



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Tourismus – Landwirtschaft – Nachhaltigkeit“

Urlaub am Bauernhof als Inwertsetzungsstrategie für periphere ländliche Räume

Verfasser

Johannes Handlechner

angestrebter akademischer Grad

Magister der Naturwissenschaften (Mag. rer.nat.)

Wien, 2010

Studienkennzahl lt.
Studienblatt:

A 453

Studienrichtung lt.
Studienblatt:

Diplomstudium Theoretische und Angewandte
Geographie

Betreuerin / Betreuer:

Ao. Univ.-Prof. Ing. Dr. Norbert Weixlbaumer

Erklärung

Ich erkläre, dass die vorliegende Diplomarbeit von mir selbst verfasst wurde und dass ich keine anderen, als die angeführten Behelfe verwendet habe bzw. mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe.

Ich versichere, dass ich diese Diplomarbeit bisher weder im In- noch im Ausland (einer Beurteilerin/einem Beurteiler) in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Weiters versichere ich, dass diese Arbeit mit der vom Begutachter beurteilten Arbeit übereinstimmt.

Datum:

Unterschrift:

Danksagung

Im Rahmen meines Studiums und dieser Diplomarbeit haben mich viele Menschen auf verschiedenste Weise unterstützt, denen ich jetzt meinen besonderen Dank aussprechen will.

Ich bedanke mich bei meinem Betreuer, Herrn Prof. Norbert Weixlbaumer, der es mir ermöglicht hat, dieses Thema zu bearbeiten und mir bei der Erarbeitung des Konzepts immer eine wichtige Ansprechperson war.

Meinen Interviewpartnern gilt ein besonderer Dank, da sie durch ihr Wissen, die vielen Informationen und die Zeit, die sie mir entgegengebracht haben, wesentlich zur Entstehung dieser Diplomarbeit beigetragen haben.

Für die vielseitige und tatkräftige Unterstützung meiner Familie, meiner Eltern, die meine Wünsche und Pläne immer gutgeheißen haben, möchte ich mich aufs Herzlichste bedanken.

Darüber hinaus möchte ich mich bei meinen Korrekturlesern, Beistrichsetzern und Freunden bedanken, die mir immer wieder hilfreich mit Rat und Tat zur Seite gestanden haben.

Das größte Dankeschön geht wohl an meine geliebte Freundin und Lebensbegleiterin Eva, die mich seit vielen Jahren in jeder nur erdenklichen Weise unterstützt und auch in schwierigen Phasen immer an mich geglaubt hat. Für die vielen aufmunternden Worte und unser gemeinsames Leben möchte ich ihr von ganzem Herzen danken.

Zusammenfassung

Eine große Vielfalt an schönen Landschaften, sozialen Netzwerken, intakter Natur und abwechslungsreichen Erholungsmöglichkeiten sind wesentliche Kennzeichen vieler peripherer ländlicher Regionen. Trotzdem gibt es heute zahlreiche Gebiete, die nicht nur räumlich, sondern auch wirtschaftlich wie gesellschaftlich am Rand liegen und durch eine hohe Abhängigkeit gekennzeichnet sind.

Im Zuge des anhaltenden Strukturwandels und einer stets anspruchsvolleren Freizeitgesellschaft werden zunehmend neue Erwartungen und Anforderungen an multifunktionale ländliche Räume gestellt. Dabei ist die Kulturlandschaft als ästhetisches Qualitätsmerkmal für den Tourismus von entscheidender Bedeutung. Der Landwirtschaft kommt hierbei durch den Erhalt eines attraktiven Landschaftsbildes und einer abwechslungsreichen ländlichen Kultur, eine große touristische und wirtschaftliche Bedeutung zu.

Besonders der Tourismus spielt in peripheren Räumen eine wichtige Rolle, da er heute überwiegend an diese Regionen gebunden ist. Aus diesem Grund nimmt der Fremdenverkehr bei der Diversifizierung der strukturschwachen Wirtschaft und des Agrarsektors eine besondere Stellung ein. In abgelegenen Regionen mit wenigen wirtschaftlichen Alternativen, ist es daher wichtig, ein nachhaltiges Tourismuswachstum zu fördern und neue Beschäftigungsmöglichkeiten zu schaffen, um die Attraktivität und die Lebensqualität dieser Gebiete aufrechtzuerhalten.

Urlaub am Bauernhof als natur- und sozialverträgliche Urlaubsform, ist als Bindeglied zwischen Tourismus und Landwirtschaft ein äußerst wichtiges Element ländlicher Räume, das einerseits einen zentralen Bestandteil des österreichischen Fremdenverkehrsangebots darstellt und andererseits als bedeutender Wirtschaftsfaktor für die heimischen Landwirte fungiert. Daher ergibt sich für diese Arbeit folgende zentrale Forschungsfrage:

Welchen Beitrag kann Urlaub am Bauernhof bei der multifunktionalen Entwicklung peripherer ländlicher Räume leisten?

Insbesondere in abgelegenen, strukturschwachen Regionen, die vom wirtschaftlichen Niedergang bedroht waren, konnten durch Urlaub am Bauernhof positive Ergebnisse erzielt werden. Anhand der unterschiedlichen Best Practice Beispiele kann gezeigt werden, dass durch die Einbettung eines natur- und sozialverträglichen Tourismus in ein regionsweites Konzept mit gemeinsamer Vermarktung, ein wesentlicher Beitrag zur nachhaltigen Tourismusentwicklung geleistet werden konnte.

VI

Durch den Aufbau von lokalen, sektorübergreifenden Kooperationen im Bereich Landwirtschaft, Handel, Gastronomie und Handwerk kann Urlaub am Bauernhof, als nachhaltige Urlaubsform, grundsätzlich als Instrument zur Belebung peripherer ländlicher Räume dienen und einen wichtigen Beitrag zur Diversifizierung der regionalen Wirtschaft leisten.

Ohne die finanzielle Unterstützung der öffentlichen Hand, wird es aber auch zukünftig durch Urlaub am Bauernhof nicht möglich sein, eine ausreichende Diversifizierung und Förderung nichtlandwirtschaftlicher Tätigkeiten zu erreichen, wodurch die Abwanderung aus der Landwirtschaft und den peripheren ländlichen Räumen gestoppt werden könnte.

Für zukunftsfähige, periphere Regionen sind daher eine langfristig abgesicherte Landwirtschaft, intakte Natur- und Kulturräume sowie ein nachhaltiger Tourismus in Verbindung mit staatlichen Förderungen zur Erhaltung der ländlichen Infrastruktur, von existenzieller Bedeutung.

Abstract

A large variety of beautiful landscapes, social networks, intact nature and varied recreational opportunities are important characteristics of many peripheral rural areas. Nevertheless, there are currently numerous areas which are not only geographically but also economically and socially at the edge and are characterized by a high level of dependence.

As part of ongoing structural changes and today's demanding leisure society, there are increasingly new expectations and demands for multifunctional rural areas. Thereby the cultural landscape is a crucial aesthetic quality characteristic of tourism. Agriculture has a major tourist and economic importance by the conservation of an attractive landscape and a varied rural culture. Because of the special connection to peripheral areas, tourism plays an important role in these regions. For this reason, tourism has a special position in the diversification of the structural lagging economy and the agricultural sector.

In remote areas with few economic alternatives, it is therefore important to promote sustainable tourism growth and create new employment opportunities in order to maintain the attractiveness and quality of life of these areas.

As natural and socially accepted form of vacation, farm holiday is the very important link between tourism and agriculture. On the one hand, it is a central part of the Austrian tourism product and on the other hand it is an important economic factor for local farmers.

Diversifying the regional economy and the creation of non-agricultural alternatives are essential to maintain vibrant, sustainable rural areas. Therefore, the outcome of this work is the following key research questions:

What can contribute farm holidays in the multifunctional development of peripheral rural areas?

Especially in remote, underdeveloped regions, which were threatened by economic decline, farm holidays achieved positive results. Through the establishment of local, cross-sectoral cooperation in agriculture, trade, catering and craft, farm holiday became an important economic factor in peripheral rural areas.

Nonetheless without public funds it will not be possible to promote non-agricultural activities, in order to stop the out-migration from agriculture and rural areas.

For sustainable peripheral areas it is important to maintain the agriculture, the intact natural and cultural areas as well as the tourism in these regions. State funding and conservation of rural infrastructure is fundamental for the future of these areas.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	V
Abstract	VII
Inhaltsverzeichnis	VIII
Abbildungsverzeichnis	XI
Tabellenverzeichnis	XI
1. Einleitung	1
2. Gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen für Urlaub am Bauernhof	4
3. Ländliche Räume	7
3.1. Charakterisierung und Wandel ländlicher Räume	7
3.2. Probleme ländlicher Räume	9
3.2.1. <i>Verlust an Arbeitsplätzen und –kräften</i>	10
3.2.2. <i>Monostrukturen der Wirtschaft</i>	10
3.2.3. <i>Gefährdung traditioneller Lebensweisen</i>	11
3.2.4. <i>Verlust der Artenvielfalt</i>	11
3.2.5. <i>Schlechte Ertragslage der Landwirtschaft</i>	12
3.3. Funktionen ländlicher Räume	13
3.4. Typisierung ländlicher Räume.....	13
3.5. Entwicklung des Tourismus in ländlichen Räumen.....	14
3.6. Bedeutung des Tourismus in ländlichen Räumen	15
3.6.1. <i>Erfolgsfaktoren und touristische Potentiale ländlicher Räume</i>	16
3.6.2. <i>Auswirkungen des Tourismus auf ländliche Räume</i>	17
3.7. Nachhaltigkeit in ländlichen Räumen	19
3.7.1. <i>Sanfter Tourismus</i>	20
3.7.2. <i>Nachhaltige Tourismusentwicklung</i>	21

3.8.	Regionale Wirtschaftskreisläufe.....	23
3.9.	Lokale Wertschöpfung	25
4.	Landwirtschaft.....	26
4.1.	Berglandwirtschaft.....	28
4.2.	Biolandwirtschaft	29
4.3.	Strukturwandel und Probleme in der Landwirtschaft	31
4.4.	Beziehung zwischen Landwirtschaft und Tourismus.....	32
4.5.	Erwerbskombinationen	34
4.5.1.	<i>Tourismus.....</i>	35
4.5.2.	<i>Direktvermarktung</i>	35
4.5.3.	<i>Maschinenring und andere Zusatzeinkommen.....</i>	36
5.	Tourismus in Österreich.....	37
5.1.	Kulturlandschaft – der Bauer als Landschaftsarchitekt!	38
6.	Urlaub am Bauernhof – das Bindeglied zwischen Tourismus und Landwirtschaft.....	40
6.1.	Von der Sommerfrische zu Urlaub am Bauernhof	41
6.2.	Image von Urlaub am Bauernhof.....	41
6.3.	Erfolgsfaktoren von Urlaub am Bauernhof.....	41
6.4.	Voraussetzung für Urlaub am Bauernhof.....	43
6.5.	Urlaub am Bauernhof in Zahlen	45
6.5.1.	<i>Unterkunftsarten</i>	48
6.6.	Bedeutung für ländliche Räume.....	49
6.7.	Motive der Anbieter	50
6.8.	Zielgruppen	51
6.8.1.	<i>Kernmärkte.....</i>	54

6.9.	Bundesverband Urlaub am Bauernhof.....	55
6.9.1.	<i>Das Budget.....</i>	58
6.9.2.	<i>Zukunftschancen durch Spezialisierungen.....</i>	58
6.9.3.	<i>Qualitätskategorisierungen.....</i>	60
6.10.	Stärken- und Schwächenanalyse Urlaub am Bauernhof.....	62
6.11.	Best Practice Beispiele	64
6.11.1.	<i>Lesachtal.....</i>	64
6.11.2.	<i>KäseStrasse Bregenzerwald.....</i>	66
6.11.3.	<i>Hindelang – Natur & Kultur.....</i>	67
7.	Urlaub am Bauernhof im Ländervergleich	69
7.1.	Urlaub am Bauernhof in Italien	70
7.1.1.	<i>Dimensionen des italienischen Agriturismo.....</i>	72
7.1.2.	<i>Qualität des italienischen Agritourimus.....</i>	74
7.1.3.	<i>Zielgruppen des italienischen Agriturismo.....</i>	75
7.1.4.	<i>Zukunft des italienischen Agriturismo.....</i>	76
7.1.5.	<i>Stärken-Schwächen-Katalog.....</i>	77
7.2.	Unterschiede und Gemeinsamkeiten mit Österreich	78
8.	Resümee und Ausblick.....	81
9.	Literaturverzeichnis	86

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Fünfeck-Pyramide eines nachhaltigen Tourismus.....	22
Abbildung 2: Haupt- und Nebenerwerbsbetriebe, 2007	27
Abbildung 3: Anteil der Biofläche in benachteiligten Gebieten	29
Abbildung 4: Entwicklung der Biobetriebe und Bioflächen in Österreich	30
Abbildung 5: Anstieg des biologischen Ackeranbaus in Österreich.....	30
Abbildung 6: Wirtschaftliche Bedeutung der Landschaft im Zeitvergleich	39
Abbildung 7: Erfolgsfaktoren von Urlaub am Bauernhof	42
Abbildung 8: Teilnahme der Land- und Forstwirtschaftsbetriebe an der Tourismuswirtschaft	46
Abbildung 9: Nächtigungen auf Bauernhöfen 2008 (in 1.000).....	47
Abbildung 10: Assoziationen mit Urlaub am Bauernhof	52
Abbildung 11: Marketinggrundlagen der „Urlaub am Bauernhof-Organisation“	56
Abbildung 12: Verteilung der Mitgliedszahl von Urlaub am Bauernhof in Österreich 2009	57
Abbildung 13: Qualitätskategorisierung, Jänner 1996 und Dezember 2009.....	62
Abbildung 14: Qualitätskategorisierung von AGRITURIST	75

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Nutzen und Gefahren des Tourismus	18
Tabelle 2: Landwirtschaftliche Betriebe nach Bundesländern 2004	45
Tabelle 3: Nächtigungsziffern auf Bauernhöfen 2008	49
Tabelle 4: Angebot der Agritourismusbetriebe nach Regionen, April 2008	72
Tabelle 5: Statistik zum italienischen Agritourismus, Februar 2009	73

1. Einleitung

Im Zuge dieser Arbeit wird den Lesern¹ ein Einblick in periphere ländliche Räume gegeben, die trotz großem natürlichen und kulturellen Erbes mit einer Vielzahl von Problemen behaftet sind. Es handelt sich dabei häufig um Ungunstlagen in inneralpinen Gebieten oder grenznahen Regionen, die neben Abwanderung, Überalterung und hoher Arbeitslosigkeit mit zahlreichen anderen sozioökonomischen Entwicklungsdefiziten zu kämpfen haben.

Bei der Lösung dieser Probleme spielt Tourismus oftmals eine wichtige Rolle und im weiteren Verlauf der Arbeit wird daher vor allem auf dessen Stellenwert in diesen Regionen eingegangen. Dabei werden sowohl Vor- als auch Nachteile dieses Wirtschaftssektors bei der Weiterentwicklung ländlicher Räume näher erläutert. Denn Tourismus wird vor allem dort, wo das natürliche und kulturelle Potential vorhanden ist, als geeignetes Instrument angesehen, um eine Belebung und Diversifizierung der peripheren Wirtschaft zu erreichen. Dabei geht es aber weniger um die Förderung massentouristischer Großprojekte, sondern vielmehr um die Etablierung eines umwelt- und sozialverträglichen Fremdenverkehrs, der im Einklang mit Natur und Kultur steht.

Mit dieser Arbeit wird daher insbesondere die Rolle von Urlaub am Bauernhof bei der Entwicklung strukturschwacher ländlicher Regionen aufgezeigt und welchen Stellenwert diese Urlaubsform innerhalb des österreichischen Tourismus und der Landwirtschaft einnimmt.

Daher werden die derzeitige Situation von Urlaub am Bauernhof und die Potentiale dieses touristischen Angebots genauer dargestellt und gleich zu Beginn gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen erläutert, die sich positiv auf die Entwicklung dieser Urlaubsform auswirken.

Da Urlaub am Bauernhof als symbiotisches Bindeglied zwischen Landwirtschaft und Tourismus gilt, wird in den folgenden Kapiteln insbesondere die traditionell sehr enge Beziehung zwischen diesen beiden Wirtschaftssektoren behandelt. Einerseits profitieren beide Seiten wechselseitig voneinander, andererseits sind sie aber auch existenziell vom anderen abhängig.

Der seit geraumer Zeit stattfindende tief greifende Strukturwandel, weg vom Primär- und Sekundärsektor, hin zur Dienstleistungs- und Informationsgesellschaft, wirkt sich nicht nur negativ auf weite Teile ländlich peripherer Räume aus, sondern in besonderer Weise auch auf die österreichische Landwirtschaft.

¹ Zur besseren Lesbarkeit, schließt die männliche Form auch die weibliche mit ein.

Da diese vielerorts noch eine bedeutende Rolle in der regionalen Wirtschaft spielt, wird in einem eigenen Kapitel genauer auf die landwirtschaftliche Situation Österreichs eingegangen. Aufgrund der naturräumlichen und agrarstrukturellen Gegebenheiten kommt vor allem der Berglandwirtschaft eine entscheidende Bedeutung zu, die im Zuge der theoretischen Grundlagen näher betrachtet wird.

Landwirtschaft und Tourismus sind maßgeblich voneinander abhängig und haben in vielen ländlichen Regionen, nicht nur in Österreich, einen besonderen Einfluss auf die lokale Wirtschaft, die Wertschöpfung und das Arbeitsplatzangebot. Als Schnittstelle zwischen den beiden Bereichen wird Urlaub am Bauernhof in einem eigenen Kapitel auch im europäischen Vergleich erläutert. Vor allem anhand von Italien werden dabei Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen österreichischem „Urlaub am Bauernhof“ und italienischem „Agriturismo“ dargestellt.

Anschließend an die theoretische Auseinandersetzung werden einige Best Practice Beispiele in peripheren ländlichen Räumen angeführt, in denen die Etablierung eines umwelt- und sozialverträglichen Tourismus zur Verbesserung der regionalen Situation geführt hat. Darüber hinaus wird mit Hilfe der recherchierten Literatur und der durchgeführten Interviews ein Stärken-Schwächen-Katalog erstellt, in dem die Potentiale, Besonderheiten aber auch Schwachstellen des Urlaub am Bauernhof-Angebots aufgezeigt werden.

Für zukunftsfähige, vitale ländliche Räume ist nicht nur eine gut funktionierende Beziehung zwischen Tourismus und einer langfristig abgesicherten Landwirtschaft von entscheidender Bedeutung, sondern auch die sektorübergreifende Kooperation mit der regionalen Wirtschaft². Daher ergibt sich für die vorliegende Arbeit folgende Fragestellung:

**Welchen Beitrag kann Urlaub am Bauernhof bei der multifunktionalen
Entwicklung peripherer ländlicher Räume leisten?**

Damit verbunden stellen sich eine Reihe weiterer Fragen, die im Zuge dieser Arbeit beantwortet werden sollen:

- Kann Urlaub am Bauernhof dazu beitragen, die Abwanderung aus peripheren ländlichen Regionen zu verhindern?
- Wie sieht der Beitrag zur Diversifizierung der regionalen Wirtschaft aus?
- Welchen Einfluss hat Urlaub am Bauernhof auf die lokale Wertschöpfung bzw. können dadurch regionale Wirtschaftskreisläufe in Gang gesetzt werden?

² vgl. Weber, 2001, S. 6ff und Embacher, 2007, S. 2

- Kann Urlaub am Bauernhof dazu beitragen, die kleinteiligen landwirtschaftlichen Strukturen in diesen Regionen aufrechtzuerhalten, bzw. kann er einen angemessenen Beitrag zur Einkommenssituation der Landwirte beitragen?
- Welchen Einfluss hat Urlaub am Bauernhof auf die nachhaltige Tourismusentwicklung in peripheren ländlichen Regionen?

Zur Beantwortung dieser Fragen und der Erläuterung der aktuellen Situation von Urlaub am Bauernhof wurden neben der Analyse von Büchern, Texten und Internetquellen vor allem Experten anhand von Interviewleitfäden befragt. Dabei wurden insbesondere Personen aus den Bereichen Landwirtschaft, Tourismus und ländliche Entwicklung in die Befragungen miteinbezogen.

- Dipl. Ing. Markus Hopfner, Ländliche Entwicklung – Lebensministerium
- Mag. Hans Embacher, Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich
- Thomas Dax, Bundesanstalt für Bergbauernfragen
- Dipl. Ing. Hannes Knolleisen, Südtiroler Bauernbund
- Maximilian Hillmeier, Bad Hindelang

2. Gesellschaftspolitische Rahmenbedingungen für Urlaub am Bauernhof

Die Rahmenbedingungen für die Entwicklung ländlicher Räume werden in Zukunft vor allem vom Globalisierungsprozess geprägt sein. Dieser ist auch im landwirtschaftlichen Sektor durch eine zunehmende Internationalisierung von Produktion und Dienstleistungen charakterisiert. Der Wettbewerb zwischen den Regionen sowohl national als auch international wird zunehmen, woraus sich Chancen und Risiken ergeben können.³

Die Bedeutung ländlicher Räume bei der Produktion von Nahrungsmitteln für die Bevölkerung wird mit dem Ausbau der Transportinfrastruktur und niedriger Energiepreise an Gewicht verlieren. Dennoch kommt es parallel zur Globalisierung zu einer Veränderung der Einstellungen und Verhaltensweisen der Verbrauchernachfrage hinsichtlich bestimmter Produkte. Bei Nahrungsmitteln achten die Kunden vermehrt auf die Frische, den gesundheitlichen Wert und die Erzeugungsmethoden. Auch die räumliche Herkunft der Lebensmittel spielt vermehrt eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung. Bei solchen Erzeugnissen kann die Versorgungsfunktion ländlicher Räume wieder stärker an Bedeutung gewinnen, da die Kunden bereit sind, mehr dafür zu bezahlen.⁴

Dies kann ein Hinweis auf die veränderten Einstellungen der Bevölkerung hinsichtlich Gesundheit, Natur und Umwelt sein, wodurch sich auch Chancen für einen nachhaltigen Tourismus in ländlichen Räumen ergeben können. Denn unbeeinträchtigte Natur und schöne Landschaften wurden zu einem zentralen Bestandteil eines qualitativ hochwertigen Tourismus und so deuten alle Prognosen darauf hin, dass Urlaubsreisende immer mehr zu „grünen“ Zielen tendieren und die Zukunft jenen Destinationen gehört, in denen Umwelt und Landschaft intakt sind.⁵

Die Nachfrage nach Qualitätstourismus ist sehr eng mit den Konzepten der nachhaltigen Entwicklung verknüpft. Eine ruhige Umgebung, wenig Verkehr, Natur- und Kulturlandschaften sowie eine gesunde Umwelt sind sowohl Indikatoren für Qualität, als auch für Nachhaltigkeit.⁶

Die zunehmende Urbanisierung und Arbeitsbelastung sorgen dafür, dass die menschlichen Bedürfnisse nach Naturerlebnissen, Ruhe und Erholung steigen. Hier sind es vor allem die Menschen aus der Stadt, die vermehrt Urlaub am Land und auf Bauernhöfen machen wollen, um dem Bedürfnis nach Naturkontakt nachzukommen.⁷

³ vgl. von Urff, 2002, S. 256f

⁴ vgl. Neander, 2002, S. 46f

⁵ vgl. Müller, 2003, S. 5

⁶ vgl. Pils, 2001, S. 169

⁷ vgl. Sznajder, Przezbórska und Scrimgeour, 2009, S. 276f

Durch diese neuen Entwicklungen und der zunehmenden Umweltsensibilisierung bei Familien mit Kindern eröffnen sich zahlreiche Perspektiven für Urlaub am Bauernhof als umweltverträgliches touristisches Angebotssegment.

Hierbei wird vor allem vom neuen Naturverständnis vieler Urlauber profitiert und das wirkt sich besonders positiv auf den Tourismus in ländlichen Räumen aus. Aufgrund des wachsenden Bedürfnisses nach intakten Umweltbedingungen, werden die Landwirte von vielen Reisenden heute bereits als Naturschützer und Landschaftspfleger gesehen.⁸

Vermehrtes Umweltbewusstsein und die sensibilisierende Wirkung bezüglich umweltrelevanter agrarischer Probleme kamen im Zuge der vor einigen Jahrzehnten entstandenen Grün-alternativen Bewegung auf. Natur-, umwelt- und tierschützerische Themen wurden durch Ereignisse wie Zwentendorf oder Hainburg vermehrt in die Öffentlichkeit gerückt. Biologischer Landbau und Lebensmittelqualität, aber auch ökologische Aspekte im Tourismus sowie lokale und regionale Wertschöpfung durch Direktvermarktungskonzepte gewannen in dieser Phase an Bedeutung.⁹

Heute sind es bereits zwischen 30 und 40 Prozent der Urlauber, die sich für einen naturnahen Urlaub interessieren. Diese vorwiegend höher gebildeten Gäste mit einem geregelten Einkommen aus den großen Ballungsräumen suchen weniger die touristischen Zentren, legen aber trotzdem Wert auf Qualität und gewissen Komfort. Diese Art von Urlaubern ist interessiert an ökologischen Zusammenhängen und möchte sich mit den naturkundlichen und kulturellen Gegebenheiten der Region auseinandersetzen.¹⁰

Das Bedürfnis weg vom anonymen Massentourismus, hin zum Individualtourismus in möglichst natürlichen und unberührten Gebieten gewinnt immer mehr an Bedeutung. Verstärktes Umweltbewusstsein und der Wunsch nach Gastfreundschaft und Kontakt zur einheimischen Bevölkerung sorgen daher für einen Aufschwung bei naturnahen Tourismusformen.¹¹

Fernreisen verlieren häufig ihr Prestige und als Gegentrend zur Globalisierung ist vermehrt „Glokalisierung“ zu beobachten, also die bewusste Wertschätzung dessen, was direkt vor der Haustüre stattfindet.¹²

Denn wenn der Druck zunimmt und die Welt grundsätzlich anonymer wird, gewinnen persönliche Angebote, mit einer individuelleren Betreuung in familiärer, freundschaftlicher Umgebung immer mehr an Bedeutung.¹³

⁸ vgl. Flessner, 1996, S. 9

⁹ vgl. Groier, 2007, S. 177f

¹⁰ vgl. Broggi, 2003, S. 192f

¹¹ vgl. Mergen, 1995, S. 12f

¹² vgl. CIPRA, 2007, S. 186

¹³ vgl. Interview Embacher, 03.12.2009

Die zunehmende Sensibilisierung gegenüber Umwelt- und Naturbelangen findet zwar allmählich auch beim Reiseverhalten ihren Niederschlag, wobei noch ein tiefer Graben zwischen ausgeprägtem Umweltbewusstsein und aktiven Umweltengagement liegt. Die Bereitschaft persönliche Opfer zu bringen, ist zwar in den letzten drei Jahrzehnten gestiegen, aber immer noch relativ gering.¹⁴

„Grüne Ziele“ liegen zwar im Trend, aber auch ein umweltschonender, nachhaltiger Tourismus muss entsprechend aufbereitet und inszeniert werden. Die Menschen wollen einen multifunktionalen und schönen Urlaub erleben und nicht vorrangig die Welt retten.¹⁵

Die Gäste legen mehr Wert auf individuell zusammengestellte Reisen sowie authentische und einzigartige Erlebnisse. Die Erwartungen bewegen sich zwischen dem Wunsch nach Service einerseits und totaler Freiheit andererseits. Bestmöglicher Komfort, Exklusivität und Abenteuer, aber auch Individualität, Abwechslung und intakte Umwelt sind gefragt. Die Wünsche und Anforderungen an den Urlaub werden dabei immer anspruchsvoller.¹⁶

Der Trend geht seit den 1990er Jahren daher eindeutig in Richtung multifunktionaler Urlaub. Die Touristen möchten in ihren Ferien nicht mehr nur eine Aktivität ausüben (z.B. nur wandern, nur Strand liegen, nur entspannen, ...), sondern vielfältige, verschiedenartige Erlebnisse genießen.¹⁷ Kurzurlaube, kreative Packages und attraktive All-Inclusive-Angebote eignen sich nicht nur für Städtereisen, sondern können eine geeignete Möglichkeit sein, um Gäste gezielt in entlegene, naturnahe Regionen zu locken.¹⁸

Neben dem Megatrend Individualisierung ist es vor allem der Wellness- und Gesundheitstourismus, der angesichts des demographischen Wandels und einer alternden Bevölkerung zu einem Reisemarkt der Zukunft werden wird.¹⁹

Die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ändern sich und sinkende Einkommen, Strukturveränderungen in Europa und andere Familienstrukturen schaffen neue Ausgangspositionen im Tourismus und somit auch bei Urlaub am Bauernhof.²⁰

In den letzten Jahren haben vor allem landschaftsbezogene Angebote an Bedeutung gewonnen, in denen das bewusste Erleben von Natur und Kultur im Mittelpunkt stehen. Für viele ländlich periphere Räume ist daher der besondere Charakter der Landschaft das wichtigste touristische Kapital geworden und durch die Etablierung eines nachhaltigen

¹⁴ vgl. Kirstges, 2003, S. 130ff

¹⁵ vgl. Interview Embacher, 03.12.2009

¹⁶ vgl. Baumbach, 2007, S. 55ff

¹⁷ vgl. Kirstges, 2003, S. 118

¹⁸ vgl. Baumbach, 2007, S. 9f

¹⁹ vgl. Baumbach, 2007, S. 76f

²⁰ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2001, S. 10

Tourismus erhoffen sie sich positive wirtschaftliche, ökologische und soziale Effekte für die gesamte Region.²¹

Darüber hinaus kommt es aufgrund verstärkter Globalisierung und Standardisierung zu einem wachsenden Interesse an Kultur und historischen Zusammenhängen, wodurch bäuerliche Regional- und Alltagskultur in ländlichen Räumen vermehrt eine touristische Inwertsetzung erfahren.²²

Daher sind sich Tourismusverantwortliche einig, dass eine Rückbesinnung auf traditionelles Brauchtum und landschaftliche Attraktionen eine Möglichkeit ist, um sich von anderen Wettbewerbern am internationalen Tourismusmarkt abzugrenzen.²³

Vor allem in alpinen Regionen, in denen der Fremdenverkehr auch in Zukunft einen wichtigen Wirtschaftszweig darstellen soll, können mit Hilfe einer nachhaltigen Tourismusentwicklung die regionalen Strukturprobleme, die sich aus der geographischen Lage und der vorherrschenden Wirtschaftsstruktur ergeben, bewältigt werden.²⁴

3. Ländliche Räume

3.1. Charakterisierung und Wandel ländlicher Räume

Ländliche Räume zeichnen sich aber vor allem durch Vielfalt und Eigenständigkeit aus und unterscheiden sich in der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung, der Nutzung und Bedeutung der natürlichen Umgebung sowie des kulturellen Erbes.

Durch diese vielseitigen Qualitäten ergeben sich auch unterschiedliche Entwicklungsperspektiven und -pfade.²⁵

Laut HENKEL ist der ländliche Raum:

„ein naturnaher, von der Land- und Forstwirtschaft geprägter Siedlungs- und Landschaftsraum mit geringer Bevölkerungs- und Bebauungsdichte sowie niedriger Wirtschaftskraft und Zentralität der Orte, aber höherer Dichte der zwischenmenschlichen Bindungen“²⁶

²¹ vgl. Gee, 2004, S. 68

²² vgl. Steinecke, 2007, S. 223

²³ vgl. Steinecke, 2007, S. 225

²⁴ vgl. Müller, 2003, S. 225f

²⁵ vgl. Machold und Tamme, 2007, S. 81

²⁶ Henkel, 2004, S. 33

Eine eindeutige Abgrenzung zwischen städtischen und ländlichen Räumen ist heute kaum noch möglich, da sich vielerorts der traditionelle Stadt-Land-Gegensatz weitgehend aufgelöst hat. Viele klassische Definitionen des ländlichen Raums betonen die Vorherrschaft des land- und forstwirtschaftlichen Sektors, die jedoch angesichts des gegenwärtigen Strukturwandels vielen peripheren Regionen nicht mehr gerecht werden.²⁷

Heute ist es daher nicht mehr zutreffend, ländlich mit landwirtschaftlich gleichzusetzen, denn was den Wertschöpfungsanteil und die Beschäftigungseffekte betrifft, hat die Landwirtschaft stetig an Bedeutung verloren. In Österreich gibt es keine Region mehr, in der der primäre Sektor dominiert.²⁸

Dennoch muss beachtet werden, dass trotz der Umbrüche von der Agrar- zur Industrie/Dienstleistungsgesellschaft, viele ökonomische, soziale oder bauliche Agrarstrukturen bis heute ihre Wirkung haben. Nicht nur gegenwärtige, sondern auch frühere landwirtschaftliche Betriebe prägen das Bild vieler peripherer Räume und werden deshalb auch zur Kennzeichnung dieser Regionen herangezogen.²⁹

Darüber hinaus gibt es zahlreiche Faktoren, die sich auf das Bild von ländlichen Räumen auswirken. So wie die Landwirtschaft, sind auch periphere Regionen von Veränderungen betroffen, die sich mehr oder weniger positiv auf das gesamte Gebiet auswirken. Auf der einen Seite kann es durch einen Strukturwandel zu Entwicklungschancen für bestimmte Räume kommen, andernorts kommt es zur Entstehung neuer Problemlagen. In Österreich kommt es häufig zur Herausbildung extrem kleinräumiger Disparitäten zwischen den einzelnen Regionen, die sich vor allem durch die große Heterogenität der ländlichen Räume begründen lassen. Aber auch großflächigere Unterschiede lassen sich feststellen.

Das räumliche Entwicklungsmuster der einzelnen ländlichen Räume resultiert vor allem aus folgenden Faktoren:³⁰

(1) Industrialisierung der Landwirtschaft

Durch betriebliche Konzentration und fortschreitende Spezialisierung kommt es zur Ausbildung leistungsfähiger landwirtschaftlicher Intensivgebiete auf der einen Seite (hier vor allem im Osten Österreichs) und agrarischer Extensivregionen auf der anderen Seite (Gebirgsräume in Westösterreich).

(2) Entwicklung nichtlandwirtschaftlicher Erwerbsalternativen

Heute vor allem im Bereich des Tourismus, durch den man sich in Verbindung mit der klein- und mittelständischen Wirtschaft positive Effekte für die wirtschaftliche Entwicklung ländlicher Räume erhofft.

²⁷ vgl. Henkel, 2004, S. 34f

²⁸ vgl. Agrar.Projekt.Verein, 2009, S. 38f

²⁹ vgl. Henkel, 2004, S. 104

³⁰ vgl. Mose, 2005, S. 574f

(3) *Bevölkerungsumschichtungen*

Hierbei sind ländliche Regionen zu unterscheiden, in denen es zu anhaltendem Bevölkerungswachstum durch Zuwanderungen aus den umliegenden Ballungsräumen (Suburbanisierung) kommt und jene Gebiete, die durch Landflucht und Überalterung gekennzeichnet sind.

(4) *Infrastrukturausstattung*

Besonders in den suburbanen Umlandgemeinden kommt es zu erheblichen Infrastrukturausbauten, während entlegene Gebiete häufig von Einschränkungen, vor allem im Bereich des öffentlichen Verkehrs, betroffen sind.

(5) *Freizeit- und Erholungsfunktion*

Naherholung und Tourismus haben sich in vielen ländlichen Regionen sehr schnell entwickelt und stellen oft die einzige ökonomische Alternative zur Landwirtschaft dar. Aber nicht alle ländlichen Räume haben die Voraussetzungen für eine touristische Entwicklung. Hier sind es vor allem die klein strukturierten Gebirgsregionen, die gegenüber den großen agrarischen Intensivgebieten klar im Vorteil sind.

Auf der einen Seite haben sich durch den Strukturwandel für viele, vor allem touristisch attraktive Regionen mit einer starken Wachstumsdynamik neue Chancen ergeben. Andererseits kam es aber auch zum Ausbau von ökonomischen und sozialen Disparitäten zwischen den einzelnen Gebieten.³¹

Auch ist heute Land nicht gleich Land und den einen „ländlichen Raum“ gibt es nicht. Die Unterschiede der peripheren Gebiete betreffen nicht nur Landschaften oder natürliche Ressourcen, sondern auch Erreichbarkeiten, räumliche Verflechtungen, Bevölkerungsdichte sowie Strukturprobleme. Dementsprechend sind auch die Entwicklungsperspektiven sehr verschieden.³²

3.2. Probleme ländlicher Räume

Insbesondere periphere ländliche Regionen in Berggebieten haben mit vielen strukturellen Schwächen und Problemen zu kämpfen, die sich seit dem Beginn des Wandels von der Agrar- zur Dienstleistungsgesellschaft weiter verschärft haben. Diese Räume haben meist einen verhältnismäßig hohen Anteil an Land- und Forstwirtschaft, weisen wenig Industrie auf und sind durch Abwanderungen der jungen Bevölkerungsschichten oft sozial gefährdet.³³

³¹ vgl. Revermann und Petermann, 2003, S. 144

³² vgl. ÖROK, 2009, S. 27

³³ vgl. BMWA, 2001, S. 185

3.2.1. Verlust an Arbeitsplätzen und Arbeitskräften

Vor allem in ländlich peripheren Gebieten gehen mit dem Rückgang der Beschäftigung in der Landwirtschaft und im industriellen Sektor laufend Arbeitsplätze verloren, was zu einer besonders kritischen Arbeitsmarktsituation mit meist überdurchschnittlich hoher Arbeitslosigkeit führt. Auch Rationalisierungsmaßnahmen im öffentlichen Bereich sorgen dafür, dass in abgelegenen Regionen immer mehr Beschäftigungsmöglichkeiten verloren gehen, wodurch viele Bewohner zum Auspendeln oder zur Abwanderung gezwungen sind.

Als Folge des Arbeitsplatzmangels und großer Pendeldistanzen wandern besonders junge, gut ausgebildete Menschen in die Zentralräume ab. Diese selektive Abwanderung (Brain Drain) ist ein weiteres Problem vieler abgelegener Regionen, da dadurch viele Randgebiete immer mehr in einen Teufelskreis aus Bevölkerungsrückgang und Überalterung geraten. Durch den Verlust junger Leute und damit auch deren Wirtschaftskraft, schließen Geschäfte und Gasthäuser. Es kommt zu einem Funktionswandel, mit Pendlerwohngebieten und Schlafdörfern. Wichtige Treffpunkte des öffentlichen Lebens gehen verloren und durch die abwandernden Jungen verlieren die Regionen Steuern.³⁴

Demografische Veränderungen und ökonomischer Strukturwandel verstärken sich in diesen ländlich geprägten Regionen oft gegenseitig und führen dazu, dass die Tragfähigkeit der Einrichtungen und Angebote des öffentlichen Sektors in der bisherigen Form nicht mehr gewährleistet werden kann und die allgemeinen Lebensbedingungen sich zusehends verschlechtern.³⁵

3.2.2. Monostrukturen der Wirtschaft

Durch den demographischen Wandel, in Verbindung mit einer eher ungünstigen geographischen Lage, ergeben sich zahlreiche wirtschaftliche Strukturschwächen. Angefangen bei einer geringen regionalwirtschaftlichen Leistungsfähigkeit und einem unterdurchschnittlichen BIP pro Kopf, haben diese meist abgelegenen Regionen auch mit einer monostrukturierten Wirtschaft und einer geringen ökonomischen Wettbewerbsfähigkeit zu kämpfen. Hier liegt die Konzentration vor allem auf den Bereichen Tourismus sowie Land- und Forstwirtschaft.

Durch eine geringe Wachstumsdynamik der Wirtschaft, eine unterdurchschnittliche Innovationstätigkeit und einem Fachkräftemangel infolge von Brain Drain sowie einem geringen Bildungsniveau kommt es häufig zu Verzögerungen bei Investitionen und Modernisierungen, was zwangsläufig zu überalterten Angeboten im Tourismus-, Kultur- oder

³⁴ vgl. Weber et.al., 2003, S. 156

³⁵ vgl. ARL, 2008, S. 1

Freizeitbereich führt.³⁶ Dabei erfordert die Entwicklung des Fremdenverkehrs, aufgrund globalisierter Tourismuskörkte und zunehmendem Konkurrenzdruck, heute weit mehr Aufwendungen.³⁷

3.2.3. Gefährdung traditioneller Lebensweisen

Neben den ökonomischen Problemen ländlicher Räume, ist es vor allem das soziale Leben in den Gemeinden, das durch Zu- und Abwanderung massiv beeinflusst wird. Denn viele abgelegene Dörfer verlieren stetig Einwohner, während sich die Nutzungskonflikte in den Tourismuszentren, Ballungsräumen und deren Umland verschärfen. Die zunehmenden internationalen Verflechtungen fördern die wirtschaftlichen Knotenpunkte und benachteiligen dabei periphere ländliche Räume, die zu Restgrößen verkommen.

Da in vielen touristischen Intensivregionen die Wirtschaft immer noch über Umweltschutz, Kultur und Soziales herrscht, ergeben sich besonders in Fremdenverkehrsgemeinden große Nutzungskonflikte mit zahlreichen Auswirkungen auf das soziale und kulturelle Leben der Einheimischen und deren Verhaltensweisen.³⁸

Durch das Aufeinandertreffen unterschiedlichster Lebensweisen der von außen kommenden Nutzergruppen (Zuzügler, Touristen und Zweitwohnsitzer) werden ländliche Räume häufig zu einer Art Konfrontationsgebiet, in dem sich mit den einhergehenden Neuerungen das Ortsbild, die ländliche Kultur und das Gemeinwesen verändern können.³⁹

Nicht nur der Mangel von jungen, kompetenten Bevölkerungsschichten, die das soziale und wirtschaftliche Leben auf dem Land erhalten, stellt eine Gefahr für periphere Räume dar. Auch die rege Zu- und Abwanderung von Menschen kann die soziale und ökologische Nachhaltigkeit gefährden.⁴⁰

3.2.4. Verlust der Artenvielfalt

Vor allem aufgrund der kleinräumigen Landschaftsstruktur ist die Artenvielfalt in den alpinen Regionen besonders hoch. Je mehr sich die verschiedenen Nutzungen verzahnen, desto größer ist die Artenvielfalt. Dennoch war die Biodiversität vor 150 Jahren weit höher, da auch in den Gebirgsregionen immer mehr Kleinflächen zusammengelegt werden. Trotz alledem gibt es beispielsweise in den Alpen mehr als doppelt so viele Pflanzenarten wie im mitteleuropäischen Flachland. Diese Artenvielfalt in den ländlich peripheren Regionen beruht

³⁶ vgl. Mose und Nischwitz, 2009, S. 3ff

³⁷ vgl. ARL, 2007, S. 8

³⁸ vgl. CIPRA, 2007, 172ff

³⁹ vgl. Weber et.al, 2003, S. 158

⁴⁰ vgl. CIPRA, 2007, 182ff

vor allem auf den traditionellen menschlichen Nutzungen und ist daher größtenteils auf die Bewirtschaftung durch den Menschen angewiesen.⁴¹

Denn wenn der Mensch geht, kommt der Wald. Und wenn ihn nicht über Jahrhunderte hinweg die Bauern in Acker- und Grünland umgewandelt hätten, wäre er in vielen Regionen Österreichs noch immer die natürliche Bodenbedeckung. Dennoch ist der Wald wieder im Vormarsch und der Anteil der Dauergrünfläche und Bergmähder hat in den letzten 20 Jahren um 13 bzw. 22 Prozent abgenommen. In vielen ländlich peripheren Regionen liegt der Waldanteil mittlerweile bei 80 Prozent. Da Waldflächen eine wesentlich geringere Artenvielfalt aufweisen als agrarisch geprägte Kulturlandschaft, hat die Ausweitung auch ökologische Folgen. Darüber hinaus ist dichter Wald auch mit dem Tourismus nicht besonders gut verträglich, denn die Urlauber suchen den Waldrandeffekt und keine ausgedehnten, riesigen Waldgebiete.⁴² Laut einer Studie der Salzburger Landwirtschaftskammer finden Touristen Landschaften mit einem Waldanteil ab 60 Prozent nicht mehr attraktiv. Das heißt, wenn nun ganze Täler und Hänge zuwachsen, bedeutet dies einen ästhetischen Verlust und das Aus für einen wirtschaftlich erfolgreichen Tourismus.⁴³

3.2.5. Schlechte Ertragslage der Landwirtschaft

Obwohl die Zahl der hauptberuflich in der Landwirtschaft Beschäftigten in vielen ländlichen Regionen noch vergleichsweise hoch ist (als Folge mangelnder alternativer Erwerbsmöglichkeiten), hat sich vor allem aufgrund der schlechten Ertragslage und der fehlenden Hofnachfolge die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe in den letzten Jahren sehr stark verringert. Damit gehen nicht nur Arbeitsplätze und eine flächendeckende Bewirtschaftung in ländlich peripheren Räumen verloren, sondern auch wichtige landeskulturelle und soziale Funktionen, die Landwirte für diese Gebiete erbringen.⁴⁴

Darüber hinaus sind es vor allem die Artenvielfalt, das Wissen um ökologische Zusammenhänge, um Handwerk und Tradition, das durch die Aufgabe der Landwirtschaft in ländlichen Räumen verloren geht.⁴⁵

Denn viele Funktionen peripherer Regionen können nur von einer vitalen, klein strukturierten und naturnahen Landwirtschaft erfüllt werden, wodurch auch in Zukunft die Bauern und deren Arbeit das Rückgrat ländlicher Räume bleiben werden.⁴⁶

⁴¹ vgl. CIPRA, 2007, 196

⁴² vgl. Agrar.Projekt.Verein, 2009, S. 7

⁴³ vgl. Interview Embacher, 03.12.2009

⁴⁴ vgl. Weber et.al., 2003, S. 158

⁴⁵ vgl. CIPRA, 2007, 182ff

⁴⁶ vgl. Popp, 2005, S. 79f

3.3. Funktionen ländlicher Räume

Mittlerweile ist es nicht mehr nur die klassisch Urproduktionsfunktion der Land- und Forstwirtschaft (*Agrarproduktionsfunktion*), sondern auch zunehmend die Erhaltung und Pflege der ländlichen Kulturlandschaft, die peripheren Räumen zugewiesen werden. Daher ergibt sich zunehmend eine Konkurrenzsituation zwischen primärer und sekundärer Produktionsfunktion.

Darüber hinaus ist die langfristige Sicherung der Wasserversorgung und die Erhaltung des ökologischen Gleichgewichts eine vorrangige Funktion ländlicher Gebiete (*ökologische Funktion*). Die Pflege und Gestaltung der Freizeit- und Erholungslandschaft (*Erholungsfunktion*) gehört ebenso zu den Funktionen dieser Räume, wie die Bereitstellung von Standorten für Gewerbe, Kraftwerke, Straßen oder die Gewinnung von Rohstoffen und Mineralien (*Standortfunktion*). Neben all diesen Leistungen wird, durch das Vorhandensein von Wirtschafts-, Wohn- und Freizeitraum, aber auch eine Lebensraumfunktion für die ansässige Bevölkerung erfüllt.⁴⁷

Heute gibt es unterschiedlich entwickelte ländliche Räume mit einem differenzierten Muster, die eine Vielzahl von Funktionen erfüllen. Vom landwirtschaftlich geprägten Raum mit relativ geringer Bevölkerungsdichte bis hin zu boomenden Tourismuszentren, sind die regionalen Strukturen sehr heterogen, wodurch sich diverse Problemlagen und Entwicklungsperspektiven ergeben.⁴⁸

3.4. Typisierung ländlicher Räume

Aufgrund der Disparitäten, der unterschiedlichen räumlichen Strukturen, Funktionen und Entwicklungsdynamiken lassen sich ländliche Räume mehr oder weniger deutlich voneinander abgrenzen. Folgende Raumtypen lassen sich daher unterscheiden:⁴⁹

- (1) *ländliche Räume in der Nähe von Agglomerationsräumen und großräumigen Verkehrsachsen*
- (2) *gering verdichtete ländliche Räume mit wirtschaftlicher Entwicklungsdynamik*
- (3) *ländliche Räume mit günstigen Produktionsbedingungen für die Landwirtschaft*
- (4) *attraktive ländliche Räume für den Tourismus*
- (5) *strukturschwache periphere ländliche Räume*

Im Verlauf dieser Arbeit wird vor allem auf die letzten beiden Raumtypen Bezug genommen, da dies jene Gebiete sind, in denen Urlaub am Bauernhof vorrangig stattfindet.

⁴⁷ vgl. Henkel, 2004, S. 39

⁴⁸ vgl. Mose, 2005, S. 573

⁴⁹ vgl. Mose, 2005, S. 575ff

Die attraktiven Tourismusregionen liegen vor allem in den alpinen Gebieten Westösterreichs und zeichnen sich durch eine hohe Dynamik mit positiver Bevölkerungs- und Wirtschaftsentwicklung aus. Die strukturelle Abhängigkeit vom Tourismus birgt aber angesichts des Klimawandels große Gefahr für jene Regionen, in denen der Fremdenverkehr den wirtschaftlichen Motor darstellt. Negative Umweltauswirkungen und Nutzungskonflikte der begrenzten Flächen kommen erschwerend hinzu.⁵⁰

Vor allem aber die strukturschwachen peripheren ländlichen Räume brauchen eine multifunktionale Entwicklungsperspektive, denn neben der Landwirtschaft gibt es nicht viele Möglichkeiten. Es sollen vor allem Marktnischen erschlossen werden, die zur Diversifizierung von Beschäftigung und Einkommen beitragen. Der Ausbau von Angeboten für naturnahe Freizeit und Erholung im Bereich des sanften Tourismus würde sich für diese Regionen anbieten. Aber auch für ländliche Fremdenverkehrsregionen mit oftmals einseitiger Tourismusentwicklung wäre dies eine Möglichkeit. Neben der ökonomischen Komponente spielen aber auch die Sicherung der historischen Kulturlandschaft und die ökologische Funktion in peripheren Regionen eine wichtige Rolle.⁵¹

Insgesamt nehmen ländliche Räume beim Beschreiten alternativer touristischer Entwicklungsstrategien hin zu mehr Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein eine Vorreiterrolle ein. Vor allem in Gebirgsregionen profitiert Urlaub am Bauernhof, als alternative und sanfte Tourismusform, vom zunehmenden Umweltbewusstsein vieler Urlauber und leistet darüber hinaus noch einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung des kulturellen und landwirtschaftlichen Erbes.⁵²

3.5. Entwicklung des Tourismus in ländlichen Räumen

Ein Großteil der ländlichen Räume verfügte jahrzehntelang über keine einzigartigen Attraktionspunkte oder zeitgemäße Tourismus- und Freizeiteinrichtungen und hinkte der touristischen Entwicklung lange Zeit hinterher. Sie standen im Schatten von Städten mit ihren großartigen Kulturlandschaften oder Meeresküsten und Hochgebirgsregionen mit ihren spektakulären Naturschauspielen. Doch als Ende des 19. Jahrhunderts die Sommerfrische in Mode kam, erlebten auch die ländlichen Räume einen Aufschwung.⁵³

Mit dem Boom der peripheren Regionen begann auch der Urlaub am Bauernhof neue Formen anzunehmen. Vor allem mit der Entwicklung der Eisenbahn 1825 war es für Stadtbewohner sehr viel leichter, Urlaub auf dem Land zu machen. Da es an gewerblichen Unterkünften mangelte, wurden bevorzugt Bauernhöfe als Quartiere bezogen.

⁵⁰ vgl. ÖROK, 2009, S. 27ff

⁵¹ vgl. Mose, 2005, S. 577f

⁵² vgl. Pevetz, 1996, S. 43f

⁵³ vgl. Steinecke, 2007, S. 223

Der Beginn von Urlaub am Bauernhof wird also von vielen Historikern mit der Entwicklung der Bahn gleichgesetzt. Durch die Erfindung des Autos in den 1920er Jahren war es den Urlaubern noch leichter möglich in diese abgelegenen Destinationen zu gelangen. Mit der wachsenden Anzahl an Touristen stieg auch die Bereitschaft der ländlichen Bevölkerung sich auf diese Neuerungen einzulassen und von dem zusätzlichen, durch den Tourismus lukrierten, Einkommen zu profitieren. Vor allem in den 1990er Jahren und zu Beginn des 21. Jahrhunderts kam es zu einem wachsenden Interesse an Bauernhofurlaub, bzw. Urlaub in ländlichen Räumen.⁵⁴

Obwohl sich periphere, strukturschwache Regionen im Allgemeinen durch ungünstige Produktionsbedingungen auszeichnen und darüber hinaus häufig auch noch beschränkte Wirtschaftsoptionen für Gewerbe, Industrie oder Dienstleistungen vorliegen, verfügen viele Räume dennoch über besondere Landschaftselemente, die eine potentielle touristische Attraktion darstellen. Diese oft dünn besiedelten Gebiete mit geringer Landnutzungsintensität und naturnahen Landschaftsformen bieten im Vergleich zu verdichteten Agglomerationsräumen etwas Besonderes.⁵⁵

3.6. Bedeutung des Tourismus im ländlichen Räumen

Periphere ländliche Räume ohne Meeresblick oder Gipfelerlebnis wurden aber erst gegen Ende des 19. Jahrhunderts durch Tagesausflügler und Sommerfrischler als Erholungsraum entdeckt. Diese Inwertsetzung war vor allem auf die geänderten Lebensbedingungen der Bevölkerung zurückzuführen, ausgelöst durch einen ökonomischen, gesellschaftlichen und rechtlichen Wandel in dieser Zeit. Durch wirtschaftlichen Aufschwung, Verbesserung der Infrastruktur und einer raschen Urbanisierung entwickelte sich bald eine Reiseklientel nach adeligem Vorbild, das die nahe gelegenen Kleinstädte und Dörfer zum Ziel hatte. Naturnähe, Ruhe und Erholung sowie Kontakt zur einheimischen Bevölkerung waren wichtige Reisemotive der Sommerfrischler und Sonntagsausflügler.

Wesentliche Impulse bei der touristischen Erschließung ländlicher Räume gingen dabei von den Betroffenen selber aus, die angesichts von wirtschaftlichen Problemen in der Landwirtschaft nach Einkommensalternativen suchten.⁵⁶

Nach dem zweiten Weltkrieg kam es zur weiteren Expansion des Fremdenverkehrs, der sich flächendeckend in den ländlichen Räumen auszubreiten begann. Als typische Urlaubsform peripherer Regionen entwickelte sich zu dieser Zeit der Urlaub am Bauernhof, ein vor allem für Familien mit Kindern preiswertes Angebot. In Verbindung mit dieser Urlaubsform erlebten

⁵⁴ vgl. Sznajder, Przezbórska und Scrimgeour, 2009, S. 281

⁵⁵ vgl. ÖROK, 2009, S. 46

⁵⁶ vgl. Steinecke, 2006, S. 204f und Steinecke, 2007, S. 224

auch anderen, von Natur und gepflegter Landschaft abhängige touristische Angebote, wie etwa dem Wandertourismus, einen Aufschwung.⁵⁷

Bereits vor einigen Jahrzehnten wurde damit begonnen, die Probleme der ländlichen Räume zu lösen. Nachdem in den 1960er Jahren versucht wurde, große Industriebetriebe in strukturschwachen Gebieten anzusiedeln, erhoffte man sich ab den 1970er Jahren neue Impulse aus dem Tourismus. Mit der Devise „Weiße Industrie aufs Land“ und gezielten Fördermaßnahmen durch den Staat, wurde versucht, eine Fremdenverkehrsinfrastruktur in wirtschaftsschwachen ländlichen Regionen zu schaffen.

Seit damals ist der Tourismus auch in die für die Landwirtschaft ungünstigen und von der Industrie vernachlässigten Gebirgslandschaften vorgedrungen und hat vielerorts dazu beigetragen, die in den Bereichen Land- und Forstwirtschaft verloren gegangenen Erwerbsmöglichkeiten zu ersetzen.⁵⁸

Der Fremdenverkehr ist sicher einer der Hauptgründe dafür, dass im Vergleich zu anderen europäischen Ländern die österreichischen ländlichen Räume mit weniger schwerwiegenden Problemen zu kämpfen haben. Denn viele dieser Regionen, vor allem in den alpinen Gebieten Österreichs sind sehr attraktiv für Sommer- und Wintertourismus.⁵⁹

3.6.1. Erfolgsfaktoren und touristische Potentiale ländlicher Räume

Damit ländliche Räume für die touristische Entwicklung in Frage kommen, müssen bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein. Zum einen kommt es hier vor allem auf das *ursprüngliche oder standortbegründende Angebot* an, das in erster Linie aus einer reizvollen Landschaft, dem Klima, aber auch aus einem schönen Ortsbild oder bestimmten Kulturdenkmälern besteht. Zu einer positiven touristischen Entwicklung gehört neben dem ursprünglichen auch noch das *abgeleitete oder standortfüllende Angebot*, das vor allem Hotels, Restaurants, Aufstiegshilfen, Geschäfte, Unterhaltungseinrichtungen und Sporteinrichtungen beinhaltet.

Für die Tourismusentwicklung in ländlichen Gebieten sind insbesondere die Vielfalt und die Abwechslung der Landschaftselemente ausschlaggebend. Besonders das natur- und kulturräumliche Potential einer Region ist von Bedeutung. Dabei spielen neben der Nutzungsvielfalt (z.B. Landwirtschaft, Grünland, Moor, Wasser), der Reliefenergie und dem Klima, vor allem Ruinen, Bräuche und traditionelle Bauten als ursprüngliche Erholungsangebote eine wichtige Rolle.⁶⁰

⁵⁷ vgl. Steinecke, 2007, S. 224 und Henkel, 2004, S. 208f

⁵⁸ vgl. Henkel, 2004, S. 208f

⁵⁹ vgl. Interview Hopfner, 30.11.2009

⁶⁰ vgl. Henkel, 2004, S. 210

Diese Vielfalt der Landschaft wird von vielen Regionen als Stärke erkannt und von Besuchern oft als spezifische Attraktion angesehen und gesucht. Es gilt als allgemein anerkannt, dass die bäuerliche Bewirtschaftung in peripheren Gebieten zur Qualität und Differenzierung der Landschaft beiträgt. Die Kulturlandschaft stellt somit das entscheidende Entwicklungspotential und Kennzeichen vieler ländlicher Regionen dar, in denen sich durch die Aufrechterhaltung der Bewirtschaftung durch die Land- und Forstwirtschaft nennenswerte Entwicklungschancen ergeben, auch wenn jene Gebiete oft mit erheblichen Produktionsnachteilen zu kämpfen haben.⁶¹ Kulturlandschaft kann somit zugleich touristisches, kulturelles und ökologisches Kapital einer Region sein.⁶²

In diesen meist strukturschwachen Räumen mit einer speziellen regionalen Identität, die sich vor allem über Landschaft, Baustile, Küche, Handwerk oder Brauchtum definiert, wird der Tourismus als Chance für eine nachhaltige Entwicklung der Region begriffen.⁶³

Für einen bedeutenden Tourismus in ländlichen Räumen sind neben der Erhaltung einer gewachsenen Kulturlandschaft noch folgende Erfolgsfaktoren ausschlaggebend:⁶⁴

- traditioneller Wegebau und Heimatmuseen
- regionaltypisches Gastronomie- und Unterkunftsangebot
- Restaurierung alter Gebäuden für ein attraktives dörfliches Ortsbild
- nachhaltiger Ausbau der Infrastruktur
- professionelle Organisation des Tourismus
- zielgruppenorientiertes Marketing
- Stärkung des regionalen Tourismusbewusstseins

Die Zukunft ländlicher Räume im Tourismus hängt also davon ab, ob es ihnen gelingt, die Besonderheiten dieser Landschaften als Thema zu bewahren und zeitgemäß sowie kundenorientiert am Markt zu positionieren.⁶⁵ Denn die Einbeziehung des landschaftlichen Charakters der Region, ihrer Kultur und deren Bewohner zählen zu den wichtigsten Bestandteilen einer dauerhaften und zukunftsfähigen Tourismusedwicklung.⁶⁶

3.6.2. Auswirkungen des Tourismus auf ländliche Räume

Obwohl Tourismus als geeignetes Instrument angesehen wird, um dem Strukturwandel in strukturschwachen peripheren Räumen entgegenzutreten, sind es nicht nur Vorteile die sich aus dem Fremdenverkehr ergeben.

⁶¹ vgl. ÖROK, 2009, S. 48f

⁶² vgl. Revermann und Petermann, 2003, S. 147

⁶³ vgl. Revermann und Petermann, 2003, S. 123

⁶⁴ vgl. Steinecke, 2007, S. 241

⁶⁵ vgl. Steinecke, 2007, S. 245

⁶⁶ vgl. Haart und Steinecke, 1995, S. 19

Durch den Tourismus kommt es zu einer Vielzahl von Auswirkungen auf ländliche Räume, die sich mehr oder weniger positiv auf die Wirtschaft, die Umwelt oder das soziale Gefüge auswirken können:⁶⁷

- *ökonomische Wirkung* – kann Bevölkerungsabwanderung bremsen, Arbeitsplätze schaffen, Einkommen erhöhen, Infrastruktur ausbauen und somit zum Abbau regionaler Entwicklungsdefizite in ländlichen Räumen beitragen
- *Auswirkungen auf die Landwirtschaft* – mittelbare und unmittelbare Nebenerwerbsquelle für die Bauern und zusätzliche Direktvermarktung, aber auch Verringerung der landwirtschaftlichen Nutzfläche durch hohen Flächenbedarf des Fremdenverkehrs
- *soziale Auswirkungen* – Förderung von sozialer Urbanisierung und Gefahr für die ländliche Kultur, aber auch Stärkung des Selbstbewusstseins der lokalen Bevölkerung
- *Wirkung auf die Siedlungsform* – Schaffung neuer Siedlungsformen auf der grünen Wiese, sowie bauliche Umgestaltung der Ortskerne
- *verkehrsgeographische Auswirkungen* – Überlastung in den Fremdenverkehrsorten und Beeinträchtigung des Erholungswertes durch Luftverschmutzung und Lärmbelastung
- *ökologische Wirkung* – neben dem Flächenverbrauch kommt es zu Belastungen von Natur- und Kulturlandschaft durch Lärm, Erosion, Boden-, Wasser- und Luftverschmutzung sowie Störung der Tier- und Pflanzenwelt

Nutzen des Tourismus	Gefahren des Tourismus
kann Abwanderung stoppen und Arbeitsplätze schaffen	führt zu einseitiger und anfälliger Wirtschaftsstruktur
finanziert kommunale Infrastruktur	belastet Natur und Landschaft
erhöhtes Einkommen	erhöhter Bodenverschleiß, Zersiedelung, Verkehrsbelastung und Artenverlust
unterstützt die Landwirtschaft und trägt zur Landschaftspflege bei	Verlust der Eigenart der einheimischen Kultur
stärkt das Selbstbewusstsein und Zugehörigkeitsgefühl der Bevölkerung	bringt soziale Spannungen und vergrößert Ungleichgewichte

Tabelle 1: Nutzen und Gefahren des Tourismus⁶⁸

⁶⁷ vgl. Henkel, 2004, S. 213ff

⁶⁸ Quelle: Steinecke, 2007, S. 180

Vor allem in Bergregionen ist die touristische Entwicklung seit geraumer Zeit mit schwerwiegenden Problemen verbunden. Neben den ökologischen Problemen (Luftverschmutzung, Gewässer-, Verkehr- und Lärmbelastung, Flächenansprüche für Pisten und Infrastruktur, ...) sind es vor allem soziokulturelle Auswirkungen, die oftmals unbeachtet bleiben. Es kommt zu einem Wandel des Werte- und Sozialgefüges, vermehrtem Einfluss auf die Familienstrukturen und Veränderungen der dörflichen Gemeinschaft. Tourismus wird zwar bisweilen noch als bevorzugtes Instrument zur Entwicklung wirtschaftsschwacher ländlicher Räume betrachtet. Dennoch ist unklar, inwieweit er in der Lage sein wird, die vorhandenen und zukünftig benötigten Arbeitsplätze zu erhalten bzw. zu sichern.⁶⁹

Heute stärkt der Tourismus jedoch noch die ländlichen Räume, indem er durch die Schaffung von Einkommensmöglichkeiten die Lebensqualität verbessert. Darüber hinaus kann Fremdenverkehr direkt und indirekt einen Beitrag zur Erhaltung der Kultur- und Naturlandschaft in Berggebieten leisten. Viele ländlich periphere Regionen und abgelegene Seitentäler in Österreich würden ohne die Einnahmen und Arbeitsplätze, die durch den (Massen)Tourismus- und Freizeitsektor entstehen, heute wohl nicht mehr bewirtschaftet werden können.⁷⁰

Viele Ausprägungen des Massentourismus in den alpinen Regionen werden daher auch nicht verschwinden, obwohl sanftere, an die kulturelle und ökologische Umwelt angepasste Tourismusformen, ein großes Zukunftspotential haben.⁷¹ Denn auch Massentourismus kann positive Auswirkungen auf die Regionen haben, ist sich DI Markus Hopfner vom Lebensministerium sicher. Grundsätzlich sollte die Tourismusedwicklung eindeutig nachhaltig sein, aber man kann sich nicht über alle wirtschaftlichen Gegebenheiten hinweg setzen und muss daher versuchen auch im Massentourismus nachhaltige Elemente einzubringen, oder die vorhandenen zu verstärken.⁷²

Vor allem in strukturschwachen Räumen mit weitgehend intakter Natur- und Kulturausstattung könnte eine nachhaltige Tourismusedwicklung die ökologischen Probleme vermeiden.⁷³

3.7. Nachhaltigkeit in ländlichen Räumen

Der Begriff Nachhaltigkeit wurde im 19. Jahrhundert in der Forstwirtschaft entwickelt und bedeutete, dass pro Zeiteinheit nur soviel Holz entnommen werden darf, wie unter natürlichen Bedingungen nachwachsen kann. Heute wird Nachhaltigkeit aber nicht mehr nur

⁶⁹ vgl. Ruppert, 2001, S. 134f

⁷⁰ vgl. Reiner, 2007, S. 41ff

⁷¹ vgl. CIPRA, 2007, S. 230

⁷² vgl. Interview Hopfner, 30.11.2009

⁷³ vgl. Revermann und Petermann, 2003, S. 123

mit ökologischen Aspekten assoziiert, sondern beinhaltet auch noch ökonomische und soziale Komponenten.⁷⁴

Vor allem seit der 1992 auf der Rio-Konferenz verabschiedeten Agenda 21 steht der Begriff Nachhaltigkeit für:

„...ein qualitatives Entwicklungsmodell für Natur und Gesellschaft, das über die ökologische Schadensbegrenzung und –reparatur hinausgeht und die erhaltende Nutzung der natürlichen Lebensgrundlagen durch den Menschen beinhaltet.“⁷⁵

Seit den 1980er Jahren ist Nachhaltigkeit auch im Tourismus ein fester Bestandteil, als versucht wurde, den zunehmenden ökologischen, sozialen und kulturellen Problemen entgegenzutreten. Der von Robert Jungk geprägte Begriff „sanfter Tourismus“ wurde zum Inbegriff natur- und sozialverträglicher alternativer Tourismusangebote.⁷⁶

3.7.1. Sanfter Tourismus

Unter sanftem Tourismus werden spezielle Formen eines umwelt- und sozialverträglichen Urlaubs verstanden, die auf der Nutzung bestimmter Potentiale von Natur, Kultur, Geschichte und Wirtschaft der jeweiligen Region basieren. Sanfter Tourismus kann auch als Nischentourismus angesehen werden, mit dem es vor allem für ländlich periphere Räume möglich ist, sich ein weiteres wirtschaftliches Standbein zu verschaffen.⁷⁷

Sanfter Tourismus kann also als Fremdenverkehr in angepasster Form verstanden werden, der in weniger entwickelten Gebieten als Ergänzung in die regionalwirtschaftlichen Entwicklungen eingebunden wird.⁷⁸

Da aber mit jeder Form des Fremdenverkehrs eine negative Beeinflussung der Umwelt einhergeht, kann nur von einem *sanfteren* Tourismus gesprochen werden, unter dem Urlaubsformen verstanden werden, die stärker im Einklang mit der sozialen und natürlichen Umwelt stehen. Denn angesichts der heutigen Reisesströme führt die individuelle Reisefreiheit zwangsläufig zu Massenbewegungen, die aber den Idealen eines sanften Tourismus „in Reinform“ widersprechen.⁷⁹

Das Konzept „sanfter Tourismus“ wurde im Verlauf der 1990er Jahre vermehrt durch die Diskussion um einen nachhaltigen Tourismus ersetzt und heutzutage kaum mehr verwendet.⁸⁰

⁷⁴ vgl. Haller, 2003, S. 129f

⁷⁵ Revermann und Petermann, 2003, S. 136

⁷⁶ vgl. Revermann und Petermann, 2003, S. 134f

⁷⁷ vgl. Baumgartner, 2008, S. 11

⁷⁸ vgl. Pevetz, 1999, S. 335

⁷⁹ vgl. Kirstges, 2003, S. 24 und S. 160

⁸⁰ vgl. Baumgartner, 2008, S. 12

3.7.2. Nachhaltige Tourismusedwicklung

Nachhaltige Tourismusedwicklung ist vorrangig langfristig bzw. zukunftsorientiert ausgerichtet und betrachtet dabei vor allem die Auswirkungen auf künftige Generationen. Neben der Umweltverantwortlichkeit werden auch verstärkt die Sozialverträglichkeit und die wirtschaftliche Ergiebigkeit des Tourismus berücksichtigt.⁸¹

Tatsächlich kann umweltfreundlicher ländlicher Tourismus ein Mehrfaches an regionalen Effekten auslösen und vor allem in peripheren Gebieten dazu beitragen, die lokale Wirtschaft zu diversifizieren und die Lebensqualität zu verbessern.⁸²

„Hier kann der umweltfreundliche Tourismus zur Ressource regionaler Entwicklung werden, wenn von ihm die Erhaltung des natürlichen Erbes vorangetrieben wird, wenn also Natur und Umwelt geschont, die Kulturlandschaft gepflegt, die Kulturbauten renoviert und das Ortsbild erhalten werden, wenn Effekte auf die Gastronomie und Landwirtschaft, auf den Handel und das Handwerk der Region ausgehen oder mit kulturellen Einrichtungen und Naturschutzzentren neue Attraktionen entstehen.“⁸³

Fremdenverkehr ist für ländlich periphere Räume von besonderem Stellenwert und so kann ein zukunftsorientierter, umweltschonender und intelligenter Tourismus diesen Gebieten:

- neue und gesicherte wirtschaftliche Perspektiven
- weitere Beschäftigungseffekte
- neue Vertriebswege für hochwertige landwirtschaftliche Produkte
- neue Chancen zum Abbau von Landflucht und Abwanderung
- neue Chancen und Perspektiven zum Erhalt gewachsener Kulturlandschaften

eröffnen.⁸⁴

Eine einseitige ökologische Betrachtungsweise, wie sie oftmals beim Konzept des „sanften Tourismus“ kritisiert wird, kann in der Tourismuspolitik nicht als nachhaltig angesehen werden. Darum lässt sich Nachhaltigkeit im Fremdenverkehr am besten in einer Fünfeckpyramide darstellen:

⁸¹ vgl. Freyer, 2009, S. 503

⁸² vgl. Hahne, 1995, S. 33f

⁸³ Hahne, 1995, S. 34

⁸⁴ vgl. Behm, 1995, S. 177



Abbildung 1: Fünfeck-Pyramide eines nachhaltigen Tourismus⁸⁵

Neben einem gewissenhaften Natur- und Ressourcenschutz, die Biodiversität und landschaftliche Vielfalt sicherstellen, gehört auch noch das subjektive Wohlbefinden der einheimischen Bevölkerung (Eigenständigkeit, Freiheit, Selbstverwirklichung) und die optimale Befriedigung unterschiedlichster Gästebedürfnisse zu den Eckpunkten einer nachhaltigen touristischen Entwicklung.⁸⁶

Ein zukunftsfähiger nachhaltiger Tourismus ist wirtschaftlich einträglich (jedoch Qualität vor Quantität) und bezieht darüber hinaus alle vor Ort vorhandenen Wirtschaftsfaktoren mit ein, um Regionalkreisläufe in Gang zu setzen und lokale Wertschöpfung zu generieren. Dabei versucht er touristische Monostrukturen zu vermeiden und tragfähige Kooperationen aufzubauen. Nachhaltige Tourismusentwicklung hat es sich zum Ziel gemacht, den Fremdenverkehr rücksichtsvoll in die regionale und lokale Kultur einzufügen sowie die interessierte einheimische Bevölkerung in alle tourismusrelevanten Entscheidungsprozesse mit einzubeziehen.

Tourismus ist also integrierter Teil einer nachhaltigen regionsspezifischen Wirtschaft mit einer ausgewogenen Mischung aus Handwerk, Handel, Gewerbe sowie Land- und Forstwirtschaft. Durch Qualitätssteigerungen, Entwicklung und Bewahrung der Vielfalt der Kultur und Sicherung der Umwelt kann er dazu beitragen, die ökonomische Zukunft ländlich peripherer Regionen sicherzustellen.⁸⁷

Durch nachhaltigen Tourismus kommt es zum verantwortungsbewussten Reisen in naturnahe Regionen, wodurch negative Umweltauswirkungen und soziokulturelle Veränderungen verringert werden. Darüber hinaus werden Einkommensmöglichkeiten für die

⁸⁵ Quelle: <http://www.mittelamerika-reisen.de/images/fuenfeckpyramide.jpg> [30.10.2009]

⁸⁶ vgl. Müller, 2003, S. 34

⁸⁷ vgl. Baumgartner, 2008, S. 32ff

einheimische Bevölkerung geschaffen und somit das Gestaltungsrecht für zukünftige Generationen aufrechterhalten.⁸⁸

Ein wichtiger Aspekt bei Urlaub am Bauernhof liegt im Bereich der nachhaltigen Tourismusentwicklung. Da durch diese Urlaubsform keine allzu großen touristischen Veränderungen für ländliche Regionen zu erwarten sind, gilt Urlaub am Bauernhof als besonders umweltschonend. Es entstehen keine riesigen Bettenburgen, keine Vergnügungszentren oder große Infrastrukturprojekte. Das Angebot an Unterkünften richtet sich meist nach den freien Arbeitskapazitäten der jeweiligen Gastgeberfamilien.⁸⁹

Der Nachhaltigkeitscharakter ist bei Urlaub am Bauernhof, anders als bei anderen Urlaubsformen, besonders ausgeprägt. Sowohl ökonomische (zusätzliches Einkommen und Wertschöpfung), wie ökologische (Lebensmittel zum km 0, sprich geringe Transportwege) als auch soziale (Botschafterrolle zwischen Stadt und Land, Erziehung der Stadtkinder, gegenseitige Wertschätzung von Gast und Landwirt) Komponenten werden miteinbezogen.⁹⁰

Speziell in peripheren ländlichen Räumen kann der Tourismus so entwickelt werden, dass Landschaft, Umwelt und das kulturelle Erbe auch für künftige Generationen geschützt und erhalten werden kann.⁹¹ Denn intakte Natur- und Lebensräume sind die Voraussetzung für eine nachhaltige Tourismusentwicklung sowohl in strukturschwachen Regionen als auch in intensiv genutzten touristischen Räumen.⁹²

In ländlichen Gebieten mit geringen Entwicklungschancen kann daher der Aufbau eines sozial- und umweltverträglichen Tourismus ein wesentlicher Beitrag zur Wirtschaftsförderung und nachhaltigen Regionalentwicklung sein, wenn es gelingt weitere Wirtschaftskreisläufe in Gang zu bringen.⁹³

3.8. Regionale Wirtschaftskreisläufe

Um die globalen Nachhaltigkeitsziele umzusetzen, werden Regionen häufig als ideale Handlungsebene angesehen. Denn durch eine Stärkung der regionalen Wirtschaftskreisläufe soll ein sozial- und umweltverträgliches Wirtschaften ermöglicht werden.⁹⁴

⁸⁸ vgl. Kirstges, 2003, S. 22

⁸⁹ vgl. Gerster, 1995, S. 52

⁹⁰ vgl. Interview Knolleisen, 19.11.2009

⁹¹ vgl. Flessner, 1996, S. 9

⁹² vgl. Baumgartner, 2008, S. 31

⁹³ vgl. Hahne, 1995, S. 33f

⁹⁴ vgl. Ermann, 2004, S. 339

Eine Erhöhung der lokalen Wertschöpfung und der Aufbau regionaler Kreisläufe können daher nur dann funktionieren, wenn die Region als Raum für neues Wirtschaften wieder entdeckt wird. Für diese Rückbesinnung sprechen unter anderem folgende Gründe:⁹⁵

- Stärkung wirtschaftlicher Strukturen vor Ort zur Zukunftssicherung und Mittel gegen die Abwanderung
- Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Herkunft der Produkte
- höhere Qualität und Frische bei Anbau, Vermarktung und Verarbeitung regionaler Lebensmittel
- weniger Umweltbelastungen durch weniger Verkehr, aufgrund geringerer Strecken und kleinerer Produktionseinheiten

Bei der Ankurbelung regionaler Kreisläufe hat der Tourismus in ländlich peripheren Räumen, vor allem dort, wo der Naturraum die Möglichkeit bietet und die Ansätze vorhanden sind, eine sehr wichtige Bedeutung. Denn im Fremdenverkehr wird das größte Potential gesehen, um für die gesamte Region das meiste Einkommen zu generieren.⁹⁶

Ein zukunftsfähiger, nachhaltiger Tourismus bezieht daher alle relevanten regional vorhandenen Wirtschaftssektoren mit ein und versucht dabei lokale Kreisläufe in Gang zu setzen. Das sichtbarste Beispiel einer erfolgreichen Kooperation besteht vielerorts zwischen der Landwirtschaft und dem Tourismus. Der Fremdenverkehr bringt den Bauern ein oft überlebenswichtiges zweites Einkommen und die Landwirte tragen durch die Produktion von hochwertigen Qualitätsprodukten zum Image der Region bei.⁹⁷

Daraus können sich Vorteile für den Tourismus ergeben, da sich durch diesen besonderen lokalen Charakter, die Gebiete unterscheidbarer machen und damit ein touristisches Alleinstellungsmerkmal erreicht werden kann.⁹⁸

Darüber hinaus erwartet man sich durch die Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe höhere Produktqualität, bessere Landschaftspflege, weniger Umweltbelastungen durch weniger Verkehr und mehr dezentrale Arbeitsplätze.⁹⁹

Neben einem geänderten Mobilitätsverhalten und der Stabilisierung der Grund- und Nahversorgung durch regionale Produkte, kann eine Stärkung der Wirtschaft auch die Wohn- und Lebensqualität vor Ort und in der Region verbessern.¹⁰⁰

Urlaub am Bauernhof als umweltverträgliches Bindeglied zwischen Landwirtschaft und Tourismus spielt in peripheren ländlichen Regionen dahingehend eine wichtige Rolle, da mit

⁹⁵ vgl. Schreiber, 1998, S. 308f

⁹⁶ vgl. Interview Hopfner, 30.11.2009

⁹⁷ vgl. Baumgartner, 2008, S. 32

⁹⁸ vgl. Interview Embacher, 03.12.2009

⁹⁹ vgl. Ermann, 2004, S. 340

¹⁰⁰ vgl. Grabski-Kieron, 2002, S. 15

den meist mehrtägigen Aufenthalten neben Übernachtung und Verpflegung auch Dienstleistungen verbunden sind, die in der Region stattfinden. Es wird also Wertschöpfung und Beschäftigung in diesen Gebieten generiert. Aufgrund dieser regionalwirtschaftlichen Bedeutung wird der Tourismus und vor allem Urlaub am Bauernhof in strukturschwachen peripheren Gebieten besonders gefördert.¹⁰¹

Es werden regional und lokal neue Arbeitsplätze geschaffen und dadurch das Einkommen erhöht. Aufgrund der Zusammenarbeit vieler anderer Branchen mit dem Tourismus steigt der Wohlstand und durch die Zunahme von touristischen und gewerblichen Beschäftigungsmöglichkeiten kann es zu einem wirtschaftlichen Strukturwandel kommen.¹⁰²

3.9. Lokale Wertschöpfung

Es sind aber nicht nur die unmittelbaren Einkommens- und Arbeitsplatzeffekte die zur Stärkung der lokalen Wirtschaft beitragen, sondern auch die Sekundäreffekte, die mit der Entwicklung des Tourismus einhergehen. Ein nachhaltiger Fremdenverkehr sollte daher in eine weitgehend diversifizierte lokale Wirtschaftsstruktur eingebunden sein, um eine möglichst hohe Wertschöpfung für viele Bereiche zu erzielen.

Da Urlauber sehr daran interessiert sind, naturnahe regionaltypische Produkte zu kaufen, kann ein nachhaltiger Tourismus dazu beitragen, dass Auftragsvolumen im lokalen Handwerk, im Handel- und Dienstleistungsgewerbe sowie der Landwirtschaft zu erhöhen.¹⁰³

Denn für regionale ökonomische Effekte ist eine möglichst hohe Wertschöpfung direkt in der Urlaubsregion besonders wichtig. Diese setzt sich aus drei Komponenten zusammen:

- (1) *direkte Wertschöpfung* – alle Umsätze die sich aus den Käufen der Touristen ergeben, abzüglich der Vorleistungen der Unternehmen
- (2) *indirekte Wertschöpfung* – jene regionalen Einnahmen, die sich aus den Vorleistungen der direkten Wertschöpfung ergeben
- (3) *induzierte Wertschöpfung* – Einnahmen innerhalb der Region die durch die direkte Wertschöpfung (von den Touristen) erzielt werden, wie zum Beispiel Investitionen oder Konsumkäufe

Die Höhe der erzielten Wertschöpfung hängt unter anderem von der Anzahl der Touristen, deren Aufenthaltsdauer und der Höhe der Ausgaben ab. Daher ist die Wertschöpfungsquote umso größer, je weniger Waren in die Regionen importiert werden müssen. Eine höhere Wertschöpfung kann auch durch eine bessere Ausnutzung der Infrastruktur erzielt werden, die sich aus einer zeitlichen Verteilung der Nachfrage ergibt.¹⁰⁴

¹⁰¹ vgl. Bauer, 2002, S. 36

¹⁰² vgl. Müller, 2003, S. 23

¹⁰³ vgl. Revermann und Petermann, 2003, S. 150

¹⁰⁴ vgl. Baumgartner, 2008, S. 136

Die Nachfrage nach regionalen Produkten ist hoch, da viele Touristen das Bedürfnis haben, authentisch erzeugte, naturnahe Lebensmittel zu konsumieren. Durch diese Produkte entsteht ein Gefühl des Vertrauens und eine unmittelbare Beziehung zwischen Konsumenten und Produzenten.¹⁰⁵

Eine multifunktionale, flächendeckende und nachhaltige Landwirtschaft erzeugt diese qualitativ hochwertigen Lebensmittel und sorgt darüber hinaus durch die Sicherung lebendiger, aktiver Lebensräume für die Grundlage des Tourismus.

4. Landwirtschaft

Somit besteht eine untrennbare Vernetzung zwischen bäuerlicher Landwirtschaft und einem vitalen ländlichen Raum.¹⁰⁶ Das Halten der landwirtschaftlichen Betriebe in ländlich peripheren Regionen ist ein zentrales Element für die Vitalität dieser Räume. Die Landwirtschaft ist für die gesamte nicht bebaute Fläche verantwortlich und hat große Auswirkungen auf diese Gebiete.¹⁰⁷

Darüber hinaus betragen die Arbeiten und Leistungen der heimischen Landwirte etwa 1,7 Prozent der Bruttowertschöpfung (circa 8,4 Mrd. Euro). Neben der Produktion von Lebensmitteln, Agrarrohstoffen und nachwachsenden Naturprodukten zur Energiegewinnung, gibt es weitere wichtige Aufgabenfelder:¹⁰⁸

- Land- und Forstwirtschaft sichert Arbeitsplätze (jeder 8. Arbeitsplatz hängt direkt oder indirekt mit der Agrarwirtschaft zusammen, in vor- und nachgelagerten Bereichen sowie im Fremdenverkehr und den damit verbundenen Wirtschaftszweigen)
- Landschaftspflegeleistungen sind für die Kulturlandschaft, den Umwelt- und Naturschutz und in weiterer Folge auch für den Tourismus unerlässlich
- über 86 Prozent der Landesfläche liegen in bäuerlicher Verantwortung und durch das vielfältige und soziale Engagement der Landwirte sowie der Pflege von Tradition und Brauchtum tragen sie zu einer hohen Lebensqualität in ländlichen Räumen bei

Im Jahr 2007 bewirtschafteten in Österreich insgesamt knapp über 187.000 land- und forstwirtschaftliche Betriebe mehr als 6,5 Millionen Hektar Kulturfläche (die Summe aller land- und forstwirtschaftlich genutzten Flächen). Hierbei ist jedoch eine fallende Tendenz zu verzeichnen, denn seit 1999 haben über 30.000 Höfe die Landwirtschaft eingestellt. Dies entspricht einem Rückgang von 14 Prozent in den letzten acht Jahren.

¹⁰⁵ vgl. Ermann, 2004, S. 351f

¹⁰⁶ vgl. Miller, 2005, S. 70

¹⁰⁷ vgl. Interview Hopfner, 30.11.2009

¹⁰⁸ vgl. Miller, 2005, S. 70 und Schwärzler, 2005, S. 194

Die österreichische Landwirtschaft ist nach wie vor kleinstrukturiert und so werden im Durchschnitt etwa 40,5 Hektar Kulturfläche pro Betrieb bewirtschaftet, wobei der Großteil (61,5 Prozent) der Höfe weniger als 20 Hektar zur Verfügung hat. Bei diesen Landwirtschaften handelt es sich vor allem um die Grünlandbetriebe in den österreichischen Alpinregionen.

Geht man lediglich von der landwirtschaftlich genutzten Fläche (Dauerkulturen, Ackerland, Haus- und Nutzgärten und Dauergrünland) aus, werden im Durchschnitt sogar nur 18,9 Hektar pro Betrieb bewirtschaftet.

Betrachtet man dabei die betriebswirtschaftliche Seite, so bringt diese Struktur eher Nachteile. Aus regionalwirtschaftlicher Sicht ist sie jedoch ein Vorteil, da die Erhaltung und Gestaltung der Kulturlandschaft durch diese Kleinstrukturiertheit besser möglich ist.

Vor allem jene Landwirte, die über weniger land- und forstwirtschaftliche Nutzfläche verfügen, bewirtschaften ihren Hof eher im Nebenerwerb. Heute sind dies knapp 60 Prozent aller Betriebe in Österreich, wobei deren Anteil in den Bundesländern Tirol, dem Burgenland und in Kärnten am höchsten ist (Abbildung 2).¹⁰⁹

Wie nicht anders zu erwarten, findet man die meisten Vollerwerbslandwirte in den großen Bundesländern Ober- und Niederösterreich mit ihren ausgedehnten Ackerflächen.

Während sich die Zahl der Haupterwerbsbetriebe in den letzten fünf Jahren um knapp 6 Prozent verringert hat, ging die Zahl der Nebenerwerbslandwirte um lediglich 1,9 Prozent zurück.

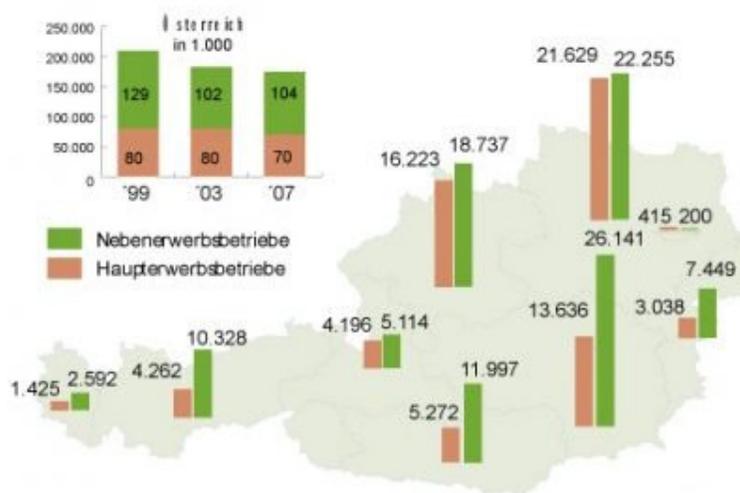


Abbildung 2: Haupt- und Nebenerwerbsbetriebe, 2007¹¹⁰

¹⁰⁹ vgl. BMLFUW, 2009a, S. 66f

¹¹⁰ Quelle: http://www.berggebiete.at/cms/component/option,com_wrapper/Itemid,180/ [15.12.2009]

4.1. Berglandwirtschaft

Aufgrund der historischen Agrarentwicklung und den natürlichen Bewirtschaftungserschwernissen ist vor allem die österreichische Berglandwirtschaft großteils im Familienbetrieb geführt und kleinteilig strukturiert.

In Österreich liegen insgesamt etwa 80 Prozent der land- und forstwirtschaftlichen Nutzfläche in benachteiligten Gebieten. Mehr als 4 Millionen Hektar oder 87 Prozent dieser Fläche entfallen dabei allein auf die Berggebiete.¹¹¹

In ganz Europa gibt es kein zweites Land, in dem die Berglandwirtschaft eine ähnlich große Bedeutung hat. Neben der Urproduktion verrichten die Bergbauern durch die flächendeckende Landschaftspflege aber auch eine Art „Dienstleistungslandwirtschaft“ mit höchster gesamtwirtschaftlicher Bedeutung, wodurch sie auch in Zukunft eine unersetzbare Rolle spielen werden.¹¹²

Die Berglandwirtschaft gilt daher als klares Beispiel für eine multifunktionale Landwirtschaft. Sie sichert sensible Ökosysteme in alpinen Gebieten und erbringt neben der Nahrungsmittelproduktion auch bedeutende gesellschaftliche Leistungen, die von der Erhaltung und Gestaltung der Kulturlandschaft und der regionalen Kultur bis hin zur Gefahrenabwehr (Schutz vor Erosion, Lawinen, Muren, Steinschlag oder Hochwasser) reichen. Darüber hinaus leistet die Berglandwirtschaft einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung der Biodiversität und Artenvielfalt sowie der Erfüllung der Mindestbesiedlungsfunktion oder der Bereitstellung einer Basis für den Tourismus.¹¹³

Bäuerliche Landwirtschaft bedeutet aber nicht nur Vielfalt in ländlichen Räumen, sondern auch Schonung des Bodens und des Grundwassers, sowie die Beachtung von geschlossenen Kreisläufen. Dadurch können in naturnaher und qualitativ hochwertiger Produktionsweise, wertvolle Lebensmittel an den Kunden gebracht, Gastronomie und Tourismus belebt und die Kulturlandschaft erhalten werden.¹¹⁴

Aber auch die Landwirtschaft und speziell jene in alpinen Regionen muss sich noch mehr an den Wünschen und Bedürfnissen der Konsumenten orientieren. Hier würde sich eine verstärkte Hinwendung zu Biolandwirtschaft anbieten, da das positive Image von gesunden Produkten und nachhaltiger Bewirtschaftung gut zur Erhaltung der Umwelt und Biodiversität durch die Berglandwirtschaft passt.¹¹⁵

Die mit dem Biolandbau verbundenen Werte wie Qualität, Regionalität und Nachhaltigkeit spielen besonders in agrarischen Ungunstlagen eine wichtige Rolle. Denn trotz

¹¹¹ vgl. Statistik Austria, 2008, S. 23

¹¹² vgl. Frantz, 1999, S. 164f

¹¹³ vgl. Hovorka, 2007, S. 25ff

¹¹⁴ vgl. Schwärzler, 2005, S. 194

¹¹⁵ vgl. Hovorka, 2007, S. 34

Intensivierung und Ausweitung der Produktion von biologischen Lebensmitteln ist die Biolandwirtschaft noch immer substantiell an Klein- und Mittelbetriebe gebunden. Würden sich diese kleinteiligen Strukturen in den benachteiligten Gebieten langfristig auflösen, würde der Biolandbau seine Basis verlieren und negativ beeinflusst werden.¹¹⁶

Heute liegen bereits knapp 85 Prozent der biologisch bewirtschafteten landwirtschaftlichen Nutzfläche in benachteiligten Gebieten und 14.700 der heute fast 20.000 Biobetriebe sind kleinstrukturierte Bergbauernbetriebe. Damit befinden sich etwa 74 Prozent aller Biolandwirtschaften und knapp 70 Prozent der Biofläche in Bergregionen (Abbildung 3).

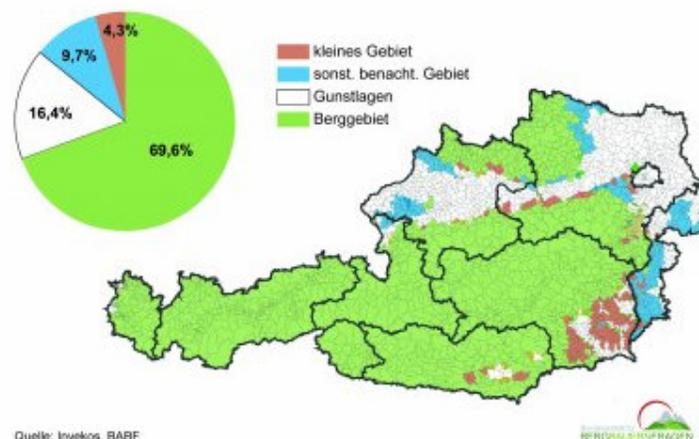


Abbildung 3: Anteil der Biofläche in benachteiligten Gebieten¹¹⁷

4.2. Biolandwirtschaft

Im Zuge des agrarischen Strukturwandels geben jährlich durchschnittlich etwa 4.600 konventionelle landwirtschaftliche Höfe in Österreich ihren Betrieb auf. Der biologische Landbau weist hingegen seit etwa 15 Jahren ein rasantes Wachstum auf und entwickelt sich nach verschiedenen Stagnations-, Boom- und Konsolidierungsphasen weiter positiv (Abbildung 4).¹¹⁸ Mit derzeit etwa 20.000 Betrieben hat sich die Biolandwirtschaft in Österreich auf einem sehr hohen Niveau eingependelt. Dennoch hatte sie 2009 mit einem leichten Rückgang von etwa 0,1 Prozent gegenüber dem Jahr 2008 zu kämpfen.¹¹⁹

Mittlerweile machen diese 20.000 Biohöfe über 14 Prozent aller landwirtschaftlichen Betriebe aus und bewirtschaften 16,3 Prozent der gesamten landwirtschaftlichen Nutzflächen (2008: 383.756 Hektar – Abbildung 4). Österreich liegt damit europaweit an erster Stelle.

Betrachtet man die einzelnen Bundesländer, so ergeben sich teilweise große Unterschiede. Während der Anteil der Biobetriebe in Salzburg bei 42 Prozent und in Tirol bei 19 Prozent

¹¹⁶ vgl. Groier, 2007, S. 173ff

¹¹⁷ Quelle: http://www.berggebiete.at/cms/component/option,com_wrapper/Itemid,180/ [04.11.2009]

¹¹⁸ vgl. Groier, 2007, S. 174ff

¹¹⁹ vgl. BMLFUW, 2009b, S. 20 und <http://www.biolebensmittel.at/article/articleview/75234/1/12422/> [17.02.2010]

liegt, wirtschaften in den anderen Bundesländern nur 11 bis 13 Prozent aller Landwirte biologisch.

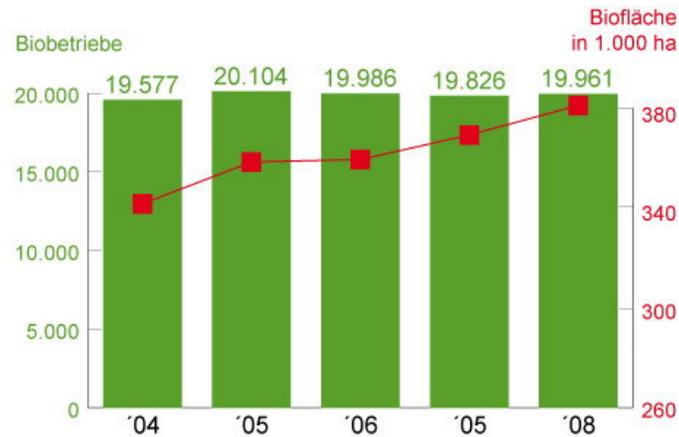


Abbildung 4: Entwicklung der Biobetriebe und Bioflächen in Österreich¹²⁰

Die rasante Entwicklung des Biolandbaus ging in seiner Anfangsphase vor allem von der Grünlandwirtschaft in Westösterreich aus und verlagerte sich dann ab 2001 auf den Ackerbau, wo heute bereits 12 Prozent der Fläche biologisch bewirtschaftet werden. Aus diesem Grund verzeichnen Ober- und Niederösterreich mit ihren weitläufigen Anbauflächen große Zuwächse im Biobereich. Mittlerweile werden fast 160.000 Hektar Ackerland in Österreich biologisch bewirtschaftet (Abbildung 5).¹²¹

Die aufstrebende Entwicklung des Biolandbaus in Westösterreich hatte meist einen praktischen Hintergrund, da die Grünlandwirtschaft in Österreich traditionellerweise sehr extensiv ausgerichtet ist und sie somit nahe an den Biorichtlinien liegt. Damit ist, mal abgesehen vom Stallbau, die Umstellung auf biologische Landwirtschaft meistens leichter möglich als in den intensiv bewirtschafteten Ackerbaubetrieben in Ostösterreich.¹²²

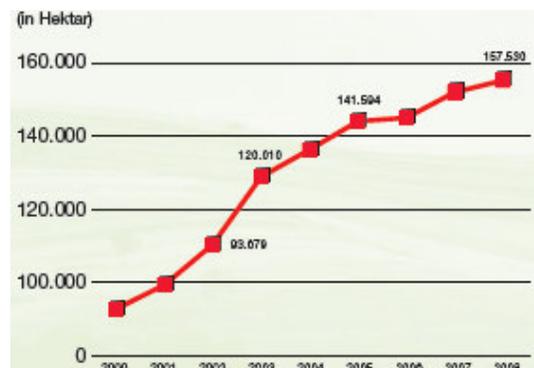


Abbildung 5: Anstieg des biologischen Ackeranbaus in Österreich¹²³

¹²⁰ Quelle: http://www.berggebiete.at/cms/component/option,com_wrapper/Itemid,180/ [04.11.2009]

¹²¹ vgl. BMLFUW, 2009a, S. 72

¹²² vgl. Interview Dax, 17.12.2009

¹²³ Quelle: BMLFUW, 2009b, S. 21

Für den großen Erfolg des Biolandbaus ist neben den engagierten Biobauern, den staatlichen Förderungen und der Aufnahme von Bioprodukten in das Sortiment großer Supermärkte vor allem das ökologische Bewusstsein der Konsumenten verantwortlich. Denn durch den Kauf von Bioprodukten tragen sie maßgeblich dazu bei, einen Beitrag zur Gesunderhaltung der Umwelt und Aufrechterhaltung bäuerlicher Strukturen in ländlich peripheren Regionen zu leisten.¹²⁴

In den letzten 20 Jahren hat sich die österreichische Biolandwirtschaft stark geändert und ist von einer Marktnische zu einem fixen Bestandteil der österreichischen Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion geworden.¹²⁵

Die Landwirtschaft als Wirtschaftssektor hat also nach wie vor eine bedeutende Stellung bei der Entwicklung ländlicher Räume, denn trotz des geringen Anteils am BIP und der rückläufigen Agrarquote, stellt die Landwirtschaft neben dem Tourismus die Kernkompetenz vieler ländlicher Räume dar.¹²⁶

4.3. Strukturwandel und Probleme in der Landwirtschaft

Die Bedeutung der Landwirtschaft für die Entwicklung ländlicher Räume ist also unbestritten und dennoch brachte vor allem die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts enorme Veränderung für die europäische Landwirtschaft. Jahrhunderte lang war sie der dominante Sektor in ländlichen Räumen und beschäftigte den Großteil der Bevölkerung. Doch mit zunehmender Industrialisierung, Produktionssteigerung und höherer Effektivität der landwirtschaftlichen Betriebe kam es zur Abnahme der Beschäftigten im Primärsektor und zu einer vermehrten Aufgabe der Bauernhöfe, sowie zu einer Verringerung des Anteils der Landwirtschaft an der Bruttowertschöpfung.¹²⁷

Darüber hinaus kommt es zu anhaltenden Konzentrationstendenzen, wodurch mehr landwirtschaftliche Nutzfläche von immer weniger Betrieben bewirtschaftet wird. Dies führt in weiterer Folge natürlich auch zu Verdrängungsprozessen vom Haupterwerb in den Nebenerwerb. Faktoren wie eine Verringerung des landwirtschaftlichen Einkommens, einzelbetriebliche Förderungen und fehlende Möglichkeiten für Zuerwerb oder Erwerbskombinationen beschleunigen diese Prozesse. Dazu kommen noch agrarpolitische Maßnahmen und außerlandwirtschaftlicher Nutzungsdruck auf bäuerlich genutzte Flächen, die sich auf den Strukturwandel auswirken.¹²⁸

¹²⁴ vgl. BMLFUW, 2005, S. 27

¹²⁵ vgl. Groier, 2007, S. 175

¹²⁶ vgl. ÖROK, 2008, S. 172f

¹²⁷ vgl. Sznajder, Przezbórska und Scrimgeour, 2009, S. 44

¹²⁸ vgl. Seher, 2002, S. 38f

In den letzten Jahren haben sich die strukturellen Veränderungen in der Landwirtschaft und in den ländlichen Räumen noch weiter beschleunigt und betreffen heute vor allem die entlegenen und benachteiligten Regionen. Dies zeigt sich aber nicht nur in den wirtschaftlichen, sondern auch bei ökologischen, soziokulturellen oder politischen Entwicklungen.¹²⁹

Vor allem die alpine Berglandwirtschaft, deren typische Kennzeichen die Steilheit der Hänge, die daraus resultierenden Bewirtschaftungserschwernisse, eine kurze Vegetationszeit, eine schlechte Verkehrslage und schwierige Bodenverhältnisse sind, hat mit dem europaweiten Strukturwandel zu kämpfen. Dennoch ist die landwirtschaftliche Nutzung in den Bergregionen ein wichtiges Tätigkeitsfeld und hat vor allem für den Alpenraum noch immer eine hohe Bedeutung, obwohl die meisten ländlichen Räume nur mehr selten von der Landwirtschaft allein abhängig sind. Ein typisches Charakteristikum alpiner Räume ist daher seit langem die Existenz von Erwerbskombinationen, vor allem im Bereich des Tourismus.¹³⁰

In Zusammenhang mit dem Strukturwandel dürfte sich der Rückzug der Berglandwirtschaft aus vielen Regionen noch verstärken und der Tourismus wird gezielt Aufgaben übernehmen müssen, die bisher von der Landwirtschaft wahrgenommen wurden.

Daher könnte sich vor allem mit Hilfe eines naturnahen Tourismus und der Integration lokaler Akteure nachhaltige Impulse für die gesamte Region und den alpinen Tourismus ergeben.¹³¹

Obwohl sich der Strukturwandel in der Landwirtschaft auch in Zukunft weiter beschleunigen wird und der Anteil der Landwirte und deren Beitrag zur Wertschöpfung immer kleiner wird, ist die Verantwortung für die Landschaft, die sie durch ihre Arbeit offen halten und ohne die der Tourismus nicht funktionieren würde, noch immer sehr bedeutend.¹³²

4.4. Beziehung zwischen Landwirtschaft und Tourismus

Eine gute Beziehung zwischen Landwirtschaft und Fremdenverkehr gehört zu den wesentlichen Elementen einer nachhaltigen Tourismusentwicklung. Denn ein Großteil der touristischen Aktivitäten findet auf bäuerlichem Boden statt und die Landwirte sorgen auch für die Aufrechterhaltung der Vitalität in peripheren Regionen.¹³³

Darüber hinaus gilt ein lebendiger ländlicher Raum als prägendes Element der österreichischen Kulturlandschaft und die Aufgabe der Landwirtschaft besteht darin, deren landschaftliche Schönheit und Funktionsfähigkeit aufrechtzuerhalten.¹³⁴

¹²⁹ vgl. Wiesinger, 2007, S. 97

¹³⁰ vgl. Ruppert, 2001, S. 134f

¹³¹ vgl. Broggi, 2003, S. 193

¹³² vgl. CIPRA, 2007, S. 230

¹³³ vgl. Embacher, 2007, S. 2

¹³⁴ vgl. Bretschneider, 2005, S. 139

„Die Landbewirtschaftung soll gleichermaßen der Erhaltung bzw. Wiederherstellung einer abwechslungsreichen, vielfältig strukturierten, arten- und biotopreichen Kulturlandschaft sowie der Sicherung und Entwicklung der ländlichen Räume dienen“¹³⁵

Zwischen Tourismus und Landwirtschaft besteht sowohl eine komplementäre als auch konkurrenzierende Beziehung. Komplementär ist die Beziehung dann, wenn mindestens eine Seite von der anderen profitiert. Der Tourismus profitiert von der Landwirtschaft, denn ohne Landwirtschaft gibt es keine Landschaftspflege und ohne Landschaftspflege kommt es zu einer Verminderung der touristischen Attraktivität.

Allein schon aus diesem Grund sollte der Tourismus an einer starken und nachhaltigen Landwirtschaft interessiert sein. Aber auch die Landwirtschaft profitiert vom Fremdenverkehr. Hier vor allem als nebenerwerblicher Arbeitgeber und Abnehmer landwirtschaftlicher Produkte. Der Konkurrenzkampf zwischen Tourismus und Landwirtschaft bezieht sich insbesondere auf die Produktionsfaktoren Boden und Arbeit, auf die beide Sektoren besonders angewiesen sind. Vor allem in alpinen Regionen mit wenigen verfügbaren Flächen in Tallagen besteht eine regelrechte Rivalität zwischen Fremdenverkehr und Landwirtschaft. Für viele, vor allem junge Bauern, bieten sich vermeintlich bessere oder leichtere Verdienstmöglichkeiten im Tourismus an, was zu einem nachlassenden Interesse an der Landwirtschaft oder auch zur Aufgabe des Betriebs führen kann.¹³⁶

In ländlichen Gebieten sind die Landschaften und deren Attraktivität also eng mit der Entwicklung der land- und forstwirtschaftlichen Nutzung verknüpft. Dabei werden die für die Landwirtschaft günstigen Standorteigenschaften (flache, weiträumige Flächen) für den Tourismus als nicht ideal betrachtet. Hingegen bieten Lagen in alpinen Gebieten, die für die Landwirtschaft als ungünstig empfunden werden, die besten Voraussetzungen für eine touristische Entwicklung. Daher wird in peripheren ländlichen Räumen mit eingeschränkten Erwerbsmöglichkeiten im außerlandwirtschaftlichen Sektor, seit Jahren der Fremdenverkehr als Möglichkeit gesehen, die wirtschaftliche Entwicklung dieser Gebiete und die Lage der Landwirte zu verbessern.

So konnte vor allem die Landwirtschaft in alpinen Gebieten von der positiven Entwicklung des Tourismus profitieren. In diesen agrarischen Ungunstlagen spielt unter anderem Urlaub am Bauernhof eine bedeutende Rolle.¹³⁷ Denn je benachteiligter die Gebiete landwirtschaftlich sind, desto mehr Betriebe bieten Urlaub am Bauernhof an. Vor allem Berggebiete mit ihren steilen Hängen finden bei den Gästen besonders großen Gefallen.¹³⁸

¹³⁵ Weiger, 2005, S. 109

¹³⁶ vgl. Müller, 2003, S. 76f

¹³⁷ vgl. Gattermayer, 2006, S. 51f

¹³⁸ vgl. Interview Embacher, 03.12.2009

Urlaub am Bauernhof spielt also eine wichtige Rolle bei der regionalen Entwicklung peripherer Gebiete und stellt eine Möglichkeit dar, die ökonomische Situation von bergbäuerlichen Familien und strukturschwachen Gegenden mit touristischem Potential zu verbessern.¹³⁹

In weiten Teilen Österreichs ist der Tourismus längst zu einem wichtigen wirtschaftlichen Standbein bäuerlicher Familien geworden, mit dem sowohl die landwirtschaftliche Produktion als auch die ländlichen Räume gestärkt werden. Speziell Urlaub am Bauernhof hat sich mittlerweile zu einer etablierten, gut organisierten und gezielt beworbenen Urlaubsform entwickelt. Es wird besonders auf bäuerliche Werte, Wirtschaften im Einklang mit der Natur und Umweltverträglichkeit eingegangen, also alles nichttouristische Merkmale, Werte und Verhaltensweisen, die das Image prägen sollen.¹⁴⁰

Es besteht also ein besonders wichtiger Zusammenhang zwischen Landwirtschaft und Tourismus, denn die Einkommen die aus dem Fremdenverkehr erwirtschaftet werden, sind für zahlreiche Voll- und Nebenerwerbslandwirte von existentieller Bedeutung. Der Wegfall der nichtlandwirtschaftlichen Einkünfte könnte zur Aufgabe des Betriebs führen und hätte dadurch weit reichende Folgen für die Besiedlung und die Kulturlandschaft in peripheren ländlichen Räumen. Davon wäre natürlich auch der Tourismus betroffen, der vor allem für die Bevölkerung in den Alpen von besonders großer Bedeutung ist, da viele ländliche Räume im Hochgebirge in starkem Maße vom Fremdenverkehr geprägt sind.¹⁴¹

4.5. Erwerbskombinationen

Trotz der Vielseitigkeit und Vielfältigkeit der österreichischen Landwirtschaft ist ohne Erwerbskombinationen und Nebenbeschäftigungen langfristig auf vielen heimischen Bauernhöfen kein befriedigendes Einkommen mehr möglich. Denn durch globale Konkurrenz und rückläufige Preise verschlechtert sich die wirtschaftliche Lage vieler Betriebe zusehends und auch der Anteil des Agrarsektors an der Volkswirtschaft sinkt stetig.

Mit zusätzlicher Wertschöpfung, die über die Urproduktion hinausgeht, können die Nachteile der meist kleinstrukturierten österreichischen Landwirtschaft ausgeglichen werden. Neben der Landwirtschaft ist es den Betrieben laut Gewerbeordnung gestattet, bestimmte Tätigkeiten auszuüben, die zwar nicht zur Urproduktion gehören, aber in gewisser Weise mit der Landwirtschaft zu tun haben. Dazu zählen unter anderem Fuhrwerksdienste, Mäharbeiten im kommunalen Auftrag, Vermietung eigener Maschinen, der Betrieb von Biomasseanlagen oder die Ausschank (Buschenschank) oder Verarbeitung eigener

¹³⁹ vgl. Sznajder, Przezbórska und Scrimgeour, 2009, S. 48

¹⁴⁰ vgl. Pevetz, 1999, S. 339

¹⁴¹ vgl. Elsasser, 1995, S 43

Naturprodukte. Darüber hinaus ist es aber vor allem der Tourismus als globaler Wachstumssektor, der in der Landwirtschaft als zusätzliche Einkommensquelle einen äußerst wichtigen Platz einnimmt.¹⁴²

4.5.1. Tourismus

Tourismus stützt also die Landwirtschaft und hilft ihr, die kleinräumige Struktur und die Nutzungsvielfalt zu erhalten, die zu einem abwechslungsreichen Landschaftsbild beitragen.¹⁴³

Tourismus und hier vor allem Urlaub am Bauernhof ist insbesondere für kleinere landwirtschaftliche Betriebe sehr wichtig und bedeutet meist ein weiteres finanzielles Standbein. Dadurch wird es den Landwirten ermöglicht, selbständig am Hof tätig sein zu können und nicht einer externen Beschäftigung nachgehen zu müssen. Denn der Arbeitsplatz am Bauernhof ist für viele Landwirte ein wichtiger Teil ihrer bäuerlichen Identität. Tourismus kann also gemeinsam mit anderen flankierenden Maßnahmen dazu beitragen, die Bewirtschaftung von vielen Bauernhöfen in peripheren ländlichen Regionen langfristig zu sichern.¹⁴⁴

4.5.2. Direktvermarktung

Neben dem Fremdenverkehr ist die Direktvermarktung für viele landwirtschaftliche Betriebe ein wichtiger Bereich, der dazu beiträgt, das Einkommen der Bauern zu verbessern. Der Verkauf von landwirtschaftlichen Produkten brachte den bäuerlichen Familien im Jahr 2008 über 147 Millionen Euro ein (69 Prozent aus dem Direktverkauf, 31 Prozent entfallen auf Heurige und Buschenschanken).¹⁴⁵ Mit einem durchschnittlichen Anteil von etwa 10 bis 12 Prozent am bäuerlichen Familieneinkommen ist die Direktvermarktung eine nennenswerte Größe, die von vielen Landwirten dementsprechend professionell betrieben wird.¹⁴⁶

Die Direktvermarktung ist eine Weiterentwicklung der bäuerlichen Selbstversorgung und reicht von der Urproduktion, über die Lebensmittelverarbeitung bis hin zum Vertrieb und Verkauf. In Österreich gibt es etwa 60.000 landwirtschaftliche Betriebe, die in irgendeiner Form Direktverkauf betreiben.¹⁴⁷

Da es sich bei der Direktvermarktung meist um kleinere Einheiten handelt, bei denen sich eine Abgabe an Supermärkte nicht lohnt, findet der Verkauf meist unmittelbar auf den Bauernhöfen oder in kleinen Geschäften in der Umgebung statt. Darüber hinaus sind es großteils lokale Nischenprodukte, die für einen weiträumigen Vertrieb nicht geeignet sind.

¹⁴² vgl. Gattermayer, 1996, S. 45f und Agrar.Projekt.Verein, 2009, S. 32

¹⁴³ vgl. Müller, 2003, S. 24

¹⁴⁴ vgl. Embacher, 2007, S. 1f

¹⁴⁵ vgl. BMLFUW, 2009a, S. 58

¹⁴⁶ vgl. Interview Dax, 17.12.2009

¹⁴⁷ vgl. Agrar.Projekt.Verein, 2009, S. 32

Der Direktverkauf ist insgesamt rückläufig, wodurch Urlaub am Bauernhof und andere Zuerwerbsmöglichkeiten immer wichtiger werden für das Einkommen der österreichischen Landwirte.¹⁴⁸

4.5.3. Maschinenring und andere Zusatzeinkommen

Aus öffentlichen oder landschaftspflegerischen Dienstleistungen, wie etwa der Umsetzung von Naturschutzziele oder der Erhaltung kulturlandschaftlicher Eigenarten können mitunter weitere Erwerbskombinationen für die Landwirte erschlossen werden.¹⁴⁹

Eine häufige Einkommensmöglichkeit stellt der Maschinenring dar, der sich mittlerweile von einer bäuerlichen Selbsthilfeorganisation zu einem Österreichweiten Dienstleistungsunternehmen entwickelt hat. Von den 230 Millionen Euro Umsatz im Jahr, werden mehr als die Hälfte im nicht-agrarischen Bereich erwirtschaftet (90 Millionen in der kommunalen Dienstleistung, vor allem Winterdienste und 40 Millionen im Personalleasing, durch Vermittlung von landwirtschaftlichen Facharbeitern an Gewerbebetriebe).

In der klassischen Landwirtschaft werden vom Maschinenring jährlich etwa 100 Millionen Euro eingenommen. Dabei werden etwa landwirtschaftliche Arbeiten mit den eigenen Maschinen in anderen Betrieben durchgeführt, wodurch neben einem Zusatzeinkommen auch eine effizientere Nutzung der Geräte gewährleistet wird. Für die 78.000 Mitgliedsbetriebe ist dies eine sehr interessante Zuerwerbsvariante, vor allem für jene, die ihren Hof im Nebenerwerb führen.¹⁵⁰

Im Bereich der Energieversorgungseinrichtungen haben sich insbesondere in den letzten 15 Jahren interessante und neue Einkommensmöglichkeiten ergeben. Vor allem bei Biomasseheizwerken haben sich die Landwirte sehr stark engagiert.¹⁵¹ Auch in Zukunft wird die großzügige Flächenausstattung landwirtschaftlicher Räume für die Energiegewinnung in Form von Agrartreibstoffen, Solarenergie oder Geothermie immer mehr an Bedeutung gewinnen.¹⁵²

Trotz zahlreicher zusätzlicher nichtlandwirtschaftlicher Einkommensmöglichkeiten im öffentlichen Sektor und bei Energieversorgungseinrichtungen, ist aber der Tourismus für viele ländlich periphere Räume von entscheidender, wenn nicht sogar von existenzieller Bedeutung.

¹⁴⁸ vgl. Sznajder, Przezbórska und Scrimgeour, 2009, S. 40

¹⁴⁹ vgl. Grabski-Kieron, 2002, S. 17

¹⁵⁰ vgl. Agrar.Projekt.Verein, 2009, S. 33

¹⁵¹ vgl. Interview Hopfner, 30.11.2009

¹⁵² vgl. Agrar.Projekt.Verein, 2009, S. 39

5. Tourismus in Österreich

Tourismus ist einer der wichtigsten und wachstumsstärksten Wirtschaftszweige Österreichs mit dem allein im Jahr 2008 mehr als 16,6 Mrd. Euro an Deviseneinnahmen erwirtschaftet wurden. Die direkte und indirekte Wertschöpfung des Tourismus liegt bei etwa 23,6 Mrd. Euro, was einem Anteil am BIP von etwa 8,4 Prozent entspricht. Gemessen an der volkswirtschaftlichen Bedeutung der Einnahmen aus dem Tourismus und der Fremdenverkehrsintensität nimmt Österreich damit in Europa eine Spitzenposition ein.

Durch den Tourismus werden ständig neue Arbeitsplätze geschaffen, bzw. erhalten und die Wertschöpfung aus dem Fremdenverkehr verteilt sich auf viele verschiedene Branchen. Allein im Jahr 2008 waren im Jahresdurchschnitt 180.988 Personen unselbständig im Tourismus beschäftigt.¹⁵³

Darüber hinaus konnte 2008 eine Nächtigungssteigerung gegenüber dem Vorjahr um 4,3 Prozent verzeichnet werden, bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 3,9 Tagen. Insgesamt liegt die Anzahl der Nächtigungen bei 126,7 Millionen, wovon etwa 92,8 Millionen auf Ausländer und 33,9 Millionen auf Inländer entfallen. Sowohl bei den inländischen (+2,6 Prozent), als auch bei den ausländischen (+4,9 Prozent) Gästen konnte ein Zuwachs erzielt werden. In der Sommersaison wurden insgesamt 62,4 Millionen Nächtigungen verzeichnet, um 2,3 Prozent oder 1,4 Millionen Übernachtungen mehr als im Sommer 2007. Die wichtigsten Herkunftsländer der Sommertouristen sind Deutschland (24,0 Millionen Nächtigungen), die Niederlande (3,6 Millionen), die Schweiz (2,1 Millionen), Italien (1,9 Millionen) und das Vereinigte Königreich (1,4 Millionen).¹⁵⁴

Neben Ski- und Winterurlauben gehören Urlaub am Bauernhof und Berg- bzw. Wanderurlaube zu den drei stärksten Segmenten im österreichischen Tourismus. Betrachtet man die Aktivitäten, so interessierten sich laut einer Gästebefragung aus dem Jahr 2001, die meisten Österreicherurlauber im Sommer vor allem für:

- Erholung (65 % der Befragten)
- Wanderungen (49 %, insbesondere in Vorarlberg und Tirol)
- Badeurlaub (54 %, vor allem in Kärnten)
- Kultururlaub (15 %, vor allem in Wien und in Salzburg)
- Sporturlaub und Radreisen (28 %, vor allem im Burgenland)
- Kur- und Wellnessurlaub (insgesamt 10 % der Befragten)

¹⁵³ vgl. BMLFUW, 2009a, S. 57

¹⁵⁴ vgl. Statistik Austria [09.10.2009]

Vor allem ländlich geprägte Regionen und alpine Berggebiete haben für den österreichischen Tourismus eine besondere Bedeutung, da ein Großteil des Fremdenverkehrs in diesen Räumen stattfindet. Die Aufrechterhaltung und Weiterentwicklung ländlich peripherer Räume als Basis für den österreichischen Tourismus hat also eine wichtige volks- und regionalwirtschaftliche Bedeutung. Der hohe Anteil an Alm- und Bergflächen und die damit einhergehende einzigartige Attraktivität der österreichischen Kulturlandschaft ist eine existenzielle Voraussetzung für den Fremdenverkehr.¹⁵⁵

Die Kulturlandschaft ist aber nicht nur ein wichtiger Teil des touristischen Angebots, sondern auch ein Bestandteil der Natur. Denn neben der Wildnis bietet auch die von Menschen gestaltete Kulturlandschaft einer Vielzahl von Tieren und Pflanzen einen Lebensraum. Auf passende Weise genutzte und extensiv behandelte Flächen sind in der Regel reicher an Lebewesen, als die unberührte Wildnis.¹⁵⁶

5.1. Kulturlandschaft – der Bauer als Landschaftsarchitekt!

„Kulturlandschaft ist ein Ergebnis menschlicher Landnutzung und Gestaltung, gewachsen aus Generationen und ein prägendes Element unserer Kultur und Tradition.“¹⁵⁷

Kulturlandschaften sind also das Resultat von Interaktionen zwischen Mensch und Natur. Aber nicht nur der Mensch hat Einfluss auf die Natur genommen. Auch umgekehrt hat die Natur mit ihren lokalen standörtlichen Eigenschaften und Besonderheiten die kulturellen Eigenarten der Bevölkerung mitbestimmt.¹⁵⁸

Die traditionelle Kulturlandschaft entstand aus einer kleinteiligen, abwechslungsreichen Struktur heraus, die über Jahrhunderte stabil war und sich als ein Gemeinschaftswerk der in ihr lebenden Bauern entwickelte. Damals war die ursprüngliche Beziehung des Landwirts zur Landschaft vor allem die eines Produzenten zu seinen Rohstoffen.

Spätestens aber seit dem zweiten Weltkrieg kam es zu massiven Veränderungen der traditionellen Landschaften. Bezüglich des Wirtschaftens und damit des Umgangs mit der Landschaft war lange Zeit die Landwirtschaft vorherrschend, die aber im Zuge des Strukturwandels von anderen Nutzungen verdrängt wurde (Abbildung 6).¹⁵⁹

¹⁵⁵ vgl. Groier, 1993a, S. 2ff

¹⁵⁶ vgl. Haller, 2003, S. 127f

¹⁵⁷ vgl. Buchner, 2001, S. 2, zitiert nach Alois Glück

¹⁵⁸ vgl. Plachter, 2001, S. 113

¹⁵⁹ vgl. Riccarbona, 2001, S. 71

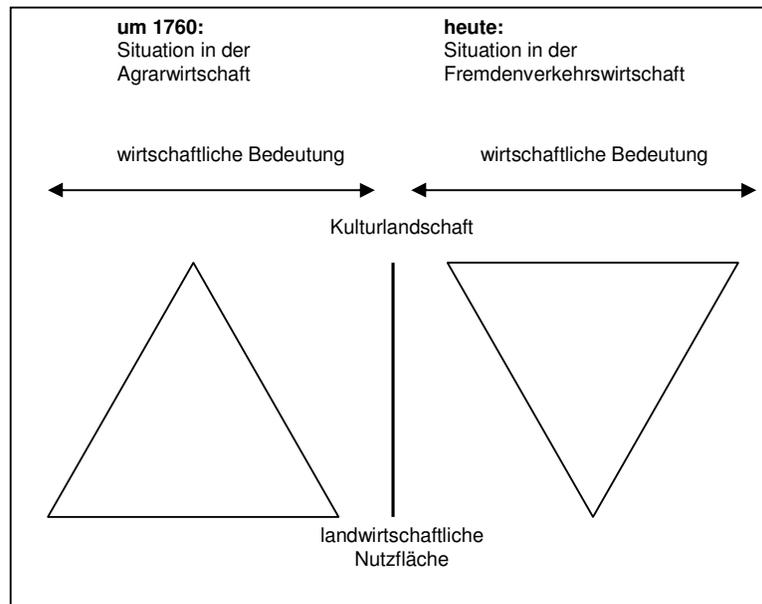


Abbildung 6: Wirtschaftliche Bedeutung der Landschaft im Zeitvergleich¹⁶⁰

Heute ist die Kulturlandschaft vor allem für Touristen attraktiv und bleibt eines der wichtigsten, in manchen Gebieten sogar das wichtigste Angebotselement im ländlichen Tourismus. Die schöne Landschaft spielt sowohl bei der Wahl, als auch bei der Bewertung der Destination eine zentrale Rolle. Erst wenn eine Landschaft als schön beurteilt wird, kann sie als Erholungsfunktion dienen und zur touristischen Wertschöpfung beitragen. Eine abwechslungsreiche und attraktive Kulturlandschaft kann auch heute noch zu Recht als das „Kapital des Tourismus“ bezeichnet werden.¹⁶¹

Heute müssen diese attraktiven emotionalen Werte der Kulturlandschaft, wie Heimat, Ruhe und Harmonie aber zunehmend aufgegriffen und in Szene gesetzt werden, um eine ausreichende touristische Wertschöpfung zu erreichen. Das heißt, sie müssen inszeniert werden und eine ganze Dienstleistungskette von der Blume über die Wiese, den Bach, den Ort, das Zimmer und den Stall muss zunehmend professionell gestaltet werden.¹⁶²

Insbesondere mit Urlaub am Bauernhof werden nicht nur Übernachtungsangebote auf Bauernhöfen mit Tieren, hofeigenen Produkten, Tradition, regionaler Küche und persönlicher Kontakt zu den Gastgebern in Verbindung gebracht, sondern auch Werte wie Erholung, Authentizität und Familie. Vor allem als Schnittstelle zwischen Landwirtschaft und Tourismus leistet Urlaub am Bauernhof einen wertvollen Beitrag zur Schaffung eines sozial- und umweltverträglichen Tourismus sowie der Pflege der sensiblen Kulturlandschaft.¹⁶³

¹⁶⁰ vgl. Müller, 2003, S. 81 – eigene Grafik

¹⁶¹ vgl. Müller, 2003, S. 89f

¹⁶² vgl. Riccarbona, S. 72

¹⁶³ vgl. Steinecke, 2006, S. 207

6. Urlaub am Bauernhof – das Bindeglied zwischen Tourismus und Landwirtschaft

Urlaub am Bauernhof als Bindeglied zwischen Tourismus und Landwirtschaft trägt maßgeblich zur nachhaltigen Entwicklung ländlicher Räume bei und gibt den Gästen die Chance, Natur, Land und Leute unmittelbar kennen zu lernen. Dieses gewachsene, landes- und regionaltypische Angebot basiert auf natürlichen Grundlagen und Bestehendem und benötigt daher wenig gebaute touristische Infrastruktur und Inszenierungen. Somit kann Urlaub am Bauernhof als Modell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung fungieren und zur regionalen Entflechtung von Tourismusströmen beitragen.¹⁶⁴

„Ein vielfältiger ländlicher Raum mit seinen durch Bauernhände gepflegten Kulturlandschaften ist eine Grundlage für die touristische Entwicklung und die Naherholung ...“¹⁶⁵

Da schöne Landschaften und ungünstige landwirtschaftliche Produktionsbedingungen sowie ein geringes Angebot an alternativen Arbeitsplätzen oft in einem engen Zusammenhang stehen, ergeben sich aus Sicht der Landwirtschaft mit Urlaub am Bauernhof neue Perspektiven und Vorteile. Diese zeigen sich vor allem in Form von zusätzlichen Einnahmequellen durch einen höheren Absatz landwirtschaftlicher Produkte direkt an den Touristen und Zimmervermietungen.¹⁶⁶

Urlaub am Bauernhof bedeutet Urlaub auf einem aktiven landwirtschaftlichen Betrieb, wo man sich mit der Produktion von Agrargütern vertraut machen kann oder sich einfach in der landwirtschaftlichen Umgebung erholen kann. Häufig besteht auch die Möglichkeit für die Gäste, bei den anfallenden Arbeiten am Bauernhof mitzuhelfen und in direkten Kontakt mit Natur und Tieren zu treten.¹⁶⁷ Da die Gästebeherbergung mit dem bäuerlichen Betrieb wirtschaftlich wie räumlich eine Einheit bildet, ergibt sich für Urlaub am Bauernhof folgende Definition:

„Der Urlaub am Bauernhof stellt die Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus Reise und dem Aufenthalt von Personen ergeben, für die der Aufenthalt auf einem gästebherbergenden Bauernhof weder hauptsächlicher noch dauernder Wohn- und Arbeitsort ist, dar.“¹⁶⁸

¹⁶⁴ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2001, S. 5

¹⁶⁵ Miller, 2005, S. 69

¹⁶⁶ vgl. Steinecke, 2006, S. 207 und Gerster, 1995, S. 51

¹⁶⁷ vgl. Sznajder, Przezbórska und Scrimgeour, 2009, S. 3f

¹⁶⁸ Lender, 1997, S. 38

6.1. Von der Sommerfrische zu Urlaub am Bauernhof

Wie bereits im Kapitel 3.5. angeführt, blicken der Tourismus in ländlichen Räumen und damit auch der Urlaub am Bauernhof auf eine lange Tradition zurück. Aus der „Sommerfrische“ entstanden, machten viele Deutsche nach dem zweiten Weltkrieg, vor allem aus preislichen Gründen, auf Bauernhöfen in der näheren Umgebung Urlaub. In den 1950er und 1960er Jahren erlebte dieses touristische Angebotssegment einen wahren Aufschwung, da es für weite Bevölkerungsschichten erschwinglich war. Zu dieser Zeit begann sich aber auch das Image des Billig- und Primitivurlaubs mit wenig Entwicklungspotential einzuschleichen.¹⁶⁹

6.2. Image von Urlaub am Bauernhof

Seit der ersten Wirtschaftskrise Mitte der 1960er Jahre, wo es zu deutlichen Übernachtungsrückgängen bei Urlaub am Bauernhof kam, wurde versucht, diese Urlaubsform wettbewerbsfähiger zu machen und das Image des Billigurlaubs abzulegen und durch Qualitätsförderung und –anhebung eine Imagekorrektur zu erreichen. Kein leichtes Unterfangen, denn das Bild von Urlaub am Bauernhof als billige und primitive Urlaubsform ist das Resultat einer vor Jahrzehnten einsetzenden Imagebildung.

Dennoch wird laut den Ergebnissen einer Umfrage dieses Imagebild nur mehr von wenigen Befragten vertreten. Die Mehrheit der Gäste empfindet Urlaub am Bauernhof als ein Angebot mit gutem Komfort und akzeptablen Preisen, das darüber hinaus eine familiäre, erholsame und freundliche Urlaubsform darstellt. Das Bild eines primitiven Billigurlaubs ohne jegliche Behaglichkeit gehört also längst der Vergangenheit an.¹⁷⁰

Heute gilt Urlaub am Bauernhof als das ländlichste und authentischste Tourismusangebot in Österreich, mit dem Qualitätsmerkmale wie selbst gemachte Produkte, lebendiger Bauernhof mit Tieren, Einbindung in die Jahreszeiten, Einzigartigkeit, Vielfalt der Menschen und ein Leben nach natürlichen Kreisläufen in Verbindung gebracht werden.¹⁷¹

Damit steht diese sehr persönliche und abwechslungsreiche Urlaubsform mit großem Entwicklungspotential, im markanten Gegensatz zum standardisierten und vereinheitlichten Massentourismus.¹⁷²

6.3. Erfolgsfaktoren von Urlaub am Bauernhof

Der Erfolg von Urlaub am Bauernhof ist die Verknüpfung einer Vielzahl von Faktoren, die dazu beitragen, dass ein qualitativ hochwertiges Produkt entsteht (Abbildung 7).¹⁷³

¹⁶⁹ vgl. Wagner, Burger und Magnus, 1997, S. 9

¹⁷⁰ vgl. Wagner, Burger und Magnus, 1997, S. 9, S. 50ff

¹⁷¹ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2001, S. 18

¹⁷² vgl. Sznajder, Przezbórska und Scrimgeour, 2009, S. 280

¹⁷³ vgl. Pichler, 1996, S. 35f



Abbildung 7: Erfolgsfaktoren von Urlaub am Bauernhof¹⁷⁴

Urlaub am Bauernhof erfüllt aber auch noch andere wichtige Funktionen, die zum Erfolg dieser Urlaubsform beitragen. Neben der günstigen Auswirkung auf das landwirtschaftliche Einkommen, auf das Arbeitsplatzangebot und auf die Wiederinbetriebnahme vorhandener Gebäude sind dies vor allem positive Effekte für die Belebung ländlicher Räume und für den Naturschutz. Daher können folgende wichtige Funktionen unterschieden werden:¹⁷⁵

- *soziokulturelle Funktionen*
diese bezeichnen vor allem den Umgang mit ländlichen Bräuchen und Traditionen und das Kennen lernen des bäuerlichen Lebens und der dörflichen Gemeinschaft
- *ökonomische Funktionen*
beziehen sich insbesondere auf die Entwicklung von landwirtschaftlichen Betrieben und dem Erwirtschaften zusätzlicher Einkommen für die Bauern und die ländlichen Gemeinden.
- *räumliche Funktionen*
sie zeigen auf, wie sich Urlaub am Bauernhof auf die Natur, die Kulturlandschaft, das ländliche Erscheinungsbild und die Infrastruktur in peripheren Räumen auswirkt.

¹⁷⁴ Quelle: Pichler, 1996, S. 35

¹⁷⁵ vgl. Sznajder, Przezbórska und Scrimgeour, 2009, S. 9ff

Darüber hinaus trägt Urlaub am Bauernhof wesentlich zur Lebensqualität von Vermietern und Gästen bei, denn durch den individuellen Umgang wird in besonderer Weise auf deren Wünsche und Bedürfnisse eingegangen.¹⁷⁶

Bei Urlaub am Bauernhof besteht also die einzigartige Möglichkeit, an der Produktion von Nahrungsmitteln und den landwirtschaftlichen Arbeiten teilzuhaben, sowie das Leben der bäuerlichen Familie und der ländlichen Gemeinschaft aktiv mitzuerleben.

Urlaub am Bauernhof ist ein sehr ambitioniertes touristisches Angebotssegment, bei dem viele emotionale Bedürfnisse der Gäste befriedigt werden. Dennoch ist diese Urlaubsform sicherlich nicht für jeden Tourist geeignet. Jene, die neben Ruhe und Erholung auch neue Erfahrungen sammeln wollen und das Leben der ländlichen Bevölkerung sowie deren Bräuche und Traditionen kennen lernen wollen, werden in dieser Urlaubsform das perfekte Angebot finden.

Dennoch muss bedacht werden, dass der Tourismus heute bereits ein fester Bestandteil im Alltag vieler Landwirte ist und sie daher oft als Fremdenverkehrsspezialisten bezeichnet werden, die gar keine wahren Bauern mehr sind und auch keinen echten, lebendigen landwirtschaftlichen Betrieb mehr führen. Urlaub am Bauernhof lebt von den Vorstellungen einer alten bäuerlichen Welt, die auch in der Werbung zunehmend klischeehaft vermarktet werden. In der Realität ist diese Welt aber oft nur künstlich inszeniert.¹⁷⁷ Ob nun aber durch den zunehmenden Fremdenverkehr und den gestiegenen Gäste-Erwartungen an einen Urlaub am Land, nur mehr eine scheinbar bäuerliche Welt vorgespielt wird, soll hier jedoch in Frage gestellt werden.

6.4. Voraussetzung für Urlaub am Bauernhof

Um ein herausragendes Urlaub am Bauernhof-Angebot zu schaffen, müssen bestimmte Voraussetzungen erfüllt werden. Neben einer natürlichen Landschaft, den Feldern und Wiesen der Bauern, ist es vor allem die Ausstattung der Höfe und das dörfliche Umfeld, das den Urlaub am Bauernhof so besonders macht. Die folgenden sechs Faktoren geben Auskunft darüber, über welche Besonderheiten ländliche Räume verfügen sollten, um erfolgreich Urlaub am Bauernhof anbieten zu können:¹⁷⁸

(1) *Attraktivität der Landschaft*

Hier sind es vor allem Gebirge, Meeresküsten, Seen, Inseln oder Täler, die einen besonderen Reiz ausstrahlen. Aber auch Moorregionen oder Wälder gelten als schön.

(2) *Naturschutzgebiete*

¹⁷⁶ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2001, S. 15

¹⁷⁷ vgl. Girtler, 1996, S. 364

¹⁷⁸ vgl. Sznajder, Przebórska und Scrimgeour, 2009, S. 54f

Regionen in denen man die wahre und wilde Natur zu bewundern kann und eine bestimmte Wildnis vorhanden ist.

(3) *kulturelle Highlights*

in Form von historischen Gebäuden, Museen, kleinen Dörfern sowie Brauchtum und einheimischen Traditionen

(4) *Möglichkeit für Freizeitaktivitäten*

in der Umgebung sollte es möglich sein, verschiedene Sportarten in der Natur ausüben zu können. Dazu zählen vor allem Wandern, Skifahren, Rad fahren oder Fischen.

(5) *Zugang zu großen Quellmärkten*

jene ländlichen Regionen, die in der Nähe von großen Agglomerationen liegen, haben bessere Chancen auf gute Auslastung, als etwa abgelegene Gebiete abseits von Städten und Ballungsräumen

(6) *Marketingaktivitäten*

professionelle Werbung und Zusammenschluss zu größeren Verbänden ist für Anbieter von Urlaub am Bauernhof heute fast unerlässlich, um sich am umkämpften Tourismusmarkt gegen die Konkurrenz behaupten zu können.

Neben einer geeigneten Infrastruktur, entsprechenden Unterkünften, Freizeiteinrichtungen sowie Restaurants und Gaststätten in der näheren Umgebung, sind vor allem die persönliche Neigung der Vermieter und die familiäre Situation ausschlaggebend für den Erfolg von Urlaub am Bauernhof. Wenn es die betriebliche Situation und die vorhandenen Arbeitskapazitäten erlauben, diese Urlaubsform anzubieten, müssen mitunter folgenden Voraussetzungen innerhalb der Familie erfüllt sein:¹⁷⁹

- positive Einstellung zum Tourismus
- freundlicher Umgang der ganzen Familie mit den Gästen
- Kontaktfreudigkeit und Aufgeschlossenheit
- Aktivitäten, Geselligkeit und Kontakte mit den Urlaubern

Zu den wichtigsten Ansprüchen an den Urlaubsbauernhof zählen neben der Lage vor allem Sauberkeit und Hygiene sowie Preis und gemütliche Atmosphäre. Die Region wird von vielen Anbietern meist überschätzt, denn der zentrale Erfolgsfaktor für Urlaub am Bauernhof liegt in der Persönlichkeit des Gastgebers und seinem Umgang mit den Gästen.¹⁸⁰ Daher entwickeln sich aufgrund regelmäßiger Besuche und längerer Aufenthalte zwischen den Urlaubern und den Landwirten oft tiefe Freundschaften und familienähnliche Beziehungen.¹⁸¹

¹⁷⁹ vgl. Gattermayer, Burgstaller und Wöber, 1996, S. 8f

¹⁸⁰ vgl. Baumbach, 2007, S. 89

¹⁸¹ vgl. Steinecke, 2006, S. 205

6.5. Urlaub am Bauernhof in Zahlen

Die entgeltliche Beherbergung auf Bauernhöfen hat es in Österreich, vor allem im Alpenraum, im Zuge der Sommerfrische bereits um die Jahrhundertwende gegeben. Als sich gegen Ende der 1960er Jahre das Angebotssegment Urlaub am Bauernhof europaweit allmählich zu entwickeln begann, boten in Tirol bereits über ein Drittel aller landwirtschaftlichen Betriebe Gästezimmer an. Schon früh konzentrierten sich mehr als die Hälfte aller Urlaubsbauernhöfe auf die Bundesländer Tirol, Salzburg und Kärnten. Bis auf die Tatsache, dass die Steiermark nun an dritter Stelle steht, ist die Situation bis heute fast unverändert geblieben (Tabelle 2).

Gegen Ende der 1970er Jahre erreichte die bäuerliche Vermietung mit etwa 30.000 Betrieben ihren höchsten Stand. In den darauf folgenden 20 Jahren kam es zu einem Abschwung und das Angebot von Zimmern und Urlaubsbauernhöfen reduzierte sich um fast 30 Prozent. Der häufigste Grund für die Aufgabe der Vermietung war die zu geringe Bettenauslastung und damit einhergehend der nicht zufrieden stellende finanzielle Erfolg.¹⁸²

Bundesländer	Betriebe		
	absolut	% aller Betriebe des Bundeslandes	% der Summe der Betriebe in der Kategorie
Kategorie "Privatquartiere auf Bauernhöfen" ¹			
Burgenland	130	1,1	2,0
Kärnten	843	4,3	12,8
Niederösterreich	332	0,7	5,1
Oberösterreich	486	1,3	7,4
Salzburg	1.423	14,2	21,7
Steiermark	1.071	2,4	16,3
Tirol	2.139	12,7	32,6
Vorarlberg	140	3,0	2,1
Summe	6.564		100,0
Kategorie "Ferienwohnungen und -häuser auf Bauernhöfen"			
Burgenland	53	0,5	1,2
Kärnten	699	3,6	15,2
Niederösterreich	198	0,4	4,3
Oberösterreich	342	0,9	7,4
Salzburg	935	9,3	20,3
Steiermark	467	1,1	10,1
Tirol	1.514	9,0	32,9
Vorarlberg	395	8,3	8,6
Summe	4.603		100,0

Tabelle 2: Landwirtschaftliche Betriebe nach Bundesländern 2004¹⁸³

¹⁸² vgl. Prantner, 1996, S. 32

¹⁸³ Quelle: Gattermayer, 2006, S. 58

Bei der letzten Zählung 2001 gab es in Österreich etwa 15.500 landwirtschaftliche Betriebe, die Urlaub am Bauernhof anbieten, in denen insgesamt über 170.000 Betten zur Verfügung stehen. Damit liegt jeder fünfte Tourismusbetrieb und jedes siebte Gästebett Österreichs auf einem Bauernhof. Insgesamt hat Urlaub am Bauernhof damit einen Marktanteil von etwa 7,3 Prozent.¹⁸⁴

Der Großteil der Urlaubshöfe, genauer gesagt, über zwei Drittel befinden sich in den alpinen Gebieten Österreichs. Aufgrund dessen stellt Urlaub am Bauernhof für viele Gebirgsregionen einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar.¹⁸⁵ Man kann also sagen, je westlicher und gebirgiger die Region liegt, desto mehr Betriebe bieten Urlaub am Bauernhof an. Darüber hinaus ist auch der Anteil der Urlaubsbauernhöfe an der Gesamtanzahl der landwirtschaftlichen Betriebe in touristischen Gunstregionen besonders hoch (Abbildung 8). In landwirtschaftlichen Intensivgebieten, wie etwa dem Marchfeld findet so gut wie kein Urlaub am Bauernhof statt, da große Ackerflächen Landschaften sind, die von den Gästen nicht nachgefragt werden.¹⁸⁶

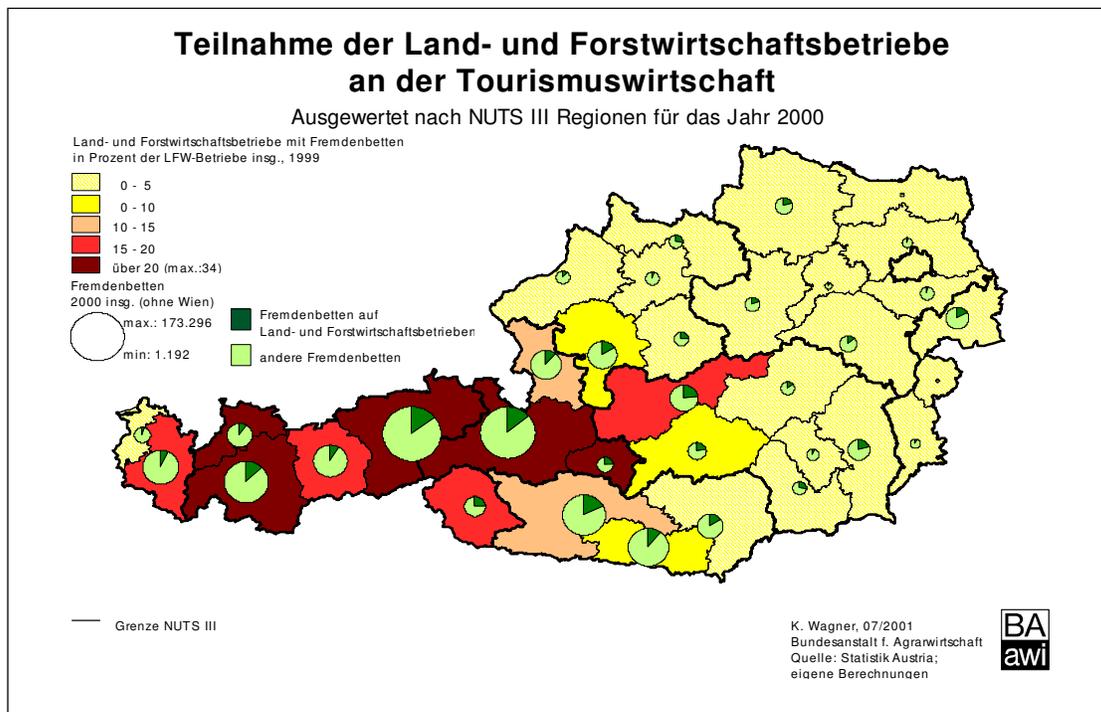


Abbildung 8: Teilnahme der Land- und Forstwirtschaftsbetriebe an der Tourismuswirtschaft¹⁸⁷

Betrachtet man den Anteil der ausländischen Gäste, ergibt sich ein Ost-West-Gefälle in Österreich. Während Urlaubsbauernhöfe in Westösterreich vor allem von Touristen aus dem

¹⁸⁴ vgl. BMLFUW, 2009a, S. 57

¹⁸⁵ vgl. Embacher, 2003, S. 137

¹⁸⁶ vgl. Interview Embacher, 03.12.2009

¹⁸⁷ Quelle: www.landnet.at/filemanager/download/54363/ [05.01.2010]

Ausland gebucht werden, beherbergen landwirtschaftliche Betriebe in Niederösterreich, im Burgenland oder in der Steiermark, vermehrt österreichische Gäste (Tabelle 2).

Hier ist vor allem Wien der wichtigste Quellmarkt und die Wiener machen lieber Urlaub am Bauernhof in der näheren Umgebung und fahren dabei höchsten bis nach Oberösterreich. Niederösterreich ist auch häufig das Ziel von Urlaubern aus Wien und dort liegt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von Bauerhofgästen deutlich unter dem Österreichdurchschnitt. Dies liegt vor allem daran, dass Niederösterreich als Reisedestination der Wiener häufig für Kurztrips oder Wochenendausflüge genutzt wird.

Die ausländischen Urlauber, allen voran die deutschen und holländischen Gäste, bevorzugen für ihren Bauernhofaufenthalt die Tourismuszentren im Westen Österreichs.¹⁸⁸

Von den etwa 5 Millionen Nächtigungen, die durch Urlaub am Bauernhof erzielt werden (entspricht einem Marktanteil von 4,2 Prozent aller Übernachtung im Land), entfallen knapp 1,7 Millionen auf Tirol, gefolgt von Salzburg mit etwas über 1,2 Millionen Nächtigungen (Abbildung 9). In diesen beiden Bundesländern, mit einer langen Fremdenverkehrstradition, ist auch die Teilnahme der landwirtschaftlichen Betriebe an der Tourismuswirtschaft am höchsten (Abbildung 8).



Abbildung 9: Nächtigungen auf Bauernhöfen 2008 (in 1.000)¹⁸⁹

¹⁸⁸ vgl. Interview Embacher, 03.12.2009

¹⁸⁹ Quelle: http://www.berggebiete.at/cms/component/option,com_wrapper/Itemid,180/ [06.10.2009]

Obwohl sich Urlaub am Bauernhof größter Beliebtheit erfreut, werden die Betriebe dennoch stetig weniger. Vermieteten Anfang der 1990er Jahre noch knapp 21.000 landwirtschaftliche Betriebe ihre Zimmer an Gäste, so werden es 2010 laut Schätzungen des Bundesverbands Urlaub am Bauernhof nur mehr 10.000 bis 12.000 sein. Lief die Vermietung früher nebenbei, müssen heute vermehrt Anstrengungen in Richtung Qualitätssteigerung und Marketing unternommen werden. Dennoch muss gesagt werden, dass diejenigen landwirtschaftlichen Betriebe, die sich auf die Neuerungen einlassen, besser werden und auch wirtschaftlich erfolgreicher sind.¹⁹⁰

Da der Zeitaufwand für die Vermietung immer höher wird, nimmt die Zahl der betreuungsintensiven Privatzimmer ab und die Ferienwohnungen nehmen zu. Dies entspricht einerseits dem Nachfragetrend und andererseits wird so die Arbeitsbelastung für die Landwirte verringert. Vor allem bei Familien mit Kindern besteht eine verstärkte Nachfrage nach mehr Bewegungsfreiraum auch im Urlaub, wodurch heute bereits der überwiegende Teil der Übernachtungen in Appartements verbracht wird.¹⁹¹

6.5.1. Unterkunftsarten

Neben dem Trend zu Ferienwohnungen mit Selbstversorgung, sind aber auch noch Privatzimmer mit Frühstück sehr gefragt. Hier kommt es vor allem auf die Gruppengröße an. Denn während Alleinreisende und Paare eher eine Unterkunft mit Verpflegung buchen, sind es Gruppen und Familien ab drei Personen, die Ferienwohnungen mit Selbstversorgung vorziehen. Wer seine Angebote also auf Familien mit Kindern ausgerichtet hat, sollte auf alle Fälle Appartements anbieten, während hingegen auf Höfen, die Senioren und Alleinreisenden zu ihrer Klientel zählen, eher Privatzimmer mit Frühstück vorhanden sein sollten. Ferienwohnungen mit Verpflegung, zumindest mit Frühstück würde aber von einer Vielzahl von Gästen begrüßt werden.¹⁹²

Generell kann gesagt werden, dass Ferienwohnungen aller Art eindeutig im Trend liegen, denn neben Familien sind es auch verstärkt andere Gruppen, wie Paare und Singles, die eine Alternative zum Hotel suchen. Der Vorteil von Ferienwohnungen ist die größere Unabhängigkeit, die Möglichkeit der Selbstversorgung und natürlich die Raumgröße durch separate Wohn- und Schlafbereiche. Ferienwohnungen gibt es heute in allen Varianten, von der schlichten Almhütte, bis hin zur luxuriösen Villa ist alles möglich.¹⁹³

Dieser Trend zeigt sich auch in den Statistiken. Denn während die Übernachtungen in der Kategorie „Privatquartiere auf Bauernhöfen“ (bis 10 Betten ohne Ferienwohnungen) im Jahr 2008 um 0,1 Prozent und jene der Gästebetten um 5,9 Prozent abgenommen haben, hat

¹⁹⁰ vgl. Interview Embacher, 03.12.2009

¹⁹¹ vgl. Embacher, 1996, S. 11ff

¹⁹² vgl. Wagner, 1998, S. 40f

¹⁹³ vgl. Baumbach, 2007, S. 38f

sich die Zahl der Übernachtungen in Ferienwohnungen um 9,9 Prozent erhöht. Auch die Zahl der Gästebetten hat in dieser Kategorie um 1,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr zugenommen (Tabelle 3).¹⁹⁴

Bundesländer	Nachtigungen		Betten	Betriebe	Inländer	Ausländer
	in 1.000	Veränderungen in % zum Vorjahr				
Kategorie "Privatquartiere auf Bauernhöfen" (4)						
Burgenland	73,6	-4,5	945	108	67	33
Kärnten	189,1	-3,8	4.783	643	30	70
Niederösterreich	146,1	8,4	2.809	358	57	43
Oberösterreich	155,4	2,6	3.354	428	44	56
Salzburg	548,9	0,4	9.325	1.163	21	79
Steiermark	420,5	4,1	7.553	928	65	35
Tirol	759,9	-2,6	13.301	1.718	10	90
Vorarlberg	60,0	-9,0	800	106	6	94
Summe	2.353,5	-0,1	42.870	5.452	31	69
Kategorie "Ferienwohnungen und -häuser auf Bauernhöfen"						
Burgenland	24,5	-5,9	451	57	53	47
Kärnten	233,2	-2,5	5.666	668	24	76
Niederösterreich	64,2	15,3	1.711	224	58	42
Oberösterreich	151,5	9,0	3.150	351	36	64
Salzburg	674,5	14,5	9.607	1.019	17	83
Steiermark	190,1	10,4	3.648	471	57	43
Tirol	934,5	10,8	13.298	1.619	6	94
Vorarlberg	250,7	8,7	3.097	428	6	94
Summe	2.523,2	9,9	40.628	4.837	18	82
4) Kategorie "Privatquartiere auf Bauernhöfen" schließt 10 Gästebetten je Betrieb ein, nicht jedoch bäuerliche Gewerbebetriebe und Anbieter von Ferienwohnungen bzw. -häusern.						

Tabelle 3: Nächtigungsziffern auf Bauernhöfen 2008¹⁹⁵

6.6. Bedeutung für ländliche Räume

Die Gäste von Urlaub am Bauernhof geben zwar mit 66 Euro pro Tag etwa ein Drittel weniger aus als andere Österreicher, bleiben dafür aber auch um fast fünf Tage länger im Land, als andere Urlauber. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von Urlaub am Bauernhof-

¹⁹⁴ vgl. BMLFUW, 2009a, S. 57

¹⁹⁵ Quelle: <http://www.agraroeconomik.at/index.php?id=573> [09.10.2009]

Gästen liegt bei etwa 8,2 Tagen (andere Österreicherurlauber bleiben im Durchschnitt nur 3,9 Tage im Land).¹⁹⁶

Durch die bäuerliche Vermietung tragen die Landwirte damit erheblich zur Belegung ländlicher Regionen bei. Die Ausgaben der Gäste von Urlaub am Bauernhof werden jährlich auf etwa 1,2 Mrd. Euro geschätzt. Darüber hinaus werden damit über 23.000 Arbeitsplätze in ländlich peripheren Regionen geschaffen bzw. gesichert.¹⁹⁷

Von den erwirtschafteten 1,2 Mrd. Euro, verbleiben etwa 500 bis 600 Millionen Euro direkt bei den landwirtschaftlichen Betrieben.¹⁹⁸

Neben dem ökonomischen Aspekt leistet Urlaub am Bauernhof weitere wichtige Beiträge zur nachhaltigen Entwicklung ländlicher Räume:¹⁹⁹

- *als wertvoller Teil des Österreich-Angebotes*
häufig werden Bauernhofimages in der Tourismuswerbung eingesetzt
- *als Modell für eine nachhaltige Tourismusentwicklung*
keine künstlichen Angebote, sondern regionale und traditionelle Produkte
- *als Beitrag zur Existenzsicherung der bäuerlichen Familien*
Zusatzeinkommen und die Möglichkeit der Fortführung des Hofes
- *als starke Bindung zwischen Stadt und Land*
persönliche Urlaubserfahrungen stärken das Verständnis füreinander und prägen das ökologische Bewusstsein

6.7. Motive der Anbieter

Es gibt zahlreiche Motive, die ausschlaggebend sind, sich für eine Vermietung von Ferienwohnungen und Zimmer an Urlaubsgäste zu entscheiden. Der häufigste Beweggrund ist und bleibt aber die Möglichkeit ein zusätzliches Einkommen neben der klassischen Landwirtschaft zu erwirtschaften und den Arbeitsplatz direkt am Hof zu erhalten.²⁰⁰

Mehr als die Hälfte der Anbieter (57 Prozent) haben ihre Erwerbstätigkeit ausschließlich auf den Hof konzentriert. Darüber hinaus wird Urlaub am Bauernhof auch als wichtige Drehscheibe bei der Vermarktung von hofeigenen Produkten gesehen, die noch zusätzliches Einkommen bringen.²⁰¹

Abgesehen von der ökonomischen Bedeutung von Urlaub am Bauernhof für die Landwirte, spielen auch soziologische Komponenten eine Rolle. Durch den ständigen Kontakt und der

¹⁹⁶ vgl. BMLFUW, 2009a, S. 58

¹⁹⁷ vgl. Embacher, 2006, S. 16f

¹⁹⁸ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2008, S. 8

¹⁹⁹ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2001, S. 5

²⁰⁰ vgl. Gattermayer, Burgstaller und Wöber, 1996, S. 13

²⁰¹ vgl. BMLFUW, 2007a, S. 194

Freude am Umgang mit den Gästen erhalten die bäuerlichen Vermieter deren Anerkennung und Wertschätzung für die harte Arbeit. Dadurch bekommen die Landwirte die Motivation und das Selbstbewusstsein, die Arbeit am Hof fortzuführen.²⁰²

Darüber hinaus besteht bei Urlaub am Bauernhof die Chance, den Gästen deutlich zu machen, worin die Leistungen der Landwirtschaft bestehen und warum es heute so schwierig ist, Bauer zu sein. Die bäuerlichen Vermieter können den Urlaubern den Hof zeigen, von der Arbeit erzählen und die Wichtigkeit der Aufgaben verdeutlichen, die sich durch eine Landwirtschaft ergeben.²⁰³

Für Urlaub am Bauernhof spricht auch, dass die Möglichkeit besteht, Qualifikationen und Fähigkeiten, die in früheren Berufen erworben wurden, bei der Vermietung von Zimmern und der Betreuung von Gästen einzusetzen.²⁰⁴

6.8. Zielgruppen

Urlaub am Bauernhof hat sich zwischenzeitlich soweit entwickelt, dass durch die Vielfalt an Angeboten unterschiedlichsten Zielgruppen attraktive Aufenthalte geboten werden können.²⁰⁵

Zu den traditionellen Gästen von Urlaub am Bauernhof zählen jedoch seit jeher Familien mit Kindern, aber auch Familien ohne Kinder interessieren sich immer mehr für dieses touristische Angebotssegment. Darüber hinaus sind es seit einigen Jahren vermehrt Senioren, die sich für Urlaub am Bauernhof begeistern.

Bei diesen doch so verschiedenen Gruppen ergeben sich dennoch ähnlich Motive: Landschaft, Preis-Leistungsverhältnis, Ruhe, Erholung, Naturerlebnis und Atmosphäre. Auch die sozialverträgliche Komponente spielt hier eine Rolle, denn seit jeher gilt der Bauernhof als eine Art Lebens- oder Wohngemeinschaft verschiedener Generationen. So ist und war es üblich, dass von der Großmutter bis zum Enkelkind, alle unter einem Dach wohnen.²⁰⁶

Wie aus Abbildung 10 deutlich ersichtlich, ist für über 90 Prozent der Gäste ein Bauernhof also ein Ort der Ruhe und Entspannung, wo Tiere und Natur hautnah erlebt werden können. Darüber hinaus kann hier die Familie einen wunderschönen Urlaub verbringen, wo sich die Kinder frei bewegen können.²⁰⁷

Neben all diesen Motiven gaben 51 Prozent der Gäste von Urlaub am Bauernhof laut einer repräsentativen Marktstudie „Ursprüngliches und Echtes erleben“ als Grund für diese Art von

²⁰² vgl. Interview Knolleisen, 19.11.2009

²⁰³ vgl. Prantner, 1996, S. 114

²⁰⁴ vgl. Interview Embacher, 03.12.2009

²⁰⁵ vgl. Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft, 1998, S. 5

²⁰⁶ vgl. Steiner, 1995, S. 217

²⁰⁷ vgl. BMLFUW, 2007a, S. 146

Reise an. Der Seele etwas Gutes tun und einen „echten Urlaub“ erleben zeigen den Wunsch der Gesellschaft nach Authentizität und Rückbesinnung.²⁰⁸

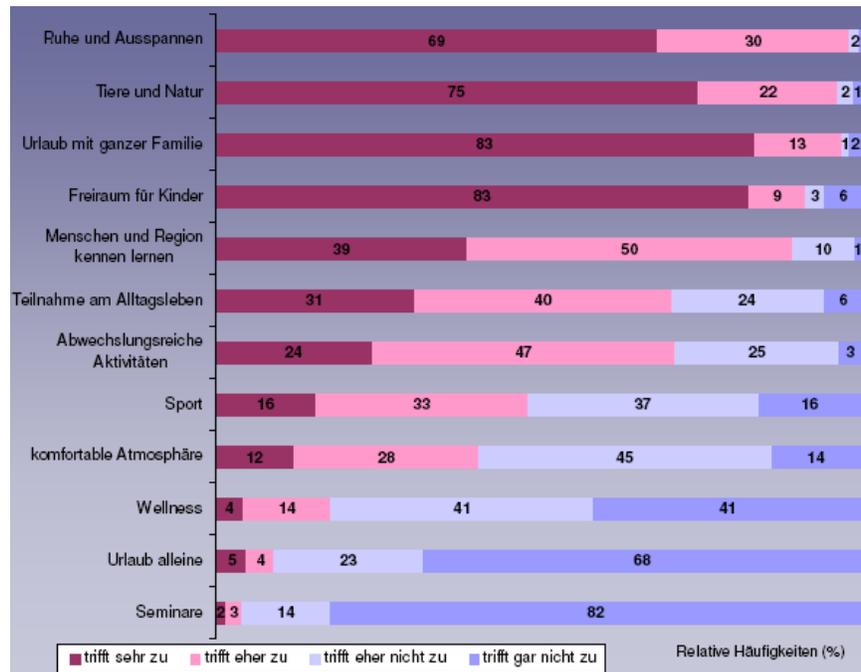


Abbildung 10: Assoziationen mit Urlaub am Bauernhof²⁰⁹

Wie bereits kurz erwähnt, erwarten die Gäste daher bei einem Urlaubsbauernhof, einen voll funktionsfähigen landwirtschaftlichen Betrieb, in dem alles vorhanden ist, was man sich von einem Bauernhof erwartet.²¹⁰ Eigentlich suchen sie den idealtypischen kleinstrukturierten Bauernhof mit ein paar Kühen und Ziegen, eingebettet in die wunderschöne Bergwelt der österreichischen Alpen.²¹¹

Da Urlaub am Bauernhof längst keine primitive Unterkunftsform mehr ist und sich daraus mittlerweile ein klares Produkt entwickelt hat, haben sich auch die Erwartungen daran verändert.

Bot der ideale Bauernhof vor 15 Jahren noch eine mittlere Ausstattung mit einfachem Service und gutbürgerlicher Küche sowie Spezialitäten aus der heimischen Küche, werden heute meist andere Anforderungen daran gestellt. Früher hatte der Bauernhofurlauber zwar keine gehobenen Ansprüche, dennoch legte er Wert auf Ausstattung und Service. Der Verzehr von am Hof erzeugten Produkten und das Kennen lernen von einheimischen Spezialitäten hatte einen hohen Stellenwert.²¹²

²⁰⁸ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2008, S. 9

²⁰⁹ Quelle: BMLFUW, 2007a, S. 146

²¹⁰ vgl. Wagner, Burger und Magnus, 1997, S. 36

²¹¹ vgl. Interview Embacher, 03.12.2009

²¹² vgl. Wagner, Burger und Magnus, 1997, S. 49

Heute haben die meisten Gäste eine höhere Erwartungshaltung an die Urlaubsbauernhöfe und erwarten neben lebendigen Höfen häufig auch eine intensivere Betreuung durch die Gastgeber. Denn der Großteil der oftmals höher gebildeten, besserverdienenden Gästeschicht sucht nach einem Sinn in ihrem Urlaub.²¹³

Obwohl sich Urlaub am Bauernhof mittlerweile zu einem wichtigen Segment der Tourismuswirtschaft entwickelt hat, bedarf es weiterer Spezialisierungen und Profilierung, um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben und neue Gäste zu gewinnen.²¹⁴

Zu den wichtigsten Trends der letzten Jahre zählen daher mit Sicherheit das Zielgruppenmarketing und die Spezialangebote, denn durch eine stärkere Zielgruppenorientierung können die Bedürfnisse der Urlauber optimal befriedigt werden. Da die Urlauber immer anspruchsvoller und bequemer werden, greifen sie vermehrt auf vorgefertigte Programmangebote zurück, die speziell auf ihre Wünsche und Belange abgestimmt sind. Besondere Angebote für Kinder, Gesundheit, Sport, Natur und Abenteuer werden immer gefragter.²¹⁵

Neben der Kernzielgruppe Familie mit Kindern, sind es daher vor allem Wanderer sowie Natur- und Umweltbewusste Reisende, die sich für Urlaub am Bauernhof interessieren. Zu den Zielgruppen mit besonderem Wachstumspotential, zählen neben den Kurzurlaubern vor allem Reiter, Seminargäste, Weinliebhaber und Gesundheitsbewusste.²¹⁶

Da das Interesse von Familien mit Kleinkindern, in Österreich Urlaub am Bauernhof zu machen, stetig abnimmt, ist es daher besonders wichtig, neue Zielgruppen anzusprechen, denn in den vergangenen 10 Jahren hat sich der Anteil der Familienreisen um 40 Prozent verringert.²¹⁷

Darüber hinaus ist die klassische Familie mit Vater, Mutter und zwei Kindern nicht mehr die Regel. Auch Großeltern mit Enkeln, Ein-Kind-Familien, Ein-Eltern-Familien oder Patchworkfamilien spielen eine immer größere Rolle.²¹⁸

Die Urlaub am Bauernhof-Gäste heben sich deutlich vom typischen Österreichurlauber ab und sind im Schnitt zwischen 30 und 49 Jahren alt und damit jünger als der durchschnittliche Sommergast in Österreich. Zudem handelt es sich meist um ein höher gebildetes Klientel, denn drei von fünf erwachsenen Urlaubern sind Akademiker und sechs von zehn Gästen haben die Matura. Sie sind generell aktiver und treiben auch im Urlaub mehr Sport.

²¹³ vgl. Interview Knolleisen, 19.11.2009

²¹⁴ vgl. Wagner, Burger und Magnus, 1997, S. 74

²¹⁵ vgl. Freiherr von dem Bussche, 1998, S. 11

²¹⁶ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2001, S. 20

²¹⁷ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2008, S. 9

²¹⁸ vgl. Baumbach, 2007, S. 80

Etwa die Hälfte bleibt eine Woche am Bauernhof und mehr als ein Drittel der Urlauber verbringt circa zwei Wochen in ländlicher Idylle.

Je nach Bundesland kommt der Großteil der Urlaub am Bauernhof-Gäste aus dem Ausland. Während im Burgenland, in Niederösterreich und in der Steiermark nur zwischen 33 und 43 Prozent der Übernachtungen auf ausländische Gäste entfallen, sind in Tirol, Vorarlberg und Salzburg zwischen 80 und 94 Prozent aller Bauernhofurlauber Ausländer (Tabelle 3) und kommen meist aus den Kernmärkten Deutschland und Holland.²¹⁹

6.8.1. Kernmärkte

Laut einer Marktstudie besteht in Zukunft ein großes Potential für das touristische Angebotssegment Urlaub am Bauernhof, denn allein in Deutschland gibt es über 8 Millionen Menschen, die sich für diese Art des Urlaubs interessieren. In Österreich kommen weitere 3,2 Millionen potentielle Interessenten hinzu, wodurch vor allem die deutschsprachigen Gebiete in Europa besonders beworben werden. Aber auch Frankreich und Italien gelten als interessante Märkte, die es vermehrt zu bewerben gilt.²²⁰

Dennoch stellen Deutschland und das Inland noch immer die wichtigsten Gäste-Herkunftsmärkte mit einem Anteil von etwa 90 Prozent aller Nächtigungen. Obwohl Urlaub am Bauernhof in Deutschland mit 2,1 Millionen Reisen (1999) und einem gegenwärtigen Marktanteil von 3 bis 4 Prozent noch immer ein relativ kleines Segment darstellt, besteht dennoch ein großes Wachstumspotential mit 5 bis 6 Millionen Urlaubsreisen pro Jahr.²²¹

Allein in Österreich werden 60 Prozent der Nächtigungen mit deutschen Gästen erreicht, wodurch auch ein Großteil der Marketingaktivitäten und des Budgets für diesen Markt verwendet wird.²²²

Um eine stärkere Diversifizierung von den Kernmärkten Deutschland und Österreich zu erreichen, werden seit 2005 vor allem die Länder Ungarn, Tschechien und Polen besonders beworben, da es hier ein großes Marktpotential für Bauernhofurlaub gibt.

Derzeit liegt der Nächtigungsanteil der Zentral- und Osteuropagäste bei etwa 5 Prozent, wobei aber laut einer aktuellen Umfrage mehr als ein Drittel aller Befragten an Urlaub am Bauernhof-Angeboten aus Österreich interessiert sind.

Ziel ist es, die Gästebasis der bäuerlichen Vermieter zu verbreitern und unabhängiger von den Ferienzeiten in Österreich und Deutschland zu machen. Damit wird auch ein Schritt in Richtung Internationalisierung und Ganzjahrestourismus bei Urlaub am Bauernhof unternommen.²²³

²¹⁹ vgl. <http://search.salzburg.com/articles/1945699?highlight=Bauernhofurlaub> [15.10.2009]

²²⁰ vgl. Embacher, 2003, S. 142

²²¹ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2001, S. 11

²²² vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2008, S. 20

²²³ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2008, S. 21f

6.9. Bundesverband Urlaub am Bauernhof

Bei den Gästen ist zunehmend der Trend zu verstärktem Qualitätsbewusstsein und speziellen Angeboten zu beobachten, wodurch gute Qualität bei der Ausstattung, Gästebetreuung und bei der Vermarktung immer mehr nachgefragt wird. Um nun diesen wachsenden Ansprüchen gerecht zu werden und Bauernhofurlaub auch international noch konkurrenzfähiger zu machen, wurde der Bundesverband ins Leben gerufen.

Durch die Gründung einer professionellen Organisation und die Zusammenschlüsse der bäuerlichen Vermieter hat sich Urlaub am Bauernhof im vielfältigen Tourismusangebot Österreichs zu einem wichtigen und eigenständigen Zweig entwickelt.

Diese Organisation ist eine freiwillige Kooperationsgemeinschaft von etwa 2.900 bäuerlichen Vermietern, mit professionell geführten Geschäftsstellen in 8 Bundesländern und einer zentralen Bundesorganisation. Darüber hinaus gibt es noch zahlreiche regionale Interessensgemeinschaften und Vermieterzusammenschlüsse, die völlig neue Perspektiven für bäuerliche Gastgeber eröffnen.

Diese flächendeckende Kooperationsgemeinschaft gilt als Vorbild für ganz Europa und gehört zu den bestorganisierten Vertretungen für Urlaub am Bauernhof am touristischen Markt. Diese Spitzenstellung ergibt sich vor allem aus der engen Partnerschaft von Landwirtschaft und Tourismus.²²⁴

Zu den zentralen Aufgaben, des seit 1991 bestehenden Bundesverbands, gehören unter anderem die Vertretung der bäuerlichen Vermieter auf nationaler Ebene, die Koordination der Landesverbände, Imagewerbung und die Erarbeitung eines nationalen Marketingkonzepts. Darüber hinaus werden Qualitätskriterien erstellt, Mitgliederzeitungen herausgebracht, Marketinghandbücher für die Betriebe entwickelt sowie Kataloge und Werbeartikel produziert.²²⁵

Zu den obersten Zielen der Bundesorganisation gehört es aber, Urlaub am Bauernhof zu einer international bekannten Marke im Bereich des ländlichen Tourismus zu machen, wodurch großer Einfluss auf das gesamte Image des Bauerhofurlaubs genommen wird.²²⁶

Daher wurden für die Österreichweit abgestimmte Vermarktung der Urlaub am Bauernhof-Angebote gemeinsame Marketing-Grundlagen geschaffen, wodurch sich der Gast bei der Auswahl seines Urlaubsziels schnell zurecht finden soll. Qualitätsstandards, Empfindungsbilder, Spezialisierungen und positive Images sollen dadurch besser vermittelt werden können (Abbildung 11).²²⁷

²²⁴ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2001, S. 3

²²⁵ vgl. Steinecke, 2006, S. 215

²²⁶ vgl. Embacher, 2003, S. 144

²²⁷ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2001, S. 18

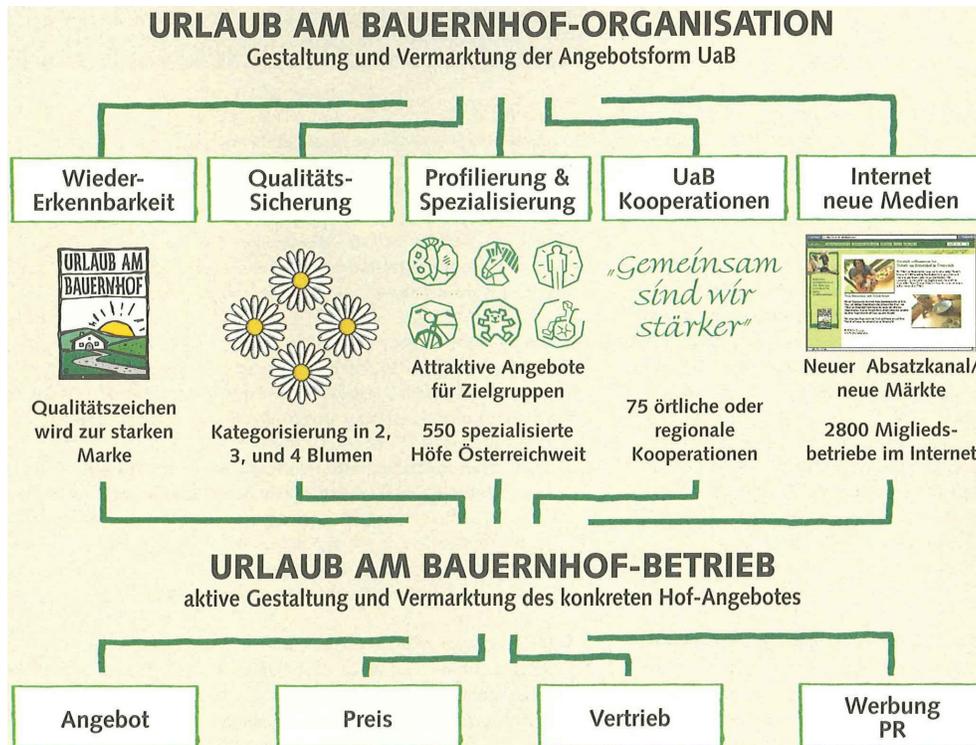


Abbildung 11: Marketinggrundlagen der „Urlaub am Bauernhof-Organisation“²²⁸

Die 2.900 Mitgliedsbetriebe des Bundesverbands verfügen zusammen über etwa 38.000 Gästebetten und können eine Auslastung von 108 Vollbelegtagen pro Jahr und Bett aufweisen (Sommersaison 08 – 66 Tage, Wintersaison 07/08 – 44 Tage), womit sie deutlich über dem Österreichdurchschnitt anderer bäuerlicher Vermieter liegen.²²⁹ Einzelne Betriebe erreichen sogar 250 Vollbelegstage, wobei für die Wirtschaftlichkeit der Vermietung eine Auslastung von etwa 80 Tagen als Richtwert gilt, ab dem die Gewinnschwelle erreicht ist.²³⁰

Urlaub am Bauernhof hat seinen Schwerpunkt im Sommerhalbjahr und gilt daher als „Grünes Angebot“. Dennoch werden heute bereits über ein Drittel aller Nächtigungen im Winterhalbjahr erzielt – Tendenz steigend.²³¹ Vor allem Bauernhöfe in der Nähe von großen Skigebieten werden gerne als günstige Alternative zum Hotel gebucht und können daher auch im Winter auf eine hervorragende Auslastung verweisen.

Die durchschnittliche Betriebsgröße der Mitgliedsbetriebe beträgt 12,5 Gästebetten und etwa 15 Prozent der Urlaub am Bauernhof-Anbieter führen ihren Betrieb gewerblich.²³² Im Jahr 2008 lagen die Gesamtumsätze, die durch Bauernhofurlaub erzielt wurden, bei etwa 123 Millionen Euro.

²²⁸ Quelle: Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2001, S. 4

²²⁹ vgl. BMLFUW, 2009a, S. 57

²³⁰ vgl. Embacher, 1996, S. 10

²³¹ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2008, S. 29

²³² vgl. Embacher, 2006, S. 16f

Mitgliedsbetriebe des Bundesverbands erwirtschafteten mit Urlaub am Bauernhof etwa 33.400 Euro (2007: 31.000) pro Betrieb, womit dieser Zweig im Schnitt etwa ein Drittel zum gesamten Einkommen beiträgt.²³³

In den letzten 10 Jahren haben sich die Umsätze der Mitgliedsbetriebe pro Bett um etwa 120 Prozent erhöht. Wurden 1999 noch 1.720 Euro Umsatz pro Bett erwirtschaftet, so waren es im Jahr 2008 bereits über 2.590 Euro pro Bett. Auch die Zahl der Vollbelegstage hat sich um fast 20 Prozent in den letzten 10 Jahren erhöht.²³⁴

Obwohl die Mitglieder der Organisation einen höheren Preis (25 Prozent mehr als der Durchschnittsurlaubsbauernhof) und eine bessere Bettenauslastung (ein Drittel höher als bei Nichtmitgliedern) erzielen, sind dennoch nur 25 Prozent aller Urlaub am Bauernhof-Anbieter in einer der acht Landesorganisationen vertreten.²³⁵

Die meisten Mitglieder findet man in Kärnten, der Steiermark und in Niederösterreich, also der „Mitte“ von Österreich. Vor allem im Mühlviertel, Waldviertel und großen Teilen des steirischen sowie niederösterreichischen Berggebiets ist der Anteil der Mitgliedsbauernhöfe besonders hoch (Abbildung 12). Hier haben die bäuerlichen Vermieter das relativ höchste Gewicht im Fremdenverkehr und stellen in bestimmten Bezirken mehr als 50 Prozent des touristischen Bettenangebots. In diesen oft strukturschwachen Gebieten, in denen es weniger touristische Partner gibt und die Tourismusintensität generell niedriger ist, als etwa in vielen Teilen Tirols oder Salzburgs, kann eine Mitgliedschaft beim Verband „Urlaub am Bauernhof“ oft dazu beitragen, die Auslastung und den Gewinn zu steigern.²³⁶

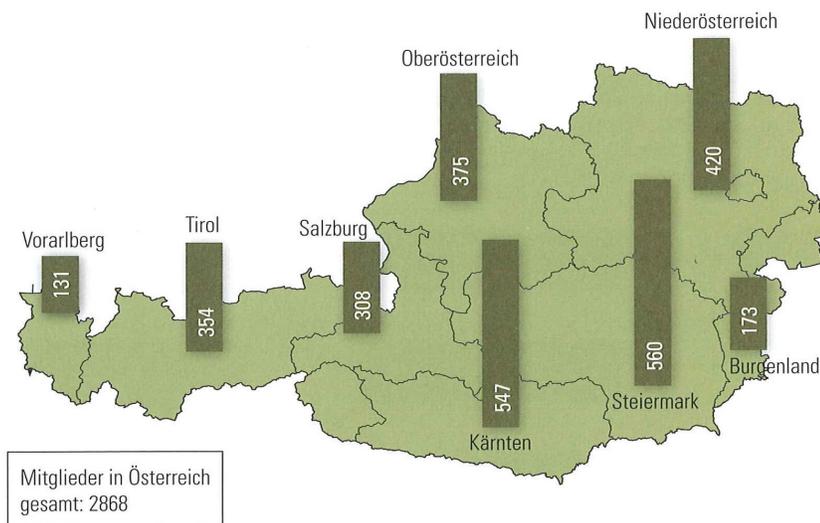


Abbildung 12: Verteilung der Mitgliedszahl von Urlaub am Bauernhof in Österreich 2009²³⁷

²³³ vgl. BMLFUW, 2009a, S. 58

²³⁴ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2008, S. 8

²³⁵ vgl. Embacher, 2003, S. 142

²³⁶ vgl. Interview Embacher, 03.12.2009

²³⁷ Quelle: Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2008, S. 5

6.9.1. Das Budget

Durch die Beiträge der Mitgliedsbetriebe und den öffentlichen Zuwendungen ergibt sich ein Gesamtbudget von etwa 2,5 Millionen Euro für die gesamte Urlaub am Bauernhof-Organisation. Davon entfallen etwa 1,6 Millionen Euro auf den Bundesverband, wovon ein Großteil der Mittel für Marketing und Projekte eingesetzt wird. Etwa ein Viertel des Bundesbudgets wird für Personalkosten ausgegeben und weitere 70.000 Euro entfallen auf Vereinsorganisation, Sitzungen sowie Miete und Sachaufwendungen. Da Urlaub am Bauernhof einen wesentlichen Beitrag zur Entwicklung ländlicher Räume leistet, werden viele Vermarktungs- und Entwicklungsaufgaben mit EU-kofinanzierten Mitteln aus der ländlichen Entwicklung (Le07-13) unterstützt.²³⁸

Mit Hilfe dieser Mittel und wird sowohl von Seiten des Bundesverbandes als auch von den Landwirten selbst, versucht, die Qualität zu steigern und den Erlebniswert für die Gäste zu erhöhen. Durch spezialisierte Angebote für eine bestimmte Zielgruppe wird versucht, einen höhere Preise und eine bessere Auslastung zu erzielen.

6.9.2. Zukunftschancen durch Spezialisierungen

Da die Gäste neben einer bestimmten Region auch immer öfter eine spezielle Urlaubsform wählen, haben sich in den letzten Jahren vermehrt Nischenangebote entwickelt. Dabei wird mit Hilfe eigener Marketingaktivitäten für diese Spezialthemen die interessierte Zielgruppe ohne großen Streuverlust punktgenau erreicht.²³⁹

Durch solche Spezial- und Nischenangebote können dem Gast attraktivere und vielfältigere Programme präsentiert werden. Darüber hinaus bieten sie noch die Chance:²⁴⁰

- auf eine bessere Auslastung in der Vor- und Nachsaison
- einer Spezialisierung auf eine genau definierten Zielgruppe
- zielgerichteter Werbung in bestimmten Medien und dadurch weniger Streuverluste
- durch Spezialangebote ein Alleinstellungsmerkmal für den Betrieb zu bekommen
- auf höhere Wertschöpfung für den Bauernhof
- auf erhöhte Aufmerksamkeit für die gesamte Region

Durch diese Angebotsdifferenzierung und Spezialisierung ergeben sich daher nicht nur Vorteile für den Gast, sondern auch für den Vermieter. Durch Spezialangebote kann sich der Landwirt auf eine homogene Zielgruppe konzentrieren und so den speziellen Gästewünschen gerecht werden.

²³⁸ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2008, S. 6

²³⁹ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2008, S. 13

²⁴⁰ vgl. Habermeyer, 1998, S. 67

Für die Urlauber liegt der Vorteil wiederum darin, dass sie konkret nach ihren Wünschen und Bedürfnissen den optimalen Bauernhof aus einer Vielzahl von Angeboten auswählen können. Durch Spezialangebote ist es dem Gast möglich, auf den ersten Blick die richtige Angebotsgruppe zu finden. Für diesen zusätzlichen Nutzen ist der Urlauber in der Regel auch bereit mehr Geld auszugeben.²⁴¹

Bei den Mitgliedern des Bundesverbands Urlaub am Bauernhof wird daher eine Vielzahl von Spezialisierungen angeboten, die zum Teil auch mit eigenen Katalogen vermarktet werden.²⁴²



Urlaub am Baby- und Kinderbauernhof



Urlaub am Biobauernhof



Urlaub am Radlerbauernhof



Urlaub am Weinbauernhof



Urlaub am Reiterbauernhof



Urlaub am Bauernhof mit Reitmöglichkeit



Urlaub am Gesundheitsbauernhof



Barrierefreier Urlaub am Bauernhof



Seminare am Bauernhof

Im Bundesverband Urlaub am Bauernhof haben sich etwa 18 Prozent aller Mitglieder auf eines oder mehrere dieser Angebote spezialisiert, wobei sich der Großteil der Betriebe auf Urlaub am Baby- und Kinderbauernhof festgelegt hat. Aber auch Bio- und Gesundheitsbauernhöfe erfreuen sich besonderer Beliebtheit.

²⁴¹ vgl. Gattermayer, Burgstaller und Wöber, 1996, S. 108

²⁴² vgl. <http://www.urlaubambauernhof.at/bundesverband/urlaubsthemen.html?L=1> [29.09.2009]

Im Burgenland und in Niederösterreich haben sich die meisten Urlaubsbauernhöfe dem Thema Wein verschrieben. Vor allem auf Reiterbauernhöfen ist das Angebot besonders hervorragend, da durch den Ausbau der Ställe bereits viel Geld aufgewendet wird. Dadurch forcieren viele dieser Landwirte einen Bauernhof für gehobene Ansprüche, wo auch die Unterkünfte dementsprechend umgebaut werden. Darüber hinaus besteht auch beim barrierefreien Bauernhofurlaub großes Potential, da die Nachfrage hoch, aber das Angebot gering ist und diese Zielgruppe speziell und einfach beworben werden kann. Zusätzlich zu den oben genannten Spezialisierungen, werden noch Nischenthemen (z.B. Kräutelerlebnisbauernhöfe oder Almhütten) angeboten, die aber vorrangig auf Landesebene vermarktet werden.²⁴³

Ohne Professionalisierung, Spezialisierung und Qualitätsverbesserung bei Service, Ausstattung der Höfe und Freizeitangeboten, wird es schwierig sein, sich im internationalen touristischen Wettbewerb durchzusetzen. Daher wird versucht durch Veränderungen und Verbesserungen ein noch wertvolleres Qualitätsangebot zu schaffen.

6.9.3. Qualitätskategorisierungen

Angesichts der steigenden Ansprüche der Gäste an das Marktsegment „Urlaub am Bauernhof“ wurden europaweit zahlreiche Maßnahmen zur Verbesserung der Qualität durchgeführt, wobei Österreich, Deutschland und Frankreich beim Qualitätsmanagement als führend gelten. In diesen und zahlreichen anderen Ländern wurden mehrstufige Klassifizierungssysteme, ähnlich zu den Hotelbewertungen, eingeführt. Hierbei werden verschiedene Aspekte des Angebots bewertet. Neben Schlaf- und Aufenthaltsbereichen, Freizeitausstattungen und Serviceleistungen werden auch Erlebnischarakter oder etwa Umweltschutzleistungen in die Bewertung miteinbezogen. Die unterschiedliche Qualität wird durch Symbole vermittelt (Ähren in Frankreich, DLG-Gütezeichen in Deutschland oder Blumen in Österreich). Vorteile aus diesem System ergeben sich beim Gast durch erhöhte Markttransparenz und Produktsicherheit und die Anbieter erhalten die Möglichkeit, angebotsgerechte Preispolitik zu betreiben.²⁴⁴

In Österreich garantiert die Marke „Urlaub am Bauernhof“ einen qualitätsgeprüften, gastfreundlichen Bauernhof, auf dem Landwirtschaft wirklich gelebt wird. Bei den Qualitätsrichtlinien werden bewertet.²⁴⁵

²⁴³ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2008, S. 13 und Interview Embacher, 03.12.2009

²⁴⁴ vgl. Steinecke, 2006, S. 213f

²⁴⁵ vgl. <http://www.urlaubambauernhof.at/bundesverband/qualitaet.html> [30.09.2009]

- *Bauernhoferlebnisqualität*: Leben am Bauernhof, bäuerliche Produkte, Tiere am Hof
- *Ausstattungsqualität*: Hoflage, Außenräume, Aufenthaltsbereich, Zimmer, Ferienwohnungen, Wohnbehaglichkeit, Raumgröße, Sanitärbereich, ...
- *Servicequalität*: Frühstück und Verpflegung, Freizeitangebote, Informationsangebote für den Gast, ...

Wie oben kurz erwähnt werden die Bewertungsergebnisse in Österreich anhand von Margariten ausgedrückt, die dem Urlauber bei der Auswahl des geeigneten Betriebs behilflich sind:



ein Bauernhof mit zweckmäßiger Ausstattung



ein Bauernhof zum Wohlfühlen, mit guter Ausstattung



ein Bauernhof für gehobene Ansprüche mit einer sehr guten Ausstattung

Durch diese bundesweite einheitliche Kategorisierung wird eine übersichtliche Darstellung der Angebote ermöglicht, aus denen die Gäste klar erkennen können, was ihnen geboten wird.²⁴⁶

Seit 1996 hat sich die Zahl der Mitgliedsbetriebe mit 4 Blumen auf etwa 60 Prozent fast verdreifacht, mit weiter steigender Tendenz. Leider gibt es aber auch Betriebe, die nach Erreichung der 4 Blumen ihre Angebote nicht mehr weiterentwickeln und ihnen daher wieder Margariten aberkannt werden mussten. Das kann mitunter auch ein Grund sein, warum landwirtschaftliche Betriebe wieder aus einem der Landesverbände aussteigen, oder gar nicht erst beitreten. In den letzten 13 Jahren ist die Anzahl der Urlaubsbauernhöfe mit 2 Blumen von 17 auf 4 Prozent zurückgegangen und diejenigen mit 3 Blumen haben um mehr als 20 Prozent abgenommen.

Obwohl deren Anzahl in den letzten Jahren teilweise extrem zurückgegangen ist und der Trend weiter in Richtung Qualitätswachstum und -verbesserung geht, gibt es für die Bestehenden zwei und drei Blumen-Bauernhöfe eine rege Nachfrage. Durch das geringe Angebot können sie daher auf eine sehr gute Auslastung verweisen.²⁴⁷

²⁴⁶ vgl. Embacher, 1996, S. 15

²⁴⁷ vgl. Interview Embacher, 03.12.2009

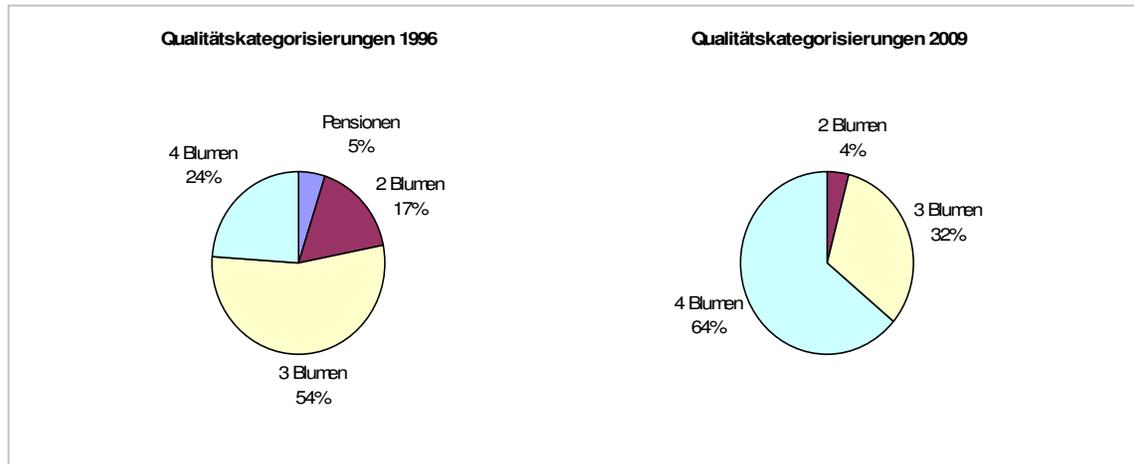


Abbildung 13: Qualitätskategorisierung, Jänner 1996 und Dezember 2009²⁴⁸

6.10. Stärken- und Schwächenanalyse Urlaub am Bauernhof

Wie in den vorhergegangenen Kapiteln deutlich aufgezeigt, kann Urlaub am Bauernhof auf zahlreiche Stärken und Schwächen verweisen. Mit Hilfe der bearbeiteten Literatur, von Berichten und Experteninterviews möchte ich nun versuchen, einen Stärken-Schwächen-Katalog für dieses naturnahe touristische Angebotssegment zu erstellen.

Stärken

- + leitet einen großen Beitrag zur Tourismuswirtschaft Österreichs
- + sichert Fortbestand und Einkommen bäuerlicher Betriebe
- + Gastfreundschaft und persönliche Betreuung durch familiär geführte Betriebe
- + durch Landschaftserhaltung und Pflege werden attraktive Regionen und schöne sowie intakte Kulturlandschaften erhalten
- + breite, vielfältige und individuelle Angebote durch Spezialisierungen und Kooperationen
- + gutes Preis-Leistungsverhältnis durch Qualitätskategorisierungen
- + Kinder- und Familienfreundliche Urlaubsform
- + Vermittlung traditioneller Werte und Einblicke in die bäuerliche Alltagskultur
- + bäuerliche Erlebniswelt und Kontakt zu Tieren
- + starke Imagewerte für Österreich durch die generell positiv besetzte Urlaubsform
- + hoher Stammgästeanteil und großes Gästepotential
- + Erholung, aber auch Urlaubserlebnis durch Mitarbeit am Hof
- + Herstellung und Verkauf hofeigener Produkte

²⁴⁸ Quelle: Embacher, 1996, S. 12 und Interview Embacher, 03.12.2009 – eigene Grafik

- + Urlaub am Bauernhof gilt als glaubwürdig, authentisch, echt und ist mit hoher Emotionalität besetzt
- + es gibt eine tragfähige starke Organisation mit einer abgestimmten Strategie
- + auch internationale Vermarktung durch die Bundesorganisation
- + engagierte Landwirte
- + starke Vernetzung und Unterstützung durch Lebensministerium und Österreich-Werbung
- + von Urlaub am Bauernhof gehen Impulse aus, die sich positiv auf die Entwicklung von ländlichem Tourismus auswirken
- + der österreichische Weg gilt als Vorbild für ganz Europa
- + zahlreiche örtliche und regionale Zusammenschlüsse
- + großteils problemlose, direkte Buchung, auch durch zentrale Reservierungsstellen

Schwächen

- großteils Einsaisonalität (vor allem Sommertourismus)
- teilweise schlechte Auslastung
- Fixierung auf bestimmte Zielgruppen und Stammgäste
- teilweise schlechtes Image, wegen niedriger Qualität
- höhere Belastung und Zeitaufwand durch Vermietung
- wenig Privatsphäre der bäuerlichen Familie durch fehlende räumliche Abgrenzung
- teilweise Vernachlässigung der landwirtschaftlichen Aufgaben
- wenig Freiraum für Neues durch Routinearbeit
- Überforderung durch ständig neue Anforderungen, Gästewünsche und Markterfordernisse
- viele Urlaubshöfe haben ein austauschbares/gleiches Angebot
- teilweise mangelndes Qualitäts-, Markt- und Kostenbewusstsein bei vielen Betrieben
- oft geringe Wertschöpfung durch zu niedrige Preise
- geringere „Wertigkeit“ in den Augen der Gäste durch niedriges Preisniveau
- ungünstiger Nationenmix bei den Herkunftsländern
- nur ein Viertel aller Urlaubsbauernhöfe sind Mitglieder beim Bundesverband

6.11. Best Practice Beispiele

Die folgenden Beispiele stehen für eine sinnvolle Kooperation zwischen Landwirtschaft, Tourismus und Naturschutz, mit der eine starke Region erhalten und weiterentwickelt werden soll. Ziel dieser Regionen ist es, die kleinen Strukturen zu erhalten, dabei die regionale Wertschöpfung zu erhöhen und Arbeitsplätze zu sichern, ohne jedoch die intakte Umwelt und die kulturelle Identität aufs Spiel zu setzen. Insbesondere mit Hilfe eines natur- und sozialverträglichen Tourismus soll die Bevölkerung in ländlichen Räumen gehalten und die Existenz der Landwirte gesichert werden.

6.11.1. Lesachtal

Das Lesachtal ist ein Hochalpental im südwestlichen Kärnten und liegt eingebettet zwischen den Karnischen Alpen im Süden und den Lienzer Dolomiten im Norden. Die vier Ortschaften Birnbaum, Liesing, St. Lorenzen und Maria Luggau haben sich 1973 zur Gemeinde Lesachtal zusammengeschlossen, die sich über ein Gebiet von etwa 190 km² mit ca. 1.500 Einwohnern erstreckt.²⁴⁹

Das Lesachtal ist eines der landschaftlich schönsten Täler der Ostalpen und hat sich bereits sehr früh auf die ökologische Entwicklung im Sinne eines nachhaltigen Tourismus festgelegt. Auch aufgrund geologisch schwieriger Verhältnisse, eher geringen Gipfelhöhen und mangelnder Schneesicherheit ist das Tal bisher von einer massentouristischen Erschließung verschont geblieben. Darüber hinaus haben wohl auch die Abgeschiedenheit und die Mentalität der Einwohner dafür gesorgt, dass touristische Großprojekte, der moderne Massentourismus und die damit einhergehenden Umweltbelastungen ausgeblieben sind.

Mit Hilfe eines nachhaltigen Tourismus in Verbindung mit einer biologisch wirtschaftenden Landwirtschaft sollen einerseits die ökologische Tragfähigkeit des Tals nicht überschritten werden und andererseits durch den Fremdenverkehr neue Arbeitsplätze geschaffen und der Absatz der regionalen Produkte erhöht werden.²⁵⁰

Landwirtschaft, Tourismus und Kleingewerbe sind die wichtigsten Einkommensquellen der relativ schwachen Wirtschaftsstruktur des Tals. Vor allem der Fremdenverkehr und die Landwirtschaft sind voneinander abhängig und beide wären ohne den anderen Sektor in Zukunft nicht lebensfähig.²⁵¹

Um vor allem der Landwirtschaft neue Perspektiven zu eröffnen, wurden mit Hilfe der Bevölkerung Tourismuskonzepte entwickelt, die zu einer Belebung der regionalen Wirtschaft beitragen sollten.

²⁴⁹ vgl. Tourismusverband Lesachtal, 2008, S. 1

²⁵⁰ vgl. Pils und Glauser, 1998, S. 157ff

²⁵¹ vgl. Tourismusverband Lesachtal, 2008, S. 1

Darüber hinaus wurden mit der Stärkung der lokalen Wirtschaftskreisläufe auch landwirtschaftliche Innovationen ausgelöst und neue Einkommensmöglichkeiten für die bäuerlicher Bevölkerung geschaffen.²⁵²

Von den circa 110.000 Nächtigungen im Jahr in den etwa 1.200 zur Verfügung stehenden Betten wird ein Gutteil auf den Bauernhöfen des Tals verbracht.

Das Lesachtal soll für die Menschen als Lebens-, Wirtschafts- und Erholungsraum erhalten bleiben. Um hierbei eine größtmögliche Schonung und Bewahrung der Natur- und Kulturlandschaft zu erreichen, geht es darum die vorhandenen Ressourcen im Tal bestmöglich zu nutzen. In erster Linie ist das die Nutzung der intakten Landschaft und Umwelt für den Tourismus. Neben einem intakten Naturraum bieten die abwechslungsreiche Kulturlandschaft und die eigenständige traditionelle Kultur ideale Voraussetzungen für einen umwelt- und sozialverträglichen Fremdenverkehr.

Um die Bewirtschaftung und Erhaltung der einzigartigen Kulturlandschaft gewährleisten zu können und die nachhaltig wirtschaftenden Tourismusstrukturen aufrecht zu erhalten, die einen wesentlichen Beitrag zur Erhaltung der Existenzgrundlage weiter Teile der Bevölkerung darstellen, wurden diverse Leitziele verabschiedet:²⁵³

- Qualitätswachstum im Tourismus, mit möglichst sozial- und umweltverträglichen Angeboten
- Qualitätsverbesserung im Bettenbereich, zur Steigerung der Auslastung
- Erhaltung und Pflege der kultureller Bauwerke und bäuerlicher Objekte
- Ortsbildgestaltung durch Revitalisierung und Erhaltung alter Bauernhöfe
- sanfter Wintertourismus (es gibt und wird auch in Zukunft keine Lift im Tal geben)
- Kapazitätsgrenzen im Beherbergungsangebot mit einem Verhältnis Einwohner zu Gästebetten maximal 1:1
- gelebte und aktive Dorfgemeinschaft

Mit dem Geld, das der nachhaltige Tourismus ins Tal gebracht hat, wurden auch private Investitionen vorangetrieben, mit denen Höfe und Zimmer ausgebaut oder neue Existenzen gegründet wurden. Mit Hilfe von etwa 2,3 Millionen Euro an öffentlichen Fördermitteln wurden mehr als 7 Millionen Euro an privaten Investitionen getätigt. Heute gibt es wieder zahlreiche Kleinbetriebe mit 2 bis 3 Beschäftigten, die den jungen Menschen eine Perspektive und einen Arbeitsplatz geben.

Somit ist es auch mit naturnahem Tourismus im Kleinen, ohne Hotelburgen, Skizirkus oder großen Industrieanlagen möglich, die Abwanderung der Bevölkerung aufzuhalten.

²⁵² vgl. Groier, 1993b, S. 186

²⁵³ vgl. Tourismusverband Lesachtal, 2008, S. 1ff

Neben zahlreichen anderen Preisen, wurde das Lesachtal 1992 als „Europas umweltfreundlichste und naturbelassenste Alpengemeinde“ ausgezeichnet und von den „Naturfreunden Internationale“ 1995/96 zur Landschaft des Jahres gekürt.²⁵⁴

6.11.2. KäseStrasse Bregenzerwald

Die „KäseStrasse“ befindet sich im Bregenzerwald in Vorarlberg, der mit einer Fläche von etwa 550 km² die größte Region im gesamten Bundesland ist. Insgesamt leben etwa 28.000 Einwohner in den 22 Gemeinden, die zwischen 600 und 1.500 m Höhe liegen.

Die Käseherstellung hat im Bregenzerwald seit Jahrhunderten Tradition und heute werden auch noch unter teils schwersten Bedingungen etwa 4.500 Tonnen erstklassiger Käse in kleinen, überschaubaren Strukturen hergestellt.²⁵⁵

Die „KäseStrasse“ ist der touristische Teil einer umfassenden Regionalentwicklung und gilt als ein äußerst erfolgreiches Projekt für die Kooperation von Landwirtschaft, Gewerbe und Tourismus, mit dem die Bewahrung des Lebensraums Bregenzerwald erreicht werden soll.

Der Zusammenschluss von Bauern, Sennern, Gewerbetreibenden, Wirten und Handwerkern gibt Einblick in das bäuerliche Leben und die jahrhundertealte Käsetradition. Darüber hinaus trägt dieses Netzwerk von 200 branchenübergreifenden Mitgliedsbetrieben dazu bei, die Bregenzerwälder Kulturlandschaft, die kleinen Strukturen und heimischen, naturnahen Produkte zu bewahren und zu vermarkten. Von einer Straße im herkömmlichen Sinn kann also nicht die Rede sein.²⁵⁶

Eines der wichtigsten Ziele, des vor mehr als zehn Jahren gegründeten Vereins ist vor allem die Steigerung der regionalen Wertschöpfung für den Fremdenverkehr und die Landwirtschaft. Dabei soll insbesondere die Landwirtschaft vermehrt in die touristische Vermarktung integriert werden, da die etwa 1.000 Bauern der Region durch die traditionelle 3-Stufen-Bewirtschaftung für die einzigartige Kulturlandschaft sorgen. Dadurch ergibt sich eine wichtige Einheit mit dem Tourismus, der auch die wichtigste Einnahmequelle der Region, mit derzeit etwa 1,7 Millionen Nächtigungen pro Jahr, darstellt. Insgesamt verteilen sich diese Übernachtungen auf ca. 13.700 Gästebetten, von denen über 1.400 auf Bauernhöfen liegen.²⁵⁷

Darüber hinaus sollen durch den Aufbau von nachhaltigen Strukturen die natürlichen und kulturellen Ressourcen der Region bewahrt werden. Durch die selbstverständliche Zusammenarbeit zwischen Tourismus, Landwirtschaft, Gastronomie und regionalem

²⁵⁴ vgl. CIPRA, 2007, S. 132ff

²⁵⁵ vgl. Käsestrasse Bregenzerwald, o.J., S. 4

²⁵⁶ vgl. Lechner, 2001, S. 77f

²⁵⁷ vgl. Käsestrasse Bregenzerwald, o.J., S. 1ff

Gewerbe sollen die lokalen Ressourcen bestmöglich genutzt werden, um die heimische Kultur zu stärken und die tourismusbedingten sozialen, natürlichen und kulturellen Schäden zu vermindern, bzw. zu vermeiden.

Die Käseprodukte der Region wurden bereits zu Leitprodukten und Aushängeschildern der Region, die zu einer enormen Steigerung der regionalen Wertschöpfung geführt haben. Neben der Erhöhung des Direktverkaufs in der Region (Marktanteil liegt bei 20 Prozent) konnten vor allem lokale Arbeitsplätze gehalten und neue geschaffen sowie die Auspendlerquote gesenkt werden. Die regionalen Spezialitäten leisten zu dem einen Beitrag zu einer attraktiven, starken und zukunftsorientierten Region, wodurch erhöhte Wertschöpfung und eine Stärkung ländlicher Räume erzielt wird.

Der Verein „KäseStrasse Bregenzerwald“ wurde bereits mit zahlreichen nationalen und internationalen Preisen ausgezeichnet. Darunter mit dem „Landwirtschaftlichen & Touristischen Innovationspreis“, dem „Anerkennungspreis“ des Wissenschaftsministeriums und als erstes europäisches Projekt mit dem „ToDo-Award“.²⁵⁸

6.11.3. Hindelang – Natur & Kultur

Bad Hindelang ist eine 137 km² große Gemeinde im Allgäu im Südwesten der Bayerischen Alpen mit etwa 5.000 Einwohnern. In dem heilklimatischen Kurort mit Kneippheilbad, der seit über 100 Jahren von Urlaubern besucht wird, sind knapp 80 Prozent der Bevölkerung direkt oder indirekt vom Tourismus abhängig. Bad Hindelang ist einer der größten Tourismusorte Bayerns mit etwa 7.000 Gästebetten, fast einer Million Übernachtungen und ebenso vielen Tagesausflüglern.²⁵⁹

Trotz der großen Fremdenverkehrsströme soll durch eine Verbindung mit einer extensiven Berglandwirtschaft eine dauerhafte nachhaltige Tourismusedwicklung möglich sein. Um die landschaftlichen Reize und damit auch die Attraktivität für die Urlauber zu erhalten, sind heute bereits 85 Prozent der gesamten Gemeindefläche unter Landschafts- oder Naturschutz gestellt.

Mit Hilfe des 1992 gegründeten Vereins „Hindelang – Natur & Kultur“, dem sich 86 der 87 Landwirte angeschlossen haben, soll nicht nur eine ökologische, extensive Wirtschaftsweise forciert, sondern auch lokal erzeugte, qualitativ hochwertige Produkte vermarktet werden.

Da Landwirtschaft und Tourismus in Bad Hindelang in enger Verbindung stehen, ist auch Urlaub am Bauernhof ein starkes und wichtiges Segment in der Gemeinde. Vor allem im Bereich des Familienurlaubs ist der Aufenthalt auf einem Hof sehr bedeutend. Viele Landwirte haben sich neben einer ökologischen Wirtschaftsweise auch auf einen Qualitätstourismus auf dem Bauernhof spezialisiert.

²⁵⁸ vgl. Respect und IITF, 2002, S. 146ff

²⁵⁹ vgl. Bad Hindelang, 2009, S. 1

In Bad Hindelang bewegt sich der Großteil der landwirtschaftlichen Betriebe mit Vermietung im gehobenen drei und vier Sterne-Bereich.

Mit Hilfe dieses Vereins und des Markenzeichens sollen die Gäste für die Zusammenhänge zwischen Landwirtschaft, Naturschutz, Kulturlandschaft und regionalen Produkten sensibilisiert werden.²⁶⁰

Die gesamte regionale Entwicklung läuft unter dem Leitbild der Nachhaltigkeit, wodurch ein zukunftsfähiger, sozial- und naturverträglicher Tourismus, selbst im großen Rahmen, ermöglicht wird. Bei etwa einer Million Übernachtungen mit modernen Bergbahnen und Beschneiungsanlagen kann man zwar nicht von einem „sanften“ Fremdenverkehr im eigentlichen Sinn sprechen, aber dennoch fühlt sich Bad Hindelang dem „intelligenten“ Tourismus verbunden. Hierbei wird versucht in Zusammenarbeit mit der Landwirtschaft und dem Naturschutz die Wertschöpfung aus dem Tourismus auch für spätere Generationen zu erhalten.

In Bad Hindelang wird gezeigt, dass auch in einem Fremdenverkehrsort dieser Größenordnung Tourismus im Einklang mit Natur und Kultur funktionieren kann. Mit Hilfe eines umwelt- und sozialverträglichen Fremdenverkehrs soll die Berglandwirtschaft gesichert werden und ein Großteil der Investitionen in der Gemeinde erfolgen, um eine größtmögliche regionale Wertschöpfung zu erreichen. Denn Landwirtschaft und Tourismus sind in Bad Hindelang seit Jahrzehnten sehr stark voneinander abhängig und könnten ohneinander nicht existieren.²⁶¹

Das Projekt „Hindelang – Natur & Kultur“ versteht sich als geschlossenes System, in dem die extensive Landwirtschaft die Landschaft und Natur erhält und somit die Haupteinnahmequelle Tourismus nachhaltig stabilisiert wird.

Neben der positiven Fremdenverkehrsstatistik sprechen die zahlreichen nationalen und internationalen Preise für den Erfolg dieses Gesamtkonzepts. Bereits 1997 wurde Bad Hindelang mit dem europäischen Umweltpreis „Tourism for Tomorrow“ und als „umweltfreundlichster Fremdenverkehrsort“ mit dem Bundespreis „Tourismus und Umwelt“ ausgezeichnet.²⁶²

²⁶⁰ vgl. Bad Hindelang, 2006, S. 1ff und Interview Hillmeier, 11.01.2010

²⁶¹ vgl. Interview Hillmeier, 11.01.2010

²⁶² vgl. Bad Hindelang, 2006, S. 5

7. Urlaub am Bauernhof im Ländervergleich

Urlaub am Bauernhof erfreut sich europaweit immer größerer Beliebtheit und mit dem steigenden Interesse wächst auch das Angebot in den einzelnen Ländern. Allein in **Deutschland** gibt es mittlerweile über 20.000 Ferienbauernhöfe, mit mehr als 25 Millionen Nächtigungen, wovon knapp die Hälfte auf Bayern entfällt.²⁶³

Im Jahr 2006 waren das über 1,6 Millionen deutsche Bauernhofurlauber, die fünf Tage oder länger geblieben sind und einen Gesamtumsatz von über 943 Millionen Euro eingebracht haben. Bayern ist nicht nur eines der beliebtesten, sondern mit fast 12 Millionen Nächtigungen auch das größte deutsche Urlaub am Bauernhof-Ziel. Damit weißt der Freistaat mehr als doppelt so viele Übernachtungen auf, wie der gesamte österreichische Urlaub am Bauernhof.

In Deutschland verbringen etwa 48 Prozent der Gäste ihren Urlaub in Ferienwohnungen und bleiben durchschnittlich 11,7 Tage am Hof. Während dieser Zeit geben sie etwa 575 Euro pro Person aus.²⁶⁴

In **Spanien** fand die Entwicklung von Urlaub am Bauernhof relativ spät statt, jedoch mit jährlichen Wachstumsraten von bis zu 100 Prozent. Der Grund für das späte Aufkommen von Tourismus in ländlichen Räumen liegt vor allem an der „Tradition“ des Massentourismus in den Küstenregionen, wodurch immer ein gewisses Unverständnis für individuelle Angebote und Konzepte herrschte. Darüber hinaus war die Wertschätzung gegenüber Umwelt, ländlicher Kultur und Natur in der Gesellschaft noch nicht ausreichend ausgeprägt. Das größte Angebot von Urlaub am Bauernhof in Spanien findet man in den nördlichen Provinzen, die vor allem durch ihre Nähe zu industriell-städtischen Ballungsräumen, der attraktiven Berglandwirtschaft, dem angenehm milden Klima und den großzügigen Fördermitteln klar im Vorteil sind.²⁶⁵

Spanien liegt also mit seinen 1.600 Anbietern, vor allem im Norden des Landes (Aragón, Baskenland, Katalonien) noch am Anfang der Entwicklung, jedoch mit stark steigender Tendenz bei Angebot und Nachfrage.

In **Finnland** gibt es etwa 2.000 bäuerliche Vermieter, für die der Tourismus neben der Forstwirtschaft die einzige Möglichkeit darstellt, zusätzliches Einkommen zu erwirtschaften. Ähnlich wie in anderen europäischen Ländern, ist das Angebot in der **Schweiz** (ca. 250 Anbieter mit etwa 2.000 Betten) und in den mittel- und osteuropäischen Transformationsländern noch gering, wobei auch hier verstärkte Nachfrage besteht.²⁶⁶

²⁶³ vgl. Steinecke, 2006, S. 211ff

²⁶⁴ vgl. Baumbach, 2007, S. 39f

²⁶⁵ vgl. Ehrlich, 1996, S. 29ff

²⁶⁶ vgl. Steinecke, 2006, S. 211ff

Der Schweizer Agrotourismus ist weiterhin relativ unbedeutend, da der Fremdenverkehr hier traditionell von der Hotellerie geprägt ist und die Angebote im ländlichen Tourismus relativ neu sind. Von den über 63.000 landwirtschaftlichen Betrieben bieten lediglich 0,4 Prozent Urlaub am Bauernhof an.²⁶⁷

Zu den wichtigsten Konkurrenzländern für den österreichischen Bauernhofurlaub zählt neben Deutschland vor allem Italien. Daher wird im folgenden Kapitel nun der italienische Agriturismo genauer betrachtet, da das Angebot dem österreichischen Bauernhofurlaub einerseits sehr ähnlich ist (vor allem in Südtirol), sich andererseits aber in weiten Teilen Italiens grundlegend von dem in Österreich unterscheidet (Toskana und Umbrien beispielsweise).

7.1. Urlaub am Bauernhof in Italien

Nach dem Vorbild anderer europäischer Länder mit bereits längerer agritouristischer Tradition (z.B. Österreich oder Frankreich) wurde am 10. Februar 1965 die „Associazione Nazionale Agricoltura e Turismo“ (AGRITURIST) in Rom gegründet. Mit der Gründung dieser Organisation kam es auch zur Entwicklung von „Agriturismo“ in Italien im größeren Stil. Auch heute noch ist AGRITURIST der größte Verein im landwirtschaftlichen Tourismus.²⁶⁸

Anders als in Österreich, wo bereits Anfang der 1970er Jahre jeder dritte Bauernhof in Tirol Zimmer an Gäste vermietete, begann sich das Angebotssegment Urlaub am Bauernhof in Italien erst allmählich in größerem Umfang zu entwickeln. Während in Österreich zu dieser Zeit das Angebot mit über 30.000 bäuerlichen Vermietern seinen höchsten Stand erreichte, stand der italienische Agriturismo mit Ausnahme der Provinzen Südtirol und Trentino quasi noch am Anfang. In dieser Zeit wurden neben AGRITURIST auch noch zwei weitere agritouristische Vereinigungen gegründet (TERRANOSTRA und TURISMO VERDE). Alle drei Organisationen gehören wiederum einer der drei italienischen Bauernverbände an.

Wie in Österreich auch, wurden zu Beginn vor allem jene Zielgruppen angesprochen, die einen Urlaub in möglichst natürlicher Umgebung verbringen wollten oder jene, die sich nur eine preiswerte Unterkunft leisten konnten. Gleich wie in vielen europäischen Ländern setzte sich schnell das Image des Billig- und Primitivurlaubs durch, das durch gezielte Qualitätsanhebungen verbessert werden sollte.

Die Aufgabe der nationalen Dachverbände bestand nun darin, die Qualität, das Image und den Wert dieses touristischen Angebots so zu steigern, damit das vorhandene Gästepotential voll ausgeschöpft werden kann.

²⁶⁷ vgl. Baumbach, 2007, S. 41

²⁶⁸ vgl. <http://www.agriturist.it/de/agriturist.php?IdCategoria=13&IdSottomenu=47> [19.10.2009]

Diese Umpositionierung funktionierte von Anfang an relativ gut, da über drei Viertel aller bäuerlichen Vermieter einer der drei agritouristischen Dachverbände angehörten.²⁶⁹

Da sich mit der steigenden Nachfrage immer neue Angebotsformen entwickelten, die aber nicht mehr diesen starken integrativen Bezug zum landwirtschaftlichen Betrieb aufwiesen, wurde 1985 ein nationales Rahmengesetz für bäuerliche Vermietungen eingeführt.²⁷⁰

Italien hat als einziges Land dieses spezielle Agriturismogesetz, das vor allem zur Förderung der typischen regionalen Produkte, der Wiederverwendung alter ländlicher Gebäude und der Verbesserung der landwirtschaftlichen Einkommen erlassen wurde.²⁷¹ Das Gesetz Nr. 730 vom 5. Dezember 1985 legte die Rahmenbedingungen fest, innerhalb derer agritouristischen Aktivitäten entwickelt und ausgeübt werden können.

Vor dieser Richtlinie gab es aber bereits eine Reihe regionaler Gesetzgebungen, die sich mit der Förderung des ländlichen Tourismus oder den Entwicklungsmöglichkeiten von landwirtschaftlichen Betrieben auseinandergesetzt haben.²⁷²

Zu den interessantesten Regelungen zählt dabei sicherlich die Tatsache, dass die Ausübung agritouristischer Tätigkeiten nur in Zusammenhang mit einer aktiven Landwirtschaft erfolgen darf, wobei die landwirtschaftlichen Tätigkeiten überwiegen müssen. Dadurch soll die Eigenheit dieses touristischen Angebots gewährleistet bleiben und Tourismus bewusst als Zusatzeinkommen fungieren, um die Verwahrlosung der für den Tourismus so wichtigen Kulturlandschaft zu verhindern. Darüber hinaus dürfen nur Zimmer in bereits bestehenden landwirtschaftlichen Gebäuden vermietet werden, um wertvolle bäuerliche Kulturgüter zu erhalten.²⁷³

Am 20. Februar 2006 wurde ein neues Agriturismogesetz verabschiedet, das sich mehr an den Inhalten des EU-Programms zur Entwicklung ländlicher Räume orientiert. Dennoch enthält auch diese Gesetzgebung genaue Rahmenbedingungen für agritouristische Aktivitäten und geeignete Tourismusformen in ländlichen Räumen.²⁷⁴

Der Agriturismo hat in Italien eine besondere Bedeutung, da neben der Eingliederung in ländliche Räume, anders als bei anderen Tourismusformen, vor allem der traditionelle Baustil, das äußere Erscheinungsbild des Bauernhofs und die Echtheit und Eigentümlichkeit der Speisen in Verbindung mit deren Eigenproduktion von Relevanz sind.²⁷⁵

²⁶⁹ vgl. Prantner, 1996, S. 105ff

²⁷⁰ vgl. Prantner, 1996, S. 50

²⁷¹ vgl. <http://www.agriturist.it/de/agriturist.php?IdCategoria=13&IdSottomenu=47> [19.10.2009]

²⁷² vgl. <http://www.agriturist.it/agriturist.php?IdCategoria=3&IdSottomenu=19&IdSottoSottoMenu=170> [19.10.2009]

²⁷³ vgl. Prantner, 1996, S. 107

²⁷⁴ vgl. <http://www.agriturismo.it/showall.asp?idextra=45> [21.10.2009]

²⁷⁵ vgl. Prantner, 1996, S. 61

7.1.1. Dimensionen des italienischen Agriturismo

Der Großteil der heute knapp 20.000 Urlaubsbauernhöfe (Tabelle 5) liegt in den Regionen Toskana und Alto Adige-Trentino. Da sich über 40 Prozent der Betriebe in diesen Gebieten befinden, lässt darauf schließen, dass die agritouristische Entwicklung vor allem in unmittelbarer Nähe zu den traditionellen Tourismusdestinationen stattgefunden hat (Tabelle 4).²⁷⁶

Region	Anzahl der Agriturismobetriebe	in % aller landwirtschaftlichen Betriebe
Toscana	4.100	22,9
A. Adige-Trentino	3.270	18,3
Veneto	1.218	6,8
Lombardia	1.025	5,7
Umbria	1.010	5,7
Emilia Romagna	840	4,7
Piemonte	810	4,6
Campania	749	4,2
Marche	739	4,1
Sardegna	681	3,8
Abruzzo	550	3,1
Lazio	480	2,7
Friuli V. Giulia	465	2,6
Calabria	459	2,6
Sicilia	399	2,2
Liguria	370	2,1
Puglia	295	1,7
Basilicata	240	1,4
Molise	87	0,5
Valle d'Aosta	58	0,3
Summe	17.895	100

Tabelle 4: Angebot der Agriturismobetriebe nach Regionen, April 2008²⁷⁷

Allein in Südtirol (Alto Adige) gibt es über 2.600 Urlaub am Bauernhof-Betriebe, auf die jedoch nur 6 Prozent der getätigten Nächtigungen fallen. Trotz der hohen Zahl an Vermietern

²⁷⁶ vgl. Prantner, 1996, S. 69

²⁷⁷ Quelle: <http://www.agriturist.it/agriturist.php?IdCategoria=4&IdSottomenu=53&IdSottoSottoMenu=907> [19.10.2009]

ist der Urlaub am Bauernhof in Südtirol nur eine kleine Nische. Dies lässt sich aufgrund des in Europa und Italien einzigartigen Gesetzes erklären, das besagt, dass nur eine maximale Anzahl von vier Ferienwohnungen bzw. sechs Privatzimmern zugelassen ist.²⁷⁸

Die hohe Dichte an Urlaubsbauernhöfen in Südtirol lässt sich vor allem aufgrund der strukturellen Schwächen und Bewirtschaftungerschwernissen in der Landwirtschaft und der faszinierenden Landschaft erklären. In dieser alpin geprägten Provinz ist daher der Tourismus, neben der traditionellen Landwirtschaft eines der wichtigsten Standbeine.

Darüber hinaus gehört auch noch Umbrien zu den beliebtesten Destinationen, wenn es um Urlaub am Bauernhof geht. Genau wie in der Toskana ist es hier die Nähe zu kulturellen Highlights, die Bauernhofurlauber anziehen. Hier besteht die Möglichkeit den Aufenthalt in natürlicher Umgebung auf dem Land zu genießen, gleichzeitig aber auch die Chance zu haben, große kulturelle Sehenswürdigkeit in den nahe gelegenen Städten zu besuchen. Aber auch die landschaftliche Schönheit, die hügelige Umgebung und die einzigartigen lokalen Produkte machen die Toskana und Umbrien zu beliebten Urlaubszielen für ländliche Touristen.²⁷⁹

	2007	2008	Veränderungen 2008 zu 2007	2009	Veränderungen 2009 zu 2008
Agritourismusbetriebe	17.720	18.674	+ 5,4%	19.551	+ 4,7%
Betriebe mit Restaurant	8.516	8.933	+ 4,9%	9.299	+ 4,1%
Bettenkapazität (in 1.000)	179,9	192,1	+ 6,8%	202,7	+ 5,5%
Betten pro Betrieb	12,14	12,25	+ 0,9%	12,30	+ 0,4%
Ankünfte gesamt (in 1.000)	2.820	2.820	---	2.820	---
Ausländische Gäste (in Prozent)	28%	29%	+ 3,5%	30%	+ 3,3%
Nächtigungen (in Mio.)	13,11	12,97	- 1,1%	12,83	- 1,1%
Aufenthaltsdauer	4,65	4,60	- 1,1%	4,55	- 1,1%
Jahresumsatz (in Mio. €)	1.130	1.118	- 1,2%	1.105	- 1,2%
Durchschnittlicher Jahresumsatz pro Betrieb (in €)	63.800	59.869	- 6,2%	56.519	- 5,6%

Tabelle 5: Statistik zum italienischen Agritourismus, Februar 2009²⁸⁰

²⁷⁸ vgl. Interview Knolleisen, 19.11.2009

²⁷⁹ vgl. Garruti, 2003, S. 315

²⁸⁰ Quelle: <http://www.agriturist.it/agriturist.php?IdCategoria=4&IdSottomenu=53&IdSottoSottoMenu=326>
[19.10.2009]

Anfang der 1990er Jahre lag die Zahl der Betriebe, die Urlaub am Bauernhof angeboten haben, bei etwa 6.000 mit einem Angebot von 55.000 Betten und einem Umsatz von ca. 108 Millionen Euro. Bereits 10 Jahre später stieg das Agriturismo-Angebot auf über 10.000 landwirtschaftliche Betriebe mit einem Umsatz von 700 Millionen Euro.²⁸¹

In Italien gibt es heute knapp 20.000 landwirtschaftliche Betriebe mit über 200.000 Betten, die mit „Agriturismo“ ein zusätzliches Einkommen erwirtschaften. Insgesamt liegt der Umsatz bei etwas über 1,1 Mrd. Euro und ist im Lauf der letzten Jahre um circa 1,2 Prozent gefallen. Ab dem Jahr 2002 kam es zwar zu einer Verlangsamung des Wachstums, wobei die Zahl der Agriturismo-Betriebe dennoch um etwa 5 Prozent jährlich wächst.²⁸²

Mit dieser steigenden Anzahl an Urlaubsbauernhöfen und Betten, jedoch bei gleich bleibenden Ankünften und kürzerer Aufenthaltsdauer bedeutet das ein Absinken des Gesamtumsatzes und weniger Einnahmen für die einzelnen Landwirte. Allein in den letzten drei Jahren kam es zu einem durchschnittlichen Rückgang der Erlöse um etwa 6 Prozent. Gleichzeitig stieg aber die Bettenkapazität um mehr als sechs Prozent und die Aufenthaltsdauer ging um über ein Prozent zurück.

Von den etwa 1,1 Mrd. Euro Jahresumsatz werden allein in Südtirol über 50 Millionen Euro mit Urlaub am Bauernhof erwirtschaftet. Gemeinsam mit der Weinwirtschaft liegt dieser landwirtschaftliche Betriebszweig an dritter Stelle, hinter der Obst- und Milchwirtschaft.

Aufgrund der steigenden Anzahl an Urlaubsbauernhöfen und der zunehmenden internationalen Konkurrenz werden in Zukunft vor allem Qualitätsverbesserungen und Komfort entscheidend dazu beitragen, einen ausreichenden Ertrag aus dem agritouristischen Angebot zu erwirtschaften.²⁸³

7.1.2. Qualität des italienischen Agriturismo

Wie bereits in Kapitel 7.1. erwähnt, hatte auch der italienische „Agriturismo“ lange Zeit das Image des Billigtourismus, der sich auf jene Zielgruppen mit geringerem Einkommen beschränkte, bzw. auf solche Urlauber, die bereit waren sich an die einfache Ausstattung anzupassen. Aber auch in diesem Bereich wurde bald erkannt, dass das touristische Entwicklungspotential entscheidend von der Qualität und den Angebotsleistungen abhängt, worauf hin die Höfe soweit ausgestattet wurden, dass sie den Minimalanforderungen eines modernen Gastes entsprachen.²⁸⁴

²⁸¹ vgl. <http://www.agriturist.it/agriturist.php?IdCategoria=3&IdSottomenu=19&IdSottoSottoMenu=170>
[19.10.2009]

²⁸² vgl. <http://www.agriturist.it/agriturist.php?IdCategoria=4&IdSottomenu=53&IdSottoSottoMenu=326>
[19.10.2009]

²⁸³ vgl. Interview Knolleisen, 19.11.2009

²⁸⁴ vgl. Prantner, 1996, S. 64f

2003 wurde dann ein Qualitätsgütesiegel von AGRITOURIST eingeführt (Abbildung 14), das dem Gast einen besseren Überblick über das touristische Angebot geben soll. Betriebe mit diesem Siegel stehen für Qualität und bieten Urlaubern traditionelle Unterkünfte, regionale Speisen und Getränke, sowie zahlreiche kulturelle Sehenswürdigkeiten und Brauchtümer. Darüber hinaus wird den Gästen ein Einblick in landwirtschaftliche Abläufe gegeben und sie erleben einen Urlaub in der Natur in einer familiären und freundlichen Umgebung.²⁸⁵



Abbildung 14: Qualitätskategorisierung von AGRITURIST²⁸⁶

7.1.3. Zielgruppen des italienischen Agriturismo

Die große Mehrheit der italienischen Bauernhofurlauber verbindet also mit diesem touristischen Angebotssegment Natur, schöne Landschaft, Ruhe und Entspannung, sowie Tradition und Brauchtum.

Dennoch steht das Interesse, die Landwirtschaft näher kennen zu lernen, bei vielen italienischen Gästen nicht an vorderster Stelle, obwohl der direkte Bezug zur bäuerlichen Realität und zur aktiven Landwirtschaft die Hauptattraktionen von Agriturismo darstellen. Offensichtlich haben Reisende, die sich für einen Urlaub am Bauernhof entscheiden, Erwartungen und Vorstellungen, die mit der Landwirtschaft im engeren Sinn zunehmend weniger in Verbindung stehen.²⁸⁷

Den typischen Urlaub am Bauernhof-Gast gibt es nicht mehr in Italien. Neben Familien mit Kindern sind es vor allem Erholung suchende Genusstouristen oder Qualitätsurlauber, die sich in toskanische Bauernhäuser auf 5-Sterne Niveau einmieten. Dazu kommen gesundheitsbewusste Urlauber, aktive Senioren, Naturfreunde und Sportler, die alle einen immer größer werdenden Anspruch an eine intakte Umwelt und gute Qualität in allen Bereichen stellen.

²⁸⁵ vgl. <http://www.agriturist.it/agriturist.php?IdCategoria=3&IdSottomenu=19&IdSottoSottoMenu=170>
[19.10.2009]

²⁸⁶ Quelle:<http://www.agriturist.it/de/agriturist.php?IdCategoria=13&IdSottomenu=47&IdSottoSottoMenu=1154>
[19.10.2009]

²⁸⁷ vgl. Prantner, 1996, S. 77ff

Ähnlich wie in anderen europäischen Ländern auch, sind es daher kaum mehr ökonomische Motive, die Bauernhofurlauber dazu veranlassen, sich für dieses touristische Angebotssegment zu entscheiden.

Der italienische Bauernhofurlauber ist daher meist zwischen 30 und 50 Jahren alt, kommt zu 80 Prozent aus mittlerer oder höherer sozialer Schicht, verfügt oftmals über eine bessere Bildung mit einem dementsprechenden Einkommen und kommt vor allem aus den Agglomerationsräumen Norditaliens. Obwohl es in vielen Regionen große Angebotszuwächse gab, befinden sich die meisten Urlaubsbauernhöfe, auch aufgrund der regen Nachfrage, noch immer in der Toskana, im Trentino und in Südtirol.²⁸⁸

Entspannung und natürliche Umgebung werden vor allem von städtischen Touristen gesucht und da es in Italien, im Vergleich zu Österreich, zahlreiche große urbane Agglomerationen gibt, ist die heimische Nachfrage nach Urlaub am Bauernhof in Italien besonders groß. Während die inländischen Gäste auf österreichischen Höfen, je nach Unterkunftsart, zwischen 18 und 31 Prozent ausmachen, sind es in Italien etwa 70 Prozent.

7.1.4. Zukunft des italienischen Agritourismus

Die zukünftige Entwicklung des italienischen Agritourismus hängt in erster Linie von der Qualität der Angebote ab und der Professionalität sowie Kreativität, bei der Vermarktung dieser natur- und kulturverbundenen Urlaubsform.

Italien hat ein sehr großes agritouristisches Entwicklungspotential und liefert geradezu mustergültige Beispiele für verschiedenste Formen von Urlaub am Bauernhof. Von sardinischen Bauerndörfern, über historische Landhäuser in der Toskana, bis zu alpinen Bergbauernhöfen in Südtirol, bleibt dem Gast die Qual der Wahl.²⁸⁹

Da immer mehr Anforderungen an Urlaub am Bauernhof gestellt werden, versuchen die Landwirte den Zeitaufwand für die bäuerliche Vermietung so gering wie möglich zu halten. Daher tendieren auch in Italien immer mehr Bauern zu selbst versorgenden Ferienwohnungen und damit weg von betreuungsintensiver Privatzimmervermietung. Denn laut Agritourismusgesetz ist es nicht erlaubt, zusätzliches Personal für die Vermietung einzustellen.²⁹⁰

Obwohl es vielerorts zu rückläufigen Erträgen kommt, betreibt laut einer Studie der Urlaub am Bauernhof-Organisation „Roter Hahn“ in Südtirol, der Großteil der Landwirte die bäuerliche Vermietung aus finanziellen Gründen, dicht gefolgt von der Freude am Umgang

²⁸⁸ vgl. Prantner, 1996, S. 107f

²⁸⁹ vgl. Prantner, 1996, S. 82f

²⁹⁰ vgl. Prantner, 1996, S. 74

mit Gästen. Aber auch steuerliche Vorteile oder Hauserweiterung wurden als Einstiegsgründe für Urlaub am Bauernhof genannt.²⁹¹

7.1.5. Stärken-Schwächen-Katalog

Die nachstehende Stärken-Schwächen-Analyse des italienischen Agriturismo ergibt sich aufgrund der recherchierten Literatur und den Interviews, die zu diesem Thema geführt wurden:

Stärken

- + nur die Verwendung bereits existierender Gebäude ist erlaubt – das Landschaftsbild wird daher nicht negativ beeinträchtigt und kulturell wertvolle Bausubstanz und regionstypische Architektur bleibt erhalten
- + positive tourismusrelevante Italienimages, wie etwa Küche, Gastfreundschaft oder Klima sind vorteilhaft für den Agriturismo
- + zunehmende ökotouristische Erschließung von Natur- und Nationalparks
- + einziges europäisches Land mit einem eigenen Agriturismogesetz
- + zahlreiche agritouristische Verbände
- + hoher Anteil bei der Mitgliedschaft in den agritouristischen Verbänden
- + großes Angebot an gehobener Küche an den Höfen

Schwächen

- unzählige administrative und gesetzliche Vorschriften
- hohe Anfangsinvestitionen durch Restaurierung leer stehender Gebäude
- gering ausgeprägtes Marketingdenken der bäuerlichen Vermieter
- Gefahr des Image- und Qualitätsverlustes durch übertriebene Unterkünfte bei mangelnder Qualität
- sinkende Erträge durch wachsendes Angebot
- Gefahr der Marktsättigung, vor allem in Südtirol

²⁹¹ vgl. Interview Knolleisen, 19.11.2009

7.2. Unterschiede und Gemeinsamkeiten mit Österreich

Der österreichische Urlaub am Bauernhof mit seiner Vertretung durch den Bundesverband hat gegenüber Italien und anderen europäischen Ländern viele klare Vorteile.²⁹²

- eine Organisation und eine Strategie für das gesamte Land
- weitgehend koordinierter und abgestimmter Marktauftritt
- große Nähe zu den Mitgliedern durch die regionalen Vertreter und die enge Zusammenarbeit mit den Landwirtschaftskammern.
- klare Organisationsform und Unterstützung durch die Ministerien
- führend bei Angebots- und Produktentwicklung durch die Einführung von Kategorisierungen und Spezialisierungen für bestimmte Zielgruppen
- relative hohe Mitgliederzahl im Verhältnis zur Größe des Landes und zur Bedeutung der Landwirtschaft
- internationalere Ausrichtung

Während in Österreich unter Urlaub am Bauernhof meist ein landwirtschaftlicher Betrieb mit zahlreichen Tieren speziell für die Zielgruppe Familie mit Kindern verstanden wird, haben sich in Italien verschiedenste Angebotsformen, die von aktiver Mithilfe bei der Ernte bis zu Luxusaufenthalten in restaurierten Bauernhöfen in der Toskana reichen, entwickelt.²⁹³

Da die spezifischen Eigenheiten von Urlaub am Bauernhof aufrechterhalten werden sollen, ist es in Österreich eine Auflage des Bundesverbandes Urlaub am Bauernhof an die Mitglieder, dass die bäuerliche Vermietung nur auf einem lebendigen Hof stattfinden darf. Obwohl in Italien dieser Umstand sogar gesetzlich geregelt ist und die Landwirtschaft gegenüber der Vermietung überwiegen muss, gibt es keine genauen Angaben darüber, welche Bewertungskriterien herangezogen werden.

Häufig wird auch die Landwirtschaft aufgegeben und die Gästebeherbergung gewerblich betrieben. Dann wird zwar der Urlaub noch auf einem Bauernhof verbracht, hat aber abgesehen von den landwirtschaftlichen Gebäuden nicht mehr viel mit einer „lebendigen“ Landwirtschaft zu tun. Hier geht es dann darum, zwischen echtem Agriturismo und ländlichem Fremdenverkehr zu unterscheiden.²⁹⁴

Darüber hinaus ist in Südtirol und im restlichen Italien eine Erweiterung der Bausubstanz ausschließlich für geschlossene Höfe möglich, wobei nur bereits vorhandene Gebäude zur Vermietung verwendet werden dürfen.

²⁹² vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2001, S. 7

²⁹³ vgl. Prantner, 1996, S. 115f

²⁹⁴ vgl. Prantner, 1996, S. 50f

Speziell in Südtirol dürfen nicht mehr als 250 m² verbaut werden, wodurch die bestehenden Strukturen optimal genutzt werden, um die Gäste zu beherbergen, ohne dabei das Landschaftsbild zu beeinträchtigen.²⁹⁵

In Österreich gibt es zwar kein Gesetz, welches besagen würde, dass nicht mehr als 250 m² verbaut werden dürfen. Aufgrund der strengen Bauordnung ist es jedoch nur erlaubt, die bereits auf dem Grundstück vorhandenen Gebäude für die Vermietung zu verwenden. Da der Großteil der Urlaubsbauernhöfe im Grünland liegt, ist die Gästebettenanzahl normalerweise auf 10 begrenzt und dadurch auch der Entwicklungsbereich limitiert.²⁹⁶

Sowohl in Österreich als auch in Italien gibt es ein Qualifizierungssystem, mit dem versucht wird, den Gästen einen Überblick über das touristische Angebot zu verschaffen. Anders als in Österreich, sagt jedoch das Qualitätsgütesiegel der agritouristischen Vereinigungen, wenig über die genaue Ausstattung der Bauernhöfe aus. Hierbei ist Südtirol nicht mehr mit dem restlichen Italien vergleichbar, da es hier ein ähnliches Qualifizierungssystem wie in Österreich gibt, in dem alle Urlaubshöfe vom Landesamt „zwangs“eingestuft und anhand eines Kriterienkatalogs ein bis vier Blumen vergeben werden.²⁹⁷

Südtirol und Bayern sind von der Struktur, von den Höfen und vom Angebot her generell sehr ähnlich wie der österreichische Urlaub am Bauernhof. In Bayern liegen die Preise jedoch etwa 10 bis 15 Prozent unter jenen von Österreich oder Südtirol, wodurch deutsche Urlauber diese beiden Länder als teurer empfinden. Während die heimischen Urlaub am Bauernhof-Betriebe zurückgehen, boomt der Agritourismus in Südtirol. Mit einem stetig steigenden Angebot besteht jedoch auch die Gefahr der Marktsättigung.

Urlaub am Bauernhof in anderen italienischen Provinzen, wie etwa der Toskana oder Umbrien, unterscheidet sich deutlicher vom österreichischen Angebot. Mittlerweile hat Urlaub am Bauernhof ein völlig unterschiedliches Image und wird auch als ganz anderes Produkt beworben. Es geht weniger um Tiere als viel mehr um Kulinarik und Wein. Auch die Nachfrage nach luxuriöserer Ausstattung, wie etwa einem Swimmingpool ist in Italien viel höher. Schwimmbäder gehören auf vielen Höfen daher bereits zur Grundausstattung.

Generell handelt es sich um ein sehr hochpreisiges Segment mit einem exklusiveren Image, das zu 90 Prozent über Reisebüros vermarktet wird. Im Gegensatz dazu werden in Österreich lediglich 17 Prozent der Bauernhofurlaube über Reisebüros gebucht. Der Großteil der Gäste bucht seinen Urlaub immer noch direkt über das Telefon oder das Internet.²⁹⁸

Aufgrund der oftmals geringen Bettenkapazität, eines hohen Stammgästeanteils und einer zufrieden stellenden Mund-zu-Mund-Propaganda setzen viele österreichische Landwirte auf direkte Buchungsmöglichkeiten und bedienen sich keiner Reisebüros.

²⁹⁵ vgl. Interview Knolleisen, 19.11.2009

²⁹⁶ vgl. Interview Embacher, 03.12.2009

²⁹⁷ vgl. Interview Knolleisen, 19.11.2009

²⁹⁸ vgl. Interview Embacher, 03.12.2009

Genau wie in Österreich, sind die meisten ausländischen Gäste in Südtirol, mit mehr als 50 Prozent, deutsche Urlauber. Dieser ungünstige Nationenmix soll durch eine verstärkte Bearbeitung anderer europäischer Märkte ausgeglichen werden. Die Benelux-Staaten sind heute bereits sehr wichtig für die Südtiroler Urlaub am Bauernhof-Betriebe. Ebenso wie in Österreich sind auch die Ankünfte aus den osteuropäischen Ländern gestiegen, mit weiterhin wachsendem Marktanteil. Im restlichen Italien hingegen spielen mit über 70 Prozent vor allem die inländischen Gäste eine wichtige Rolle.

Die stärkere Ausrichtung auf Kulinarik und gehobenes Klientel und weniger auf Familien spiegelt sich auch in der Aufenthaltsdauer wieder. Während die österreichischen Bauernhofurlauber durchschnittlich 8,2 Tage in Land bleiben, reisen die italienischen Gäste bereits nach 4,5 Tagen wieder ab (Tabelle 5).

Anders als in Österreich, hat das gastronomische Angebot auf Bauernhöfen in vielen Provinzen Italiens eine große Bedeutung. Italienischer Agriturismo wird vor allem mit gutem Essen in ausgezeichneten Gasthäusern in Verbindung gebracht. Etwa 63 Prozent aller Urlaub am Bauernhof-Betriebe in Italien bieten Gastronomie in Verbindung mit Übernachtung an. Das ist sicher mit ein Grund für die Beliebtheit dieser Urlaubsform im ländlichen Tourismus Italiens.²⁹⁹

Das Vorhandensein von Restaurants mit gehobener Küche erklärt auch den höheren durchschnittlichen Jahresumsatz pro landwirtschaftlichem Betrieb, der in Italien fast doppelt so hoch ist, wie jener der Mitgliedsbetrieb vom österreichischen Bundesverband Urlaub am Bauernhof (Kapitel 6.9. und Tabelle 5)

Beim italienischen Agriturismo, mit Ausnahme von Südtirol, stehen weder Familien besonders im Mittelpunkt, noch kann er als preisgünstige Urlaubsform bezeichnet werden, da die Preise durchschnittlich ein Drittel über jenen von Österreich liegen. Dadurch unterscheiden sich das Image und die Angebotsstruktur sehr stark vom österreichischen Urlaub am Bauernhof.

Nun wird auch im internationalen Vergleich klar, dass trotz unterschiedlicher Bezeichnungen, Preisniveaus und Angebotstrukturen, die Botschaft immer die gleiche ist – bei Urlaub am Bauernhof soll den Gästen das Gefühl für das Land, die Natur und die Traditionen vermittelt, sowie landestypische Speisen und die Landwirtschaft näher gebracht werden.³⁰⁰

²⁹⁹ vgl. Interview Dax, 17.12.2009

³⁰⁰ vgl. <http://www.agriturist.it/de/agriturist.php?ldCategoria=13&ldSottomenu=47> [19.10.2009]

8. Resümee und Ausblick

Da die Landwirtschaft in peripheren ländlichen Räumen zweifellos eine wichtige Rolle spielt und dabei vielfältige Aufgaben übernimmt, ist mittlerweile klar geworden, dass die Entwicklung dieser Regionen nur in Verbindung mit intakten landwirtschaftlichen Strukturen funktionieren kann.

Trotzdem kommt es durch die soziale und wirtschaftliche Schwächung peripherer Räume immer häufiger zu Landschaften ohne Landwirtschaft, was weit reichenden Folgen für den Fremdenverkehr mit sich bringt.

Denn der wohl wichtigste Beitrag der Landwirte zum Erhalt ländlicher Räume ist die Gestaltung und Pflege der regionstypischen Kulturlandschaft, um dadurch eine Grundlage für den Tourismus zu schaffen. Darüber hinaus werden durch die bäuerliche Kultur und das traditionelle Brauchtum weitere Qualitätsmerkmale für den Fremdenverkehr bereitgestellt und gleichzeitig die Lebensqualität in diesen Regionen erhöht. Insbesondere periphere ländliche Räume mit wirtschaftlichen Problemen, aber einer intakten Natur- und Kulturlandschaft haben sich zunehmend auf den Tourismus eingestellt. Obwohl sich daraus viele negative Auswirkungen ergeben können, zählen die Touristen zu den wichtigsten Abnehmern landwirtschaftlicher Produkte und der Fremdenverkehr hat aufgrund der zahlreichen Zuerwerbsmöglichkeiten einen höchst positiven Einfluss auf die Landwirtschaft, die regionale Wirtschaft und die Siedlungsentwicklung.

Eine Diversifizierung der ländlichen Wirtschaft und des Agrarsektors ist unverzichtbar, um lebendige, zukunftsfähige periphere Räume zu erhalten. Dabei kann Tourismus, in Verbindung mit anderen Wirtschaftssektoren, in vielen dieser Regionen jenes Instrument sein, mit dem eine Verbesserung der Situation erzielt werden kann. Um eine Diversifizierung der regionalen Wirtschaft zu erreichen, ist es vor allem in landwirtschaftlich geprägten Gebieten wichtig, Erwerbskombinationen und den Aufbau regionaler, sektorübergreifender Kooperationen zu forcieren. Insbesondere durch die enge Beziehung zwischen Landwirtschaft und Tourismus, in Verbindung mit der Direktvermarktung, die in vielen heimischen Regionen bereits stark mit dem Fremdenverkehr verknüpft ist, ergeben sich zahlreiche Chancen. Vor allem durch die Zusammenarbeit mit der in Österreich besonders bedeutenden Biolandwirtschaft können neue und erhöhte Absatz- und Vermarktungsmöglichkeiten entstehen.

Dadurch wird es möglich, regionale Wirtschaftskreisläufe in Gang zu bringen und zusätzliche Beschäftigungsmöglichkeiten zu schaffen.

Da Urlaub am Bauernhof einen positiven Einfluss auf die Entwicklung peripherer ländlicher Räume hat, ist anzunehmen, dass dadurch auch die Abwanderung aus diesen Regionen, zumindest in Ansätzen, verhindert werden kann. Dort, wo Urlaub am Bauernhof in ein übergeordnetes regionales Konzept eingefügt ist, ergeben sich Chancen auf neue und gesicherte wirtschaftliche Perspektiven, mit denen auch Beschäftigungseffekte einhergehen. Mit zusätzlichen attraktiven Arbeitsplätzen für die ansässige Bevölkerung wird auch die Lebensqualität in der Region gesteigert, wodurch eine Möglichkeit auf Abbau der Landflucht und Abwanderung gegeben ist.

Immerhin konnten durch Urlaub am Bauernhof Österreichweit etwa 23.000 Arbeitsplätze in peripheren ländlichen Räumen geschaffen und gehalten werden.³⁰¹

Dennoch sind es vor allem die Erreichbarkeit und die Anbindung an übergeordnete Zentren, die bei der Entwicklung ländlicher Räume besonders wichtig sind. Um dabei auch noch Beschäftigungsmöglichkeiten zu schaffen, ist die Aufwertung kleiner regionaler Zentren und Städte von entscheidender Bedeutung. Dies kann auch durch den Tourismus erfolgen, wenn durch außergewöhnliche Landschaften, ein reiches kulturelles Erbe oder interessante Freizeitangebote das nötige Potential gegeben ist.

Urlaub am Bauernhof als nachhaltige Urlaubsform mit einem guten Image und steigenden Wachstumsraten leistet dabei einen wichtigen Beitrag zur ökologischen und ökonomischen Verbesserung vieler Regionen. In zahlreichen strukturschwachen Gebieten, die sich für die Etablierung eines natur- und sozialverträglichen Tourismus entschieden haben, gingen von kleinstrukturierten Bauernhöfen entscheidende Impulse für weitere touristische Angebotsformen im Einklang mit Natur und Kultur aus.

Für Regionen, die sich auf einen nachhaltigen Tourismus einstellen, ist es für eine zukunftsfähige Entwicklung wichtig, vor allem mit dem Gewerbe, der Gastronomie und der Landwirtschaft regionale Netzwerke zu bilden, um eine multisektorale lokale Wertschöpfungskette zu erreichen.

Es muss eine Nachhaltigkeitsorientierung in der Region gegeben sein, um einen qualitativ hochwertigen Tourismus forcieren zu können. Urlaub am Bauernhof erfüllt diese Anforderungen, indem die natürlichen und kulturellen Potentiale der ländlichen Gebiete optimal und bestmöglich genutzt werden. Wenn mit diesen Voraussetzungen auch noch eine hohe Besucherbefriedigung erreicht wird, stellt Urlaub am Bauernhof ein äußerst wichtiges Segment einer nachhaltigen Tourismusedwicklung in peripheren ländlichen Räumen dar.

³⁰¹ vgl. Gattermayer, 2006, S. 59

Anhand der angeführten Beispiele konnte gezeigt werden, dass ein umwelt- und sozialverträglicher Tourismus im Einklang mit der Landwirtschaft und den Belangen des Naturschutzes sehr erfolgreich sein kann. Intensive Tourismussituationen, wie sie in der Gemeinde Bad Hindelang gegeben sind, müssen dabei nicht zwangsläufig dem Nachhaltigkeitscharakter entgegen laufen. Als Alternative zu den massentouristischen Ausprägungen der Region ist Urlaub am Bauernhof in Bad Hindelang äußerst erfolgreich in das bestehende Leitbild und touristische Konzept involviert.

Die Fallbeispiele zeigen deutlich, dass mit Hilfe eines nachhaltigen Tourismus, der sowohl ökologischen tragfähig, ökonomisch einträglich als auch soziale verantwortlich ist, die problematischen Auswirkungen des Fremdenverkehrs vermieden, bzw. verringert werden können.

„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.“³⁰²

Daher ist Urlaub am Bauernhof ein äußerst wichtiges Element in peripheren ländlichen Räumen und kann einen besonderen Beitrag zur multifunktionalen Entwicklung strukturschwacher Regionen leisten. Darüber hinaus gilt diese Urlaubsform als erfolgreiches Beispiel für eine nichtlandwirtschaftliche Entwicklungsalternative bäuerlicher Betriebe und ländlicher Räume.

Dennoch muss gesagt werden, dass trotz der positiven Eigenschaften von Urlaub am Bauernhof, der Beitrag zur regionalen Entwicklung wirtschaftlich gesehen eher gering ausfällt. Diese Urlaubsform kann daher nur in Teilaspekten Einfluss auf die ökonomische Situation peripherer ländlicher Räume nehmen, obwohl sie für einzelne Betriebe eine wesentliche Einkommensgröße sein kann. In Zusammenarbeit mit anderen Wirtschaftssektoren, der Direktvermarktung und eingebunden in ein regionales Vermarktungskonzept kann Urlaub am Bauernhof aber ein wichtiger Teil einer touristischen Entwicklung sein.

Bei der Konzeption müssen sowohl Ziele als auch Grenzen klar definiert werden und es dürfen nicht zu rasch positive Ergebnisse erwartet werden, da die Konkurrenz unter den Regionen groß ist und heute ein besonderes Augenmerk auf Vermarktung und Werbung liegt.

Daher ist es umso wichtiger, die vorhandenen Potentiale zu bündeln und Schwerpunkte für das jeweilige Gebiet zu entwickeln, um ein Alleinstellungsmerkmal zu schaffen.

Fremdenverkehr kann aber in keinem Fall als Allheilmittel für periphere ländliche Regionen angesehen werden.

³⁰² Embacher, 2007, S. 2, zitiert nach Jost Krippendorf

Denn nur jene, die auch über die natur- und kulturräumliche Voraussetzungen verfügen, haben eine Chance sich auf dem hart umkämpften Tourismusmarkt zu behaupten.

Darüber hinaus besteht die Gefahr, dass solche „Extensivgebiete“ die Fähigkeiten und die Nachfragepotentiale überschätzen, die nötig sind, um eine Region marktfähig zu machen.

Oftmals fehlt es dabei an organisatorischen und finanziellen Voraussetzungen.

Doch vielerorts kann Urlaub am Bauernhof als nichtlandwirtschaftliche Einkommensalternative zusammen mit staatlichen Fördermaßnahmen eine ausreichende Anzahl an bäuerlichen Betrieben mit einer soliden ökonomischen Basis erhalten und so eine flächendeckende Bewirtschaftung sicherstellen.

Urlaub am Bauernhof wirkt sich also äußerst positiv auf die Entwicklung des landwirtschaftlichen Einkommens aus und stellt oftmals mehr als ein Drittel des gesamten Betriebsumsatzes. Vor allem die Mitgliedsbetriebe des Bundesverbandes Urlaub am Bauernhof erzielen besonders gute Ergebnisse, da sie aufgrund der professionellen Vermarktung auf eine höhere Auslastung verweisen können. Auch die Qualitätskategorisierungen und Spezialisierungen wirken sich förderlich auf die erzielbaren Preise aus, die etwa ein Drittel über dem Durchschnitt aller österreichischen Urlaubsbauernhöfe liegen. Allein in den letzten 15 Jahren hat sich der Umsatz pro Bett bei den Mitgliedern um mehr als 120 Prozent erhöht.³⁰³

Dennoch sind nur etwa 25 Prozent aller Urlaubsbauernhöfe im Bundesverband vertreten. Es ist anzunehmen, dass sie sich nicht in gewisse Abhängigkeiten begeben wollen, bzw. nicht bereit sind, ihre Höfe auszubauen und an die geforderten Qualitätsansprüche heranzuführen. Darüber hinaus sind Mitglieder angehalten, gezielt Marketing zu betreiben, ihre Angebote auszubauen und diese regelmäßig an neue Gästeanforderungen anzupassen.

Urlaub am Bauernhof ist aber nicht nur ein Zubrot für Landwirte, sondern ein entscheidender Faktor im landwirtschaftlichen Einkommen, der oftmals darüber entscheiden kann, ob der Betrieb aufrechterhalten bleibt. Denn aus Untersuchungen geht hervor, dass Landwirte, die Urlaub am Bauernhof anbieten, weniger oft die Landwirtschaft aufgeben.³⁰⁴

Dadurch können viele Funktionen der Landschaftsgestaltung weiter erfüllt werden. Somit übt Urlaub am Bauernhof einen stabilisierenden Einfluss auf die flächendeckende Bewirtschaftung in ländlichen Räumen aus und leistet einen wichtigen Beitrag zu deren Weiterentwicklung.

Urlaub am Bauernhof kann also sowohl für landwirtschaftliche Betriebe, als auch für die Entwicklung peripherer ländlicher Räume eine wirkliche Chance darstellen, wenn gewisse

³⁰³ vgl. Bundesverband Urlaub am Bauernhof in Österreich, 2008, S. 8

³⁰⁴ vgl. Interview Embacher, 03.12.2009

Voraussetzungen erfüllt werden. Im Zuge dieser Arbeit konnte herausgefunden werden, dass Urlaub am Bauernhof dann wirklich erfolgreich ist, wenn:

- diese Urlaubsform in ein regionsweites (Tourismus)Konzept eingebunden ist und als klares Thema beworben wird
- eine starke Kooperation mit anderen Wirtschaftssektoren besteht
- der Hof in Verbindung mit Direktvermarktung betrieben wird
- der Betrieb als Mitglied im Bundesverband Urlaub am Bauernhof vertreten ist
- es sich um einen „lebendigen“, vollbewirtschafteten Hof mit wenigen Gästebetten handelt
- die Region in den alpinen Gebieten Österreichs liegt und es sich um kleinbäuerliche Betriebe mit einer überschaubaren Anzahl an verschiedenen (Streichel-)Tieren handelt; je westlicher und je mehr Berggebiet, desto mehr und erfolgreichere Urlaubsbauernhöfe
- der Betrieb in landwirtschaftlich benachteiligten Gebieten liegt; denn genau hier wird dieses Zusatzeinkommen dringend gebraucht
- die natur- und kulturräumliche Ausstattung gegeben ist
- der Urlaubsbauernhof zwar in Alleinlage, aber in der Nähe anderer touristischer Infrastrukturen liegt (im Winter vor allem in der Nähe von großen Skigebieten); zu abgelegene Höfe sind weniger erfolgreich
- Zusatzangebote wie Wellness oder Spezialisierungen vorhanden sind (vor allem um andere Zielgruppen außerhalb der Kerngruppe, Familien mit Kindern, anzusprechen)

In Zukunft wird der „grüne Lifestyle“ das Urlaubsverhalten prägen und in vielen peripheren ländlichen Räumen soll der Tourismus auch weiterhin ein wichtiger Wirtschaftszweig bleiben. Daher sollen nur jene Urlaubsformen forciert werden, die keine schädlichen Einflüsse auf die natürlichen und kulturellen Gegebenheiten haben. Als umwelt- und sozialverträgliches touristisches Angebotssegment besteht hierbei durch Urlaub am Bauernhof eine große Chance für eine nachhaltige und zukunftsfähige Entwicklung dieser Regionen.

9. Literaturverzeichnis

AGRAR.PROJEKT.VEREIN, Hrsg., 2009. Ausblicke. Magazin für ländliche Entwicklung – 1.09. – Wien

AKADEMIE FÜR RAUMFORSCHUNG UND LANDESPLANUNG (ARL), Hrsg., 2007, 10 Thesen zu Entwicklungen, Strukturen, Problemen und Lösungsstrategien peripherer, strukturschwacher Regionen in Bayern. – Hannover (Positionspapier Nr. 72)

AKADEMIE FÜR RAUMFORSCHUNG UND LANDESPLANUNG (ARL), Hrsg., 2008, Politik für periphere ländliche Räume: Für eine eigenständige und selbstverantwortliche Regionalentwicklung. – Hannover (Positionspapier Nr. 77)

ARL und ÖGR, Hrsg., 2001, Die Zukunft der Kulturlandschaft zwischen Verlust, Bewahrung und Gestaltung. Forschungs- und Sitzungsberichte. – Hannover

BAD HINDELANG, Hrsg., 2006, Hindelang – Natur & Kultur – die Verbindung zwischen extensiver Berglandwirtschaft und dauerhaftem Tourismus. – Bad Hindelang

BAD HINDELANG, Hrsg., 2009, Die aktive Gesundheitsregion Bad Hindelang. – Bad Hindelang

BAUER, S., 2002, Gesellschaftliche Funktion ländlicher Räume. In: URFF, W., H. AHRENS und E. NEANDER, Hrsg., Landbewirtschaftung und nachhaltige Entwicklung ländlicher Räume. – Hannover (=Akademie für Raumforschung und Landesplanung: Forschungs- und Sitzungsberichte, Bd. 214), S. 26-44

BAUMBACH, I., 2007, Was erwartet der Gast von morgen? Trends im Tourismus und Freizeitgestaltung und wie man sie rechtzeitig erkennt. – Heidelberg

BAUMGARTNER, C., 2008, Nachhaltigkeit im Tourismus. Von 10 Jahren Umsetzungsversuchen zu einem Bewertungssystem. – Innsbruck

BEHM, H.U., 1995, Erhöhte Angebotstransparenz durch Gütesiegel. – In: MOLL, P., Hrsg., Umweltschonender Tourismus: Eine Entwicklungsperspektive für den ländlichen Raum. – Bonn (= Material zur Angewandten Geographie, 24), S. 173-178.

BRETSCHNEIDER, R., 2005, Ländlicher Raum und bäuerliches Leben in Österreich. – In: RIEGER, J., H.W. POPP und H. KROLL-SCHLÜTER, Hrsg., Land in Gefahr. Zukunftsstrategien für den ländlichen Raum. – Graz, S. 129-140

BROGGI, M.F., 2003, Grossschutzgebiete – Schutz durch Entwicklung? In: HAMMER, T., Hrsg., Großschutzgebiete – Instrumente nachhaltiger Entwicklung. – München, S. 185-196

BUCHNER, W., 2001, Eröffnung und Begrüßung. In: ALR und ÖGR, Hrsg., Die Zukunft der Kulturlandschaft zwischen Verlust, Bewahrung und Gestaltung. Forschungs- und Sitzungsberichte. – Hannover, S. 1-3

BUNDESMINISTERIUM FÜR LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT, UMWELT UND WASSERWIRTSCHAFT (BMLFUW), 2009a, Grüner Bericht 2009. Bericht über die Situation der österreichischen Land- und Forstwirtschaft. – Wien

BUNDESMINISTERIUM FÜR LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT, UMWELT UND WASSERWIRTSCHAFT (BMLFUW), 2009b, Biologische Landwirtschaft in Österreich. – Wien

BUNDESMINISTERIUM FÜR LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT, UMWELT UND WASSERWIRTSCHAFT (BMLFUW), 2005, Biologische Landwirtschaft in Österreich. – Wien

BUNDESMINISTERIUM FÜR LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT, UMWELT UND WASSERWIRTSCHAFT (BMLFUW), Hrsg., 2006, Leader Magazin Österreich 1_06. – Wien

BUNDESMINISTERIUM FÜR LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT, UMWELT UND WASSERWIRTSCHAFT (BMLFUW), Hrsg., 2007a, Urlaub am Bauernhof aus der Sicht von Gästen und Anbietern. – Wien

BUNDESMINISTERIUM FÜR LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT, UMWELT UND WASSERWIRTSCHAFT (BMLFUW), Hrsg., 2007b, Ländliche Entwicklung 2007 – 2013. Nationaler Strategieplan Österreichs für die Entwicklung des ländlichen Raums 2007 – 2013. – Wien

BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ARBEIT (BMWA), Hrsg., 2001, Ökotourismus in Berggebieten – eine Herausforderung für nachhaltige Entwicklung. Tagungsband. – Wien

BUNDESVERBAND URLAUB AM BAUERNHOF IN ÖSTERREICH, Hrsg., 2001, Urlaub am Bauernhof. Der Weg zum Markenprodukt. Strategie 2001 – 2010. – Salzburg

BUNDESVERBAND URLAUB AM BAUERNHOF IN ÖSTERREICH, Hrsg., 2008, Jahresbericht 2008. – Salzburg

CIPRA INTERNATIONAL, Hrsg., 1998, Daten, Fakten, Probleme, Lösungsansätze. 1. Alpenreport. – Bern, Wien und Stuttgart

CIPRA INTERNATIONAL, Hrsg., 2001, Daten, Fakten, Probleme, Lösungsansätze. 2. Alpenreport. – Bern, Wien und Stuttgart

CIPRA INTERNATIONAL, Hrsg., 2007, Wir Alpen! Menschen gestalten Zukunft. 3. Alpenreport. – Bern, Wien und Stuttgart

DARNHOFER, I., H.K. WYTRZENS und C. WALLA, Hrsg., 2006, Alternative Strategien für die Landwirtschaft. – Wien

DEUTSCHE LANDWIRTSCHAFTS-GESELLSCHAFT, Hrsg., 1996, Der deutsche Landtourismus im europäischen Wettbewerb: Stand, Erfahrungen und Trends. – Frankfurt am Main

DEUTSCHE LANDWIRTSCHAFTS-GESELLSCHAFT, Hrsg., 1998, Der deutsche Landtourismus – Wege zu neuen Gästen: Stand, Erfahrungen und Trends. – Frankfurt am Main

EHRlich, K., 1996, Landtourismus in Spanien – ein Überblick. In: DEUTSCHE LANDWIRTSCHAFTS-GESELLSCHAFT, Hrsg., Der deutsche Landtourismus im europäischen Wettbewerb: Stand, Erfahrungen und Trends. – Frankfurt am Main, S. 29-38

ELSASSER, H., 1995, Nicht-touristische Entwicklungsmöglichkeiten des ländlichen Raumes: Beispiele aus den Alpen. – In: MOLL, P., Hrsg., Umweltschonender Tourismus: Eine Entwicklungsperspektive für den ländlichen Raum. – Bonn (= Material zur Angewandten Geographie, 24), S. 41-47.

GIRTler, R., 1996, Sommergetreide. Vom Untergang der bäuerlichen Kultur. – Wien, Köln und Weimar

EMBACHER, H., 1996, Urlaub am Bauernhof – Billig- oder Qualitätstourismus? In: ÖSTERREICHISCHES KURATORIUM FÜR LANDTECHNIK UND LANDENTWICKLUNG, Hrsg., Urlaub am Bauernhof – Top oder Flop? Ein Rückblick auf das ÖKL-Kolloquium 1995. – Wien (=landtechnische Schriftenreihe, Nr. 206), S. 8-16

EMBACHER, H., 2003, Strategy Formulation in Rural Tourism – An Integrated Approach. In: HALL, D., L. ROBERTS and M. MITCHELL, Hrsg., New Directions in Rural Tourism. – Aldershot, S. 137-151

EMBACHER, H., 2006, Urlaub am Bauernhof in Österreich: Modell einer erfolgreichen Zusammenarbeit im ländlichen Raum. In: BUNDESMINISTERIUM FÜR LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT, UMWELT UND WASSERWIRTSCHAFT (BMLFUW), Hrsg., Leader Magazin Österreich 1_06. – Wien, S. 16-17

EMBACHER, H., 2007, Urlaub am Bauernhof: Modell für einen nachhaltigen Tourismus im ländlichen Raum. Vortragunterlagen. – Salzburg

ERMANN, U., 2004, Regionalprodukte und Produktregionen: Kommodifizierung und Authentifizierung der Herkunft von Nahrungsmitteln. In: SERBSE, W., H. INHETVEEN und F. REUSSWIG, Hrsg., Land – Natur – Konsum. Bilder und Konzeptionen im humanökologischen Diskurs. – München, S. 330-359

FERCHER, P., 2002, Resümee. In: WEBER, G., Hrsg., Raumordnung und landwirtschaftlicher Strukturwandel. – Wien, S. 93-96

FLESSNER, G., 1996, Tourismusmarkt im Wandel – Chancen für den Landtourismus. In: DEUTSCHE LANDWIRTSCHAFTS-GESELLSCHAFT, Hrsg., Der deutsche Landtourismus im europäischen Wettbewerb: Stand, Erfahrungen und Trends. – Frankfurt am Main, S. 9-11

FRANTZ, K., 1999, Probleme der Tiroler Bergland- und Almwirtschaft. In: TAUBMANN, W., Hrsg., Handbuch des Geographieunterrichts. Agrarwirtschaftliche und ländliche Räume – Band 5. – Köln, S. 164-169

FREIHERR VON DEM BUSSCHE, P., 1998, Neue Wege und neue Chancen für den deutschen Landtourismus – Erfolgsgaranten professionelles Marketing und Kommunikation. In: DEUTSCHE LANDWIRTSCHAFTS-GESELLSCHAFT, Hrsg., Der deutsche Landtourismus – Wege zu neuen Gästen: Stand, Erfahrungen und Trends. – Frankfurt am Main, S. 9-15

FREYER, W., 2009, Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. – München

GARRUTI C., 2003, The Farm-Holidays: a diversification attempt of the tourist supply. Calabria event. – Salerno

GATTERMAYER, F., 1996, Landwirtschaft und Tourismus. In: ÖSTERREICHISCHES KURATORIUM FÜR LANDTECHNIK UND LANDENTWICKLUNG, Hrsg., Urlaub am Bauernhof – Top oder Flop? Ein Rückblick auf das ÖKL-Kolloquium 1995. – Wien (=landtechnische Schriftenreihe, Nr. 206), S. 45-47

GATTERMAYER, F., 2006, Landwirtschaft und Tourismus. – In: DARNHOFER, I., H.K. WYTRZENS und C. WALLA, Hrsg., Alternative Strategien für die Landwirtschaft. – Wien, S. 51-61

GATTERMAYER, F., M. BURGSTALLER und G. WÖBER, 1996, Kostenrechnung und Finanzierung für „Urlaub am Bauernhof“-Anbieter. Ein Handbuch für die Praxis. – Graz

- GEE, K., 2004, Nachhaltiger Tourismus im ländlichen Raum: Welche Rolle spielt die Landschaftsinterpretation? In: SERBSER, W., H. INHETVEEN und F. REUSSWIG, Hrsg., Land – Natur – Konsum. Bilder und Konzeptionen im humanökologischen Diskurs. – München, S. 66-87
- GERSTER, G., 1995, Entwicklung des ländlichen Raumes durch Ferien auf dem Bauernhof. – In: MOLL, P., Hrsg., Umweltschonender Tourismus: Eine Entwicklungsperspektive für den ländlichen Raum. – Bonn (= Material zur Angewandten Geographie, 24), S. 49-53.
- GRABSKI-KIERON, U., 2002, Funktionswandel der Landwirtschaft – Neue Impulse für die ländliche Raumentwicklung? In: WEBER, G., Hrsg., Raumordnung und landwirtschaftlicher Strukturwandel. – Wien, S. 9-22
- GRILLITSCH, F., 2005, Forum Land: Die Zukunft des ländlichen Raums. – In: RIEGER, J., H.W. POPP und H. KROLL-SCHLÜTER, Hrsg., Land in Gefahr. Zukunftsstrategien für den ländlichen Raum. – Graz, S. 155-158
- GROIER, M., 1993a, Ländlicher Raum und Fremdenverkehr. Bedeutung für Österreich. – Wien
- GROIER, M., 1993b, Bergraum in Bewegung. Almwirtschaft und Tourismus – Chancen und Risiken. – Wien
- GROIER, M., 2007, Verlorene Unschuld? Zur Transformation des biologischen Landbaus in Österreich. In: OEDL-WIESER, T., Hrsg., Zeitreisen(de) im ländlichen Raum. Diskurse. Re.Visionen. – Wien (=Bundesanstalt für Bergbauernfragen. Forschungsbericht Nr. 57), S. 173-190
- HAART, N. und A. STEINECKE, 1995, Eine Entwicklungsalternative für den ländlichen Raum in Europa? – In: MOLL, P., Hrsg., Umweltschonender Tourismus: Eine Entwicklungsperspektive für den ländlichen Raum. – Bonn (= Material zur Angewandten Geographie, 24), S. 49-53.
- HABERMEYER, G., 1998, Zukunftschancen durch Spezialangebote. In: DEUTSCHE LANDWIRTSCHAFTS-GESELLSCHAFT, Hrsg., Der deutsche Landtourismus – Wege zu neuen Gästen: Stand Erfahrungen und Trends. – Frankfurt am Main, S. 63-67
- HAHNE, U., 1995, Wirtschaftliche Effekte des umweltfreundlichen Tourismus im ländlichen Raum. – In: MOLL, P., Hrsg., Umweltschonender Tourismus: Eine Entwicklungsperspektive für den ländlichen Raum. – Bonn (= Material zur Angewandten Geographie, 24), S. 33-40.
- HALL, D., L. ROBERTS and M. MITCHELL, Hrsg., 2003, New Directions in Rural Tourism. – Aldershot
- HALLER, H., 2003, Der Schweizerische Nationalpark: Natur sich selbst überlassen als Nutzungsform? In: HAMMER, T., Hrsg., Großschutzgebiete – Instrumente nachhaltiger Entwicklung. – München, S. 121-135
- HAMMER, T., Hrsg., 2003, Großschutzgebiete – Instrumente nachhaltiger Entwicklung. – München
- HENKEL, G., 2004, Der Ländliche Raum. Gegenwart und Wandlungsprozesse seit dem 19. Jahrhundert in Deutschland. – Berlin und Stuttgart
- HOVORKA, G., 2007, Situation und Zukunftschancen der Berglandwirtschaft in Österreich. In: OEDL-WIESER, T., Hrsg., Zeitreisen(de) im ländlichen Raum. Diskurse. Re.Visionen. – Wien (=Bundesanstalt für Bergbauernfragen. Forschungsbericht Nr. 57), S. 25-40

KÄSESTRASSE BREGENZERWALD VEREIN ZUR FÖRDERUNG DER BREGENZERWÄLDER KÄSEKULTUR, Hrsg., o.J., KäseStrasse Bregenzerwald: Marke, Philosophie, Netzwerk, Erlebnis. – Egg

KIRSTGES, T., 2003, Sanfter Tourismus. Chancen und Probleme der Realisierung eines ökologieorientierten und sozialverträglichen Tourismus durch deutsche Reiseveranstalter. – München

LECHNER, R., 2001, Der Bregenzerwald – Agenda 21 seit 1805. In: BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ARBEIT (BMWA), Hrsg., Ökotourismus in Berggebieten – eine Herausforderung für nachhaltige Entwicklung. Tagungsband. – Wien, S. 77-79

LENDER, P., 1997, Der Markt Urlaub auf dem Bauernhof in Schleswig-Holstein. – Frankfurt am Main

MACHOLD, I. und O. TAMME, 2007, Perspektiven für die soziale und wirtschaftliche Infrastruktur. Von der (Un-)Möglichkeit flächendeckender Infrastruktureinrichtungen in ländlichen Räumen. In: OEDL-WIESER, T., Hrsg., Zeitreisen(de) im ländlichen Raum. Diskurse. Re.Visionen. – Wien (=Bundesanstalt für Bergbauernfragen. Forschungsbericht Nr. 57), S. 81-96

MERGEN, M., 1995, Geleitwort. – In: MOLL, P., Hrsg., Umweltschonender Tourismus: Eine Entwicklungsperspektive für den ländlichen Raum. – Bonn (= Material zur Angewandten Geographie, 24), S. 11-13.

MILLER, J., 2005, Zukunftsstrategien für einen vitalen ländlichen Raum in Bayern. – In: RIEGER, J., H.W. POPP und H. KROLL-SCHLÜTER, Hrsg., Land in Gefahr. Zukunftsstrategien für den ländlichen Raum. – Graz, S. 69-78

MOLL, P., Hrsg., 1995, Umweltschonender Tourismus: Eine Entwicklungsperspektive für den ländlichen Raum. – Bonn (= Material zur Angewandten Geographie, Band 24)

MOSE, I. und G. NISCHWITZ, 2009, Anforderungen an eine regionale Entwicklungspolitik für strukturschwache ländliche Räume. – Hannover (=Akademie für Raumforschung und Landesplanung: E-Paper Nr. 7)

MOSE, I., 2005, Ländliche Räume. In: RITTER, E.H., Handwörterbuch der Raumordnung. Akademie für Raumforschung und Landesplanung. – Hannover, S. 573-579

MÜLLER, H., 2003, Tourismus und Ökologie. Wechselwirkungen und Handlungsfelder. – München

NEANDER, E., 2002, Bedeutung von Land- und Forstwirtschaft für die Funktion ländlicher Räume. In: URFF, W., H. AHRENS und E. NEANDER, Hrsg., Landbewirtschaftung und nachhaltige Entwicklung ländlicher Räume. – Hannover (=Akademie für Raumforschung und Landesplanung: Forschungs- und Sitzungsberichte, Bd. 214), S. 45-61

OEDL-WIESER, T., Hrsg., 2007, Zeitreisen(de) im ländlichen Raum. Diskurse. Re.Visionen. – Wien (=Bundesanstalt für Bergbauernfragen. Forschungsbericht Nr. 57)

ÖSTERREICHISCHE RAUMORDNUNGSKONFERENZ (ÖROK), 2008, Zwölfter Raumordnungsbericht. Analysen und Berichte zur räumlichen Entwicklung Österreichs 2005-2007. Schriftenreihe Nr. 177. – Wien

ÖSTERREICHISCHE RAUMORDNUNGSKONFERENZ (ÖROK), 2009, Neue Handlungsmöglichkeiten für periphere ländliche Räume. Stärkung der sozialen Vielfalt, Ausbau der interkommunalen Zusammenarbeit, Gestaltung der Landschaftsvielfalt. Schriftenreihe Nr. 181. – Wien

ÖSTERREICHISCHES KURATORIUM FÜR LANDTECHNIK UND LANDENTWICKLUNG, Hrsg., 1996, Urlaub am Bauernhof – Top oder Flop? Ein Rückblick auf das ÖKL-Kolloquium 1995. – Wien

PEVETZ, W., 1996, Urlaub am Bauernhof – soziologische Aspekte. In: ÖSTERREICHISCHES KURATORIUM FÜR LANDTECHNIK UND LANDENTWICKLUNG, Hrsg., Urlaub am Bauernhof – Top oder Flop? Ein Rückblick auf das ÖKL-Kolloquium 1995. – Wien (=landtechnische Schriftenreihe, Nr. 206), S. 37-44

PEVETZ, W., 1999, Die ländliche Sozialforschung in Österreich in den achtziger und neunziger Jahren. Eine Forschungsdokumentation. – Wien (=Bundesanstalt für Agrarwirtschaft, Schriftenreihe Nr. 89)

PICHLER, G., 1996, Zusammenarbeit und ökonomische Faktoren für „Urlaub am Bauernhof“ In: ÖSTERREICHISCHES KURATORIUM FÜR LANDTECHNIK UND LANDENTWICKLUNG, Hrsg., Urlaub am Bauernhof – Top oder Flop? Ein Rückblick auf das ÖKL-Kolloquium 1995. – Wien (=landtechnische Schriftenreihe, Nr. 206), S. 26-36

PILS, M. und P. GLAUSER, 1998, Landschaft des Jahres. In: CIPRA INTERNATIONAL, Hrsg., Daten, Fakten, Probleme, Lösungsansätze. 1. Alpenreport. – Bern, Wien und Stuttgart, S. 157-162

PILS, M., 2001, Strategien für Europa. In: BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ARBEIT (BMWA), Hrsg., Ökotourismus in Berggebieten – eine Herausforderung für nachhaltige Entwicklung. Tagungsband. – Wien, S. 167-171

PLACHTER, H., 2001, Naturschutz und Landschaftsentwicklung. In: ALR und ÖGR, Hrsg., Die Zukunft der Kulturlandschaft zwischen Verlust, Bewahrung und Gestaltung. Forschungs- und Sitzungsberichte. – Hannover, S. 113-114

POPP, H.W., 2005, Agrarpolitik der EU und international: Schlüsselrolle für den ländlichen Raum. – In: RIEGER, J., H.W. POPP und H. KROLL-SCHLÜTER, Hrsg., Land in Gefahr. Zukunftsstrategien für den ländlichen Raum. – Graz, S. 79-86

PRANTNER, R., 1996, Agritourismus. Eine Alternative zu den Problemen landwirtschaftlicher Betriebe in der EU mit Situationsanalyse des Agritourismus in Italien. – Linz

REINER, K., 2007, Bergtourismus – Herausforderungen und Entwicklungschancen für eine nachhaltige Entwicklung. In: OEDL-WIESER, T., Hrsg., Zeitreisen(de) im ländlichen Raum. Diskurse. Re.Visionen. – Wien (=Bundesanstalt für Bergbauernfragen. Forschungsbericht Nr. 57), S. 41-54

REVERMANN, C. und T. PETERMANN, 2003, Tourismus in Großschutzgebieten. Impulse für eine nachhaltige Entwicklung. – Berlin

RICCARBONA, S., 2001, Schutz und Bewirtschaftung von Natur- und Kulturlandschaften in Berggebieten als Grundlage für Ökotourismus. In: BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ARBEIT (BMWA), Hrsg., Ökotourismus in Berggebieten – eine Herausforderung für nachhaltige Entwicklung. Tagungsband. – Wien, S. 71-72

- RIEGER, J., H.W. POPP und H. KROLL-SCHLÜTER, Hrsg., 2005, Land in Gefahr. Zukunftsstrategien für den ländlichen Raum. – Graz
- RITTER, E.H., 2005, Handwörterbuch der Raumordnung. Akademie für Raumforschung und Landesplanung. – Hannover
- RUPPERT, K., 2001, Die Alpen – Kulturlandschaft im Spannungsfeld unterschiedlicher Interessen. In: ALR und ÖGR, Hrsg., Die Zukunft der Kulturlandschaft zwischen Verlust, Bewahrung und Gestaltung. Forschungs- und Sitzungsberichte. – Hannover, S. 127-143
- SCHREIBER, R.L., 1998, Wirtschaft mit Zukunft – Regionale Kreislaufwirtschaft in den Alpen. In: CIPRA INTERNATIONAL, Hrsg., Daten, Fakten, Probleme, Lösungsansätze. 1. Alpenreport. – Bern, Wien und Stuttgart, S. 308-314
- SCHWÄRZLER, E., 2005, Ländliche Entwicklung am Beispiel Vorarlberg. – In: RIEGER, J., H.W. POPP und H. KROLL-SCHLÜTER, Hrsg., Land in Gefahr. Zukunftsstrategien für den ländlichen Raum. – Graz, S. 193-200
- SEHER, W., 2002, Neue Raumnutzungsmuster in der Landwirtschaft. In: WEBER, G., Hrsg., Raumordnung und landwirtschaftlicher Strukturwandel. – Wien, S. 33-46
- SERBSER, W., H. INHETVEEN und F. REUSSWIG, Hrsg., 2004, Land – Natur – Konsum. Bilder und Konzeptionen im humanökologischen Diskurs. – München
- STATISTIK AUSTRIA, Hrsg., 2008, Agrarstrukturerhebung 2007. Betriebsstruktur. – Wien
- STEINECKE, A., 2006, Tourismus. Eine geographische Einführung. – Braunschweig
- STEINECKE, A., 2007, Kulturtourismus. Marktstudien, Fallstudien, Perspektiven. – München
- STEINER, J., 1995, Radtourismus und neue Angebotssegmente im Münsterland als Beispiele touristischer Entwicklung im ländlichen Raum. – In: MOLL, P., Hrsg., Umweltschonender Tourismus: Eine Entwicklungsperspektive für den ländlichen Raum. – Bonn (= Material zur Angewandten Geographie, 24), S. 213-219.
- SZNAJDER, M., L. PRZEZBORSKA und F. SCRIMGEOUR, 2009, Agritourism. – Oxfordshire
- TAUBMANN, W., Hrsg., 1999, Handbuch des Geographieunterrichts. Agrarwirtschaftliche und ländliche Räume – Band 5. – Köln
- TOURISMUSVERBAND LESACHTAL, Hrsg., 2008, Rahmenbedingungen für einen sozialverträglichen Tourismus am Beispiel Lesachtal. Presseinformation. – Liesing
- URFF, W., 2002, Erfordernisse für zukünftiges Handeln – Rahmenbedingungen. In: URFF, W., H. AHRENS und E. NEANDER, Hrsg., Landbewirtschaftung und nachhaltige Entwicklung ländlicher Räume. – Hannover (=Akademie für Raumforschung und Landesplanung: Forschungs- und Sitzungsberichte, Bd. 214), S. 256-266
- URFF, W., H. AHRENS und E. NEANDER, Hrsg., 2002, Landbewirtschaftung und nachhaltige Entwicklung ländlicher Räume. – Hannover (=Akademie für Raumforschung und Landesplanung: Forschungs- und Sitzungsberichte, Bd. 214)
- WAGNER, P., 1998, Ansätze eines erfolgsorientierten Marketing für Urlaub auf dem Bauernhof. In: DEUTSCHE LANDWIRTSCHAFTS-GESELLSCHAFT, Hrsg., Der deutsche Landtourismus – Wege zu neuen Gästen: Stand, Erfahrungen und Trends. – Frankfurt am Main, S. 29-62

WAGNER, P., H.-G. BURGER und R. MAGNUS, 1997, Ferien auf dem Bauernhof: Was wünschen die Urlauber? Ergebnisse einer Befragung. – Frankfurt am Main

WEBER, G., 2001, Globalisierung und ländlicher Raum – eine spannungsgeladene Beziehung. Vortragsunterlagen. – Wien

WEBER, G., et.al, 2003, Stärken, Schwächen und Potentiale des ländlichen Raums sowie Anliegen der ländlichen Bevölkerung anhand von vier ausgewählten Modellregionen. – Wien

WEBER, G., Hrsg., 2002, Raumordnung und landwirtschaftlicher Strukturwandel. – Wien

WEIGER, H., 2005, Forderungen des Naturschutzes an nachhaltige Politiken und Strategien für Landschaft und Landnutzung. – In: RIEGER, J., H.W. POPP und H. KROLL-SCHLÜTER, Hrsg., Land in Gefahr. Zukunftsstrategien für den ländlichen Raum. – Graz, S. 103-113

WIESINGER, G., 2007, Sozialkapital und ländliche Entwicklung. In: OEDL-WIESER, T., Hrsg., Zeitreisen(de) im ländlichen Raum. Diskurse. Re.Visionen. – Wien (=Bundesanstalt für Bergbauernfragen. Forschungsbericht Nr. 57), S. 97-112

Internetquellen:

- <http://www.mittelamerika-reisen.de/images/fuenfeckpyramide.jpg> [30.10.2009]
- http://www.berggebiete.at/cms/component/option,com_wrapper/Itemid,180/ [04.11.2009]
- www.landnet.at/filemanager/download/54363/ [05.01.2010]
- <http://www.agraroeconomik.at/index.php?id=573> [09.10.2009]
- <http://search.salzburg.com/articles/1945699?highlight=Bauernhofurlaub> [15.10.2009]
- <http://www.urlaubambauernhof.at/bundesverband/urlaubsthemen.html?L=1> [29.09.2009]
- <http://www.urlaubambauernhof.at/bundesverband/qualitaet.html> [30.09.2009]
- <http://www.agriturist.it/agriturist.php?IdCategoria=3&IdSottomenu=19&IdSottoSottomenu=170> [19.10.2009]
- <http://www.agriturist.it/de/agriturist.php?IdCategoria=13&IdSottomenu=47&IdSottoSottomenu=1154> [19.10.2009]
- <http://www.agriturist.it/agriturist.php?IdCategoria=4&IdSottomenu=53&IdSottoSottomenu=326> [19.10.2009]
- <http://www.agriturist.it/agriturist.php?IdCategoria=4&IdSottomenu=53&IdSottoSottomenu=907> [19.10.2009]
- <http://www.agriturismo.it/showall.asp?idextra=45> [21.10.2009]
- <http://www.agriturist.it/de/agriturist.php?IdCategoria=13&IdSottomenu=47> [19.10.2009]
- http://www.statistik.at/web_de/statistiken/tourismus/tourismus-satellitenkonto/wertschoepfung/index.html [17.08.2009]
- <http://www.biolebensmittel.at/article/articleview/75234/1/12422/> [17.02.2010]

Lebenslauf

Persönliche Daten

Name	Johannes Handlechner
Adresse	Gaisberg 5 5163 Mattsee
E-Mail-Adresse	Hannes.Handlechner@gmx.at
Geburtsdaten	29. Juli 1983 in Salzburg
Familienstand	ledig
Staatsbürgerschaft	Österreich

Schulbildung und beruflicher Werdegang

10/2004 – aktuell	Diplomstudium Theoretische und Angewandte Geographie, Studienschwerpunkte: Tourismus- und Freizeitforschung, Regionalentwicklung und Entwicklungs(länder)forschung/ Entwicklungszusammenarbeit: Schwerpunkt Asien – Universität Wien
09/1997 – 06/2002	Handelsakademie Neumarkt am Wallersee Ausbildungsschwerpunkt: Marketing und internationale Geschäftstätigkeiten
09/1993 – 06/1997	Hauptschule Mattsee
09/1989 – 06/1993	Volksschule Mattsee

Bisherige Tätigkeiten und Erfahrungen (Auswahl)

07/2008 – 09/2008	GeoGlobe
2007 – aktuell	SKIP – Das Kinomagazin
WS 2006/2007	Erasmus-Aufenthalt in Rom
05/2004 – 09/2004	Hugo Portisch GesmbH
10/2003 – 05/2004	Columbus, Ihr Reisebüro
09/2002 – 09/2003	Zivildienst im Seniorenheim Seekirchen am Wallersee