

Marion Schmidt-Kowalke, Landratsamt Neckar-Odenwald-Kreis

## Erfolgreiche Bildungsarbeit für Anbieter von Ferienquartieren auf dem Land

10 Jahre Seminar „So bleiben wir am Ball...“ in Neckarelz

*Am 27. und 28. November 2007 wurde im Bildungshaus Neckarelz Jubiläum gefeiert: Anlass zum Festakt gab das 10-jährige Bestehen der Seminarreihe „So bleiben wir am Ball ...“ für Anbieter von Urlaub auf dem Bauernhof (U.a.d.B.) in Baden-Württemberg. Gefeiert werden konnte aber nicht nur Kontinuität, sondern auch ein positives Beispiel für erfolgreiche Kooperation zwischen der Agrarverwaltung Baden-Württemberg/Fachdienst Landwirtschaft in Buchen (Landratsamt Neckar-Odenwald-Kreis) und dem Bildungshaus Neckarelz unter der Leitung von Marion Schmidt-Kowalke und Rolf Brauch.*

Die erfolgreiche Seminarreihe begann 1998 mit einem zweitägigen Seminar. Seitdem nehmen durchschnittlich 25 Anbieter/innen von U.a.d.B. aus ganz Baden-Württemberg dieses Angebot wahr. Teilnehmer sind vor allem Mitglieder der beiden Anbietergemeinschaften „U.a.d.B. im fränkischen Odenwald“ (Neckar-Odenwald-Kreis) und „Kraichgau-Stromberg“, zunehmend kommen aber auch Anbieter aus anderen Regionen, wie Heidelberg, dem Heilbronner Raum und sogar aus dem Schwarzwald hinzu.

Ziele des Seminars sind und waren

- Anbieter zusammenbringen, Kooperationen fördern und stärken
- Qualitativ hochwertige Quartiere schaffen bzw. erhalten
- Qualitätsbewusstsein für das Urlaubsangebot erhalten
- Controlling im Betriebszweig U.a.d.B. (Wirtschaftlicher Erfolg, Arbeitszeit)
- Selbstbewusstsein als Gastgeber stärken
- Rahmenbedingungen in der Region und Kooperationspartner kennen, Netzwerke knüpfen und pflegen

Die Seminarinhalte werden jedes Jahr im Rahmen der Evaluierung teilnehmerzentriert festgelegt. So standen auf der Wunschliste für

das Seminar 2007 folgende Themen:

- Preiskalkulation von FeWo/Gästezimmer – wie verkaufe ich meinen Preis am besten?
- Wie kann ich meine „e-mail-Flut“ besser managen? Mit Datenverwaltung per EDV geht's einfacher!
- Ausbau und Renovierung von FeWo/Gästezimmer unter Verwendung neuer Materialien / Materialauswahl unter Umweltsichtpunkten, Strapazierfähigkeit, Haltbarkeit und Ästhetik
- Beschäftigungsmöglichkeiten für Kinder
- Neuheiten und Entwicklungen im Tourismusbereich
- Pfiffige Dekorationen mit Naturmaterialien.

Wie immer gehört auch der rege Erfahrungsaustausch zwischen den Bauernhof-Gastgebern und ein „Stückchen Entspannung“ am Abend dazu.

### Der Festakt

Zur Jubiläumsfeier begrüßte Seminarleiter Rolf Brauch Ministerialdirektor Max Munding (MLR) und Abteilungsleiter Wolfgang Arnoldt (RP Karlsruhe). Grüße zum Jubiläum wurden von Minister Peter Hauck, Landrat Dr. Achim Brötel (Neckar-Odenwald-Kreis), Bärbel Hermann (Supervisorin/ Bruchsal),

Gisela Enderle (LEL Schwäbisch Gmünd), der Landesarbeitsgemeinschaft (LAG) Freiburg und der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft (DLG) Frankfurt übermittelt.

In seiner Begrüßungsrede machte Rolf Brauch darauf aufmerksam, dass Seminare „Dünger für das Gehirn“ seien und lebenslange Weiterbildung nötiger denn je sei. Auch in einer Zeit des Sparens sei es wichtig, dass Angebote in der Erwachsenenbildung gemacht würden. In Baden-Württemberg sei man hierbei auf einem guten Weg, auch was die Kooperation MLR / Bildungshaus Neckarelz und damit die Finanzierung des Seminars betreffe. Seiner Meinung nach seien gute Bildungsangebote Chancen für Kompetenz, Profil und Ressourcenschonung; benötigt würden dazu „eine gute Kommunikation, Management und das Wollen“. Die beiden Anbietergemeinschaften in der Region nördliches Baden-Württemberg seien diesbezüglich gute Botschafterinnen für das Land und sie zeigten auch: „Wer Erfolg hat, der kann etwas gut und er tut es gerne“.

Ebenfalls gratulierte der Erste Landesbeamte Michael Knaus/ Neckar-Odenwald-Kreis im Namen des Landrates Dr. Achim Brötel zur Erfolgsgeschichte des Seminars und betonte, dass Voraussetzungen für „U.a.d.B.“ gastfreundliche Vermieter seien, denn sie seien Botschafter für Gäste aus dem In- und Ausland und solche Botschafter, die dieses Lebensgefühl stärken, brauche das Land.

Ministerialdirektor Max Munding sprach von einem zwar kleinen Jubiläum, das aber durchaus kein unbedeutendes sei. Die Seminarreihe komme den Landwirten und Gästen sowie der regionalen Wirtschaft zugute. Tourismus sei eine Wachstumsbranche. Der Gast, der „Ferien auf dem Bauernhof“ buche, sei mehr als nur ein Kunde, er solle als Freund gehen und wiederkommen. Die Landwirte investierten hier durchschnittlich 130.000 Euro. Wichtig sei es, nicht stehen zu bleiben, sondern sich weiter zu entwickeln, denn Erwartungen und Herausforderungen würden schnell wachsen. Gefragt seien deshalb Professionalisierung, Marketing, Qualität, Internetnutzung, persönliche Ansprache, Trends zu erkennen, aber auch selbst zu setzen sowie die gemeinsame Vermarktung der Region. Dann würde Urlaub auf dem Bauernhof ein zusätzliches Standbein für die Landwirtschaftfamilien bleiben. Munding empfahl „Rudern, Kurs halten und Steuern“.

### Die Seminarreihe im Rückblick

Marion Schmidt-Kowalke blickte auf zehn Jahre Seminalgeschichte zurück: Die inhaltliche Fülle der Seminarreihe bezeichnete sie als „Schatz“ und „Fundus“ für die Anbieter, den man in sechs große Themenbereiche strukturieren kann. Immer wiederkehrende Themenwünsche waren die Bereiche:

- Marketing
- Recht/Steuerrecht
- Betriebswirtschaft
- Trends im Tourismusbereich
- „Blicke über den Tellerrand“
- Persönlichkeitsentwicklung der Gastgeber

Im Paket Marketing spielten vor allem die Themen Werbung, Kommunikation, Pauschalangebote / Kooperationsmöglichkeiten und Klassifizierung eine große Rolle. Ihre Feststellung: Eine rasante Entwicklung war vor allem bei der

Werbung zu beachten. 1998 beschäftigten sich das Seminar noch mit Hausprospekten: „Wie wirkt es – und wie hebt es sich von anderen Anbietern ab?“, aber auch das Thema „keine Zukunftsmusik – U.a.d.B. im Internet“ stand 1998 bereits auf dem Programm. Von Anfang an wurden die Gastgeber in diesem Bereich jedes Jahr auf den neuesten Stand gebracht. Mit Themen wie „Online Buchen - online Anbieten“, „Praxis Homepagegestaltung – wo und wie mache ich richtig Werbung im Internet“ bis hin zur Vernetzung/ Verlinkung mit anderen Anbietern und Kooperationspartnern, um die Werbung möglichst breit zu streuen, war man stets am Ball. Die Tendenz, dass die Urlaubsgäste verstärkt aufs Internet zurückgreifen und sich dort die notwendigen Informationen einholen, war sehr schnell erkennbar.

Auch im Themenpaket Recht/ Steuern wurden stets aktuelle Rechtsfragen, wie beispielsweise Pauschalangebote, private Hinweisbeschilderung sowie Reiserücktritt und Vertragsrecht behandelt.

Zum Pflichtprogramm gehört auch in jedem Jahr die Auseinandersetzung mit dem betriebswirtschaftlichen Erfolg des Betriebszweigs: Dabei wurde nicht nur der Beitrag zum Familieneinkommen überschlagen, sondern auch arbeitswirtschaftliche Fragen geklärt. Wie kann ich Arbeitszeit optimieren, welche Arbeiten kann ich vergeben...? Wo stehe ich im Vergleich mit anderen Anbietern?.

Hierzu gehörten natürlich auch die aktuellen Informationen bezüglich Fördermöglichkeiten wie „Innovative Maßnahmen für Frauen“. Im Jahr 2000 gab es sogar ein ganz und gar politisches Seminar zu Themen wie „U.a.d.B. und Tourismus im Spannungsbogen von Regionaler Entwicklung, Direktvermarktung, Europäischem Sozialfonds und Agenda 21“. Hierzu wurden Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Landkreis, MLR und RP zur gemeinsamen, intensiven Diskussion geladen.

Auch „Trends im Tourismusbereich“ standen jährlich auf der Wunschliste der Teilnehmer. Klar erkennbar ist eine starke Nachfrage von Erlebnis- und Eventreisen, verbunden mit Landschaft – Natur – Kultur Erleben wie beispielweise Wandern, Radfahren etc. Deutlich zeichnet sich aber auch ab, dass die Gäste immer kürzere, v.a. aber auch spontanere Urlaube planen, unter dem Motto „lieber öfter – dafür etwas kürzer“.

Mit fachkundigen Referenten von der DLG, LAG und den Tourismusverbänden, sowie eigenen Erfahrungen der Teilnehmer war und ist man in Neckarelz dabei stets den aktuellen Trends auf der Spur.

Marion Schmidt-Kowalke bestätigte, dass „wir nicht nur unser eigenes Süppchen kochten“, sondern stets der Blick über den Tellerrand hinaus getan wurde mit Themen wie „Bench-Marking – Lernen und Profitieren von den Besten“ am Beispiel von Erfolgsfaktoren gastronomischer Betriebe/Hoteliere und Wellness-, Kneipp- und Gesundheitsbauernhöfen in Bayern. Auch Kooperationsmöglichkeiten u.a. mit dem Unesco Geopark und der Servicequalität Baden-Württemberg wurden ausgelotet.

Gearbeitet wurde aber nicht nur an der „Hardware“ des Urlaubsangebots, sondern die Anbieter wollten auch als Gastgeberpersönlichkeiten weiterkommen. Themen wie „Einflüsse, die unseren Betriebserfolg ausmachen - kennen und nutzen wir diese?“, „Erfolgreiche Unternehmer/in sein und Mensch bleiben – Wege für ein Leben im Gleichgewicht“, „Marketing und Mitarbeiterführung im besten Tagungshotel Deutschlands - von den Besten lernen“

Wesentlicher Erfolgsbaustein der Seminarreihe ist der intensive Erfahrungsaustausch zwischen den Anbietern und damit auch zwischen den verschiedenen Regionen. Hierfür war stets Raum und wenn es abends im gemütlichen Gewölbekeller des Bildungshauses bei heimischem Winzerwein war.

## Teilnehmeraktivierung statt Musterlösung

Rückblickend ist eine klare Entwicklung des Seminars im Laufe der Jahre erkennbar: Waren die Inhalte anfangs eher ein „kochrezeptartiges Patchwork“ mit relativ engem Focus, so wurde sehr bald die notwendige Öffnung nach Außen mit „Weitwinkel“ als Blickrichtung erkannt. Wie die Teilnehmerinnen bestätigen, hat sich im Verlauf der Jahre auch das Rollenverständnis hin zu professionellen Gastgeberinnen gewandelt.

Mitentscheidend für den Erfolg des Seminars und damit letztendlich auch des betrieblichen Erfolgs der Anbieterinnen ist, dass das Programm gemeinsam von den Teilnehmerinnen und dem Organisationsteam erarbeitet wird und so praxisnahe und teilnehmerorientierte Inhalte bearbeitet werden.

## Regionale Anbietergemeinschaften - „Gemeinsam zum Erfolg!“

Im Rahmen des Festakts stellten sich auch die beiden Anbietergemeinschaften „U.a.d.B. im fränkischen Odenwald“ und „Kraichgau-Stromberg“ vor.

Zeitgleich mit dem Seminar feierte die AG „U.a.d.B. im fränkischen Odenwald“ ihr zehnjähriges Bestehen. Wichtige Ziele waren damals wie heute der Erfahrungsaustausch, gezielte/gemeinsame Gästeinformation, Förderung der gegenseitigen Gästevermittlung, gemeinsame Vertretung nach außen. Das Resümee „Wo steht die Anbietergemeinschaft nach 10 Jahren?“ ergab:

Erfolgreicher gemeinsamer Werbeauftritt sowohl im Internet als auch als Prospekt, Qualitätssteigerung und -sicherung durch frühzeitige Klassifizierungen (seit 2002 nach den Vorgaben des Deutschen Tourismusverbands), regelmäßige Fortbildungen durch Seminare und Lehrfahrten und gegenseitiger Erfahrungsaustausch führten zum Erfolg. Mittlerweile ist die AG akzeptierter und

wertgeschätzter Partner in verschiedenen Gremien, z.B. der Tourismusgemeinschaft, LAG, Wirtschaftsförderung und den Kommunen.

## Urlaub auf dem Bauernhof als Wirtschaftsfaktor und Chance in der Region – statistische Daten und Fakten (Auszüge aus der Vorstellung der Anbietergemeinschaften durch Amelie Pfeiffer)

Amelie Pfeiffer stellte einige Zitate aus Politik und Statistik der letzten Zeit zusammen:

- „Landurlaub trägt maßgeblich dazu bei, Einkommensquellen im ländlichen Raum sowie Arbeitsplätze zu schaffen. Hierin liegt der Schlüssel zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit unseres Landes.“ (Zitat: Dr. Till Backhaus, Minister für Landwirtschaft, Mecklenburg-Vorpommern)
- Urlaub auf dem Bauernhof ist ein Erholungs- und Bildungsurlaub in einem. Die Gäste erleben hautnah das sozial und kulturell geprägte Leben auf dem Lande durch den direkten, familiären Kontakt zu den Gastgebern – unseren landwirtschaftlichen Betrieben – und können sich im direkten Gespräch über Nahrungsmittelproduktion und umweltgerechte Anbauweisen informieren (aus dem Grußwort von Minister Peter Hauk im LAG-Katalog).
- Bestätigt fühlen sich die Anbieter von U.a.d.B. auch durch das Ergebnis der Infodienste Destinationsmanagement:
  - 39 % der Deutschen wünschen sich „Urlaub im Grünen“ = schöne Natur und saubere Landschaft
  - 31 % wünschen sich Wohlfühlurlaub (Gesundheit, Vitalität, Schönheit)
  - 31 % wünschen sich Strandurlaub

▪ Nach einer aktuellen Studie der IPK (= International Tourism Consulting Group) konnte der Sektor „Urlaub auf dem Lande“ um 9 % zulegen, Eventreisen um 14 %, wohingegen Städtereisen und Strandreisen nur um 5 % bzw. 4 % zulegen konnten. Die beliebtesten Reiseziele in D sind nach der IPK Bayern und Niedersachsen, Baden-Württemberg liegt an dritter Stelle.

▪ Laut Statistischem Landesamt Baden-Württemberg (Zahlen 2006 gegenüber Vorjahr) sind höhere Steigerungsraten im Tourismus bei Jugendherbergen, Ferienwohnungen und Campingplätzen zu verzeichnen im Vergleich mit Hotels, Gaststätten und Pensionen.

Regionen, die insgesamt hohe Zuwächse hatten, waren das „Neckar-Odenwald-Madonnenlände“ mit 5,7 % und der „Neckar-Hohenlohe-Schwäbischer Wald“ mit 14 %. Die Aufenthaltsdauer lag im Durchschnitt bei 2,7 Tagen.

Diesen Trend konnten auch die Seminarteilnehmer bestätigen – wobei die Aufenthaltsdauer in FeWo bei durchschnittlich 8,6 Tagen und bei Gästezimmern durchschnittlich bei 5,4 Tagen lag (LEL 2007, Wirtschaftlichkeitsberechnungen für Baden- Württemberg).

Diese überregionalen Aussagen erhärtete die Vorsitzende mit Daten aus der eigenen Anbietergemeinschaft - 9 von 13 Betrieben konnten ausgewertet werden. Hier zeichnen sich erfreulich Erfolge ab, wie Tabelle 1 zeigt.

Somit sind auch im Neckar-Odenwald-Kreis klare Tendenzen ersichtlich: Fast doppelt so viele Gäste machen inzwischen Bauernhofurlaub, insgesamt sind 50% mehr Übernachtungen in den Ferienwohnungen zu verzeichnen.

Statt Konkurrenz pflegt man in der AG die Zusammenarbeit; Gäste, die auf dem einen Ferienhof keinen Platz finden, werden weitervermittelt und verbleiben somit in der Region. Die durchschnittlichen Belegtage pro Betrieb und Wohn-

**Tabelle 1:** Entwicklung der Belegung der Ferienhöfe der Anbietergemeinschaft „U.a.d.B.“ im Fränkischen Odenwald“(Mittelwerte).

	1999	2006
<b>Gästeszahl</b>	942	1.834
<b>Übernachtungen</b>	9.645	14.736
<b>Aufenthaltsdauer</b>	9 Tage	6,7 Tage

einheit lagen bei 139 im Jahr 2006, der Stammgästeanteil betrug 35 %.

Dass U.a.d.B. Wirtschaftsfaktor und Chance für die Region ist, belegt eine Studie aus dem Neckar-Odenwald-Kreis aus dem Jahr 2002. Hierin wird davon ausgegangen, dass die Urlaubsgäste ca. 50 - 100 € täglich in der Region

ausgeben z.B. für Einkäufe, Restaurantbesuche, Eintrittsgelder....

Hochgerechnet mit den Übernachtungszahlen aus Tab. 1 im Jahr 2006 ergibt dies eine Wertschöpfung mehr als 736.000,- € für die Region. Da nicht alle Betriebe ausgewertet werden konnten, kann von einer noch höhere Wertschöpfung von ca. 1 Mio. € für die

Region ausgegangen werden, ausgelöst durch das Segment U.a.d.B. Dies ist ein nicht zu vernachlässigender Beitrag, der dem gesamten ländlichen Raum zugute kommt.

### Fazit aus 10 Jahren

Die Erfahrung und die Erlebnisse aus zehn Jahren Seminar „So bleiben wir am Ball...“ und aus zehn Jahren Regionale Anbietergemeinschaft bestätigen das Griechische Sprichwort: „Nichts ist beständiger als der Wandel“ und deshalb gilt immer noch „Wer bewahren will, was er hat, muss ständig verändern“.

### Ausblick

Natürlich bleibt man in Neckarelz auch 2008 „am Ball“: Das nächste Seminar findet am 25./26.11.08 statt.

### Kurz mitgeteilt

#### Mustervorlage für Gästemappe "Urlaub auf dem Bauernhof" erhältlich

AgE. BAD KREUZNACH. Die Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen bietet die Mustervorlage einer Gästemappe für Urlaub auf dem Bauernhof als Worddatei zum Selber ausfüllen an. Darauf hat die Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz in einer Pressemitteilung aufmerksam gemacht. Die Vorlage ist gegliedert nach dem Inhaltsverzeichnis, der Vorstellung von Familie, Serviceteam und Betrieb, den Freizeitanlagen und -angeboten, den Serviceleistungen, den Ausflugszielen, der Adressenübersicht und der Hofordnung. Ferner ist ein Gästefragebogen vorhanden. Alle Berei-

che seien in einem ansprechenden Layout gestaltet, übersichtlich gegliedert und enthielten soweit möglich Textvorschläge, die man problemlos ändern könne, lobte die Kreuznacher Kammer das Angebot der Schwesterorganisation aus dem Nachbarland. Für Betriebslogo oder Fotos seien an entsprechender Stelle Platzhalter vorgesehen. Während die Gästemappe für Bauernhöfe konzipiert worden sei, könne sie mit leichten Änderungen auch gut in Winzerhöfen eingesetzt werden. Nach der Klassifizierung des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) gelte eine Informationsmappe für Ferienwohnungen ab der 3-Sterne-Kategorie und für Gästezimmer ab vier Sternen als Mindestkriterium. Nach den aktuellen 5,1 Klassifizierungskriterien vom Januar 2007 müssten viele Angebote des Hau-

ses schriftlich fixiert werden, sei es die Mitbenutzung von Waschmaschine und Bügeleisen oder von Internet und Computer. Hierfür sei die Gästemappe gut geeignet, betonte die Landwirtschaftskammer Rheinland-Pfalz. Mit Hilfe der Mustervorlage erhalte der Betrieb eine übersichtliche, ansprechend gestaltete und einfach zu bearbeitende Vorlage. Sie könne in beliebiger Anzahl ausgedruckt werden und lasse sich jederzeit leicht aktualisieren. (Die CD-ROM mit der entsprechenden Word-Datei ist zum Preis von 30 Euro zuzüglich Mehrwertsteuer erhältlich bei der Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen, Referat 32, Nevinghoff 40, 48147 Münster, Tel. 0251/ 2376-304, E-Mail: [einkommenskombinationen@lwk.nrw.de](mailto:einkommenskombinationen@lwk.nrw.de))

AGRA-EUROPE 04/08