



Urlaub auf dem Bauernhof

Vertrauen schaffen – Nachhaltigkeit fördern

Franziska Schmieg

Der direkte Kontakt und die persönliche Erfahrung mit der Landwirtschaft gewinnen neben Internet und sozialen Medien als Informationsquelle über Landwirtschaft an Bedeutung. Das hat jüngst die aktuelle Emnid-Studie 2017 verdeutlicht. Umso besser, dass 4,5 Millionen Deutsche jedes Jahr Urlaub auf einem der 10.000 Urlaubsbauernhöfe in Deutschland machen und damit Landwirtschaft hautnah erleben.

Die Hälfte der Urlaubsbauernhöfe wird nach wie vor im Haupterwerb Landwirtschaft mit Schwerpunkt Milchwirtschaft bewirtschaftet.

Urlaubsgäste wollen am Landleben teilnehmen

Die Gäste bei Urlaub auf dem Bauernhof suchen neben intakter Natur vor allem authentische Erlebnisse in der Landwirtschaft und möchten am ländlichen Leben teilnehmen. Viele Verbraucher sind mit den heutigen Produktionsweisen und Entwicklungen der modernen Landwirtschaft nicht mehr vertraut und haben kaum noch Kontakt zu Landwirten. Gäste, die gezielt einen Urlaub auf dem Bauernhof buchen, wollen Ruhe und Entspannung (67 %), Tiere und Natur (63 %) sowie Landwirtschaft (46 %) und bäuerliche Kultur (42 %) erleben, so die Gästebefragung 2011 der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft. Während eines Bauernhofurlaubs erleben die Gäste den Landwirtschaftsalltag aus erster Hand. Sie können dem Landwirt im Stall oder auf dem Acker über die Schultern blicken oder auch selbst mit anpacken. Für viele Familien ist es wichtig, dass die Kinder die Tiere auf dem Bauernhof erleben und nebenbei erfahren, wie und wo alltägliche Lebensmittel wie Milch, Butter und Brot hergestellt werden.

Vertrauen schaffen

Viele Gäste wenden sich mit konkreten Fragen, z. B. zur Tierhaltung oder zum Pflanzenschutz, direkt an die Landwirtschaftsfamilie. Vor allem im persönlichen Gespräch oder bei der Hofführung können viele verzerrte Wahrnehmungen über die Landwirtschaft ausgeräumt werden. „Es ist ein großer Vertrauensbeweis, wenn sich die Gäste auch nach ihrem Urlaub mit Fragen zur Landwirtschaft an uns wen-

Neben der Beherbergung gibt es zahlreiche Angebote – Jeder 3. Hof bietet Mitarbeit im landwirtschaftlichen Betrieb an



Quelle: Saisonumfrage 2016 der Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof



Fotos: Landsichten.de

den.“ So fasst es Ute Mushardt, Vorsitzende der Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof in Deutschland, zusammen.

Direkter Verbraucherdialog – Landwirtschaft zum Anfassen

Neben der wirtschaftlichen Bedeutung ist das direkte Gespräch mit den Gästen auf Augenhöhe für viele Ferienhöfe eine wichtige Motivation für diese Einkommenskombination. 54 Prozent der Ferienhöfe, die in der Bundesarbeitsgemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof organisiert sind, geben an, dass die Hauptmotivation für diese Einkommensdiversifizierung darin besteht, Verständnis für die Landwirtschaft und die Arbeits- und Lebensbedingungen der Bauernfamilien zu wecken.

„Bauernhof-Erlebnis“ überzeugt

Mit dem sogenannten „Bauernhof-Erlebnis“ können die Urlaubsbauernhöfe punkten und sich klar von privaten Anbietern, wie z. B. AirBnB oder Wimdu, absetzen, die ebenfalls „entschleunigte“ Urlaubsangebote auf dem Land anbieten. Die Gäste schätzen die individuelle Betreuung, das persönliche Gespräch, die gegenseitige herzliche Anteilnahme am Leben sowie die Teilhabe an der bäuerlichen Lebenskultur. Die Bauernhof-Angebote sind vielfältig und reichen von „Tiere am Hof“, Hofführungen, Mitarbeit

im Stall oder bei der Weinlese bis hin zu Verarbeitung von Produkten wie Kräuter sammeln und verarbeiten, Butter herstellen oder naturkundlichen Wanderungen. Jeder 3. Ferienhof bietet eine Mitarbeit im landwirtschaftlichen Betrieb an, so die aktuelle Saisonumfrage der Bundesarbeitsgemeinschaft.

Ferienhöfe sind Vorreiter bei Präsenz im Internet und in sozialen Medien

Erfolg haben vor allem die Ferienhöfe, die ihr „Bauernhof-Erlebnis“ gezielt vermarkten, z. B. auf der eigenen Homepage. Hier kann der Gast erfahren, welche Tiere es auf dem Bauernhof gibt, welche Aktivitäten und Erlebnisse auf dem Hof und in der Umgebung angeboten werden und wer die Gastgeberfamilie ist. Da das Internet die wichtigste Kommunikationsverbindung mit dem Gast ist, verfügen 95 Prozent der Ferienhöfe über eine eigene Homepage. Auch soziale Medien wie Facebook nutzen professionelle Ferienhöfe vermehrt für die Kommunikation und Interaktion mit dem Gast im Jahresverlauf. Hier können emotionale Ereignisse wie die Geburt eines Kälbchens gepostet werden. Dies schafft schöne Bilder, die sich schnell auch über die Kanäle der Gäste verbreiten.

Kontakt halten über Internet und soziale Medien

Rund die Hälfte der Gäste sind Erstbesucher bei ihrem Urlaub auf einem Bauernhof, aber auch die Wiederholungsgäste müssen immer wieder neu für einen Urlaub auf dem Bauernhof gewonnen werden. Hier bieten die sozialen Medien, aber auch klassische Wege, wie das Abschiedsgeschenk oder der Weihnachtsbrief, Möglichkeiten, mit dem Gast bis zum nächsten Besuch Kontakt zu halten und die während des Aufenthalts entstandene Bindung zu nutzen, um über Landwirtschaft zu informieren.

Die Bekanntheit für Urlaub auf dem Bauernhof liegt bei 95 Prozent der Bevölkerung in Deutschland. 56 Prozent sind gut darüber informiert, haben aber keine Erfahrungen damit. 21 Prozent kennen den Urlaub auf dem Bauernhof aus eigenem Erleben. „Die Ausschöpfung des Potenzials für Urlaub auf dem Bauernhof durch gezielte Kommunikation und Marketing ist Aufgabe aller Ferienhöfe und der Bauernverbände“, betont Ute Mushardt.

UN-JAHR TOURISMUS

Internationales Jahr des Nachhaltigen Tourismus für Entwicklung 2017

Die UN-Generalversammlung will mit dem Internationalen Jahr des Nachhaltigen Tourismus für Entwicklung 2017 auf die Bedeutung hinweisen, Tourismus nachhaltiger für die Menschen und die Umwelt zu gestalten. Nachhaltiger Tourismus kann Menschen ein sicheres Einkommen bieten und Entwicklungsmöglichkeiten vorantreiben. Gleichzeitig sollen Ressourcen geschont werden, um die biologische Vielfalt zu erhalten. Vor allem der mit dem Tourismus verbundene Flugverkehr stellt große Herausforderungen für den Klimaschutz dar.

Landtourismus schafft regionale Wertschöpfung

Im Landtourismus kann Nachhaltigkeit auf vielfältige Weise erlebt werden. Kurze Wege zum Urlaubsort, regionale Baumaterialien und Produkte sowie dezentrale Stromversorgung und vieles mehr schonen die Umwelt und stärken die regionale Wertschöpfung. Die Gäste beleben darüber hinaus die gesamte dörfliche Struktur: Sie kaufen Lebensmittel und Mitbringsel, besuchen Hofcafés und besichtigen Sennereien. Für landwirtschaftliche Betriebe leistet die Einkommenskombination Urlaub auf dem Bauernhof einen wichtigen Beitrag zum Gesamtumsatz der Betriebe und schafft darüber hinaus Arbeitsplätze im ländlichen Raum.