

/// Erfolgsgeschichte mit Zukunft?

DAS BAYERISCHE DORFWIRTSCHAUS

THOMAS GEPPERT /// Es gibt nur wenige Dinge, die ein identitätsstiftendes Heimatgefühl besser verkörpern, als ein bayerisches Wirtshaus. So steht die Wirtshauskultur seit Jahrhunderten für das dörfliche Miteinander. Das Wirtshaus ist eine Institution mit langer Tradition, Teil unserer gelebten bayerischen Kultur. Es ist ein Ort der Begegnung, des Austausches und auch der Unterhaltung und es übernimmt viele wichtige soziale Funktionen. So fungiert das Wirtshaus seit jeher als eine Art „öffentliches Wohnzimmer“. Hier kennt man sich, hier ist man nie allein, hier passt man auf sich auf.

Das „öffentliche Wohnzimmer“ im Dorf

Oftmals waren und sind Wirtshäuser – neben der Kirche – die wichtigste soziale Institution innerhalb einer Dorfgemeinschaft. Es gab Zeiten, in denen der Pfarrer sonntags nach der Kirche gemeinschaftlich mit seiner Gemeinde ins Wirtshaus gegangen ist und in de-

nen er Gemeindemitglieder ermahnt hat, wenn sie zu früh aus dem Wirtshaus gegangen sind. Warum tat der Pfarrer das? Weil er wusste, dass es sonst keinen Ort in der Gemeinde gab, in dem alle Bürger seines Ortes aufeinandertreffen.

Eine Dorfwirtschaft ist seit jeher mehr als nur ein Platz, an dem man seinen Hunger und Durst stillen kann.



Quelle: Kzenon/stock.adobe.com

**Das Wirtshaus ist „das öffentliche Wohnzimmer“ und sozialer Treffpunkt im Dorf.
Es darf nicht aussterben.**

Eine Dorfwirtschaft ist der Kommunikationsplatz einer Dorfgemeinschaft und fester Bestandteil des kulturellen und gesellschaftlichen Lebens. Hier treffen „Schwarze“ auf „Rote“, „Weltliche“ auf „Geistliche“, „Großkopferte“ auf „Kleinbürgertum“, Einzelne auf Familien. Hier werden Entscheidungen diskutiert und beschlossen, Geschäfte mit Handschlag besiegelt, wird gemeinsam gelacht, gefeiert und auch getrauert. Wer die Stammtischhoheit innehat, repräsentiert die demokratische Mehrheit des Ortes.

Darüber hinaus sind Wirtshäuser ein Inbegriff verbindender Gastlichkeit, hier setzt man sich an einem Tisch zusammen. Ein Wirtshaus ist erst voll, wenn der letzte Platz belegt ist. Es sind die Wirte, die unvergessliche Momente

und glückliche Erinnerungen schaffen. Ihre Türen sind offen für Einheimische und Gäste unterschiedlichster Kulturen aus aller Welt. Für Letztere sind die Wirtshäuser die Repräsentanten unseres Landes.

Weltbekannt sind die Wirtshäuser zudem für ihre Gemütlichkeit, ein Begriff, der auch in den englischen und französischen Sprachgebrauch über-

**Das Wirtshaus ist als TREFFPUNKT
eine wichtige soziale Institution
im Dorf.**

nommen wurde. Ebenso stehen typische Wirtshausgerichte und -utensilien wie Schweinsbraten, Sauerkraut, Würste, Brezn, Maßkrug – oder gleich das ganze Hofbräuhaus – in vielen Ländern als Synonym für Bayern, ja für ganz Deutschland.

Wirtschaftsfaktor Gastgewerbe

Doch das Wirtshaus hat nicht nur eine hohe Bedeutung für die Dorfgemeinschaft. Das Gastgewerbe stellt mit seinen knapp 40.000 Betrieben, darunter rund 29.000 Gastronomiebetriebe, auch ein starkes Stück der bayerischen Wirtschaft dar und werden zu Recht als das Rückgrat der heimischen Tourismusindustrie bezeichnen. Es ist identitätsstiftend und hat eine zentrale Bedeutung als Arbeits- und Wirtschaftsfaktor. In der Branche findet jedes Talent seine Heimat und Persönlichkeit ist gefragt. Können und Leidenschaft der Mitarbeiter haben direkte Auswirkungen auf die Lebensqualität vor Ort. Das hat auch ein Gutachten des Instituts der deutschen Wirtschaft ergeben.¹

Die Gastronomie ist ein wichtiger WIRTSCHAFTSFAKTOR in Bayern.

Zugleich ist das Gastgewerbe Hauptleistungsträger des Tourismus, der mittlerweile als Bayerns zweitwichtigste Leitökonomie fungiert. Was wäre Bayern ohne sein Gastgewerbe, ohne die fleißigen und engagierten rund

10.000 gastgewerblichen Auszubildenden und Dualstudierenden – darunter 800 integrierte Geflüchtete – und die stolzen 447.000 Erwerbstätigen. Das sind unglaubliche 44 % mehr Erwerbstätige als noch vor 10 Jahren. Wir bilden jeden 10. Lehrling aus und beschäftigen jeden 17. Erwerbstätigen unseres Freistaates. Rechnen wir die 150.000 uns direkt zuordbaren Erwerbstätigen in anderen Bereichen hinzu, hängt von Hotellerie und Gastronomie sogar jeder 13. Erwerbstätige Bayerns ab.

Die Bedeutung unserer Branche wächst von Jahr zu Jahr, Hotellerie und Gastronomie sind mittlerweile die regionalen Wirtschaftsmotoren. Sie sind Garanten einer positiven ländlichen Entwicklung. Das bayerische Gastgewerbe ist mittlerweile systemrelevant für den Erfolg Bayerns, Tendenz steigend. Der Branche geht es zwar so gut wie nie, aber vielen, vor allem kleinen Unternehmern gleichzeitig auch so schlecht wie nie. Denn schaut man genauer hin, sind die Gewinner bei den Beherbergungsbetrieben Hotel Garnis, also Betriebe ohne Restaurant, und international agierende Hotelkonzerne. In der Gastronomie haben Systemgastromomen, Cafés und Event-Caterer die größten Zuwächse.² Das sind allesamt sehr wichtige Bereiche, die wir vom Verband auch leidenschaftlich vertreten. Die Frage ist nur, reicht uns das?

Wir müssen uns – auch als Gesellschaft – entscheiden, was wir künftig wollen: überwiegend große Hotelketten im städtischen Umfeld bzw. Unterkunftsbetriebe ohne Verpflegungsmöglichkeiten? Essen verstärkt über Lieferdienste, Essen to go, Convenience aus dem Supermarkt bzw. Fast-Food-Betriebe entlang der Autobahnen? Oder wol-

len wir auch die Sicherung der familiengeführten und personalintensiven Individualhotellerie und -gastronomie im ländlichen Raum, die die Grundvoraussetzung für einen flächendeckenden Tourismus ist?

Wollen wir Letzteres, müssen wir uns alle anstrengen: Unternehmer, Gesellschaft wie auch Politik. Neben individuellen Veränderungen der einzelnen Betriebe und eines Umdenkens in unser aller Köpfe, nämlich, dass die Dienstleistung von Mensch zu Mensch etwas wert ist und dieser Wert auch höher honoriert werden muss, bedarf es eines branchenpolitischen Umfeldes, das auch inhabergeführten Klein- und Kleinstbetrieben ein wirtschaftlich rentables Handeln ermöglicht. Denn was viele nicht wissen: 87% aller gastgewerblichen Betriebe erwirtschaften einen Jahresumsatz von unter 500.000 Euro, 38 % gar unter 100.000 Euro.

„Wo die Wirtschaft stirbt, stirbt der Ort“

Soll das Verfassungsziel, gleichwertige Lebensverhältnisse in allen Regionen Bayerns zu fördern und zu sichern, erreicht werden, muss das Gastgewerbe gefördert werden. Denn „wo die Wirtschaft stirbt, stirbt der Ort“, so die zentrale Aussage einer Studie der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.³

Noch findet man Wirtshäuser in allen Regionen des Freistaates, insbesondere dort, wo sich andere Branchen zum Teil seit Jahren zurückgezogen haben. Doch die Zeiten ändern sich. Nach den Berechnungen des Statistischen Bundesamtes hat Bayern allein zwischen den Jahren 2006 und 2015 fast ein Viertel seiner Schankwirtschaften verloren und befindet sich damit auf Rang Zwei des größten Gaststättenrückgangs in

Deutschland. Aktuell besitzen 73 bayerische Gemeinden kein Wirtshaus mehr. Mittlerweile hat das Wirtshaussterben ein Maß erreicht, von dem Wissenschaftler warnen, dass es strukturpolitisch zu denken geben sollte.⁴ Denn damit fehlt die wirtschaftliche Grundlage für die Leitökonomie Tourismus. Dieser ist jedoch oftmals die letzte Chance für eine Region und damit notwendig zur Herstellung und Wahrung gleicher Lebensverhältnisse.

Das Wirtshaussterben in Bayern hat STRUKTURPOLITISCHE Auswirkungen.

Hotel- und Gastronomiebetriebe sind absolut standorttreu. Sie beziehen ihre Produkte aus der Region, produzieren vor Ort – schließlich können sie ihre Schnitzel nicht in Tschechien braten –, zahlen hier ihre Steuern und sind zwingend auf Handwerker und Dienstleister vor Ort angewiesen, denn wenn es einmal wo klemmt, kann der Installateur nicht erst aus Polen anreisen.

Herausforderungen und Forderungen

Herausforderungen an die Branche gab es zu jeder Zeit und in jeder Generation. Nach dem Zweiten Weltkrieg war es der Wandel von einer Agrar- über eine Industrie- hin zu einer Dienstleistungsgesellschaft, die andere Ernährungsgewohnheiten mit sich brachte. War es beginnend in den 70er-Jahren der Bau

von Vereins- und Pfarrheimen, die, so gut es auch gemeint war, letztlich dafür sorgten, dass Feiern nicht mehr automatisch beim Wirt stattfanden und ihm dadurch wichtige Umsätze nahmen. Waren es verschärfte Promillegrenzen und das Rauchverbot, die den Konsum einschränkten, sind es heute vor allem branchenpolitische Themenfelder, mit denen wir uns auseinandersetzen müssen.

So bedarf es dringend einer Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes. Es geht mir hierbei explizit nicht darum, dass mehr gearbeitet werden soll. Es geht nur um eine flexiblere Aufteilung der Arbeitszeit innerhalb einer Woche, so wie es die EU vorsieht. Die Arbeit muss dann erledigt werden können, wann sie anfällt; es muss ein Vollzeitjob in vier Tagen ermöglicht werden. Die Flexibilisierung wollen übrigens nicht nur die Wirte, sondern vor allem auch deren Mitarbeiter. Diese wollen nämlich ihren Alltag flexibler gestalten und könnten dann besser auf die Bedürfnisse ihrer Familien eingehen.

Neben dem nicht mehr zeitgemäßen Arbeitszeitgesetz belasten die Branche vor allem zwei weitere Punkte: eine überbordende Bürokratie und unfaire Wettbewerbsbedingungen. Hinsichtlich der Bürokratie benötigen wir ein Umfeld, das wieder mehr Luft zum selbstverantwortlichen Handeln lässt. Es ist eine Grenze erreicht, die ein Weiterarbeiten vielerorts nicht mehr möglich macht. Viele unserer Unternehmer können nicht mehr leisten, was ihnen vom Staat aufgebürdet wird. Die Verdienstmargen werden immer schmäler, es gibt keinen Ausgleich mehr für den Unternehmer, der in etwa dessen Leistung widerspiegelt. So liegt der Unternehmerlohn bei Schankwirtschaften

bei unter fünf Euro. Zwölf Stunden durchschnittlich muss ein Wirt pro Woche mit Dokumentieren verbringen,⁵ wenn er alles richtig machen möchte. Zum Beispiel die Betriebsprüfung: Wenn ein Wirt seine Stammgäste auf eine Halbe Bier einlädt, muss er das akribisch dokumentieren, um dann nach drei Jahren bei der Betriebsprüfung den erhöhten Wareneinsatz argumentieren zu können. Er muss alle Allergene aufzeichnen. Er muss penibelste Dokumentationen der Arbeitszeiten abliefern. Gefährdungsbeurteilungen, Datenschutzgrundverordnung, Einschränkungen bei der Arbeit auf Abruf und vieles mehr. Von der Kassenrichtlinie will ich gar nicht erst anfangen...

Eine überhandnehmende Bürokratie BELASTET die Branche.

Kontrollen sind gut und wichtig, aber wir haben das Maß und Ziel aus den Augen verloren. Jede einzelne Vorschrift mag ja für sich sinnvoll erscheinen. Es ist aber die Masse der Vorschriften, die nicht mehr zu bewältigen ist. Wir brauchen eine wirksame Überprüfung von Gesetzen unter dem Aspekt, was braucht es wirklich und was eben nicht. Dass die Rahmenbedingungen mit all der Überregulierung uns überfordern, spürt jeder, besonders aber die Kleinen. Hier wäre auch eine echte Kleinunternehmerregelung überlegenswert.

Bei fairen Wettbewerbsbedingungen denke ich in erster Linie an gleiche Steu-

ern für Essen. Ich erwarte, dass die frisch zubereitete, servierte Suppe steuerlich nicht schlechter gestellt wird als die Tütensuppe aus dem Discounter. Auch und gerade weil wir uns alle regionale, frische und gesunde Küche wünschen. Wir wissen, dass der Lebensmitteleinzelhandel immer mehr in Richtung Gastronomie vordringt. Daher erwarten wir auch, dass alle Speisen steuerlich gleich behandelt werden, unabhängig von der Art der Zubereitung und des Verzehrortes. Es ist doch grotesk: Ein gemütliches, gesundes Essen im Sitzen kostet 19 % Steuer, im Gehen und Stehen 7 %. Verwende ich – ökologisch sinnvoll – bei Buffets Mehrweggeschirr, fallen 19 % Steuer an, bei Einweggeschirr hingegen nur 7 %. Essen im Kindergarten, der Schule oder im Altersheim wird mit 19 % beaufschlagt, in der Mensa, wo nicht jeder hin muss, mit 7 %. Oder warum müssen beim frischen Salat volle 19 % Steuer oben draufkommen und beim Salat aus dem Plastikbehälter lediglich 7 %?

Gleiche Steuersätze für Essen wären auch deshalb fair, weil die klassische Gastronomie sehr arbeitsintensiv ist. Auf den gleichen Umsatz kommen in der Gastronomie sechs Mal mehr Beschäftigte als im Lebensmitteleinzelhandel. Durch 7 % entstünden Spielräume für Investitionen, Arbeitsplätze und noch attraktivere Angebote der Betriebe. Also genau die positiven Effekte, die wir auch bei der Hotellerie bis heute erleben und denen wir das siebte Tourismusrekordjahr in Folge verdanken.

Diese steuerliche Ungleichbehandlung bei gleichzeitig höheren Betriebskosten stellt einen massiven Wettbewerbsnachteil für die Gastwirte dar. Wie die Zahlen des Statistischen Bundesamtes zeigen, spitzt sich die Lage

weiter zu. So weisen die gastronomischen Umsätze mit reduziertem Mehrwertsteuersatz ein überdurchschnittliches Wachstum aus. Von 2010 bis 2017 stiegen diese um 41,6 %, von 10,15 Milliarden in 2010 auf 14,37 Milliarden in 2017. Die gastronomischen Umsätze mit 19 % dagegen lediglich um 35,9 % von 40,65 Milliarden in 2010 auf 55,27 Milliarden in 2017.



Die steuerliche Ungleichbehandlung ist ein massiver WETTBEWERBSNACHTEIL.

Faire Wettbewerbsbedingungen schließen aber auch noch andere Bereiche mit ein. Letztlich geht es immer darum, dass, wenn zwei das Gleiche tun, dies auch unter denselben rechtlichen Voraussetzungen geschehen sollte. Und nicht, dass der Wirt Allergene aufzeichnen muss, wohingegen dies bei Vereinsfeiern nicht nötig ist. Oder dass im Bereich des Social Dining gar keine Hygienekontrolle stattfinden kann, da es sich nicht um Gewerbebetriebe handelt, obwohl für das Essen auch richtig viel gezahlt wird.

Maßnahmen

Vor diesem Hintergrund – Bedeutung des Dorfwirtshauses und dessen aktuelle Lage – entschied sich bereits 2017 die Bayerische Staatsregierung, ein Maßnahmenbündel gegen das weitere Schließen von gastgewerblichen Einheiten zu schnüren. Nachdem die meisten politi-

schen Rahmenbedingungen auf Bundes- oder gar EU-Ebene entschieden werden, brachte sie ein ganzes Maßnahmenbündel auf den Weg, um zumindest auf bayerischer Ebene zu handeln.

So wurde die strategische Kampagne „Zukunft für das bayerische Gastgewerbe“ mit verschiedenen Bausteinen entwickelt, um dem Sterben des Gastgewerbes insbesondere im ländlichen Raum entgegenzuwirken. Zur Zielerreichung werden alle Informations-, Beratungs- und Förderangebote von der Gründung über die Fortbildung und die Unternehmensnachfolge, die bereits jetzt zur Verfügung stehen, auf dieser zentralen Plattform gebündelt, noch besser aufbereitet und verbraucherorientiert übersichtlich und in verständlicher Sprache angeboten. Zugleich werden Ideen für die Gaststätte mit Zukunft modellhaft dargestellt. Vervollständigt wurde die Kampagne durch regionale Beratertage sowie den Aufbau und die Pflege einer fachspezifischen Beraterdatenbank und eines „FachkräfteNavigators“. Essenzieller Baustein der Kampagne ist die Ergänzung bestehender Beratungsangebote durch eine niederschwellige und kostenfreie Erstanalyse des Potenzials von klein- und mittelständischen Betrieben des Hotel- und Gaststättengewerbes sowie deren Hinführung an bestehende Förderprogramme des Landes und des Bundes. Mit dieser kostenfreien Momentaufnahme zur Potenzial- und Schwachstellenanalyse, der sogenannten „Blitzlichtberatung“, wird zudem der weitere mögliche Bedarf von Maßnahmen konkretisiert.

Da eine Auswertung dieser Beratungen gezeigt hat, dass rund ein Viertel der Wirte in ihren Betrieb investieren würde, jedoch nicht über die dazu nötigen Mit-

tel verfügt, führte die Bayerische Staatsregierung ein neues Investitionsprogramm, das Gaststättenmodernisierungsprogramm, ein. Dieses bietet den Wirten ohne große Eintrittsbarrieren finanzielle Unterstützung auch bei kleineren Anschaffungen, für die es bislang kein geeignetes Programm gab. Diese staatliche Förderung wird in vielen Fällen eine Initialzündung geben, den Betrieb zukunftsfähig aufstellen zu können und damit zu einer lebendigen Wirtshauskultur in allen Teilen Bayerns, vor allem im ländlichen Raum, beizutragen. Dementsprechend gefragt waren die Fördergelder und aufgrund der überwältigenden Resonanz war das Antragskontingent bei den Förderaufrufen bereits innerhalb weniger Minuten ausgeschöpft. Für mich ein klares Signal, dass diese Maßnahme weitergeführt werden sollte.

Die Bayerische Staatsregierung hat die strategische Kampagne „ZUKUNFT FÜR DAS BAYERISCHE GASTGEWERBE“ entwickelt.

Trotz aller Widrigkeiten glaube ich fest an die Zukunft der bayerischen Wirtshauskultur. Das staatliche Förderprogramm macht allen Wirten Mut, es nochmal richtig anzupacken. Mein Rat: Es ist nie zu spät. Und wenn es nur ganz kleine Schritte sind, die man gehen muss oder kann – irgendwann sollte man anfangen, den ersten zu tun. Am besten jetzt. ///



/// DR. THOMAS GEPPERT

**ist Landesgeschäftsführer des Bayerischen
Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA
Bayern e. V., München.**

Anmerkungen

¹ Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH: Die Bedeutung des Hotel- und Gaststättengewerbes, Köln 2017.

² Maschke, Joachim / Harrer, Bernhard / Scherr, Silvia: Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern, hrsg. vom Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr e. V. (dwif) an der Universität München, München 2016.

³ Hopfinger, Hans / Kohnle, Florian / Wätzold, Tim: Genuss mit Geschichte? Die Wirtshauskultur in Bayern im Wandel, Eichstätt 2013, S. 5.

⁴ Dwif: Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern, S.2.

⁵ <https://www.wochen-arbeitszeit.de/home/umfrage/>, Stand: 18.9.2019.