

Antrag

der Abg. Dr. Patrick Rapp u. a. CDU

und

Stellungnahme

des Ministeriums der Justiz und für Europa

Agrotourismus in Baden-Württemberg

Antrag

Der Landtag wolle beschließen,
die Landesregierung zu ersuchen
zu berichten,

1. welche Bedeutung der Agrotourismus aus ihrer Sicht in Baden-Württemberg hat;
2. welchen Anteil der Agrotourismus gemessen an den gesamten Tourismusangeboten im Land hat und wie sich dieser Anteil in den vergangenen 20 Jahren entwickelt hat;
3. welche Angebote es im Bereich Agrotourismus in Baden-Württemberg gibt und von wem diese im Einzelnen angeboten werden;
4. wie sich die Angebote in Baden-Württemberg verteilen und ob es Regionen gibt, in welchen der Anteil besonders hoch ausfällt;
5. ob und wenn ja wie Angebote aus dem Bereich Agrotourismus in Baden-Württemberg gefördert werden;
6. wie sie das Entwicklungspotenzial dieses Segments einschätzt, insbesondere, ob es spezielle Bereiche oder Nischen gibt, die weiter ausgebaut oder neu erschlossen werden könnten;
7. ob ihr bekannt ist, welchen Anteil der Agrotourismus in den anderen Bundesländern und angrenzenden Ländern gemessen an den gesamten touristischen Angeboten hat und inwieweit sich die dortigen Angebote mit denen aus Baden-Württemberg decken bzw. von diesen unterscheiden;
8. wie viel Prozent der landwirtschaftlichen Betriebe im Land derartige Angebote vorhalten;

9. welchen Anteil die Einnahmen aus dem Agrotourismus am Gesamtumsatz bzw. am Einkommen der Betriebe hat;
10. welcher Arbeits- und Unterhaltungsaufwand für die Betriebe entsteht und inwieweit dies aus ihrer Sicht auch dazu führt, dass die Betriebe diese Möglichkeiten nicht nutzen (unter Darstellung, wie dem ggfls. auch entgegenwirkt werden kann);
11. von wem (Familien, Gruppen etc.) die Angebote in diesem Segment nachgefragt werden;
12. ob ihr bekannt ist, aus welchen Quellmärkten die Nutzer dieser Angebote stammen;
13. ob Angebote aus Baden-Württemberg ihres Erachtens noch stärker beworben werden sollten und wenn ja, wie dies umgesetzt werden könnte.

21.07.2020

Dr. Rapp, Kößler, Gramling, Huber, Nemeth,
Rombach, Dr. Becker, Stächele CDU

Begründung

Die Angebote im Bereich Agrotourismus erhöhen die Anziehungskraft des ländlichen Raums und unterstützen zugleich auch die landwirtschaftlichen Betriebe. Zudem können diese Angebote dazu beitragen, den Gästen die Arbeitsabläufe auf landwirtschaftlichen Betrieben näherzubringen. Sie stellen damit eine gute Möglichkeit dar, wieder mehr Verständnis für die täglichen Herausforderungen in diesen Betrieben zu schaffen.

Es ist daher von großer Bedeutung, dass die bestehenden Angebote unterstützt werden und zugleich auch daran gearbeitet wird, sie noch stärker auszubauen. Mit dem Antrag soll eine erste Bestandsanalyse durchgeführt werden.

Stellungnahme

Mit Schreiben vom 11. August 2020 nimmt das Ministerium der Justiz und für Europa im Einvernehmen mit dem Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz zu dem Antrag wie folgt Stellung:

*Der Landtag wolle beschließen,
die Landesregierung zu ersuchen
zu berichten,*

1. welche Bedeutung der Agrotourismus aus ihrer Sicht in Baden-Württemberg hat;

Zu 1.:

Der Tourismus im Land ist ein starker Wirtschaftsfaktor. Im Jahr 2019 verzeichnete Baden-Württemberg bei den Übernachtungen im Land einen Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr von 4,2 Prozent auf rund 57,2 Millionen. Mittlerweile hängen im Land rund 377.000 Arbeitsplätze vom Tourismus ab. Hiervon profitie-

ren auch die Anbieterinnen und Anbieter von Urlaub auf dem Bauernhof. Der Betriebszweig Urlaub auf dem Bauernhof ist das drittichtigste zusätzliche Einkommensstandbein landwirtschaftlicher Unternehmen nach den Bereichen erneuerbare Energien und Direktvermarktung.

Die Einkünfte aus der Vermietung von Ferienunterkünften machen bei den entsprechend diversifizierten Betrieben zwischenzeitlich bereits bis zu 50 Prozent des gesamten betrieblichen Einkommens aus. Der Betriebszweig Urlaub auf dem Bauernhof sichert Arbeitsplätze in rund 1.600 landwirtschaftlichen Betrieben in Baden-Württemberg, vor allem für Frauen.

Die Tourismusform Landurlaub spielt mit all ihren Ausprägungen (darunter insbesondere die Sparte Agrotourismus), eine wichtige Rolle im baden-württembergischen Tourismus und gehört deshalb seit der Veröffentlichung der neuen Tourismuskonzeption im Jahr 2019 zu den Vermarktungsschwerpunkten des Themenmarketings der Landestourismusmarketingorganisation (Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg). Diese wurden auf Grundlage von vorliegenden Marktforschungsdaten bestimmt, darunter die Studie Destination Brand 16, die in Bezug auf Landurlaub/Urlaub auf dem Bauernhof bzw. Winzerhof folgende Ergebnisse liefert: 29 Prozent der Deutschen (16,7 Mio.) haben allgemein (destinationsunabhängig) Interesse am Thema „Landurlaub/Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“. 49 Prozent der Befragten halten Baden-Württemberg für das Thema „Landurlaub/Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“ für geeignet. Bei den Besucherinnen und Besuchern in der Vergangenheit sehen 76 Prozent Baden-Württemberg für diese Urlaubsform als geeignet an.

Seit dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie erfährt der Bereich u. a. aufgrund des in den Fokus gerückten „Social Distancing“ derzeit eine höhere Nachfrage.

2. welchen Anteil der Agrotourismus gemessen an den gesamten Tourismusangeboten im Land hat und wie sich dieser Anteil in den vergangenen 20 Jahren entwickelt hat;

8. wie viel Prozent der landwirtschaftlichen Betriebe im Land derartige Angebote vorhalten;

Zu 2. und 8.:

Die Ziffern 2 und 8 werden aufgrund ihrer engen inhaltlichen Verbindung zusammen beantwortet.

Der Anteil des Agrotourismus gemessen an den gesamten Tourismusangeboten im Land und dessen Entwicklung in den letzten 20 Jahren werden statistisch nicht erhoben und liegen der Landesregierung nicht vor.

Nach der repräsentativen Agrarstrukturerhebung 2016 gab es in Baden-Württemberg 40.500 landwirtschaftliche Betriebe. Davon boten 1.600 landwirtschaftliche Betriebe Ferienunterkünfte an. Dies macht einen Anteil von ca. 4 Prozent aus. Die Nachfrage nach Urlaub auf dem Bauernhof hat sich in den letzten zehn Jahren stetig wachsend entwickelt.

Im Rahmen der Landwirtschaftszählung 2020 wird u. a. wieder nach der „Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe mit Einkommenskombination Fremdenverkehr, Beherbergung, Freizeitaktivitäten (repräsentativ)“ gefragt. Ergebnisse aus dieser Erhebung werden im Frühsommer 2021 vorliegen.

3. welche Angebote es im Bereich Agrotourismus in Baden-Württemberg gibt und von wem diese im Einzelnen angeboten werden;

Zu 3.:

Das Angebot im Bereich Agrotourismus in Baden-Württemberg ist sehr vielfältig. Die Mehrheit der Angebote liegt in den Bereichen Urlaub auf dem Bauernhof und Urlaub auf dem Obsthof. Weitere Angebote sind Urlaub auf dem Reiterhof und Urlaub auf dem Winzerhof. Die angebotenen Übernachtungsmöglichkeiten umfassen überwiegend Ferienwohnungen. Darüber hinaus gibt es aber auch Camping

am Hof oder originelle Schlafplätze wie Tipis, Schäferwagen, Baumhäuser oder Weinfässer.

Das Themenspektrum und die Spezialisierungen der Höfe sind ebenfalls vielfältig. Es gibt Betriebe, bei denen die Hofgastronomie oder der Wein im Vordergrund steht, es existieren Reiterhöfe, Wellnesshöfe und Betriebe, die sich verschiedenen Freizeitaktivitäten wie Radfahren, Wandern oder dem Jagen widmen. Das Angebot der Höfe richtet sich nach der Lage sowie den Gegebenheiten des Betriebes (Winzerbetrieb, Viehhaltung u. ä.).

Die meisten Anbieterinnen und Anbieter sind im Haupt- oder Nebenerwerb in der Land- oder Forstwirtschaft tätig.

Ein ebenfalls wachsendes Segment ist der Urlaub auf dem Ferienhof: diese Höfe sind nicht mehr zwangsläufig mit einer aktiven Landwirtschaft verbunden, betreiben jedoch noch Tierhaltung aus Freizeit- und Tourismusgründen (gewissermaßen als Streichelzoo und Bildungsangebot für Kinder).

Zu den weiteren touristisch relevanten Produktbausteinen im Bereich Landurlaub gehören u. a. die Angebote „Brunch auf dem Bauernhof“ der Naturparke und einige thematische Schwarzwälder Genießer- und Erlebnispfade. Es werden auch Gästeführungen und Wanderungen zum Thema Landwirtschaft angeboten. Ferner sind auch die vielen Hofläden und landwirtschaftlichen Direktvermarkter, die überwiegend im Schwarzwald zu finden sind, sowie die sieben regionalen ländlichen Freilichtmuseen im Land – „Die Sieben im Süden“ – zu erwähnen.

4. wie sich die Angebote in Baden-Württemberg verteilen und ob es Regionen gibt, in welchen der Anteil besonders hoch ausfällt;

Zu 4.:

Im ländlichen Raum aller touristischen Regionen wird Landurlaub angeboten. Die größte Dichte findet sich im Schwarzwald sowie am Bodensee.

5. ob und wenn ja wie Angebote aus dem Bereich Agrotourismus in Baden-Württemberg gefördert werden;

Zu 5.:

Im Rahmen der Förderung von Investitionen zur Diversifizierung werden unter anderem auch Angebote aus dem Bereich Agrotourismus in Baden-Württemberg gefördert. Das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) ist für diese Förderung zuständig. Das Programm ist Teil der einzelbetrieblichen Investitionsförderung.

Mit der Förderung zur „Diversifizierung“ sollen zusätzliche Einkommensquellen im ländlichen Raum geschaffen und die dortige Wirtschaftskraft gestärkt sowie der sukzessiv stattfindende Strukturwandel erleichtert werden.

Gefördert werden neue Geschäftsfelder, die über die klassische Agrarproduktion hinausgehen; also Investitionen hin zu nicht-landwirtschaftlichen Tätigkeiten. An geförderten Diversifizierungen im Bereich Agrotourismus sind vor allem Investitionen zur Bereitstellung von gastronomischen und touristischen Dienstleistungen zu nennen.

- Im Dienstleistungsbereich „Gastronomie“ sind dies zum Beispiel Hof-Cafés, Bauernhofgastronomie, Weinprobierstuben, Besen-/Straußwirtschaften und Gastronomie-/Veranstaltungsräume.
- Im Zweig „Tourismus“ werden unter anderem Investitionen in Bau, Ausbau, Modernisierung und Einrichtung von Ferienwohnungen (Schlagwort: Urlaub auf dem Bauernhof) inklusive der zugehörigen Außenanlagen gefördert.
- Des Weiteren gibt es Diversifizierungsmaßnahmen, welche sich nicht direkt einem der beiden klassischen Bereiche zuordnen lassen, die aber je nach individuellem Geschäftsmodell einen Beitrag zum Agrotourismus im weiteren Sinne leisten.

Die folgenden Tabellen geben einen Überblick über im Rahmen der Diversifizierung geförderte Projekte für das Jahr 2019 sowie jahresübergreifend für die aktuelle Förderperiode:

Diversifizierung 2019	Anzahl	%	Zuschuss	%
Tourismus	21	30 %	2,3 Mio. €	36 %
Landw. Dienstleistungen (Pensionspferdehaltung)	18	26 %	1,9 Mio. €	30 %
Verarbeitung und Vermarktung	26	37 %	1,1 Mio. €	18 %
Gastronomie	5	7 %	1,0 Mio. €	16 %
Gesamt	70	100 %	6,3 Mio. €	100 %

Diversifizierung 2014–2020	Anzahl	%	Zuschuss	%
Tourismus	96	29 %	9,1 Mio. €	34 %
Landw. Dienstleistungen (Pensionspferdehaltung)	85	26 %	7,8 Mio. €	29 %
Verarbeitung und Vermarktung	117	36 %	6,8 Mio. €	25 %
Gastronomie	28	9 %	3,3 Mio. €	12 %
Gesamt	326	100 %	27,0 Mio. €	100 %

Bei Maßnahmen der Diversifizierung gelten die nachfolgenden Grundsätze der Projektförderung:

Der Fördersatz beträgt 25 Prozent der zuwendungsfähigen Kosten. Die Obergrenze an Zuwendungen liegt aufgrund der De-minimis-Regelung für gewerbliche Unternehmen bei 200.000 Euro bezogen auf einen Zeitraum von drei Steuerjahren. Die Vorhaben werden mit Mitteln aus dem Landes-, Bundes- und EU-Haushalt finanziert.

Das MLR fördert die Arbeit der „Landesarbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof“ Baden-Württemberg e. V. mit jährlich 60.000 Euro. Die Landesarbeitsgemeinschaft vernetzt die einzelnen Anbieterinnen und Anbieter und organisiert die gemeinschaftliche Vermarktung des Angebotes „Urlaub auf dem Bauernhof“ durch die Kataloggestaltung, die Betreibung einer Internetseite sowie die Teilnahme an diversen Verbrauchermessen.

Über das Programm „Innovative Maßnahmen für Frauen im Ländlichen Raum“ wurden Qualifizierungsmaßnahmen für Anbieterinnen von Urlaub auf Bauern- und Winzerhöfen der Landesarbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof e. V. und des Vereins Landvielfalt e. V. im Zeitraum zwischen 2014 und 2020 mit insgesamt 0,47 Mio. Euro gefördert. Durch die Investition in das Wissen und Können der Anbieterinnen ist es gelungen, die Qualität von Urlaub auf Bauern- und Winzerhöfen zu verbessern und dem allgemeinen Trend nach Online-Buchungen und Kommunikation in den sozialen Medien Rechnung zu tragen.

Das unter der Federführung des Ministeriums der Justiz und für Europa laufende Tourismusinfrastrukturprogramm (TIP) bietet grundsätzlich die Möglichkeit, kommunale und überwiegend touristische Vorhaben finanziell mit einem Zuschuss von bis zu 50 Prozent der zuwendungsfähigen Kosten zu unterstützen. So wurden im Bereich Landtourismus beispielsweise zwei Projekte der Freilichtmuseen aus dem TIP gefördert (Parkplatz beim Bauernhaus-Museum in Wolfegg, Neubau des Eingangsbereichs des Schwarzwälder Freilichtmuseums Vogtsbauernhof).

Ziel der Förderung ist es, die Nachhaltigkeit, die Qualität, die touristische Entwicklung strukturschwacher Gebiete und den Erholungs- und Freizeitwert von Tourismusinfrastruktureinrichtungen zu stärken. Dies gilt insbesondere auch für die Bereiche des „sanften Tourismus“ und des „Tourismus für Alle“ (Barrierefreiheit).

6. wie sie das Entwicklungspotenzial dieses Segments einschätzt, insbesondere, ob es spezielle Bereiche oder Nischen gibt, die weiter ausgebaut oder neu erschlossen werden könnten;

Zu 6.:

Für den Bereich Urlaub auf dem Bauernhof bzw. Agrotourismus in Deutschland hat das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft im Jahr 2017 eine Studie in Auftrag gegeben, um die Ist-Situation und das Marktpotenzial zu erfassen. Urlaub auf dem Bauernhof ist ein nachhaltiges Tourismusangebot, das unter anderem naturliebende Familien schätzen. Als Motive für einen Urlaub auf einem Ferienbauernhof werden der Wunsch nach Naturnähe, Wissensvermittlung über Landwirtschaft und Regionalität und Zeit für Kinder angegeben. Die Ergebnisse sind nach den einzelnen Bundesländern aufgliedert dargestellt, sodass aus der Studie Erkenntnisse für Baden-Württemberg im Vergleich zu anderen Bundesländern gezogen werden können. Das Segment Urlaub auf dem Bauernhof hat für Baden-Württemberg weiterhin Wachstumspotenzial. Für die Zielgruppe Familie ist das Segment sehr gut aufgestellt und in den Ferienzeiten bzw. in der Sommersaison stark nachgefragt. Sowohl über die Landesarbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof in Baden-Württemberg e. V. als auch über die „familien-ferien“ in Baden-Württemberg (Zertifizierung der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg und des DEHOGA Baden-Württemberg) wird die Qualität auf einem hohen Niveau sichergestellt und werden die Betriebe entsprechend beworben.

Als Nische mit großem Nachholbedarf sieht die Landesarbeitsgemeinschaft den Bereich Camping auf dem Bauernhof, insbesondere bei Wohnmobil-Stellplätzen. Nach Auskunft der Landesarbeitsgemeinschaft übersteigt in Baden-Württemberg derzeit die Nachfrage das Angebot. Als Folge der COVID-19-Pandemie ist zu erwarten, dass dieser Trend auch in den nächsten Jahren anhalten wird. Eine laufende Maßnahme zur Sensibilisierung und Know-how-Vermittlung für die Anbieterseite ist der Stellplatzgipfel im Rahmen der CMT, der wichtigsten Tourismus- und Freizeitmesse Baden-Württembergs. Das Land war in den Jahren 2018 und 2019 an der Finanzierung zur marketingtechnischen Aufwertung dieser Veranstaltung beteiligt (seitens des Ministeriums der Justiz und für Europa aus Sondermitteln für den Tourismus).

Weiteres Potenzial steckt in der Erschließung weiterer Zielgruppen ohne Kinder, welche saisonunabhängiger reisen und so auch die Nebensaison nutzen können.

7. ob ihr bekannt ist, welchen Anteil der Agrotourismus in den anderen Bundesländern und angrenzenden Ländern gemessen an den gesamten touristischen Angeboten hat und inwieweit sich die dortigen Angebote mit denen aus Baden-Württemberg decken bzw. von diesen unterscheiden;

Zu 7.:

Die Strukturen der Anbieterinnen und Anbieter von Urlaub auf dem Bauernhof in den anderen Ländern sind mit denen in Baden-Württemberg vergleichbar. Besonders die Spezialisierung im Bereich angebotener Urlaubsthemen (siehe Antwort zu Frage 3) nach den Gegebenheiten der Höfe ist ein Trend, der sich in allen Bundesländern vollzogen hat. Die ähnlichsten Strukturen bezüglich der Angebots-

situation hat Bayern. Urlaub auf dem Bauernhof in Baden-Württemberg hat im Vergleich zu den einschlägigen Urlaubsangeboten in anderen Bundesländern eine gute Stellung. Die Mitgliedsbetriebe der Landesarbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof in Baden-Württemberg e. V. erreichen nach dem Klassifizierungssystem des Deutschen Tourismusverbandes mindestens einen 3-Sterne-Standard. Zwei Drittel der Betriebe erreichen sogar einen 4- bis 5-Sterne-Standard.

Die Professionalität der Anbieterinnen und Anbieter von Urlaub auf dem Bauernhof ist den letzten Jahren deutlich angestiegen. Dies ist auch ein Ergebnis der gezielten Qualifizierungsmaßnahmen der Landesarbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof in Baden-Württemberg e. V. und des Vereins Landvielfalt e. V. für Anbieterinnen von Urlaub auf dem Bauernhof, die über das Programm „Innovative Maßnahmen für Frauen im Ländlichen Raum“ gezielt unterstützt werden. Im europäischen Vergleich haben die Mitbewerberinnen und Mitbewerber aus Südtirol eine noch bessere Stellung. Durch die gezielte Zusammenarbeit zwischen der Landesarbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof in Baden-Württemberg e. V. und dem Roten Hahn – der Organisation Urlaub auf dem Bauernhof in Südtirol – sowie regelmäßigen Austauschprogrammen profitieren die Anbieterinnen und Anbieter von Urlaub auf dem Bauernhof in Baden-Württemberg von den Erfahrungen ihrer Kolleginnen und Kollegen in Südtirol.

9. welchen Anteil die Einnahmen aus dem Agrotourismus am Gesamtumsatz bzw. am Einkommen der Betriebe hat;

Zu 9.:

Laut einer Mitgliederbefragung der Landesarbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof in Baden-Württemberg e. V. aus dem Jahr 2018 stellt „Urlaub auf dem Bauernhof“ für viele landwirtschaftliche Betriebe nicht nur eine zusätzliche Einkommensmöglichkeit dar, sondern leistet einen nicht unerheblichen Beitrag zu deren Existenzsicherung. Für 58 Prozent der baden-württembergischen Betriebe liegt der Anteil des touristischen Betriebszweiges zwischen zehn und 50 Prozent des Betriebseinkommens, für 25 Prozent sogar zwischen 50 und 75 Prozent und für rund 4,6 Prozent der Mitgliedsbetriebe bei mehr als 75 Prozent des gesamten Betriebseinkommens. Für die 53 Prozent Landwirte im Haupterwerb sind Feriengäste somit eine relevante Einkommensquelle. 41 Prozent setzen auf Landwirtschaft im Nebenerwerb mit Beherbergung als Einkommenskombination (Quelle: Saisonumfrage 2018, BAG für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland e. V.).

10. welcher Arbeits- und Unterhaltungsaufwand für die Betriebe entsteht und inwieweit dies aus ihrer Sicht auch dazu führt, dass die Betriebe diese Möglichkeiten nicht nutzen (unter Darstellung, wie dem ggfls. auch entgegenwirkt werden kann);

Zu 10.:

Statistische Daten zum Arbeits- und Unterhaltungsaufwand für den Bereich „Vermietung von Unterkünften“ sind der Landesregierung nicht bekannt. Eine Studie zur Arbeits- und Lebenssituation von Frauen in der Landwirtschaft der Universität Freiburg (<https://freidok.uni-freiburg.de/data/16804/>) besagt, dass die Arbeitsbelastung der Frauen, die oftmals auch den Betriebszweig „Urlaub auf dem Bauernhof“ ausführen, sehr hoch ist. Zusätzlich ist zu verzeichnen, dass vom Verbraucher eine zunehmende Professionalisierung der Betriebe sowie hohe Qualitätsstandards gefordert werden. Hierin bestehen sicherlich auch Hemmnisse für die Betriebe.

Umso bedeutender ist es, die Arbeit der Landesarbeitsgemeinschaft, die die Interessen der einzelnen Betriebe bündelt, die Vermarktung gemeinschaftlich organisiert sowie Fortbildungsmöglichkeiten bietet, weiterhin finanziell zu unterstützen. Ebenso bedeutend ist die Förderung des Landes in diesem Betriebszweig sowie in Weiterbildungsmaßnahmen.

11. von wem (Familien, Gruppen etc.) die Angebote in diesem Segment nachgefragt werden;

Zu 11.:

Der klassische Bauernhof mit Viehhaltung und Kleintieren spricht vor allem die Zielgruppen der Familien mit Kindern bis etwa 12 Jahre an. Weiterhin beliebt ist die Urlaubsform auch bei aktiven Paaren aller Altersgruppen, die gerne beim Wandern oder Radfahren in der Natur unterwegs sind.

Immer beliebter wird der Bauernhofurlaub für Familien- und Gruppentreffen, bei denen die Unterbringung in verschiedenen Ferienwohnungen erfolgt, aber Platz und Angebot für gemeinsame Unternehmungen und Geselligkeit gegeben ist.

12. ob ihr bekannt ist, aus welchen Quellmärkten die Nutzer dieser Angebote stammen;

Zu 12.:

Da das Segment „Urlaub auf dem Bauernhof“ in der Statistik des Landesamtes nicht gesondert erfasst wird, fehlen hier verbindliche Statistiken. Aus Umfragen unter Mitgliedsbetrieben der Landesarbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof in Baden-Württemberg e. V. ist bekannt, dass die Quellmärkte hauptsächlich Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen sind.

Auch die Ergebnisse der Studie Destination Brand 16 können hierzu einen Anhaltspunkt liefern – demnach kommen diejenigen, die Baden-Württemberg für einen Landurlaub für geeignet halten, im Vergleich zu allen Befragten überdurchschnittlich oft aus Baden-Württemberg und Bayern.

13. ob Angebote aus Baden-Württemberg ihres Erachtens noch stärker beworben werden sollten und wenn ja, wie dies umgesetzt werden könnte.

Zu 13.:

Wie in der Tourismuskonzeption aufgeführt ist, stellt die Produktmarke „Landurlaub“ das Übernachten und den Aufenthalt auf dem Land in den Mittelpunkt. Hierzu zählen Unterkunftsformen wie Urlaub auf dem Bauernhof, aber auch der Camping- und Reisemobiltourismus spielt eine entsprechende Rolle.

Bei der Vermarktung soll zukünftig eine stärkere Fokussierung des Angebots auf reiseanlassschaffende Produkte (sogenannte Schaufensterprodukte) im Rahmen der Produktmarke Landurlaub erfolgen.

In Bezug auf das konkrete Angebotsspektrum könnte u. a. das Produkt „Agrotourismus mit dem Wohnmobil“ stärker beworben werden. Dies könnte durch Einbindung des Themas bzw. Kennzeichnung solcher Anbieterinnen und Anbieter auf deren Websites und denen der touristischen Regionen erfolgen. Dabei könnte eventuell stufenweise vorgegangen werden (z. B. könnte mit den Winzerhöfen begonnen werden, da hier bereits ein Grundangebot vorhanden ist).

Ebenfalls könnte die Zielgruppe der Paare ohne Kinder noch stärker in den Fokus gerückt werden. Bereits vorhandene Angebote, wie Wein-/Schnapsverkostungen, Führungen in Kellereien oder Brennereien etc. sowie die Reize des Landurlaubs im Frühjahr (Natur erwacht) und im Herbst (Erntezeit) könnten dazu noch stärker hervorgehoben werden. Anbieterinnen und Anbieter könnten hier neue Produkte/Angebote schaffen, die sich besonders in der Nebensaison lohnen.

Wolf

Minister der Justiz
und für Europa