

Summary:

Marktanalyse und Konzeptentwicklung für ein Bauernhofcafé im Vorderen Westerwald

Nicole Runkel

Landwirtschaft in Deutschland, ein von Modernität und Technik geprägtes Segment. Der primäre Sektor durchschreitet in den letzten Jahrzehnten eine enorme Entwicklung, Landwirtschaft im klassischen Sinne ist nur noch in den seltensten Fällen vorzufinden. Moderne Betriebe von heute sind ein marktorientiertes und hochentwickeltes Gefüge, das aus vielen einzelnen technisierten Bereichen besteht. Das klassische Bild von einem idyllischen Bauernhof, in Form vom „Bilderbuchbauernhof“, bricht mehr und mehr weg. Es handelt sich jedoch um die Idylle des Landlebens, welche von den Städten in der heutigen, schnelllebigen Gesellschaft sehr geschätzt wird. Das heißt, es ist von großer Bedeutung das stilvolle Landleben in seinem klassischen Sinne beizubehalten.

In den letzten Jahren hat sich die Generierung eines ausreichenden Einkommens in der modernen Landwirtschaft komplizierter gestaltet denn je, die erwirtschafteten Erträge werden im Verhältnis zum eingesetzten Kapital immer geringer. Aktuelle Zahlen aus der online Fachzeitschrift „*agrar-heute*“ verdeutlichen die schwierige Situation der deutschen Landwirte genauer. Im vorigen Jahr, 2014, ging das gesamte „*landwirtschaftliche Realeinkommen um 4%*“ (WÖRLE 2015, o. S.) zurück, nur durch eine „*Verringerung des agrarischen Arbeitseinsatzes um 2,3%*“ (ebd.) konnte diesem Rückgang entgegen gewirkt werden. Es ergibt sich ein „*durchschnittliche Einkommensminus von 1,7%*“ pro Arbeitskraft (ebd.). In den meisten Arbeitsbereichen in der Landwirtschaft gibt es mehrere Aspekte, die dafür sorgen, dass das landwirtschaftliche Einkommen unter die Minimumsgrenze sinkt. Ob die Tendenzen für das Jahr 2015 besser stehen, ist fraglich. Dies führt dazu, dass es in den meisten landwirtschaftlichen Branchen, sei es Ackerbau, Milchwirtschaft etc. zu einer Generierung neuer Einkommensstrategien kommt. Vor allem im Bereich der Milchwirtschaft ist dies von großer Bedeutung, durch das Wegfallen der Milchquote Anfang April 2015 sinken die Litterpreise immer weiter unter die Existenzgrenze.

Der Tourismus im ländlichen Raum spielt hier eine sehr bedeutende Rolle. Der Natur- und Kulturraum wird immer häufiger als „Zufluchtsort“ für gestresste Städter wahrgenommen, es ist jedoch erforderlich den hohen Ansprüchen und Bedürfnissen der Kunden gerecht zu werden. Das heißt, dass Tourismusangebot, sei es für Tagesausflüge oder mehrtägige Urlaubsreisen, muss eine enorme Bandbreite an Attraktionen und Erlebnissen bieten können (vgl. REIN/SCHULER 2012, S. 4ff.). Der Trend der letzten Jahre geht immer mehr zum Tagestouristen, das heißt sollte eine touristische Alternative als zweites Standbein für einen landwirtschaftlichen Betrieb in Frage kommen, darf diese Tatsache nicht außer Acht gelassen werden. Ob sich dieser Trend in den nächsten Jahren noch stärker in diese Richtung bewegt, ist allerdings schwer zu sagen. Eine Entwicklung in der Landwirtschaft im touristischen Bereich ist in vielerlei Hinsicht sicherlich ein sinnvoller Einstieg. Vor allem mit dem Hintergrund, das landwirtschaftliche Standbein weiterhin als Haupteinkommensquelle einzusetzen. Eine mögliche Umsetzung wäre beispielsweise ein „Bauernhofcafé“. Die Alternative Bauernhofcafé ist mit, in der Anfangsphase, begrenzten Öffnungszeiten, nicht so zeitintensiv wie vergleichsweise eine Ferienpension und würde genau auf den vorhandenen Trend abzielen. Ein familiengeführtes Bauernhofcafé ermöglicht dem Landwirt auch weiterhin seinen täglichen Aufgaben nachzukommen. In der anfänglichen Umstellungsphase ist das Beibehalten routinierter Tätigkeiten von enormer Bedeutung. Ein Bauernhofcafé kann einen unterschiedlichen Kundenbereich wie Tagestouristen, Wandertouristen und auch die ortsansässige Bevölkerung ansprechen.

Das wiederum bedeutet, das gesamte Ortsbild gewinnt im touristisch gastronomischen Sinne an Attraktivität.

Hauptsächlich mit verantwortlich für die Themenfindung der Bachelorarbeit, ist die Tatsache, dass die Verfasserin der Bachelorarbeit auf einem landwirtschaftlichen Betrieb aufgewachsen ist. Wie bereits in der Einleitung erwähnt sieht die Zukunft der deutschen Landwirte nicht sehr vielversprechend aus, es ist also dringend notwendig das erforderliche Einkommen durch einen alternativen Betriebszweig zu erwirtschaften.

Bei dem landwirtschaftlichen Betrieb der Verfasserin handelt es sich um einen familiengeführten Milchviehbetrieb. Durch das Wegfallen der Milchquote im April dieses Jahres gibt es keine Mengenregulierung mehr, wodurch jeder Milchproduzent so viel Milch produzieren und abliefern kann wie er will. Aufgrund dessen, sieht die Zukunft der Milchbauern sehr ungenau aus, da vor allem am nationalen, aber auch internationalen Markt zu viel Rohmilch vorhanden ist und die Menge einfach den Preis bestimmt. Viele Betriebe kompensieren die schlechten Preise mit noch mehr Menge, wodurch die momentane Lage jedoch alles andere als besser wird. Von diesem zurzeit bestehenden Teufelskreis ist auch der Familienbetrieb der Verfasserin betroffen. Als mögliches zweites Standbein käme für die Familie die Alternative Tourismus in Frage, da die Idee eines Bauernhofcafés schon länger in den Köpfen der Familie verwurzelt ist. Beeinflusst durch diese Voraussetzungen ist die Vorstellung für das Thema letztendlich von vorne herein bestimmt gewesen und konnte durch die Absprache mit dem betreuenden Professor verfeinert und auf den Punkt gebracht werden. „Die Marktanalyse und Konzeptentwicklung für ein Bauernhofcafé im Vorderen Westerwald“ wird also nicht nur Thema der Bachelorarbeit sein, sondern auch den Grundstein für eine voraussichtliche Betriebsumstrukturierung des Milchviehbetriebes darstellen.

Die Bachelorarbeit mit dem Titel „Marktanalyse und Konzeptentwicklung für ein Bauernhofcafé im Vorderen Westerwald“ wird sich mit der Bearbeitung und den entstehenden Problematiken des Themas befassen. Eine Beschreibung der Fragestellung und eine erhoffte positive Ergebnisfindung des Themas sollen in diesem Kapitel genauer beschrieben werden. Die in der Einleitung erwähnte Situation der deutschen Landwirtschaft und somit die problematische Situation des Familienbetriebs dient als Ausgangspunkt für die Entwicklung des Konzepts.

Die Fragestellung lautet wie folgt „Rentabilität eines Bauernhofcafés in der Region Vorderer Westerwald?“. Hierzu werden in der Bachelorarbeit eine Marktanalyse und eine Konzeptentwicklung erarbeitet, um die Fragestellung möglichst detailliert zu beantworten. Als „Versuchsbetrieb“ und Untersuchungsgrundlage dient der familieneigene Milchviehbetrieb der Verfasserin der Bachelorarbeit. Der Fall der Milchquote im April 2015, wie in der Einleitung bereits beschrieben, zwingt die Familie des Milchviehbetriebs umzudenken und sich nach einer alternativen Einkommensquelle um zu schauen. Die Eröffnung eines Bauernhofcafés auf dem familieneigenen Betrieb lässt eine positive Entwicklung erhoffen, allerdings müssen die vorhandenen und zu analysierenden Umstände genauestens betrachtet werden.

Mit der Erarbeitung eines Konzeptes und einer Analyse des Markts will die Verfasserin feststellen, dass eine solche Konzeptidee eines Bauernhofcafé für den familieneigenen Milchviehbetrieb rentabel wäre. Sollte jedoch ein unerwartetes negatives Ergebnis auftreten und sich herausstellen, dass ein Bauernhofcafé in dieser Region nicht rentabel wäre, kann auch dieses als sinnvoll verwertet werden. Aufgrund dessen kann die Familie eine andere Alternative an Stelle des Tourismus in Betracht ziehen.

Die Bachelorarbeit, mit dem Titel „Marktanalyse und Konzeptentwicklung von einem Bauernhofcafé im Vorderen Westerwald“, ist in sechs große Themenblöcke unterteilt. Der erste Block beinhaltet ganz klassisch die Einleitung beziehungsweise Hinführung zum Thema. Die Einleitung selbst be-

fasst sich mit den einführenden Themen. Zusätzlich wird die Fragestellung „Rentabilität eines Bauernhofcafés im Vorderen Westerwald auf dem familieneigenen Milchviehbetrieb“, die als Grundlage für die Arbeit dient, vorgestellt.

Im zweiten Block wird der Versuchsbetrieb mit seinem Umfeld genauer analysiert. Eine detaillierte Betriebsvorstellung des familieneigenen Milchviehbetriebes soll als Untersuchungsgrundlage der Arbeit dienen. Die Region in welcher der Betrieb ansässig ist, wird genauer beschrieben und weitere Fakten über den Betrieb, sowie ein Lageplan, sollen dem besseren Verständnis dienen. Die Anbindung an die touristische Infrastruktur ist für das genannte Vorhaben selbstverständlich nicht außer Acht zu lassen.

Block drei mit dem Kapitel Markt- und Marketingforschung bezieht sich auf die theoretische Vorstellung der Bereiche einer Marketinganalyse. Hierzu gehören die Umfeld-, Markt- und Betriebsanalyse. Zusätzlich wird das Thema der Vertriebswege und Marktkommunikation theoretisch behandelt.

Der vierte empirische Themenblock der Arbeit wird sehr ausführlich ausfallen, da die Methodik zur Datenerfassung mit den gewählten Erhebungsmethoden genauestens betrachtet werden muss und als wichtigster Baustein der Arbeit dient. Anschließend folgt eine Auswertung der Erhebungsergebnisse, in welcher die Aussagen der Befragten analysiert werden. Die Ergebnisse der Auswertung werden individuell auf die spezifische hofeigene Situation übertragen.

Im letzten großen Block geht es um die eigentliche Konzeptentwicklung. Die anfallenden Kosten, Investitions- und Betriebskosten, werden theoretisch erarbeitet und aufgelistet. Das Café wird in seiner Grundidee zeichnerisch in drei Perspektiven dargestellt Grundriss, Querschnitt und Front. Zusätzlich werden Kommunikation und Vertrieb der Marketingstrategie, das heißt Aspekte der Vermarktung und die Entwicklung eines Logos, erarbeitet. Als Abschluss der Arbeit folgt ein Fazit, in welchem alle Punkte noch mal kurz zusammen gefasst werden, um ein abschließendes Ergebnis zu erhalten und die anfangs aufgestellte Frage zu beantworten.

Die Untersuchung zu dem Thema „Marktanalyse und Konzeptentwicklung für ein Bauernhofcafé im Vorderen Westerwald“ durchlief unterschiedliche Etappen, um letztendlich in diesem Kapitel zum Abschluss und einer Beantwortung der Einstiegsfrage zu kommen. Eine kurze Zusammenfassung der erarbeiteten Aspekte soll eine bündige Grundlage zur letztendlichen Ergebnisfindung bieten. Die Einleitung stellt Grundlageninformationen, in Form einer allgemeinen Themenhinführung, für ein besseres Verständnis dar. Im zweiten Kapitel wird die Untersuchungsgrundlage, der familieneigene Milchviehbetrieb der Verfasserin, durch verschiedene Betrachtungsweisen erläutert. Das Kapitel der Markt- und Marketingforschung gewährt einen theoretischen grundlegenden Eindruck über die erforderlichen Aspekte eines erfolgreichen Marketings. Die Methodik zur Datenerfassung beinhaltet Informationen zu der theoretischen Vorgehensweise einer Datenerhebung und stellt ebenfalls die verwendeten Erhebungsmethoden, hier in Form von leitfadengestützten Expertenbefragungen, inklusive ihrer Auswertung und Übertragung auf den „Untersuchungsbetrieb“ vor. Das letzte Kapitel beinhaltet die eigentliche Konzeptentwicklung. Hier werden die Aspekte rechtliche Vorgaben, Kosten und Vertriebsmöglichkeiten des touristischen Angebots genauer beschrieben.

Die verschiedenen Aspekte die während dieser Untersuchung belichtet wurden, können der Familie der Verfasserin Aufschluss über ihre Entscheidung geben. Als erstes wäre die, zunächst theoretisch gesehen, optimale Lage des Betriebs zu nennen, allgemein und bezüglich touristischer Attraktivität. Es wurden andere Betriebe von der Verfasserin besichtigt, die keine vergleichbare Lage vorweisen können. Den nächsten Punkt stellen die Mitbewerber beziehungsweise die Konkurrenz im Ort dar. Hier konnte durch die Verfasserin festgestellt werden, dass von ihnen eine ganz andere Klientel angesprochen wird. Zusätzlich besteht die Chance gemeinsam stärker auf die sehr attrak-

tive Region rings um den Kurort Rengsdorf aufmerksam zu machen. Die Erfahrungsberichte anderer Cafébesitzer, die während der Untersuchung gesammelt werden konnten, dienen einer besseren Einschätzung des gesamten Vorhabens. Selbstverständlich ist ein Betrieb oder Café nicht eins zu eins vergleichbar und die Grundvoraussetzungen nicht identisch, allerdings ist es von Bedeutung die Ratschläge und Anregungen der Anderen anzunehmen.

Der Aspekt Kosten spielt in der letztendlichen Verwirklichung und Umsetzung der Geschäftsidee die größte Rolle. Die anfallenden Kosten müssen aufgebracht und anschließend auch gedeckt werden können. Die Voraussetzung hierfür ist ganz klar das Bauernhofcafé muss sich selbst tragen können. Die Familie kann und will kein Geld aus dem landwirtschaftlichen Betrieb in das Café einfließen lassen. Es soll sich kostentechnisch um zwei separate Einheiten handeln, wobei der finanzielle Überblick hier bewahrt werden muss. Es geht um die Generierung eines neuen Standbeins, um sich vor dem Geschehen am Markt abzusichern. Das heißt, sollte ein Standbein in einem Jahr nicht den erforderlichen Umsatz bringen, kann die negative Kostensituation durch ein zweites oder drittes Standbein ausgeglichen werden. Der landwirtschaftliche Betrieb an sich besteht bereits aus drei Standbeinen, Milch, Fleisch und Ackerbau, allerdings handelt es sich um reine landwirtschaftliche Bereiche, das Café dient der Generierung einer neuen Branche.

Die Familie Runkel hat sich hauptsächlich für ein touristisches Standbein entschieden, da jegliche landwirtschaftliche Investitionen meist den finanziellen betrieblichen Rahmen sprengen. Die Weiterentwicklung des Milchviehbetriebs soll zunächst nur in kleinen Schritten durchgeführt werden, das heißt ein Café passt rein rechnerisch in die Vorstellungen der Familie. Vor allem liegt es in deren Interesse sich eigenständig um das Café zu kümmern, das heißt kein fremdes Personal einstellen zu müssen, sondern selbst präsent sein. Der Betrieb soll zunächst nicht komplett umstrukturiert werden. Die geplanten Öffnungszeiten des Cafés passen daher zeitlich gesehen gut in die landwirtschaftliche Arbeitsabfolge.

Jede neue Entwicklung und Investition stellt ein Risiko dar, egal in welcher Form, sei es in der Landwirtschaft selbst oder im touristischen Bereich. Selbst wenn alle Grundvoraussetzungen für ein Bauernhofcafé erfüllt wären, könnte die Rechnung letztendlich nicht aufgehen. Es kann nie hundertprozentig bestimmt werden, wie das Café von den potentiellen Kunden beziehungsweise Touristen angenommen wird. Natürlich muss vermarktungstechnisch alles erdenklich Mögliche in die Wege geleitet werden, um genau diesen Misserfolg zu vermeiden. Der Einstieg, sowohl in die Tourismusbranche als auch in das Cafégeschäft, ist bewusst klein gewählt, im finanziellen und räumlichen Bereich. Es ist sinnvoller, zunächst eine „kleinere“ Summe zu schultern und das Geschäft über viele Jahre aufzubauen, als mit einem unüberlegten großen Sprung das Ganze untragbar zu machen. Vor allem stellt ein kleineres Café, mit geringer Sitzplatzzahl, eine gute Voraussetzung für ein gemütliches und idyllisches Heimatambiente dar. Im besten Fall entwickelt sich das Café zu einem „Selbstläufer“ und wächst stetig mit den Ansprüchen der Kunden.

Abschließend kann gesagt werden, dass nach einer Abwägung aller möglichen Eventualitäten, die Option „Bauernhofcafé“ für die Familie der Verfasserin in Frage kommt. Die Grundvoraussetzungen könnten rein theoretisch nicht besser sein und der voraussichtliche touristische Abschluss der Verfasserin spielt ebenfalls positiv in die Entscheidung mit ein. Der bereits existierende Bekanntheitsgrad und das regelrechte Erwarten, auf Seiten der „Glockenhofliebhaber“, einer neuen Idee lässt das Vorhaben zusätzlich immer mehr in den Vordergrund rücken. In welchem zeitlichen Rahmen das Projekt umgesetzt werden kann, ist allerdings noch nicht geklärt.