



Baden-Württemberg

MINISTERIUM DER JUSTIZ UND FÜR EUROPA
DER MINISTERIALDIREKTOR

Ministerium der Justiz und für Europa Baden-Württemberg • Pf. 103461 • 70029 Stuttgart

An die
Präsidentin des Landtags
von Baden-Württemberg
Frau Muhterem Aras
Haus des Landtags
Konrad-Adenauer-Str. 3
70173 Stuttgart

Datum 24.11.2017
Name Herr Zink
Durchwahl 0711 279-2414
Aktenzeichen T-7006/4360.0-50/1
(Bitte bei Antwort angeben)

nachrichtlich:

Staatsministerium

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und
Wohnungsbau

Ministerium für Ländlichen Raum und
Verbraucherschutz

 **Kleine Anfrage des Abgeordneten Karl Rombach CDU**
- **Tourismus im Wahlkreis 54 Villingen-Schwenningen**
- **Drucksache 16/2925**

Sehr geehrte Frau Landtagspräsidentin,

das Ministerium der Justiz und für Europa beantwortet die Kleine Anfrage im Einvernehmen mit dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau sowie mit dem Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz wie folgt:

1. *Wie hoch waren die Übernachtungszahlen in Baden-Württemberg sowie im Landtagswahlkreis 54 seit 2012 (tabellarische Darstellung)?*

In Bezug auf die Übernachtungszahlen wird auf die beigefügte Tabelle des Statistischen Landesamtes „Tourismusdaten Baden-Württembergs 2012 bis 2016“ verwiesen (Anlage 1). Die Daten stammen aus der monatlichen Tourismusstatistik und beziehen sich auf Einrichtungen für die vorübergehende Beherbergung (unter zwei Monaten) von Gästen. Es werden Beherbergungsstätten mit zehn und mehr Betten sowie Campingplätze mit zehn und mehr Stellplätzen erfasst. Kleinbetriebe mit weniger Betten bzw. Stellplätzen sind also in der Darstellung eben so wenig enthalten wie das Dauercamping bei den Campingplätzen.

2. *Wie viele Personen sind in Vollzeit, Teilzeit und Ausbildung in der Tourismusbranche im Wahlkreis 54 seit 2012 tätig (tabellarische Darstellung)?*

In Bezug auf die Zahlen zur Beschäftigung in der Tourismusbranche im Wahlkreis 54 wird auf beigefügte Tabelle „Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort“; Datenquelle: Beschäftigtenstatistik der Bundesagentur für Arbeit (Anlage 2) verwiesen. Die Zahlen beziehen sich auf den Wirtschaftszweig 2008 (WZ 08) der amtlichen Statistik. Eine Fokussierung auf die Beschäftigung im Tourismus sieht die amtliche Statistik nicht vor. Lediglich die Beschäftigung im Gastgewerbe kann separat ausgewiesen werden.

3. *Wie viele Ausbildungsplätze sowie Teil- und Vollzeitstellen sind in Baden-Württemberg und im Wahlkreis 54 nicht besetzt (tabellarische Darstellung)?*

Die amtliche Statistik kann für einen Wahlkreis keine Ausbildungsstellen abbilden, da diese nicht auf Gemeindeebene zur Verfügung stehen. Eine Darstellung des Ausbildungsstellenmarktes ist beigelegt (Anlage 3).

Die Zahlen zu den Teil- und Vollzeitstellen beziehen sich auf den Wirtschaftszweig 2008 (WZ 08) der amtlichen Statistik. Eine Fokussierung auf die Beschäftigung im Tourismus sieht die amtliche Statistik nicht vor. Lediglich die bei der Bundesagentur für Arbeit gemeldeten Arbeitsstellen im Gastgewerbe können separat ausgewiesen werden (Anlage 4).

4. *Was sind die hauptsächlichen Tourismusangebote im Wahlkreis 54 Villingen-Schwenningen?*

Das touristische Angebot im Wahlkreis 54 ist ausgesprochen divers, punktuell konzentriert, aber sowohl in seiner Bandbreite als auch in der Qualität durchaus prägend für die Ferienregion Schwarzwald. Orte wie Bad Dürreheim, Königsfeld, Furtwangen, St. Georgen, Schönwald, Schonach, Triberg und Villingen-Schwenningen tragen wesentlich zum Portfolio des Schwarzwald-Tourismus bei.

Bad Dürreheim ist der einzige Ort in der Ferienregion und in Baden-Württemberg mit einer dreifachen Prädikatisierung als Kneippkurort, Heilklimakurort und Sole-Heilbad. Das Wellness- und Gesundheitszentrum Solemar hält ein weit über den Wahlkreis hinaus strahlendes touristisches Angebot vor, das besondere Würdigung verdient. Mit dem Fahrrad-Rennen "Rothaus RiderMan" reiht sich Bad Dürreheim in die sportliche Angebotspalette des Schwarzwaldes genau so bedeutsam ein wie mit dem Fasnachtsmuseum Narrenschopf in das Bemühen um Authentizität und Bewahrung des Brauchtums.

Für Authentizität und lebendiges Brauchtum in der Region stehen auch Villingen-Schwenningen, Bräunlingen und das Brigachtal mit ihrer jeweils spezifischen Fasnacht. Bräunlingen hat in der Folge der Heimattage Baden-Württemberg 2012 deutlich an touristischem Profil gewonnen und steuert mit der Gauchachschlucht und dem Kirnbergsee auch wichtige Erlebnisziele zum Urlaubsportfolio bei. Villingen-Schwenningen ist ein bedeutender Knotenpunkt des "Rad- und Wanderparadieses Schwarzwald und Alb" und dank Münster, Benediktinerkirche mit Silbermann-Orgel, Franziskanermuseum mit volkskundlicher Schwarzwaldsammlung und dem Uhrenindustriemuseum auch ein gern besuchtes Städteziel kulturell interessierter Schwarzwaldurlauber.

Auch Orte wie Gütenbach, Furtwangen, Triberg steuern wesentliche Aspekte zum Schwarzwälder kulturellen Angebot bei: Das Deutsche Uhrenmuseum, die Antik-Uhrenbörse und die Hochschule Furtwangen University sowie zahlreiche moderne Industriebetriebe, von denen einige zu den Hidden Champions des Weltmarktes zählen, sind Belege für die gelungene Transformation Schwarzwälder Tüftlergeistes und Uhrmacherhandwerks in zukunftsfähige Nischenindustrie. Aus touristischer Sicht sind insbesondere die Triberger Wasserfälle, Schwarzwaldbahn und Schwarzwaldmuseum, Haus der 1000 Uhren und das Schwarzwaldmuseum in Triberg hervorzuheben. Ebenso, neben dem Uhrenmuseum, der Schwarzwald-Bike-Marathon mit Tausenden Teilnehmern in Furtwangen. In Gütenbach sind Träume aus Kindertagen zuhause: Fallers Miniaturwelten haben nicht nur unzählige Kinderherzen mit Schwarzwälder Architektur vertraut gemacht, die Modellbahnanlage in Gütenbach begeistert heute Zigtausende Besucher und ist ein wichtiges Tagesausflugsziel.

Fast 40 Prozent der touristischen Wertschöpfung entfallen im Schwarzwald auf die Wintermonate. Neben dem Hochschwarzwald im Süden und der Schwarzwaldhochstraße im Norden sind die Orte im Ferienland nicht nur

für Wintersportler und internationale Wettbewerbe in der Nordischen Kombination, sondern auch für "rein touristische" Angebote wie Wintercamping, Skilanglauf, Winterwandern, Schneeschuhtouren, Rodeln und Eislaufen von herausragender Bedeutung. Der legendäre Fernskiwanderweg Scho-nach-Belchen zieht jedes Jahr Hunderte Wintersportler in seinen Bann.

Das Ferienland Schwarzwald ist zugleich Vorreiter bei "allergikerfreundlichen" Unterkunftsangeboten mit ECARF-Siegel und gewichtiger Anbieter von familienfreundlichen Unterkünften.

Kulturinteressierte zieht es in St. Georgen ins Deutsche Phonomuseum, in die ehemalige Uhrenfabrik Staiger oder in die Sammlung Grässlin mit ihrer zeitgenössischen Kunst - jüngere Menschen auch zum Festival "Bergstadt-sommer". Wanderer finden im Ferienland zahlreiche und gute Wege wie Schwarzwälder Genießerpfade. Die Brigach entspringt in St. Georgen, die Breg bei Furtwangen - beide bringen bekanntlich "die Donau zuweg".

Daneben gibt es noch einige kleinere, wenn auch nicht unbedeutende, touristische Attraktionen im Wahlkreis 54 zu würdigen - etwa die Linachtaltal-sperre und den Wasserkraft- und Energieerlebnispfad in Vöhrenbach, das breite familienfreundliche Angebot in Unterkirnach, den Neckarweg bei Dauchingen, die Besucher-Bergwerkstollen in Niedereschach. Der mit über vier Metern "Weltgrößte Schwarzwälder Uhrenträger" steht in Triberg. Dort findet sich auch das "Kleinste Standesamt Deutschlands" und in Schön-wald das "Höchstgelegene Standesamt im Schwarzwald". Hervorzuheben ist noch Königsfeld - als Solarkommune, Kneippkurort, Heilklima-Kurort und zweite Heimat des "Urwalddoktors Albert Schweitzer".

5. Wie bewertet sie die Entwicklung des Tourismus im Wahlkreis 54?

Eine detaillierte Bewertung der Tourismusedwicklung für einzelne Orte ist nur bedingt möglich, da die Landesstatistik zum einen nur Gastgeber mit mehr als neun Betten erfasst, zum anderen Gemeinden wie Brigachtal, Dauchingen, Gütenbach, Mönchweiler, Niedereschach, Tuningen oder Villingendorf der statistischen Geheimhaltung unterliegen. An dieser Stelle soll deshalb auf die Entwicklung des Schwarzwald-Baar-Kreises abgehoben werden, zu dem fast alle touristisch relevanten verbleibenden Orte gehören. Eine Übersicht über die aktuellen Zahlen geöffneter Betriebe, angebotener Schlafgelegenheiten, Gästeankünfte und Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahr ist nachzulesen auf den Seiten 50-53 des Geschäftsberichtes 2016 der Schwarzwald Tourismus GmbH (Download unter <http://www.schwarzwald-tourismus.info/partnernet/geschaeftsberichte>).

Nach dem Geschäftsbericht der Schwarzwald Tourismus GmbH sind detailliert die Zahlen der letzten sieben Jahre auch für den Schwarzwald-Baar-Kreis aufgelistet. Demzufolge ist die Anzahl der Beherbergungsbetriebe von 235 in 2010 auf 206 in 2016 zurückgegangen. Das bedeutete einen Verlust an Übernachtungskapazität in den statisch erfassten Betrieben von 2.373 Betten. Im gleichen Zeitraum ist die Anzahl der Gäste um 17 Prozent auf 457.610 gestiegen, die Zahl der Übernachtungen allerdings nur um zwei Prozent auf 1.608.864. Blieben die Gäste 2010 im Schnitt noch 4,1 Tage im Landkreis, waren es 2016 nur noch 3,5 Tage. Aufgrund der stark gesunkenen Bettenzahl ist die Auslastung der verbliebenen Betriebe dennoch von 30,3 Prozent in 2010 auf 35,3 Prozent in 2016 gestiegen. Schwarzwaldweit lag die Auslastung der Gastbetriebe 2016 allerdings bei 38 Prozent. Im Schwarzwaldschnitt stiegen die Übernachtungszahlen von 2010 auf 2016 um etwa 14,5 Prozent, die Gästezahlen um mehr als 25 Prozent.

Diese Zahlen deuten an, dass im Schwarzwald-Baar-Kreis die Entwicklung der Gäste und Übernachtungszahlen hinter dem Durchschnitt der Region

zurückgeblieben ist. Der Marktaustritt von 2.373 Betten hat zwar zu einer Verbesserung der Auslastung der verbliebenen Betriebe geführt. Diese ist jedoch unterdurchschnittlich. Es ist offensichtlich nicht in ausreichendem Maße gelungen, den Trend zu immer kürzeren Aufenthalten durch einen starken Nachfragezuwachs ausreichend zu kompensieren.

Die Basis für eine Aufwertung des touristischen Images und eine damit verbundene Steigerung der Nachfrage wird dennoch positiv gesehen. Die Orte im Wahlkreis 54 können zum Portfolio des Schwarzwaldes eine Vielzahl bereichernder Attraktionen und punktueller Besucheranreize beisteuern. Es zeichnet sich ein starkes Engagement des Landkreises Schwarzwald-Baar in der Entwicklung des Tourismus und der Infrastruktur ab. Es fehlt jedoch aktuell die alle verbindende und für Außenstehende wahrnehmbare touristische Marketinglinie. Sie könnte kompensiert werden durch ein deutliches Bekenntnis zum Schwarzwald und eine stärkere Bindung an die Dachmarke "Schwarzwald - herz.erfrischend.echt".

Die geografische Ausdehnung des Landkreises erleichtert eine einheitliche Markenprofilierung keinesfalls. Das „Ferienland“ um Schonach-Schönwald-Triberg-St. Georgen" könnte mitten im Schwarzwald eine starke Position übernehmen, zu der auch die Uhrenstadt Furtwangen einen wichtigen Beitrag leisten kann. Villingen-Schwenningen und Bad Dürkheim positionieren sich eher „zwischen Schwarzwald und Alb". Um die Tourismusentwicklung zu fördern, könnte eine klare (Image-)Profilierung als Teil des Schwarzwaldes für die gesamte Region zuträglicher sein. Dies kann auch über eine Stärkung von einzelnen Werbegemeinschaften und deren Einbindung in die Tourismus-Strategie des Schwarzwaldes erfolgreich gelingen.

6. *Welche wirtschaftliche Bedeutung kommt der Tourismusbranche im Wahlkreis 54 zu?*

Die Frage nach der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus im Wahlkreis 54 lässt sich nicht valide beantworten - zumal wegen der statistischen Geheimhaltung die Zahlen mancher Orte nicht vorliegen. Auch ist nicht bekannt, wie viele der touristischen Attraktionen zusätzlich von Tagesausflüglern und Tagesreisenden genutzt werden.

Für den Schwarzwald-Baar-Kreis hat die Schwarzwald Tourismus GmbH eine Berechnung auf Grundlage der verfügbaren Zahlen für 2015 angestellt. Die Angaben zu den Privatübernachtungen darin beruhen auf Angaben der Orte, sofern diese dazu Angaben machen konnten. Die Anzahl der Tagesreisen sind nach den Erhebungen des DWIF hochgerechnet. Aus der so vereinfachten Berechnung ergibt sich für die Gemeinden des Landkreises ein Steueraufkommen aus dem Tourismus in Höhe von 9,5 Mio. Euro und ein touristischer Einkommensbeitrag (Nettowertschöpfung) von 205,6 Mio. Euro. Das entspricht einem Beschäftigungsäquivalent von 9.293 Vollzeitarbeitsplätzen und 27.879 anteilig beschäftigten Personen. Der relative Beitrag des Tourismus zum Primäreinkommen im Schwarzwald-Baar-Kreis liegt damit bei 4,5 Prozent.

7. *Was unternimmt sie zur Förderung des Tourismus in Baden-Württemberg sowie insbesondere im Wahlkreis 54 Villingen-Schwenningen?*

und

8. *Welche Mittel zur Tourismusförderung sind durch das Land in den letzten 10 Jahren in den Wahlkreis 54 geflossen (tabellarische Darstellung)?*

Mit dem Tourismusinfrastrukturprogramm fördert die Landesregierung zukunftsfähige Tourismusinfrastrukturvorhaben der Kommunen in Baden-Württemberg, um den Ausbau einer modernen Tourismusinfrastruktur im Land voran zu bringen. In den Jahren 2007 bis einschließlich 2017 wurden aus dem Tourismusinfrastrukturprogramm sowie den zwischenzeitlich abgeschlossenen beiden Sonderprogrammen „Sanfter Tourismus“ und „Nachhaltige Tourismusinfrastruktur“ die nachfolgend aufgeführten Tourismusinfrastrukturprojekte in den vom Wahlkreis 54 Villingen-Schwenningen umfassten Kommunen gefördert.

I. Förderungen aus dem Tourismusinfrastrukturprogramm				
Kommune	Jahr	Maßnahme	Invest	Zuschuss
Bad Dürrenheim	2008	Erweiterung Solemar zum "Clubzentrum für Wellness und Gesundheit"	1.590.080 €	795.040 €
Bad Dürrenheim	2013	Neugestaltung des Kurparks mit Gradierwerk, Salinenwelt und Prädikatsallee	2.577.232 €	1.066.867 €
Bad Dürrenheim	2017	Dachsanierung im Solemar Wellness- und Gesundheitszentrum	2.563.155 €	971.110 €
Königsfeld	2007	Neugestaltung des Freibades	1.950.000 €	487.500 €
Königsfeld	2008	Bau eines Natur-Sport-Parks beim Freibad	389.072 €	179.000 €
Königsfeld	2010	Neubau des Kurmittelhauses als Zentrum für Komplementärmedizin	1.615.175 €	200.000 €
Königsfeld	2014	Neubau einer barrierefreien Minigolfanlage mit Kioskgebäude	337.966 €	50.695 €
St. Georgen	2011	Erneuerung der Minigolfanlage	86.489 €	12.973 €
Schonach	2015	Neugestaltung des Kurparks	994.650 €	474.147 €
Vöhrenbach	2008	Sanierung der Linachtalsperre	2.972.243	100.000 €
II. Förderungen aus dem Sonderprogramm Sanfter Tourismus				

Königsfeld	2009	Arrondierung und Aufwertung Kurpark	137.700 €	50.050 €
Schönwald	2009	Barrierefreier Zugang Tourismusinformation im Rathaus	356.250 €	178.125 €
III. Förderung aus dem Sonderprogramm Nachhaltige Tourismusinfrastruktur				
Bad Dürkheim	2010	Energetische Sanierung der Lüftungsanlage im Clubzentrum für Gesundheit Solemar	300.000 €	103.000 €

Teile des Landkreises Schwarzwald-Baar sind Bestandteil der LEADER-Förderkulisse Südschwarzwald (LEADER-Aktionsgruppe Südschwarzwald). LEADER ist ein Instrument der Regionalentwicklung der Europäischen Union, um gebietsbezogene Entwicklungsstrategien in lokalen Aktionsgebieten umzusetzen. Zu den Handlungsfeldern der LEADER-Aktionsgruppe gehört unter anderem die Förderung der nachhaltigen Modernisierung der Tourismuswirtschaft. In LEADER wurden in der Vergangenheit zahlreiche Maßnahmen umgesetzt, die den Tourismus betreffen oder diesen mit unterstützen. Ziel der Maßnahmen war es, neben der Erschließung der Potenziale des Tourismus den ländlichen Raum als Wohn- und Arbeitsort attraktiv zu gestalten.

Die Förderung von touristischen Vorhaben kann in LEADER nicht separat erfasst und ausgewertet werden, da in Frage kommende Förderprojekte oft neben dem Tourismus auch andere Förderziele verfolgen. Gleiches gilt für das Entwicklungsprogramm Ländlicher Raum (ELR), das im Rahmen der Strukturförderung auch Projekte mit touristischer Relevanz fördert.

Das komplette Programmangebot der Wirtschaftsförderung, sowohl im Gründungsbereich, als auch für etablierte mittelständische Unternehmen steht jeder Form des Tourismusgewerbes in Baden-Württemberg vollumfänglich offen. Seit 2012 ist festzustellen, dass eine hohe Frequentierung insbesondere im Bereich der Energieeffizienzmaßnahmen erfolgt, wo die Ressourceneffizienzfinanzierung der L-Bank durch eine Bündelung mit der

Bundesförderung der KfW sowie den Bürgschaften der Bürgschaftsbank sehr attraktiv gestaltet ist.

So wurden zuletzt landesweit folgende Förderungen an Tourismusbetriebe gewährt:

Jahr	Anzahl Zusagen	Darlehensvolumen in TEUR	Investitionen in TEUR	Gesicherte Arbeitsplätze	Neu geschaffene Arbeitsplätze
2016	199	71.262	109.927	3.724	389
Q1-3 2017	183	82.367	128.987	5.127	300

Das Fördervolumen hat 2017 also bereits nach dem 3.Quartal das Vorjahresniveau übertroffen. Einen Aufwärtstrend sehen wir auch bei der Förderung von Gründungen und Jungunternehmen.

Die Förderstatistik der L-Bank ist nicht nach Wahlkreisen auswertbar. Die Auswertung der Förderstatistik beschränkt sich daher auf den Schwarzwald-Baar-Kreis. Ferner lassen die Systeme der L-Bank bei Auswertungen lediglich eine Rückbetrachtung bis einschließlich 2011 zu.

Wegen der geringen Fallzahlen werden aus Datenschutzgründen nachfolgend lediglich die jahresbezogenen Fallzahlen und das Zuschussvolumen der L-Bank-Programme insgesamt dargestellt:

Jahr	Anzahl Darlehen	Zuschuss (TEUR)	Investitionskosten (TEUR)
2011	1	30	30
2012	2	580	790
2013	14	1.611	2.110
2014	5	1.490	2.773
2015	5	1.220	1.959

2016	2	1.370	2.170
Bis 09/2017	6	585	760

Darüber hinaus erfolgt die Förderung des Tourismus vor allem im Rahmen der Mittelstandsförderung des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau in folgenden wirtschaftspolitischen Handlungsfeldern:

Weitere Programme der L-Bank

Grundsätzlich werden die Betriebe des Hotel- und Gastgewerbes als Kernbranche des Tourismus in Baden-Württemberg auch mit nicht tourismusspezifischen Programmen der L-Bank wie „Gründungsfinanzierung“, „Investitionsfinanzierung“, „Liquiditätskredit“ oder „Starfinanzierung 80“ unterstützt.

Existenzgründung und Unternehmensnachfolge

Im Rahmen der landesweiten Wettbewerbs-Reihe „Elevator Pitch BW“ wurden in Kooperation mit dem DEHOGA Baden-Württemberg drei Veranstaltungen mit dem Titel "DEHOGA-Cup" durchgeführt, welche gezielt auf Geschäftsideen aus dem Umfeld der Hotellerie und Gastronomie gerichtet waren. Ideenreichen Gründerinnen und Gründern bietet der „Elevator Pitch BW“ eine attraktive Plattform, um sich und ihre Geschäftsidee dem Publikum und einer Jury zu präsentieren und ein zeitnahes Feedback zu erhalten.

Des Weiteren werden den Existenzgründerinnen und Existenzgründern im Hotel- und Gastgewerbe im Rahmen der Gründungsförderung des Wirtschaftsministeriums mit ESF-Mitteln geförderte "EXI-Gründungs-Gutscheine" der DEHOGA-Beratung vergünstigte Vorgründungsberatungen angeboten. Ebenso wird durch den Einsatz von ESF-geförderten „KMU

Nachfolgemoderatoren“ der DEHOGA-Beratung die Sicherung von Unternehmensnachfolgen im Hotel- und Gastgewerbe unterstützt.

Betriebswirtschaftliche Kurzberatung

Das Wirtschaftsministerium fördert betriebswirtschaftliche Kurzberatungen von Hotel- und Gaststättenbetrieben über den Betriebsberatungsdienst des DEHOGA, 2017 mit 201.500 Euro. Mit der Förderung können den Unternehmen verbilligte Beratungen durch branchenerfahrene Fachberater angeboten werden.

Bürgschaften und Beteiligungen

Ein wichtiges Instrument der Wirtschaftsförderung und damit auch der Tourismusförderung sind Bürgschaften und Beteiligungen.

Landesweit unterstützte die Bürgschaftsbank Baden-Württemberg in den Jahren 2007 bis 2017 (Oktober) die Unternehmen des Gastgewerbes im Land mit insgesamt 1.775 Bürgschaften und Garantien. Das Bürgschafts- und Garantievolumen betrug rund 230,82 Mio. Euro. Dadurch wurde ein Kredit- und Beteiligungsvolumen von rund 386,09 Mio. Euro ermöglicht. Im selben Zeitraum hat die Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Baden-Württemberg (MBG) an 49 Unternehmen des Gastgewerbes Beteiligungen ausgereicht. Der Beteiligungsbetrag betrug insgesamt 12,3 Mio. Euro.

Im Landkreis Schwarzwald-Baar unterstützte die Bürgschaftsbank Baden-Württemberg in den Jahren 2007 bis 2017 (Stand: Oktober 2017) Hotel- und Gastronomieunternehmen mit insgesamt 26 Bürgschaften. Das Bürgschaftsvolumen betrug rund 1,77 Mio. Euro. Dadurch wurde ein Kreditvolumen von rund 2,67 Mio. Euro ermöglicht. Die Verteilung der Bürgschaften auf die einzelnen Jahre ist in der angeschlossenen Tabelle dargestellt (Anlage 5).

Die Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Baden-Württemberg (MBG) hat in demselben Zeitraum keine Beteiligungsverträge mit Hotel- und Gastronomieunternehmen im Landkreis Schwarzwald-Baar vereinbart.

Berufliche Ausbildung

Im Rahmen der Ausbildungskampagne „gut-ausgebildet.de“ verfolgt die Landesregierung das Ziel, die Attraktivität der beruflichen Ausbildung zu erhöhen und Karriereperspektiven aufzuzeigen. Im Bereich des Hotel- und Gaststättengewerbes gibt es in diesem Zusammenhang Filme zu den Ausbildungsberufen Koch/Köchin, Hotelfachmann/-frau und Tourismuskaufmann/-frau.

Außerdem unterstützt das Wirtschaftsministerium mit dem branchenbezogenen Förderaufruf "Fachkräftenachwuchs im Hotel- und Gaststättengewerbe sichern" aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds die Branche bei der Gewinnung von Fachkräftenachwuchs mit landesweit ca. 1,6 Mio. Euro. Zu den wesentlichen Inhalten des Projektes gehört u.a., gastgewerbliche Ausbildungsberufe zu bewerben sowie kleine und mittlere Unternehmen des Hotel- und Gaststättengewerbes so zu unterstützen, dass eine qualitativ hochwertige Ausbildung gelingt. Gefördert werden hierzu beispielsweise eine landesweite Imagekampagne (umgesetzt als Kampagne „WIR GASTFREUNDE“, u.a. mit dem "Gastromobil", einem zum mobilen Messestand umgebauten Linienbus), die zielgruppengerecht die Möglichkeiten der gastgewerblichen Berufe aufzeigt sowie Begleitung und Unterstützung für Auszubildende, Ausbilderinnen und Ausbilder während der Ausbildung.

Diese Maßnahmen des Wirtschaftsministeriums im Hinblick auf die Ausbildungssituation im Hotel- und Gastgewerbe kommen auch dem Wahlkreis 54 zugute, lassen sich aber nicht regionalspezifisch beziffern.

Digitale Transformation - „Initiative Wirtschaft 4.0 Baden-Württemberg“

Der DEGOGA Baden-Württemberg ist Partner der „Initiative Wirtschaft 4.0 Baden-Württemberg“, denn die digitale Transformation betrifft auch das Hotel- und Gaststättengewerbe erheblich. Das Themenspektrum reicht von internetgestützten Buchungs- und Reservierungssystemen über Marketing in sozialen Medien bis hin zum "Smart Hotel".

Das Wirtschaftsministerium fördert von 2016 bis 2019 sog. Digitallotsen im Rahmen des Förderprogramms „Digitallotse „Baden-Württemberg“ bei insgesamt vier Wirtschaftsorganisationen, so auch beim DEHOGA (dort mit rund 332.000 Euro) in Form der Initiative „Gastfreundschaft digital“. Der Digitallotse des DEHOGA zielt darauf ab, den Betrieben einen Marktüberblick zu verschaffen und Informationsmaterial bereitzustellen, Vor-Ort-Veranstaltungen durchzuführen und Einstiegsberatungen in die Thematik anzubieten. Hervorzuheben ist hierbei etwa der „Leitfaden zur Digitalisierung – Gäste gewinnen – Verwaltung vereinfachen“. Der Leitfaden bietet den Betrieben einen guten Überblick über wichtige digitale Anwendungen und zeigt ihnen dadurch Wege in die digitale Welt von morgen auf. Eine weitere Maßnahme war bislang etwa der landesweite Fachkongress „Gastfreundschaft digital“ am 3. Juli 2017 im Haus der Wirtschaft in Stuttgart.

Schließlich leistet auch die Städtebauförderung einen wesentlichen Beitrag zur Stärkung der kommunalen Identität und Attraktivität der Städte und Gemeinden im Land. Durch die Erhaltung des kulturellen Erbes, die Schaffung von zeitgemäßer Infrastruktur und ansprechender Umfeldgestaltung erfolgt eine nachhaltige Unterstützung auch der Tourismusfunktion der Orte. Allein im Wahlkreis 54 Villingen-Schwenningen wurden seit 1971 16 der 17 im Wahlkreis befindlichen Kommunen mit zum Teil sehr namhaften Beträgen gefördert. Insgesamt wurden für den Wahlkreis Finanzhilfen in Höhe von 110,55 Mio. Euro bewilligt, von denen derzeit noch rund 13,89 Mio. Euro zum Abruf bereitstehen.

Mit freundlichen Grüßen

gez.

Elmar Steinbacher