

Antrag

der Abg. Paul Locherer u. a. CDU

und

Stellungnahme

**des Ministeriums für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz**

Entwicklung und Erhalt der Dorfgaststätten in kleinen Gemeinden und Teilorten des ländlichen Raumes

Antrag

Der Landtag wolle beschließen,

die Landesregierung zu ersuchen

zu berichten,

1. wie sich in den vergangenen zehn Jahren die Anzahl der Dorfgaststätten in Baden-Württemberg entwickelt hat;
2. ob sie einschätzen kann, wie viele kleine Gemeinden und Teilorte inzwischen keine Dorfgaststätte mehr besitzen;
3. wie sie die zukünftige Entwicklung der Zahl der Dorfgaststätten einschätzt;
4. wie sie die Notwendigkeit von Dorfgaststätten als kommunikativem Treffpunkt gerade in kleinen Gemeinden für den gegenseitigen Austausch und Zusammenhalt bewertet;
5. ob sie einschätzen kann, welche Bedeutung eine Dorfgaststätte als Treffpunkt und Versammlungsort von Vereinen besitzt;
6. inwiefern es darüber Erkenntnisse gibt, ob durch touristische Angebote der Erhalt von Dorfgaststätten gesichert werden kann;
7. ob durch gemeinsame Vermarktungsstrategien wie z. B. „Schmeck den Süden“ oder „Landzunge“ die Situation der Dorfgaststätten verbessert werden kann;
8. inwieweit eine Vermarktung gemeinsam mit regionalen Produkten bisher stattfindet;
9. ob und mit welchen Mitteln sie den Erhalt der Dorfgaststätten jährlich unterstützt;

Eingegangen: 16. 02. 2012 / Ausgegeben: 02. 04. 2012

1

10. ob die vorhandenen Instrumente und Maßnahmen dafür geeignet sind, die Dorfgaststätten als einen der wesentlichen Dorfmittelpunkte auch künftig zu erhalten.

14. 02. 2012

Locherer, Wald, Traub, Pauli, Dr. Rapp CDU

Begründung

Dorfgaststätten waren und sind zentrale Orte in kleinen Gemeinden für den Zusammenhalt und das Wir-Gefühl ihrer Bürger. Sollten diese Treffpunkte zukünftig wegfallen, fehlt eine wichtige Möglichkeit, den dörflichen Zusammenhalt auch außerhalb von Vereinen zu pflegen.

Stellungnahme*)

Mit Schreiben vom 24. März 2012 Nr. Z(42)–0141.5/85F nimmt das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz im Einvernehmen mit dem Ministerium für Finanzen und Wirtschaft zu dem Antrag wie folgt Stellung:

*Der Landtag wolle beschließen,
die Landesregierung zu ersuchen
zu berichten,*

- 1. wie sich in den vergangenen zehn Jahren die Anzahl der Dorfgaststätten in Baden-Württemberg entwickelt hat;*

Zu 1.:

Beim Statistischen Landesamt liegen keine auf das Erhebungsmerkmal „Dorfgaststätten“ bezogene statistische Daten vor. Auch bezüglich des Gemeindetyps „Dorf“ gibt es keine statistische Abgrenzung mit Hilfe der Einwohnerzahl.

Aus dem statistischen Unternehmensregister, das erst seit Mitte des letzten Jahrzehnts für Anfragen genutzt werden kann, können Angaben über die Gastronomie nach der Wirtschaftszweigsystematik „Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons u. ä.“ gezogen werden. Eine Auswertung für das Berichtsjahr 2009 in Gemeinden bis 5.000 Einwohnern, die nicht Stadt sind, hat in 480 Gemeinden insgesamt 2.011 gastronomische Betriebe dieser Systematik ergeben. Die Begrenzung auf maximal 5.000 Einwohner erfolgte in Anlehnung an die Festlegung des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung, wonach eine Gemeinde mit 5.000 oder mehr Einwohnern oder mindestens grundzentraler Funktion als „Stadt“ bezeichnet wird.

- 2. ob sie einschätzen kann, wie viele kleine Gemeinden und Teilorte inzwischen keine Dorfgaststätte mehr besitzen;*

Zu 2.:

In der amtlichen Statistik Deutschlands ist die politisch selbstständige Gemeinde die kleinste darstellbare Regionaleinheit. Für Orts- oder Stadtteile liegen dem Statistischen Landesamt daher keine Daten vor. Vor diesem Hintergrund hat die

*) Der Überschreitung der Drei-Wochen-Frist wurde zugestimmt.

Abschätzung unter Ziff. 1 erbracht, dass in 60 Gemeinden mit bis zu 5.000 Einwohnern keine Gastronomie der Kategorie „Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons u. ä.“ besteht.

3. wie sie die zukünftige Entwicklung der Zahl der Dorfgaststätten einschätzt;

Zu 3.:

Die bereits eingesetzte rückläufige Entwicklung der Dorfgaststätten hat nach Angaben des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbands (DEHOGA) Baden-Württemberg folgende Ursachen. Aufgrund des Strukturwandels im ländlichen Raum verdienen die vielen Einwohner ihr Einkommen außerhalb des Wohnortes. Damit hat sich auch das gesellschaftliche Leben verlagert. Wachsende Mobilität führt zur Nutzung von überregionalen Freizeitangeboten, sodass die Gaststätte im Dorf an Bedeutung verliert. In den nächsten Jahren stehen überdies landesweit 4.000 Betriebsübergaben an. Die Fluktuation in der Branche liegt bei 25 % pro Jahr. Angesichts der dargestellten Bedingungen ist es schwierig geworden, Betriebsnachfolger zu finden. Außerdem gibt es derzeit ein Überangebot von Gastronomie-Immobilien. Vor diesem Hintergrund geht die Landesregierung davon aus, dass die rückläufige Entwicklung der Dorfgastronomie anhalten wird.

4. wie sie die Notwendigkeit von Dorfgaststätten als kommunikativem Treffpunkt gerade in kleinen Gemeinden für den gegenseitigen Austausch und Zusammenhalt bewertet;

Zu 4.:

Dorfgaststätten bieten eine traditionelle und geschätzte Möglichkeit als kommunikativer Treffpunkt für Dorfbewohner sowie verschiedene Gruppen und damit für das soziale Leben. Für den Fortbestand einer Dorfgaststätte ist es notwendig, mit einem tragfähigen einzelunternehmerischen Konzept die wirtschaftliche Existenz zu gewährleisten. Auf dieser Basis können gleichzeitig Angebote für Treffen verschiedener Gruppen und Vereine erhalten werden. Allerdings bleibt zu berücksichtigen, dass je nach Aktivität auch andere Örtlichkeiten eine hohe Bedeutung für gegenseitigen Austausch und Zusammenhalt haben, z. B. Vereinsheime, Sportstätten, Mehrzweckhalle, kirchliche Einrichtungen u.s.w.

5. ob sie einschätzen kann, welche Bedeutung eine Dorfgaststätte als Treffpunkt und Versammlungsort von Vereinen besitzt;

Zu 5.:

Eine Einschätzung der Bedeutung von Dorfgaststätten als Treffpunkt und Versammlungsort von Vereinen ist nicht möglich, weil dazu keine Angaben vorliegen. Grundsätzlich besteht die Möglichkeit, Räume einer Dorfgaststätte für Vereinsaktivitäten zu nutzen. Dies hängt von den lokalen Vereinsaktivitäten und den räumlichen Gegebenheiten der Gaststätten ab.

6. inwiefern es darüber Erkenntnisse gibt, ob durch touristische Angebote der Erhalt von Dorfgaststätten gesichert werden kann;

Zu 6.:

In aller Regel bedingen sich ein florierender Tourismus und entsprechende Beherbergungs- und Gastronomieangebote wechselseitig. Nach Auffassung des DEHOGA Baden-Württemberg führen der Ausbau touristischer Attraktionen und die Schaffung besonderer Reiseanlässe zu gesteigerter Nachfrage bei der Dorfgastronomie. Die Beibehaltung und Weiterentwicklung überregionaler touristischer Angebote und geeigneter Marketinghilfen sind ebenfalls förderlich.

Für eine zukunftsfähige Entwicklung der Gastronomie wird die Vernetzung mit den Bereichen Tourismus, Kultur und Natur hoch eingeschätzt. Für kulturelle Veranstaltungen wie Kunstausstellungen, Lesungen sowie Theater und Kleinkunstaufführungen können Dorfgasthäuser geeignete Orte darstellen. Ein Beispiel dafür ist das Projekt des Landesmusikrates „Aufspiela beim Wirt“.

7. ob durch gemeinsame Vermarktungsstrategien wie z. B. „Schmeck den Süden“ oder „Landzunge“ die Situation der Dorfgaststätten verbessert werden kann;

Zu 7.:

Durch die Kampagne „Genießerland Baden-Württemberg“ wurde die Bedeutung des regionaltypischen und unverwechselbaren Angebots im touristischen Marketing unterstrichen. Mit (regional begrenzten) Vermarktungsstrategien, wie beispielsweise „Landzunge“ und profilgebenden, überregionalen Marketingstrategien wie „Schmeck den Süden – Gastronomen Baden-Württemberg“ werden regionale Besonderheiten hervorgehoben und authentische (Nah-)Erholung mit regionalem Genuss verbunden. Durch ein geprüftes Gütesiegel für regionale Produktherkunft erhält der „Schmeck den Süden“-Betrieb ein Marketinginstrument zur Eigenvermarktung und damit der Gast eine klare Qualitätsaussage zur Produktherkunft. Für den Gast bedeutet dies eine zuverlässige Orientierungshilfe bei seiner Gasthauswahl, für den Betrieb kann dies zu einer Verbesserung seiner Marktposition führen.

8. inwieweit eine Vermarktung gemeinsam mit regionalen Produkten bisher stattfindet;

Zu 8.:

Die profilgebende Marketingbotschaft bei „Schmeck den Süden“-Gastronomen ist die nachvollziehbare, transparente und geprüfte Verwendung regionaler Produkte und damit die Zusammenarbeit mit regionalen Erzeugern. Einige lokale bzw. regionale Vermarktungsinitiativen haben sich diesen geprüften Qualitätsstandards angeschlossen und bauen ihre Eigenvermarktung auf den „Schmeck den Süden“-Grundsätzen auf. Dadurch wird eine geschlossene Produktionskette sozusagen „vom Feld bis auf den Teller“ sichergestellt.

In den sieben Naturparks des Landes werden Gastronomie-Betriebe direkt und indirekt durch die Öffentlichkeitsarbeit der Naturparke unterstützt. Ein Beispiel ist das von den Naturparks vergebene Label „Naturparkwirt“. Naturparkwirte verpflichten sich, auf ihrer Speisekarte Gerichte anzubieten, die ausschließlich aus Produkten der Region zubereitet werden. Weiterhin gehören dazu Regionalvermarktungsprojekte wie der „Naturparkteller“ im Naturpark Obere Donau, an dem z. Z. über 70 Dorfgaststätten beteiligt sind. Es werden Regionalmarken gefördert, wie beispielsweise „echt Schwarzwald“, bei dem Gastronomie-Betriebe ihren Gästen einen „echt Schwarzwald“-Produktkorb anbieten. Ferner gibt es Wandervorschläge oder Angebote für geführte Wanderungen mit (Dorf-)Gaststätten als Start- und/oder Zielpunkt. Auch Betriebe, die nicht Teilnehmer solcher Konzepte sind, bieten vielfach regionale Produkte an.

Das Land Baden-Württemberg und die Europäische Union förderten im Jahr 2005 über das Programm „Innovative Maßnahmen für Frauen im ländlichen Raum“ das Modellprojekt „Landfrauencafé Goldene Krone“ in Sankt Märgen. Ziele des Projektes sind die Schaffung von Arbeitsplätzen für Frauen in der Region und der Erhalt eines zentralen Dorfmittelpunktes. Das zur LandFrauenWirtschaft eG weiterentwickelte Unternehmen legt größten Wert auf die Verarbeitung regionaler Produkte im Café sowie den Vertrieb regionaler Produkte im angeschlossenen Ladengeschäft. Das Projekt ist ein auf andere Regionen übertragbares Beispiel dafür, wie mit neuen Ideen Dorfmittelpunkte erhalten oder wiederbelebt und die touristische Attraktivität einer Gemeinde verbessert werden kann.

9. ob und mit welchen Mitteln sie den Erhalt der Dorfgaststätten jährlich unterstützt;

10. ob die vorhandenen Instrumente und Maßnahmen dafür geeignet sind, die Dorfgaststätten als einen der wesentlichen Dorfmittelpunkte auch künftig zu erhalten.

Zu 9. und 10.:

Im Bereich des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz ist das Entwicklungsprogramm Ländlicher Raum das zentrale Förderinstrument für

den ländlichen Raum. Bereits seit 1995 unterstützt das Land die integrierte Strukturentwicklung ländlich geprägter Orte. Vereinsräume, Bürgerhäuser sowie auch Dorfgaststätten sind als Treffpunkt für Begegnung und Kommunikation wichtig für ein funktionierendes Gemeinwesen. Ziel der Landesregierung ist es, die dezentrale Struktur Baden-Württembergs zu erhalten und auch in kleineren Orten des ländlichen Raums eine wohnortnahe Versorgung mit den wichtigsten Gütern und Dienstleistungen zu gewährleisten. Im Bereich Grundversorgung werden im ELR insbesondere privat-gewerbliche Maßnahmen zur Sicherung der Funktionsfähigkeit und Lebensqualität ländlicher Gemeinden, wie zum Beispiel „Tante-Emma-Läden“ und Dorfgasthäuser, unterstützt. Grundversorgungseinrichtungen können mit bis zu 20 % der förderfähigen Investitionskosten unterstützt werden.

Außerdem besteht eine weitere Fördermöglichkeit im Rahmen des EU-Programms LEADER (2007 bis 2013). In LEADER können Einrichtung und Modernisierung von Dorfgaststätten grundsätzlich als privat-gewerbliche Vorhaben dann gefördert werden, wenn sie als Grundversorgungseinrichtungen anerkannt werden oder der Förderung des Fremdenverkehrs dienen.

Seit 1995 wurden im Förderschwerpunkt Grundversorgung des ELR und im Rahmen des EU-Programms LEADER (2007 bis 2013) über 80 Förderanträge bewilligt. Das Zuschussvolumen lag bei fast 3 Mio. Euro.

Im Bereich des Ministeriums für Finanzen und Wirtschaft (MFW) existieren keine Fördermaßnahmen, die sich direkt an Dorfgaststätten im ländlichen Raum richten. Das MFW bezuschusst jedoch betriebswirtschaftliche Kurzberatungen von Hotel- und Gaststättenbetrieben über den Beratungsdienst des DEHOGA Baden-Württemberg aus Mitteln der allgemeinen Mittelstandsförderung. Der Verband wird auf diese Weise in die Lage versetzt, den Betrieben verbilligte Beratungstage durch einen fachkundigen und branchenerfahrenen Berater anzubieten. Die Betriebe können dadurch ihre Wettbewerbsfähigkeit verbessern. 2011 betrug die dem DEHOGA bewilligte Fördersumme für die Durchführung der Beratungen 250.250 Euro; die Förderung für 2012 wird sich auf einem vergleichbaren Niveau bewegen. Es ist davon auszugehen, dass kleinere Gaststätten, um die es sich im ländlichen Raum vorwiegend handeln dürfte, überproportional von dieser Förderung profitieren.

Die Betriebe des Hotel- und Gaststättengewerbes partizipieren des Weiteren an verschiedenen Darlehensprogrammen des Landes, die über die L-Bank abgewickelt werden. 2011 wurden in Gemeinden mit bis zu 5.000 Einwohnern Darlehen im Umfang von 1,7 Mio. Euro an Betriebe der Kategorie Restaurants und Cafés (unter die die meisten Dorfgaststätten fallen dürften) ausgereicht; damit konnte ein Investitionsvolumen von rund 2,6 Mio. Euro bewirkt werden. Hotels, Gasthöfe und Pensionen in Gemeinden mit bis zu 5.000 Einwohnern erhielten im gleichen Zeitraum Darlehen im Umfang von 22,5 Mio. Euro (Investitionssumme rund 39,3 Mio. Euro).

Durch die Bürgschaftsbank Baden-Württemberg wurden dem Gastgewerbe im Land in 2011 verbürgte Kredite im Umfang von rd. 33,5 Mio. Euro zur Verfügung gestellt.

Das MFW fördert darüber hinaus die berufliche Weiterbildung im Gastgewerbe. Teilnehmerinnen und Teilnehmer an den Seminaren der DEHOGA-Akademie in Bad-Überkingen, aber auch in anderen Einrichtungen, erhalten Mittel aus der Fachkursförderung des Landes in Höhe von 30 % der Seminargebühren. Teilnehmer, die älter als 50 Jahre sind, werden mit 50 % der Seminargebühren gefördert. Die Fachkursförderung, die aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) und des Landes finanziert wird, dient insbesondere der Weiterqualifizierung von Fach- und Führungskräften. Dazu zählen auch Inhaber von Dorfgaststätten im ländlichen Raum; detaillierte Zahlen zum Teilnehmerkreis liegen jedoch nicht vor.

Außerdem werden im Rahmen des ESF-Förderprogramms Coaching Coachingmaßnahmen im Zusammenhang mit Unternehmensübergaben gefördert. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) können sich während des gesamten Übergabeprozesses von der Planung bis zur Umsetzung durch einen externen Berater begleiten lassen. Antragsberechtigt sind auch KMU des Gastgewerbes.

Diese Instrumente haben sich bewährt. Für den wirtschaftlichen Erfolg und den Erhalt von Dorfgaststätten sind im Einzelfall tragfähige Unternehmenskonzepte erforderlich, die auch die Vernetzung mit den Bereichen Tourismus, Kultur und Natur einbeziehen können.

Bonde

Minister für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz