

Medienquelle	Print	Autor	Von Maria Löffler	AÄW	877,06
Auflage	6.232	Verbreitung	6.174	Seitenstart	17
Thema	Sparkasse Kulmbach-Kronach				



Ein Verein übernimmt jetzt den Staffelstab

Von Maria Löffler

Fünf Jahre lang existierte das Projekt „Agrotourismus Frankenwald“. Jetzt läuft es aus. Weitergehen soll es trotzdem.

Kronach – Zum Abschluss des Projekts „Agrotourismus Frankenwald“ warfen die Verantwortlichen bei einer Veranstaltung in der Kronacher Sparkasse einen Blick zurück, aber sie schauten auch auf einen Anfang nach dem Ende. „Es geht weiter“, sagte Projektleiter Klaus Schaumberg. Man will nämlich einen Verein mit identischen Zielen gründen. „Wir wollen zum nachhaltigen Entwickler für die Region werden“, sagt der künftige Vereinsmitbegründer Markus Martini. „Unsere Aufgabe wird zunächst der Aufbau eines Netzwerkes sein.“ Michael Baier stellte schon mal den Internetauftritt des Vereins vor. Die Gründung soll im Dezember erfolgen.

Schaumberg gab einen kurzen Abriss über die vergangenen fünf Jahre. „Zuerst machten wir eine Bestandsanalyse, also eine ‚Schatzsuche‘, wie ich es immer genannt habe. Danach kam die Auswertung und die Netzwerkarbeit. Die Vorteile dafür lagen auf der Hand: So bildeten sich neue Veranstaltungsformate und Arbeitskreise. Zu unseren Aufgaben zählte aber auch die Öffentlichkeitsarbeit und die Entwicklung von Angeboten.“ Sein Fazit: „Es wird ein langer Prozess, der engagierte Kümmerer

braucht.“ Und am Schluss fragte er: „Agrotourismus – die ganze Welt steigt ein, steigt Bayern aus?“

Klaus Ehrlich, Geschäftsführer von Eurogites, eines europäischen Verbandes für Landtourismus, spekulierte in seinem Referat über das „Aus für das Bauernhofidyll“, aber auch über neue Chancen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung ländlicher Räume. „Ein romantischer Bauernhof alleine hat keine Zugkraft mehr“, sagte er. „Viel wichtiger für den Erfolg ist das In-Wert-Setzen ländlicher Ressourcen.“ Das machte er am Beispiel eines Mountainbikers fest: „Er will Landschaft und schöne Strecken? Wir haben sie. Ist er dann erst einmal hier, dann kann ich ihm auch etwas zu essen verkaufen.“

Ehrlich sprach auch über Werbestrategien und Marketing. Hier solle man sich professionelle Hilfe holen und vor allem bei relevanten Suchmaschinen gelistet sein. Mund-zu-Mund-Propaganda laufe heutzutage eher elektronisch über Bewertungen im Internet. Wie ein Gast solle man denken. Diesem seien als erstes die Landschaft und die Umgebung wichtig, danach kämen Unterbringung, Aktivitäten, Kultur und Gastronomie. Wettbewerbsgedanken untereinander müsse man beiseite legen. Ehrlich: „Nur dort, wo man sie überwindet, ist man erfolgreich.“ In Nischen zu denken, sei ebenfalls erfolg-

versprechend: etwa Generation 60plus, Eco-Tourismus, Gäste mit Haustieren und Agrotourismus.

„Es gibt enormes Wachstumspotenzial, aber wir müssen kommerzieller werden“, sagte der Referent.

Auch Guido Winter, Leiter des Kulmbacher Amtes für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (AELF), ist sich sicher, dass man erst am Anfang einer Entwicklung steht. „Wir haben viel erreicht, viele Dinge sind entstanden. Es konnte zwar nicht immer alles umgesetzt werden, und manches kommt erst jetzt in die Gänge, aber wir nehmen unsere Erfahrungen mit.“

„Welcome to the Bavarian Outback“, damit warb die Kulmbacher Kreisbäuerin Anita Sack. Sie erzählte davon, wie gut der Aktionstag Agrotourismus in Ködnitz und Trebgast angenommen worden sei. Der Trebgaster Bürgermeister Werner Diersch bedauerte das Ende des Projektes: „Es ist schade, dass die Kümmerer jetzt etwas abhanden kommen.“ Regine Wiesend vom bayerischen Landwirtschaftsministerium brachte es auf den Punkt: „Man muss künftig eine ganze Region vermarkten. Der Staffelstab wird jetzt an den Verein übergeben, und aus dem Projekt wird eine Daueraufgabe.“

*„Es gibt enormes Potenzial,
aber wir müssen
kommerzieller werden.“*

Klaus Ehrlich, Eurogites-Geschäftsführer