



Pressemitteilung

Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.



FRANKENWEIN

Der Wein mit Charakter.

Auf Regionalität setzen, um im weltweiten Wettbewerb zu bestehen: DEHOGA Bayern und Fränkischer Weinbauverband bauen Kooperation aus

Der Präsident des Fränkischen Weinbauverbands e.V. Artur Steinmann und DEHOGA-Bayern Präsident Ulrich N. Brandl vereinbaren gemeinsame Wege bei der Stärkung des Tourismuslandes Bayern

(München / Würzburg) Eine Leitökonomie des 21. Jahrhunderts stellt für Bayern der Tourismus dar, der im ländlichen Raum vor allem von Gastronomie und Hotellerie, sowie dem Ernährungshandwerk getragen wird. Hierzu zählt auch der Fränkische Weinbauverband e.V. Und gerade die regionalen Spezialitäten wie der Frankenwein tragen in Deutschlands Genussland Nr. 1 – Bayern – dazu bei, dass Besucher und Touristen sich wohl fühlen, denn eine intakte Kulturlandschaft ist dabei die wichtigste Voraussetzung und sichert den Erhalt von Arbeitsplätzen im ländlichen Raum, aus dem sich die meisten anderen Branchen schon verabschiedet haben.

Der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern und der Fränkische Weinbauverband e.V. haben sich zum Ziel gesetzt, gemeinschaftlich den Tourismus und damit den ländlichen Raum in Bayern nachhaltig zu stärken. Um dies zu erreichen, werden beide Verbände bei der Verfolgung ihrer branchenpolitischen Forderungen konsequent zusammenarbeiten.

So sind hinsichtlich der **Tourismusstrukturen** für DEHOGA Bayern-Präsident Ulrich N. Brandl und Weinbaupräsident Artur Steinmann effiziente Strukturen *der* Erfolgsfaktor in der Tourismusbranche. „Die Tourismusstruktur und die touristische Vermarktung sollten sich konsequent an touristischen Destinationen und nicht an politischen Grenzen orientieren“, fordert Steinmann. Da modernes Tourismusmarketing auch auf Einnahmen und Gewinne ausgerichtet ist, sollten sich private Leistungsträger vor Ort stärker einbringen können. Gefördert werden müsse auch eine konsequente Aufgabenverteilung, die Verbesserung der Zusammenarbeit aller Beteiligten sowie die Konzentration auf die wesentlichen Aufgabenbereiche. „Ganz entscheidend ist ein zentrales Marketing, jedoch nicht ohne eine nachvollziehbare und faire Verteilung der Nachfrage innerhalb der Landesgrenzen“, ergänzt Brandl.

Seite 1 von 3

Seite 2 von 3

Während das Thema Tourismusstrukturen innerhalb Bayerns gelöst werden kann und muss, gilt es bei der geforderten **Verlängerung der Pflanzrechtregelung** für Wein, europäische Bretter zu bohren. Die Verlängerung würde dazu beitragen, auch über das Jahr 2015 hinaus der weltweiten Überproduktion bei Wein entgegenzuwirken, ohne dass es den Steuerzahler auch nur einen Cent kostet. „Die Pflanzrechtregelung schützt unsere klassischen Weinlagen, vor allem in den Steil- und Terrassenlagen entlang des Mains. Die Möglichkeit, ohne Beschränkung in der Ebene Reben zu pflanzen, hätte eine Abwanderung der Winzerinnen und Winzer aus den Steil- und Terrassenlagen in die Ebene zur Folge. Dies würde das Ende des traditionellen Weinbaus in vielen Gegenden bedeuten und die Industrialisierung des Weinbaues fördern“, erklärt Artur Steinmann. „Dabei sind es insbesondere die Steil- und Terrassenlagen einer Weinbauregion, die als reizvolle Kulturlandschaften das Rückgrat des immer beliebter werdenden Weintourismus bilden. Von den Synergieeffekten zwischen Wein und der regionalen Gastronomie und Hotellerie profitiert der gesamte ländliche Raum“, fügt Ulrich N. Brandl hinzu. Die Zukunft des fränkischen Weinbaus liegt in einer weiteren und schärferen Profilierung des Frankenweins und der Herausstellung seiner Einzigartigkeit. Die fränkischen Betriebe müssen die Möglichkeit haben, sich durch die Produktion von qualitativ hochwertigen Weinen und einer weiteren Diversifizierung für die zunehmende Konkurrenz auf dem nationalen und internationalen Markt zu behaupten.

Beim Thema **Sicherung des Fach- und Arbeitskräftebedarfs** fordern die Präsidenten des Weinbauverbandes und des DEHOGA Bayern eine Gesamtstrategie von Politik und Wirtschaft, die sowohl Qualifizierung und Aktivierung des inländischen Erwerbspersonenpotenzials in den Blick nimmt als auch – zeitgleich – Zuwanderungsfragen arbeitsmarktorientiert angeht. Ulrich N. Brandl: „Unsere Branche geht dabei den ganzheitlichen Weg der Nachwuchsförderung, beginnend mit betrieblichen Patenschaften für allgemeinbildende Schulen, der strukturierten Durchführung von Schnupperpraktika unter Einbindung der Eltern und einer wertschätzenden Ausbildung mit regelmäßigen Feedback-Gesprächen.“ Im Rahmen der „begleiteten Karriere“ betreuen Betriebe ihre ehemaligen Auszubildenden auch über die Ausbildung hinaus während der Erfahrungsaufenthalten in anderen Betrieben und dem Ausland, um ihnen danach wieder im eigenen Betrieb Aufstiegschancen zu bieten. „Klare Zielsetzung ist es, Abbruch- und Abwanderquoten zu verringern. Eine flächendeckend gute Ausbildung, die im Respekt vor den Azubis das erforderliche Können und Wissen wertschätzend vermittelt, hat höchste Priorität“, erläutert Steinmann.

Der Fränkische Weinbauverband e.V. und der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern greifen aber auch Branchenthemen auf, die zu finanziellen Belastungen führen oder unfaire Wettbewerbsbedingungen darstellen. So begrüßen beide Verbände die Ablehnung des **Hygiene-Barometers** durch die Politik, bekennen sich aber weiterhin kompromisslos zur Einhaltung der strengen gesetzlichen Lebensmittelhygieneregelungen, da Verbraucherschutz und eine gute

Seite 3 von 3

Hygienepraxis in der Gastronomie und im Weinbau seit je her höchste Priorität haben. „Jeder, der hygienische Missstände zu verantworten hat, schädigt das Image der Branche. Bei gravierenden Verstößen bietet das geltende Recht jedoch bereits heute ausreichend Sanktionsmöglichkeiten bis hin zur Betriebsschließung“, erläutert Weinbaupräsident Artur Steinmann. Dieses Instrumentarium muss im Sinne eines nachhaltigen Verbraucherschutzes voll ausgeschöpft werden. „Gleichzeitig setzen wir, um einen hohen Qualitätsstandard zu sichern, präventiv auf eine Aufklärung der in der Branche Tätigen“, so DEHOGA Bayern-Präsident Ulrich N. Brandl, „daher haben wir zur Erhaltung und Steigerung der Qualität im Bayerischen Gastgewerbe den **GastroManagementPass** eingeführt.“

Die Vorgehensweise und die Forderungen der urheberrechtlichen **Verwertungsgesellschaften GVL und GEMA** werden seitens beider Verbände kritisiert. Sie machen einmal mehr deutlich, dass dringender gesetzgeberischer Handlungsbedarf besteht. Denn mit einer bisher noch nie dagewesenen Vorgehensweise spielt die GEMA ihre übermächtige Stellung gegenüber den Musiknutzern aus: Ohne jegliche Bereitschaft, Kompromisse zu suchen oder zu verhandeln, hat sie neue Tarife vorgelegt, die bereits ab 1. Januar 2013 zur Anwendung kommen sollen und zu gewaltigen Gebührenerhöhungen führen. „Hierbei haben die Betriebe und Festveranstalter die Wahl zwischen Pest und Cholera“, so Ulrich N. Brandl, Präsident des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA Bayern, „denn entweder müssen sie diese Mehrkosten auf die Preise umschlagen – mit dem Erfolg, dass sich keiner mehr einen Besuch leisten kann, oder sie können gleich zusperrern, wohl wissend, dass diese Beiträge am Markt nicht mehr durchsetzbar sind.“ „Einhergehend mit den Verlusten in der Gastronomie leiden in der zweiten Wertschöpfungsstufe auch unsere Winzer, unter dem Strich könnte dies dazu führen“, so Steinmann, „dass die GEMA weniger Einnahmen erzielt, als vor der geplanten Erhöhung.“

Was die **Bettensteuer** angeht, begrüßen beide das aktuelle Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes in Leipzig, das die Übernachtungssteuer für teilweise verfassungswidrig erklärt hat. Konkret entschieden die Leipziger Richter, dass kommunale Steuern nur auf privat veranlasste entgeltliche Übernachtungen zulässig sind, nicht jedoch auf beruflich zwingend erforderliche. „Ich kann jeder Kommune nur dringend empfehlen, touristisch bedingte Übernachtungen nicht durch eigens konstruierte Abgaben künstlich zu verteuern“, so Brandl, „denn der Tourismus ist die Zukunftsbranche Deutschlands, seine Bedeutung wird völlig unterschätzt.“ Steinmann zieht als Fazit: „Während andere Branchen staatlich subventioniert werden, wird ständig versucht, den Tourismus an allen Ecken und Enden auszuquetschen.“ Der Tourismus ist eine Leitökonomie, es wird höchste Zeit, der gestiegenen Bedeutung entsprechend konsequent für faire Wettbewerbsbedingungen zu sorgen um hierdurch alle Regionen Bayerns nachhaltig zu stärken.

- Ende der Pressemitteilung -