

# Pressekonferenz zur Studie

## Wirtshaussterben in Bayern? Wahr oder unwahr?

Aktuelle Daten und Fakten –  
Analyse von Einflussfaktoren und  
Empfehlungen für die Gastronomie

Presseclub München – 21.3.2013



# Inhalt

## 1. Kernaussagen der Studie

Analyse – Schlussfolgerungen

## 2. Ziele der Studie

## 3. Studiendesign

## 4. Das Wirtshaus

## 5. Analysen im Detail

Gastronomie und Verbraucherverhalten

Expertenmeinungen und Beobachtungen

Erfolgsfaktoren

## 6. Datenquellen

# 1. Kernaussagen der Studie (1)

## 1.1 Analyse

- Die **Umsätze der Gastronomie in Deutschland** gehen schon seit etwa 20 Jahren ständig zurück. Nur der Bereich „Catering ...“ konnte sein Niveau (preisbereinigt) in etwa halten. Der Rückgang ist in der getränkeorientierten Gastronomie besonders stark (2010 nur noch auf etwa 43% des Niveaus von 1994). Auch bei den Speisegaststätten verzeichnen wir einen starken Rückgang auf etwa 58%.
- Die **Umsatzstruktur im Bereich Gaststätten** hat sich im letzten Jahrzehnt deutlich verändert. Zwar bleibt das „Wirtshaus mit Bedienung“ mit einem Umsatzanteil von ca. 58% etwa auf einem konstanten Niveau. Die Schankwirtschaften aber gehen von ca. 21% auf 16% zurück. Die Speiselokale mit Selbstbedienung und auch die Imbissstuben legen jeweils stark zu.
- Auch in **Bayern** geht der **Umsatz** in der **Gastronomie** zurück. Nach dem Krisenjahr 2009 und dem Tiefpunkt im Jahr 2010 setzte im Jahr 2011 eine schwache Erholung auf niedrigem Niveau ein. (ACHTUNG: Es gab in 2011 eine Umstellung der Statistik auf größere Betriebe – daher sind die Werte bei der getränkeorientierten Gastronomie in 2011 wohl überschätzt!) Die strukturelle Veränderung wird deutlich: Das Catering tendiert nach oben, die Speiselokale und die Getränkelokale bleiben unter den Vorkrisen-Werten von 2008 und auch von 2005.
- Die Schankwirtschaften, als wesentlicher Teil der getränkeorientierten Gastronomie, zeigen im Vergleich zu den Selbstbedienungslokalen einen extremen Unterschied. **Das Jahr 2008 (mit dem ersten gesetzlichen Rauchverbot in Bayern) wirkte für die Schankwirtschaften wie ein „Meteoriteneinschlag“**. Der Umsatz reduzierte sich um etwa ein Drittel, während die Selbstbedienungslokale weiter zulegten.

# 1. Kernaussagen der Studie (2)

## Analyse, Fortsetzung

- Die **Anzahl der Gaststätten in Bayern** entwickelte sich zwischen 2006 und 2010 in den Städten im Vergleich zu den Landkreisen unterschiedlich. Bei den **Speiselokalen** gab es in den Städten eine **Zunahme** von etwa +3% und nur 2% bzw. 1% in den Landkreisen mit viel bzw. wenig Tourismus. Bei den **Schankwirtschaften** war überall ein Rückgang zu verzeichnen, der in den Städten mit -2,4% geringer ausfiel als **auf dem Land**. Dort ist, unabhängig vom Tourismus, ein **zweistelliges Minus** festzustellen (ca. 12-13%).
- Zwischen 2006 und 2010 zeigten auch die einzelnen Regierungsbezirke Unterschiede. Die Anzahl der Speiselokale nahm in Oberbayern, Niederbayern und in der Oberpfalz deutlich zu, in Oberfranken und Schwaben blieb sie weitgehend unverändert. Das Catering nimmt überall sehr stark zu. Die Zahl der **Getränkelokale** verzeichnet in der **Oberpfalz**, in **Ober- und Unterfranken überdurchschnittliche Rückgänge**.
- **In Bayern hatte im Jahr 2010 etwa jede 7. Gemeinde kein eigenes speisenorientiertes Wirtshaus mehr.** Das waren insgesamt 287 von 2.056 Gemeinden (ca. 14%). Oberbayern liegt deutlich besser, Schwaben und die Oberpfalz liegen deutlich schlechter als der Landesdurchschnitt. Die Gesamtsituation hat sich seit 2006 nur unwesentlich verändert.
- **Jede 3. Gemeinde in Bayern hatte 2010 kein eigenes getränkeorientiertes Wirtshaus (Kneipe) mehr.** Das waren insgesamt 752 von 2.056 Gemeinden (ca. 37%). Oberbayern, Unterfranken und Schwaben liegen schlechter, Oberfranken und Mittelfranken liegen besser als der Landesdurchschnitt. Die Gesamtzahl hat sich zwischen 2006 und 2010 von 622 auf 752 deutlich erhöht.

# 1. Kernaussagen der Studie (3)

## Analyse, Fortsetzung

- Beim Anteil von Gemeinden ohne Wirtshaus steht Bayern im **Vergleich zu den Nachbar-Bundesländern** Baden-Württemberg und Hessen deutlich schlechter da (bezogen auf Gemeinden bis zu 5.000 Einwohner). **In Bayern ist im Jahr 2010 fast jede 5. dieser kleineren Gemeinden ohne speisenorientiertes Wirtshaus.** In Baden-Württemberg sind es „nur“ etwa 12%, in Hessen etwa 8%.
- Die aktuelle **Bedeutung** der Nahrungsmittel und der **Gastronomie für den Verbraucher** lässt sich – im internationalen Vergleich – anhand der entsprechenden Anteile im offiziellen, amtlichen Warenkorb des Endverbrauchers beurteilen. Während in **Deutschland** im Jahr 2010 **nur etwa 3% des monatlichen Budgets in der Gastronomie** ausgegeben werden, ist dieser Anteil z.B. in Österreich mit 6,5% mehr als doppelt so hoch. In der Schweiz (6,8%) und in Italien (fast 8%) liegen die Anteile sogar noch höher.
- Das **Verbraucherverhalten** ist gekennzeichnet durch widersprüchliche Entwicklungen, die für die Gastronomie große Herausforderungen darstellen: Mehr **Qualitätsbewusstsein** und Forderungen nach Regionalität einerseits – steigende Nachfrage nach Fast Food („**Schnell und Preiswert**“) andererseits; mehr Mobilität einerseits und ein Rückzug ins Private bzw. in virtuelle Welten andererseits.
- Die **Wirte** beklagen die **Einschränkungen der unternehmerischen Freiheit** (zu viele Verbote und Verordnungen, zu wenig Flexibilität der Behörden ...), eine zu **geringe Wertschätzung** von Staat und Öffentlichkeit, **ungleiche Wettbewerbsbedingungen** und – im **ländlichen Raum** – zu wenig Unterstützung durch Gemeinden und die Staatsregierung.

# 1. Kernaussagen der Studie (4)

## 1.2 Schlussfolgerungen

- **Sensibilisierung der Öffentlichkeit** für die Bedeutung der Wirtshauskultur in allen Regionen Bayerns, in Stadt und Land, von der kleinen Kneipe bis zum gepflegten Speiselokal → **Imagekampagne!**
- **Sensibilisierung der Gemeinden** für die Unterstützung der „kontrollierbaren“ Wirtshäuser gegenüber einer „unkontrollierten“ Vereinsgastronomie
- **Wirtshausbesuche** für die Gäste **attraktiver** machen (spezielle Speisen- und Getränke-Angebote, Musikprogramm, Mini-Events wie z.B. Kneipen-Quiz, Wirtshaus-Tatort-Quiz ...)
- Ein **„Bündnis für das traditionelle bayerische Wirtshaus“** initiieren, zusammen mit mittelständischen Brauereien, Gemeinden, Wirtshausmusikanten, den einzelnen Wirten und ihren Verbänden; dabei Preispolitik und Service aller Brauereien verbessern

# 1. Kernaussagen der Studie (5)

## Schlussfolgerungen, Fortsetzung

- **Forderungen an die Politik**

- Steuerliche Gleichbehandlung aller Betriebe, die Speisen anbieten: insbesondere ein reduzierter **Mehrwertsteuersatz** für die Gastronomie
- **Investitionshilfen** verbessern
- Stärkung der unternehmerischen Freiheit und Gleichbehandlung:
  - **Nichtraucherschutz** liberalisieren – z.B. wie Baden-Württemberg
  - **Abbau bürokratischer Hürden** bei Übernahme, Neugründung und bei speziellen Problemen
  - **gleiche Rahmenbedingungen** zwischen **Dorfwirtshaus** und Vereinsheimen, Feuerwehrhäusern, Pfarrheimen und sonstigen kommunalen Dorfgemeinschaftshäusern schaffen; siehe Gaststättengesetz in Sachsen
  - Lösungen gegen den unangemessenen **Gastronomieumsatz** in **Möbelhäusern** etc. erarbeiten
- Abschaffung des **Internetprangers** bei Lebensmittelverstößen und Verhinderung der **Hygieneampel**
- **Biozertifizierung** vereinfachen
- **Regionales Förderprogramm** für Wirtshäuser im ländlichen Raum

# 1. Kernaussagen der Studie (6)

## Schlussfolgerungen, Fortsetzung

- Bedeutung der Gastronomie im Bereich **Berufsausbildung** herausstellen und erhalten
- Möglichkeiten der **Aus- und Fortbildung** für Gastwirte und ihr Personal verbessern; siehe z.B. Österreich (von der Mittelschule bis zur Hochschule)
- **Regionalität** in der Gastronomie stärken → regionale Einkaufsgemeinschaften  
→ regionale Kooperationen mit Vereinen, mit der Landwirtschaft ...
- Neue **Kundenorientierung** der Gastronomie → normale und kleine Portionen „für alle“  
→ mehr vegetarische und Vollwert-Angebote
- Neue **Zielgruppen** erschließen, z.B. durch Lieferservice für Firmen, Schulen, KiTas
- Konstruktive Nutzung der **neuen Medien** durch Internet-Homepage, Smartphones ...



## 2. Ziele der Studie

### (1) Der Auftrag

Analyse der Erfolgsfaktoren und Risiken des Erhalts der bayerischen Wirtshauskultur

### (2) Themen der Analyse

Entwicklung und Lage der Gastronomie in Bayern im Vergleich zu anderen Bundesländern sowie differenziert nach Regierungsbezirken, Landkreisen und Gemeinden

### (3) Einflussfaktoren

Verbraucherverhalten, politische Rahmenbedingungen, Verwaltung

### (4) Schlussfolgerungen und Empfehlungen

→ für die Gastronomie, die Politik, die Verwaltung, die Öffentlichkeit

## 3. Studiendesign

**(1) Laufzeit der Studie:** 1.5.2012 bis 15.3.2013

**(2) Analyse amtlicher Daten zur Gastronomie**

Umsatzdaten des Statistischen Bundesamts (von 1994 bis 2012) und des Bayerischen Landesamts für Statistik und Datenverarbeitung (2002 bis 2012), Daten des amtlichen Unternehmensregisters (seit 2006 öffentlich zugänglich, 2010 = aktuellstes Berichtsjahr)

**(3) Umfrage**

unter Wirten (115) und Gästen (536), ONLINE über die VEBWK-Homepage, repräsentativ für Anbieter und Nachfrager der traditionellen bayerischen Gastronomie

**(4) Beobachtungen ausgewählter Gastwirtschaften**

in den Landkreisen Rottal-Inn, Passau, Bad Tölz-Wolfratshausen, Berchtesgadener Land zur Analyse von Musterbeispielen und Problemfällen (insgesamt 14 Lokale)

**(5) Experteninterviews mit Fachleuten der Gastronomie in Bayern**

um Erfahrungen, Hintergründe und Vorschläge zu hinterfragen (insgesamt 9 Interviews)

**(6) Bachelorarbeiten an der Hochschule München**

als wissenschaftliche Vertiefung und besonderer LINK zwischen Hochschule und Praxis, z.B. zum Thema „Zusammenwirken von Gastronomie, Brauereien und Tourismus in Oberfranken“

## 4. Das Wirtshaus

### (1) Amtliche Definition

Das Wirtshaus ist ein speisenorientiertes Lokal mit herkömmlicher Bedienung oder eine getränkeorientierte Schankwirtschaft (Kneipe).

### (2) Das Wirtshaus auf dem Land und in der Stadt

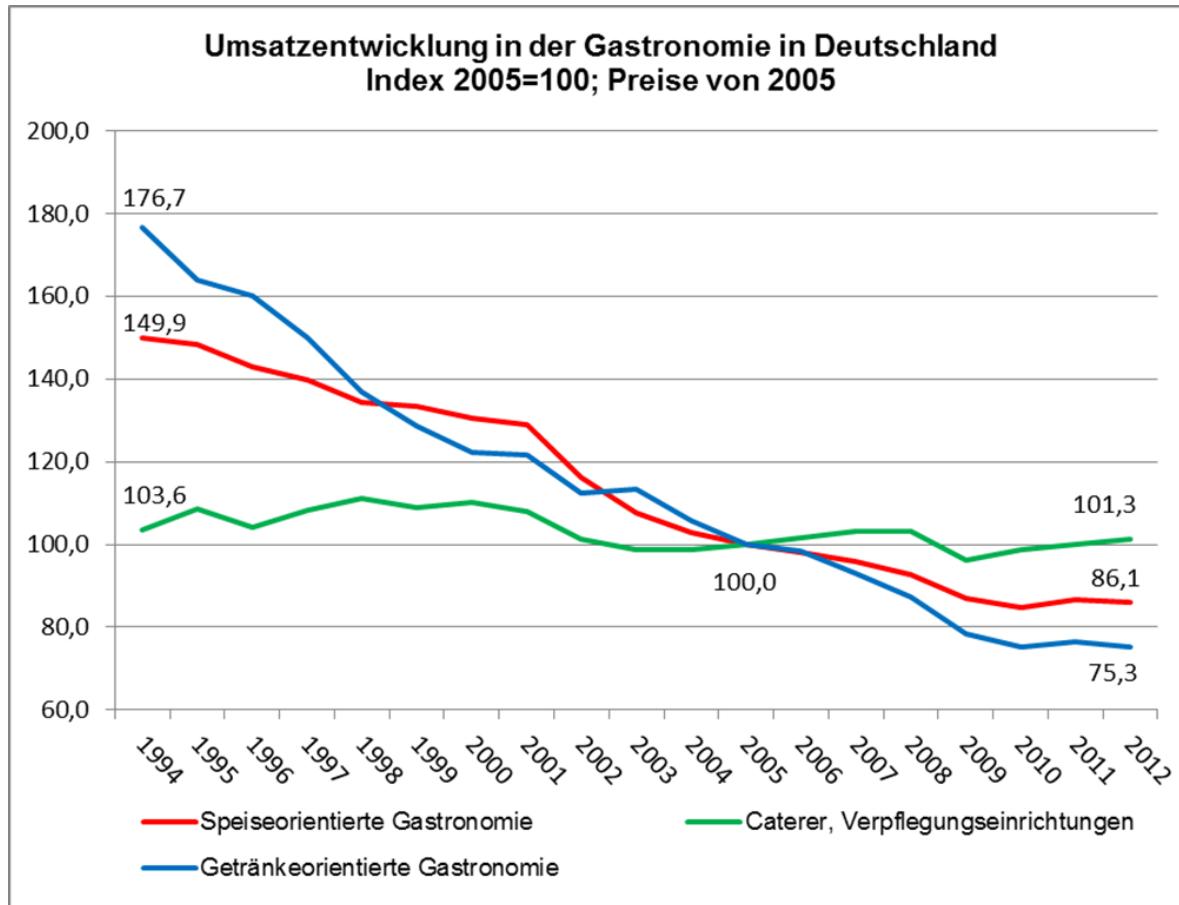
Überall ist das Wirtshaus ein gemütliches Lokal zum regelmäßigen Einkehren. In der Stadt überwiegt das gepflegte Essen und Trinken. Auf dem Land überwiegt die Funktion als Treffpunkt mit Stammtisch und zur Kommunikation (über Politik, Sport, den Alltag).

### (3) Nicht als Wirtshaus zählen in dieser Studie ...

Gasthöfe mit Fremdenzimmern, Bars, Diskotheken, Selbstbedienungslokale oder Imbissstuben

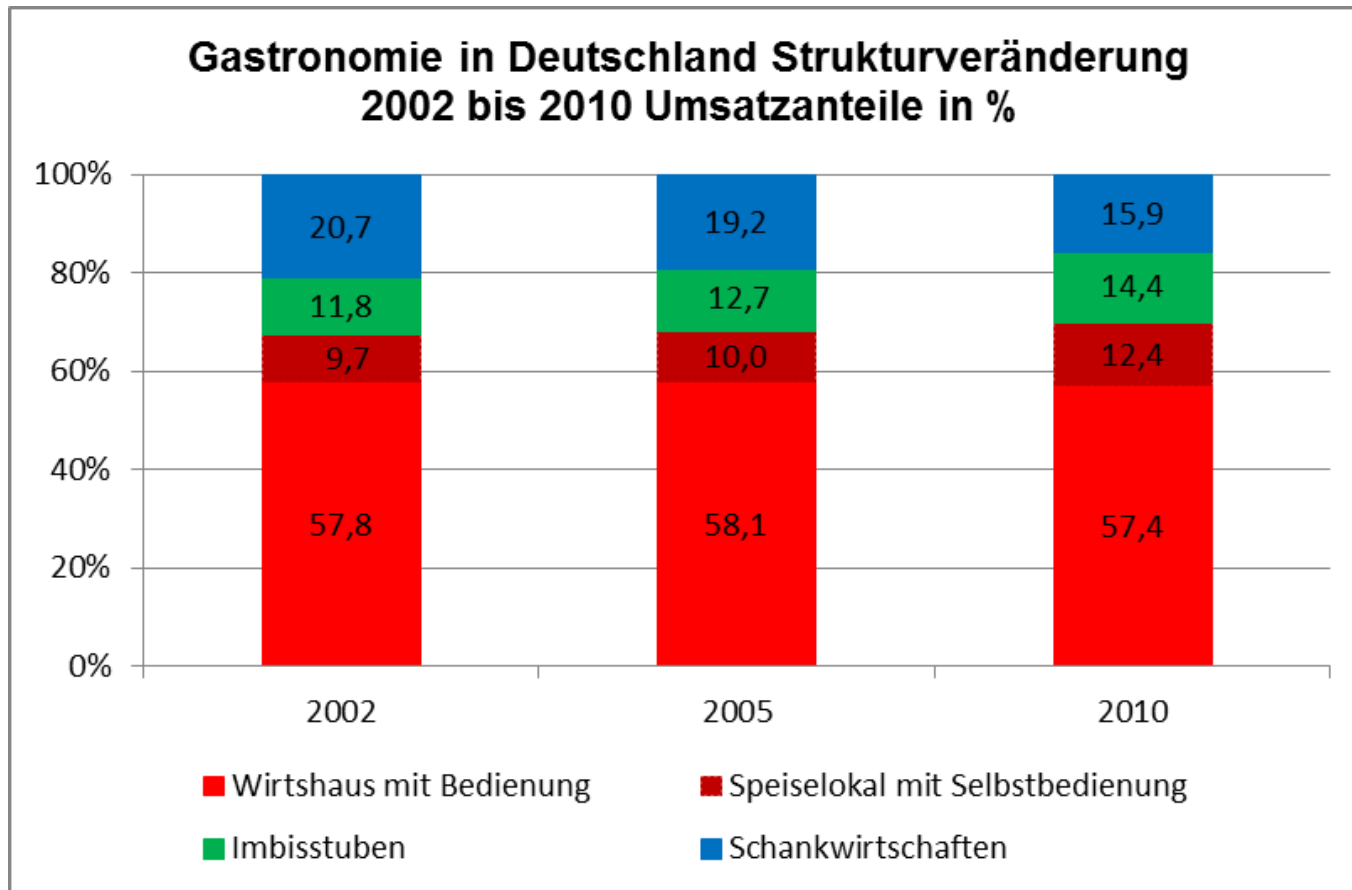
**→ Das traditionelle bayerische Wirtshaus ist ein wichtiges Kulturgut, dessen Erhalt und Wiederbelebung im Interesse der Bürger, der Politik und der Gesellschaft insgesamt sein muss!**

## 5.1.1 Analyse Gastronomie – Deutschland – langfristig



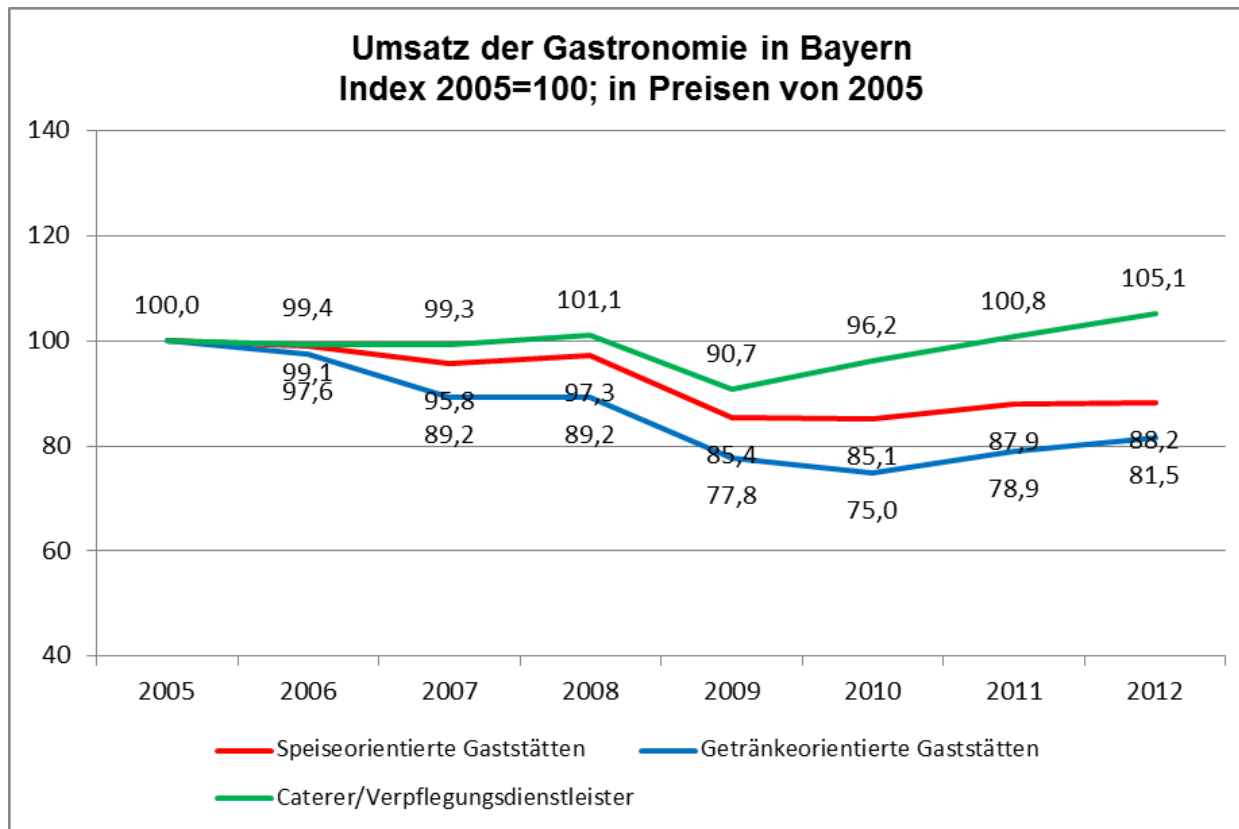
Die Entwicklung der Gastronomie in Deutschland zeigt – in preisbereinigten Umsatzwerten – schon seit etwa 20 Jahren nach unten. Nur der Bereich „Catering ...“ konnte sein Niveau in etwa halten. Der Rückgang seit 1994 ist in der getränkeorientierten Gastronomie besonders stark auf ein Niveau von etwa 43% (=75,3:176,7). Auch bei den Speisegaststätten verzeichnen wir einen starken Rückgang auf etwa 58%.

## 5.1.2 Analyse Gastronomie – Deutschland – mittelfristig



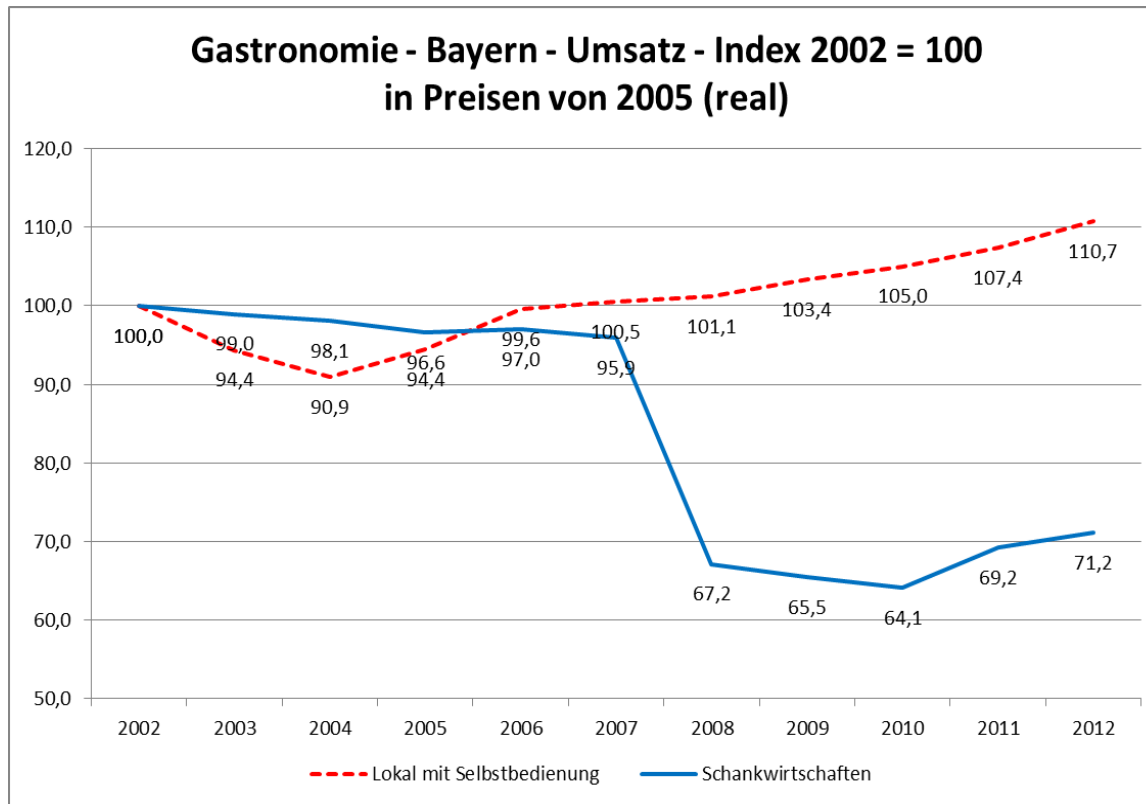
Die Umsatzstruktur im Bereich Gaststätten hat sich im letzten Jahrzehnt deutlich verändert. Dabei bleibt das Wirtshaus mit Bedienung in etwa auf dem gleichen Niveau. Der Umsatzanteil der Schankwirtschaften geht deutlich von etwa 21% auf etwa 16% zurück. Die Speiselokale mit Selbstbedienung und auch die Imbissstuben legen jeweils stark zu.

## 5.1.3 Analyse Gastronomie – Bayern – mittelfristig



Auch in Bayern geht der Umsatz in der Gastronomie zurück. Nach dem Krisenjahr 2009 und dem Tiefpunkt im Jahr 2010 setzte im Jahr 2011 eine gewisse Erholung auf niedrigem Niveau ein. (ACHTUNG: Es gab eine Umstellung der Statistik auf größere Betriebe – daher sind die Werte bei der getränkeorientierten Gastronomie in 2011 wohl überschätzt!) Die strukturelle Veränderung wird deutlich: Das Catering tendiert nach oben, die Speiselokale und die Getränkelokale bleiben unter dem Vorkrisenniveau von 2008 und auch unter dem Niveau von 2005.

## 5.1.4 Analyse Gastronomie – Bayern – speziell



Ein ausgewählter Vergleich der Schankwirtschaften, einem wesentlicher Teil der getränkeorientierten Gastronomie, mit den Selbstbedienungslokalen zeigt einen extremen Unterschied. Das Jahr 2008 – mit dem ersten gesetzlichen Rauchverbot in Bayern – wirkte für die Schankwirtschaften wie ein „Meteoriteneinschlag“. Der Umsatz reduzierte sich um etwa ein Drittel. Der im Jahr 2011 folgende Anstieg muss „relativiert“ werden – wegen der Änderung der Datenbasis (siehe Folie 14). Währenddessen zeigen die Selbstbedienungslokale seit 2004 einen stetigen Aufwärtstrend.

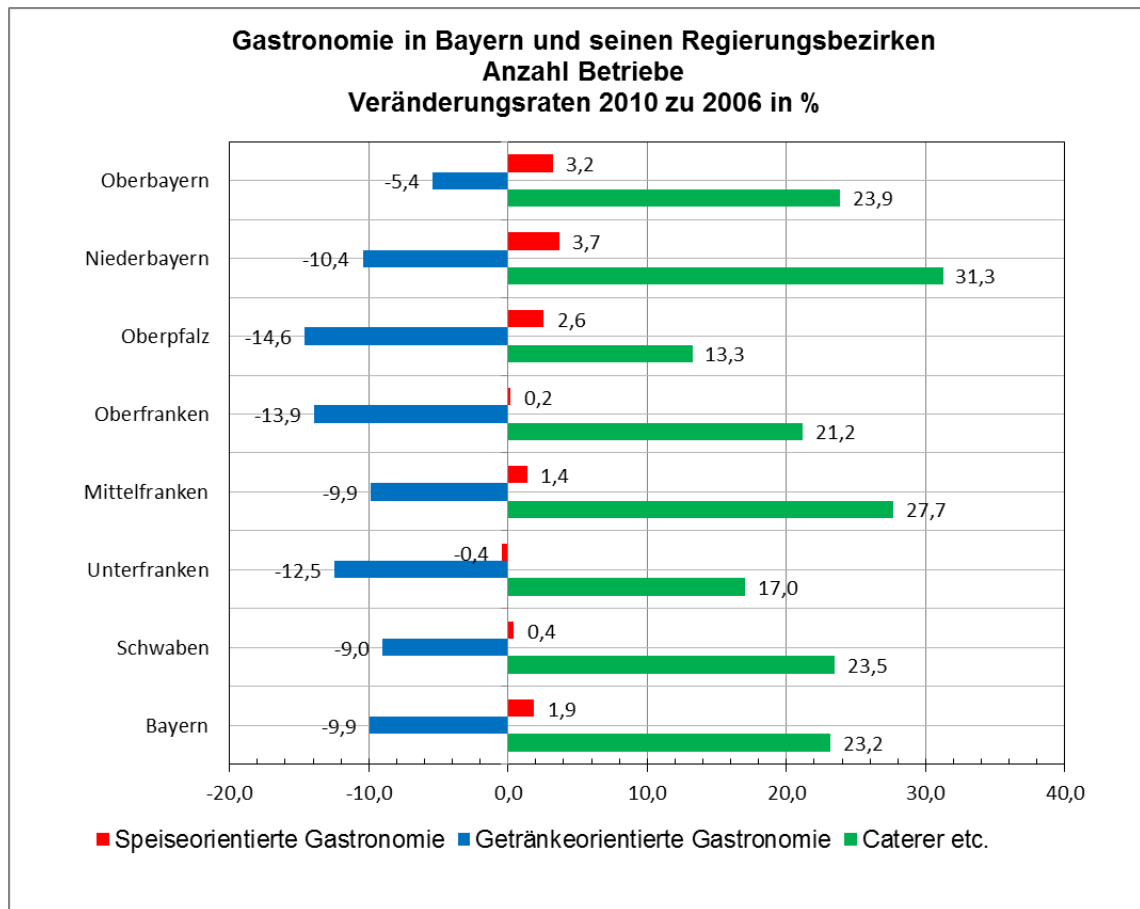
## 5.1.5 Analyse Gastronomie – Bayern – Stadt/Land – Tourismus

Gastronomie in Bayern - Städte gegenüber Landkreisen mit mehr oder weniger Tourismus					
		Kreisfreie Städte	Landkreise mit viel Tourismus	Landkreise mit weniger Tourismus	Bayern insgesamt
<b>Speisorientierte Wirtshäuser</b>	Anzahl 2006	8.558	4.841	10.419	23.818
	Anzahl 2010	8.826	4.934	10.506	24.266
	Veränderung 2010 zu 2006 in %	<b>3,1</b>	<b>1,9</b>	<b>0,8</b>	<b>1,9</b>
<b>Getränkeorientierte Wirtshäuser</b>	Anzahl 2006	1.872	1.506	3.402	6.780
	Anzahl 2010	1.828	1.325	2.955	6.108
	Veränderung 2010 zu 2006 in %	<b>-2,4</b>	<b>-12,0</b>	<b>-13,1</b>	<b>-9,9</b>

Die Anzahl der Gaststätten in Bayern entwickelte sich zwischen 2006 und 2010 in den Städten im Vergleich zu den tourismusintensiven und nicht tourismusintensiven Landkreisen unterschiedlich. Bei den Speiselokalen gab es in den Städten eine Zunahme von etwa +3% und nur ca. 2% bzw. ca. 1% in den Landkreisen mit bzw. ohne Tourismus. Bei den Schankwirtschaften gab es überall einen Rückgang, der in den Städten mit -2,4% geringer ausfiel als auf dem Land. Dort war, unabhängig vom Tourismus, ein zweistelliges Minus (zwischen 12 und 13%) zu verzeichnen.



## 5.1.6 Analyse Gastronomie – Bayern – Regierungsbezirke



Die Gastronomie verändert sich in den einzelnen Regierungsbezirken unterschiedlich. Die Anzahl der Speiselokale nimmt in Oberbayern, Niederbayern und der Oberpfalz deutlich zu, in Oberfranken und Schwaben bleibt sie weitgehend unverändert. Das Catering nimmt überall stark bis sehr stark zu. Die Getränkelokale verzeichnen in der Oberpfalz, in Ober- und Unterfranken einen überdurchschnittlichen Rückgang.

## 5.1.7 Analyse Gastronomie – Bayern – Gemeinden (1)

Gemeinden ohne speisenorientiertes Wirtshaus 2010			
Regierungsbezirk	Anzahl Gemeinden ohne Wirtshaus	Gemeinden Anzahl	Anteil Gemeinden ohne Wirtshaus in %
Oberbayern	33	500	6,6
Niederbayern	44	258	17,1
Oberpfalz	45	226	19,9
Oberfranken	29	214	13,6
Mittelfranken	25	210	11,9
Unterfranken	40	308	13,0
Schwaben	71	340	20,9
<b>Bayern insgesamt</b>	<b>287</b>	<b>2.056</b>	<b>14,0</b>

In Bayern hat etwa jede 7. Gemeinde kein eigenes speiseorientiertes Wirtshaus mehr. Das waren im Jahr 2010 insgesamt 287 von 2.056 Gemeinden (ca. 14%). Oberbayern liegt deutlich besser, Schwaben und die Oberpfalz liegen deutlich schlechter als der Landesdurchschnitt. Die Gesamtsituation hat sich seit 2006 nur unwesentlich verändert. Damals gab es 285 Gemeinden ohne Wirtshaus).

## 5.1.8 Analyse Gastronomie – Bayern – Gemeinden (2)

Gemeinden ohne getränkeorientiertes Wirtshaus 2006 und 2010				
Regierungsbezirk	Gemeinden ohne Schankwirtschaft 2006	Anteil Gemeinden ohne Schankwirtschaft 2006	Gemeinden ohne Schankwirtschaft 2010	Anteil Gemeinden ohne Schankwirtschaft 2010
Oberbayern	174	34,8	201	40,2
Niederbayern	76	29,5	86	33,3
Oberpfalz	53	23,5	72	31,9
Oberfranken	37	17,3	51	23,8
Mittelfranken	41	19,5	59	28,1
Unterfranken	104	33,8	129	41,9
Schwaben	137	40,3	154	45,3
<b>Bayern insgesamt</b>	<b>622</b>	<b>30,3</b>	<b>752</b>	<b>36,6</b>

Jede 3. Gemeinde in Bayern hat kein eigenes getränkeorientiertes Wirtshaus (Kneipe) mehr. Das waren im Jahr 2010 insgesamt 752 von 2.056 Gemeinden (ca. 37%). Oberbayern, Unterfranken und Schwaben liegen schlechter, Oberfranken und Mittelfranken liegen besser als der Landesdurchschnitt. Die Situation hat sich zwischen 2006 und 2010 deutlich verschärft (Anstieg von 622 auf 752).

## 5.1.9 Analyse Gastronomie – Bayern – Bundesländer

Gemeinden (bis zu 5.000 Einwohner) ohne speisenorientiertes Wirtshaus - nach Bundesländern, 2010				
Bundesland	Gemeinden Anzahl insgesamt	Gemeinden bis 5.000 Einwohner Anzahl	Anzahl Gemeinden bis 5.000 E. ohne Wirtshaus	Anteil in % Gemeinden bis 5.000 E. ohne Wirtshaus
Baden-Württemberg	1.101	588	72	12,2
Hessen	426	120	10	8,3
<b>Bayern</b>	<b>2.056</b>	<b>1.514</b>	<b>287</b>	<b>19,0</b>

Im Vergleich zu den Nachbar-Bundesländern Baden-Württemberg und Hessen liegt Bayern beim Anteil von Gemeinden ohne Wirtshaus deutlich zurück (bezogen auf Gemeinden bis zu 5.000 Einwohner). In Bayern ist im Jahr 2010 fast jede 5. dieser kleineren Gemeinden ohne speisenorientiertes Wirtshaus. In Baden-Württemberg sind es „nur“ etwa 12%, in Hessen etwa 8%.

## 5.2.1 Analyse Verbraucherverhalten – Warenkorb, international

Verbraucherverhalten im internationalen Vergleich (Warenkorb 2010)				
Anteile im Warenkorb des Verbraucherpreisindex in %				
	Deutsch- land	Österreich	Schweiz	Italien
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	10,3	11,7	10,3	16,0
Restaurants, Cafes, Straßenverkauf u. Ä.	3,0	6,5	6,8	7,9

Die Bedeutung der Nahrungsmittel und der Gastronomie lässt sich – im internationalen Vergleich – anhand der entsprechenden Anteile im offiziellen, derzeit amtlich gültigen Warenkorb des Endverbrauchers beurteilen. Während in Deutschland im Jahr 2010 nur etwa 3% des monatlichen Budgets in der Gastronomie ausgegeben werden, ist dieser Anteil z.B. in Österreich mehr als doppelt so hoch. Und in der Schweiz und Italien liegen die Anteile sogar noch höher.

## 5.2.2 Analyse Verbraucherverhalten – Trends

Auf der Basis der Experteninterviews, der Umfragen und durch die Einbeziehung anderer Studien können folgende für die Gastronomie relevante (teils widersprüchliche) Veränderungen des **Verbraucherverhaltens** zusammengefasst dargestellt werden.

- **Qualitätsbewusstsein** der Gäste steigt, die Qualität wird sogar als wichtiger angesehen als das Preis-Leistungs-Verhältnis oder der Preis an sich. Beim klassischen Wirtshausbesuch haben die Gäste hohe Erwartungen an die Qualität und Vielfalt der Speisen und Getränke.
- Präferenz für **Schnell und Preiswert (Fast Food etc.)**: Insbesondere die Jüngeren bevorzugen die vielfältigen Möglichkeiten von Fast Food. Aber auch viele Berufstätige und Ältere zeigen ein zunehmendes Interesse am „schnellen“ und preisgünstigen Essen, sei es in Imbissecken von Metzgereien und Bäckereien, in Imbissstuben, in Möbelhäusern, Baumärkten oder Einkaufszentren.
- **Hohe Mobilität**: Für ein gutes Wirtshaus nimmt man – wie für viele andere Freizeitangebote auch – gerne einen weiteren Weg in Kauf. Die Bedeutung des „Wirtshauses im Ort“ ist zurückgegangen.
- **Rückzug ins Private**: Insbesondere durch unregelmäßige Arbeitszeiten, den zunehmenden beruflichen Stress und die neuen Medien (Internet, Facebook, Twitter, Smartphone ...) ist ein Rückzug in die „eigenen vier Wände“ festzustellen. Vereine und Kirchen beklagen dies genauso wie die Gastronomie.

## 5.2.3 Analyse Gastwirte – Befragungen, Beobachtungen, Interviews (1)

Aus der Online-Umfrage, den Beobachtungen in ausgewählten Wirtshäusern und den zahlreichen Experteninterviews und ergaben sich die folgenden Punkte zur Beschreibung der aktuellen **Situation der Gastwirte in Bayern**.

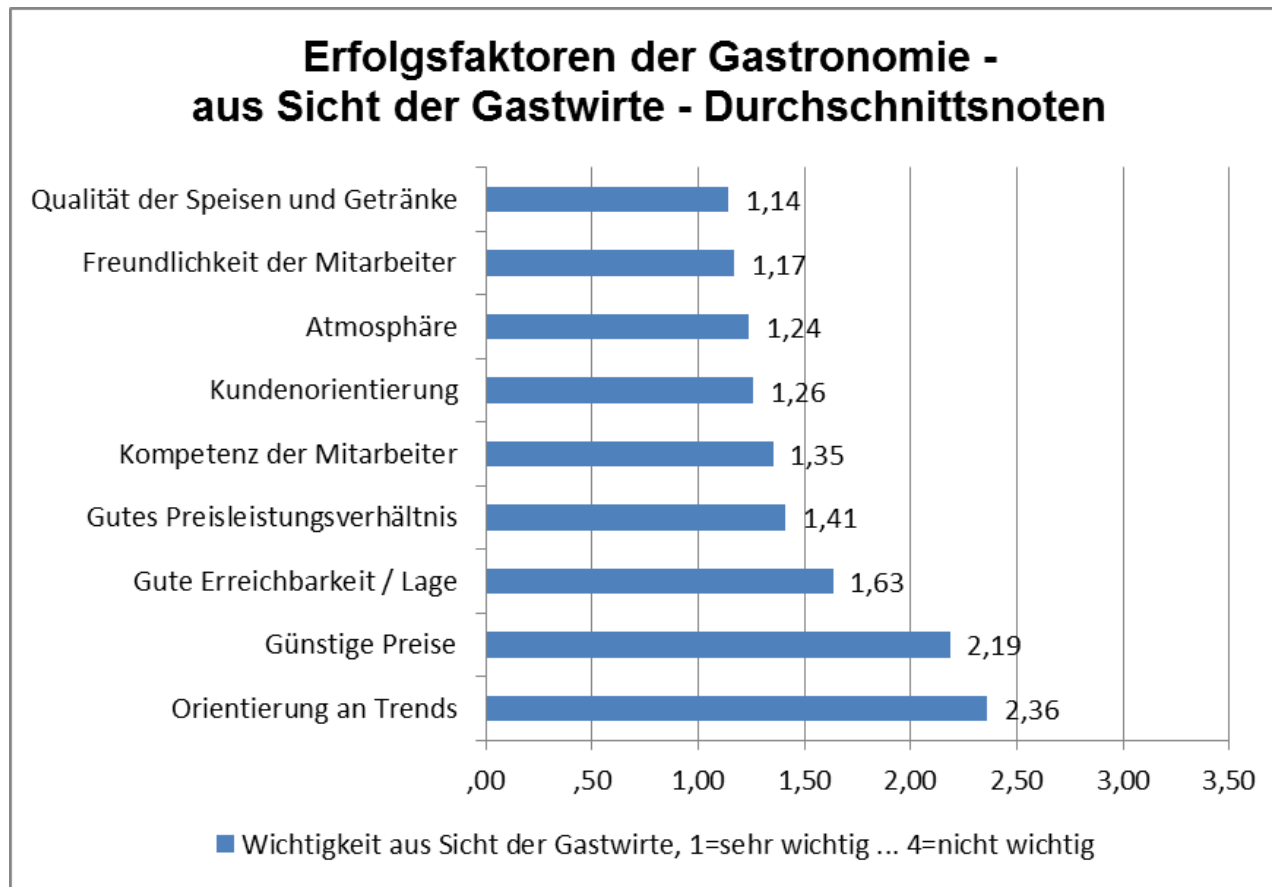
- Den getränkeorientierten Wirtshäusern geht es deutlich schlechter als den speisenorientierten. Hier wird insbesondere die Auswirkung des Rauchverbots beklagt.
- Die Gastwirte vermissen die Flexibilität und Kommunikationsbereitschaft der Behörden, insbesondere durch Hinweise auf Ausnahmegenehmigungen oder eine Ausnutzung des Ermessensspielraums (z.B. bei Parkplätzen und brandschutzrechtlichen Auflagen).
- Ein großes Problem vieler Gastwirte ist die Suche nach Nachfolgern. Neben bürokratischen Hürden werden auch die Arbeitsbedingungen und die fehlende Anerkennung gesehen.
- Gute Mitarbeiter und Auszubildende zu finden, ist häufig sehr schwierig. Dabei bekennen sich die Gastwirte zu ihrer verantwortungsvollen Rolle als Ausbildungsbetriebe.
- Das Wirtshaus – insbesondere das Dorfwirtshaus – ist wichtig für das Zusammenkommen, Feiern, Diskutieren. Gerade in diesen Talkshow- und Facebook-Zeiten sind Orte für persönliche Gespräche und Begegnungen sehr wichtig, sogar essenziell für eine funktionierende Demokratie.

## 5.2.3 Analyse Gastwirte – Befragungen, Beobachtungen, Interviews (2)

- Die Situation der Gasthäuser „auf dem Land“ ist deutlich schlechter als in den Städten. Aber auch dort ist eine hohe Fluktuation (Betriebsschließungen und Neugründungen) zu verzeichnen.
- Die schlechte Gewinnsituation verhindert bei vielen Wirten notwendige Investitionen. Daher wird ein reduzierter Mehrwertsteuersatz gefordert – mit Verweis auf Investitionen in der Hotellerie seit dem dort reduzierten MwSt-Satz.
- Die Wirte sind offen gegenüber neuen Konzepten – sollten aber noch mutiger und kreativer sein, z.B. durch Kooperationen untereinander und mit anderen Partnern.
- Die Wirte legen Wert auf ihre unternehmerische Freiheit, sie verlangen gleiche Wettbewerbsbedingungen und wünschen sich mehr Kooperationsbereitschaft von Seiten der Behörden.
- Dort, wo das Wirtshaussterben schon in vollem Gange ist – in vielen ländlichen Regionen – sollte aus Sicht der Wirte der Staat eingreifen: Förderprogramme für den „ländlichen Raum“ und aus dem EU-Haushalt müssen hier gezielt eingesetzt werden.

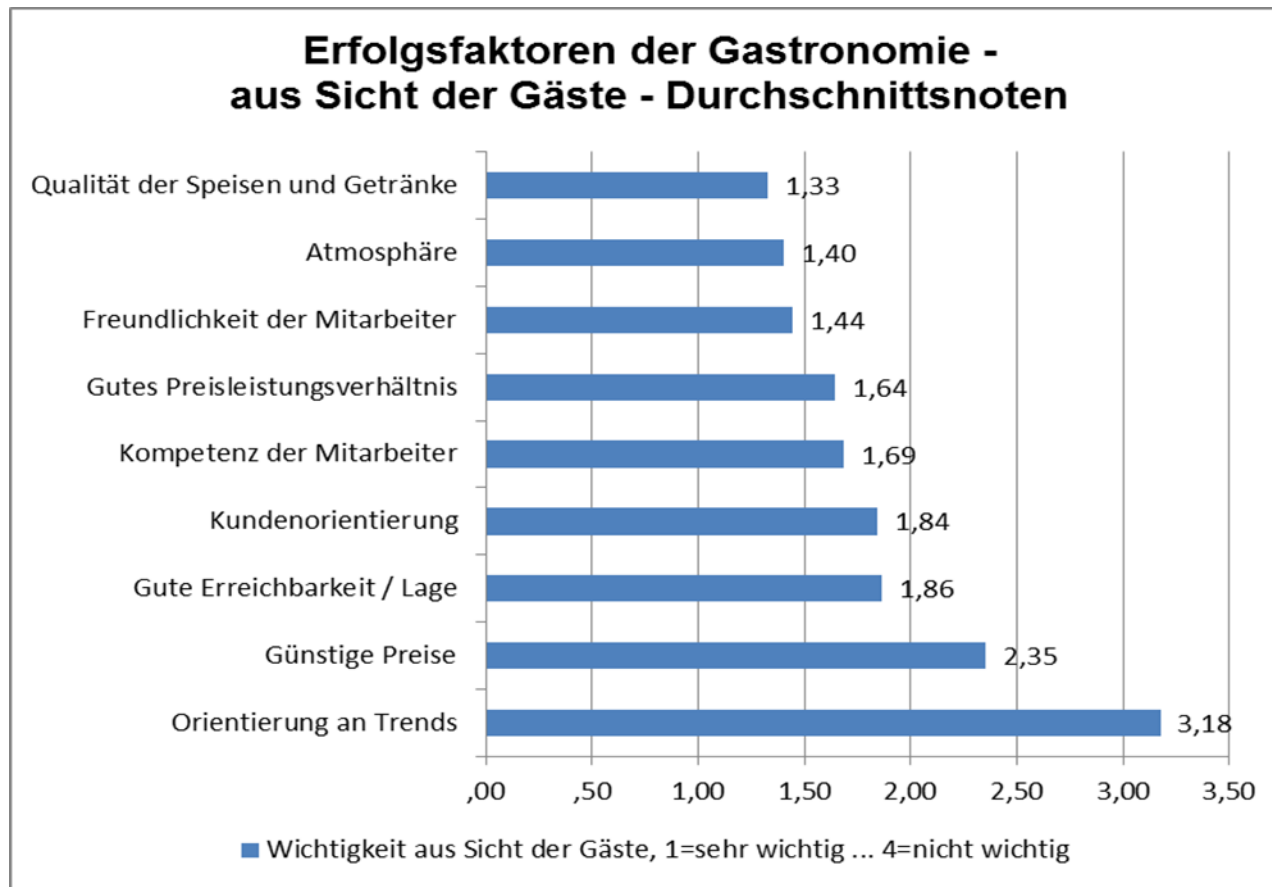


## 5.2.4 Analyse Erfolgsfaktoren – Gastwirte (Online-Umfrage 2012)



Für die Gastwirte sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren der Gastronomie die Qualität der Speisen und Getränke, die Freundlichkeit des Personal und die Atmosphäre. Das gute Preis-Leistungs-Verhältnis wird als viel wichtiger angesehen als günstige Preise. Die „Orientierung an Trends“ liegt ganz hinten.

## 5.2.5 Analyse Erfolgsfaktoren – Gäste (Online-Umfrage 2012)



Für die Gäste sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren der Gastronomie ebenfalls die Qualität der Speisen und Getränke, die Freundlichkeit des Personal und die Atmosphäre. Das gute Preis-Leistungs-Verhältnis wird ebenfalls als viel wichtiger angesehen als günstige Preise. Die gute Erreichbarkeit und die Orientierungen an Trends werden weniger wichtig genommen, als dies die Wirte sehen.

## 6. Datenquellen

- 5.1.1 und 5.1.2 Statistisches Bundesamt, Umsatzstatistik
- 5.1.3 und 5.1.4 Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Umsatzstatistik
- 5.1.5 und 5.1.6 Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Unternehmensregister
- 5.1.7 bis 5.1.9 Forschungsdatenzentrum des Bayerischen Landesamts für Datenverarbeitung, Unternehmensregister, exklusive Datenlieferung
- 5.2.1 Online-Datenbank der OECD;  
<http://stats.oecd.org/Index.aspx?QueryId=22377#>
- 5.2.4 und 5.2.5 Eigene Datenerhebung, Online-Umfrage über Homepage des VEBWK

**VIELEN DANK  
FÜR IHRE  
AUFMERKSAMKEIT!**