

**MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM UND VERBRAUCHERSCHUTZ  
BADEN-WÜRTTEMBERG**

Postfach 10 34 44 70029 Stuttgart  
E-Mail: [poststelle@mlr.bwl.de](mailto:poststelle@mlr.bwl.de)  
FAX: 0711/126-2255 oder 2379 (Presse)

An die  
Präsidentin des Landtags  
von Baden-Württemberg  
Frau Muhterem Aras MdL  
Haus des Landtags  
Konrad-Adenauer-Straße 3  
70173 Stuttgart

Datum 06.10.2020  
Name Köhler  
Durchwahl 0711 126-2098  
Aktenzeichen Z(29)-0141.5/579F  
(Bitte bei Antwort angeben)

nachrichtlich:  
Staatsministerium  
Ministerium der Justiz und für Europa

**Antrag der Abgeordneten Karl Rombach u. a. CDU  
– Ferien auf dem Bauernhof in Baden-Württemberg  
– Drucksache 16/8766**

**Ihr Schreiben vom 16. September 2020**

Sehr geehrte Frau Landtagspräsidentin,

das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz nimmt zu dem Antrag im Einvernehmen mit dem Ministerium der Justiz und für Europa wie folgt Stellung:

*Der Landtag wolle beschließen,  
die Landesregierung zu ersuchen*

*zu berichten,*

- 1. wie sie die derzeitige Bedeutung des Landtourismus in Baden-Württemberg bewertet und wie sie die Chancen für diesen Wirtschaftszweig für die Landwirtschaft für die Zukunft bewertet;*

Zu 1.:

Die Tourismusform Landurlaub spielt mit all ihren Ausprägungen eine wichtige Rolle im baden-württembergischen Tourismus und gehört deshalb seit der Veröffentlichung der neuen Tourismuskonzeption im Jahr 2019 zu den Vermarktungsschwerpunkten des Themenmarketings der Landestourismusmarketingorganisation (Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg). Diese wurden auf Grundlage von vorliegenden Marktforschungsdaten bestimmt, darunter die Studie Destination Brand 16, die in Bezug auf Landurlaub / Urlaub auf dem Bauernhof bzw. Winzerhof folgende Ergebnisse liefert: 29 Prozent der Deutschen (16,7 Mio.) haben allgemein (destinationsunabhängig) Interesse am Thema „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“. 49 Prozent der Befragten halten Baden-Württemberg für das Thema „Landurlaub / Urlaub auf dem Bauern- bzw. Winzerhof“ geeignet. Bei den Besucherinnen und Besuchern in der Vergangenheit sehen 76 Prozent Baden-Württemberg für diese Urlaubsform als geeignet an. Seit dem Ausbruch der COVID19-Pandemie erfährt der Bereich u.a. aufgrund des in den Fokus gerückten „Social Distancing“ derzeit eine höhere Nachfrage.

*2. wie viele Übernachtungsplätze im Bereich Ferien auf dem Bauernhof in Baden-Württemberg zur Verfügung stehen und wie sie die Qualität der Angebote einschätzt;*

Zu 2.:

Landesweit bieten ca. 1.300 landwirtschaftliche Betriebe Übernachtungsangebote für Feriengäste an. Die dahinterstehende Bettenzahl ist nicht bekannt, da die Ferienhöfe in der Tourismusstatistik des Statistischen Landesamtes nicht separat erfasst werden.

Die Qualität der Angebote „Ferien auf dem Bauernhof“ ist in Baden-Württemberg grundsätzlich gut. Rund 70 Prozent der Ferienhöfe unterziehen sich freiwilligen Qualitätskontrollen, meist durch das bundesweit einheitliche Klassifizierungssystem des Deutschen Tourismusverbandes (DTV). Der überwiegende Anteil ist mit drei und vier Sternen ausgezeichnet.

Es gibt jedoch große Unterschiede zwischen herausragenden, besonders kreativen Angeboten und eher einfacheren Angeboten. Das betrifft sowohl die Ausstattung der Unterkünfte als auch Aktivitäten auf dem Hof. Die besonderen Angebote finden sich in der Regel bei hochmotivierten Gastgebern, die das Thema Bauernhofurlaub mit viel Engagement permanent weiterentwickeln und leben. Das zeigt sich in liebevoller Dekoration des Hofes und der Ferienwohnungen sowie in gemeinsamen Unternehmungen mit den Gästen, die ihnen das Landleben näherbringen.

3. *inwiefern in anderen europäischen Ländern Landtourismus erfolgreich angeboten wird;*

Zu 3.:

Im benachbarten Ausland sind insbesondere Österreich und Südtirol (Italien) als starke, erfolgreiche Marken im Bereich Urlaub auf dem Bauernhof bekannt. Besonders wird hier die klassische Form des Urlaubes auf dem Bauernhof beworben. Weiterhin wird Landtourismus auch erfolgreich in Frankreich, der Schweiz und Italien angeboten. Die Angebote sind hier meist dem Landtourismus zuzuordnen.

4. *inwiefern Landtourismus geeignet ist, die baden-württembergischen Betriebe – insbesondere die bäuerlichen Familienbetriebe – in ihrem Bestand und ihrer Perspektive zu unterstützen;*

Zu 4.:

Laut einer Mitgliederbefragung der Landesarbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof in Baden-Württemberg e.V. aus dem Jahr 2018 stellt „Urlaub auf dem Bauernhof“ für viele landwirtschaftliche Betriebe nicht nur eine zusätzliche Einkommensmöglichkeit dar, sondern leistet einen nicht unerheblichen Beitrag zu deren Existenzsicherung. Der Betriebszweig Urlaub auf dem Bauernhof ist das drittwichtigste zusätzliche Einkommensstandbein landwirtschaftlicher Unternehmen nach den Bereichen erneuerbare Energien und Direktvermarktung. Für 58 Prozent der Mitgliedsbetriebe liegt der Anteil des touristischen Betriebszweiges zwischen 10 und 50 Prozent des Betriebseinkommens, für 25 Prozent sogar zwischen 50 und 75 Prozent und für rund 4,6 Prozent der Mitgliedsbetriebe bei mehr als 75 Prozent des gesamten Betriebseinkommens. Für 53 Prozent der Landwirte im Haupterwerb sind Feriengäste somit eine relevante Einkommensquelle. 41 Prozent setzen auf Landwirtschaft im Nebenerwerb mit Beherbergung als Einkommenskombination (Quelle: Saisonumfrage 2018, BAG für Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland e.V.).

5. *welche Angebote außer der üblichen Beherbergung und Bewirtung den Landtourismus heutzutage auszeichnen;*

Zu 5.:

Das Angebot im Bereich Agrotourismus in Baden-Württemberg ist sehr vielfältig. Die Mehrheit der Angebote liegt in den Bereichen Urlaub auf dem Bauernhof und Urlaub auf dem Obsthof. Weitere Angebote sind Urlaub auf dem Reiterhof und Urlaub auf dem Winzerhof. Die angebotenen Übernachtungsmöglichkeiten umfassen überwiegend Ferienwohnungen. Darüber hinaus gibt es aber auch Camping am Hof oder originelle Schlafplätze wie Tipis, Schäferwagen, Baumhäuser oder Weinfässer.

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

Die Landesaktion „Gläserne Produktion“, die bereits seit 30 Jahren in Baden-Württemberg erfolgreich durchgeführt wird, bietet einem breiten Publikum aller Altersklassen ein vielfältiges Programm. So öffnen Unternehmen der Land- und Ernährungswirtschaft ihre Tore und lassen interessierte Verbraucherinnen und Verbraucher hinter die Kulissen blicken und geben mit vielfältigen Angeboten einen Einblick in ihre tägliche Arbeit. Erzeugung und Verarbeitung von Lebensmitteln stehen in einer engen Verbindung zu Region und Landschaft.

Neben dem klassischen Format eines „Tag der offenen Tür“ haben sich dabei auch unterschiedliche Veranstaltungsformen, die aus Zusammenschlüssen resultieren, etabliert: Angebote der Naturparke wie Naturparkmärkte, Brunch auf dem Bauernhof, Naturparkwirte, „Wilde Sau“. Weiterhin Zusammenschlüsse von mehreren Betrieben mit örtlichen Vereinen, Zusammenschlüsse von mehreren Betrieben/Direktvermarktern zu einem Bauernmarkt mit regionalen Produkten: „Tag der Hofläden“, Tag der Landwirtschaft. Einbeziehung weiterer Akteure mit direktem Bezug zur Landwirtschaft: Naturschutzverbände, Historische Landtechnik, Jägervereinigungen, etc.. Einbeziehung weiterer Akteure ohne direkten Bezug zur Landwirtschaft insbesondere bei großen Veranstaltungen mit regionalen Bezug: z.B. Feuerwehr, Gesangs-/ Musikvereine, Heimatvereine, altes Handwerk sowie die Zusammenarbeit mit weiteren Behörden, zum Beispiel Tourismus. Die sieben Naturparke, die 36 Prozent der Landesfläche Baden-Württembergs ausmachen, leisten ebenfalls einen wesentlichen Beitrag in der regionalen Wertschöpfungskette und für einen nachhaltigen Tourismus in der Erhaltung des kulturellen und natürlichen Erbes unserer Kulturlandschaft.

Bei jährlich circa 400 „Gläsernen Produktionen“ ist diese breit angelegte Veranstaltungsreihe ein attraktives Format für den Landtourismus, um die vielfältigen Vorzüge von Baden-Württemberg zu kommunizieren.

6. *inwiefern die baden-württembergischen Kampagnen „Natürlich. VON DAHEIM“ und „Wir versorgen unser Land“ den Landtourismus erfolgreich begleiten können;*

Zu 6.:

Mit der Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“, die im Sommer 2017 startete, sollen das Genießerland Baden-Württemberg und die damit verbundenen Vorzüge der vielfältigen heimischen Produkte noch stärker kommuniziert werden. Die Qualitätsprogramme des Landes sind hierbei die zentralen Elemente der Kampagne: Das Qualitätszeichen Baden-Württemberg, das Bio-Zeichen Baden-Württemberg und die „Geschützten Originale“ sind eine gute Voraussetzung, um die Verbraucher nachvollziehbar und transparent von den Vorzügen regionaler Wertschöpfungsketten und von Lebensmitteln mit Stammbaum zu überzeugen.

Es ist somit das Ziel der Kampagne, den Verbraucherinnen und Verbrauchern den Mehrwert von regionalen Wertschöpfungsketten und das unverwechselbare Profil von Lebensmitteln aus Baden-Württemberg näherzubringen. Ebenso soll die Vielfalt der baden-württembergischen Agrarprodukte – sowie die Leistungen der Menschen und Familien, die dahinterstehen – erlebbar gemacht werden. Neben direktvermarktenden landwirtschaftlichen Betrieben sind seit Sommer 2020 in der App „VON DAHEIM BW“ auch Ferienhöfe in Baden-Württemberg als zusätzliches Angebot für Verbraucherinnen und Verbraucher abrufbar.

Darüber hinaus startete im April dieses Jahres die unter dem Dach der Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ verankerte Imagekampagne „Wir versorgen unser Land“. Zu Beginn der Corona-Pandemie waren viele Verbraucherinnen und Verbraucher in Bezug auf die Versorgungssicherheit im Land sehr beunruhigt. Dem Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz war es daher ein wichtiges Anliegen, den Verbraucherinnen und Verbrauchern zu vermitteln, welche Rolle die regionale Lebensmittelproduktion durch die Landwirtschaft, das heimische Ernährungshandwerk, den Lebensmitteleinzelhandel, die Genossenschaften und die vielen mittelständischen Betriebe der baden-württembergischen Ernährungswirtschaft seit jeher spielt und zukünftig weiterhin spielen muss, damit keine Versorgungsengpässe in Kauf genommen werden müssen.

Mittels der Imagekampagne sollen exemplarisch die Menschen in den Mittelpunkt gestellt werden, die die Verbraucherinnen und Verbraucher tagtäglich mit Lebensmitteln versorgen. Diese geben somit unserer vielfältigen und leistungsfähigen Land- und Ernährungswirtschaft ein Gesicht.

Eine erfolgreiche Begleitung des Landtourismus ist insofern gegeben, dass durch die beiden oben genannten Kampagnen zum einen die vielfältigen baden-württembergischen Agrarprodukte mit ihren Qualitätszeichen kommuniziert werden. Zum anderen wird das positive Image und die Bedeutung der Landwirtinnen und Landwirte hervorgehoben.

Folglich erfahren Verbraucherinnen und Verbraucher durch die Kampagnen eine neue Wertigkeit der heimischen Landwirtschaft, so dass die Inanspruchnahme der Angebote innerhalb des Landtourismus davon profitieren können.

Es ist angedacht, im Rahmen der Kampagne „Wir versorgen unser Land“ auch die Landesarbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof in Baden-Württemberg e.V. miteinzu beziehen, um Verbraucherinnen und Verbraucher verstärkt auf das Urlaubsangebot auf baden-württembergischen Bauernhöfen aufmerksam zu machen.

*7. welche Rolle dabei die Projekte aus dem Programm „Innovative Maßnahmen für Frauen im Ländlichen Raum“ spielen können;*

Zu 7.:

Über das Programm werden die Gründung oder Erweiterung von kleinen Unternehmen von Frauen, Qualifizierungskurse für Frauen und die Zusammenarbeit von Frauen in neuen Netzwerkorganisationen gefördert. Ziel der Förderung von Projekten für Frauen im Ländlichen Raum ist es, zum einen wohnortnahe Einkommens- und Beschäftigungsperspektiven zu erschließen und zum anderen die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu verbessern. Außerdem sollen die Projekte dazu beitragen, eine hohe Lebensqualität für die ländliche Bevölkerung zu sichern und die Entwicklung der ländlichen Gebiete voranzutreiben. Der Bereich Urlaub auf dem Bauernhof sichert vor allem den Frauen den Arbeitsplatz im Ländlichen Raum, sodass ein gezieltes Förderangebot für Frauen zum Erhalt dieser Arbeitsplätze eine bedeutende Rolle zukommt.

Bereits in der Vergangenheit wurden über das Programm Qualifizierungsmaßnahmen für Anbieterinnen von Urlaub auf Bauern- und Winzerhöfen der Landesarbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof e.V. und des Vereins Landvielfalt e.V. gefördert. Durch die Investition in das Wissen und Können der Anbieterinnen ist es gelungen, die Qualität von Urlaub auf Bauern- und Winzerhöfen zu verbessern und dem allgemeinen Trend nach Online-Buchungen und Kommunikation in den sozialen Medien Rechnung zu tragen.

Weiterhin wurden über das Programm Kräuterpädagoginnen, Gästeführerinnen, Fachfrauen für Bienenprodukte etc. geschult, die für die Gäste von Landtourismus Freizeitangebote im Ländlichen Raum anbieten. Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebote spielen beim Aufgreifen touristischer Trends eine bedeutende Rolle.

Auch einige Existenzgründungsprojekte von Frauen im Ländlichen Raum sind Leuchtturmprojekte, die zur Erhöhung und Verbesserung touristischer Angebote im Ländlichen Raum beitragen.

8. *welche Bedeutung hierbei Erlebnis-, Kompetenz- und Infoangebote haben können, z. B. Kräuterführungen, Regionale Kochschulen oder Lernort Bauernhof u. v. a.;*

Zu 8.:

Alle Freizeitangebote im Ländlichen Raum, die über die Beherbergung und Beköstigung hinausgehen, machen den Ländlichen Raum als Urlaubs- und Erfahrungsraum attraktiver. Urlauber, die sich für einen Landurlaub entscheiden, entscheiden sich bewusst für einen naturnahen Urlaub und sind an weitergehenden Angeboten wie z.B. Kräuterführungen, Kochangeboten sowie Bildungsangeboten interessiert. Weiterführende Angebote können daher zum einen als weitere Einkommensquelle im Ländlichen Raum genutzt werden, andererseits aber auch gezielt für die Verbraucherbildung und die Verbesserung des Images der Landwirtschaft genutzt werden.

Die Naturparke haben auch für verschiedene Zielgruppen Naturpark-Kochschulen und viele Themenführungen etabliert. Sie unterstützen die Vermarktung regionaler Produkte durch vielfältige Infomaterialien und Veranstaltungen. Die Tourismusangebote bedienen eine breite Palette für erlebnis-, erholungs- und genussorientierte Zielgruppen.

9. *wie sie die Erfahrungen in der Coronakrise für diesen Sektor einordnet;*

Zu 9.:

Der Landtourismus war im Frühjahr dieses Jahres gleichermaßen wie alle anderen Bereiche des öffentlichen Lebens vom Lockdown durch die Coronakrise betroffen und musste wirtschaftliche Einbußen hinnehmen. Durch die politische Entscheidung, diesen touristischen Zweig bereits am 18. Mai 2020 wieder zu öffnen, konnten finanzielle Einbußen allerdings zum Teil ausgeglichen werden. In diesem Jahr wurden besonders inländische Destinationen nachgefragt. Gerade für den Bereich Urlaub auf dem Bauernhof, bei dem das „Social Distancing“ und das Einhalten diverser Hygieneauflagen hervorragend umsetzbar ist und Freizeitangebote (Freiflächen für Kinder, Tiere etc.) direkt auf dem Betrieb vorhanden sind, bestand und besteht eine sehr hohe Nachfrage. Die Nachfrage übertraf in diesem Jahr das Angebot. Für die nächsten Jahre wird erwartet, dass sich der Trend der Bevölkerung im Inland und in der Natur sowie in ländlichen Gebieten den Urlaub zu verbringen, fortsetzen wird.

10. *ob sie eine Anpassung der bestehenden Förderkriterien im Rahmen der Corona-Stabilisierungshilfen anstrebt, um auch kleinere Tourismusdestinationen zu unterstützen;*

Zu 10.:

Zur Bekämpfung der Auswirkungen des Lockdowns auf den baden-württembergischen Tourismus wurden die Restart-Werbekampagnen der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg und der regionalen Destinationsmarketingorganisationen gefördert. Hierbei werden alle Urlaubsregionen im Land vermarktet, Zielgruppe sind die in Deutschland lebenden Personen. Diese Förderung kommt allen Tourismusdestinationen bzw. allen Leistungsanbietern im Land zugute.

*11. mit welchen Maßnahmen die Landesregierung diese Form der landwirtschaftlichen Diversifizierung unterstützt;*

Zu 11.:

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

Gefördert werden neue Geschäftsfelder, die über die klassische Agrarproduktion hinausgehen; also Investitionen hin zu nicht-landwirtschaftlichen, jedoch landwirtschaftsnahen Tätigkeiten.

An geförderten Diversifizierungen im Bereich Agrotourismus sind vor allem Investitionen zur Bereitstellung von gastronomischen und touristischen Dienstleistungen zu nennen. Die Neueröffnung oder Erweiterung einer (kleinen) Tourismusdestination ist grundsätzlich förderfähig, sofern die Fördervoraussetzungen vorliegen.

*12. inwiefern der Landtourismus in der zweiten Säule der EU-Agrarförderung eine verstärkte Förderung erfahren könnte.*

Zu 12.:

Die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit landwirtschaftlicher Betriebe unter anderem durch die Förderung der landwirtschaftlichen Diversifizierung ist eine Priorität des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER), das heißt der zweiten Säule der EU-Agrarförderung.

Im Maßnahmen- und Entwicklungsplan Ländlicher Raum Baden-Württemberg 2014-2020 (MEPL III), in dem die 13 mit ELER finanzierten Förderprogramme zusammengefasst sind, finden sich bereits Programme zur Förderung des Tourismus im Ländlichen Raum.



Hierzu gehören die Programme Förderung von Investitionen zur Diversifizierung im Rahmen der einzelbetrieblichen Investitionsförderung, Innovative Maßnahmen für Frauen im Ländlichen Raum (IMF), das Regionalprogramm LEADER und die Naturparke.

Eine Förderung des Landtourismus bzw. Agrartourismus erfolgt im Rahmen der einzelbetrieblichen Investitionsförderung - siehe hierzu Ziffer 11.

Eine grundsätzliche Voraussetzung dieser Förderung ist ein vorhandener landwirtschaftlicher Betrieb, aus dem die Diversifizierungsmaßnahme hervorgeht. Die Förderung hat sich in der Vergangenheit bewährt, wird rege nachgefragt und soll auch weiterhin beibehalten werden. Aus den zur Verfügung stehenden Finanzmitteln konnten in der Vergangenheit alle förderfähigen Anfragen bedient werden. Auch für die Zukunft ist die Landesregierung bemüht, die geplanten und förderfähigen Investitionsvorhaben in der Diversifizierung im Rahmen der einzelbetrieblichen Investitionsförderung zu ermöglichen.

Bezüglich der Rolle des Förderprogramms Innovative Maßnahmen für Frauen im Ländlichen Raum bei der Förderung des Landtourismus wird auf Ziffer 7. verwiesen.

Über LEADER können unter anderem Projekte von öffentlichen und privaten Projektträgern gefördert werden, die eine touristische Ausrichtung besitzen oder zumindest überwiegend dem Tourismus dienen. Dazu zählen beispielsweise der Auf- und Ausbau touristischer Infrastruktur, die einzelbetriebliche Förderung, Investitionen in Maßnahmen zur Unterstützung von Freizeitaktivitäten, Beschilderung von touristischen Sehenswürdigkeiten und der Aufbau und die Modernisierung touristischer Informationszentren. Eine Besonderheit von LEADER ist, dass die Menschen vor Ort über die zu fördernden Projekte entscheiden.

In der aktuellen Förderperiode LEADER 2014-2020 wurden Fördermittel verstärkt für den Landtourismus genutzt. Auch in der neuen Förderperiode LEADER 2021-2027 wird die Förderung des Landtourismus weiterhin Bestandteil von LEADER bleiben.

Unter Berücksichtigung der regionalen Besonderheiten gestalten die sieben Naturparke Baden-Württembergs die Erholungs- und Erlebnislandschaften. Dabei gilt es, ein Gleichgewicht zwischen Naturschutz und Naturnutzung herbeizuführen und einen naturverträglichen Tourismus zu fördern. Gefördert werden beispielsweise Infrastruktureinrichtungen zur Besucherinformation und Erholungsnutzung.

Der integrative Ansatz der Naturparke, der der Erhaltung der Kultur- und Naturlandschaft dient und die Gleichrangigkeit der Anliegen von Landwirtschaft, Naturschutz, Forstwirtschaft und naturnahem Tourismus herausstellt, wird auch in der nächsten Förderperiode fortgesetzt.

Die Förderung des ländlichen Tourismus wird in Baden-Württemberg auch in der kommenden Förderperiode ein wichtiger Baustein im Bemühen sein, neue Einkommenspotenziale für landwirtschaftliche Betriebe zu erschließen und die Attraktivität ländlicher Räume als Lebens- und Wirtschaftsräume sowie die Lebensqualität im ländlichen Raum zu sichern und zu verbessern.

Mit freundlichen Grüßen

gez. Peter Hauk MdL