

	Seite
3.2.2.3.4.1 Rücklaufquote	25
3.2.2.3.4.2 Datenverarbeitung und -analyse	26
3.3 Analyse der Angebotskapazität 'Urlaub auf dem Bauernhof' - Bestand und Gefüge einer spezifischen Fremdenverkehrsvariante	26
3.3.1 Zahl gästebeherbergender landwirtschaftlicher Betriebe innerhalb des Bundesgebietes - Teilergebnis der Katalogauswertung und deren Erhebungsumfang	26
3.3.2 Das Angebotspotential in seiner räumlichen Verteilung	29
3.3.2.1 Verteilung nach Bundesländern - eine deskriptiv-statistische Analyse	29
3.3.2.2 Die Verteilung landwirtschaftlicher Betriebe mit Gästebeherbergung in der Kartendarstellung von Angebotsgemeinden und deren Betriebesbesatz	31
3.3.2.3 Ursachen und Steuerungsmechanismen der heterogenen Verteilung des Urlaubs auf dem Bauernhof	36
3.3.2.3.1 Umfang des Angebots im Rahmen der Agrarstruktur Deutschlands	36
3.3.2.3.1.1 Der Bestand anbietender Höfe im Rahmen aller landwirtschaftlichen Betriebe	38
3.3.2.3.1.2 Die landwirtschaftliche Betriebsgrößenstruktur - ein erklärender Faktor?	40
3.3.2.3.1.3 Produktionszweige der Anbieterhöfe	42
3.3.2.3.2 Die Attraktivität des natürlichen Erholungspotentials als Steuerungsmechanismus für die ungleichmäßige räumliche Verteilung bäuerlicher Anbieterhöfe	47
3.3.2.3.3 Die räumliche Angebotsstruktur im Spektrum des Fremdenverkehrs	48
3.3.2.3.4 Einflußgrößen der heterogenen Verteilung bäuerlicher Vermieterbetriebe - eine zusammenfassende Wertung	51
3.3.3 Die Angebotsstruktur landwirtschaftlicher Betriebe mit Gästebeherbergung	53
3.3.3.1 Die fremdenverkehrsrelevanten Lagemomente der Anbieterhöfe	53
3.3.3.1.1 Die verkehrliche Anbindung und Standortsituation	54
3.3.3.1.2 Die Lage zu touristischen Infrastruktureinrichtungen	54
3.3.3.2 Das interne Fremdenverkehrsangebot gästebeherbergender landwirtschaftlicher Betriebe	55
3.3.3.2.1 Das Vermietungsangebot	56
3.3.3.2.1.1 Die Art der Beherbergung	56
3.3.3.2.1.2 Die Kapazität der Anbieterbetriebe an Zimmern, Wohneinheiten und Betten	60
3.3.3.2.1.3 Komfortausstattung zimmervermietender Betriebe	65
3.3.3.2.1.4 Das Verpflegungsangebot	67
3.3.3.2.1.5 Die Preisstruktur	69
3.3.3.2.1.6 Die Angebotsbreite hofinterner Freizeitmöglichkeiten	73
3.3.3.3 Zusammenfassende Charakterisierung des Angebots - Versuch einer Typisierung der landwirtschaftlichen Betriebe mit Gästebeherbergung	76

	Seite
4. 'Urlaub auf dem Bauernhof' - Partizipationsform landwirtschaftlicher Betriebe an der Fremdenverkehrswirtschaft	84
4.1 Gründe und Motive für die Teilnahme am touristischen Markt	84
4.2 Rahmenbedingungen für die Aufnahme der Gästebeherbergung	87
4.2.1 Die bäuerliche Familie als Fremdenverkehrsanbieter und Gastgeber	87
4.2.2 Die arbeitswirtschaftliche Einordnung der Gästebeherbergung in das Betriebsgeschehen	89
4.2.3 Schaffung von Beherbergungskapazitäten	93
4.2.4 Die Notwendigkeit der Investitionstätigkeit	94
4.3 Die Gästebeherbergung - ein potentieller Nebenerwerb zur Behebung von Einkommensdefiziten?	97
4.3.1 Maßstäbe zur Einschätzung der Rentabilität	98
4.3.1.1 Verweildauer der Gäste	98
4.3.1.2 Der jahreszeitliche Verlauf des Fremdenverkehrs in gästebeherbergenden Agrarbetrieben	99
4.3.1.3 Der Auslastungsgrad erstellter Angebotsleistungen	100
4.3.2 Berechnung der Rentabilität	104
4.3.3 Verdienstmöglichkeiten durch die Gästebeherbergung	106
4.3.4 Beurteilung des Erfolgs	109
5. Nutzerstrukturen des Urlaubs auf dem Bauernhof: Untersuchungskonzeption und Befragungsmethodik	114
5.1 Problemstellung und Zielsetzung	114
5.1.1 Problemstellung	114
5.1.2 Spezifikation der Untersuchungsziele	115
5.1.3 Untersuchungsmethodik	116
5.1.3.1 Der Gästefragebogen	116
5.1.3.2 Die Befragungsmethodik	117
6. Das Nachfragepotential für den 'Urlaub auf dem Bauernhof' - analytische Gesamtbetrachtung der Untersuchungsergebnisse	118
6.1 Die Gästestruktur nach ihrer sozialen und räumlichen Herkunft	118
6.1.1 Die soziodemographische und -ökonomische Struktur der Bauernhofurlauber	118
6.1.1.1 Die Alters- und Familienstruktur	118
6.1.1.2 Schulbildung und berufliche Stellung der Urlaubsgäste	120
6.1.2 Die räumliche Herkunft	121
6.2 Die touristische Mobilität und Motivationsstruktur der Bauernhofurlauber	125
6.2.1 Reiseverhalten und -gewohnheiten	125

	Seite
6.2.2 Reisemotive der Bauernhofurlauber	126
6.3 Informations- und Entscheidungsprozeß	131
6.3.1 Informationsverhalten der Bauernhofurlauber	132
6.3.2 Gründe für die Wahl des Bauernhofes als Urlaubsunterkunft	134
6.4 Aktivitäts- und Verhaltensmuster der Bauernhofurlauber	137
6.4.1 Aktivitäten der Bauernhofurlauber am Ferienort	137
6.4.2 Die Raumwirksamkeit des Verhaltensmusters	143
6.5 Das Image des Urlaubs auf dem Bauernhof - Merkmale und Strukturen	146
6.5.1 Vorstellungen und Meinungen der Bauernhofurlauber über ihre gewählte Urlaubsunterkunft	146
6.5.2 Bewertung des Urlaubs auf dem Bauernhof in Abhängigkeit von persönlichkeitsstrukturellen Daten	147
6.5.3 Image-Inhalt	151
6.6 Ansatz zur Zielgruppenbildung des Nachfragerpotentials	155
6.7 Möglichkeiten der Angebotsumstrukturierung - eine Ergebnisdiskussion	157
7. Zusammenfassung	161
Literaturverzeichnis	163
Anhang	