

FERIEN- UNTERKÜNFTE IM SÜDEN

INFORMATIONEN FÜR VERMIETENDE



WIR
SIND
SÜDEN.

BADEN-
WÜRTTEMBERG

INHALT

Einleitung	1
Entwicklungen und Trends im Tourismus	2
Grundlagen zum Ferienwohnungs- und Ferienhausmarkt	4
Zielgruppen	5
Qualität	7
Die Customer Journey	11
Einrichtung und Ausstattung	12
Serviceleistungen und Zusatzangebote	15
Marketing und Vertrieb	17
Investitionen und Fördermöglichkeiten	20
Rechtliche Fragestellungen	23
Weiterführende Hinweise und Kontaktdaten	24
Impressum	25

EINLEITUNG

Urlaub in Ferienwohnungen und Ferienhäusern liegt im Trend. Viele Reisende schätzen diese individuelle Unterkunftsform wegen ihrer besonderen Vorzüge. Sie bietet einen Gegenpol zum schnelllebigen Alltag und die Möglichkeit, einen authentischen Urlaub zu erleben. Vor allem in den ländlich geprägten Gegenden bilden Ferienwohnungen und -häuser ein wichtiges Marktsegment. In Baden-Württemberg stellt die Produktmarke »Landurlaub« das Übernachten und den Aufenthalt auf dem Land in den Mittelpunkt. Gemeinsam mit Partnerinstitutionen arbeitet die Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW) daran, das Thema gezielt weiter zu stärken. Eine wichtige Zielgruppe für den Landurlaub sind Familien und diese bilden auch für Ferienwohnungen und -häuser eine bedeutende Interessengruppe. Hier setzt die TMBW mit dem Produkt »familien-ferien« an, um dieser Zielgruppe eine qualitätsgeprüfte Auswahl passender Angebote im Land zu unterbreiten.

Für die Zukunft des Ferienwohnungs- und Ferienhausmarktes stehen die Zeichen weiterhin auf Wachstum. Denn zunehmend entdecken auch neue und jüngere Zielgruppen sowie internationale Gäste diese Unterkunftsform für sich als attraktive Alternative.

Der Markt ist stark in Bewegung, zeitgemäße Angebote sind gefragt!

In der letzten Zeit ist dieses Segment stark in Bewegung geraten. Im Fokus stehen dabei die sich wandelnden Bedürfnisse und Erwartungen der Gäste, die Sharing Economy (Stichwort Airbnb) sowie insbesondere die durch die Digitalisierung geprägten Entwicklungen im Vertrieb.

Um von dieser positiven Entwicklung und den Zukunftschancen für Ferienwohnungen und Ferienhäuser zu profitieren, sind marktgerechte und zeitgemäße Angebote erforderlich. Dieser Leitfaden soll Sie mit hilfreichen Informationen, konkreten Anregungen und praktischen Tipps dabei unterstützen, Ihre Unterkunft weiterhin erfolgreich zu vermieten.



ENTWICKLUNGEN UND TRENDS IM TOURISMUS

Ihre Gäste suchen heute vielfach mehr als die reine Übernachtungsleistung. Zunehmend geht es auch um besondere Erlebnisse. Die folgende Auswahl aktueller Entwicklungen und Trends im Tourismus gibt Ihnen wertvolle Hinweise für die Gestaltung und Vermarktung Ihrer Ferienwohnung oder Ihres Ferienhauses. Diese zeigen Ihnen, was Ihre heutigen und künftigen Gäste von ihrem Urlaub erwarten und wie Sie sie begeistern können.

Individualität

Die zunehmende Individualisierung der Gesellschaft spiegelt sich in den individuellen Vorstellungen wider, die sich auf Leben, Konsum und somit auch auf einen gelungenen Urlaub auswirken: Ihre Ferienwohnung oder Ihr Ferienhaus sollte daher mit einem gelungenen Design möglichst individuell gestaltet werden, um diesem Wunsch nach »Einzigartigkeit« nachzukommen.

Erlebnisorientierung und besondere Unterkünfte

Unverwechselbare, nicht alltägliche Unterkünfte wie Baumhäuser, Schäferwagen, Weinfässer oder auch historische Gebäude ziehen Aufmerksamkeit auf sich und bilden bestenfalls einen eigenen Reiseanlass. Sie machen das Wohnen zum Erlebnis, den Urlaub besonders und schaffen Erinnerungen.



Praxisbeispiel: Übernachten in Baumhäusern in der Oase Weil

Die Oase Weil bietet acht unterschiedliche Baumhäuser

zum Übernachten an. Diese sind mit Küche, Ess- und Wohnbereich, Badezimmer und Schlafbereich ausgestattet und schaffen ein ganz besonderes Urlaubserlebnis. (www.oase-weil.de)

Regionalität statt austauschbarem Standard

Mit regionaltypischen Baustilen, Materialien und ggf. passenden Ausstattungsgegenständen setzen Sie einen direkten Bezug zur Urlaubsregion und verschaffen Ihrer Ferienwohnung oder Ihrem Ferienhaus einen authentischen Charakter.



Regionale Baukultur im Naturpark Südschwarzwald

Im Naturpark Südschwarzwald wird der Erhalt der regionaltypischen Architektur besonders gefördert. Hier gibt es seit 2009 die »Initiative Baukultur Schwarzwald«, die u. a. eine Gestaltungsberatung für Neubauten und Renovierungen anbietet. Die Arbeitsgruppe »Bauen für den Tourismus« hat u. a. 2019 ein Magazin für Gastgebende unter den Themenschwerpunkten Bauen, Renovieren und Einrichten herausgegeben. (www.naturpark-suedschwarzwald.de)

Projekt Natürlicher Dorfurlaub

Im Schwarzwald werden Kleinvermietende unterstützt und dörfliche Strukturen im Rahmen des Projekts »NaDU – Natürlicher Dorfurlaub« in Wert gesetzt. 21 Orte und Ortsteile nehmen an dem Projekt teil. U. a. erhalten die ausgewählten Orte und Ortsteile Beratungs- und Informationsveranstaltungen für Kleinvermietende. (www.schwarzwald-tourismus.info)

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist keine Nische mehr, sondern wird auch bei Urlaubsreisen mittlerweile vielfach vorausgesetzt. Touristische Angebote, die sich durch ökologische und soziale Nachhaltigkeit auszeichnen, treffen auf eine große und weiterwachsende Nachfrage. Hier können Sie bereits mit kleineren Maßnahmen gezielt Akzente setzen.



Umweltbewusstsein an vorderste Stelle. Die moderne Architektur macht Urlaub in diesen Wohnungen darüber hinaus zu etwas ganz Besonderem. Durch eine spezielle Lüftungsanlage und weitere Maßnahmen ist das Haus zudem besonders gut für Gäste mit Allergien geeignet. (www.bio-design-ferienwohnungen.de)



Praxistipp: Unterkunft umweltfreundlich gestalten

Verwenden Sie bei Neubauten und Renovierungen regionale Baumaterialien, kaufen Sie die Ausstattung Ihrer Ferienunterkunft bei Anbietenden aus der Region und schaffen Sie Elektrogeräte mit einer guten Umweltbilanz an. Aber auch Ihre bestehende Unterkunft können Sie bereits mit einfachen Mitteln umweltfreundlicher gestalten: Statten Sie diese mit Energiesparlampen aus und nutzen Sie Ökostrom. Umweltschonende Reinigungsmittel, bewusste Müllvermeidung und -trennung sowie weitere kleinere Maßnahmen tragen dazu bei, die Nachhaltigkeit Ihrer Ferienwohnung oder Ihres Ferienhauses zu verbessern. Und dann dürfen Sie Ihre Gäste gerne auch dezent darüber informieren.

Praxisbeispiel: Bio.Design.Ferienwohnungen REFUGIUM.BETZENSTEIN

Die Ferienwohnungen des REFUGIUM.BETZENSTEIN in Bayern wurden 2019 mit dem ADAC Tourismuspreis ausgezeichnet. Errichtet als BIO-PASSIVHAUS unter Verwendung von regenerativen, gesundheits- und umweltverträglichen Baustoffen und im laufenden Betrieb mit nahezu energieautarkem Betrieb, setzt das Haus hier Nachhaltigkeit und

GRUNDLAGEN ZUM FERIENWOHNUNGS- UND FERIENHAUSMARKT

Urlaub in Ferienwohnungen und Ferienhäusern boomt seit vielen Jahren deutschlandweit und auch in Baden-Württemberg. Zwischen 2014 und 2019 sind in Baden-Württemberg die Übernachtungen in diesem Marktsegment allein in den statistisch erfassten Unterkünften ab zehn Betten um 32 Prozent auf rund 2,47 Mio. gestiegen.

Welche Anbietenden werden statistisch erfasst?

Statistisch erfasst werden nur Betriebe, die zehn Betten und mehr anbieten. Alle anderen Anbietenden von Ferienwohnungen und Ferienhäusern werden dem sogenannten Privatvermietermarkt zugeordnet und spiegeln sich nicht in der Statistik wider.

Knapp 520.000 Gäste haben somit im Jahr 2019 in den 869 statistisch erfassten Ferienwohnungen oder -häusern in Baden-Württemberg übernachtet. Hinzu kommen noch die Angebote der sogenannten Privatvermietenden mit neun oder weniger Betten. Eine Studie aus dem Jahr 2014 geht davon aus, dass dadurch in Baden-Württemberg noch rund 75.000 Betten und rund 8 Mio. Übernachtungen zu den statistisch erfassten Betrieben hinzukommen.¹

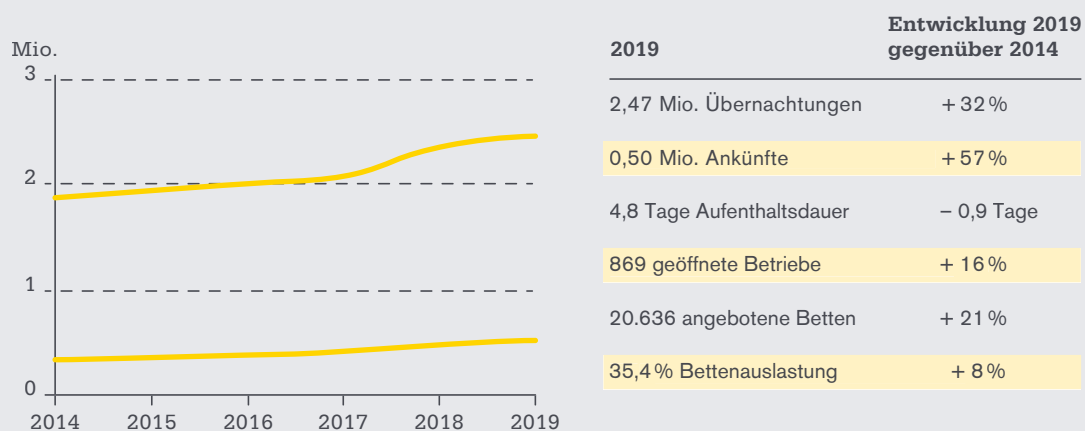
Neben den inländischen Gästen sind auch Reisende aus dem Ausland für die Anbietenden in Baden-Württemberg eine wichtige Zielgruppe. Sie stellten 2019 rund ein Fünftel aller Gäste und ein Viertel aller Übernachtungen in diesem Marktsegment. Die Nachfrage von ausländischen Gästen nach Ferienwohnungen/-häusern ist in den letzten Jahren besonders stark gewachsen.

Praxistipp: Herkunft der Gäste kennen

Die wichtigsten ausländischen Quellmärkte für Baden-Württemberg sind die Schweiz, die Niederlande und Frankreich. Fremdsprachige Informationen für diese Nachfragegruppen auf Ihrer Website oder auch vor Ort tragen zur erfolgreichen Ansprache und Zufriedenheit Ihrer internationalen Gäste bei.

Durchschnittlich 4,8 Nächte blieben die Gäste 2019 in Ferienwohnungen/-häusern in Baden-Württemberg. Die Aufenthaltsdauer ist rückläufig, das heißt: Kurzaufenthalte werden in diesem Marktsegment immer beliebter. Die Bettenauslastung in den statistisch erfassten Betrieben lag 2019 bei 35,4 Prozent und ist seit 2014 um acht Prozent gestiegen.

Angebot und Nachfrage in statistisch erfassten Ferienwohnungen/-häusern in Baden-Württemberg



Hinzu kommen noch rund **75.000 Betten** und mindestens **8 Mio. Übernachtungen** in nicht von der amtlichen Statistik erfassten Ferienwohnungen/-häusern. (Stand 2014)

Quelle: dwif 2021, Daten: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, FeWo-direkt

ZIELGRUPPEN

Kennen Sie die geeigneten Zielgruppen für Ihre Ferienwohnung oder Ihr Ferienhaus? Mit ihrem breiten Angebotsspektrum spricht diese Unterkunftsform prinzipiell unterschiedliche Gästegruppen an. Sie eint der Wunsch nach Eigenständigkeit, Flexibilität und Unabhängigkeit im Urlaub. Auch das größere Platzangebot im Vergleich zu einem Hotelzimmer, die Rückzugsmöglichkeiten und die Privatsphäre werden geschätzt. Trotzdem bringen sie unterschiedliche Motive, Bedürfnisse und Erwartungen an die perfekte Ferienunterkunft mit.

Wer bei der Vermietung am liebsten »alles für alle« bieten möchte, wird häufig beliebig und geht in der Masse unter. Besser ist es, Ihr Angebot klar auf definierte Zielgruppen und deren spezifische Bedürfnisse auszurichten. Während Familien eine kinderfreundliche Ausstattung schätzen, freuen sich Gäste mit Hunden beispielsweise über einen Fressnapf, Hundekotbeutel, eine eingezäunte Auslaufläche und ein Willkommensleckerli für den Hund.

Richten Sie Ihr Angebot bewusst auf eine definierte Zielgruppe und deren spezifische Bedürfnisse aus.

Dabei gilt: Mit Ihrer Spezialisierung auf eine bestimmte Zielgruppe sind Sie für diese besonders gut aufgestellt, schließen andere Gäste natürlich nicht automatisch aus. Diese dürfen gerne trotzdem Ihr Angebot buchen. Bitte bedenken Sie jedoch mögliche Zielgruppenkonflikte.

Praxistipp: Zielgruppenkonflikte vermeiden

Hundefreundlichkeit und Eignung für Menschen mit Allergien schließen sich beispielsweise aus. Auch sollten Sie Ihre Unterkunft nicht gleichermaßen als familienfreundlich und als gut geeignet für Ruhesuchende anpreisen. Kinder dürfen auch mal lebhafter sein und könnten so Ihre ruhebedürftigen Gäste stören.

Das sind die wichtigsten Zielgruppen für Ferienwohnungen und -häuser:

- Familien: Die häufigste Gästekonstellation in Ferienwohnungen und -häusern sind Eltern mit Kindern, aber auch mehrere Familien gemeinsam, mehrere Generationen (Großeltern, Eltern, Kinder) und Großeltern mit Enkelkindern verbringen ihren Urlaub gerne in Ferienwohnungen und Ferienhäusern. Gerade für diese größeren Gruppen sind entsprechend viel Platz und Gemeinschaftsräume, aber auch Rückzugsmöglichkeiten wichtig. Insbesondere Familien mit kleineren Kindern reisen gerne auch außerhalb der Ferienzeiten.



- Paare ohne Kinder: Sie mieten überwiegend höherwertige Angebote (z. B. mit Kamin oder Sauna), und das gerne auch in der Nebensaison.



- Gäste mit Hund: Immer mehr Reisende nehmen ihren Hund mit in den Urlaub. Hinweise, wie Sie sich auf diese Zielgruppe perfekt einstellen, finden Sie unter www.pfoten-klassifizierung.de
- Auch Monteurinnen und Monteure oder andere Berufspendelnde, die für einen längeren beruflichen Aufenthalt eine günstige Unterkunft suchen, übernachten gerne in Ferienwohnungen. Diese Zielgruppe ist allerdings nicht durch klassisches Marketing zu erreichen, da der berufliche Zweck und häufig auch die Kosten bei der Auswahl im Fokus stehen.

Praxisbeispiel Urlaub mit Hund: der Urlaubsreiterhof

Der Urlaubsreiterhof in Reckerstal bietet Reisenden mit Hund viele Annehmlichkeiten. Dazu zählen u. a. Ferienwohnungen mit eingezäuntem Auslauf, gut begehbare Treppen, eine Info-Mappe mit medizinischen Angeboten für Tiere in der Umgebung sowie Freizeitangeboten, die mit Hund genutzt werden können, eine Hundedusche, Bademöglichkeiten im Schwimmteich zu speziellen Zeiten und vieles mehr. Dafür wurde der Urlaubsreiterhof mit fünf Pfoten im Rahmen der Pfotenklassifizierung ausgezeichnet. (www.urlaubsreiterhof.de)

Praxisbeispiel Urlaub mit Familie: Ferienhof Gomeringer

Der Ferienhof Gomeringer in Immenstaad positioniert sich ganz klar als familienfreundliche Unterkunft. Neben einem kostenfreien Babypaket, das u. a. Babybett, Hochstuhl, Wickelauflage und Windeleimer enthält, werden gegen Gebühr auch ein Babyfon, ein Kinderwagen oder eine Rückentrageliege verliehen. Darüber hinaus gibt es ein breites Angebot an Aktivitäten für Familien. Dazu zählen ein Streichelzoo und verschiedene Indoor- und Outdoor-Spielmöglichkeiten. Auch an die »Großen« wird gedacht – eine Besichtigung der haus-eigenen Brennerei ist ebenfalls möglich. Dafür trägt der Ferienhof Gomeringer das Qualitätssiegel »familien-ferien in Baden-Württemberg«. (www.ferienhof-gomeringer.de)

QUALITÄT

Warum ist Qualität wichtig?

Ihre Gäste haben heutzutage aufgrund einer großen Reiseerfahrung hohe Erwartungen an die Qualität von Unterkünften. Die Zeiten, in denen eine Ferienwohnung oder ein Ferienhaus einfach nur günstig und praktisch sein sollte, sind längst vorbei. Gastgeber, die ihre Ferienwohnung oder ihr Ferienhaus mit ausrangierten Möbeln ausstatten, kaputte oder abgenutzte Einrichtungsgegenstände nicht umgehend ersetzen und insgesamt wenig Wohlfühlatmosphäre bieten, werden es im Wettbewerb künftig immer schwerer haben, zumal neue Marktteilnehmer stark auf Qualität setzen. Denn diese wissen: Eine gute Rendite kann nur mit einem qualitativ hochwertigen Angebot erzielt werden. Es gilt also, verstärkt und kontinuierlich zu investieren.

Qualität bedeutet nicht Luxus und muss auch nicht teuer sein.

Qualität ist in allen Bereichen Ihrer Unterkunft relevant: von der Möblierung bis hin zum Service. Dabei bedeutet Qualität jedoch nicht Luxus und muss auch nicht teuer sein. Die Unterkunft sollte einen Qualitätsstandard haben, in dem Sie sich selbst als Gast auch wohlfühlen würden. Bitten Sie gerne auch Bekannte oder Ihre Gäste selbst um eine ehrliche Rückmeldung zur Qualität. Denn manchmal übersieht man mit der Gewohnheit Schwachstellen, die anderen sofort negativ auffallen.

Bedenken Sie zur Qualitätssicherung die folgenden Punkte:

- Achten Sie auf eine stimmige und zeitlose Einrichtung Ihrer Unterkunft, die einer erkennbaren Linie folgt und ein schönes Ambiente schafft.
- Die Einrichtung und die Dekoration dürfen gerne regional-typische Züge tragen. Dabei ist weniger oft mehr. Setzen Sie lieber gezielte Akzente, um Ihrer Ferienwohnung oder Ihrem Ferienhaus ein individuelles Gesicht zu verleihen.
- Stellen Sie keine ausrangierten oder nicht mehr zeitgemäßen Gegenstände in Ihre Ferienunterkunft.
- Setzen Sie möglichst auf pflegeleichte und strapazierbare Ausstattungsgegenstände. Reparieren oder ersetzen Sie

Dinge, die kaputt oder abgenutzt sind, möglichst schnell.

- Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Gäste stets in einer sehr sauberen Unterkunft willkommen heißen. Gerade Hygienemängel werden von Gästen heute nicht toleriert.

QUALITÄTSLABEL, KLASSIFIZIERUNGEN UND ZERTIFIZIERUNGEN

Warum sollten Sie an einer Qualitätsinitiative teilnehmen?

Qualitätslabel und Zertifizierungen geben Gästen eine verlässliche Orientierung bei der Unterkunftswahl. Sie helfen dabei, auf den ersten Blick zu erkennen, welche Qualität eine Unterkunft bietet. Die Teilnahme an Qualitätsinitiativen ist freiwillig und in der Regel mit überschaubaren Kosten verbunden. Vermietende erhalten durch ihre Teilnahme an Qualitätsinitiativen einen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz. Darüber hinaus dient sie der Qualitätssicherung des eigenen Angebots und kann als Marketinginstrument genutzt werden.

Welche Leistungen bietet Ihnen die Teilnahme?

Die Leistungen bei Teilnahme an einer Qualitätsinitiative umfassen meist

- die Zertifizierung anhand eines festgelegten Kriterienkatalogs,
- die Vergabe eines Schildes oder einer Urkunde, die im Marketing genutzt werden können,
- die Nutzbarkeit der Zertifizierung auf der eigenen Website und in Buchungsportalen,
- die Aufnahme in das Internetportal der Initiative und Pressearbeit,
- Beratungsangebote sowie Tipps und Anregungen zur Verbesserung der Qualität der Unterkunft.

Welche Qualitätslabel und Zertifizierungen gibt es für Vermietende von Ferienwohnungen und -häusern?

Deutschlandweit gibt es eine Vielzahl an Qualitätsinitiativen und Zertifizierungen für Ferienwohnungen und -häuser. Die wichtigsten möchten wir Ihnen in Kürze vorstellen.

Neben den deutschlandweiten gibt es auch regionale Initiativen. Sprechen Sie hierfür am besten direkt Ihre Touristinformatio- n im Ort an.

F

Sterne-Klassifizierung des DTV: Die fünfstufige Sterne- klassifizierung des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) ist die bekannteste Zertifizierung für Ferienwohnungen und -häuser. Bei Erfüllung bestimmter Mindestkriterien kann ein Objekt je nach Ausstattung mit ein bis fünf Sternen klas- sifiziert werden. (www.deuschertourismusverband.de)



Wanderbares Deutschland: Das Qualitätszertifikat des deutschen Wanderverbands für wanderfreundliche Gastge- bende setzt seit 2005 bundesweite Standards für Wander- unterkünfte. Jede zertifizierte Ferienunterkunft muss die vor- gegebenen 22 Kernkriterien und sechs Wahlkriterien erfüllen. (www.wanderbares-deutschland.de)



Bett+Bike: Die ADFC-Qualitätsauszeichnung Bett+Bike richtet sich an fahrradfreundliche Beherbergungsbetriebe. Zertifizierte Unterkünfte müssen sechs Mindestkriterien so- wie drei zusätzliche Serviceleistungen erfüllen. (www.bettundbike.de)



Urlaub auf dem Bauernhof/Landtourismus: Auch für Ferienwohnungen und -häuser auf Bauernhöfen gibt es verschiedene Qualitätsinitiativen. Sowohl die Bundesarbeits- gemeinschaft für Urlaub auf dem Bauernhof und

Landtourismus in Deutschland (BAG) als auch die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) bieten Qualitätslabel an. Diese können von unterschiedlichen Arten von Höfen er- worben werden.

(www.landsichten.de, www.dlg-landtourismus.de)



Reisen für Alle: Die Initiative »Reisen für Alle« zeichnet seit 2016 barrierefreie Beherbergungsbetriebe aus. Barrierefrei- heit ist nicht nur für Reisende mit einer Behinderung wichtig. Auch ältere Gäste oder Familien mit Kinderwagen freuen sich über Erleichterungen. Letztlich erhöhen barrierefreie Unterkünfte den Komfort für alle. (www.reisen-fuer-alle.de)



familien-ferien in Baden-Württemberg: In Baden- Württemberg gibt es das Qualitätssiegel familien-ferien der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg und der DEHOGA Tourismus Baden-Württemberg GmbH. Alle zerti- fizierten Unterkünfte müssen verschiedene Kriterien im Be- reich Familienfreundlichkeit erfüllen. Die Auszeichnung gilt für drei Jahre. (www.familien-ferien.de)

GÄSTEBEWERTUNGEN ERFOLGREICH NUTZEN

Warum sind Gästebewertungen wichtig?

Gäste äußern ihre Zufriedenheit und Kritik in vielfältiger Art und Weise. Dabei sind im Tourismus in den letzten Jahren zunehmend Bewertungs- und Vergleichsportale im Internet wichtig geworden, die einen tagesaktuellen Einblick in die Gästeerfahrungen bieten. Online-Bewertungen geben Rei- senden Orientierung und spielen für die Buchungsentschei- dung mittlerweile eine große Rolle.

Praxistipp: Online-Bewertungen zur Qualitätssicherung nutzen

Nutzen Sie die Bewertungen Ihrer Gäste als Anstoß für die Qualitätssicherung! Wenn Ihnen auffällt, dass bestimmte Aspekte Ihrer Ferienunterkunft (immer wieder) bemängelt werden, schaffen Sie schnell Abhilfe, um Ihr Angebot gezielt zu verbessern!

Beiträge auf Bewertungsplattformen geben die subjektive Wahrnehmung der Gäste wieder. Reisende bewerten Unterkünfte besonders häufig dann, wenn das Erlebte die Erwartungen entweder übertrifft oder nicht erfüllt. Durch die Schaffung positiver Erlebnisse können Sie also aktiv dazu beitragen, dass Ihre Gäste Sie auch positiv bewerten. Das kann ein kleiner Willkommensgruß in Form von regionalen Produkten oder ein besonderer Service während des Aufenthalts sein. Auch besondere Freundlichkeit und Herzlichkeit wird in Bewertungsportalen belohnt. Kurz gesagt: Stellen Sie Ihre Gäste zufrieden oder noch besser: Begeistern Sie sie! Denn zufriedene Gäste bedeuten auch mehr positive Gästebewertungen. Und nur ein zufriedener Gast kommt auch wieder.

Bitten Sie Ihre Gäste aktiv um eine Bewertung.

Animieren Sie Ihre Gäste dazu, Sie zu bewerten. Das kann z. B. ein kurzer Hinweis bei der Abreise oder eine Mail im Nachgang sein. Wenn Sie eine eigene Website haben, dann binden Sie Ihre Bewertungen dort mit ein.

Haben Sie im Blick, was in den Gästebewertungen über Ihre Unterkunft geschrieben wird. Egal ob positiv oder negativ: Sie sollten auf alle Bewertungen reagieren. Für positive Beiträge können Sie sich bedanken. Nehmen Sie Reklamationen ernst und reagieren Sie sachlich darauf. Gestehen Sie etwaige Fehler ein und beheben Sie diese für künftige Aufenthalte. Mit der richtigen Reaktion können Sie selbst kritische Gäste zurückgewinnen. Wichtig bei den Antworten sind ehrliche und individuelle Reaktionen, die kurz gehalten werden sollten.

TRUSTYOU

Hohe Gästezufriedenheit in Ferienwohnungen und -häusern in Baden-Württemberg

Die Metasuchmaschine TrustYou wertet alle Bewertungen zu Unterkünften in Deutschland auf den relevanten Online-Portalen aus. Der TrustScore stellt eine Art Gütesiegel dar: Auf einen Blick wird klar, wie gut oder schlecht ein Betrieb insgesamt bewertet wurde. Dabei reicht die Skala von 0 (negativste Ausprägung) bis 100 Punkte (positivste Ausprägung). Für alle Unterkunftsarten in Baden-Württemberg liegt der TrustScore 2021 bei 86,0 Punkten. In Ferienwohnungen und -häusern ist die Gästezufriedenheit mit 92,8 Punkten deutlich höher. Insbesondere die Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis, den Wohnungen/Zimmern und den Außenanlagen ist in Ferienwohnungen/-häusern deutlich höher als in anderen Unterkunftsarten. Die Internetanbindung hingegen wird etwas schlechter bewertet.²

Praxistipp: Qualitätsinitiative noch-besser-vermieten.de

Die Qualitätsinitiative noch-besser-vermieten.de bietet Ihnen Tipps zur optimalen Gestaltung und Vermarktung Ihrer Ferienunterkunft. Das Vermietungsportal BestFewo gibt zusammen mit seinem technischen Partner Teejit in kurzen und verständlichen Videos praktische Tipps zu unterschiedlichen Themen rund um die Vermietung und Vermarktung von Ferienunterkünften. Die Anmeldung zum wöchentlichen Newsletter ist kosten- und werbefrei. Unterstützt wurde die Initiative vom Deutschen Tourismusverband. (www.noch-besser-vermieten.de)

Welche Plattformen sind für Gästebewertungen relevant?

Es gibt eine Vielzahl an Bewertungsplattformen, unter denen Tripadvisor wohl die bekannteste ist. (www.tripadvisor.de) Aber auch Yelp, die Bewertungen auf Google und auf Facebook sollten Sie im Blick behalten.

GÄSTEBEWERTUNGEN ODER QUALITÄTS-INITIATIVEN – WAS IST WICHTIGER?

Die Antwort ist ganz einfach: Erfolgreiche Gastgebende brauchen beides. Denn Qualitätsinitiativen/Klassifizierungen und Gästebewertungen schließen sich nicht aus, sondern ergänzen sich. Während Qualitätsinitiativen/Klassifizierungen das Angebot nach objektiven Standards prüfen, geben Gästebewertungen viele Informationen zu »weichen« Faktoren wie Service und Atmosphäre. Unterkünfte, die an Qualitätsinitiativen teilnehmen, erzielen auch bessere Online-Bewertungen (TrustScore) und jeder zweite Deutsche ist sogar bereit, für einen Unternehmensebetrieb mit Top-Gästebewertungen etwas mehr zu zahlen. Eine Studie des Deutschen Tourismusverbandes hat ergeben, dass der Vermietungspreis pro Quadratmeter und Tag mit jedem DTV-Klassifizierungsstern steigt. Investitionen in die Qualität zahlen sich also aus und lassen sich nicht nur an steigenden Gästezahlen messen, sondern wirken sich auch auf die Zufriedenheit Ihrer Gäste aus.³

Nutzen Sie Qualitätsoffensiven und Gästebewertungen für Ihren Vermietungserfolg.

CHECKLISTE

QUALITÄT UND GÄSTEBEWERTUNGEN

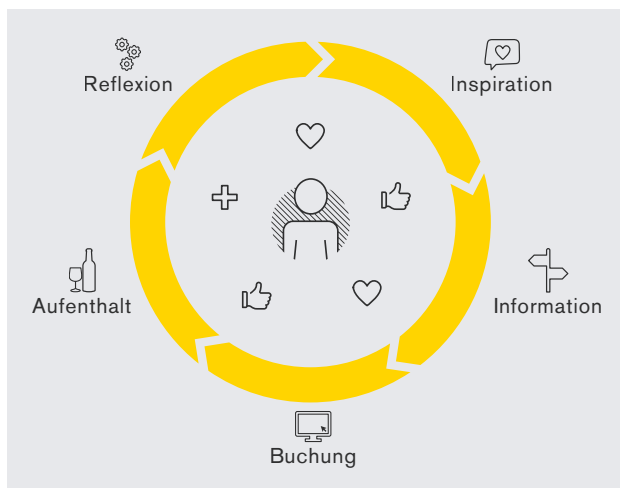
Bitte prüfen Sie die folgenden Punkte:

- Hat Ihre Ferienwohnung oder Ihr Ferienhaus insgesamt einen Qualitätsstandard und eine Wohlfühlatmosphäre, sodass Ihre Gäste einen schönen Urlaub verbringen können? Bitten Sie von Zeit zu Zeit auch andere aktiv um objektive Einschätzungen dazu?
- Gibt es Bereiche in Ihrer Unterkunft, die nicht (mehr) den gängigen Qualitätsstandards entsprechen (z. B. ausrangierte, nicht mehr zeitgemäße, reparaturbedürftige oder nur notdürftig reparierte Gegenstände)?
- Ist der Qualitätsstandard Ihrer Unterkunft bereits bei der Buchung klar erkennbar?
- Weist Ihre Unterkunft eine besondere Lage, spezielle Ausstattungsmerkmale oder Spezialisierungen auf, sodass es sich lohnen würde, an einer Qualitätsinitiative teilzunehmen?
- Animieren Sie Ihre Gäste dazu, Ihre Unterkunft im Internet zu bewerten?
- Kennen Sie die Bewertungen Ihrer Gäste? Wissen Sie, was diese regelmäßig positiv oder negativ hervorheben?
- Reagieren Sie auf Bewertungen?

DIE CUSTOMER JOURNEY

Die Zufriedenheit Ihrer Gäste entscheidet sich auch vor und nach dem tatsächlichen Aufenthalt.

Die sogenannte »Customer Journey« beschreibt die Servicekette, die Ihre Gäste vor, während und nach ihrer Reise erleben. In jeder Phase gibt es viele Berührungspunkte zu den touristischen Angeboten und positive oder negative Erfahrungen der Reisenden.



direkt und online abwickeln, ohne umständlich per Telefon oder E-Mail die Verfügbarkeiten und Preise abfragen zu müssen. Hierbei helfen gepflegte Buchungssysteme der einschlägigen professionellen Plattformen.

- Besonders wichtig ist der Aufenthalt vor Ort. Hier punkten Sie insbesondere mit der Qualität Ihrer Ferienunterkunft und Ihrer ehrlichen Gastfreundschaft. Aber auch die Besuche in Freizeit- und Kultureinrichtungen, in der Gastronomie usw. tragen zum Gesamterlebnis bei.
- Auch nach der Abreise Ihrer Gäste ist die Customer Journey noch nicht abgeschlossen. In der Reflexionsphase können Sie mit der passenden Kommunikation dafür sorgen, dass der Aufenthalt in Ihrer Ferienwohnung oder Ihrem Ferienhaus in guter Erinnerung bleibt. Idealerweise berichten Ihre Gäste in ihrem Umfeld positiv und kommen im nächsten Jahr wieder.

Prüfen Sie selbstkritisch, wie Sie in den einzelnen Phasen der Customer Journey aufgestellt sind. Womit Sie im Detail punkten können, lesen Sie auf den folgenden Seiten.

- Vor der Reise suchen Ihre Gäste zunächst Inspiration für ihren Urlaub. Ideen erhalten sie beispielsweise durch Bekannte, Reiseberichte und heute immer stärker durch Online-Plattformen und ansprechende Bilder. Hier können Sie beispielsweise punkten, indem Sie zufriedene Gäste zur Weiterempfehlung Ihrer Ferienunterkunft animieren – ob von Mensch zu Mensch oder auf Bewertungsportalen im Internet.
- Zur konkreteren Vorbereitung der Reise benötigen Ihre Gäste genauere Informationen, etwa zur Lage und Ausstattung der Ferienwohnung oder des Ferienhauses und auch zu attraktiven Urlaubsaktivitäten in der Umgebung. Hier spielen eine informative und aktuell gehaltene Website sowie Ihre Präsenz auf relevanten Online-Plattformen eine wichtige Rolle.
- Eine möglichst einfache Buchung lässt sich idealerweise

EINRICHTUNG UND AUSSTATTUNG

Geben Sie Ihrer Ferienunterkunft ein individuelles Gesicht!

Ihre Gäste sollten sich in Ihrer Ferienunterkunft wohlfühlen und das Gefühl haben, willkommen zu sein. Überlegen Sie daher, welche Ausstattung den Erwartungen Ihrer Gäste entspricht. Eine attraktive Ausstattung muss nicht teuer sein. Allerdings sollten Sie beachten, dass hochwertige Gegenstände häufig auch länger halten. Bei der Einrichtung Ihrer Ferienunterkunft sollten Sie zudem den Pflege- und Reinigungsaufwand im Blick behalten: Ein pflegeleichter Holz- oder Fliesenfußboden ist daher beispielsweise einem weißen Teppich vorzuziehen.

Eine regionaltypische und authentische Ausstattung kommt bei Ihren Gästen gut an.

Welche Ausstattung erwarten Ihre Gäste?

Die Ansprüche Ihrer Gäste an die Unterkunft orientieren sich an dem Wohnstil und -komfort zu Hause, der allerdings nur das Mindestmaß darstellt. Gern haben Ihre Gäste im Urlaub auch etwas mehr Luxus als zu Hause. Eine großzügige Wohnfläche, ein größerer Außenbereich, mehrere Bäder und eine harmonische Atmosphäre mit aufeinander abgestimmten Ausstattungselementen zählen dazu. Eine gute Internetverbindung/WLAN ist mittlerweile zum wichtigsten Ausstattungsmerkmal für die Gäste geworden. Auch moderne Medientechnik wie ein Flachbild-TV wird als selbstverständlich angesehen.

WLAN und moderne Medientechnik setzen Ihre Gäste heute voraus.

Praxisbeispiel: Kuckucksnester im Schwarzwald: qualitativ hochwertig, regional und authentisch

Die Hochschwarzwald Tourismus GmbH schuf mit der Marke »Kuckucksnester« 2015 ein Angebot von hochwertigen Design-Apartments, die exklusiv vermarktet werden. Wohnungseigentümerinnen und -eigentümer überlassen der eigens gegründeten Ferienwohnung-Hochschwarzwald-Betriebs-Gesellschaft ihre nicht mehr zeitgemäßen Quartiere. Diese werden daraufhin als pfiffige Design-Quartiere gestaltet und dem Markt unter der Regie der neuen Gesellschaft zugeführt. Bei Buchung einer Ferienwohnung erhalten Gäste als Geschenk Qualitätsprodukte aus der Region. Der innovative Ansatz erhielt 2015 den Deutschen Tourismuspreis. (www.kuckucksnester.de)



Ebenfalls wichtig für Ihre Gäste sind ein eigener Parkplatz, die Nutzungsmöglichkeit von Balkon oder Terrasse und eine (kostenfreie) Erstausrüstung an Bettwäsche und Handtüchern.

Die Küche

Eine gut ausgestattete Küche ist das A und O in Ferienunterkünften, denn das gemeinsame Kochen und Essen im Urlaub werden von den Gästen sehr geschätzt. Neben ausreichend Geschirr, Töpfen und Pfannen in verschiedenen Größen und Küchengeräten wie Kühlschrank mit Tiefkühlfach, Herd mit Backofen, Wasserkocher, Toaster und Kaffeemaschine (inkl. Erstausrüstung an Filtertüten, Pads, Kapseln o. Ä.) freuen sich Ihre Gäste auch über scharfe Messer, Flaschen- und Dosenöffner, eine Grundausstattung an Gewürzen sowie ein Starterset an Reinigungsmitteln (Lappen, Schwamm, Geschirrtuch, Spülmittel). Auch ein Geschirrspüler sollte in keiner Küche fehlen.

Das Bad

Das oberste Gebot für das Bad ist Sauberkeit. Wichtig sind neben einer guten Beleuchtung zudem Ablageflächen für die

persönlichen Hygieneartikel, Handtuchhalter, ein kleiner Müll-eimer inkl. Hygienebeutel und eine Erstausrüstung an Toilettenpapier, Handseife und Handtüchern. Auch ein Fön und ein Vergrößerungsspiegel machen Ihre Gäste glücklich. Wenn eine Waschmaschine zur Ausstattung gehört, sollten Sie zudem an einen Wäscheständer und Wäscheklammern bzw. einen Wäschetrockner denken.

Das Schlafzimmer

Das wichtigste Ausstattungsmerkmal im Schlafzimmer ist naturgemäß das Bett. Die Basis liefert hierbei eine gute Matratze mit abnehmbarem waschbarem Bezug, die regelmäßig gewendet und spätestens bei sicht- und spürbaren Vertiefungen oder durchgelegenen Stellen ausgetauscht wird. Neben der Bettwäsche können Sie aufgrund der unterschiedlichen Schlafbedürfnisse als besonderen Service eine Auswahl unterschiedlicher Kissen vorhalten. Bei der Höhe des Bettes sollten Sie auf Ihre Hauptzielgruppe schauen. Ältere Gäste bevorzugen beispielsweise Betten mit einem höheren Einstieg. Auch ein Kleiderschrank mit genügend Ablagefächern, Kleiderstange und Bügeln sollte vorhanden sein.

Ein kleines bisschen Luxus

Eines vorab: Nicht jede Ferienunterkunft braucht eine Luxusausstattung. Wenn Sie sich aber durch ein wenig Luxus im Wettbewerb absetzen möchten, dann haben wir hier ein paar Tipps für Sie: Gern gebucht werden Unterkünfte mit Kamin oder Sauna. Auch eine Whirlwanne im Bad sorgt für das besondere Etwas in Ihrer Unterkunft. Mit einer höherwertigen Ausstattung im digitalen Bereich können Sie ebenfalls bei vielen Gästen punkten. Hierzu zählen z. B. das Angebot von Streamingdiensten wie Netflix oder Sky, Spielekonsolen oder Sprachassistenzsysteme wie Alexa. Auch digitale Services wie Apps oder Schlüsselcodes sind auf dem Vormarsch.



Braucht jede Zielgruppe die gleiche Ausstattung?

Die Antwort lautet ganz klar nein! Je nach Zielgruppe sind die Ansprüche an die Ausstattung der Ferienunterkunft unterschiedlich. Orientieren Sie sich also an den Bedürfnissen Ihrer Zielgruppen. Während für Familien mit Kindern zumindest eine Grundausstattung an kinderfreundlicher Ausstattung wünschenswert ist, benötigen ältere oder mobilitätseingeschränkte Gäste eine möglichst barrierefreie Einrichtung der Unterkunft. Hierzu zählen beispielsweise Duschen mit ebenerdigem Einstieg, Duschhocker und Haltegriff. Weitere Kriterien für barrierefreie Unterkünfte finden Sie unter www.reisen-fuer-alle.de. Gäste mit Allergien benötigen insbesondere in den Schlaf- und Wohnbereichen eine spezielle Ausstattung.

CHECKLISTE

ZIELGRUPPENGERECHTE EINRICHTUNG UND AUSSTATTUNG: BEISPIEL UNTERKUNFT FÜR EINE FAMILIE MIT KLEINEREN KINDERN

Bitte prüfen Sie die folgenden Punkte (Auswahl):

- Ist Ihre Unterkunft kindersicher eingerichtet (z. B. Steckdosensicherung, ggf. Ecken-/Kantenschutz, falls zutreffend: Treppenschutzgitter, Kindersicherung der Fenster)?
- Ist die Ausstattung strapazierfähig und pflegeleicht?
- Verfügt die Unterkunft über ein bzw. mehrere Baby-/Kinderbetten und Hoch-/Kinderstühle?
- Gibt es ausreichend Rückzugsmöglichkeiten für alle Familienmitglieder?
- Lässt sich das Schlafzimmer verdunkeln?
- Gibt es in Ihrer Unterkunft eine Wickelmöglichkeit, ggf. Windeleimer, einen Toilettensitz oder ein Töpfchen und einen Tritthocker?
- Verfügt die Unterkunft über eine Waschmaschine und einen Wäschetrockner oder -ständer?
- Ist Ihre Unterkunft mit (bruchsicherem) Kindergeschirr und Fläschchenwärmer ausgestattet?
- Stellen Sie Spielzeug für Kleinkinder (für den Innen- und Außenbereich) zur Verfügung?
- Ist die Unterkunft barrierefrei erreichbar und gibt es eine Abstellmöglichkeit für Kinderwagen?
- Können Sie auf Wunsch einen Babysitter (gegen Gebühr) vermitteln?
- Gibt es direkt an der Ferienunterkunft oder in der Nähe einen Spielplatz?

Verleihen Sie (ggf. gegen Gebühr) weitere praktische Dinge wie Kinderwagen, Babytrage, Fahrradsitz oder -anhänger usw.?



SERVICELEISTUNGEN UND ZUSATZANGEBOTE

Ihre Gäste werden anspruchsvoller. Gaben früher oft der Preis und die Ausstattung von Ferienunterkünften den Ausschlag für die Wahl des Urlaubsortes, spielt heute der Zusatznutzen eine immer größere Rolle. Konkret bedeutet das für Sie, mehr Services vor Ort anzubieten. Diese können durchaus mit zusätzlichen Kosten und damit mehr Umsatz für Sie verbunden sein.

**Mehr als nur eine Übernachtung:
Ihre Gäste suchen verstärkt Mehrwerte.**

Welche Zusatzservices sollte ich anbieten?

Je nach individuellen Möglichkeiten sollten Sie überlegen, welche Zusatzservices Sie Ihren Gästen bieten möchten. Dabei brauchen Sie keine Angst zu haben, sie durch kostenpflichtige Zusatzservices abzuschrecken, denn die meisten Reisenden sind bereit, für gute Angebote auch mehr Geld auszugeben.

Hier finden Sie einige Anregungen für gern in Anspruch genommene Zusatzservices:

- Ein (kostenfreier) Willkommensgruß bei Anreise wie eine gefüllte Obstschale, eine Flasche (regionaler) Wein oder Wasser und eine personalisierte Willkommenskarte (falls Sie Ihre Gäste nicht persönlich begrüßen können) zaubern Ihren Gästen ein Lächeln aufs Gesicht.
- Eine Endreinigung sollte mittlerweile zum Standard gehören. Aber haben Sie schon einmal über eine (kostenpflichtige) Zwischenreinigung bei längeren Aufenthalten nachgedacht?
- Eine Erstausrüstung an Handtüchern und Bettwäsche sollte ebenfalls in jeder Ferienunterkunft vorhanden sein. Ein (kostenpflichtiger) Wechsel während des Aufenthalts wäre jedoch optional dazuzubuchen.
- Gern von Gästen dazugebucht werden Brötchen- oder Frühstücksservice. Auch ein nach Absprache gefüllter Kühlschrank bei Anreise oder ein Einkaufsservice erleichtern Ihren Gästen den Aufenthalt.
- Sollten viele Ihrer Gäste mit der Bahn anreisen, können Sie über das Angebot eines Shuttleservice vom Bahnhof

nachdenken. Wenn Sie die Möglichkeit haben, können Sie auch weitere Transferleistungen während des Aufenthaltes anbieten, zum Beispiel zu Ausflugszielen.

- Ist Ihre Urlaubsregion für Radtouren geeignet? Prima, bieten Sie Ihren Gästen doch Leihfahrräder an!

Schaffen Sie für Ihre Gäste unvergessliche Erlebnisse.

Praxistipp: Kontakt zu den Gästen suchen und mit persönlichen Tipps für Ausflüge in die Umgebung punkten

Viele Gäste freuen sich auf den persönlichen Kontakt zu Einheimischen und eine feste Ansprechperson vor Ort. Gerade lokale Vermietende können klassischerweise hiermit punkten. Ihre Kompetenzen in diesem Bereich dürfen Sie daher gerne stärker hervorheben.

Kommen Sie also regelmäßig mit Ihren Gästen ins Gespräch, ohne aber dabei aufdringlich zu wirken. Eine herzliche Begrüßung, Nachfragen, ob alles den Wünschen entspricht, oder auf Wunsch ggf. sogar ein gemeinsames Abendessen mit regionaltypischen Speisen bleiben bei Ihren Gästen in guter Erinnerung. Geben Sie ihnen gleich zu Beginn des Aufenthaltes Ihre Kontaktdaten bekannt, damit Sie bei eventuellen Fragen oder Problemen erreichbar sind und schnell Abhilfe schaffen können.

Sie kennen sich in der Umgebung Ihrer Ferienunterkunft am besten aus. Viele Gäste freuen sich über Insidertipps zu Sehenswürdigkeiten, Wander- und Radwegen, Bade- und Einkaufsmöglichkeiten oder Gastronomieempfehlungen. Dabei müssen es nicht immer nur die Highlights sein. Versteckte, nicht überlaufene Kleinode werden von Ihren Gästen ebenso geschätzt. Vielleicht bieten Sie sogar kleine gemeinsame Touren an, bei denen Sie Ihre Gäste mit Ihren Lokalkenntnissen begeistern können. Sollten Sie nicht vor Ort sein, ist es umso wichtiger, eine aktuelle Informationsmappe mit Infos zur Unterkunft und zur Umgebung bereitzustellen.

Praxisbeispiel: Zusatzleistungen auf dem Hoferpeterhof

Der Hoferpeterhof in Bad Peterstal-Griesbach bietet für seine Gäste zusätzlich zur Übernachtung eine Vielzahl an Zusatzleistungen. Hierzu zählen gemeinsame Grillabende, Traktor fahren, gemeinsame Lampionwanderungen und Ponyreiten.

(www.hoferpeterhof.de)



Praxistipp: Gästekarten anbieten

Gästekarten sind eine gute Möglichkeit, Ihren Gästen ein Zusatzangebot zu bieten. Durch Gästekarten können touristische Angebote und/oder Mobilitätsangebote in der Umgebung kostenfrei oder im Preis reduziert genutzt werden. In Baden-Württemberg gibt es derzeit die Bodensee Card, die Konus-Gästekarte, die Hochschwarzwald Card und die AlbCard. Weitere Informationen zu Gästekarten in Ihrer Region erhalten Sie in Ihrer örtlichen Touristinformation.

CHECKLISTE

SERVICELISTUNGEN UND ZUSATZANGEBOTE

Bitte prüfen Sie die folgenden Punkte:

- Begrüßen Sie Ihre Gäste persönlich bzw. können Sie auf andere Weise eine reibungslose Ankunft gewährleisten (Schlüsselsafe und Informationsmappe mit Hinweisen zum Aufenthalt, zur Abreise usw.)?
- Überraschen Sie Ihre Gäste mit einem kleinen Willkommensgruß?
- Wissen Ihre Gäste, wer bei Fragen und Problemen zu kontaktieren ist? Gibt es jemanden, der dann vor Ort schnell und kompetent Abhilfe schaffen kann?
- Haben Sie gute Tipps für einen gelungenen Aufenthalt parat (persönlich oder in einer Informationsmappe)?
- Haben Sie sich bereits Gedanken über sinnvolle Zusatzangebote gemacht, die Ihren Gästen den Urlaub verschönern?

Informieren Sie Ihre Gäste aktiv und transparent über buchbare Zusatzangebote und eventuelle Kosten?

MARKETING UND VERTRIEB

Durch den Megatrend Digitalisierung verändern sich auch Marketing und Vertrieb im Tourismus radikal. Die Tendenz geht hier eindeutig zur direkten Online-Buchbarkeit. Klassische Instrumente wie beispielsweise gedruckte Gastgeberverzeichnisse oder Anzeigen haben heute dagegen ihre einstige Bedeutung verloren. Die Digitalisierung schafft für Sie neue Möglichkeiten der Angebotspräsentation und -buchung. So können Sie auch Zielgruppen jenseits Ihrer Stammgäste erfolgreich ansprechen – theoretisch weltweit. Dabei sind die Schlüsselbegriffe des Internetzeitalters Sichtbarkeit und Komfort.

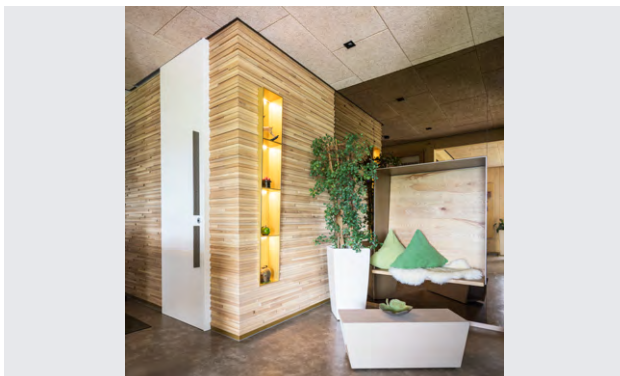
Wer heute nicht online sichtbar und buchbar ist, hat zunehmend Wettbewerbsnachteile.

Sichtbarkeit auf Suchmaschinen und Onlinebuchungsplattformen:

Gäste beginnen ihre Suche nach einer geeigneten Unterkunft heute größtenteils online. Ist Ihre Unterkunft hier nicht auffindbar, dann existiert sie für den potenziellen Gast nicht.

Die Bedeutung von Fotos:

Mit Abstand am wichtigsten für den ersten Eindruck und die Buchungsentscheidung sind aktuelle, ansprechende und aussagekräftige Fotos Ihrer Unterkunft. Ein besonders attraktives Startbild in Kombination mit einem prägnanten Titel trägt dazu bei, dass Ihre Ferienunterkunft aus der Vielfalt der Angebote (z. B. auf Buchungsportalen) heraussticht.



Wichtig: Bei allen Bemühungen, Ihre Ferienwohnung oder Ihr Ferienhaus möglichst vorteilhaft abzubilden, müssen die Bilder natürlich der Realität entsprechen. Andernfalls sind Enttäuschungen und Beschwerden sowie schlechte Bewertungen nach dem Aufenthalt vorprogrammiert. Denn die Bilder setzen die Messlatte für die Erwartungen Ihrer Gäste. Decken sich diese mit der Realität vor Ort, bewerten Gäste in der Regel positiver.

Der Aufwand für gute Bilder zahlt sich aus: Sie wecken nicht nur Aufmerksamkeit und Interesse, sondern führen erfahrungsgemäß auch zu einer höheren Nachfrage.

✓ Anforderungen an gute Fotos:

- Professionelle Anfertigung
- Hochauflösende Bildqualität
- Gute Ausleuchtung, um für den potenziellen Gast »nichts im Dunkeln zu lassen« (tagsüber bei Sonnenschein, eingeschalteter Beleuchtung und geöffneten Vorhängen)
- Vorteilhafte Perspektive
- Alle Bereiche und Zimmer der Unterkunft sowie Außenbereich und ggf. Sehenswürdigkeiten aus der Umgebung
- Sauberkeit und Ordnung, wie der Gast sie auch bei Anreise vorfindet
- Betten glatt gezogen, frische Handtücher
- Hervorhebung besonderer Ausstattungsmerkmale

✗ Verzichten sollten Sie dagegen auf:

- Extrem weitwinklige Aufnahmen, die Ihre Unterkunft größer erscheinen lassen
- Personen auf Bildern
- Blumensträuße, Sektflaschen etc., die nicht jeder Gast bei Anreise erhält

Texte haben heute dagegen eine eher zweitrangige Bedeutung und dienen hauptsächlich der schnellen Information Ihrer Gäste sowie der Suchmaschinenoptimierung. Einige Buchungsportale generieren auch eigene optimierte Texte für ihre Vermietenden. Für Ihre eigene Webseite sollten Sie Texte nutzen, die alle wichtigen Fakten für einen Aufenthalt in Ihrer Unterkunft erhalten. Zudem sollten sie den Bezug

zur Umgebung herstellen und bekannte Orte und Attraktionen nennen. Dies wirkt sich positiv auf die Platzierung Ihrer Webseite in Suchmaschinen aus.

Vergessen Sie nicht, Ihre Fotos und Texte regelmäßig auf Aktualität und Anpassungsbedarf zu überprüfen.

Komfort bei der Buchung Ihrer Unterkunft:

Der Gast hat Ihre Unterkunft im Internet gefunden und möchte einen Aufenthalt bei Ihnen buchen. Jetzt ist es wichtig, einfach und schnell zum Ziel zu kommen. Das heißt: Die Buchung muss direkt möglich sein, ohne vorher umständlich telefonisch oder per Mail Verfügbarkeiten und Preise erfragen zu müssen.

Internetportale:

Der einfachste Weg, online sichtbar und einfach buchbar zu werden, ist die Anmeldung bei einer der großen Buchungsplattformen. Deren Nutzung ist für Sie zunächst meist kostenfrei, Sie zahlen nur bei erfolgreich vermittelten Buchungen eine Kommission. Im Gegenzug erhalten Sie Zugang zu einer riesigen Gruppe potenzieller neuer Gäste, und das häufig weltweit. Die Portale kümmern sich außerdem automatisch um die Anzeige Ihrer Unterkunft auf Suchmaschinen und sogenannten »Metasuchmaschinen« wie Trivago, Hometogo oder Tripadvisor. Sie haben zu jeder Zeit die Möglichkeit, Preise und Verfügbarkeiten bei den Portalen anzupassen, und entscheiden selbst, wann Sie Ihre Unterkunft dort anbieten wollen.

Praxistipp: Doppelbuchungen vermeiden

Sie bieten Ihre Ferienwohnung auf einem Sofortbuchungsportal an und ein Stammgast kontaktiert Sie direkt mit einer Buchungsanfrage. Noch vor der Zusage an den Stammgast sollten Sie den Zeitraum auf dem Buchungsportal sperren. Ansonsten kann es – gerade in der Hochsaison – zu einer Doppelbuchung kommen.

Vermietende, die gerne auf mehr als einem Portal präsent sein möchten, können entweder auf eine sogenannte

Schnittstelle zurückgreifen oder mit einem Vertriebsnetzwerk zusammenarbeiten. Schnittstellenanbietende halten Preise und freie Zeiträume für Sie aktuell. So können Sie Sofortbuchungen sowohl auf mehreren Portalen als auch auf der eigenen Webseite anbieten, ohne Angst vor Überbuchungen haben zu müssen.

Praxistipp: Vertriebsnetzwerke nutzen

Wer sich nicht selbst um eine Schnittstelle kümmern möchte, kann auf diverse Vertriebsnetzwerke zurückgreifen. Anbietende sind entweder Touristinformationen oder spezialisierte Firmen wie Lohospo. Beide bringen Ihre Unterkunft ganz einfach auf sämtliche Portale und kümmern sich zudem um alle organisatorischen Angelegenheiten. Sie unterzeichnen lediglich einen Vertrag und pflegen den zur Verfügung gestellten Onlinekalender mit Ihren Preisen und freien Zeiträumen. Die Anbietenden verlangen für ihre Dienste meist eine kleine Extraprovision. Für mehr Informationen sprechen Sie mit Ihrer örtlichen Touristinformation.

Eigene Internetseite:

Hier scheiden sich aktuell die Geister. Gerade bei Anbietenden von einzelnen Ferienunterkünften stellt sich häufig die Frage, ob sich eine eigene Webseite überhaupt lohnt. Generell gilt: Besser keine Webseite als eine, die nicht zeitgemäß ist. Wer eine Webseite betreiben möchte, muss diese inhaltlich und technologisch immer auf dem neuesten Stand halten. Besonders wichtig sind heute die optimale Darstellung auf Mobilgeräten und die Möglichkeit, einfach und schnell buchen zu können.

Praxistipp: Eigene Website erstellen

Schnittstellen und Vertriebsnetzwerke bieten oft bereits eine eigene Webseite mit Buchungsmöglichkeit für Ihre Kunden an. Außerdem gibt es zahlreiche Anbietende von sogenannten »Baukastensystemen«. Hier können Sie auch ohne Vorkenntnisse Webseiten erstellen.

Soziale Netzwerke:

Gerade für jüngere Zielgruppen ist Social Media mittlerweile zur einer wichtigen Inspirations- und Informationsquelle geworden. Besonders Facebook- und Instagram-Profile sind sehr leicht zu bedienen. Beachten Sie, dass auf diesen Netzwerken persönliche Inhalte und stimmungsvolle Bilder besonders gut ankommen. Teilen Sie beispielsweise regelmäßig Anekdoten zur Unterkunft oder der Umgebung, aktuelle Neuigkeiten mit touristischer Relevanz oder stellen Sie einfach sich und Ihre Unterkunft vor. Wichtig ist hier, dass Sie auch immer auf die Kontaktmöglichkeiten hinweisen, um Buchungen generieren zu können.

Prospekte, Broschüren und Flyer:

Auch wenn die digitalen Medien auf dem Vormarsch sind, haben Printprodukte noch nicht immer und überall ausgedient. Heutige Gäste, die gerne in Ferienwohnungen und -häusern übernachten, nutzen überdurchschnittlich oft (jedoch auf niedrigem Niveau) Prospekte, Broschüren oder Flyer der Unterkunft zur Information.⁴ Achten Sie jedoch auch hier auf ein zeitgemäßes Design, attraktive Bilder und Aktualität.

Letztlich müssen Sie selbst entscheiden, welche Marketing- und Vertriebskanäle am besten zu Ihnen, Ihrem Angebot und Ihren (heutigen und künftigen) Gästen passen. Häufig nutzen Vermietende auch mehrere Vertriebswege gleichzeitig: eigene und fremde, online und offline. Dabei spielen neben dem Umfang und der Art Ihres Angebotes, Ihrem eigenen Zeitaufwand und Ihrer Gästestruktur auch die Provisionshöhe und weitere Konditionen der Buchungsportale eine wichtige Rolle.

Praxistipp: Gäste begeistern und binden

Wenn Sie Ihre Gäste mit Ihrem Angebot begeistern konnten, haben Sie gute Chancen, dass diese nicht nur positiv über ihre Erfahrung berichten, sondern auch selbst wiederkommen. Sie können diese Gästebindung unterstützen, indem Sie beispielsweise auch nach dem Aufenthalt über E-Mails oder soziale Netzwerke in Kontakt bleiben und treuen Gästen besondere Rabatte oder kostenfreie Zusatzleistungen anbieten. Schließlich sparen Sie auf der anderen Seite den Aufwand und etwaige Provisionen für die Ansprache neuer Gäste.

CHECKLISTE

MARKETING UND VERTRIEB

Bitte prüfen Sie die folgenden Punkte:

- Ist Ihre Unterkunft online auffindbar?
- Haben Sie Ihre Unterkunft einmal selbst googelt?
- Sind Sie mit dem durch die Suchergebnisse vermittelten Eindruck zufrieden?
- Ist Ihre Unterkunft direkt online buchbar?
- Ist die Darstellung Ihrer Unterkunft im Internet aussagekräftig und aktuell (Preise, Fotos, Text, Ausstattungsmerkmale)?
- Sind die Bilder ansprechend, realitätsgetreu und dazu geeignet, Ihren künftigen Gästen einen guten Eindruck der Ferienunterkunft zu verschaffen?
- Kommunizieren Sie mit bisherigen und künftigen Gästen über soziale Netzwerke?
- Führen Sie Maßnahmen zur Gästebindung durch?

INVESTITIONEN UND FÖRDERMÖGLICHKEITEN

Die Investitionskosten für die Errichtung von Ferienwohnungen und Ferienhäusern zur Vermietung an Reisende hängen von sehr vielen Variablen ab, u. a. von Standort, Zimmeranzahl, Ausstattung und Zusatzangeboten. Deshalb werden bei der nachfolgenden Darstellung nur Orientierungswerte angegeben, die eine wichtige Hilfe für den möglichen Einstieg in die Vermietung von Ferienunterkünften geben sollen. Als Modell wird ein durchschnittlicher Betrieb herangezogen. Je nach angebotener Größe und Ausstattung können sich zum Teil deutliche Abweichungen ergeben. Dies bedeutet, dass eine individuelle Kalkulation der Eckdaten standortbezogen für jeden einzelnen Betrieb notwendig ist.

Für den Neubau einer mittelgroßen Ferienwohnung (60 m²), die dazugehörige Ausstattung und die Bereitstellung der Außenanlagen können folgende durchschnittliche Kosten (ohne Grundstückskosten und Kosten für mögliche Parkplätze) angesetzt werden:

- **Baukosten** in Höhe von rund 67.000 € (Neubaukosten von 430,- € pro m³ bei einer Geschosshöhe von 2,60 m)⁵,
- **Ausstattungskosten** von rund 16.000 €⁶ sowie für die
- **Gestaltung des Außenbereichs** etwa 7.000 € (entspricht 8% der Kosten für Ferienwohnung und Ausstattung).⁷
- In der Summe betragen die Investitionskosten für eine mittelgroße Ferienwohnung durchschnittlich rund 90.000 €.

Zusätzlich zu den einmaligen Investitionskosten entstehen jährlich weitere Kosten, die sich aus der Investition für den laufenden Betrieb ergeben. Diese sollten Sie in der jährlichen Einnahmen-Ausgaben-Rechnung berücksichtigen:

- So kommen beispielsweise bei einer 75%igen Fremdfinanzierung mit einem Zinssatz von aktuell 2% noch Fremdkapitalkosten von rund 1.400 € jährlich hinzu.
- Die Abschreibungskosten richten sich nach der Nutzungsdauer: Für das Gebäude werden 25 Jahre, für die Außen- und Freizeitanlagen 15 Jahre sowie für die Einrichtung der Ferienwohnungen 10 Jahre angesetzt. Dies führt zu jährlichen Abschreibungen in Höhe von rund 4.400 €.
- Für kleinere Reparaturen und Instandhaltungen wird pro

Jahr 1 % des Investitionsvolumens, also rund 900 €, angesetzt.

- In der Summe belaufen sich die investitionsabhängigen Kosten für eine mittelgroße Ferienwohnung demnach auf rund 7.000 € pro Jahr.

Investieren Sie regelmäßig in die Ausstattung Ihrer Ferienunterkunft.

Die genannten Abschreibungsdauern stellen auch den Mindestrichtwert für größere Reinvestitionen dar, denn Infrastruktur und Ausstattung von Ferienwohnungen und -häusern müssen turnusmäßig überprüft und erneuert werden. So empfiehlt es sich, nach spätestens zehn Jahren, also der Abschreibungsdauer, die Innenausstattung inkl. Küche, Bad, Wände und eventuell auch die Bodenbeläge komplett zu erneuern. Geringere Reinvestitionen wie kleinere Möbel können auch schon vorher vorgenommen werden. Denken Sie beim Einbau neuer Geräte auch immer an aktuelle Energieeffizienz-Standards, denn hier können Sie auch selbst den Stromverbrauch und damit Ihre Kosten beeinflussen. Wichtig: Die berechneten Abschreibungssummen sollten Sie unbedingt bei der Preisbildung einkalkulieren, denn aus diesem Anteil an den Einnahmen werden die Rücklagen gebildet, die am Ende der Nutzungsdauer für die Reinvestition verwendet werden.

Praxistipp: Ausstattung erneuern

Wichtig ist, dass Sie regelmäßig in die Ausstattung Ihrer Ferienunterkunft investieren. Nicht mehr funktionstüchtige Gegenstände und weitere sichtbare Mängel sollten sofort behoben werden. Darüber hinaus empfiehlt es sich, nach fünf Jahren erste Investitionen in die Innenausstattung vorzunehmen und alle acht bis zehn Jahre einen Großteil der Innenausstattung zu modernisieren. Abgesehen von der Verwirklichung Ihrer eigenen Vorstellungen sind auch die Anpassung an die neuesten Trends sowie der Aufbau eines Vorsprungs im Wettbewerb wichtige Gründe, um zu investieren.

In der Regel können die Erstinvestitionen nicht komplett mit eigenen Mitteln gestemmt werden. Daher ist neben der Fremdfinanzierung durch die Hausbank auch die Beantragung von Fördermitteln sinnvoll, die häufig günstigere

Konditionen bieten. Die folgende Tabelle listet die für Baden-Württemberg wichtigsten Programme und Anlaufstellen auf:

Förderprogramm Finanzierung	Zielgruppe	Leistung	↗ Link
Tourismusfinanzierung Plus der L-Bank (Staatsbank für Baden-Württemberg)	kleinere und mittlere Gastronomie- und Tourismusbetriebe	Kredit in Kombination mit einem Tilgungszuschuss für (Neu-)Bauvorhaben, Erweiterung oder Modernisierung sowie Betriebsübernahmen mit anschließender Umgestaltung	↗ l-bank.de/produkte/wirtschaftsfoerderung/tourismusfinanzierung.html
Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums – ELER/Maßnahmen- und Entwicklungsplan Ländlicher Raum Baden-Württemberg (MEPL III)	kleine landwirtschaftliche Betriebe	Zuschuss von 25 % des zuwendungsfähigen Investitionsvolumens für die Errichtung von touristischen Dienstleistungen (»Urlaub auf dem Bauernhof«) mit weniger als 25 Betten	↗ foerderung.landwirtschaft-bw.de/pb/,Lde/Startseite/Foerderwegweiser/Agrarinvestitionsfoerderungsprogramm+_AFP+_+Teil+B
Förderprogramm der Landwirtschaftlichen Rentenbank	Unternehmen und sonstige Antragstellende im ländlichen Raum	Finanzierung von bis zu 100 % der förderfähigen Investitionskosten für Investitionen in Beherbergungsbetriebe einschließlich Ferienwohnungen (nicht mehr als 25 Gästebetten)	↗ rentenbank.de/foerderangebote/laendliche-entwicklung/leben-auf-dem-land/
KfW-Gründerkredit	Existenzgründende und Unternehmensnachfolgen	Kredit für Anschaffungen und laufende Kosten	↗ kfw.de/inlandsfoerderung/Unternehmen/Gr%C3%BCndung-und-Nachfolge/F%C3%B6rderprodukte/ERP-Gr%C3%BCnderkredit-Universell-(073-074-075-076)/
Mittelständische Unternehmensberatung des BAFA	mittelständische Betriebe	bis zu 90 % Zuschuss für Beratungen	↗ bafa.de/DE/Wirtschafts_Mittelstandsfoerderung/Beratung_Finanzierung/Unternehmensberatung/unternehmensberatung_node.html

Förderprogramm Finanzierung	Zielgruppe	Leistung	↗ Link
Beratung landwirtschaftlicher Betriebe (Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz)	alle Betriebe der Landwirtschaft, des Garten- und Weinbaus	bis zu 100 %	↗ bzl.landwirtschaft-bw.de/Lde/Startseite
Beratungen für den Mittelstand (Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg)	alle kleinen und mittleren Unternehmen	Kurzberatung durch einen Zuschuss für max. 2 Beratungstagewerke	↗ wm.baden-wuerttemberg.de/de/service/foerderprogramme-und-aufrufe/liste-foerderprogramme/beratungen-fuer-den-mittelstand/
»Workshop Gründer- und Jungunternehmerseminar Modulreihe 1+2« (IHK Nordschwarzwald)	Existenzgründende und junge Unternehmen	kostenfreie individuelle Beratungen zur Vorbereitung auf das Gespräch mit der Hausbank und information über die aktuellen Finanzierungsprogramme der Förderinstitute	↗ nordschwarzwald.ihk24.de/existenzgruendung/finanzierung-und-foerderung/finanzierung/die-wichtigsten-foerderprogramme-in-der-konditionuebersicht-2611402

Praxisbeispiel: Förderung durch ELER – Kernenhof und Ferienhof Neher

Der biozertifizierte Kernenhof im Schwarzwald wird bei der Errichtung von zwei Ferienwohnungen durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) gefördert. Informationen dazu findet man auf der Website des Hofes. (www.kernenhof.de) Auch der Ferienhof Neher in Mengen erhielt für den Bau von drei neuen Ferienhäusern eine ELER-Förderung. (www.ferienhof-neher.de)



RECHTLICHE FRAGESTELLUNGEN

Pflichten für Vermietende

Die Vermietung einer Ferienwohnung oder eines Ferienhauses ist auch mit einigen gesetzlichen Pflichten und Regelungen verbunden. Jeder Vermietende ist für die Einhaltung dieser Regelungen selbst verantwortlich.

Informieren Sie sich über Ihre Pflichten als Vermietende von Ferienunterkünften.

Die Regelungen betreffen u. a. das Bau- und Mietrecht, das Steuerrecht, das Gewerberecht und das Melderecht. Auch weitere Gesetze und Verordnungen sind zu beachten. Eine gute Übersicht bietet der Deutsche Tourismusverband: www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/Newsletter/Uebersicht_Vorschriften.pdf

Ist mein Betrieb aus steuerrechtlicher Sicht gewerblich?

Überprüfen Sie, ob Ihr Betrieb aus steuerrechtlicher Sicht gewerblich ist. Wichtig ist diese Frage vor allem dann, wenn Sie zusätzliche Serviceleistungen wie Brötchenservice und Transfer anbieten.

- Laut Ordnungsrecht §14 und 55c besteht für Vermietende von Ferienwohnungen und Ferienhäusern eine Gewerbeanzeigepflicht gegenüber dem örtlichen Gewerbeamt. Hierfür bestehen keinerlei Voraussetzungen. Das Gewerbeamt gibt die Meldung zum Beispiel an das Finanzamt weiter, das prüft, ob die Vermietenden steuerlich veranlagt werden müssen.
- Aus steuerrechtlicher Sicht liegt ein Gewerbebetrieb vor, wenn eine hotelmäßige Nutzung gegeben ist oder die Vermietung nach Art einer Pension erfolgt. Im Regelfall ist die einfache Vermietung einer Wohnung ohne Zusatzleistungen keine gewerbliche Nutzung im Sinne des Steuerrechts.
- Eine Gewerbesteuerpflicht privater Vermietender besteht erst ab einem jährlichen Gewinn von 24.500 €, und zwar unabhängig davon, ob es sich um einen Gewerbebetrieb im steuerlichen Sinn handelt. Aber auch Vermietende, die

unter diese Grenze fallen, müssen ihre Einnahmen bei der Einkommenssteuererklärung angeben.

- Eine Umsatzsteuerpflicht besteht für Privatvermietende, sofern ihre Umsätze 17.500 € jährlich übersteigen und es sich um kurzfristige Vermietungen von weniger als sechs Monaten handelt, was bei den meisten Ferienwohnungen der Fall ist.⁸

Welchen Meldepflichten unterliegt meine Ferienunterkunft?

Jeder Gastgebende ist nach dem Bundesmeldegesetz verpflichtet, für seine Gäste einen »Meldeschein für Beherbergungsbetriebe« auszustellen. Die Meldescheine müssen ein Jahr aufbewahrt und spätestens nach Ablauf drei weiterer Monate vernichtet werden. Vorgefertigte Meldescheine sind beim Deutschen Tourismusverband erhältlich. Seit Januar 2020 gibt es auch elektronische Meldescheine. Haben Anbietende zehn oder mehr Betten, sind sie nach dem Beherbergungsstatistikgesetz verpflichtet, Daten an das statistische Landesamt zu melden.⁹

WEITERFÜHRENDE HINWEISE UND KONTAKTDATEN

Benötigen Sie weitere Informationen oder haben Sie Fragen zur erfolgreichen Vermietung Ihrer Ferienunterkunft? Die folgenden Kontakte und Webseiten können Ihnen weiterhelfen:

Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg

Esslinger Straße 8
70182 Stuttgart
Tel. +49 (0) 7 11/23858-0
info@tourismus-bw.de
www.tourismus-bw.de

Deutscher Tourismusverband e. V.

Schillstraße 9
10785 Berlin
Tel.: +49 (0) 30/85 62 15 - 0
kontakt@deutschertourismusverband.de
www.deutschertourismusverband.de

Deutscher Ferienhausverband e. V.

Rhabarberweg 25 a
12357 Berlin
info@deutscher-ferienhausverband.de
www.deutscher-ferienhausverband.de

Qualitätsinitiative noch-besser-vermieten.de

www.noch-besser-vermieten.de

Tourismusnetzwerk Baden-Württemberg

bw.tourismusnetzwerk.info

IMPRESSUM

Herausgeber

Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg (TMBW)
 Esslinger Str. 8
 70182 Stuttgart
www.tourismus-bw.de

Konzeption und Text

dwif-Consulting GmbH
 Marienstraße 19/20
 10117 Berlin
www.dwif.de

Gestaltung

JUNG:Kommunikation GmbH

Druck

C. Maurer GmbH & Co. KG
 Geislingen an der Steige

Stand

August 2021

Bildnachweis

Titel: © TMBW/Stefan Kuhn; S. 1–2: © TMBW/Stefan Kuhn; S. 3: © TMBW/Stefan Kuhn, © Herbert Bucher; S. 4: © dwif 2021, Daten Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, FeWo-direkt; S. 5: © TMBW/Oliver Raatz, © TMBW/Dietmar Denger; S. 12: © Hochschwarzwald Tourismus GmbH/Hans-Joerg Haas; S. 13–14: © TMBW/Stefan Kuhn; S. 15: © Hoferpeterhof; S. 17, 22: © TMBW/Stefan Kuhn

Quellen

- 1 FeWo-direkt (2015): Der Ferienhausmarkt in Deutschland – Volumen und ökonomische Bedeutung.
- 2 dwif 2021, Daten: TrustYou GmbH.
- 3 Ostdeutscher Sparkassenverband (2017): Sparkassen-Tourismusbarometer, Jahresbericht 2017.
- 4 DITF (2021), basierend auf dwif (2020): Produktmarkenstudie Baden-Württemberg.
- 5 Als Datenbasis vgl. hierzu auch Arbeitsgemeinschaft für Rationalisierung, Landtechnik und Bauwesen in der Landwirtschaft Hessen e. V. (2019): Richtpreise für den Neu- und Umbau landwirtschaftlicher Wirtschaftsgebäude und ländlicher Wohnhäuser 2019/2020 sowie Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft (KTBL), Datensammlung Urlaub auf dem Lande (2006, hochgerechnet mit Verbraucherpreisindizes).
- 6 Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft (KTBL) (2006): Datensammlung Urlaub auf dem Lande (2006, hochgerechnet mit Verbraucherpreisindizes).
- 7 Vgl. Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) (2011): Kennzahlen Urlaub auf dem Bauernhof.
- 8 www.deutschertourismusverband.de
- 9 www.deutschertourismusverband.de/politik/melderecht.html
- Sparkassenverband Westfalen-Lippe (2019): Sparkassen-Tourismusbarometer, Jahresbericht 2019.

