



Urlaub am Bauernhof Österreich

Meilensteine der gemeinsamen Entwicklung

1971	Gründung 1. UaB-Organisation - „bäuerlicher Gästering Salzkammergut“
1972	Gründung 1. UaB-Landesverband Steiermark
1988/89	Erarbeitung Konzept Urlaub am Bauernhof Österreich
1990	Strategie „Der ökosoziale Weg“
1991	Gründung des Bundesverbandes Urlaub am Bauernhof Österreich und erstes Symposium mit Jost Krippendorf
1993	Beginn Ö-weite Qualitätskategorisierung (Vbg, K, OÖ), Obmannwechsel von Karl Weichselbaumer zu Alois Gaderer sen., UaB-Marketing-Handbuch, Start Mitgliederzeitung SUNNseit'n
1995	Start UaB-Spezialangebote und Ausbildungen durch das BMLF
1997	Erste Ö-weite UaB-Spezialkataloge, Motivationskampagne „Wir starten durch“
1998	Übersiedlung UaBÖ-Büro von Wien nach Salzburg, alle Mitgliedsbetriebe im Internet, EU-Agrarminister besuchen UaB-Hof
2001	Neue Strategie „Der Weg zum Markenprodukt“
2003	Markenkampagne „Erfolgreich aus eigener Kraft“
2005	Start erste Zentraleuropa-Kampagne
2007	Start Programm ländl. Entwicklung LE07-13
2009-2010	Strategieprozess mit Brand Logic – Botschafter der Bäuerlichen Welt. Die Erfolgslogik der Marke Urlaub am Bauernhof
2010	UaB-Internet Neu mit Channel Management & eigener Buchungsplattform
2012	Bewertungsplattform Trust You
2014	Ausrichtung des 5. Europ. Kongresses für Landtourismus – UaB Tirol

2015	<p>Die neue Strategie UaB 2020 (UaB wird in das EU-Programm der ländlichen Entwicklung integriert) – Innovationsstrategie LE 14-20</p> <p><i>Die Säulen der Zusammenarbeit</i></p> <p>Der Cluster Urlaub am Bauernhof in Österreich versteht sich als Steuerungsorgan. An dieser Stelle wird die Zukunftsausrichtung definiert, werden die großen Linien festgelegt und die strategischen Akzente für die Ö-weite UaB-Zusammenarbeit gesetzt. Dafür ist professionelles Know How und sind professionelle Partner unabdingbare Voraussetzungen. Die Innovationsstrategie „UaB 2020“ gliedert sich in 4 Projekte („Teilstrategien“) und ist für einen Zeitraum von 6 Jahren (Mitte 2015 bis Mitte 2021) konzipiert:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Dynamische Qualitätssicherung in Hardware und Service 2 Neukundengewinnung für die bäuerliche Welt und nachhaltige Kundenbindung 3 Die Marke wird zum Medium – Grundlagen für Community-Building (Internet und Social Media) 4 UaB-Angebote 2020 (Weiter-)Entwicklung der Urlaubsform
	<p>Integration bäuerlicher Produkte in die UaB-Homepage .</p> <p>Ein wesentlicher Schritt in Richtung Darstellung des „Erlebnis ländlicher Raum“ (das ist ein übergeordnetes Ziel für UaB) wurde mit der Integration der bäuerlichen Produkte/Direktvermarktung über den Cluster-Partner „Gutes vom Bauernhof“ gesetzt. Damit kann der Gast gleich auf der Homepage erkennen, dass er in der (näheren) Umgebung des Urlaubshofes auch bäuerliche Produkte direkt von Bauern beziehen kann. Die 1.670 Mitgliedsbetriebe von „Gutes vom Bauernhof“ werden jeweils in der regionalen UaB-Darstellung gezeigt. Diese neue Vernetzung festigt und stärkt die „Bauernhof-Kompetenz“ von UaB und stellt für die Direktvermarkter gleichzeitig einen neuen Verkaufskanal für Gäste in der Region dar.</p>



	Seit Februar 2015 ist das Gutschein-System der Fa. Incert auf der UaB-Plattform integriert. Gutscheine können somit rund um die Uhr verkauft werden.
2016	Kategorisierung Neu und Digitalisierung des Kategorisierungsprozesses, neu entwickelter Online-Gäste-Fragebogen
2018	Einführung 5. Blume
	Neugestaltung UaB-Portal – responsive Plattform
2019-2021	Österreichweiter UaB-Innovationsprozess
2021	Vermieter-App zur einfachen Wartung mittels Handy