsaufwand schon abgeglichen und deshalb auch nicht unbedingt interessant.

Die Frage, wie kann man helfen, dass dieses Thema besser transportiert wird in die Länder, das, was ich auch in meinem Wortbeitrag angemahnt habe, ist natürlich ein regelmäßiger Austausch im Bund-Länder-Ausschuss. Ich meine es ist vier Jahre her, dass ich einmal als Bundesvorsitzende dort geladen war. Das war ein Aha-Erlebnis, denn zehn Jahre vor mir war auch keiner da. Das sind solche Dinge, das muss einfach regelmäßig gegeben sei, dass, wenn wir uns über ein so brisantes Thema unterhalten, dass man in den Bund-Länder-Konferenzen auch gemeinsam darüber spricht. Eine ähnliche Möglichkeit hat auch das Verbraucherministerium, auch dort gibt es einen Bund-Länder-Treffen, auch dort kann man das platzieren, es hat leider auch noch nicht so in einer Regelmäßigkeit geklappt.

Förderung in Deutschland, wie kann sie aussehen? Wir würden uns freuen, wenn in den Förderungsmöglichkeiten des Bundesverbraucherministeriums in den Agrarlinien Umweltprogramme mehr Berücksichtigung fänden, u.a. auch die einzelbetriebliche Förderung, die von allen Bundesländern genutzt worden ist. Außerdem müssen Mindestinvestitionssummen, wie in Schleswig-Holstein bei 125 000 Euro natürlich weit herabgestuft werden, dass man eine gemeinsame Linie hat, vielleicht 10 000 Euro, wir brauchen nicht die 3 000 Euro, aber die 10 000-Euro-Grenze ist eine Grenze, die man für einen Einzelbetrieb herabsetzen sollte, damit es auch umgesetzt wird. Viele Länder schöpfen diese Möglichkeiten nicht aus. Man schreibt es nicht in die Länderprogramme hinein und damit fällt das wieder heraus. Wir können uns aber auch durchaus vorstellen und ich bin als Einzelbetrieb das erste Mal in den Genuss einer EFRE-Förderung gekommen, obwohl man immer gedroht hat, das ist Doppelförderung. Es geht scheinbar doch, im Land Niedersachsen hat es für mich das erste Mal im Marketingbereich geklappt, dass ich so eine Förderung bekommen konnte, sie ist dort bewilligt worden. Wir versuchen es jetzt auf das Land und dann vielleicht auch auf den Bund zu ziehen. Ich möchte als Beispiel vorgehen, dass könnten wir uns zukünftig vorstellen, dass eine Flächenprämie nicht automatisch als Doppelförderungsinstrument angesehen wird, damit unsere Betriebe, die auch gleichzeitig die Player im Tourismus sind und in der EFRE-Förderung liegen, dort nicht ausgeschlossen werden. Man ist in jedem Wirtschaftsförderungsprogramm der Landkreise dann nicht dabei und das darf nicht sein, damit es dort auch eine Zusammenarbeit gibt.

Qualität, wird dies von den Anbietern erkannt? Natürlich wird die Qualität von unseren organisierten Betrieben erkannt. Da muss man ganz klar sagen, es gibt viele, die sich auf den Lorbeeren ausgeruht haben und das sind nicht die kleinen ländlichen Regionen, die jetzt durchstarten wollen, die fangen erst mit der Qualität an. Es gibt viele Bereiche, ich nenne z.B. das Fichtelgebirge, da habe ich letztes Jahr Skiurlaub gemacht, ich war entsetzt über die Qualitäten dort und auch das nicht angepasste Preisniveau. Ein Beispiel dafür: Man hat sich lange auf dem ausgeruht, was man hatte. Man hatte ja seine Gäste. Nehmen Sie hingegen einen Newcomer, der irgendwo im Lande liegt und vielleicht durchstarten will, der muss mit Qualität überzeugen. Von unseren Anbietern möchte ich sagen, ist das erkannt, es wird an Qualität gearbeitet und bei einigen Organisationen in den Ländern ist es sogar verpflichtend, eine Klassifizierung zu haben, sonst wird man nicht Mitglied.

Saisonzeiten sind bei uns immer noch Sommerzeiten, danach kommt in den Wintersportgebieten auch der Winterurlaub. Das Frühjahr läuft sehr gut und das Herbstgeschäft läuft von Tag zu Tag, es läuft durch den guten Herbst jetzt auch recht gut. Da kommt uns jetzt die neue Datenbank zugute. Wer sich direkt online buchbar macht und für spontane Entscheidungen zur Verfügung steht, der hat das Haus voll und die anderen, die sich nicht gut organisiert haben, haben dann vielleicht in den Zwischenzeiten leere Betten. Wir arbeiten auch an Sonderprogrammen und zielgruppenspezifischen Angeboten. Das sehen Sie an dem neuen Portal mit den Themenbereichen, um das weiter aufzufangen.

Menschen mit Behinderungen, die Zahl wird sich nicht wesentlich verändern, solange es nicht andere Angebote gibt. Man kann nicht jedes Bauernhaus barrierefrei für den Rollstuhl machen. Wir könnten aber an anderen Förderprojekten zum Thema „Barrierefreiheit teilhaben“ arbeiten, wenn wir unser therapeutischen Reiten oder unsere Haustiere mit einbringen könnten.

Interministerielle Zusammenarbeit würde ich mir mehr wünschen, da kann man eine ganze Menge machen. Ich hoffe, ich habe keine Frage vergessen. Dankeschön.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank. Ich gebe gleich weiter an Herrn Dr. Gerd Lehmann.

Dr. Gerd Lehmann (Geschäftsführer des Verbandes pro agro – zur Förderung des ländlichen Raumes im Land Brandenburg e.V.): Frau Mortler, ich möchte Ihnen danken für das Lob für unsere Arbeit, für die Vernetzung zwischen ländlichem Raum und städtischem Gebiet in der Metropolregion Berlin-Brandenburg. Ich muss aber auch erwähnen, dass diese Form der Vernetzung, dieser Zusammenarbeit in Wertschöpfung unter Nutzung der Regionalität, also Regionalität als ländlichen Tourismus und als regionale Produkte im Lebensmittelbereich weitgehend empirisch abläuft. Ich würde mir wünschen, dass im Rahmen dieser Konzeption gerade diese Vernetzungseffekte, die der ländliche Tourismus in ganz besonderem Maße bietet, dass die stärker betrachtet werden, vor allen Dingen von der Potenzialfunktion her, die sie haben. Ausgestalten müssen wir es dann, aber es wäre wirklich wichtig.

Da kommen wir dann zu dem Thema Statistik. Wir brauchen natürlich Basisdaten. Die kann man durch repräsentative Erhebungen erfassen, man muss deshalb nicht die Statistik generell erweitern. Es gibt ja positive Beispiele. Beim Sparkassen-Tourismusbarometer hat das DIWF für große Räume fast flächendeckende Erhebungen durchgeführt, die wirklich aussagekräftig sind. Es ist allerdings auch angemahnt worden, dass man es noch weiterführen muss. Wenn man jetzt deutschlandweit einmal einen solchen Grundstein legen würde, dann hätten wir ein großes öffentliches Interesse, dann würden sich vermehrt auch wieder die vielen Hochschulen und Fachschulen, die wir im Land haben, diesem Thema zuwenden, weil der ländliche Tourismus doch ein eigenes Feld ist mit ganz besonderen Potenzialen für die Wertschöpfung im ländlichen Raum.

Die zweite Frage bezog sich auf Instrumente der Tourismusförderung für den ländlichen Raum. Ich meine wir haben erprobte Instrumente, es kommt mir darauf an, dass wir bestimmte Schwerpunkte haben, dass die Fördermittel auf der Grundlage von Konzeptionen auf Landes- oder regionaler Ebene vergeben werden, so wie wir es eigentlich im LEADER-Bereich machen. In Brandenburg ist es so, jede Region, die LEADER-Fördermittel haben will, muss sich ein eigenes Entwicklungskonzept geben und auf dieser Grundlage werden Fördermittel eingesetzt, so dass man regional und zeitlich unterschiedliche Schwerpunkte setzen kann. Das ist heute auch gesagt worden, dass die Entwicklungsstände in den einzelnen Regionen sehr unterschiedlich sind und auch die Schwerpunktsetzung für den Entwicklungsbedarf.

Die Frage zur Finanzierung. Wir sind über Beiträge finanziert. Wir haben Projektförderung, aber wir versuchen durch dieses Zusammenspiel zwischen verschiedenen Wertschöpfungsbereichen Partner mit ins Boot zu holen, die an dem speziellen Thema Regionalität interessiert sind. Z.B. ist die AOK Nordost unser Mitglied geworden, weil sie sich als bodenständige Krankenkasse profilieren will. So sind andere Unternehmen auch dabei und die tragen dazu bei, dass wir verschiedene Dinge machen können, die wir sonst nicht machen könnten.

Die interministerielle Zusammenarbeit, ich glaube es zeigt sich hier schon, es ist alles, was bisher läuft, beim BMI angesiedelt. Es muss ganz stark das Landwirtschaftsministerium einbezogen werden, denn das ist der Partner für die Entwicklung des ländlichen Raumes. Wir arbeiten aber auch in Brandenburg mit beiden Ministerien zusammen und bei uns kommt dann noch das Umweltministerium für den ganzen Bereich Naturtourismus in den Großschutzgebieten dazu. Da muss man sehen, wo die Anknüpfungspunkte sind, um die richtigen Partner zusammen zu holen.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen herzlichen Dank. Frau Gilles, bitte.

Claudia Gilles (Hauptgeschäftsführerin des Deutschen Tourismusverbandes (DTV)): Bei den Qualitätsinitiativen und Klassifizierungen, dort, wo der Wettbewerb sehr stark ist und wo die Tourismusintensität stark ist, da ist auch die Durchdringung mit Qualitätslabeln sehr stark. Wo der Tourismus eher Nebensache ist oder als Zubrot gesehen wird, da ist es deutlich weniger stark. Ich glaube auch nicht, dass man dieses Problem grundsätzlich lösen kann. Wir haben Angebote, die zur Klassifizierung und zum Mitmachen da sind und die sind von ihren Kosten her auch für alle tragbar, vor allem, wenn man sie vergleicht mit anderen Klassifizierungsmodellen, die es gibt, sind sie alle auf eine kleinbetriebliche Struktur anwendbar. Frau Mushardt hat auch bestätigt, dass ganz viele Bauernhöfe klassifiziert sind.

Landportal, Aussichten und wie stehen wir dazu? Es gibt eine große Konkurrenzierung zu Hotelportalen, zu den Portalen, die einige Länder haben. Das ist vielleicht ein Teil der Kritik. Man müsste es sinnvoll integrieren, das ist sicherlich so und es ist so, wenn man so ein Portal aufbaut, muss man auch wissen, wie man das bewirbt und wie es die entsprechende Wahrnehmung und Wertschöpfung erreicht. Es gibt darüber hinaus die Onlineaktivitäten der Veranstalter, aber die stehen sicherlich für den ländlichen Bereich auf einem anderen Blatt und spielen nicht die große bedeutende Rolle.

Tourismuskonzeption, wir haben sie nicht gefordert. Das stammt nicht von uns, für den ländlichen Raum.

Aus- und Weiterbildung, was kann der Bund tun? Das ist ein schwieriges Thema, denn hier geht es auch um innerbetriebliche Maßnahmen, um Flexibilität, aber es geht hauptsächlich auch um Themen wie Vereinbarkeit von Kind und Beruf, Flexibilität von Arbeitszeiten, ganz wichtig, innerbetriebliche Förderung von Arbeitskräften. Das ist ein Zusammenspiel, aber hier spielen die Betriebe und das Bewusstsein in den Betrieben, nämlich dass man Mitarbeiter entsprechend behandelt, entlohnt, ihnen Aufstiegschancen und eine Perspektive gibt, spielen aus meiner Sicht hier die entscheidende Rolle.

DSFT, das wissen Sie, auf Bundesebene gibt es ein Institut, das sich sehr engagiert mit vielen anderen Akademien im Tourismus. Da gibt es mittlerweile auch einen Wettbewerb, der ist auch in Ordnung.

Herr Meierhofer hat mich gefragt, ob es Zahlen der unterschiedlichen Regionen gibt. Ja. Für die Mittelgebirgsregion gibt es ganz aktuelle Vergleichszahlen zwischen 2005 und 2010. Erstaunlicherweise Rhön ab Bayerischer Wald, down, dazwischen bewegt sich alles Mögliche, der Schwarzwald kommt wieder und andere Regionen haben ein kleines Plus, andere ein kleines Minus. Das muss man immer im Detail analysieren, aber solche Zahlen gibt es.

Herr Tressel hat mich im Detail gefragt, ÖPNV, was ist da besonders relevant? Wir schauen stark auf die Bahn, denn die Bahn ist für uns ein wichtiges Transportmittel, der Bus natürlich auch. Wir fördern die Anreise mit der Bahn sehr stark. Wir sind mit im Boot Fahrziel Natur, das ist eine gute Initiative. Wir fürchten immer den Rückzug der Bahn aus der Fläche, das ist ein Kernelement seit vielen Jahren, aber man kann diesen so genannten Modal Split, also die Verknüpfung verschiedener Verkehrsträger in Idealform, da brauchen wir gute Beispiele, wie das geht, wie sich das rechnet, das ist ganz wichtig, weil der öffentliche Personennahverkehr, siehe Schulverkehr usw., wie kann der Tourismus da mit ins Boot geholt werden, wenn keine Fahrten sind in diesen Zeiten. Das ist ein Detailthema, da muss man sich ganz speziell mit befassen.

Finanzierung im ländlichen Tourismus, Finanzierung ist ein Kernthema. Ich versuche das ganz kurz zu machen. Mir tränen die Augen, wenn ich den Kollegen neben mir sehe mit Tourismusgesetzes und ganz klarer Regelung, nichts freiwillig, ihr müsst und der zahlt und der zahlt und ganz klare Regelungen, wer davon partizipiert. Wir sind hier in Deutschland anders aufgestellt. Das Geld wird anders genommen. Wir haben sehr viel Freiwilligkeit und wir haben sehr große Probleme an den entsprechenden Stellen auch für die Infrastruktur, aber auch für das Marketing, für alle genug Geld zur Verfügung zu haben. Ich weiß auch um die Schwierigkeiten, wenn man versucht, so ein Tourismusgesetz in einem Bundesland umzusetzen, aber ich sage einmal so, ich träume mittlerweile davon.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank Frau Gilles. Nun gebe ich Herrn Embacher das Wort.

Mag. Hans Embacher (Geschäftsführer des Bundesverbandes Urlaub am Bauernhof in Österreich): Frau Mortler, ich fange mit Ihrer Frage an. Was ich an Rat geben kann, ich kann sagen, was sich bei uns bewährt hat, ansonsten kenne ich Ihre Strukturen zu wenig. Sehr bewährt hat sich bei uns, dass es bis heute gelungen ist, beide Ministerien, also Landwirtschaft und Wirtschaft, beim Thema interessiert zu halten. In den ersten Jahren wurden wir im Kreis geschickt. Jeder hat von Vernetzung geredet, die in der Landwirtschaft haben gesagt, naja Landwirtschaft besteht aus Milch und Getreide und Holz und Schweinen und das wars. Auf der Wirtschaft haben sie gesagt, ja das sind ja die Bauern, aber fest von Vernetzung wurde geredet, inzwischen ist es gut, dass es beide wirklich anerkennen, dass der Bereich zu ihnen gehört mit unterschiedlichen Bereichen.

Mit dem Tourismus kooperieren wir eng und ebenso mit der Landwirtschaft. Das funktioniert sehr gut. Ganz wichtig scheint mir das Miteinander intern, was relativ klar ist, zwischen den Landesverbänden, aber auch mit dem Tourismus. Was ich von Frau Gilles höre, da staune ich nur. Bei uns geht es um Kooperationen mit den Ländern, wir arbeiten zusammen. Das ist die Plattform, Regionalplattform konkurrenziert ist Unsinn. Wer dem Betrieb den Gast bringt, ist egal. Die Plattform Urlaub am Bauernhof spricht bestimmte Gäste an, die sie erreichen. Die Plattform Allgäu oder bei uns Salzburger Land spricht ganz andere an. Der Frau MUSHARDT ist es egal, wer es ihr bringt, wenn sich beide streiten, muss sie sich ärgern. Das ist Unsinn.

Da sehen wir die Kooperation funktioniert und wir werden nicht gesehen als irgendeine Konkurrenz, obwohl wir auch öffentliches Geld haben. Die sagen, wir unterstützen ihre Betriebe, dafür sind wir alle da. Grundsätzlich habe ich den Eindruck, oft ist die Auseinandersetzung zwischen den Organisationen viel

stärker als an der Basis. Wir hatten rechtliche Auseinandersetzungen mit der Wirtschaftskammer, da ging es um Ferienwohnungen. Da haben unsere Bauern gesagt, um Gottes willen, der Wirt lebt doch von uns, da haben 150 Wirte, gewerbliche Mitglieder der Wirtschaftskammer, unterschrieben, dass die bäuerlichen Ferienwohnungen nicht gewerblich sein sollen, fertig. Damit war das Thema erledigt. Dem Wirtschaftskammervertreter wurde gesagt, die Basis hat gesprochen.

Was sich bei uns bewährt hat und was ich immer wieder von Ihnen höre, was fehlt sind Zahlen. Bei uns wird ganz klar vom Ministerium gefragt, was bringt es, wie viel Umsatz, wie viel kann damit aufgebaut werden, o.k. da sind wir jetzt 20 Jahre dran, statistisch, Mitgliederbefragung usw.

Die Frage war klar definiert, das Produkt „Urlaub auf dem Bauernhof“ ist relativ verständlich, aber auch intern gibt es noch Themenangebote wie Reiten, Kinder, Bio, wo wir bestimmte Szenen ganz klar ansprechen können und heute mit dem Biosupermarkt kooperieren können. Dieser kann nur einen Katalog akzeptieren, wo Biobetriebe drin sind. Einen anderen nimmt er gar nicht.

Als große Chance sehe ich die Plattform „Landsichten“. Herzliche Gratulation, eine tolle Leistung. Ich denke, es könnte ausgebaut werden zu einer Plattform, wir nennen sie einmal „Erlebnis ländlicher Raum“, wo auch noch Direktvermarkter drin sind und was man dort tun kann und das ist wieder eine Stärkung der Region, der Verbände und wenn er beim Betrieb ist, bekommt er noch einen Link zum örtlichen Tourismusverband und der ist glücklich, dass er ein Geschäft bekommt. Das läuft.

Warum wir so wenig Mitglieder haben? Die 2 750 von den 15 000. Wir bieten die freiwillige Mitgliedschaft denen an, die es wollen. Es wird gesagt, die profitieren mehr, sie zahlen aber auch ein Stück mehr. Sie haben eine Art Lokomotivfunktion. Warum sind manche nicht dabei? Es gibt viele, die laufen aus, d.h. die ältere Generation sagt, wir machen nicht weiter und das wird in Deutschland ähnlich sein. In bestimmten Regionen, in denen es gut läuft, bei uns in Kitzbühl, z.B. in Wirklichkeit braucht er uns nicht, wenn er mitmacht ist es gut und das freut uns, aber er muss nicht bei uns dabei sein.

Ganz wesentlich beim Miteinander ist die Stärkung des Selbstbewusstseins, auch über die Organisation. Als wir 1991 angefangen haben, war Urlaub am Bauernhof in der touristischen Hierarchie das absolut unterste. Inzwischen gelten sie als Erfolgsstory. Sie gehen selbstbewusst in die Tourismusverbände, sie engagieren sich, aber auch das ist das Ergebnis von Arbeit. Es gibt viel Wettbewerb, unsere Leute sind die Meister der Regionalität. Sie leben dort. Ich habe letzte Woche eine Aussendung (01:39:27) gesehen vom größten Gastronomiebetrieb in Österreich, das ist Mc Donalds. Sie haben als Kernwert regionale Verwurzelung. Sie vermarkten mit viel Geld, dass sie die regionalen Meister sind, was für ein Unsinn aus unserer Sicht. Das Thema müssten wir besetzen, aber dafür brauchen wir auch Geld.

Die Preissensibilität wurde angesprochen. Wir sehen, dass hier guter Spielraum ist. Der Durchschnittspreis liegt bei uns für Zimmer mit Frühstück bei 27 Euro, das ist für den Gast immer noch sehr günstig. Und für unsere Betriebe ist es ein guter Preis, ungefähr ein Viertel über den Nichtmitgliedern.

Wichtig ist auch, für welche Szene sich die Betriebe vermarkten. Im Reiterkatalog ist das Preisniveau insgesamt höher und dort setzen sie den Preis auch gut um. Probleme haben wir mit den Preisen in Regionen mit einem touristischen Überangebot, Beispiel Zillertal, da gibt es zu viele Betten. Es ist für einen guten Bauernhof sehr schwierig, im Sommer, wenn die Nachbarn alle weniger verlangen, weil sie Angst haben, selbst mit einem guten Angebot den Preis zu erreichen. Da können wir eine andere Szene bieten, also Reiterbauernhof oder Biobauernhof, wo er den Preis höher ansetzt. Wenn die Gäste einmal da sind, sind sie zufrieden und es passt.

Sehr erfolgreich sind die Barrierefreien. Sie sind streng geprüft nach einem Kriteriensatz. Das prüft bei uns ein Mann, der selber im Rollstuhl sitzt, wunderbar. Sonst gibt es immer Diskussionen: „Wegen drei Zentimeter wollen wir nicht kleinlich sein.“ Wenn er mit dem Rollstuhl nicht ins Bad hineinkommt, ist das Thema erledigt. Das ist zu schmal, fertig. Erfolgreich sind sie auch deshalb, weil Menschen mit Einschränkungen gut organisiert sind, d.h. wir vermarkten es hauptsächlich über Organisationen und Verbände.

Mindestpreise waren ein Thema. Das war ganz wichtig als Signal und einige Mitglieder mussten ihre Preise erheblich erhöhen, als wir das eingeführt haben. Das hat zu viel schimpfen und Unmut geführt. Als es umgesetzt war, waren alle glücklich. Einige haben gut verdient, weil sie ihren Gästen geschrieben haben, uns wird jetzt vorgeschrieben, wir müssen usw., mit großer Entschuldigung. Passiert ist nichts. Keine Absage, nichts. Aber das sind Untergrenzen, diese 16, 18, 20, der Durchschnittspreis ist bei 27

Euro. Wir wollten vermeiden, da haben wir von den Hotels gelernt, wo in Österreich oft ein 4-Sterne-Hotel ein 3-Sterne-Hotel unterbietet, das ist dadurch ausgeschlossen.

Wir werden derzeit kofinanziert aus dem ELER-Fonds, aus der ländlichen Entwicklung. Da gibt es auf EU-Ebene einen Passus, der das möglich macht. Da steht sogar ausdrücklich ländlicher Tourismus drin, aber ich habe schon erwähnt, es ist in Österreich auch politischer Wille dem kleinen Bauern in der Form zu helfen, deshalb wurde es übergeführt in die nationale Verordnung. Letzte Woche war Frau Lorenz-Hoffmann von der EU-Kommission, die dort zuständige Beamtin ist, bei einer Veranstaltung bei uns. Wir haben sie das Gleiche gefragt, da es bei uns für viele bäuerliche Familien eine Chance für ein Einkommen ist, ob auch in der Periode 2014 bis 2020 grundsätzlich die EU-Grundlage wieder vorgesehen ist. Sie sagt ja, in der Priorität sechs, da geht es um Einkommensgemeinschaften im ländlichen Raum, es geht, denn wenn auf der EU-Ebene nicht die Grundlagen da sind, können wir in Österreich im Kreis laufen, dann geht es nicht. Dann ist es Landesaufgabe, das zu übersetzen und erst dann, wenn die rechtlichen Grundlagen passen, kann man langsam über das Geld reden. Es ist auch sehr praktisch, wenn man die Grundlagen nicht hat, dann gibt es keine Grundlage, dann kann man oft hingehen und objektiv geht es nicht.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank Herr Embacher. Als letztes gebe ich Herrn Prof. Bausch das Wort.

Prof. Dr. Thomas Bausch (Hochschule für angewandte Wissenschaften, FH München – Fakultät für Tourismus): Ich fange zunächst mit der Wertschöpfung an und der Fragestellung, welche Preise man erzielen kann. Wir wissen, dass aus 100 Euro, die ein Übernachtungsgast pro Tag ausgibt, in etwa 36 bis 40 Euro in den Betrieben landen. Es landen also schon von vornherein in etwa 60 Euro für sonstige Ausgaben in der Region während des Aufenthalts. Was diese 60 Euro anbelangt, ist es natürlich sehr entscheidend, inwieweit diese 60 Euro in Produkte aus der Region fließen oder ob sie beim Aldi oder am Tankstellenshop landen. Insofern fängt es da im Kleinen an, auch beim Verbraucher, dem Gast durch positive Unterstützung, beispielsweise eine Liste von Läden in der Region, wo man regionale Lebensmittel einkaufen kann, diese Möglichkeiten aufzuzeigen durch Netzwerke, Unterstützung, wir können dir ein Produkt besorgen, dazu helfen. Das findet man erstaunlicherweise sehr wenig, das Bewusstsein scheint nicht so stark ausgeprägt zu sein.

Von den 36 bis 40 Euro, die in dem Betrieb ausgegeben werden, sind auch wiederum bloß höchstens 45 bis 50 Prozent Lohnkosten oder der Unternehmerlohn. Der bleibt natürlich unmittelbar in der Region. Es verbleiben dann noch einmal ca. 18 bis 20 Euro über, die wiederum die Betriebe durch Einkauf von Vorleistungen entscheiden, ob das Geld in der Region oder woanders landet. Da gibt es Themen, da kommt man aufgrund der Infrastruktur im Augenblick vielleicht nicht aus. Ich habe eine Gasheizung, das Gas kommt nicht aus der Region. Aber ich kann schon bei der nächsten Renovierungsmaßnahme sagen, ich mache eine Pelletheizung herein und beziehe in Zukunft dann die Biomasse aus der Region.

Ich habe natürlich, wenn ich einen Verpflegungsbetrieb habe, die Möglichkeit, mit Kooperationen aus der Region die Lebensmittel in der Region nach Möglichkeit umfassend einzukaufen. Es gibt Modellbeispiele aus dem Biosphärenreservat Rhön, wo ein Gastronom bis zu 80 Prozent des kompletten Wareneinsatzes in seinem Hotel ausschließlich aus regionalen Produkten bezieht. Das ist eine Frage des Bewusstseins und des Wollens.

Da gibt es eben im Winter keine karibische Ananas, sondern ein Einmachobst aus dem Herbst, aber das kommt bei den Gästen durchaus positiv an. Es ist einfach eine Frage des Wollens und des Bewusstseins. Jetzt ist die Frage, wie können wir das fördern? Da kommen wir zu unseren üblichen Instrumenten, Modellvorhaben oder Wettbewerbe, die man von der Bundesebene zu dem Thema anschieben kann. Der Instrumentenkasten ist Ihnen bekannt, denn wir können nicht direkt eingreifen in das regionale Geschehen, aber man kann vielleicht tatsächlich einmal Akzente setzen und Musterbeispiele aufzeigen, wie es geht.

Zum Thema, inwieweit die Leute bereit sind, mehr Geld auszugeben für ländliche Produkte, das ist kein ländliches Thema, das ist ein generelles Tourismusthema. Es gibt einerseits Basisqualitäten. Bei einer Übernachtung in einer bestimmten Kategorie geben die Leute nur einen bestimmten Preis aus und sie werden auch nicht bereit sein, dafür wesentlich mehr auszugeben, denn es ist substituierbar, sie bekommen es ja überall. Sie geben mehr Geld dafür aus, dass ihre spezifischen Kundenwünsche erfüllt werden und sie geben noch mehr Geld aus, wenn bestimmte Begeisterungseffekte dazu kommen. Also liegt es in der unternehmerischen Kreativität der Betriebe.

Wir haben jetzt sehr viel gehört darüber, was alles gefördert und subventioniert werden muss. Wir haben sehr wenig über Unternehmertum gehört. Das ist eine unternehmerische Herausforderung, dass ich mich auf eine bestimmte Kundengruppe einlasse und diese so begeistere, weil sie das bekommen, was sie wollen, dann auch bereit sind, mehr zu bezahlen. Dafür können wir endlose Listen von Beispielen aufführen, wo dieses Unternehmertum dazu geführt hat, dass selbst im Bereich von Bauernhöfen, ich erinnere nur an die Wellnesshöfe im Allgäu, dann für eine Ferienwohnung pro Person und Nacht weit über 100 Euro aufgerufen und bezahlt werden, bei 240 bis 260 Belegtagen. Es ist nicht so, dass man das nicht hinkommen kann, wenn man unternehmerisch denkt. Das Thema „Unternehmertum“, wie können wir das fördern? Das ist insgesamt ein Thema, das wir uns öfter vor Augen führen müssen.

Frau Mortler hatte gefragt, wenn alle Erkenntnisse da sind, warum kommt es dann unten nicht an? Ich sage einmal so herum, von der Bundesebene haben Sie es schon ein bisschen in der Hand, das ist jetzt nicht gegen Sie persönlich gerichtet, Frau Mushardt, aber wenn Frau Mushardt nach einer Förderung fragt, dann erwarten wir aber, dass in zwei Jahren 100 Prozent Deiner Betriebe klassifiziert sind. Sie haben gesagt, bei uns sind 70 Prozent klassifiziert, bei ihm sind 100 Prozent klassifiziert, warum hier nur 70 Prozent, warum nicht 100 Prozent? Man muss es nicht übers Knie brechen, aber so etwas würde Ihnen Argumente liefern nach innen zu sagen, Freunde wir müssen jetzt da durch. Das wäre auch fair für eine Übergangszeit.

Dasselbe wäre, wenn Sie dem VDN Geld geben für Werbemaßnahmen oder dem Europark für nationale Naturlandschaften, wo Betriebe präsentiert werden, zu sagen, dass Geld geben wir nur, wenn dort ausschließlich Betriebe präsentiert werden, die a) die Basisqualität Klassifizierung und mindestens eine Zusatzqualität einer entsprechenden Zertifizierung, ob das wanderbares Deutschland ist, ob es Bett and Bike ist, ob es Urlaub auf dem Bauernhof ist, egal wie, dass letztendlich haben, sonst gibt es kein Geld, sonst werden sie nicht promotet. Sie können schon versuchen, zu stimulieren und zu sagen, es gibt von Seiten des Bundes nur dann Geld, wenn diese Qualitätsprozesse sich dort konsequent abbilden.

Zum Thema „Intakte Landschaften“ von Herrn Paula, es gibt erste Verbraucherbefragungen. Wir hatten vor kurzem von der Hochschule aus eine regionale Fallstudie in Sachsen-Anhalt. Da haben sich Gäste massiv darüber beschwert, dass sie dort nicht mehr hinfahren werden, dass war im Spätsommer, wo die verblühten Rapsfelder noch nicht abgemäht waren, wo sie gesagt haben, die ganze Region stinkt nur nach diesen Rapsfeldern, da fahren wir nicht mehr hin. Letztlich ist das wieder eine Frage der unternehmerischen Entscheidung. Der Unternehmer muss doch entscheiden, ob er sagt, ich will Tourismus professionell machen, auch der Landwirtschaftsunternehmer, dann muss ihm klar sein, dass er einen Mix in der Region erzeugen muss, der für den Verbraucher verträglich ist. Man kann nicht beides haben. Ich kann nicht sagen, ich will super erfolgreich in der Energiewirtschaft sein und will super erfolgreich im Tourismus Geld verdienen, das wird nicht funktionieren. Wir wissen, dass das hinderlich ist und welche Schlüsse Sie jetzt für Ihre Überlegungen daraus ziehen, überlasse ich Ihnen.

Das Thema „Aus- und Weiterbildung“ wurde noch angesprochen. Ich sehe bei der Aus- und Weiterbildung, wie Frau Gilles, überhaupt nicht das Problem, dass es nicht genug Angebote gebe. Ich sehe das Problem, dass es im Tourismus und zwar durch fast alle Ebenen kein Bewusstsein für Aus- und Weiterbildung als Notwendigkeit, als ständige kontinuierliche Notwendigkeit gibt. Ich sehe es in den Destinationsmanagementorganisationen, wenn dort ein Destinationsmanager einen Antrag stellt, dass er zweimal im Jahr zu einer Fortbildungsmaßnahme beim DSFT möchte, dann wird es sofort abgeschmettert, von seinen Mitarbeitern überhaupt nicht zu reden. „Willst Du schon wieder weg nach Berlin fahren?“, ist ja schön, dass man sagt, es gibt ein Bewusstsein dafür, dass Weiterbildung ist dringend erforderlich ist. Aber wenn es schon auf Destinationsebene nicht funktioniert, wie soll es auf der betrieblichen Ebene funktionieren?

Ich habe noch keine Destination gesehen, die gesagt hat, wir reduzieren die Anzeigenpreise im Katalog für die Betriebe, die mindestens an einer Fortbildungsmaßnahme im Jahr teilgenommen haben. Ich habe es noch nicht erlebt. Das wäre ein ganz einfaches Instrument, Rückerstattung von Fortbildungsmaßnahmen über Anzeigenpreise im Katalog. Das ist etwas, was Sie anregen können, das können Sie versuchen zu kommunizieren, aber mehr geht leider nicht.

Vorsitzender Klaus Brähmig (CDU/CSU): Herr Bausch, vielen Dank für die Anregungen. Ich denke, die Fraktionen und Kollegen werden das nachbereiten. Ich gebe nun noch unserer Bundesregierung das Wort, denn Sie wissen ja, vor allem bezüglich der Zeitschiene, des Konzeptes, es sind zwei Ministerien beteiligt. Herr Burgbacher, Sie haben das Wort.

PStS Ernst Burgbacher (BMW): Vielen Dank Herr Vorsitzender. Meine Damen und Herren, ganz herzlichen Dank für die Informationen, die ungeheuer wertvoll sind. Ich hätte gerne die Fragen von Frau Möller beantwortet, das machen wir später.

Das Projekt, das wir gestartet haben, „Tourismus, Perspektiven in ländlichen Räumen“, das ist eine Umsetzung des Koalitionsvertrags und ist sicher eines unserer zentralen Projekte in der Legislaturperiode. Wir hatten eine erste Besprechung vor ca. sieben, acht Monaten, vielleicht etwas länger, da waren alle eingeladen und da war gleich allgemeiner Konsens, dass es keinen Sinn macht, jetzt eine Konzeption für ländliche Räume zu entwickeln, die dann irgendwo in der Schublade liegt, sondern das ein anderer Ansatz vorgesehen ist, mit dem man fragt: Was läuft denn, was läuft nicht, warum läuft, warum läuft nicht. Eine Art Best Practices und am Schluss versuchen, daraus etwas zu entwickeln.

Wir wollen Projektergebnisse, gute Handlungsempfehlungen, Praxisbeispiele, Leitfäden, konkrete Checklisten, also das, was vor Ort auch tatsächlich nutzbar ist, was dann genauso für die Politik gilt. Da können auch Handlungsempfehlungen für die Politik herauskommen. Das war einhellige Meinung, es waren alle, die damit zu tun haben, eingeladen und das war dort absoluter Konsens, dass wir das so machen. Wir haben uns dann mit dem BMELV zusammengesetzt, wir machen das in ganz enger Abstimmung mit dem BMELV, wir sind federführend, aber Gerd Müller und ich sind ständig in gutem Kontakt miteinander.

Der Projektträger ist der Deutsche Reiseverband. Das Projekt ist am 1. September 2011 gestartet. Inzwischen hat der DRV nach einem Ausschreibungsverfahren die Projekt M GmbH mit der Durchführung beauftragt, so dass es jetzt wirklich anläuft. Es wird einen Fachbeirat geben, in dem Vertreter vom BMELV, die Länderressorts, Tourismuswirtschaft, Verbände, Marketingorganisationen und Wissenschaft vertreten sind. Das soll sehr breit aufgehängt werden und wir versprechen uns davon, dass es wirklich einen Push für den ländlichen Tourismus gibt.

Projektende ist geplant der 31. Januar 2013. Solange braucht man wohl dort und natürlich werden wir auch immer wieder den Ausschuss informieren. Im Augenblick sind wir noch in der Vorbereitung. Ansprechpartner für den DRV als Koordinator ist Herr Krombach, der Ihnen auch bekannt ist. Das ist im Augenblick der Stand, was die Bundesregierung in die Wege geleitet hat. Das wird eine gute Sache, die dann auch nutzbar ist und von der auch alle Beteiligten profitieren können.

Klaus Brähmig (CDU/CSU): Vielen Dank Herr Burgbacher, vielen Dank auch an Gerd Müller. Ich denke, es ist auch in Ihrem Interesse, dass wir hier Neuland begehen. Ich möchte zum Abschluss auf Folgendes hinweisen: Ich selber kann für mich in Anspruch nehmen, ich gehe klüger aus der Veranstaltung heraus, als ich heute hier hereingekommen bin, weil ich durchaus einige Dinge bestätigt bzw. von Ihnen interessante Anregungen bekommen habe. Ich möchte auch auf Folgendes hinweisen. Es ist immer die Koordinierung gefragt worden und der Bund soll am liebsten Geld geben usw. Wir haben eine große Chance vertan. Am Dienstag wird in Frankfurt am Main ein ganz tolles Projekt, nämlich eine Bund-Länder-Aktion für eine internationale, aber auch Inlandsmarketingaktion der Deutschen Zentrale für Tourismus beerdigt, wie Sie sicherlich wissen, weil die Bundesländer gesagt haben, das Geld geben wir lieber den Landestourismusorganisationen, übrigens auch den Bauern und Landurlaubsorganisationen. Ich habe davon noch nichts mitbekommen, sondern das Geld kassiert der Finanzminister ein. Wir haben genau das Gegenteil von dem, was Sie und viele andere fordern, dass wir eine noch stärkere Verzahnung zwischen Bund und Ländern organisieren.

Ein zweiter Punkt, den ich ansprechen möchte: „Was nichts kostet, ist nichts wert.“ Das ist meine Erfahrung, die ich gesammelt habe. Auch da müssen wir Bewusstseinsentwicklung machen. Es soll am liebsten alles umsonst sein, Schlösser, Burgen, Urlaub, Ferien, Dampfschiffahrt, Eisenbahn, das geht nicht. Wir müssen das Prinzip der Betriebswirtschaft einführen, d.h. die Leute müssen wissen, was kostet eine Leistung? Ob sie dann im Zweifelsfall pro Person oder pro Projekt subventioniert wird, das ist eine ganz andere Frage, aber das muss erst einmal hergestellt werden. Wir müssen auch erreichen, dass diejenigen, die am Tourismus arbeiten, in einem Umlagesystem sich finanziell selber organisieren, d.h. dass sie nicht sagen, der Bund und das Land soll das Geld herübergeben. Wir müssen weg von der Subventionsmentalität. Dass man einfach sagt, wir sind die Nutznießer und wir legen Geld auf den Tisch, eine Marketingaktion oder andere Organisationsstrukturen, die ich selber schlechter machen kann, wie wenn ich etwas in den Pool einbezahle und somit die Gemeinschaftsaktion mache.

Ich finde es gut, Herr Burgbacher, dass Sie das zusammen mit Gerd Müller machen. Die Ausschüsse werden Sie dabei begleiten, auch die hier anwesenden Organisationen und ich möchte noch auf einen

Punkt hinweisen. Wir werden das in der Legislaturperiode noch einmal aufrufen, sofern die Obleute gemeinschaftlich der Überzeugung sind. Thema „Ländlicher Raum und Demographie“, ein Thema, was wir hier noch nicht angesprochen haben, was auf uns zukommen wird in einer Flutwelle, wo es sicherlich auch darum gehen wird, in Deutschland, das kann man sich fast nicht vorstellen, Dörfer zurückzubauen oder zusammenzuführen. Das ist die Dramatik die ansteht.

Ich darf Ihnen ein ganz herzliches Dankeschön im Namen der Kollegen sagen. Es war eine ganz tolle Sache. Wir haben von Ihnen viel Papier bekommen, das wird in die Arbeit einfließen. Ich wünsche Ihnen viel Erfolg für die restlichen Wochen des Jahres bei Ihrer Arbeit. Damit ist die öffentliche Sitzung geschlossen.

Schluss der Sitzung: 17.00 Uhr

Klaus Brähmig, MdB
Vorsitzender