

## **Kleine Anfrage**

**der Abg. Marion Gentges CDU**

**und**

## **Antwort**

**des Ministeriums für Ländlichen Raum  
und Verbraucherschutz**

### **Einkommenskombinationen im Weinbau**

Kleine Anfrage

Ich frage die Landesregierung:

1. Welche Bedeutung haben Einkommenskombinationen für die selbstvermarktenden Weinbaubetriebe in Baden-Württemberg?
2. Welche Art von Angeboten gibt es in den beiden Weinbaugebieten Baden und Württemberg?
3. Mit welchen Förderinstrumenten unterstützt die Landesregierung die Diversifizierung in Weinbaubetrieben?
4. Welche Rolle spielt dabei das touristische Projekt „Weinsüden Baden-Württemberg“?
5. Inwiefern kann der Weintourismus den Tourismus in Baden-Württemberg stärken und welche Entwicklung sieht die Landesregierung in diesem Sektor?
6. Wie schätzt sie das Interesse der Selbstvermarkter in Investitionen auf dem Gebiet von Eventveranstaltungen und Bewirtungen ein?
7. Inwiefern schränken gesetzliche Ausschank einschränkungen den Betrieb solcher vinologischer Destinationen ein?
8. Wie ist zu begründen, dass Weinproben in derartigen Betrieben ausschließlich kostenlos erfolgen müssen, falls keine Ausschankgenehmigung vorliegt?

9. Ist sie in der steuerlichen Begrenzung auf ein Drittel der Einkünfte aus dem gastronomischen Angebot festgelegt?

15.09.2020

Gentges CDU

#### Begründung

Jeder landwirtschaftliche Produzent darf selbst produzierte Produkte verkaufen, jedoch nicht vor Ort zum Verzehr anbieten bzw. benötigt jedes Mal eine entsprechende Konzession. Diese ist aus Gründen des Baugesetzes schwierig zu erhalten, wenn der Verzehr im Außenbereich erfolgen soll. Mit einer Art Dauerkonzession könnten Winzer auch im Außenbereich ihren Wein sowie selbstproduzierte Speisen nicht nur verpackt, sondern auch zum Verzehr anbieten. Für Winzer wie auch Landwirte bedeuten der Ausschank und die Bewirtung auf dem eigenen Hof ein zusätzliches, wirtschaftliches Standbein. Hierzu sollen einige Rahmenbedingungen auch hinsichtlich der touristischen Bedeutung abgefragt werden.

#### Antwort

Mit Schreiben vom 8. Oktober 2020 Nr. Z(24)-0141.5/580F beantwortet das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz im Einvernehmen mit dem Ministerium der Justiz und für Europa, dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau und dem Ministerium für Finanzen die Kleine Anfrage wie folgt:

*1. Welche Bedeutung haben Einkommenskombinationen für die selbstvermarktenden Weinbaubetriebe in Baden-Württemberg?*

Zu 1.:

Deutschland ist einer der größten Weinimporteure weltweit. Der Weinmarkt ist gerade hierzulande heiß umkämpft. Angesichts großer Weinmengen am Markt und eines stagnierenden bzw. rückläufigen Weinkonsums steigt der Wettbewerbsdruck. Aktuell haben Absatzschiene wie der Lebensmitteleinzelhandel und der Online-Verkauf über Weinhändler-Plattformen von der Corona-Krise profitiert.

Viele Weingüter hingegen sind auf den „personifizierten“ Abverkauf angewiesen, um sich am Markt halten zu können. Es gilt, die Kunden gezielt anzusprechen und die Qualität und Originalität der eigenen Weine in den Vordergrund zu rücken.

Deshalb gewinnen Einkommenskombinationen für selbstvermarktende Weinbaubetriebe weiterhin an Bedeutung, um sich am Markt zu profilieren. Durch Diversifizierungsmaßnahmen (Weinprobe, Weinevent, Erlebnisführung und Übernachtungsmöglichkeiten im Rahmen von Ferien auf dem Winzerhof, etc.) entstehen nicht nur Möglichkeiten, Zusatzerlöse zu erzielen. Die große Chance zeigt sich insbesondere auch in der Emotionalisierung der eigenen Produkte und damit der nachhaltigen Kundenbindung. Kunden legen heutzutage neben der Qualität immer mehr Wert auf das Erlebnis und den persönlichen Kontakt zum Winzer, welche mit einem Produkt verknüpft werden. Durch (touristische) Wein-Events kann dieses Erlebnisgefühl gesteigert und die Kunden damit stärker an das Produkt gebunden werden. Das Ausüben dieser Maßnahmen wirkt sich in vielen Fällen nachhaltig auf den Weinabsatz und die Bereitschaft der Kunden aus, einen höheren Preis zu zahlen. Entsprechendes wird von Winzern in Baden und Württemberg in zunehmendem Maße vielfach praktiziert.

*2. Welche Art von Angeboten gibt es in den beiden Weinbaugebieten Baden und Württemberg?*

Zu 2.:

Einkommenskombinationen sind grundsätzlich in verschiedenen Bereichen möglich. Bei Weinbaubetrieben, welche den Wein selbst vermarkten, steht neben ihrer klassischen landwirtschaftlichen Tätigkeit mit der Bereitstellung von gastronomischen und/oder touristischen Dienstleistungen vor Ort eine zusätzliche Einkommensquelle im Vordergrund. Zu nennen wären zum Beispiel Hof-Cafés, Weinprobierstuben, Besen-/Straußwirtschaften, Gastronomie-/Veranstaltungsräume sowie diverse „Wein(erlebnis)events“ in den Verkaufsräumen und in den Weinbergen, welche gleichermaßen in Betrieben der beiden Weinbaugebiete anzutreffen sind. In Orten, wo die klassische Gastronomie wegbriecht, haben Winzer besonders gute Chancen, diese Lücke zu füllen.

Zunehmend bieten Weingüter auch Ferienzimmer und/oder -wohnungen an, um den Gästen ihre Angebote besser erlebbar zu machen.

Zu beobachten ist auch vermehrt ein wachsendes digitales Angebot. Zahlreiche Weingüter bieten beispielsweise Online-Winetastings oder Online-Wine-Events an.

Zur Durchführung dieser Angebote in Weinbaubetrieben können ausgebildete Weinerlebnisführer eingesetzt werden, welche die hauptberuflichen Winzer und Landwirte bei Organisation und Ablauf der Events unterstützen. Die Weinerlebnis- und Weingästeführer haben dabei eine immer wichtigere Funktion als Bindeglied zwischen Gast und Weinbranche.

*3. Mit welchen Förderinstrumenten unterstützt die Landesregierung die Diversifizierung in Weinbaubetrieben?*

Zu 3.:

Für die Förderung von Investitionsvorhaben in die Diversifizierung stehen den Weinbaubetrieben grundsätzlich zwei Wege offen.

Investitionen in Hofläden, Besenwirtschaften bzw. Straußwirtschaften sowie Übernachtungsangebote können Weingüter mit Sitz in Baden-Württemberg über die einzelbetriebliche Investitionsförderung, Programmteil Diversifizierung, fördern lassen.

Größere Investitionsvorhaben in die Verarbeitung und Vermarktung von Wein (z. B. Verkaufsanlagen, Kellertechnik) werden über das Struktur- und Qualitätsförderprogramm Weinbau gefördert. Dieses Förderprogramm steht grundsätzlich allen Betriebsformen im Weinbau (Weingüter, Genossenschaften, Kellereien) mit Sitz in Baden-Württemberg offen.

Voraussetzung für diese Förderung ist eine Fusions- oder Kooperationsvereinbarung bzw. die Darstellung der vorgesehenen umfangreichen Betriebserweiterung. Eine umfangreiche Betriebserweiterung liegt vor, wenn ein Betrieb seine bestockte Rebfläche innerhalb von fünf Jahren um mindestens 10 Hektar und 15 Prozent erhöht. Im Einzelfall kann von diesen Mindestkriterien mit vorheriger Zustimmung des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz abgewichen werden. Dies gilt insbesondere für kleinere Betriebe, die zum Beispiel ihre Betriebsfläche in kurzer Zeit verdoppeln. Außerdem für Betriebe, die sich in einem dynamischen Wachstumsprozess befinden.

Auch das Interesse, in die eigene Weiterbildung zum/zur Weinerlebnisführer/-in zu investieren, ist seitens selbstvermarktender Winzerinnen und Winzer oder deren Familienmitgliedern trotz der bereits vorhandenen Fachkenntnisse gegeben. Das zusätzliche Wissen zum Thema Weinevents, Gruppenbetreuung, Erlebnisführungen und Weintourismus ist dabei ausschlaggebender Punkt für die Ausbildung.

Trotz der Corona-Situation bleibt die Zahl der Anmeldungen für die Ausbildung zum/zur Weinerlebnisführer/-in an der Staatlichen Lehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau in Weinsberg konstant hoch und übersteigt aktuell die vorhandenen Ausbildungsplätze.

*4. Welche Rolle spielt dabei das touristische Projekt „Weinsüden Baden-Württemberg“?*

Zu 4.:

Das touristische Projekt „Weinsüden Baden-Württemberg“ fördert den Weintourismus im Land durch Marketingaktivitäten, wozu auch die Produktgestaltung gehört.

Ziel ist es, Produkte zu entwickeln, die der Profilierung des Weinsüdens entsprechen, die mit den Markenwerten aufgeladen und dadurch „einmalig“ sind. Es gilt, die außergewöhnlichen Angebote und die Höhepunkte des Weintourismus hervorzuheben und diese als den Weinsüden charakterisierende Angebote zu vermarkten.

Die Erlebnismarke Weinsüden wird aus diesem Grund kontinuierlich ausgebaut. Neben dem Weintourismuspreis und Weinevents werden so auch bestimmte Weinbetriebe zertifiziert und somit Schaufensterprodukte geschaffen. Hierzu gehören die „Weinsüden Hotels“, „Weinsüden Vinotheken“, „Wein & Architektur“-Betriebe und ab Mitte Oktober 2020 die „Weinsüden Weinorte“. Die ausgezeichneten Betriebe und Orte müssen bestimmte Kriterien erfüllen und werden mit dem Siegel für außergewöhnliche Leistungen im Sinne des Weintourismus an Gäste empfohlen.

*5. Inwiefern kann der Weintourismus den Tourismus in Baden-Württemberg stärken und welche Entwicklung sieht die Landesregierung in diesem Sektor?*

Zu 5.:

Der Weintourismus in Baden-Württemberg hat eine große wirtschaftliche Bedeutung. 48 % aller Befragten der Destination Brand-Studie 2016 halten Baden-Württemberg für geeignet für eine Weinreise. Bei Besuchern, die bereits den Weinsüden bereist haben, steigert sich diese Einschätzung noch auf 74 %. Nach einer Studie des Deutschen Weininstituts und der Hochschule Geisenheim University im Jahr 2019 liegt der Umsatz durch den Weintourismus in den deutschen Weinbauregionen bei rund 5,5 Milliarden Euro.

In der Tourismuskonzeption Baden-Württemberg (2019) ist zielgruppenorientiertes Themenmarketing eines der definierten strategischen Handlungsfelder. Mit attraktiven Schaufensterprodukten wird das weintouristische Angebot zunehmend ausgedehnt.

Solche Schaufensterprodukte stellen einen eigenen Reiseanlass dar und besitzen überregionale Strahlkraft. Dieser Ansatz soll unter Berücksichtigung noch zu definierender Qualitätskriterien weiter ausgebaut werden.

Die Landesregierung sieht damit die Umsetzung und Konkretisierung des landesweiten Weintourismuskonzeptes Baden-Württemberg (2017) auf einem guten Weg und in der Zusammenarbeit der Weinanbaugebiete Baden und Württemberg im touristischen Bereich einen positiven Beitrag für die touristische Entwicklung Baden-Württembergs.

*6. Wie schätzt sie das Interesse der Selbstvermarkter in Investitionen auf dem Gebiet von Eventveranstaltungen und Bewirtungen ein?*

Zu 6.:

In den letzten Jahren wurden viele neue Verkaufsräume und Weinprobierstuben gebaut.

Das Interesse daran ist nach wie vor hoch und spiegelt sich in der Inanspruchnahme der in der Antwort zu Frage 3 aufgeführten Förderprogramme wider.

Sind die o. g. Räumlichkeiten vorhanden bzw. geschaffen, werden sie auch intensiv für Events und Bewirtungen genutzt.

*7. Inwiefern schränken gesetzliche Ausschank einschränkungen den Betrieb solcher vinologischer Destinationen ein?*

*8. Wie ist zu begründen, dass Weinproben in derartigen Betrieben ausschließlich kostenlos erfolgen müssen, falls keine Ausschankgenehmigung vorliegt?*

Zu 7. und 8.:

Der regelmäßige Ausschank alkoholischer Getränke gegen Entgelt und somit auch von Wein stellt ein Gewerbe dar und bedarf daher grundsätzlich nach § 1 LGastG i. V. m. § 2 GastG einer gaststättenrechtlichen Erlaubnis.

Winzer hingegen dürfen bereits auf Basis des geltenden Rechts ihren selbst-erzeugten Wein in Form einer Strauß- bzw. Besenwirtschaft (im Folgenden wird unter dem Begriff „Straußwirtschaft“ beides subsumiert) vier Monate im Jahr ohne diese ansonsten erforderliche Gaststättenerlaubnis ausschenken.

Den Vorschriften über die Straußwirtschaft (§ 14 GastG und §§ 5 bis 8 a GastVO) liegt der Rechtsgedanke zugrunde, dass die Wein- und Apfelweinherstellung aus selbsterzeugten Trauben und Äpfeln noch kein Gewerbe darstellt, ein zeitlich begrenzter Ausschank von selbsterzeugtem Wein und Apfelwein noch zur landwirtschaftlichen Urproduktion gerechnet werden kann und daher ohne die ansonsten nach § 2 GastG erforderliche gaststättengewerbliche Erlaubnis zugelassen wird.

Wenn ein Winzer ganzjährig selbst erzeugten Wein ausschenken möchte, ist diese Tätigkeit von der Urproduktion nicht mehr gedeckt und stellt ein Gewerbe dar. Demnach muss er, wie jeder andere Gastwirt auch, der ganzjährig alkoholische Getränke an seine Gäste ausschenkt, eine Gaststättenerlaubnis vorweisen.

Die Erlangung einer Gaststättenerlaubnis ist einem Winzer – wenn der Ausschank von Wein ganzjährig erfolgen soll – grundsätzlich möglich und zumutbar. Denn wenn der Betrieb auf einen durchgängigen und dauerhaften Service bzw. den Ausschank für eine Vielzahl von Gästen pro Jahr (ggf. verbunden mit dem Angebot kleinerer oder im Einzelfall auch größerer Speisen) ausgerichtet ist, dann sind auch die einrichtungs- und gebäudeseitigen sowie die hygienebezogenen Anforderungen an den Bewirtungsbetrieb grundsätzlich andere als im Falle einer bloßen – nach der GastVO sachlich und zeitlich beschränkten bzw. eingeschränkten – Straußwirtschaft.

Eine Gaststättenerlaubnis wird aber nicht erteilt, wenn keine Aussicht darauf besteht, dass das Vorhaben baurechtlich genehmigt und verwirklicht werden kann. Da Weingüter in Baden-Württemberg – anders als in Rheinland-Pfalz – häufig nicht im Ort oder am Ortsrand, sondern im unbeplanten Außenbereich liegen, richtet sich die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit entsprechender Vorhaben in diesen Fällen nach der Regelung des § 35 BauGB. Danach kann die Zulassung einer Straußwirtschaft neben weiteren Voraussetzungen beispielsweise in Betracht kommen, wenn diese einem landwirtschaftlichen Betrieb dient und ihr als sog. „mitgezogenem“ Betriebsteil eine derart untergeordnete Bedeutung zukommt, dass sie ihrem Umfang und ihrer Bedeutung nach nur ein Anhängsel zum Landwirtschaftsbetrieb darstellt.

*9. Ist sie in der steuerlichen Begrenzung auf ein Drittel der Einkünfte aus dem gastronomischen Angebot festgelegt?*

Zu 9.:

Einkünfte aus dem Weinbau sind ertragsteuerlich privilegiert. Denn sie unterliegen als Einkünfte aus Land- und Forstwirtschaft nicht der Gewerbesteuer. Gastronomiebetriebe sind hingegen gewerblich tätig und daher grundsätzlich gewerbesteuerpflichtig.

Der Ausschank von eigenerzeugten Getränken, z. B. von eigenem Wein durch einen Winzer, ist lediglich eine Form der Vermarktung und somit eine privilegierte land- und forstwirtschaftliche Tätigkeit. Werden daneben allerdings durch einen Weinbaubetrieb Speisen und andere Getränke abgegeben, liegt insoweit grundsätzlich eine gewerbliche Tätigkeit (Gastronomiebetrieb) vor.

Für Land- und Forstwirte sowie für Winzer besteht unter anderem bei der Abgabe von Speisen und Getränken eine Sonderregelung. Denn bestimmte mit der Land- und Forstwirtschaft zusammenhängende gewerbliche Tätigkeiten können typisierend den privilegierten Einkünften aus Land- und Forstwirtschaft zugerechnet werden. Hierzu gehört auch die Abgabe von Speisen und anderen Getränken als selbst erzeugtem Wein. Voraussetzung dafür ist, dass die Umsätze aus diesen – grundsätzlich als gewerblich einzustufenden – Tätigkeiten dauerhaft insgesamt nicht mehr als ein Drittel des Gesamtumsatzes des Betriebs und nicht mehr als 51.500 Euro im Wirtschaftsjahr betragen. Diese in den Einkommensteuer-Richtlinien enthaltene Regelung gilt bundeseinheitlich.

Hauk

Minister für Ländlichen Raum  
und Verbraucherschutz