

Antwort

der Bundesregierung

auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Markus Tressel, Annalena Baerbock, Harald Ebner, weiterer Abgeordneter und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN – Drucksache 18/5916 –

Potenziale für Winzerbetriebe durch Tourismus

Vorbemerkung der Fragesteller

Zum Weintourismus zählen Aufenthalte in den 13 deutschen Weinbauregionen, bei denen die spezifische Landschaft und die regionale Struktur des Weinbaus und Aktivitäten rund um den Wein bei den Touristen im Vordergrund stehen. Die Weinbauregionen zeichnen sich durch reizvolle Kulturlandschaften aus, die besonders in Gegenden mit Steillagenweinbau von historischen Steilterrassen und Trockenmauern geprägt sind. Besonders in der Rebsaison von Mai bis Oktober herrscht in den Regionen ein mildes Klima, das Touristen für die Naherholung in den Regionen anlockt.

Der Weintourismus entwickelt als eine Form des Landtourismus wirtschaftliche Potenziale in ländlichen Räumen. Gleichzeitig ist er eng verbunden mit dem Kulturtourismus, da das kulturelle Erbe wie Weinfeste oder kulturhistorische Denkmäler sowie geschichtsträchtige Kellereien im Zentrum des Interesses der Reisenden stehen. Auch sind Outdooraktivitäten wie Wandern oder Wassersport und Wellnessangebote entscheidend für die Entwicklung einer Weintourismusdestination. Der Weintourismus schafft also die Verbindung von qualitäts- und genussorientiertem Landtourismus, dem sonst eher städtisch geprägten Kulturtourismus und dem Naherholungs- und Wellnesstourismus. Schon Tagesausflüge aus umliegenden Städten erschließen dem Urlaub auf dem Land neue Zielgruppen und können so den touristischen Stadt-Land-Austausch stärken.

Der Tourismus in Weinregionen ist ein relativ junges Phänomen mit wachsender Bedeutung. Besonders vor dem Hintergrund der zunehmenden Konzentration der Winzerbetriebe stellt er eine zusätzliche Einnahmequelle für kleinere Betriebe dar, die neben erhöhtem Absatz ihrer Weine und Produkte an Touristen beispielsweise auch Stellplätze für Reisemobile zur Verfügung stellen. Auch für die gesamte Region kann er zum Wachstumsmotor werden, da die Nachfrage nach regionalen Produkten Wertschöpfung ankurbelt und nachhaltige Wirtschaftspotenziale erschließt. Da der Weintourismus ein hochqualitatives Reiseangebot darstellt, kann sich die Weinbauregion durch zielgerichtetes Marketing noch stärker als Destination profilieren.

Der Weintourismus in Deutschland hat starkes Entwicklungspotential, wenn er die Großtrends Digitalisierung, demografischer Wandel und verändertes Mobilitätsverhalten aufgreift und sich den Herausforderungen durch die Klimakrise stellt. Er ist angewiesen auf eine breite touristische Infrastruktur in den ländlich geprägten Regionen, die sowohl Bereiche der sozialen Infrastruktur wie kulturelle Angebote als auch die technische Infrastruktur wie Mobilität umfasst.

Vorbemerkung der Bundesregierung

Die Bundesregierung sieht im Weintourismus ein interessantes Marktsegment für das Reiseland Deutschland mit Entwicklungschancen für die Regionen ebenso wie für die Winzerbetriebe. Die Bundesregierung weist allerdings darauf hin, dass „Weintourismus“ keine von der amtlichen Statistik erfasste Kategorie ist, da die Urlaubsmotivation der Reisenden nicht zu den erhobenen Merkmalen der Beherbergungsstatistik zählt.

Die Bundesregierung weist außerdem darauf hin, dass die Entwicklung touristischer Destinationen und Angebote, wie z. B. die Förderung bestimmter Weinbauregionen auch unter touristischen Gesichtspunkten Aufgabe der Länder ist. Ein Teil der gestellten Fragen müsste daher in erster Linie an die Bundesländer gerichtet werden. Aus den vorgenannten Gründen liegen der Bundesregierung zu einer Reihe von Fragen keine Erkenntnisse vor.

1. Wie hat sich nach Kenntnis der Bundesregierung der Weintourismus im gesamten Bundesgebiet und in den 13 deutschen Weinbauregionen seit dem Jahr 2000 gemessen am Jahresumsatz entwickelt
 - a) Ahr
 - b) Mittelrhein
 - c) Mosel
 - d) Rheingau
 - e) Nahe
 - f) Rheinhessen
 - g) Pfalz
 - h) Hessische Bergstraße
 - i) Baden
 - j) Württemberg
 - k) Franken
 - l) Saale-Unstrut
 - m) Sachsen?

Der Bundesregierung liegen hierzu keine Erkenntnisse vor (siehe Vorbemerkung der Bundesregierung).

2. Wie hat sich nach Kenntnis der Bundesregierung der Weintourismus im gesamten Bundesgebiet und in den 13 deutschen Weinbauregionen seit dem Jahr 2000 gemessen an den jährlichen Übernachtungen entwickelt?

Der Bundesregierung liegen hierzu keine Erkenntnisse vor (siehe Vorbemerkung der Bundesregierung).

3. Wie verteilen sich die Übernachtungen und der Umsatz im Weintourismus im gesamten Bundesgebiet und in den 13 deutschen Weinbauregionen nach Kenntnis der Bundesregierung auf den Jahresverlauf?

Der Bundesregierung liegen hierzu keine Erkenntnisse vor (siehe Vorbemerkung der Bundesregierung).

4. Welche Chancen und Herausforderungen sieht die Bundesregierung in dieser Entwicklung?

Wie auch andere kulinarische Themen ist der Weinbau ein Faktor, der die Attraktivität einer Urlaubsregion steigern und zur Vermarktung gezielt eingesetzt werden kann. Für die konkrete Destinationsentwicklung sind die Bundesländer zuständig (siehe Vorbemerkung der Bundesregierung).

Gleichzeitig bietet der Tourismus der Weinbranche Diversifizierungsmöglichkeiten und Chancen bspw. für selbstvermarktende Winzer in topographisch schwierigen, aber touristisch attraktiven Weinbauregionen. Hiermit kann die Wertschöpfung sowohl im Weinbau als auch im Tourismus gesteigert werden.

5. Welche Zielgruppen machen nach Kenntnis der Bundesregierung bevorzugt Weintourismus, und welche Gründe geben die Zielgruppen für ihre Entscheidung zum Weintourismus an (bitte nach Touristen aus Deutschland, der EU und aus Drittstaaten unterscheiden)?

Eine Befragung („Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus“) von Urlaubern aus dem Ausland im Zeitraum Mai 2011 bis April 2014 durch die Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (im Folgenden: DZT) ergab:

- Die wichtigsten Gründe für die Destinationsentscheidung ausländischer Urlauber in deutschen Weinregionen sind:
 - Landschaft und Natur (62 Prozent)
 - Sehenswürdigkeiten (60 Prozent)
 - Atmosphäre/Flair (41 Prozent).
- Urlauber in Weinregionen sind mit durchschnittlich 44,5 Jahren etwas älter als die Gesamtheit ausländischer Deutschlandurlauber (42,3 Jahre).
- Im Gesamtmarkt machen mehr Männer als Frauen Urlaub in Deutschland (55 zu 45 Prozent). In den Weinregionen ist dieser Unterschied noch deutlicher ausgeprägt (59 zu 41 Prozent).
- Beim Bildungsniveau sind keine signifikanten Unterschiede zwischen allen ausländischen Deutschlandurlaubern und den Besuchern in Weinregionen festzustellen. Im Hinblick auf die Erwerbstätigkeit sind die Urlaubsgäste in Weinregionen mit 90 Prozent häufiger beruflich aktiv tätig als die Gesamtheit der Auslandsurlauber mit 79 Prozent.
- Gäste in deutschen Weinregionen sind überdurchschnittlich oft als Paar unterwegs. Familien, die in Weinregionen Urlaub machen, sind häufig mit kleineren Kindern unterwegs.
- Fast ein Drittel der ausländischen Touristen in Weinregionen sind Stammgäste – ein überdurchschnittlich hoher Wert im gesamtdeutschen Vergleich (17 Prozent). Der Anteil der Erstbesucher in den Weinregionen erreicht mit 44 Prozent einen ähnlich hohen Anteil wie im gesamtdeutschen Durchschnitt (41 Prozent).

6. Inwiefern wird das Thema Weintourismus von der Deutschen Tourismuszentrale (DZT) bei der Vermarktung des Tourismusstandortes Deutschland regelmäßig mit aufgenommen? Falls dies nicht der Fall sein sollte, warum nicht?

Der Weintourismus ist seit vielen Jahren fester Bestandteil des Themenmarketings der DZT, insbesondere in den Märkten Niederlande, Großbritannien, USA, Schweiz, Frankreich, Norwegen und China. Im Jahr 2012 initiierte die DZT erstmals ein eigenes Themenjahr „Weinkultur und Natur in Deutschland – Lebensfreude und Genuss“. Auch danach war das Thema „Weinland-Deutschland“ weiter Bestandteil des Marketings der DZT im Rahmen von Onlinekampagnen, Events, (Wein-)Messen, Workshops oder Studienreisen.

Die DZT kooperiert mit dem Deutschen Weininstitut (DWI), das seit 2008 Mitglied der DZT ist.

Unter www.germany.travel/de/staedte-kultur/gemuetlichkeit/Weinland steht umfangreiches Informationsmaterial zum Thema zur Verfügung. Potenzielle Deutschlandurlauber können sich hier unter anderem über die 13 Weinbaugebiete und Höhepunkte der Weinkultur informieren. Außerdem stellt die DZT konkrete Tipps für die Reiseplanung, u. a. zu Weinfesten, Vinotheken oder Weinhotels zur Verfügung.

In der Rubrik Wein & Genuss werden in Zusammenarbeit mit dem DWI auf www.germany.travel/events wichtige Weinevents veröffentlicht.

Für das Jahr 2018 plant die DZT wiederum eine Themenkampagne zum Thema „Kulinarisches Deutschland“, innerhalb derer auch die Weinkultur im Reiseland Deutschland eine wichtige Rolle spielen wird.

7. Wie hat sich nach Kenntnis der Bundesregierung seit dem Jahr 2000 die Anzahl der Winzerbetriebe im gesamten Bundesgebiet und in den 13 deutschen Weinbauregionen entwickelt?

Die folgenden Angaben wurden aus Daten agrarstatistischer Erhebungen zusammengestellt. Sie sind nur für die angegebenen Jahre verfügbar. Als Betriebe mit Weinbau werden dabei landwirtschaftliche Betriebe mit Rebflächen bezeichnet, unabhängig davon, ob sie Weinbau als Schwerpunkt betreiben. Beim Vergleich der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass die unteren Erfassungsgrenzen 2010 angehoben wurden. Nicht nachgewiesen sind Betriebe unterhalb der Erfassungsgrenze der jeweiligen Erhebung.

Betriebe mit Weinbau nach Anbaugebieten ¹					
Land Anbaugebiet	1999	2005	2007	2010	2013
Deutschland	34 375	26 656	24 640	20 290	18 700
Württemberg	5 830	4 825	4 491	3 458	3 100
Baden	8 259	6 543	6 000	4 839	4 500
Franken	3 048	2 393	2 221	1 834	1 800
Hessische Bergstraße	156	111	101	77	100
Rheingau	767	572	523	422	400
Ahr	273	267	245	175	200
Mittelrhein	303	192	172	153	100

Betriebe mit Weinbau nach Anbaugebieten ¹					
Mosel	5 134	3 659	3 393	2 691	2 500
Nahe	922	698	656	579	500
Rheinhessen	4 705	3 498	3 219	2 865	2 600
Pfalz	4 753	3 670	3 366	2 941	2 600
Saale-Unstrut	135	124	125	80	100
Sachsen	71	68	91	94	100
¹ Ergebnisse aus der Weinbauerhebung 1999, den Agrarstrukturerhebungen 2005, 2007, 2013 sowie der Landwirtschaftszählung 2010. Die Ergebnisse von 2013 sind repräsentativ und daher als gerundete Angaben wiedergegeben. Quelle: Statistisches Bundesamt					

8. Wie viele Neugründungen von Winzerbetrieben hat es nach Kenntnis der Bundesregierung seit dem Jahr 2000 im gesamten Bundesgebiet und in den 13 deutschen Weinbauregionen gegeben?

Die amtliche Statistik erfasst „Neugründungen von Winzerbetrieben“ bzw. von Betrieben mit Weinbau nicht. Der Bundesregierung liegen dementsprechend hierzu keine Informationen vor.

9. Wie hat sich nach Kenntnis der Bundesregierung seit dem Jahr 2000 der jährliche Gesamtumsatz der Winzerbetriebe im gesamten Bundesgebiet und in den 13 deutschen Weinbauregionen entwickelt?

Der Umsatz von Winzerbetrieben wird von der amtlichen Statistik nicht erfasst, daher liegen der Bundesregierung hierzu keine Erkenntnisse vor.

10. Wie hat sich nach Kenntnis der Bundesregierung seit im Jahr 2000 die Beschäftigtenzahl der Winzerbetriebe im gesamten Bundesgebiet und in den 13 deutschen Weinbauregionen entwickelt?

Die Beschäftigungsentwicklung in den landwirtschaftlichen Betrieben mit Weinbau nach Anbaugebieten geht aus den nachfolgend zusammengestellten agrarstatistischen Erhebungen hervor. Dabei werden sowohl die Unternehmer und deren mithelfende Familienangehörige als auch ständig Beschäftigte und Saisonarbeitskräfte einbezogen. Nicht enthalten sind Arbeitskräfte in Betrieben unterhalb der Erfassungsgrenzen der jeweiligen Erhebung. Ferner wird auf die methodischen Erläuterungen zu Frage 7 verwiesen.

Arbeitskräfte in den Betrieben mit Weinbau nach Anbaugebieten ¹				
Land Anbaugebiet	1999	2007	2010	2013
Deutschland	163 564	150 220	128 498	119 400
Württemberg	38 960	38 118	29 307	28 000
Baden	35 529	43 023	35 872	35 300
Franken	15 107	9 207	8 283	8 000
Hessische Bergstraße	1 009	656	477	400

Arbeitskräfte in den Betrieben mit Weinbau nach Anbaugebieten ¹				
Rheingau	5 865	3 598	3 993	4 100
Ahr	986	867	654	/
Mittelrhein	1 128	1 016	924	/
Mosel	20 926	16 446	13 863	12 200
Nahe	5 240	3 961	4 409	3 100
Rheinhessen	19 019	15 185	12 988	11 900
Pfalz	18 133	16 326	14 667	12 400
Saale-Unstrut	1 091	1 135	1 415	1 200
Sachsen	470	502	853	500
¹ Ergebnisse aus der Weinbauerhebung 1999, den Agrarstrukturerhebungen 2007 und 2013 sowie der Landwirtschaftszählung 2010. Die Ergebnisse von 2013 sind repräsentativ.				
Quelle: Statistisches Bundesamt				
/ = Keine Angaben, da Zahlenwert nicht sicher genug.				

11. Lässt sich nach Ansicht der Bundesregierung aus den Entwicklungen der Winzerbetriebe ein deutschlandweiter Konzentrationsprozess feststellen (bitte mit Begründung), und wenn ja, wo liegen nach Ansicht der Bundesregierung die größten Herausforderungen, aber auch Chancen für die kleinen noch vorhandenen Betriebe?

Der allgemeine Strukturwandel in der Landwirtschaft macht auch vor dem Weinbau nicht halt. Die seit Jahren weitgehend konstante deutsche Rebfläche von rund 100 000 ha wird von immer weniger Betrieben bewirtschaftet. Verglichen mit anderen Ländern ist der Weinbau in Deutschland noch immer kleinteilig strukturiert. So haben beispielsweise die Deutschen Winzergenossenschaften, die 32 000 ha Rebfläche bewirtschaften und rund ein Drittel der deutschen Weinerzeugung stellen, noch immer 44 000 Trauben erzeugende Mitglieder. Die Frage der größten Herausforderungen, aber auch der Chancen für kleine Betriebe kann nicht pauschal beantwortet werden, da die Gegebenheiten je Betriebsstruktur (Selbstvermarkter; Fassweinerzeuger; Genossenschaftswinzer; landwirtschaftlicher Gemischtbetrieb mit Weinbau) völlig unterschiedlich sein können. Was die Entwicklung der Anzahl der Weinbaubetriebe insgesamt betrifft, wird auf die Antwort zu Frage 7 verwiesen.

12. Inwiefern kann nach Ansicht der Bundesregierung die Entwicklung des Weintourismus in geeigneten Destinationen die Entwicklung in der Winzerbranche begleiten (bitte mit Begründung)?

Die Destinationsentwicklung liegt in erster Linie in der Verantwortung der Bundesländer (siehe Vorbemerkung der Bundesregierung). Als Facette der internationalen Attraktivität des Reislands Deutschland wird Weintourismus durch die vom Bund maßgeblich finanzierte DZT angemessen berücksichtigt.

13. Welche Rolle kommt dem Nebenerwerb durch den Verkauf touristischer Dienstleistungen (Gastronomie, Unterbringung, Verarbeitung und Verkauf regionaler Produkte) für den Erhalt kleiner und mittelständischer Winzerbetriebe in den 13 deutschen Weinbauregionen nach Einschätzung der Bundesregierung zu?

Über konkrete Auswirkungen der Diversifizierung auf einzelne Betriebe liegen keine Zahlen vor. Nach einer im Auftrag des damaligen Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz durchgeführten Studie zum Urlaub auf dem Bauernhof/Urlaub auf dem Lande 2010/11 wird das Umsatzvolumen für Übernachtung und Verpflegung auf circa 1,1 Mrd. Euro geschätzt. Demnach haben im Betrachtungszeitraum von Mai 2010 bis Mai 2011 rund 4,5 Millionen in Deutschland lebende Personen (6,4 Prozent der Bevölkerung) einen oder mehrere Inlandsbauernhofurlaube (einschließlich Kurzurlaube) durchgeführt. Insgesamt waren 5,1 Millionen Inlandsbauernhofurlaube (darunter 2,8 Millionen Kurzurlaube) mit rund 24,4 Millionen Urlaubsnächten zu verzeichnen. Eine getrennte Erfassung nach Weinbaubetrieben ist dabei nicht erfolgt.

14. Welche Maßnahmen ergreift die Bundesregierung, um die Entwicklung des Weintourismus in Deutschland allgemein zu fördern?

Die Destinationsentwicklung liegt in der Verantwortung der Bundesländer und gehört nicht zu den tourismuspolitischen Aufgaben der Bundesregierung (siehe Vorbemerkung der Bundesregierung). Zur Vermarktung von Weintourismus im Rahmen des Auslandsmarketings der DZT wird auf die Antwort zu Frage 6 verwiesen.

Der regelmäßig durchgeführte Bundeswettbewerb „Unser Dorf hat Zukunft“ trägt als eine der größten Bürgerbewegungen im ländlichen Raum dazu bei, weintouristische Potentiale auszubauen. Im Laufe der letzten fünf Jahrzehnte konnten auch Weindörfer als Sieger profitieren.

15. Welche Maßnahmen ergreift die Bundesregierung, um den Winzerinnen und Winzern Möglichkeiten für die Diversifizierung ihres Angebotes und die Entwicklung von Nebenerwerbsmöglichkeiten im Tourismus zu ermöglichen?

Im Rahmen der Bund-Länder-Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) können in strukturschwachen Regionen einzelbetriebliche Investitionen im Tourismusbereich gefördert werden. Die einzelbetriebliche Förderung von Tourismusbetrieben in der GRW (z. B. Hotels) richtet sich nach den gleichen Voraussetzungen wie die Förderung der gewerblichen Wirtschaft generell. Grundsätzlich sind danach aus der GRW alle Betriebe förderfähig, die touristische Dienstleistungen anbieten und die GRW-Fördervoraussetzungen erfüllen.

Zu den Maßnahmen im Rahmen der GAK wird auf die Antworten zu den Fragen 16 und 17 verwiesen.

16. Welche Maßnahmen innerhalb der Gemeinschaftsaufgaben zur Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes und zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur kommen touristischen Angeboten in Weinbauregionen zugute (bitte mit Mittelabfluss in die jeweiligen Weinbauregionen angeben)?

a) Zur GAK: Im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe Agrarstruktur und Küstenschutz (GAK) können landwirtschaftliche Betriebe bei Maßnahmen zur Einkommensdiversifizierung in den Bereichen Agrotourismus/Bauernhofurlaub gefördert werden. Dabei werden zum Beispiel Bau, Erwerb oder Modernisierung von Ferienzimmern, -wohnungen oder -häusern mit bis zu 25 Gästebetten gefördert. Die Maßnahme steht allen landwirtschaftlichen Betrieben offen; es können somit auch Weinbaubetriebe daran teilhaben. Im Jahr 2014 wurde im Rahmen der Diversifizierung der Bereich Tourismus mit rund 2,9 Mio. Euro gefördert; davon mit 1,23 Mio. Euro GAK-Mitteln (Bund und Länder), 1,047 Mio. Euro GAK verbundenen EU-Mitteln und 0,619 Mio. Euro zusätzlichen nationalen Mitteln (Land, Kommune etc.). Davon entfallen auf Rheinland-Pfalz als Bundesland mit den meisten Weinbaugebieten innerhalb Deutschlands jeweils 236 908 Euro GAK- und EU-Mittel (insgesamt 473 816 Euro).

b) Zur GRW: Im Rahmen der touristischen Infrastrukturförderung können aus der GRW die Geländeerschließung für den Tourismus sowie öffentliche Einrichtungen des Tourismus gefördert werden. Unter öffentlichen Einrichtungen des Tourismus werden Basiseinrichtungen verstanden, die für die Leistungsfähigkeit und wirtschaftliche Entwicklung von Tourismusbetrieben von unmittelbarer Bedeutung sind und überwiegend dem Tourismus dienen. Dazu gehören u. a. Kurparks, Lehr- und Erlebnispfade, Wander-, Rad und Reitwege, Häuser des Gastes und unentgeltliche Informationszentren.

Außerdem unterstützt die GRW Regionalmanagement-Vorhaben, Kooperationsnetzwerke und Clustermanagement-Projekte, um die regionalen Entwicklungsaktivitäten zu bündeln und die Zusammenarbeit in und zwischen den Regionen zu unterstützen. Diese Projekte werden auch gezielt für den regionalen Tourismus eingesetzt.

Die Bundesregierung weist darauf hin, dass in der GRW-Datenbank (Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur), die beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) geführt wird, eine Abgrenzung nach „Weinbauregionen“ nicht möglich ist. Daher liegen der Bundesregierung keine Daten über Bewilligungen bzw. Mittelabfluss vor.

17. Durch welche Förderprogramme des Bundes können derzeit infrastrukturelle touristische Investitionen in Weinbauregionen gefördert werden (bitte mit Maßnahme und Mittelabfluss in der jeweiligen Weinbauregion angeben)?

Im Rahmen des Förderbereichs der Integrierten ländlichen Entwicklung der GAK werden u. a. touristische Infrastrukturmaßnahmen und die Neuordnung des Grundbesitzes von Rebflächen gefördert.

Im Jahr 2014 wurden in 443 Vorhaben Investitionen in Höhe von rund 87 Mio. Euro mit 1,092 Mio. Euro aus der GAK (Bund und Länder), 7,621 Mio. Euro aus mit der GAK verbundenen EU-Mitteln und 10,539 Mio. Euro aus zusätzlichen nationalen Mitteln (Land, Kommune etc.) gefördert.

Eine Differenzierung nach Weinbauregionen und nach weinbautouristischen und nicht weinbautouristischen Infrastrukturmaßnahmen ist nicht möglich.

Im Rahmen der GRW können infrastrukturelle touristische Investitionen in Weinbauregionen gefördert werden, sofern diese Regionen strukturschwach sind. Im Übrigen wird auf die Antwort zu Frage 16 verwiesen.

18. Durch welche Förderprogramme des Bundes können derzeit Finanzierungen von privaten Investitionen in Hotellerie und Gastronomie in Weinbauregionen gefördert werden (bitte mit Maßnahme und Mittelabfluss in der jeweiligen Weinbauregion angeben)?

Die mittelständischen Förderprogramme für Gründung und Wachstum gewerblicher und freiberuflicher Unternehmen sind grundsätzlich branchenneutral gestaltet und nicht regional begrenzt (Förderzahlen nach Weinbauregionen liegen nicht vor). Gewerbliche mittelständische Unternehmen können grundsätzlich auf alle bestehenden Förderprogramme zurückgreifen. Aufgrund von EU-Förderverboten ist jedoch landwirtschaftliche Urproduktion einschließlich Winzerbetrieben von der gewerblichen Förderung ausgeschlossen. Dessen ungeachtet können aber in einigen Förderprogrammen des Bundes gewerbliche Nebentätigkeiten (mit entsprechender Gewerbeanmeldung) bei einem bestehenden Betrieb der Urproduktion gefördert werden. Dazu gehören:

- ERP-Gründerkredit Startgeld (für Gründer und Unternehmensfestiger bis zu 3 Jahren nach der Gründung bis zu 100 TEUR Fremdkapitalbedarf). Nebenwerb kann hier gefördert werden, wenn er mittelfristig auf einen Hauptwerb ausgerichtet ist.
- ERP-Gründerkredit universell (für Gründungen und Unternehmensfestigungen bis zu 5 Jahren). Antragstellung durch den gewerblichen Nebenbetrieb.
- KfW-Unternehmerkredit: unbefristete Förderung für bestehende Unternehmen ab 5 Jahren möglich. Antragstellung durch den gewerblichen Nebenbetrieb.

19. Welche Maßnahmen ergreift die Bundesregierung, um die Unternehmensnachfolge zu sichern und den Fachkräftemangel abzuschwächen, sowohl der Winzerbetriebe als auch in Hotellerie und Gastronomie (bitte mit Fördermaßnahme und Mittelabfluss in der jeweiligen Weinbauregion angeben)?

- a) Zur Erleichterung der Unternehmensnachfolge steht in den Weinbauregionen, den Winzerbetrieben, der Hotellerie und der Gastronomie insbesondere das umfassende Informations-, Beratungs- und Unterstützungsangebot des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie zur Verfügung, u. a. nexxt-Initiative, Unternehmensnachfolgebörse www.nexxt-change.org, ERP-Gründerkredit.
- b) Zum Fachkräftemangel: In Deutschland liegt kein flächendeckender Fachkräftemangel vor. Es bestehen jedoch Fachkräfteengpässe in verschiedenen Regionen und Branchen. Laut Engpassanalyse der Bundesagentur für Arbeit zählen Berufe aus den Bereichen Winzerbetriebe, Gastronomie und Hotellerie nicht zu den Mangelberufen.

Ziel der Bundesregierung ist es, flächendeckende und branchenübergreifende Unterstützungs- und Informationsangebote zum Thema Fachkräftesicherung zur Verfügung zu stellen. Um die Fachkräftebasis zu sichern, hat die Bundesregierung bereits 2011 das Fachkräftekonzept und nachfolgend die Fortschrittsberichte entwickelt. Seit November 2014 besteht des Weiteren die Partnerschaft für Fachkräfte in Deutschland. Mitglieder sind verschiedene Ressorts, die Sozialpartner, die Kammern und die Bundesagentur für Arbeit (BA).

Diese Initiative unter Federführung des BMAS will Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Beschäftigung und Qualifizierung älterer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer weiter voranbringen, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer und Arbeitssuchende mit Migrationshintergrund fördern und willkommen heißen, ausbildungsinteressierte Jugendliche und Spätstartende unterstützen sowie den Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit und Gestaltung des Wandels in der Arbeitswelt fördern. Die Partnerschaft führt in der 44. Kalenderwoche die Fachkräftewoche in Deutschland durch.

Das BMWi unterstützt mit seinen Maßnahmen und Förderprogrammen insbesondere KMU bei der Fachkräftesicherung, beispielsweise durch das Förderprogramm „Passgenaue Besetzung“ sowie durch das geförderte Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (KOFA).

Die Maßnahmen der Bundesregierung zur Fachkräftesicherung schließen grundsätzlich alle Berufsgruppen ein, so auch diejenigen in Winzerbetrieben.

20. Wie werden innerhalb der bestehenden Fördermaßnahmen insbesondere folgende Ziele verfolgt (bitte mit Maßnahme und Mittelabfluss in der jeweiligen Weinbauregion angeben)
 - a) wirtschaftlicher Austausch innerhalb einer Region und zwischen Stadt und Land,
 - b) regionale Wertschöpfung,
 - c) Ausbau des kulturellen Angebots in ländlichen Räumen,
 - d) branchenübergreifende Vernetzung der Akteure, also der Winzer, der Touristiker und der Reisenden,
 - e) Digitalisierung in der Destinationsentwicklung und Breitbandausbau,
 - f) Beratung in der Destinationsentwicklung,
 - g) klimaneutrales Reisen?

Hauptziel der GRW ist es, aufbauend auf den in der Region vorhandenen Entwicklungsmöglichkeiten, dauerhafte und hochwertige Arbeitsplätze zu schaffen und zu sichern. So wird Wachstum und Beschäftigung regional und nachhaltig verankert. Der Strukturwandel wird erleichtert, die regionalen Arbeitsmärkte stabilisiert und das gesamtwirtschaftliche Wachstum gestärkt. Die in der Frage genannten Ziele werden teilweise mitverfolgt. Eine Quantifizierung ist nicht möglich.

Insbesondere zur Digitalisierung in der Destinationsentwicklung und Breitbandausbau: Seit 2008 wird unter bestimmten Bedingungen die Verbesserung der Breitbandversorgung in ländlichen Gebieten im Rahmen der GAK finanziell gefördert. Hierfür stellt der Bund jährlich 10 Mio. Euro zweckgebunden zur Verfügung. Darüber hinaus können die Länder weitere GAK-Mittel für den Breitbandausbau einsetzen. Bis heute wurden circa 85 Mio. Euro an GAK-Bundesmitteln für den Breitbandausbau von den Ländern abgerufen. Zusammen mit den zur Kofinanzierung eingesetzten Landes- und ELER-Mitteln flossen rund 200 Mio. Euro aus dem Bereich der Agrarförderung in den Ausbau der ländlichen Breitbandnetze.

Das kommende Förderprogramm des Bundes zur Unterstützung des flächendeckenden Breitbandausbaus soll vorrangig in ländlichen Regionen wirken, in denen ein Breitbandausbau aufgrund der örtlichen Gegebenheiten besonders unwirtschaftlich und ein privatwirtschaftlicher Netzausbau daher nicht zu erwarten ist.

Insofern kann das Förderprogramm tendenziell auch einen Beitrag für die Erschließung von Weinbauregionen leisten. Voraussetzung hierfür ist, dass die Kommunen in den jeweiligen Regionen selbst aktiv werden, die notwendigen Vorarbeiten leisten und sich mit geeigneten Netzausbauprojekten im Rahmen des Bundesförderprogramms um Fördermittel bewerben. Das Bundesförderprogramm Breitband soll noch in diesem Jahr in Kraft treten. Die für die Antragstellung notwendigen Informationen werden zusammen mit dem ersten Förderaufruf rechtzeitig veröffentlicht. Ergänzend werden Beratungsleistungen zur Verfügung stehen und gefördert.

21. Welche Maßnahmen ergreift die Bundesregierung, um die Erreichbarkeit von weintouristischen Destinationen zu erhöhen und die Mobilität vor Ort auszubauen?

Die Gestaltung des Mobilitätsangebotes vor Ort, insbesondere die Zuständigkeit für Planung, Ausgestaltung, Organisation und Finanzierung des öffentlichen Personennahverkehrs einschließlich des Schienenpersonennahverkehrs liegt bei den Ländern bzw. den Kommunen. Der Bund unterstützt die Länder bei der Bewältigung dieser Aufgabe mit jährlichen Zahlungen auf verschiedenen Rechtsgrundlagen in Höhe von derzeit insgesamt fast 9 Mrd. Euro.

Für einzelne Radverkehrsmaßnahmen vor Ort, insbesondere für den Radwegebau, sind ebenfalls grundsätzlich die Länder und Kommunen zuständig. Die Zuständigkeit des Bundes beschränkt sich auf den Radwegebau an Bundesfernstraßen. Mit dem Nationalen Radverkehrsplan 2020 unterstützt die Bundesregierung den Radverkehr als Beitrag für eine nachhaltige Mobilität. Darüber hinaus trägt die Bundesregierung mit dem Erhalt und bedarfsgerechten Aus- und Neubau der Bundesverkehrswege wesentlich dazu bei, die Rahmenbedingungen für eine bedarfsgerechte, effiziente Bereitstellung von Mobilitätsangeboten und die Erreichbarkeit von ländlichen Räumen zu stärken. Dazu zählen auch die weintouristischen Destinationen.

22. Welche Maßnahmen ergreift die Bundesregierung, um die Vermarktung des weintouristischen Standorts Deutschland zu fördern (bitte mit Fördermaßnahme, Zielgruppe und aufgewendeten Mitteln angeben)?

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie fördert die DZT aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages mit derzeit rund 30 Mio. Euro pro Jahr. Ziel der Förderung ist die Vermarktung des Reiselandes Deutschland im Ausland. Zum Auftrag der DZT zählt insbesondere auch die Förderung des Tourismus in den ländlichen Räumen. Das Thema „Weinland Deutschland“ ist ausdrücklich Bestandteil des Auslandsmarketings der DZT (siehe Antwort zu Frage 6).

23. Welche Maßnahmen zur Förderung des Weintourismus existieren nach Kenntnis der Bundesregierung in den Förderprogrammen der Bundesländer?

Zu Fördermaßnahmen der Bundesländer liegen der Bundesregierung keine eigenen Erkenntnisse vor (siehe Vorbemerkung der Bundesregierung).

24. Welche Möglichkeiten sieht die Bundesregierung, die in den Ländern existierenden Fördermaßnahmen für den Weintourismus in den Maßnahmenkatalog laut Gemeinschaftsaufgabe Agrarstruktur und Küstenschutz (GAK) aufzunehmen und damit eine Kofinanzierung zu ermöglichen?

Wenn keine Aufnahme von Ländermaßnahmen, die auch dem Weintourismus dienen, geplant ist, warum nicht?

Auf die Antworten zu den Fragen 23 und 25 wird verwiesen.

25. Welche Maßnahmen auf Ebene der Bundesländer plant die Bundesregierung über Förderprogramme außerhalb der GAK künftig kofinanzieren?

Wenn keine weitergehende Kofinanzierung von Maßnahmen zur Förderung des Weintourismus geplant ist, warum nicht?

Die Fördermaßnahmen im Rahmen des GAK sind aus Sicht der Bundesregierung ausreichend.