

Das „Schmallenberger Kinderland“

Gebiet und Identität

Naturraum

Bevölkerung

Siedlung

Wirtschaft und Verkehr

Bildung und Kultur

Gesellschaft und Politik

Das „Schmallenberger Kinderland“ ist im Jahre 2009 eine Gruppe von 27 **Ferienhöfen im Sauerland**, die es sich zum Ziel gesetzt hat, die speziellen **Bedürfnisse von Familien mit Babys und Kleinkindern** am Urlaubsort zu erfüllen. Unter dem Motto „Sie brauchen keinen Lkw, um bei uns Urlaub zu machen“ sind alle Kinderlandbetriebe mit Leihbuggys, Kinderwagen, Babyphon, Laufstall u. v. m. ausgestattet. Ein kostenloser Einkaufsservice vor der Anreise, zahlreiche Spiel- und Erlebnisprogramme und viele ländliche Mitmachangebote ergänzen das Angebot. Durch gemeinschaftliches Auftreten und gegenseitige Ergänzung der Serviceleistungen bieten die Kinderland-Bauernhöfe ihren Gästen ein „maßgeschneidertes“ Angebot und erzielen so einen professionellen Marktauftritt. Weiterhin zeichnet sich das Schmallenberger Kinderland durch eine günstige Lage zu den Ballungsgebieten Rhein, Ruhr und Main im Bereich von 100 bis 200 km aus und ist somit für Familien schnell und bequem zu erreichen.

Die **Stadt Schmallenberg** mit ihren 26 556 Einwohnern (Stand: 31.12.2007) liegt im südlichen Teil des Hochsauerlandkreises. Im Norden und Osten grenzt sie an Eslohe, Meschede, Bestwig und Winterberg. Südlicher Nachbar ist die Stadt Bad Berleburg im Kreis Siegen-Wittgenstein, und im Westen liegt Lennestadt im Kreis Olpe. Mit einer Gesamtfläche von 304,94 km² ist Schmallenberg heute die flächenmäßig größte kreisangehörige Stadt in Nordrhein-Westfalen.

Zur Stadt Schmallenberg (350 – 818 m ü. NN) gehören seit der kommunalen Neugliederung 1975 insgesamt 83 Ortschaften, darunter der staatlich anerkannte Kneippkurort Bad Fredeburg und die Luftkurorte Grafenschaft, Nordenau und Schmallenberg. Ein weit verzweigtes Wanderwegenetz, ein gut ausgebautes Gastronomie- und Beherbergungswesen sowie ein breit gefächertes Wintersportangebot kennzeichnen die vielseitige touristische Infrastruktur Schmallenbergs. Traditionell ist in Schmallenberg der Urlaub auf dem Bauernhof weit verbreitet. Insbesondere die vielfältige Oberflächengestalt mit stark wechselnden

Höhenlagen, der hohe Waldanteil sowie die charakteristischen Klimaverhältnisse – mit der Höhe zunehmende Niederschläge und kürzere Vegetationsperioden – ergeben im Vergleich zu anderen Regionen überwiegend ungünstige Produktionsbedingungen für die Landwirtschaft. Nicht zuletzt aufgrund dieser Faktoren suchen immer mehr bäuerliche Familien neue Verdienstmöglichkeiten außerhalb der Landwirtschaft.

Die **Initiative zur Kooperation und Spezialisierung** ging von einem Betrieb in Schmallenberg aus, der bereits seit 1994 einer europaweiten Anbietergruppe angehörte, die Familien mit kleinen Kindern als Zielgruppe bewarb. Im Jahr 1998 trafen sich die Mitglieder dieser Anbietergruppe auf einem Babybauernhof in Kärnten/Österreich zu einem Seminar über baby- und kleinkindgerechte Ferienhöfe. Mit der Idee, ähnliches in Schmallenberg aufzubauen, lud der Betrieb alle Ferienbauernhöfe in Schmallenberg (damals 36) zu einem Informationsgespräch ein. Insgesamt 14 Betriebe folgten der Einladung und erkannten die Chance, sich auf Urlauberfamilien mit kleinen Kindern zu spezialisieren. Mit Unterstützung u. a. der Landwirtschaftskammer Westfalen-Lippe, der Stadt Schmallenberg, des Hochsauerlandkreises sowie des Tourismusverbandes Nordrhein-Westfalen gelang es, durch intensive Schulungen und Seminare die Idee des Schmallenberger Kinderlandes schnell zu realisieren.

Seit Juli 1999 ist das „**Schmallenberger Kinderland**“ ein eingetragener Verein, und der Name ist urheberrechtlich geschützt. Im Jahr 2001 hat sich die Anbietergemeinschaft um fünf Mitglieder vergrößert. Seither sind weitere Betriebe beigetreten (Stand 2009: 27 Mitglieder). Insgesamt acht der Mitgliedsbetriebe liegen außerhalb der Stadtgrenzen Schmallenbergs in Attendorn, Eslohe, Lennestadt, Olsberg, Medebach und Sundern. Dieser Umstand erscheint derzeit noch unproblematisch, jedoch ist zu hinterfragen, ob die weitere Ausdehnung des „Schmallenberger Kinderlandes“ nicht zu einer „Verwässerung“ des Markennamens und des Marketings führt.

In einem ca. einjährigen Aufnahmeverfahren müssen Seminare zur Schulung und Vorbereitung besucht sowie spezifische Kriterien zur Gewährleistung eines hohen Qualitätsstandards erreicht werden. Hierbei handelt es sich zum einen um die Erfüllung der zehn Kinderlandkriterien Sicherheit, kein Risiko bei krankheitsbedingtem Reiserücktritt, alles vorhanden, Angebote für Allergiker, viel Platz, Service und Betreuung, Spaß und Action, Tiere und Natur auf dem Bauernhof, im Notfall versorgt sowie spezielle Angebote für behinderte Familienangehörige; zum anderen geht es um eine Zertifizierung mit dem Gütezeichen „Urlaub auf dem Bauernhof“ oder „Landtourismus“ der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft. Diese Gütezeichen setzen voraus, dass regelmäßige Überprüfungen von neutralen Sachverständigen nach festgeschriebenen strengen Qualitätskriterien bestanden werden.

Zur Zeit hat das „Schmallenberger Kinderland“ insgesamt rund 750 Betten (2009). Im Jahre 2003 waren es noch 400. Allein von 1999 bis 2000 haben die Mitgliedsbetriebe ihre Übernachtungszahlen um 5 – 15 % steigern können. Die Bettenauslastung liegt zwischen 45 und 70 %; durch die Fixierung auf die Zielgruppe nicht schulpflichtiger Kinder können insbesondere die Vor- und Nachsaison besser belegt werden. Da bei jungen Familien besonders bevorzugt, findet die Unterbringung überwiegend in Ferienwohnungen, wahlweise mit Halb- oder Vollpension, statt.

Durch das Zusammenwirken der 27 Kinderland-Betriebe wird nicht nur ein zielgruppenorientiertes Spezialangebot erzeugt, sondern auch eine **professionelle Vermarktung** ermöglicht. So sind ein eigenständiger Marktauftritt und eine klare Abgrenzung zu den Wettbewerbern sowie die Entwicklung eines einheitlichen optischen Erscheinungsbildes (*Corporate Design*) die erklärten Ziele des Kinderland-Konzeptes. Als Maskottchen wurde zwischenzeitlich die rotbunte Kuh „Lilli Lustig“ entwickelt. Als Werbemittel dienen zum einen die sog. „Kinderland-Zeitung“, ein Werbeprospekt im A2-Format mit detaillierten Informationen zum „Schmallenberger Kinderland“ und den Mitgliedsbetrieben sowie zum anderen

„Schmallenberger Kinderland“

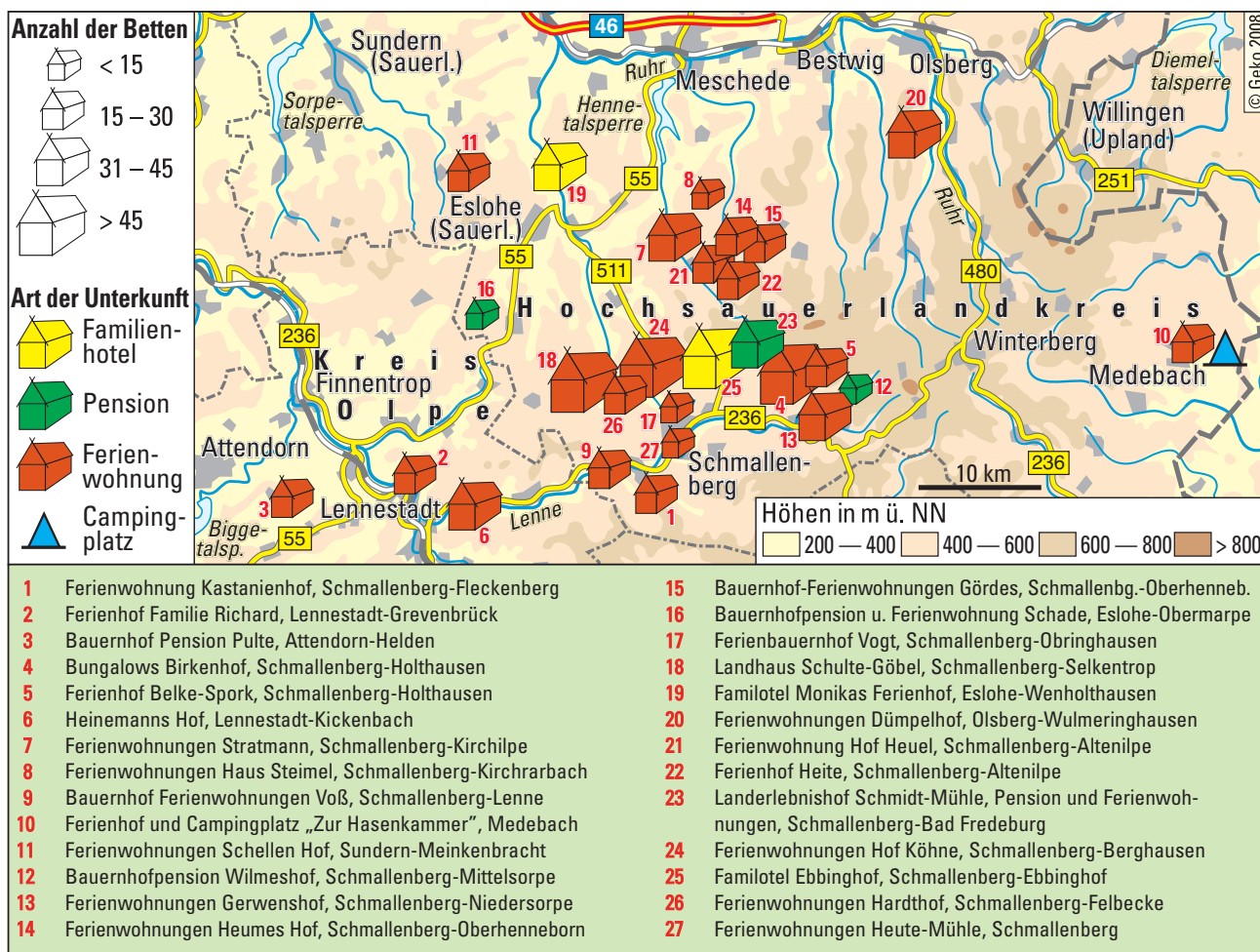


Abb. 1: „Schmallenberger Kinderland“ 2009 (Quelle: www.schmallenberger-kinderland.de)

die gemeinsame Homepage mit der Adresse www.schmallenberger-kinderland.de, wo auch über freie Unterkünfte auf den Höfen informiert wird und Buchungen online vorgenommen werden können. Ein Faltblatt mit dem Titel „Hurra Ferien Programm“ listet die gemeinsamen Veranstaltungen von der „Osterrallye“ bis zum „Warten auf das Christkind“ für das gesamte Jahr auf. Jeder Hof hat für seine Gäste ein spezielles Ferienprogramm ausgearbeitet, an dem die Kinder der Mitgliedshöfe teilnehmen können. Daneben gibt es buchbare Pauschalangebote, wie etwa die „Enkelwochen“ für Großeltern und ihren Enkeln oder die „Singlewochen“ für Mütter und Väter, die alleine mit ihren Kindern verreisen. Teilweise werden auch Infrastruktureinrichtungen (z. B. Schwimmbäder) von Nachbarhöfen mitgenutzt. So können dem Gast komplette Empfehlungen geboten, Investitions- und Arbeitskosten aber geteilt werden! Weiterhin gehört zu den

werblichen Maßnahmen die Präsentation auf verschiedenen Touristikfachmessen (u. a. ITB und Grüne Woche in Berlin). Darüber hinaus präsentiert sich das „Schmallenberger Kinderland“ in den deutschlandweiten Katalogen und Internet-Auftritten der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft, des Landschriftenverlages sowie der Arbeitsgemeinschaft „Komm aufs Land“ in Nordrhein-Westfalen. Als zentrale Informations- und Buchungsstelle ist das „Kinderlandbüro“ mit Sitz im Holz- und Touristikzentrum Schmallenberg eingerichtet worden.

Es bleibt festzuhalten, dass die Nachfrage nach Angeboten im Tourismussegment „Urlaub auf dem Bauernhof“ immer noch steigt. Im gleichen Ausmaß wächst auch die Konkurrenz der Anbieter untereinander. Häufig zu beobachten sind ein zersplittertes Angebot, ein unprofessioneller Marktauftritt sowie ein unzureichendes Qualifikationsniveau der Anbieter. Vor diesem

Hintergrund hat sich bei vielen Akteuren im ländlichen Raum die Erkenntnis durchgesetzt, dass sich insbesondere durch Kooperation interessensgleicher Anbieter problemorientierte Qualitätsstrategien entwickeln lassen. Insbesondere ein Spezialangebot wie das „Schmallenberger Kinderland“ offeriert den einzelnen Betrieben Möglichkeiten, die sie nur im Verbund mit Partnern haben. Das „Schmallenberger Kinderland“ bietet die Chance der Konzentration und Professionalisierung bezüglich einer genau definierten Zielgruppe, einer besseren Auslastung in der Vor- und Nachsaison, einer zielgerichteten und professionellen Vermarktung und damit einer höheren Wertschöpfung für den Einzelbetrieb. Letztendlich geht es darum, sich nicht als Konkurrenten, sondern vielmehr als Partner zu sehen.

CHRISTINE SCHNEIDER,
RUDOLF GROTHUES