

<p style="text-align: center;">Urlaub am Bauernhof in Österreich Modell einer erfolgreichen nachhaltigen Zusammenarbeit im ländlichen Raum</p>

Hans Embacher, Urlaub am Bauernhof Österreich

Seit 1991 arbeiten 2.750 Ferienbauernhöfe mit insgesamt ca. 36.000 Gästebetten in der Urlaub am Bauernhof-Organisation zusammen, welche im Rahmen des ökosozialen Weges der Landwirtschaft gegründet wurde (Anmerkung: insgesamt vermieten in Österreich lt. Statistik Austria ca. 15.000 Bauernhöfe 170.000 Gästebetten).

Voraussetzung für die Mitgliedschaft bei einem der 8 UaB-Landesverbände (alle Bundesländer außer Wien) ist eine aktive Landwirtschaft. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt 12,5 Gästebetten, ca. 15 % der Mitglieder führen den Betrieb gewerblich. Die Herausforderung besteht darin, der großen Zahl von touristisch sehr kleinen Betrieben („Micro-Enterprises“) eine Plattform für professionelle Entwicklung und Vermarktung zu bieten.

Konsequente Markenstrategie

Grundlage der Zusammenarbeit ist die gemeinsame Marke „Urlaub am Bauernhof“, die auf allen Ebenen – von den Betrieben bis zur Bundesebene – konsequent umgesetzt wird. Damit ist einerseits effiziente Imagewerbung möglich, gleichzeitig profitieren die Mitgliedshöfe vom gemeinsamen Auftritt.

Geprüfte Qualität

Seit 1993 sind alle Mitgliedsbetriebe qualitätsgeprüft und mit 2, 3 oder 4 Blumen ausgezeichnet. Eine Marktuntersuchung hat ergeben, dass für 9 von 10 befragten UaB-Gästen diese Klassifizierung wichtig oder sehr wichtig für ihre Urlaubsentscheidung ist. Überprüft wird der Standard des Gesamtangebotes in den Bereichen Bauernhof-Qualität, Ausstattungs-Qualität und Service-Qualität. Mit der Qualitäts-Kategorisierung kann auch die laufende Anpassung der Angebote an die Gäste-Bedürfnisse sichergestellt werden. Gleichzeitig bieten

die Kriterien den Mitgliedern eine Orientierungshilfe bei der Angebotsgestaltung auf dem Hof.

Die Förderung betrieblicher Investitionen in den Bereich UaB ist in den meisten Bundesländern an den UaB-Qualitätskriterien orientiert. Das heisst nach der Investition muss der Ferienbauernhof ein bestimmtes Qualitätsniveau (i.d.R. 4 Blumen) erreichen, um die Förderung in Anspruch nehmen zu können.

Zielgruppen-Angebote

Seit 1996 werden bundesweite UaB-Themenangebote vermarktet. Für die Baby- und Kinderbauernhöfe, Höfe für Rollstuhlfahrer und bewegungseingeschränkte Menschen, Bio- und Gesundheitsbauernhöfe sowie für die Reiterbauernhöfe bestehen bundesweite Angebotskataloge mit eigenen Vermarktungsschienen, ebenso für die regionalen Angebote Winzerhöfe und Almhütten. Mit dieser Angebotsdifferenzierung wurde das UaB-Angebot für die Gäste überschaubarer („was kann ich dort unternehmen?“), für die Vermieter bewährten sich die zusätzlichen Verkaufskanäle für die speziellen Zielgruppen.

Barrierefreiheit: Das Produkt „**barrierefreier Urlaub am Bauernhof**“ stellt in erster Linie ein Angebot für bewegungseingeschränkte Menschen dar – dazu gehören auch ältere und sehbehinderte Menschen. Bei dieser Zielgruppe ist es wichtig, dass sowohl die infrastrukturellen als auch die menschlichen Voraussetzungen für dieses Angebot stimmen.

Als Zielgruppen werden Vereine, Beratungsstellen, Rehakliniken, Selbsthilfegruppen und Einzelreisende angesprochen. Durch Kontakt mit Selbsthilfegruppen und Behindertenverbände wird das Angebot nahe an die Zielgruppe gebracht. In engem Kontakt stehen wir zur Behindertenselbsthilfegruppe Hartberg, die uns bei der Bewertung und Beratung unserer Höfe mit kompetenten, meist selbst betroffenen Fachkräften, unterstützen. Wir motivieren und informieren alle unsere Mitgliedsbetriebe zu barrierefrei gestalteten Neu- u. Umbauten.

Kooperationen sind ein wesentlicher Teil der UaB-Strategie. Örtliche oder regionale Zusammenschlüsse bieten dem Gast ein umfangreicheres Angebot („mir

stehen gleich mehrere Höfe zur Verfügung“), die Betriebe können sich durch gemeinsame Gästebetreuung Arbeit ersparen. Damit werden die Schwächen der kleinbetrieblichen Struktur (begrenzt Angebot) verringert und der persönliche Kontakt zu den Gästen bleibt trotzdem bewahrt.

Mit Internet ins Bauernbett

Die gemeinsame UaB-Internet-Plattform www.UrlaubamBauernhof.at besteht seit 1998. In der Zwischenzeit ist das Internet zum wichtigsten Marketinginstrument für die Mitgliedsbetriebe geworden. Der Gast kann sich mit Hilfe der interaktiven Landkarte einen Hof in einer bestimmten Region aussuchen und im Internet ansehen, sich mit Hilfe des „Digitalen Tourismusassistenten“ von ausgewählten Höfen in einer Region ein Angebot erstellen lassen oder gleich online buchen. Die Betriebe erzielen monatlich ca. 700 Seitenansichten pro Hof, laut Mitgliederbefragung wird aus ca. 3,5 bis 4 Anfragen eine Buchung. Mit diesem Spitzenwert erweist sich das Internet als sehr effizientes Marketing-Instrument. Derzeit sind ca. 1.000 Mitgliedsbetriebe online buchbar – der Online-Umsatz stieg 2010 um +49% auf ca. € 2,25 Mio.

Gemeinsam auf den Markt

Durch Konzentration der Marketing-Budgets sind größere Kampagnen (wie zB TV-Promotions) oder die Bearbeitung der Wachstumsmärkte Ungarn, Tschechien und Polen realisierbar. Eckpfeiler der Marketingarbeit sind vielfältige Wirtschaftskooperationen und das Internet sowie vor allem auf den fremdsprachigen Märkten eine intensive Zusammenarbeit mit den Außenstellen der Österreich Werbung. Die Kataloge erfreuen sich jedoch trotz Internet großer Beliebtheit: alleine das Büro der Bundesorganisation verzeichnet mehr als 20.000 persönliche Kataloganfragen pro Jahr.

Wie steht es mit der Nachhaltigkeit?

Schon 1991 prognostizierte der Schweizer Tourismus-Vordenker Jost Krippendorf *"Die Symbiose von Landwirtschaft und Tourismus bei Urlaub am Bauernhof kann als Herzstück einer umweltverträglichen und sozial verantwortlichen, aber auch wirtschaftlich interessanten Tourismusentwicklung angesehen werden."*

Welche Beiträge kann Urlaub am Bauernhof zu einer nachhaltigen (Tourismus-)Entwicklung im ländlichen Raum liefern?

- Urlaub am Bauernhof als wertvoller Teil des "Österreich-Angebotes"
Urlaub am Bauernhof bietet den Gästen die Chance, in einem in der Regel kleinstrukturierten Betrieb die Natur, Land und Leute unmittelbar kennenzulernen. Hier wird viel "Alltagskultur" vermittelt.
- Urlaub am Bauernhof als Beitrag zur Existenzsicherung für bäuerliche Familien
Die kleinbäuerliche Struktur ist (vor allem in den Berggebieten) ein wesentlicher Teil unserer Land(wirt-)schaft. Diese Struktur hat bis heute wesentlich zur Erhaltung eines attraktiven Landschaftsbildes beigetragen. Die Weiterbewirtschaftung dieser Höfe ist - vor allem in der nachfolgenden Generation - gefährdet. Dies kann längerfristig die Grundlagen für den Ferientourismus in Österreich massiv beeinträchtigen.
Urlaub am Bauernhof ist vor allem für kleinere landwirtschaftliche Betriebe häufig ein zweites (oder drittes) Standbein, das es den Bauern ermöglicht, selbständig (das ist ein wichtiger Teil der bäuerlichen Identität) und am Hof zu bleiben (d.h. nicht auswärts einem Nebenerwerb nachgehen zu müssen).
- Urlaub am Bauernhof als Bindeglied zwischen Tourismus und Landwirtschaft
Ein großer Teil der touristischen Aktivitäten in den österreichischen Ferienregionen findet auf bäuerlichem Grund statt. Damit gehört eine gute Gesprächsbasis zwischen Landwirtschaft und Tourismus zu den wesentlichen Elementen einer gesunden touristischen Entwicklung. Die bäuerlichen Vermieter sind mit beiden Bereichen vertraut und können eine wichtige "Kommunikationsfunktion" erfüllen.
Darüberhinaus kann eine enge Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und Tourismus durch das Anbieten regionaler landwirtschaftlicher Produkte durch die Tourismusbetriebe den besonderen Charakter einer Region (ihre Eigen-Art) unterstreichen und diese Region bzw. Österreich von anderen Gebieten "unterscheidbarer" machen (was wiederum für das Tourismusmarketing von großer Bedeutung ist).

- Urlaub am Bauernhof als Beitrag zu einer nachhaltigen Tourismusentwicklung
 Urlaub am Bauernhof ist ein gewachsenes, meist landes- und regional-typisches Angebot, das wenig gebaute touristische Infrastruktur benötigt. Das Angebot basiert auf natürlichen Grundlagen und baut auf Bestehendem auf. Urlaub am Bauernhof trägt zur regionalen Entflechtung der Tourismusströme bei, da sich der größte Teil der Höfe nicht in touristischen Zentren befindet.
- Urlaub am Bauernhof als gesellschaftlich wertvolle Quelle für Bildung
„Die alten Naturvölker waren weise. Sie wussten, dass das Herz eines Menschen, der sich der Natur entfremdet, hart wird; sie wussten, dass mangelnde Ehrfurcht vor allem Lebendigen und allem, was da wächst, bald auch die Ehrfurcht vor dem Menschen absterben lässt. Deshalb war der Einfluß der Natur, die den jungen Menschen feinfühlig machte, ein wichtiger Bestandteil ihrer Erziehung.“ (Recheis 1996).
 Ein großer Teil der (Klein-)Kinderbücher spielt auf dem Bauernhof. Im Alltagsleben haben jedoch die meisten Stadtkinder nur mehr wenig oder gar keinen Kontakt mehr zum bäuerlichen Leben, zum Pflanzen, Wachsen und Werden der Lebensmittel. Umfragen, nach denen ein großer Teil der Kinder Kühe lila vermuten, bestätigt diese zunehmende Entfremdung.

(Regionale) Wertschöpfung: Was bringt's für den Betrieb und für die Region?

Beiträge zur Nachhaltigkeit sind gut und wertvoll – das Angebot muß jedoch auch wirtschaftlich fundiert sein, um langfristig zu bestehen und positive Wirkungen bringen zu können.

Die UaB-Mitgliedsbetriebe erreichen als Ergebnis dieser Zusammenarbeit im Schnitt 700 Internet-Seitenansichten pro Betrieb/Monat und eine jährliche Bettenauslastung von 108 Vollbelegstagen (auf Zimmer- bzw. FeWo-Basis wäre diese noch erheblich höher), davon 60 VBT in der Sommersaison, 48 im Winter. Nicht nur die Auslastung, auch der Durchschnittspreis der Mitgliedsbetriebe liegt mit € 27,-- pro Person/Tag (Zi/Frühstück) bzw. € 67,10 pro

Ferienwohnung (4 Personen) liegt erheblich über dem statistischen Durchschnitt aller UaB-Betriebe (Sommer 10).

Damit ist die Wirkung der bäuerlichen Vermietung auf die Belegung der ländlichen Regionen nicht unerheblich: die Tagesausgaben der UaB-Gäste werden auf ca. 1,0 bis 1,2 Mrd. € jährlich geschätzt, im ländlichen Raum werden damit ca. 23.000 Arbeitsplätze geschaffen bzw. gesichert.

Im Zeitraum seit der Gründung der UaB-Ö-Organisation, also 1991-2010 wurde der Durchschnittspreis für Zimmer/Frühstück um 106 % (bei einer kumulierten Inflation von 56%), gleichzeitig die Auslastung pro Betrieb um 20% gesteigert. Die Marken- und Qualitätsstrategie hat sich damit positiv auf die wirtschaftliche Entwicklung der Betriebe ausgewirkt.

Die Finanzierung der Verbands-Aktivitäten erfolgt durch Marketingbeiträge der Mitglieder sowie durch Projekt-Fördermittel aus dem EU-konfinanzierten Programm der ländlichen Entwicklung (LE07-13). Ziel dieses Programms ist die wirtschaftliche Belegung der ländlichen Regionen sowie die Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen (vor allem für Frauen) im ländlichen Raum. Internationale Marketing-Kampagnen werden nach strategischer Abstimmung teilweise gemeinsam mit der Österreich Werbung (Dachkampagne: ÖW / Themen- bzw. Verkaufskampagne: UaB) finanziert.

Europaweit gilt der „österreichische Weg“ als Vorbild für eine gemeinsame Organisation und abgestimmte Strategie um mit dem ländlichen Tourismus trotz scharfer Veränderungsdynamik und Verdrängungswettbewerb auf dem Tourismusmarkt erfolgreich zu sein.

Kontakt::

Bundesverband Urlaub am Bauernhof
Mag. Hans EMBACHER
Gabelsbergerstrasse 19
A - 5020 Salzburg
++43/(0)662/880202
h.embacher@farmholidays.com
<http://www.UrlaubamBauernhof.at>