

Kleine Anfrage

des Abg. Fabian Gramling CDU

und

Antwort

des Ministeriums der Justiz und für Europa

Tourismusentwicklung im Landkreis Ludwigsburg

Kleine Anfrage

Ich frage die Landesregierung:

1. Wie hoch waren die Umsätze und Übernachtungszahlen in der Tourismusbranche im Landkreis Ludwigsburg seit 2011?
2. Wie viele Personen sind in Vollzeit, Teilzeit und Ausbildung in der Tourismusbranche im Landkreis Ludwigsburg tätig?
3. Welche wirtschaftliche Bedeutung kommt der Tourismusbranche im Landkreis Ludwigsburg zu?
4. Welche Summen wurden für die Tourismusförderung im Landkreis Ludwigsburg seit dem Jahr 2011 – aufgeteilt nach den einzelnen Förderprogrammen – ausgegeben?
5. Welche weintouristischen Angebote gibt es im Landkreis Ludwigsburg?
6. Mit welchen Förderprogrammen wird der Weintourismus im Landkreis Ludwigsburg gefördert?
7. Wie soll in Zukunft die Tourismusbranche im Landkreis Ludwigsburg gefördert werden?
8. Mit welchen Programmen soll in Zukunft der Ausbau des Weintourismus gefördert werden?

05. 12. 2016

Gramling CDU

Begründung

Die Tourismusbranche ist ein wichtiger Standortfaktor und sichert Wirtschaft und Arbeitsplätze im Land. Der Wahlkreis Ludwigsburg hat viele interessante touristische Attraktionen anzubieten. Der Steillagenweinbau im Landkreis Ludwigsburg bietet dabei interessante Entwicklungsmöglichkeiten für den Tourismus.

Antwort

Mit Schreiben vom 2. Januar 2017 Nr. T-7006/4360-3/1 beantwortet das Ministerium der Justiz und für Europa im Einvernehmen mit dem Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz und dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau die Kleine Anfrage wie folgt:

1. Wie hoch waren die Umsätze und Übernachtungszahlen in der Tourismusbranche im Landkreis Ludwigsburg seit 2011?

Zu 1.:

Zu der Entwicklung der Übernachtungszahlen im Landkreis Ludwigsburg seit 2011 wird auf die Tabelle in der *Anlage 1* verwiesen. Danach sind die Übernachtungen im Landkreis Ludwigsburg von 2011 bis 2015 um 22,4 Prozent gewachsen. Da der Tourismus keine eindeutig definierte und abgegrenzte Branche ist, sondern einen wirtschaftlichen Querschnittsbereich darstellt, der sich aus einer Vielzahl von Leistungen unterschiedlicher Wirtschaftszweige zusammensetzt, gibt es keine amtlichen Statistiken zu der „Tourismusbranche“. Eine Quantifizierung der erfragten Umsätze der „Tourismusbranche“ oder der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus ist daher nicht ohne weiteres möglich. In der Tabelle in *Anlage 2* sind hilfsweise die aus der Umsatzsteuerstatistik und dem Unternehmensregister bislang verfügbaren Umsätze in den Kernbranchen „Beherbergung“ sowie „Reisebüros und -veranstalter und Erbringung sonstiger Reservierungsdienstleistungen“ des Tourismus dargestellt; die Unterschiede in den ausgewiesenen Umsatzzahlen sind dabei durch verschiedene Erfassungsansätze und -abgrenzungen der jeweiligen Statistiken bedingt. Zu den weiter ausgewiesenen Umsatzzahlen der „Gastronomie“ wird darauf hingewiesen, dass diese Umsätze aufgrund der Nachfragestruktur – die Gastronomie und das Catering werden auch von Bürgern genutzt – nur teilweise dem Tourismus zugeordnet werden können, ohne dass eine konkrete Abgrenzung möglich wäre.

2. Wie viele Personen sind in Vollzeit, Teilzeit und Ausbildung in der Tourismusbranche im Landkreis Ludwigsburg tätig?

Zu 2.:

Zu den in der Tourismusbranche im Landkreis Ludwigsburg in Vollzeit und Teilzeit sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sowie den Personen in Ausbildung wird auf die Tabelle in der *Anlage 3* verwiesen; auch hierfür gilt das unter Ziff. 1 Ausgeführte. Hilfsweise wird daher auch zu den Beschäftigungsdaten auf die Wirtschaftszweige „Beherbergung“, „Gastronomie“ und „Reisebüros, Reiseveranstalter und Erbringung sonstiger Reservierungsdienstleistungen“ abgestellt.

3. Welche wirtschaftliche Bedeutung kommt der Tourismusbranche im Landkreis Ludwigsburg zu?

Zu 3.:

Zu der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus im Landkreis Ludwigsburg wird auf die Beiträge unter Ziff. 1 und 2 verwiesen; diese wird als beachtlich und weiter zunehmend eingeschätzt. Die Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus

GmbH hat 2016 den Wirtschaftsfaktor für die Region Stuttgart (Landeshauptstadt und Landkreise insgesamt je für sich) analysieren lassen.

Ziel dieser Analyse war es, eine Gesamt-Aussage für die Region Stuttgart zu treffen. Insofern sind die Ergebnisse auch ausschließlich in der Gesamtheit zu betrachten. Die weitere Aufteilung nach Landkreisen wird vonseiten der Regio Stuttgart Marketing und Tourismus GmbH nicht empfohlen, da die bedeutenden Segmente der Tagesreisenden (Volumen) und der Verwandten/Bekanntenbesucher (Volumen) für den Landkreis Ludwigsburg gesondert ermittelt werden müssten. Das prinzipielle Ausgabeverhalten der Gäste dürfte allerdings für den Landkreis Ludwigsburg in etwa übertragbar sein.

Generell kann gesagt werden, dass hinsichtlich der gewerblichen Übernachtumsätze in der Region Stuttgart in der nachfolgenden Darstellung etwa 21 Prozent auf den Landkreis Ludwigsburg entfallen und der Landkreis im Hinblick auf den für die Verwandten-/Bekanntenbesuche und die Tagesreisen relevanten Bevölkerungsanteil rund ein Viertel der Bevölkerung in der Region Stuttgart (ohne Landeshaupt Stuttgart) auf sich vereint; mit dem Residenzschloss Ludwigsburg und dem Blühenden Barock, dem Seeschloss Monrepos und dem Schloss Favorite sowie historischen Altstädten mit sehenswertem Fachwerk in Besigheim, Bietigheim-Bissingen, Bönnigheim, Marbach am Neckar, Markgröningen und Vaihingen/Enz (Route der Deutschen Fachwerkstraße) sowie einem großen und vielfältigen Kulturangebot (z. B. Ludwigsburger Schlossfestspiele) verfügt der Landkreis zudem über hoch attraktive Tagesausflugsziele.

Touristische Umsätze nach Marktsegmenten 2015¹ für die Region Stuttgart (ohne Stadt Stuttgart)

Segment	Aufenthaltsstage	X	Ø-Tagesausgaben	=	Bruttoumsatz
 Touristik- und Dauercamping sowie Reisemobilisten ²	0,2 Mio.	X	31,50 €	=	6,2 Mio. €
 Privatvermieter (< 10 Betten) sowie „Sharingportale“ ³	0,47 Mio.	X	81,00 €	=	38,1 Mio. €
 Gewerbliche Betriebe (≥ 10 Betten; ohne Camping) ³	4,81 Mio.	X	165,80 €	=	798,1 Mio. €
 Verwandten-/Bekanntenbesuch (VFR) ⁴	12,85 Mio.	X	26,00 €	=	334,1 Mio. €
 Tagesreisen	47,3 Mio.	X	26,00 €	=	1.229,8 Mio. €
 GESAMT	65,63 Mio.				2.406,3 Mio. €

¹ Alle (nicht) mit einer Fußnote gekennzeichneten Daten basieren auf eigenen Berechnungen bzw. Sonderauswertungen des dwif. Alle Werte verstehen sich als gerundete Werte.

² Eigene Berechnungen des dwif u. a. auf Basis: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) (Hrsg.): Der Campingmarkt in Deutschland 2009/2010, Berlin 2010 sowie Angaben der Stuttgart-Marketing GmbH, dwif 2016

³ Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart 2016. Auskünfte und Statistiken der Stuttgart-Marketing GmbH sowie Stein-Statistik „Vermietung von Privatunterkünften an Touristen in der Region Stuttgart“; eigene Erhebungen, Recherchen, Berechnungen und Plausibilitätskontrollen des dwif, München 2016.

⁴ Die Übernachtungen durch Verwandte und Bekannte in den Privatwohnungen der Einheimischen wurden durch Hochrechnung der Ergebnisse einer bevölkerungsrepräsentativ angelegten Haushaltsbefragung im Jahr 2016 ermittelt.

4. Welche Summen wurden für die Tourismusförderung im Landkreis Ludwigsburg seit dem Jahr 2011 – aufgeteilt nach den einzelnen Förderprogrammen – ausgegeben?

Zu 4.:

Im Rahmen der touristischen Fachförderung wurden im Landkreis Ludwigsburg in den Jahren 2011 bis einschließlich 2016 über das Tourismusinfrastrukturprogramm drei kommunale Tourismusinfrastrukturmaßnahmen mit Zuschüssen in Höhe von insgesamt rund 190.000 Euro gefördert.

Im Bereich der gewerblichen Mittelstandsförderung der L-Bank wird das im Befragungszeitraum im Landkreis nicht konkret genutzte Förderprogramm „Tourismusfinanzierung“ angeboten, mit welchem mittelständische Tourismusbetriebe in bestimmten Gebieten zinsverbilligte Darlehen erhalten können. Gefördert werden vor allem Investitionen zur Modernisierung oder Erweiterung bestehender Betriebe in Baden-Württemberg. Aus weiteren Programmen zur gewerblichen Mittelstandsförderung (Wachstums-, Gründungsfinanzierung, Startfinanzierung 80, ELR-Kombi Programmteil A „Energieeffizienz“ [KU], Ressourceneffizienz A Produktion Premiumstandard) wurden von 2011 bis einschließlich 2016 zur Unterstützung gastgewerblicher Investitionen insgesamt 16 Darlehen mit einem Volumen von insgesamt rund 9,76 Mio. Euro in den Landkreis ausgereicht. Im Rahmen der allgemeinen Mittelstandsförderung des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau werden über den Betriebsberatungsdienst des DEHOGA Baden-Württemberg verbilligte betriebswirtschaftliche Kurzberatungen für Hotel- und Gaststättenbetriebe durch branchenerfahrene Fachberater angeboten. Hiervon profitieren auch im Tourismus tätige Betriebe im Landkreis Ludwigsburg.

Mittelbar partizipiert der Landkreis Ludwigsburg daneben an der regionalen Marketingförderung des Landes, bei der die Regio Stuttgart Marketing und Tourismus GmbH aktuell mit 122.728 Euro jährlich für das Tourismusmarketing der Region Stuttgart insgesamt gefördert wird.

Der Tourismus als Querschnittsbranche kann darüber hinaus auch im Landkreis Ludwigsburg mittelbar von vielen nicht-tourismusspezifischen Förderprogrammen partizipieren.

So sind nach den Angaben des Landratsamtes Ludwigsburg beispielsweise seit 2011 im Landkreis Ludwigsburg vier Vorhaben mit insgesamt rund 320.000 Euro aus dem Agrarinvestitionsförderprogramm (AFP oder Diversifizierung) gefördert worden, die einen touristischen Bezug (Hofladen und -gastronomie) aufgewiesen haben.

Auch hat der Landkreis Ludwigsburg aus Eigenmitteln in den vergangenen Jahren verstärkt Maßnahmen durchgeführt bzw. gefördert, die zu einer Stärkung der örtlichen Tourismuswirtschaft beigetragen haben. So wurde vom Landkreis Ludwigsburg seit 2011 die Schaffung einer Radwegbeschilderung nach dem neuesten Standard mit rund 200.000 Euro gefördert. Auch wurde das Angebot des öffentlichen Personennahverkehrs ab dem Jahre 2010 um Freizeitbusse (Rad- und Wanderbuslinien „Stromer“ [Linie 572], „Berg- und Talbus“ [Linie 467]) seit 2014 in Kooperation mit dem Rems-Murr-Kreis, „WeinKulTourer“ (Linie 464) erweitert. Die Kosten für die Freizeitbusse teilen sich nach Abzug der Einnahmen die an der Strecke liegenden Städte und Gemeinden und der Landkreis im Verhältnis 50 : 50.

5. Welche weintouristischen Angebote gibt es im Landkreis Ludwigsburg?

Zu 5.:

Der Weinbau hat im Landkreis Ludwigsburg seit Jahrhunderten Tradition und mit nach den Angaben des Landratsamtes Ludwigsburg Anteilen von 18 Prozent der bestockten Rebfläche des Anbaugebietes Württemberg und über 60 Prozent der gesamten Steillagenflächen im Regierungsbezirk Stuttgart eine große Bedeutung. Vor diesem Hintergrund durchqueren als weintouristische Produkte die „Württembergische Weinstraße“ und die „Weinstraße Kraichgau-Stromberg“ sowie der „Württembergische Weinwanderweg“ des Schwäbischen Albvereins und der

„Württembergischer Weinradweg“ das Kreisgebiet. Weinbaubezogene Museen finden sich in Vaihingen/Enz-Horrheim, Asperg und Mundelsheim. Darüber hinaus finden sich ohne Anspruch auf Vollständigkeit zahlreiche weitere weintouristische Angebote wie Veranstaltungen verschiedenster Art, Weinproben etc. sowohl bei und von Winzern direkt oder auch bei Genossenschaften, kulturbetonte Weintourismusangebote wie zum Beispiel das Weinlesemagazin in Kooperation mit der Marbacher Zeitung oder Wein und Kabarett sowie musikalische Events in Verbindung mit Wein, vielfältige Angebote der Weinerlebnisführer, Veranstaltungen zu Wein, Wandern und kulinarischem Genuss, spezielle Führungen und Programme mit Weinbezug, Weinspaziergänge und bewirtschaftete Weinaussichtspunkte, Vinotheken, Planwagenfahrten, diverse Weinfeste, empfohlene Weinhotels und Angebotspauschalen zum Thema Wein beispielsweise mit dem Wohnmobil.

In dem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die Staatliche Lehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau Weinsberg (LVWO Weinsberg) seit 2008 insgesamt 154 Weinerlebnisführer bzw. -führerinnen ausgebildet hat, davon 26 aus dem Landkreis Ludwigsburg. Außerdem wurden an der LVWO bisher 12 Weindozenteninnen und -dozenten ausgebildet, davon 2 aus dem Landkreis Ludwigsburg. Aufgabe der Weinerlebnisführerinnen und -führer ist es, Touristinnen und Touristen erlebnisreich durch die Weinberge zu führen, die Tätigkeit der Weindozenteninnen und -dozenten konzentriert sich auf die Durchführung von Weinproben und Weinseminaren. Die genannten Personenkreise arbeiten eng mit den Weinbaubetrieben zusammen. Für die Durchführung dieser Lehrgänge ist eine Stelle an der LVWO Weinsberg geschaffen worden.

6. Mit welchen Förderprogrammen wird der Weintourismus im Landkreis Ludwigsburg gefördert?

Zu 6.:

Den touristischen Akteuren im Weintourismus im Landkreis Ludwigsburg stehen grundsätzlich die unter Ziff.4 aufgeführten Förderansätze im Tourismus offen. Gerade die landschaftsprägenden Steillagen- und Terrassenweinberge üben eine besondere Anziehungskraft auf Touristen aus. Investitionen in diesen Lagen sowie deren Bewirtschaftung werden vom Land mit einem Bündel von Fördermaßnahmen unterstützt, um sie zu erhalten.

Außerdem beteiligen sich Weinbaugemeinden im Landkreis Ludwigsburg an einem interkommunalen Förderprogramm zur Sanierung von Weinbergtrockenmauern bzw. nutzen das Ökokonto zur Refinanzierung solcher Sanierungsmaßnahmen. Darüber hinaus werden vom Land Investitionen in die Beherbergung von Gästen sowie im Bereich der Direktvermarktung und Verkostung von Wein über das Agrarinvestitionsförderprogramm, Programmteil Diversifizierung gefördert. Größere Investitionen in neue Architektur sowie Verkaufs- und Veranstaltungsräume von Weinbaubetrieben werden in der Regel über das Struktur- und Qualitätsprogramm Weinbau gefördert.

All diese Maßnahmen werden auch im Landkreis Ludwigsburg in Anspruch genommen und unterstützen zumindest mittelbar die Weiterentwicklung des Weintourismus.

Spezifische weintourismusbezogene Förderprogramme gibt es in Baden-Württemberg in Ermangelung budgetärer Möglichkeiten darüber hinaus nicht. Als weinbauintensiver Landkreis hat der Landkreis Ludwigsburg daneben aber auch Partizipationsmöglichkeiten an den von der Landesregierung geförderten und auf der Ebene des gesamten Landes laufenden Aktivitäten zur Entwicklung und Vermarktung weintouristischer Erlebnismarken in den Anbaugebieten Baden (Erlebnismarke Badische Weinstraße) und Württemberg (Weinwege Württemberg) und des landesweiten weintouristischen Marketings der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg unter der Marke „Weinsüden“.

7. Wie soll in Zukunft die Tourismusbranche im Landkreis Ludwigsburg gefördert werden?

8. Mit welchen Programmen soll in Zukunft der Ausbau des Weintourismus gefördert werden?

Zu 7. und 8.:

Zur Förderung des Tourismus und Weintourismus im Landkreis Ludwigsburg sollen die gemäß der Antwort zu den Fragen Ziffer 4 und 6 dargestellten Förderansätze und -programme auch zukünftig angeboten werden.

In Vertretung

Jacobi

Präsidentin des Landesjustizprüfungsamts

ANLAGE 1

**Ergebnisse der Tourismusstatistik für den Landkreis
Ludwigsburg 2011 bis 2015**

Monat/Jahr	Übernachtungen			
	Insgesamt	Veränderungsrate gegen Vorjahr	darunter Auslands- gäste	Veränderungsrate gegen Vorjahr
	Anzahl	%	Anzahl	%
2011	828 357	+ 11,0	174 301	+ 28,1
2012	916 801	+ 10,7	192 087	+ 10,2
2013	934 577	+ 1,9	207 059	+ 7,8
2014	977 292	+ 4,6	216 043	+ 4,3
2015	1 014 021	+ 3,8	236 597	+ 9,5

* Betriebe / Schlafgelegenheiten = Stand Juli

© Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stuttgart, 2016

Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, mit
Quellenangabe gestattet.

ANLAGE 2

Umsätze in ausgewählten Branchen des Tourismusgewerbes im Landkreis Ludwigsburg in den Jahren 2011–2014								
	Umsatzsteuerstatistik ¹⁾ (Voranmeldung) steuerbarer Umsatz insgesamt in 1.000 Euro				Unternehmensregister ²⁾ Unternehmensumsätze in 1.000 Euro			
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014
Gastgewerbe	307.369	314.313	323.425	335.963	264.899	275.818	288.677	303.625
davon Beherbung	86.677	88.849	88.421	87.339	87.114	82.552	82.071	82.341
davon Gastronomie	220.692	225.464	235.005	248.624	177.785	193.266	206.606	221.284
Reisebüros, Reiseveranstalter, Erbringung sonst. Reservierungs- dienstleistungen	55.800	57.468	56.490	43.266	46.192	X	X	X
Eigene Darstellung; Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg								

¹⁾ Steuerpflichtige mit Lieferungen und Leistungen über 17.500 Euro erfasst

²⁾ Unternehmen mit steuerbarem Umsatz (Lieferungen und Leistungen, bei Organschaften Schätzwert)

X = zur Wahrung des Steuergeheimnisses nicht ausgewiesen

ANLAGE 3

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB) am Arbeitsort (AO) nach ausgewählten Merkmalen
Landkreis Ludwigsburg (Gebietsstand November 2016)
Ausgewählte Stichtage, Datenstand: November 2016

	31.12.2014							31.12.2015						
	SvB			ausschließlich				SvB			ausschließlich			
	darunter			GeB				darunter			GeB			
	Insgesamt	Vollzeit	Teilzeit	Insgesamt	Vollzeit	Teilzeit	ausschließlich KfB	Insgesamt	Vollzeit	Teilzeit	Insgesamt	Vollzeit	Teilzeit	ausschließlich KfB
WZ 2008 ¹⁾	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Insgesamt	188.814	144.719	44.056	9.126	28.621	546	192.799	146.592	46.194	9.159	27.654	524	524	524
55 Beherbergung	874	609	265	104	365	13	1.000	695	305	117	375	13	13	13
56 Gastronomie	3.058	1.311	1.747	120	2.137	20	3.365	1.338	2.027	122	2.110	35	35	35
79 Reisebüros, Reiseveranstalter und Erbringung sonstiger Reservierungsdienstleistungen	246	176	70	24	62	-	280	203	77	33	67	-	-	-
Erhebungsdatum: 14.12.2015, Statistik-Service Südwest, Auftragsnummer 237295														© Statistik der Bundesagentur für Arbeit

¹⁾ Aufgrund verbesserter Datenaufbereitungen hat sich die Anzahl der Beschäftigten und der Betriebe ohne Angabe zum Arbeitsort und zum Wirtschaftszweig reduziert. Deshalb können Abweichungen gegenüber früher veröffentlichten Ergebnissen auftreten.

GeB = geringfügig Beschäftigte
KfB = kurzfristig Beschäftigte