

**Rede des Parlamentarischen Staatssekretärs im
Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und
Verbraucherschutz, Dr. Gerd Müller**

- Anlass:** Tourismuspolitischer Kongress der Koalitionsfraktionen von CDU/CSU und FDP
- Termin:** 11. Juni 2012, 12.30 bis 17.00 Uhr
- Ort:** Reichstagsgebäude, Raum 3 N 001
- Thema:** „Die Stärken der ländlichen Räume für den Tourismus nutzen“
- Teilnehmer:**
- Rededauer:** ca. 10 Minuten

Es gilt das gesprochene Wort!

Modul 2: Tourismus fördern, Regionen attraktiv gestalten

Die Stärken der ländlichen Räume für den Tourismus nutzen

1. Verlässliche politische Rahmenbedingungen sind die Grundlage für eine erfolgreiche wirtschaftliche Entwicklung!

- Verlässliche politische Rahmenbedingungen sind eine zentrale Voraussetzung zur Entwicklung unserer ländlichen Räume und damit auch zur Entwicklung des Ländlichen Tourismus.
- Mehr noch als in den Metropolregionen geht es in unseren Ländlichen Räumen darum, ökonomische Entwicklung mit sozialem Zusammenhalt, kultureller Identität und der Sicherung eines guten ökologischen Zustands in Einklang zu bringen.
- Dieser Aufgabe müssen sich alle politisch Verantwortlichen stellen, auf Ebene der Europäischen Union, des Bundes, der Länder und der Kommunen.

...

- Die große Herausforderung für uns Politiker ist es, die verschiedenen Politikfelder, wie z.B. die Agrarpolitik, die Wirtschafts-, Verkehrs-, Umwelt-, Bildungs- und nicht zuletzt auch die Gesundheitspolitik als Bestandteile einer integrieren Politik für die ländlichen Räume und den Ländlichen Tourismus zu begreifen und klug miteinander zu verzahnen.
- Dabei muss man nüchtern feststellen: Es gibt kein Patentrezept für einen erfolgreichen Politikmix zur Entwicklung unserer ländlichen Räume und des Ländlichen Tourismus.
- Und wir sollten auch nicht den Fehler machen, allein auf die gestaltende Kraft der Politik zu setzen.
- Wir sind auf den Sachverstand und das Engagement der betroffenen Akteure, der Wirtschaft, der gemeinnützigen Verbände und der ehrenamtlich Aktiven angewiesen.
- Ein erfolgreiches Konzept für den Ländlichen Tourismus erfordert daher an erster Stelle gute Kooperation und breite Vernetzung der Akteure sowie einen auf die regionalen Besonderheiten zugeschnitten Politikmix.
- Besonders gefordert sind hier die Länder, und zwar nicht nur wegen ihrer in vielen Politikbereichen weitgehend alleinigen verfassungsrechtlichen Zuständigkeit, sondern auch der Sache wegen.
- Es kann weder Aufgabe der EU noch die des Bundes sein, regionale landtouristische Konzepte zu entwickeln.

- Es ist aber Aufgabe der EU und des Bundes, Förderangebote zu machen, die von den Ländern gezielt zur Entwicklung des Ländlichen Tourismus genutzt werden können.
- Zum Beispiel im Bereich des Agrotourismus, einem Segment des Ländlichen Tourismus, das sich ohne gezielte Unterstützung kaum so erfolgreich hätte entwickeln können und unter der Bezeichnung „Urlaub auf dem Bauernhof“ heute einen hohen Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad erworben hat.
- Bäuerliche Betriebe haben hier schon sehr früh Pionierarbeit geleistet und wurden und werden dabei durch gezielte Förderangebote unterstützt.
- Diese Angebote basieren auf dem europäischen Förderungsfonds zur Entwicklung des Ländlichen Raums (ELER) bzw. auf der Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes (GAK).
- Heute ist das Segment „Agrotourismus“ mit einem geschätzten Jahresumsatz von ca. 1,1 Mrd. € und einem Anteil von ca. 6 % am inländischen Reisemarkt ein relevanter Faktor für den gesamten Tourismus in unseren ländlichen Räumen und stellt für viele landwirtschaftliche Betriebe eine wichtige zusätzliche Einkommensquelle dar.
- Ein eindrucksvoller Beleg für eine verlässliche Politik !

2. Bewährte Instrumente zur Förderung einer nachhaltigen wirtschaftlichen Entwicklung fortführen und weiter entwickeln!

- Derzeit wird in Brüssel die Reform der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) und damit auch der Kommissionsvorschlag für eine neue ELER-Verordnung beraten.
- Wir setzen uns im BMELV dabei besonders für das zentrale Förderziel, nämlich die **wirtschaftliche Entwicklung** in ländlichen Gebieten zu stärken, ein.
- Die **Förderschwerpunkte** sind:
 - Die Förderung der Diversifizierung, die Gründung neuer Kleinbetriebe und damit die Schaffung neuer Arbeitsplätze sowie die Stärkung lokaler wirtschaftlicher Entwicklungen in ländlichen Gebieten.
- Konkret bedeutet das, dass bei der Umsetzung der ELER-Verordnung über die **Gemeinschaftsaufgabe GAK** auch künftig Investitionen zur Diversifizierung - wie zum Beispiel der Umbau von ehemals landwirtschaftlichen Gebäuden in Ferienwohnungen - gefördert werden können.

- Auch die Förderung der **Integrierten ländlichen Entwicklung** kann fortgeführt werden. Dies umfasst zum Beispiel die Förderung kleinerer touristischer Infrastrukturmaßnahmen, wie Fremdenverkehrsinformationen und die Ausschilderung von interessanten Sehenswürdigkeiten.
- Im Zusammenhang mit **regionalen Entwicklungsstrategien** können zentrale Tourismusprojekte in ländlichen Räumen in bewährter Weise gefördert werden.
- Ohne den Tourismus konkret zu benennen, lassen die in dem neuen ELER-Entwurf genannten Förderschwerpunkte den Lokalen Aktionsgruppen (LAG) beim LEADER-Ansatz breitesten Spielraum, über ihre lokalen Entwicklungskonzeptionen die Förderung des Ländlichen Tourismus mit einzubeziehen.
- Über einen fakultativen **sogenannten Multifondsansatz** können auch Mittel des Europäischen Strukturfonds EFRE und des Europäischen Sozialfonds ESF im Rahmen solcher Lokalen Entwicklungskonzeptionen für die Förderung des Tourismus in ländlichen Räumen genutzt werden.

3. Ländlicher Tourismus braucht attraktive ländliche Räume – und umgekehrt!

- Gute touristische Angebote in ländlichen Räumen werden von Menschen gemacht, die vor Ort leben, und zwar heimatverbunden und mit Zuversicht. Das allein wird auf Dauer aber nicht reichen.
- Ohne Arbeitsplätze, gute Infrastruktur, Bildungs- und Kulturangebote sowie eine intakte Gesundheitsversorgung werden unsere Ländlichen Räume ihre Attraktivität als Lebensraum und als touristische Destination verlieren.
- Darum brauchen wir Zukunftsperspektiven, Bleibe- und Rückkehranreize für Qualifizierte, insbesondere für junge Frauen, Schulangebote für Kinder, und nicht zuletzt auch mehr hochwertige Arbeitsplätze.
- Wir brauchen vor Ort eine breite Diskussion über Konzepte zur Entwicklung von Wertschöpfungsketten, eine regionale Stärken-/Schwächen-Analyse, einen gesellschaftlichen Konsens über den Entwicklungsschwerpunkt einer Region und am Ende Entscheidungen über die dafür notwendigen Mittel und Wege.
- Oft fehlt es nicht an den Instrumenten, sondern an einer **systematischen zielorientierten Herangehensweise.**

- Nur mit einem integrierten Politikansatz für die ländlichen Räume kann es gelingen, strukturelle Defizite zu überwinden und die drohenden Folgen des demografischen Wandels abzuwenden. Der Ländliche Tourismus kann dazu einen wichtigen Beitrag leisten, denn er setzt auf das Alleinstellungsmerkmal der Einmaligkeit, die jede ländlichen Räume auszeichnen.

4. Gleichwertige Lebensbedingungen in Stadt und Land sind auch für die Entwicklung des Ländlichen Tourismus eine unverzichtbare Voraussetzung!

Es ist Ausdruck unserer föderalen und solidarischen Gesellschaftsordnung, für gleichwertige Lebensbedingungen in Stadt und Land zu sorgen. Dieser Grundsatz spiegelt sich auch in den Maßnahmen zur Unterstützung des Breitbandausbau in ländlichen Räumen wider, auf den ein Wirtschaftssektor wie der Ländliche Tourismus nicht verzichten kann:

Breitbandausbau:

- Derzeit verfügen etwa 99 % der Haushalte im Bundesgebiet über einen Breitbandanschluss mit mindestens 1 MBit/s, bis 2014 sollen für 75 Prozent der Haushalte Bandbreiten von 50 Mbit/s und mehr zur Verfügung stehen,
- der flächendeckende Ausbau und damit die Versorgung der ländlichen Gebiete mit 50 Mbit/s soll möglichst rasch, spätestens aber bis 2018 realisiert werden,
- das BMELV unterstützt den Breitbandausbau weiterhin durch die Förderung im Rahmen der GAK. Hierbei stellt der Bund seit dem Jahr 2008 jährlich 10 Mio. € (zweckgebunden) für den Breitbandausbau in ländlichen Räumen zur Verfügung. Auf diesem Weg wurden bisher ca. 60 Mio. € Fördermittel bereitgestellt,

- Darüber hinaus hat die Landwirtschaftliche Rentenbank (LR) ein neues Finanzierungsprogramm für den Breitbandausbau in ländlichen Gebieten entwickelt. Seit Januar dieses Jahres können sich Kommunen, Zweckverbände aber auch TK-Unternehmen die erforderlichen Geldmittel für den Netzausbau in ländlichen Gebieten langfristig zu sehr günstigen Konditionen bei der LR beschaffen.

Kulturangebote:

- Kultur in ländlichen Räumen ist ein wichtiger Faktor zur Erhaltung des ländlichen Lebens, zur Sicherung der Lebensqualität und Identität der Landbevölkerung,
- Ein vielfältiges kulturelles Leben wirkt auch positiv auf die touristische Attraktivität einer Region,
- Kulturelles Leben auf dem Lande ist oftmals ein wichtiger Bestandteil regionaler Landtourismuskonzepte.

Gesundheitsangebote

- Markt- und Trendforscher sehen für den Gesundheitstourismus in den nächsten Jahrzehnten hohe Zuwachsraten, insbesondere auch in der Kombination mit dem Landtourismus,
- wachsendes Gesundheitsbewusstsein wird die Nachfrage nach entsprechenden Angeboten weiter steigen lassen,

- jahrzehntelang war der Gesundheitstourismus in Deutschland von kurativen Aufenthalten in Kurorten und Heilbädern geprägt,
- durch den Rückzug der Sozialversicherungsträger werden die einstmals marktprägenden, Kur-fokussierten Anbieter deutschlandweit zur Neuausrichtung angeregt,
- gleichzeitig wird der Weg frei für neue Anbieter in ländlichen Räumen,
- der Markt steht an der Schwelle zu einem „Neuen Gesundheitstourismus“.

5. Der demografische Wandel bedeutet Herausforderung und Chance zugleich!

- Im demografischen Wandel und bei anhaltender Abwanderung junger Menschen steigt der Anteil älterer Menschen insbesondere in den ländlichen Regionen. Gleichzeitig sinkt die Bevölkerungsdichte. Das wird sich auch auf den ländlichen Tourismus auswirken.
- Viele Kommunen sind schon heute gezwungen, ihre Infrastrukturangebote zu reduzieren. Ein Teufelskreis: Denn Sie verlieren damit weiter an Attraktivität.
- Nur ländliche Räume mit einer starken regionalen Wirtschaft können dieser Entwicklung etwas entgegensetzen.

- Der Ländliche Tourismus bietet die Chance, die Wirtschaftskraft ländlicher Regionen zu entwickeln und damit auch Zukunftsperspektiven und Arbeitsplätze für junge Menschen zu bieten.
- Unsere ländlichen Räume können vom demografischen Wandel umgekehrt auch profitieren, nämlich wenn es gelingt, sie für ältere Menschen attraktiv zu machen.
- Besondere Angebote im medizinisch-therapeutischen Bereich, Barrierefreiheit und Komfort, aber auch spezielle Aktivurlaubsangebote für „Silverager“ können neue Marktchancen eröffnen.
- Von Kurzurlaub bis Altersruhesitz ist alles denkbar.

6. Stärken klug entwickeln: Schritt für Schritt zum Erfolg!

- Wenn Ländlicher Tourismus funktionieren soll, müssen vor Ort, von den lokalen Akteuren, regionalspezifische Ziele und Handlungsfelder benannt werden.
- Es muss ein **gemeinsames Leitbild** und **Entwicklungsziel** einer Region definiert werden.
- Es müssen regionsinterne Kräfte aktiviert und Handlungen regionaler Akteure vernetzt werden.
- Das ist das Grundprinzip der integrierten ländlichen Entwicklungskonzepte (ILEK).

- Fast alle Länder nutzen dieses Instrument innerhalb der Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der Agrar- und Küstenschutz. Und es funktioniert, wenn von der Idee bis zur Umsetzung alle Akteure zusammen halten.
- **Das „Zusammenhalten“ ist die wichtigste Herausforderung für das Regionalmanagement.**
- Jeder Anbieter, egal ob Kommunen, landwirtschaftliche Betriebe, von der Gastronomie bis zum Handwerk, jeder muss eine ehrliche und detaillierte Bestandsaufnahme vornehmen (Analyse der Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken).
- Best Practice-Analysen können wertvolle Anregungen geben.
- Eine klare Definition der Zielgruppen und ein modernes Qualitätsmanagement sind unverzichtbar.
- Gleiches gilt für Leitfäden mit konkreten Handlungsempfehlungen.

7. Profilbildung und Spezialisierung ist ein Muss!

- Früher haben Urlauber auf dem Bauernhof in erster Linie eine Übernachtung mit Frühstück nachgefragt.
- Heute erwarten Urlauber nicht nur bestimmte Qualitätsstandards bei den Basisleistungen wie Unterkunft und Gastronomie, sondern auch ein ansprechendes Sport-, Erlebnis- und Unterhaltungsangebot.

- Gefragt ist ein abwechslungsreiches und anspruchsvolles Freizeitangebot.
- Um bedarfsgerechte Angebote entwickeln zu können, müssen die Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppe genau in Erfahrung gebracht werden.
- Das „Einer für Alle – Urlaubsangebot“ hat keine Zukunft.

8. Qualität und Innovation in den Mittelpunkt stellen!

- Urlaub auf dem Lande hat insgesamt gesehen ein positives Image.
- Allerdings werden von den Gästen heute zunehmend die gleichen Qualitätsstandards bei den Basisleistungen, wie z.B. bei Unterkunft, Gastronomie und Service, erwartet wie in anderen Tourismussegmenten.
- Angebotsqualität und die Qualifizierung des Personals werden immer wichtiger.
- Gleiches gilt für die Bereitschaft, den Gästen Neues zu bieten.
- Qualitäts- und Innovationsmanagement entwickeln sich auch im Ländlichen Tourismus zu den zentralen Erfolgsfaktoren.
- Standards mit einheitlichen Siegeln schaffen Vertrauen beim Verbraucher.

9. Vermarktung und Vertrieb kundennah gestalten!

- Der Aufbau von Netzwerken, Marketing und Vertriebsplattformen muss intensiv öffentlichkeitswirksam begleitet werden.
- Vermarktungsorganisationen können das regionale Angebot bündeln, Marketingwege entwickeln und mediengerecht ausarbeiten.
- Der Ländliche Tourismus steht mit einer Vielzahl von Urlaubsangeboten leistungsstarker Konzerne aus dem In- und Ausland im Wettbewerb.
- Trendanalysen zeigen aber, dass sich das Nachfragebedürfnis wandelt: Die Zielgruppen werden kleiner und heterogener.
- Das eröffnet die Chance zur Spezialisierung und Erschließung von Marktnischen – ganz besonders im Segment des Ländlichen Tourismus.

10. Netzwerke und Kooperationen aufbauen und konsequent nutzen!

- Zusammenarbeit und Absprachen zwischen den verschiedenen Anbietern ermöglichen es, die Angebotsvielfalt deutlich zu erhöhen.
- Bei der Erschließung neuer Zielgruppen sind Kooperationen häufig unverzichtbar.
- Angebotsvernetzungen zwischen landwirtschaftlichen Betrieben, der Gastronomie, den Kommunen und anderen regionalen Anbietern können für alle Beteiligten – und damit letztlich auch für die Urlauber - einen Gewinn bringen („win-win Situation“).
- Gerade bei der Vermarktung sind Alleingänge selten zielführend.
- Effiziente regionale Netzwerke sind für die Stärkung des Ländlichen Tourismus mindestens genauso wichtig wie die finanzielle Förderung durch öffentliche Mittel.
- Die Notwendigkeit der Vernetzung gilt bundesweit. BMELV bietet an, hier stärker koordinierend tätig zu werden. Wir werden gerne die Kommunikation und Zusammenarbeit der Länder und Akteure aktiv moderieren. Denn der Agrotourismus braucht bundesweit
 - einheitliche Qualitätsstandards,
 - Beratungsangebote für Quereinsteiger und Kleinbetriebe

- einen starken gemeinsamen Vertriebsweg
 - ein nachhaltiges und positives Image
 - eine effiziente Nutzung aller verfügbaren Instrumente
-
- Das geht nur miteinander.