

Berlin, 19.10.2011

Ländlicher Tourismus

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

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

Allgemeine Anmerkungen

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

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



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

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



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

Erlebnishof, uvm.), über Urlaubsthemen (Familienurlaub, Wandern, Radfahren, barrierefreie Angebote, Urlaub mit Hund, Urlaub für Gruppen, uvm.) sowie regionale Einstiege über die Bundesländer bzw. über (auch bundeslandübergreifende!) Urlaubsregionen. Das Portal soll künftig auch um tagestouristische Angebote erweitert werden, um die vorhandenen Potenziale für regionale Wertschöpfung umfassend zu erschließen und dem Gast eine individuelle Urlaubsplanung im ländlichen Raum zu ermöglichen. Das gemeinsam mit unseren Landesverbänden konzipierte und umgesetzte Portal ersetzt mittelfristig eine Vielzahl regionaler Insellösungen und wirkt damit der zunehmenden Zersplitterung des

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

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

1. Vermarktung

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

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

2. Qualitätssicherung

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

Abgesehen von der reinen Ausstattungsqualität der Unterkunft hat der charakteristisch ländliche Tourismus auch noch ganz andere Qualitäten zu bieten. Diese müssen als Alleinstellungsmerkmal gegenüber anderen Urlaubsformen noch wirksamer als in der Vergangenheit kommuniziert werden. Es sind spezifische „Erlebnisqualitäten“, die beispielsweise einen Urlaub auf dem Bauernhof oder auf einem Weingut, Reiterferien oder aber eine Radtour von Heuherberge zu Heuherberge auszeichnen und im Vergleich zu

touristischen Standardprodukten unverwechselbar machen. Hinzu kommen die persönliche Betreuung durch den Gastgeber, der Genuss regionaler Spezialitäten und das authentische Erleben von Land und Leuten, Arbeitsweisen, Traditionen und auch modernen Entwicklungen.

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

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



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

3. Regionale Wertschöpfung

Bei der weit überwiegenden Zahl der touristischen Leistungsträger im ländlichen Raum handelt es sich um kleine (oftmals kleinste!) und mittlere Betriebe. So liegt in den Reihen des eigenen Verbandes der Durchschnitt bei drei Wohneinheiten je Vermieter. Naturgemäß können diese Betriebe kein besonders breites Spektrum an Service- und Freizeiteinrichtungen bereithalten. Im Zweifel investieren die Betriebe – völlig richtig – in ihre ländlichen Alleinstellungsmerkmale, also eher in Reitpferde und Spielscheune als in eigene Gastronomie und Hallenbad. Gerade die oftmals fehlende oder auf das Frühstück begrenzte Verpflegungsmöglichkeit eröffnet ein großes Potenzial für regionale Partnerschaften und Wertschöpfung. Von den ländlichen Gastgebern profitieren Gastronomie, Handwerk, Einzelhandel und alle Formen von Freizeit- und Kultureinrichtungen nicht nur unmittelbar vor Ort, sondern auch im weiteren Umkreis und in den umliegenden Städten. Eine Stärkung des

Landtourismus bedeutet damit nicht allein eine Förderung der Gastgeber, sondern eine umfassende und nachhaltige Förderung der wirtschaftlichen Entwicklung der ländlichen Räume.

4. Förderprogramme

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

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

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

5. Infrastruktur und Daseinsvorsorge

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

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

6. Verknüpfung von Landwirtschaft, Landschaftspflege und Tourismus

Vielfältige und attraktive Kulturlandschaften sowie eine intakte und erlebbare Natur sind Grundvoraussetzungen und somit wichtigster Standortfaktor für den Tourismus im ländlichen Raum. Es sind die Land- und Forstwirte, Winzer, Obstbauern und Schäfer, die für 95 Prozent der „Erholungslandschaft“ letztlich die Verantwortung tragen und dies als öffentliches Gut bereitstellen. Gleichzeitig profitieren sie nur im Einzelfall (z.B. Anbieter von Urlaub auf dem Bauernhof, Direktvermarkter, Hofgastronomie) bzw. indirekt von den wirtschaftlichen Effekten des Tourismus in der Region. Attraktive und verlässlich finanzierte Agrarumwelt- und Vertragsnaturschutzmaßnahmen für die Landnutzer sind daher für die Zukunft des Tourismus im ländlichen Raum unverzichtbar. Für deren praxisgerechte Ausgestaltung, ausreichende Finanzierung und breite Akzeptanz bei den Landnutzern muss noch mehr als in der

Vergangenheit geworben werden, nicht allein unter Gesichtspunkten des Umwelt- und Naturschutzes, sondern auch im Hinblick auf das touristische Kapital der Region. Insofern unterstützt die Bundesarbeitsgemeinschaft die Forderung des Deutschen Bundestages, in Form von Modellvorhaben die Entwicklung von naturtouristischen Angeboten zu erproben (Drs. Nr. 17/2478). Gerade die Urlaubsbauernhöfe sind prädestiniert, hier eine aktive Vorreiterrolle einzunehmen.

7. Auswirkungen der Flexibilisierung des Baurechts

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

8. Barrierefreiheit

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

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

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

Berlin, im Oktober 2011

Anlage:

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

Berlin, 8. September 2010

Ländlichen Tourismus stärken!

Ein Beitrag zur Erstellung einer Tourismuskonzeption für den ländlichen Raum

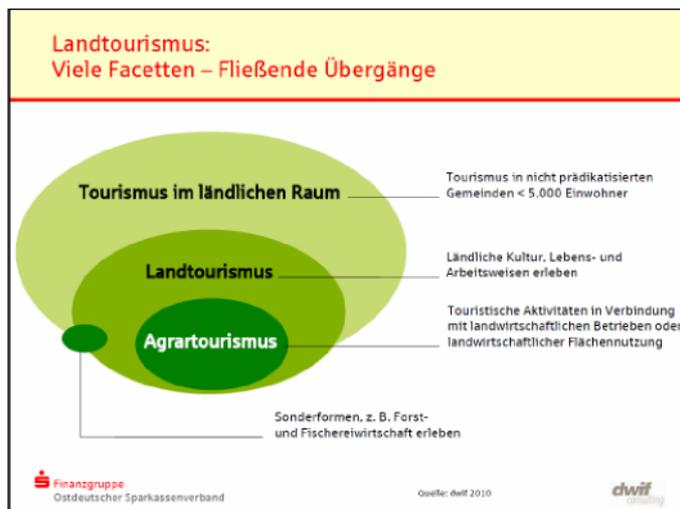
Die Bundesregierung hat sich im Koalitionsvertrag vom 24.10.2009 darauf verständigt, eine Tourismuskonzeption für den ländlichen Raum zu erstellen. Damit wird die in der vorangegangenen Legislaturperiode geleistete Arbeit letztlich konsequent weiter geführt. Eine solche Tourismuskonzeption dient auch der Umsetzung der „Tourismuspolitischen Leitlinien“, die die Bundesregierung Ende 2008 verabschiedet hat und die die Grundlage für eine konzeptionelle Verbesserung der bundespolitischen Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft sind. Auch hatte sich der Tourismusausschuss des Deutschen Bundestages intensiv und sehr konstruktiv mit dem Thema Tourismus im ländlichen Raum befasst. Als Ergebnis hatte der Deutsche Bundestag im Sommer 2009 den Antrag „Bauernhofurlaub und Landtourismus weiter fördern – Ländliche Räume nachhaltig stärken“ verabschiedet (Drs. 16/10320). Das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) hat 2008 mit der „Expertise Urlaub auf dem Bauernhof/Lande – Perspektiven unter Berücksichtigung des demografischen Wandels“ einige zentrale Herausforderungen für die Zukunft skizziert.

Auf all diesen Vorarbeiten kann nun aufgebaut werden. Ziel der Tourismuskonzeption für den ländlichen Raum, die die Bundesregierung in den kommenden Monaten erarbeiten will, sollte es sein, den Tourismus im ländlichen Raum tatsächlich weiter zu stärken. Dies betrifft neben dem klassischen Bauernhofurlaub eine Vielzahl von touristischen Angeboten im ländlichen Raum wie z.B. auch Wandern, Naturerlebnisse, Wassersport, Radfahren, Wellnessangebote oder kulinarische Urlaubsformen. Das vorliegende Papier der Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland, des Deutschen Landkreistages und des Deutschen Bauernverbandes enthält zentrale Aspekte, die sich in einer derartigen Tourismuskonzeption wiederfinden sollten, wobei kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben wird.

Für die ländlichen Räume ist die Tourismusedwicklung von großer und oft elementarer Bedeutung: Touristische Infrastrukturen und branchenunterstützende Rahmenregelungen haben nicht nur direkte wirtschaftspolitische Effekte, sondern tragen darüber hinaus zur Erhaltung und zum Ausbau intakter, lebenswerter und attraktiver ländlicher Räume und zur Abfederung demografischer Entwicklungen bei. Aus diesem Grund ist eine Förderung des ländlichen Tourismus nicht allein für die vielen tausend Anbieter landtouristischer Leistungen von Bedeutung. Auch die rund 350.000 landwirtschaftlichen Betriebe und die 301 Landkreise haben ein fundamentales Interesse daran, dass das unbestritten reichhaltige touristische Potenzial der ländlichen Räume in Deutschland bestmöglich entwickelt wird. Vor diesem Hintergrund stehen die unterzeichnenden Verbände bereit, sich in den Konzeptionsprozess auf Bundesebene aktiv mit einzubringen.

Tourismus im ländlichen Raum hat großes Potenzial

Grundlegend für die Erstellung einer Tourismuskonzeption für den ländlichen Raum ist ein einheitliches Begriffsverständnis. Eine mögliche Grundlage für die Abgrenzung landtouristischer Segmente liefert beispielsweise das Sparkassen-Tourismusbarometer 2010 des Ostdeutschen Sparkassenverbandes (OSV). Zwar lässt die in der Abbildung ersichtliche Unterteilung die prädikatisierten Gemeinden außer Acht, trägt jedoch durch die vorgeschlagene Dreiteilung in Agrartourismus, Landtourismus und Tourismus im ländlichen Raum zur ersten Klärung und Einordnung der Bezeichnungen bei.

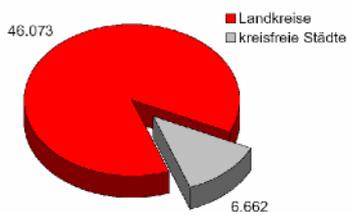


Demnach bilden der Landtourismus und insbesondere der Agrartourismus den prägenden Kern des gesamten Tourismus im ländlichen Raum in all seinen Facetten. Die Betriebe bieten hierbei nicht allein „Urlaub auf dem Bauernhof“: Die Angebote reichen von Obst-, Spargel- und Winzerhöfen, Reiterferien, gesundheitlich ausgerichteten Bio- und Kneipp-Ferienhöfen, Sport- und Wellnessangeboten, Camping, vielfältigen Angeboten des Wander- und Fahrradtourismus bis hin zu gastronomischen und erlebnisorientierten Angeboten für Tagestouristen. Gerade die Vielseitigkeit ländlicher

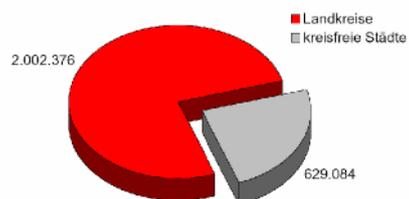
Tourismusangebote ist ein großes Potenzial, das entwickelt werden muss, gerade um vor dem Hintergrund des demografischen Wandels neue Zielgruppen gezielt anzusprechen.

Statistisch belastbare bundesweite Zahlen oder amtliche Statistiken zur Bedeutung und zur Entwicklung dieses Wirtschaftszweiges existieren bislang nicht. Behelfsweise und sehr grob vereinfachend können die verfügbaren Tourismusstatistiken bezogen auf die Landkreise als den ländlichen Raum prägende kommunale Gebietskörperschaften betrachtet werden. Dabei zeigt sich, dass der Tourismus für die wirtschaftliche Entwicklung der Landkreise von erheblicher Bedeutung ist: Dort wurden 2008 mehr als 46.000 Beherbergungsbetriebe mit über 2 Millionen Gästebetten und 268 Millionen Übernachtungen gemeldet – ein Vielfaches im Vergleich zu den kreisfreien Städten inklusive der tourismusstarken Stadtstaaten Bremen, Hamburg und Berlin (s. Abb.).

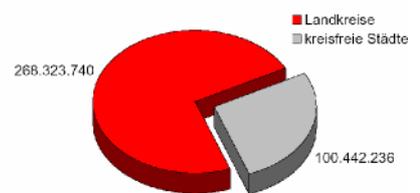
Geöffnete Beherbergungsstätten 2008



Angebotene Gästebetten 2008



Übernachtungen 2008 in Beherbergungsstätten mit neun Betten und mehr



Das Sparkassen-Tourismusbarometer schätzt das Volumen des Tourismus im ländlichen Raum bezogen auf die ostdeutschen Bundesländer auf 15 Millionen Übernachtungen (in nicht prädikatisierten Gemeinden unter 5000 Einwohner) und kommt damit auf einen Marktanteil von 18 %. Dabei kommt die Studie zu dem Schluss, dass das wirtschaftliche Potenzial dieses Tourismussegmentes bislang noch nicht annähernd ausgeschöpft ist. Nach Zahlen des BMELV verbringt bislang nur etwa ein Drittel derjenigen, die sich für einen Landurlaub interessieren, tatsächlich dort die Ferien.

Auch die die EU-Kommission stellt in ihrer jüngsten Mitteilung „Europa – wichtigstes Reiseziel der Welt: ein neuer politischer Rahmen für den europäischen Tourismus“ fest: „Als Wirtschaftszweig ist der Tourismus in der Lage, Wachstum und Arbeitsplätze in der EU zu schaffen und gleichzeitig zur Entwicklung und zur wirtschaftlichen und sozialen Integration insbesondere der ländlichen Gebiete und Gebirgsregionen, der Küsten- und Meeresregionen (...) beizutragen.“

Tourismuskonzeption des Bundes für den ländlichen Raum ist notwendig

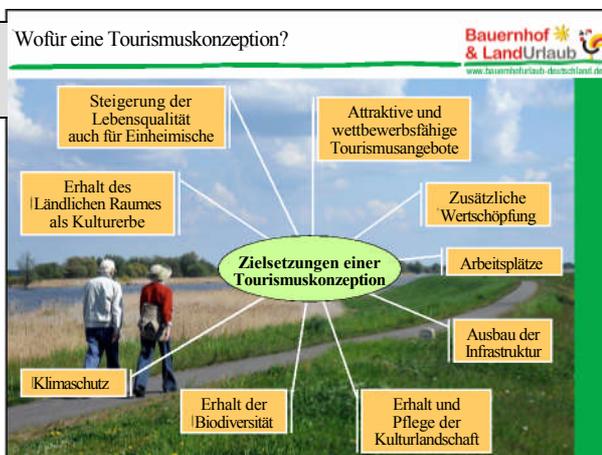
Im Vergleich zum Städte- und Kulturtourismus fristet der Tourismus im ländlichen Raum trotz seiner positiven Entwicklung und seiner guten Zukunftsperspektiven zumindest in der öffentlichen Wahrnehmung immer noch ein Schattendasein. Ein eigener konzeptioneller Ansatz würde daher auch zur gleichberechtigten Betrachtung und Unterstützung der städtischen und ländlichen Tourismus-



segmente beitragen. Die Notwendigkeit einer bundesweiten Tourismuskonzeption für den ländlichen Raum ergibt sich aus dem Spannungsfeld zwischen den erheblichen wirtschaftlichen Potenzialen sowie den großen Herausforderungen, vor denen die Branche steht (s. Abb.). Ein touristisches Gesamtkonzept für den ländlichen Raum kann hier helfen, beispielsweise bei den Anpassungsnotwendigkeiten infolge des demografischen Wandels, beim Ausbau touristischer Infrastruktur oder der Bewältigung des Strukturwandels in der Landwirtschaft relevante Politikbereiche besser zu koordinieren und abgestimmte Maßnahmen zur Förderung des ländlichen Tourismus zu realisieren.

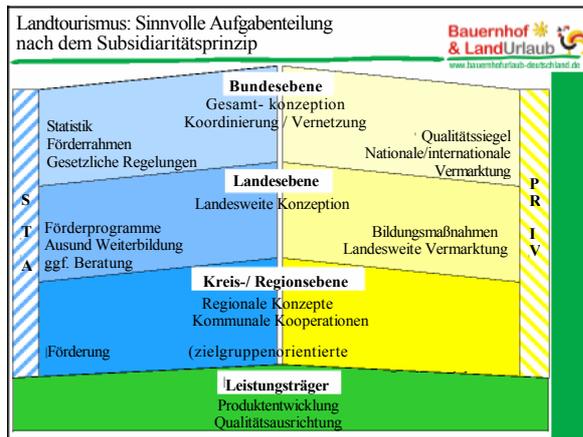
Tourismus als Schlüssel zur wirtschaftlichen Entwicklung in der Fläche

Durch ein verstärktes Ausschöpfen des vielfältig vorhandenen Potenzials können in erheblichem Maße Wertschöpfung und Arbeitsplätze im ländlichen Raum generiert bzw. gesichert werden. Davon profitieren nicht nur die Beherbergungsbetriebe, sondern auch viele andere Unternehmen wie Handwerk, Handel, Gastronomie, Freizeiteinrichtungen usw. Eine dadurch verbesserte ländliche Infrastruktur und eine insgesamt gesteigerte Attraktivität der Region kommen daher auch und vor allem der einheimischen Bevölkerung zu Gute, steigern die Lebens-



qualität auf dem Land und wirken der
Abwanderung der Bevölkerung entgegen
(„Leben, wo andere Urlaub machen“).

Ein erfolgreicher Tourismus kann daher erheblich zur wirtschaftlich, ökologisch und sozial nachhaltigen Entwicklung ländlicher Räume beitragen. In manchen strukturschwachen Gebieten ist der Tourismus oft sogar der einzige Schlüssel für die Gewährleistung auch zukünftig tragfähiger Strukturen. Diese und weitere Zielsetzungen wie etwa der Erhalt und die Pflege der Kulturlandschaft oder der Erhalt der Biodiversität sollten im Vorfeld definiert werden (s. Abb.). An diesem Zielkatalog sollte sich der langfristige Erfolg der zu erarbeitenden Tourismuskonzeption des Bundes messen lassen.



Querschnittsthema Tourismus erfordert sinnvolle Aufgabenteilung

Sowohl die Tourismuspolitik als auch die Entwicklung des ländlichen Raumes fallen grundsätzlich in die Zuständigkeit der Bundesländer und der Kommunen. Dennoch sind die unterzeichnenden Verbände überzeugt, dass

darüber hinaus eine länderübergreifende, bundesweite Tourismuskonzeption für den ländlichen

Raum dringend erforderlich ist. Diese ist mit den föderalen Zuständigkeiten in

Einklang zu bringen und sollte sich an den Grundsätzen des Subsidiaritätsprinzips orientieren. Angesichts zunehmend knapper finanzieller und personeller Ressourcen geht es im Kern um die Frage, welche Ebene welche Aufgaben

am effizientesten wahrnehmen kann. Dieser Frage sollten sich staatliche Institutionen und

privatwirtschaftliche Organisationen gleichermaßen stellen (s. Abb.).

So verfügt der Bundesgesetzgeber über die Zuständigkeiten etwa für die Bereiche Verkehr, Regionalförderung und Steuern. Daneben trägt er eine Verantwortung für eine aussagekräftige bundesweite Tourismusstatistik. In den primären Verantwortungsbereich der privaten Wirtschaft auf Bundesebene gehören demgegenüber beispielsweise die Entwicklung von Qualitätssiegeln sowie Aufgaben in der überregionalen (nationalen und internationalen) Vermarktung.

Bei der Entwicklung einer Gesamtkonzeption sowie bei den Aufgaben der Koordinierung und Vernetzung von Bund, Ländern und Kommunen sollten öffentliche und private Organisationen eng zusammenarbeiten. Generell müssen Synergien und Effizienzgewinne, die durch eine stärkere Kooperation auf horizontaler Ebene (z.B. kommunale Kooperationen) oder vertikaler Ebene (z.B. Zusammenarbeit Bund/Länder/Kommunen) möglich sind, konsequent genutzt und ausgebaut werden.

Konkrete Handlungsfelder für eine Tourismuskonzeption

Davon ausgehend werden nachfolgend elf Themenfelder benannt, die für die Zukunftsfähigkeit des ländlichen Tourismus von maßgeblicher Bedeutung sind und in denen eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für touristische Angebote besonders dringlich erscheint.

1. Statistische Datengrundlage verbessern

Anders als bspw. beim Städtetourismus ist die Datenlage zum Tourismus im ländlichen Raum – und erst recht bezogen auf den Land- und Agrartourismus – mangelhaft. Statistisch belastbare Daten zu Struktur und Umfang, wirtschaftlicher Bedeutung und Entwicklung des Sektors existieren nicht. In der amtlichen Statistik wird der Tourismus im ländlichen Raum nicht explizit erfasst. Zudem erfassen die statistischen Landesämter nur Betriebe mit neun und mehr Betten. Gerade im Tourismus im ländlichen Raum spielen jedoch kleine Betriebe mit persönlicher Betreuung eine wesentliche Rolle. Die vom BMELV in zweijährigem Turnus herausgegebene Studie „Urlaub auf dem Bauernhof – Urlaub auf dem Lande“ liefert belastbar im Wesentlichen qualitative Daten. Die von der Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland jährlich bei den eigenen Mitgliedsbetrieben durchgeführte „Saisonumfrage“ liefert ebenfalls eher qualitative Trends, die nicht auf die gesamte Branche übertragen werden können. Zu Recht forderte daher der Deutsche Bundestag 2009 die Durchführung einer Grundlagenuntersuchung zum Bauernhof- und Landtourismus (Drs. 16/10320). Parallel muss geklärt werden – unter Hinzuziehung wissenschaftlicher Expertise und unter Berücksichtigung von Kosten-Nutzenabwägungen –, wie auch eine langfristige und kontinuierliche Berichterstattung aufgebaut und gewährleistet werden kann.

2. Entwicklung der Angebotsstruktur unterstützen

Professionelle Vermarktung vorausgesetzt, besteht erhebliches Potenzial für den Ausbau touristischer Dienstleistungen im ländlichen Raum. Dies gilt für Übernachtungs- und Freizeitangebote gleichermaßen. Entsprechende Förderprogramme sowie Bildungs- und Beratungsmaßnahmen sind daher zu verstärken. Wichtig ist insbesondere die lokale bzw. regionale Kooperation und Vernetzung von Angeboten. Bei der (Weiter-)Entwicklung landtouristischer Angebote kann auch der Bund unterstützend wirken, etwa durch die Förderung der Diversifizierung im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ (GAK) sowie bezogen auf das Ausloben entsprechender Wettbewerbe oder das Auflegen themenspezifischer Förderprogramme. Wesentlich ist, die verschiedenen Förderprogramme von Bund und Ländern bestmöglich aufeinander abzustimmen.

3. Qualitätsorientierung statt Labelflut

Vielfach wird die für den Gast gerade im Tourismus im ländlichen Raum schwer überschaubare Vielfalt an regionalen, landes- und bundesweiten Qualitätszeichen kritisiert. Insbesondere beim Einsatz öffentlicher Projektgelder ist darauf zu achten, dass entsprechende Programme auch über die Projektlaufzeit hinaus dauerhaft professionell vermarktet werden müssen. Die derzeit vorherrschende Labelflut sollte nach Möglichkeit schrittweise auf ein sinnvolles Maß zurückgeführt werden. Bei der Ausstattungs- und der Servicequalität kann auf anerkannte, bundesweit für alle Tourismussegmente weitgehend einheitliche Qualitätsmanagementsysteme zurückgegriffen werden. Darüber hinaus zeichnen sich der ländliche Tourismus im Allgemeinen sowie der Land- und der Agrartourismus im Besonderen insbesondere durch die spezifische Erlebnisqualität aus. Hier ist die Wirtschaft gefragt, eigenständige Qualitätsprogramme sinnvoll weiter zu entwickeln.

In diesem Zusammenhang kommt dem Bund die Aufgabe des Impulsgebers und des Koordinators für wesentliche Entwicklungen und Projekte zu. Vielfach scheitern entsprechende Initiativen und Vorstöße an fehlender oder mangelhafter Abstimmung zwischen den Beteiligten. Auch sollten sich öffentliche und private Akteure auf regionaler und kommunaler Ebene besser vernetzen und intensiv untereinander abstimmen.

4. Bundesweite Vermarktungsplattform für landtouristische Angebote

Der Tourismus im ländlichen Raum zeichnet sich durch eine enorme thematische Vielfalt der Angebote aus, was einerseits den Reiz eines Urlaubs im ländlichen Raum ausmacht und eine große Chance für dieses Segment bedeutet. Andererseits stellt die Vielfalt besondere Anforderungen an die Vermarktung des breiten Angebotes. Es müssen vermarktungsfähige Produkte entwickelt und zusammengestellt werden, die in einem aufeinander abgestimmten Ansatz von der regionalen über die landesweite bis hin zu einer zentralen bundesweiten Ebene vermarktet werden können. Hierbei spielt auch der Aufbau starker Destinations- und Erlebnismarken eine große Rolle. Gerade über (Erlebnis-)Themen lässt sich der Tourismus im ländlichen Raum hervorragend kommunizieren, wie etwa die Beispiele des Wein-, Rad-, Wander- oder Wassertourismus zeigen. Dieser Ansatz fordert jedoch ein hohes Maß an Vernetzung und Koordinierung, die ebenenübergreifend geleistet werden müssen.

Unbestritten ist, dass die Professionalität in der Vermarktung der landtouristischen Angebote weiter deutlich zunehmen muss. Eine große Bedeutung kommt dabei insbesondere dem Internet zu. Die hohen Kosten moderner Informations- und Buchungssysteme sowie die Tatsache, dass politische Verwaltungsgrenzen für Urlauber irrelevant sind, sprechen dafür, künftig verstärkt auf bundesweite Vermarktungsformen zu setzen. Dies ist nicht zuletzt auch Voraussetzung, um in einem nächsten Schritt insbesondere eine verstärkte Auslandsvermarktung des Tourismus im ländlichen Raum über die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) voranzubringen.

5. Touristische Infrastruktur im ländlichen Raum ausbauen

Vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung werden viele ländliche Gebiete vor große Herausforderungen im Hinblick auf die Versorgung ihrer Einwohner mit wichtigen öffentlichen Infrastrukturleistungen gestellt. Dies wird auch Auswirkungen auf die touristische Infrastruktur haben und betrifft insbesondere das Angebot von Verkehrsdienstleistungen. Die Herausforderungen des demografischen Wandels gehen damit weit über die mit der Bevölkerungsentwicklung einhergehende veränderte Zielgruppenstruktur und Nachfragesituation (z.B. Gesundheitstourismus) hinaus und betreffen die Lebenswirklichkeit und die Wirtschaftsstruktur in den betroffenen Gebieten in grundsätzlicher Weise.

In Anbetracht der Bedeutsamkeit der Bahn für die Erreichbarkeit landtouristischer Destinationen und die Qualität touristischer Angebote ist unbedingt erforderlich, dass der Bund die ihm zur Verfügung stehenden Möglichkeiten der Einflussnahme auf die Geschäftspolitik der Deutschen Bahn AG nutzt, um sicherzustellen, dass es keinen „Rückzug aus der Fläche“ gibt. Zudem müssen die Anbindung ländlicher Destinationen an das Schienennetz verbessert, die Fahrradmitnahme ermöglicht und Angebote für Tagestouristen ausgebaut werden. Daneben sollte das Rad- und Wanderwegnetz mit entsprechender Ausschilderung weiter ausgebaut werden sowie die Kombination des Öffentlichen Personennahverkehrs mit dem Rad- und Wandertourismus weiter voran getrieben werden.

Bezogen auf die kommunalen Straßen als wesentliche Bestandteile touristischer Infrastruktur fehlen den Kommunen Finanzmittel im deutlich dreistelligen Milliardenbereich. Daher ist der Bund aufgefordert, gemeinsam mit den Ländern über 2013 hinaus zur Sicherung und Verbesserung der Verkehrsverhältnisse in den Kommunen auskömmliche Mittel bereitzustellen und dabei auch dem wachsenden Erhaltungsbedarf Rechnung zu tragen. Die jährlich etwa 1,3 Mrd. Euro sog. Entflechtungsmittel im Rahmen der Gemeindeverkehrsfinanzierung müssen die Kommunen – mit entsprechenden Gestaltungsmöglichkeiten – zur Erhaltung und Verbesserung der Verhältnisse im Nahverkehr erreichen. Auch dürfen die Länder diese Mittel nicht für andere Zwecke verwenden.

6. Weiße Flecken in der Breitbandversorgung rasch schließen

Die flächendeckende Versorgung mit leistungsfähigen Breitbandnetzen zum schnellen Austausch von Informationen ist zu einem wichtigen Standortfaktor für Wirtschaft, Bürger und die moderne Verwaltung geworden. Dies gilt gerade auch für touristische Leistungsträger. Das Internet ist die Grundlage für neue, innovative Dienste im Tourismus wie Image-Videos, Bildmaterialien zu Reisegebieten oder Web 2.0-Anwendungen und gewinnt aus Gästesicht als Ausstattungsmerkmal von Unterkünften an Bedeutung. Daher müssen die im ländlichen Raum noch immer bestehenden Lücken in der Breitbandversorgung umgehend geschlossen werden.

Trotz der Anstrengungen von Bund, Ländern und EU zum Breitbandausbau bleibt noch einiges zu tun, wenn die Ziele der Breitbandstrategie zeitnah erreicht werden sollen. Insbesondere sollten – im Rahmen des gemeinschaftsrechtlich Möglichen – die Förderrichtlinien vereinfacht werden, damit die zur Verfügung gestellten Finanzmittel schneller eingesetzt werden können. Zudem sollten die verfügbar gewordenen Frequenzen der sogenannten digitalen Dividende zur kostengünstigen Versorgung des ländlichen Raumes mit hochleistungsfähigen Funknetzen für den drahtlosen Breitbandzugang genutzt werden.

7. Effektive Regionalförderung als Hilfe zur Selbsthilfe

Touristische Wertschöpfung ist für die wirtschaftliche Entwicklung gerade strukturschwacher Gebiete von kaum zu überschätzender Bedeutung. Daher ist die Tourismusentwicklung in diesen Gebieten gerade auch ein regionalpolitisches Instrument zur Unterstützung wirtschaftlichen Potenzials.

Mit Blick auf eine wirksame Regionalentwicklung sollten deshalb staatliche Förderprogramme künftig verstärkt auch die touristischen Potenziale unterstützen und zur Entfaltung bringen. Daher ist eine weiterhin wirksame Strukturpolitik – sowohl seitens der EU als auch national – unbedingt erforderlich. Verfolgt werden sollte insoweit eine Doppelstrategie, die einerseits Wachstumspotentiale in allen Teilen Deutschlands gleichermaßen fördert und andererseits strukturschwachen Gebieten besondere Unterstützung gewährt, um diese an eine tragfähige Wirtschaftsleistung heranzuführen.

Durch eine möglichst dezentrale Entscheidung über die Gewährung von Fördermitteln, etwa in Form von Regional-/Globalbudgets, könnte stärker als bisher das gefördert werden, was strukturpolitisch und kommunalindividuell sinnvoll ist. Denn letztlich kennen die Kommunen ihre jeweiligen Stärken am besten und verfügen oft bereits über Leitbilder für ihren wirtschaftlichen Entwicklungspfad. Darüber hinaus muss die Regionalförderung auch vom Volumen her geeignet und in der Lage sein, wirtschaftliche Impulse wirksam zu unterstützen.

8. Pflege der Kulturlandschaft und Entwicklung des ländlichen Raums sicherstellen

Die vielfältigen Möglichkeiten des Naturerlebens sind die alles umfassende thematische Klammer der verschiedenen Tourismusformen im ländlichen Raum. Eine attraktive Kulturlandschaft ist somit das größte Kapital touristisch geprägter ländlicher Räume. Diese im Rahmen flächendeckender, nachhaltiger Bewirtschaftungskonzepte zu erhalten, zu pflegen und weiter zu entwickeln ist vorrangig Aufgabe der Land- und Forstwirtschaft. Da deren landschaftspflegerische Leistungen nicht allein über den Verkauf der Erzeugnisse gedeckt werden können, sind für den Tourismus im ländlichen Raum auch eine wirksame Agrarförderung über einen pauschalierten Direktausgleich sowie über den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER), die GAK sowie die Programme der Länder von großer Bedeutung. Insbesondere in den standörtlich benachteiligten, touristisch aber oftmals besonders

attraktiven Regionen sind spezifische Maßnahmen zur Pflege der Kulturlandschaft erforderlich. Beispielhaft seien die Pflege extensiver, bunt blühender Heu- und Bergwiesen, die Pflege und Erhaltung von Landschaftselementen oder die Aufrechterhaltung der traditionellen Weidehaltung genannt. Die Honorierung dieser freiwilligen Maßnahmen muss langfristig sichergestellt und für die Landwirte ausreichend attraktiv gestaltet werden. Dazu muss die 2007 abgeschaffte „Anreizkomponente“ bei den Agrarumweltmaßnahmen wieder eingeführt werden.

Neben der Finanzierung landschaftspflegerischer Leistungen bietet insbesondere die ELER- und GAK-Förderung zur Entwicklung des ländlichen Raums weiteres Potenzial zur Unterstützung touristischer Investitionen – nicht nur im Bereich des Agrartourismus. Es gilt, in den ländlichen Räumen verstärkt private Investitionen zu generieren und auf diesem Weg die ländliche Wirtschaft und Infrastruktur an die Erfordernisse der Daseinsvorsorge ebenso wie der Tourismusentwicklung anzupassen. In diesem Zusammenhang sollte der Bund die Bundesländer überzeugen, entsprechende Förderprogramme anzubieten bzw. die Diversifizierungsgrundsätze zur Förderung von landtouristischen Angeboten hinsichtlich der Mindestinvestitionssummen und der förderfähigen Bettenzahl stärker an die Kriterien des Rahmenplans der GAK anzupassen.

Um die genannten Ziele sicherzustellen, sind insgesamt mehr finanzielle Mittel für die touristische Entwicklung der ländlichen Räume im Rahmen der GAK bereitzustellen und auf EU- Ebene eine entsprechende Weiterentwicklung der Gemeinsamen Agrarpolitik voranzutreiben. Auch sollten die Mittel in diesem Bereich weiter flexibilisiert werden, um eine möglichst an die Erfordernisse vor Ort angepasste Förderung sicherzustellen.

9. Kostenbelastungen für kleine und mittlere Anbieter reduzieren

Trotz des jüngst reduzierten Mehrwertsteuersatzes für Beherbergungsleistungen leiden vor allem kleine Anbieter im ländlichen Raum unter einer Reihe von oftmals nicht nachvollziehbaren Kostenbelastungen.

Dazu gehören die Rundfunkgebühren, die kleine Anbieter überproportional stark belasten. Im Rahmen der anstehenden Neugestaltung der Rundfunkgebührenpflicht muss die Kostenbelastung für Vermieter generell reduziert und insbesondere müssen Kostennachteile kleinerer Anbieter beseitigt bzw. vermieden werden. Ebenfalls nicht nachvollziehbar sind Gebührenforderungen für Empfang und Weiterleitung von Radio- oder TV-Signalen privater Sendeanstalten auf der Basis des Urheberrechtsgesetzes, auf das sich beispielsweise die GEMA und die VG Media berufen und zu denen auch unterschiedliche Rechtsprechungen vorliegen. Daher ist der Gesetzgeber aufgefordert, durch eine entsprechende Klarstellung im Urheberrechtsgesetz den ausufernden, immer neuen Gebührenforderungen diverser Verwertungsgesellschaften einen gesetzlichen Riegel vorzuschieben.

10. Baurecht flexibilisieren

Die sich ändernde Gästestruktur und die wachsenden Anforderungen der Urlauber erfordern von den landtouristischen Anbietern regelmäßig auch bauliche Maßnahmen. Der Trend zur Ein-Kind-Familie und zu vermehrt älteren Gästen sowie deren steigende Anforderungen an die Service-Infrastruktur vor Ort bedingen eine Entwicklung hin zu einer größeren Anzahl kleinerer Wohneinheiten. Eltern erwarten zudem oftmals, dass ihr (möglicherweise einziges) Kind am Urlaubsort Spielkameraden vorfindet. Eine Sauna oder ähnliche vom Gast erwartete Angebote können nur wirtschaftlich betrieben werden, wenn sich die Investitionskosten auf eine größere Anzahl von Ferienobjekten verteilen. Sowohl bei Neubau- als auch bei Umnutzungsmaßnahmen verhindert jedoch häufig das Baurecht sinnvolle Lösungen. Die Anbieter sind teilweise existenziell darauf angewiesen, dass die Kommunen den gesetzlich vorhandenen Ermessensspielraum bei der Privilegierung nach

§ 35 Abs. 1 Nr. 1 BauGB auch tatsächlich nutzen. Bei der Umnutzung landwirtschaftlicher Gebäude sollten alle Bundesländer von der möglichen Aussetzung der 7-Jahres-Frist (§ 35 Abs. 4 Nr. 1 BauGB) auch tatsächlich Gebrauch machen.

11. Ferienkorridore bestmöglich gestalten

Der Urlaub im ländlichen Raum ist oftmals ein klassischer Familienurlaub und wird vor allem von Familien mit schulpflichtigen Kindern gewählt. Die entsprechenden Anbieter sind daher gerade in den Sommerferien bereits viele Monate im Voraus komplett ausgebucht. Die Auslastung außerhalb der Ferienzeiten gestaltet sich dagegen deutlich schwieriger. Daher sollte mittelfristig der Sommerferienkorridor auf ca. 90 Tage (15.6. bis 15.9.) ausgeweitet und eine Teilnahme aller Bundesländer am rotierenden System erreicht werden. Die derzeit von den Kultusministern der Länder beschlossene Sommerferienregelung für den Zeitraum von 2011 bis 2017 bleibt mit einer Spanne von 78 bis 84 Tagen sogar hinter der bestehenden Regelung für den laufenden Zeitraum zurück und beträgt im Jahre 2014 sogar nur 73 Tage.

Von einer besseren Staffelung der Ferienzeitenkorridore zwischen den Bundesländern würden sowohl die Urlauber profitieren – die eine bessere Chance erhalten würden, ihren Wunschurlaubshof tatsächlich buchen zu können –, als auch die Anbieter und sonstigen Leistungsträger, die ihre Angebote gleichmäßiger auslasten würden. Dadurch könnten neben der Vermeidung von Spitzenbelastungen insbesondere bei der Verkehrsinfrastruktur auch zusätzliche Einnahmen für das Gastgewerbe in einer Größenordnung von 1 Mio. Übernachtungen und 100 Mio. Euro Umsatzgewinn pro Ferientag generiert werden. Dabei sind größere Ferienzeitenkorridore sowohl für die Sommerferien als auch für die übrigen Ferienzeiten (Oster-, Pfingst- und Herbstferien) notwendig. Hier muss dem Potenzial der Tourismuswirtschaft noch besser als bisher Rechnung getragen und zu einem Ausgleich mit den berechtigten Interessen der für die Bildung zuständigen Länder gelangt werden.

Zusammenfassung und zeitliche Einordnung der Maßnahmen

1. Kurzfristig umzusetzende Maßnahmen

- Bestandsaufnahme der jeweiligen Zuständigkeiten und der Förderbedingungen für den ländlichen Tourismus in den Bundesländern
- Verbesserte Verortung und Koordinierung der Tourismuspolitik innerhalb der Bundesregierung und im Verhältnis zu den Ländern und den privaten Wirtschaftsorganisationen. Einrichtung einer bundesweiten Koordinierungsplattform für Akteure des ländlichen Tourismus, evtl. mit Veranstaltungsreihe und/oder Wettbewerb
- Durchführung eines Expertenworkshops zur Durchführung einer Grundlagenuntersuchung und zur langfristigen Verbesserung der Datengrundlage im Bereich des ländlichen Tourismus
- Berücksichtigung der Privatvermieter und der kleineren Beherbergungsbetriebe bei den laufenden Verhandlungen über die Neuausrichtung der Rundfunkgebührenpflicht

2. Mittelfristig umzusetzende Maßnahmen

- Durchführung einer Grundlagenuntersuchung über den Tourismus im ländlichen Raum
- Anpassung der Förderprogramme der Bundesländer im Hinblick auf den ländlichen Tourismus

- Anschluss des gesamten ländlichen Raumes an eine Breitband- Internetverbindung
- Aktive Vermarktung des ländlichen Tourismus im Ausland über die Deutsche Zentrale für Tourismus
- Novellierung des Urheberrechtsgesetzes im Hinblick auf zunehmende Gebührenforderungen privater Verwertungsgesellschaften
- Breitere Staffelung der Ferienzeitenkorridore

3. Langfristig umzusetzende Maßnahmen

- Ausbau der Verkehrsinfrastruktur im ländlichen Raum
- Neuausrichtung der Regionalförderung
- Sicherstellung ausreichender finanzieller Mittel im Rahmen des ELER und der GAK sowie Anpassung der Förderbedingungen zur verbesserten Unterstützung des Tourismus im ländlichen Raum