



2022

Expertise zur Zukunftsfähigkeit der Landgastronomie in Schleswig-Holstein





Vorbemerkung

Dieser Bericht nutzt eine gender-inklusive Sprache. Es wurde der Doppelpunkt gewählt, um die geschlechtliche Vielfalt abzubilden. Der Doppelpunkt soll im Gegensatz zum Sternchen die Maschinenlesbarkeit verbessern und Leser:innen mit Seheinschränkungen zugutekommen. An manchen Stellen wurde auf das Gendern verzichtet, wenn es der besseren Lesbarkeit diene.

Die in dieser Expertise zitierten Weblinks waren zur Zeit der Berichtlegung alle aktiv. Da das Internet aber ein dynamisches Medium ist, können hier verwendete Links zum Zeitpunkt der Veröffentlichung schon nicht mehr aktiv sein.

Zur Zitierweise

Alle Zitate, die aus den Tiefeninterviews mit Landgastronomen entnommen wurden, sind aus datenschutzrechtlichen Gründen anonymisiert.

Bei allen Zitaten, die uns von Expert:innen in Interviews gegeben wurden oder aus Publikationen stammen, wurde auf die Anonymisierung verzichtet.

Impressum

Auftraggeberin:

Akademie für die Ländlichen Räume Schleswig-Holsteins e.V.
Hamburger Chaussee 25
24220 Flintbek
Ansprechpartner: Torsten Sommer

Das Projekt „Expertise zur Zukunftsfähigkeit der Landgastronomie in Schleswig-Holstein“ wurde **gefördert aus Landesmitteln zur Ländlichen Entwicklung** durch das

Ministerium für Inneres, Ländliche Räume, Integration und Gleichstellung
Düsternbrooker Weg 104
24105 Kiel



Gutachter:innen:

Daniel Plettenberg
VALOR Research & Consulting
Wohlwillstraße 17
20359 Hamburg, Germany

und

Hannah Plettenberg
Plettenbergconsulting
Finkhütte 2b
21493 Schwarzenbek

Gestaltung:

Stefan Polte, foto- und grafikdesign, Noer

Auflage:

200 Exemplare

Erscheinungsdatum:

Februar 2022

Bildnachweise:

Fotos Titel: links pixabay, Mitte M. Ringhoff, rechts K. Voß-Rahe
S. 12 Karte S. Polte, S. 14 Grafik S. Polte, S. 15 Collage sh:z-Verlag,
S. 31 Grafik Sparkassen- und Giroverband Schleswig-Holstein,
S. 33 Foto D. Appel, S. 37 Grafik S. Polte, S. 38 Zeichnung
D. Plettenberg, S. 39 Foto R. Göbel, S. 43 Foto D. Plettenberg,
S. 45 Fotos K. Voß-Rahe, S. 49 Grafik S. Polte



Inhalt

Vorwort	2	9.0 Perspektiven für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein	40
Zusammenfassung / Abstract	4	9.1 Grundsätzliche Anforderungen, um die Landgastronomie in Schleswig- Holstein zu stärken	41
1.0 Mitwirkende an diesem Bericht.....	6	9.2 Antworten auf die Veränderungen in Lebensgewohnheiten, Arbeitsrealitäten und den ländlichen Räumen insgesamt.....	43
1.1 Begleitgremium.....	6	9.3 Trends in der Gastronomie und Tourismus und neue Anforderungen an die Gastronomie	46
1.2 Die Gutachter:innen	7	10.0 Empfehlungen zur Entwicklung einer Strategie zur Stärkung der Landgastro- nomie in Schleswig-Holstein	51
2.0 Zur angewandten Methodik	7	10.1 Eine neue Wahrnehmung der Landgastronomie in Schleswig- Holstein	51
2.1 Angewandte Methodik in den verschiedenen Studienteilen.....	7	10.2 Kompetenznetzwerk	52
2.3 Zur Datenlage.....	8	10.3 „Landgastronomie 2.0“	53
3.0 Definitionen.....	9		
3.1. Definition „Landgastronomie“.....	9		
3.2 Definition „Die Ländlichen Räume“	10		
3.3 Definition „Die Lage“	11		
3.4 Definition Landgasthöfe	13		
3.5 Die Besucher:innen und Gäste der Landgastronomie in Schleswig-Holstein	13		
4.0 Geschichte der Landgastronomie	15		
4.1 Entwicklung der Landgastronomie in den letzten Jahrzehnten.....	15		
4.2 Die Landgastronomie in Schleswig- Holstein heute	17		
4.3 Fazit	19		
5.0 Strukturwandel in den ländlichen Räumen und gesellschaftliche Veränderungen	20		
6.0 Die Landgastronomie in Schleswig-Holstein und die Lage während der Corona-Krise im Oktober/November 2020.....	24		
7.0 Die Wirtschaftlichkeit in der Land- gastronomie – Mögliche Potentiale	30		
8.0 Förder- und Unterstützungs- möglichkeiten für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein	34		
8.1 Ausgewählte Fördermöglichkeiten.....	34		



Vorwort

Die Akademie für die Ländlichen Räume Schleswig-Holsteins e.V. beobachtet ein seit Jahrzehnten stattfindendes Landgasthofsterben in den ländlichen Räumen Schleswig-Holsteins. Mitteilungen von Branchenverbänden, Reportagen im Fernsehen als auch in der Presse deuten auf diesen anhaltenden negativen Trend hin. Aufgabe und Ziel dieser Expertise ist es den tatsächlichen Zustand der Landgastronomie in Schleswig-Holstein zu beschreiben, die Gründe für den wahrgenommenen Rückgang von landgastronomischen Angeboten zu beschreiben und eine Strategie zur Stärkung und Zukunftsfähigkeit der Landgastronomie in Schleswig-Holstein zu entwickeln.

Denn die Folgen des Landgasthofsterbens sind vielfältig: Der Tourismus, insbesondere im Binnenland, verliert einen wichtigen Bestandteil seiner touristischen Infrastruktur. Ländlichen Regionen wird Wirtschaftskraft entzogen und die Gefahr der Verödung steigt. Der Kultur geht an immer mehr Orten im Lande eine Spielstätte und ein dorfbildprägendes Gebäude verloren – nicht selten mit jahrhunderter langer Tradition. Und für die Dörfer ist unübersehbar, dass durch diesen Trend soziale Kristallisationspunkte incl. deren Funktionen für den Zusammenhalt im Dorf sich verändern und weiter abnehmen.

Landesregierung, Gemeinden und der DEHOGA wissen schon lange um die o.g. Entwicklung, haben aber bisher kein „Gegenmittel“ gefunden bzw. konnten keine nachhaltigen Lösungen für zukunftsfähige Landgasthöfe aufzeigen. Auch unsere Akademie für die Ländlichen Räume Schleswig-Holsteins hat diese Entwicklung bisher nur mit Bedauern beobachten können. Gleichzeitig zeigen uns einzelne Erfolgsgeschichten von Landgasthöfen, dass neue Konzepte und Trägerschaften entstehen und tragfähig sein können.

Mit der vorliegenden Expertise möchten wir nun einen aktiven Beitrag für eine zukunftsfähige Landgastronomie in Schleswig-Holstein liefern. Wir folgen dabei einer in unserer Akademie erprobten und bewährten Methodik, die gutachterliche Begleitung mit einem offenen Dialog in einem fachlich versierten Begleitgremium verbindet.



Gemeinsam haben wir die Ist-Situation und die Ursachen des Landgasthofsterbens betrachtet. Die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Landgastronomie haben wir zu Beginn unserer Arbeit – im Herbst 2020 – untersucht. Die dort geführten Interviews lieferten bereits wertvolle Hinweise für die grundsätzlichen Fragen der vorliegenden Expertise.

Im zweiten Teil der Studie richten wir den Blick nach vorne! Wir zeigen Trends und daraus resultierende Perspektiven für die Landgastronomie von morgen und übermorgen auf. Wir stellen Best-Practice-Beispiele vor und geben einen Überblick zu bereits bestehenden Fördermöglichkeiten. Mit Hilfe der Empfehlungen beschreiben wir schlussendlich einen konkreten Weg – hin zu einer Stärkung der schleswig-holsteinischen Landgastronomie.

Gerne möchten wir diese Expertise als einen Auftakt und einen ersten Baustein für eine Strategie zur Zukunftsfähigkeit der Landgastronomie in Schleswig-Holstein verstanden wissen. Unsere Akademie bringt sich in diesen Prozess auch zukünftig gerne weiterhin aktiv ein.

Unser Dank geht sowohl an das Ministerium für Inneres, ländliche Räume, Integration und Gleichstellung für die Bereitstellung der Fördermittel als auch an die Mitglieder des Begleitgremiums, die an der Erarbeitung dieser Studie aktiv und mit viel Engagement mitgewirkt haben!

Hermann-Josef Thoben
(Vorsitzender der ALR e.V.)



Grußwort

Landgasthöfe sind mehr als nur Kneipen oder Restaurants. Sie sind ein Stück schleswig-holsteinische Kulturgeschichte. Sie sind fest mit dem Leben auf dem Land sowie den Dorfgemeinschaften verbunden und nehmen eine wichtige Funktion im sozialen Miteinander ein. Oft sind sie ein zentraler Ort für die jeweilige Dorfgeschichte, da hier wegweisende Entscheidungen der Gemeindepolitik getroffen, Konflikte beigelegt oder historische Ereignisse gemeinsam gefeiert wurden.

Die Landgasthöfe hatten es zuletzt allerdings schwerer. Das Freizeitverhalten der Menschen hat sich in den letzten Jahrzehnten enorm verändert. Das Bier zum Feierabend am Tresen des Krugs ist schon lange eher die Ausnahme. Auch wird nicht mehr jeder Sieg des Sportvereins, nicht mehr jeder Geburtstag direkt im Gasthof gefeiert. In den letzten zwei Jahren sind zudem noch die Einschränkungen durch die Pandemie hinzugekommen. Das ist für viele Betreiberinnen und Betreiber eine äußerst schwierige Ausgangslage. Dennoch ist das noch lange nicht das Ende der Landgastronomie. Vielmehr eröffnen aktuelle Trends wie die Lust aufs Land oder der Urlaub vor der eigenen Haustür neue Möglichkeiten.

Zudem zeigen viele gute Beispiele bereits heute, dass mit viel Kreativität, neuen Ideen und Mut Landgasthöfe auch weiterhin der zentrale Dreh- und Angelpunkt des Dorflebens bleiben können. Zum Beispiel mit einem Mittagsangebot für Menschen, die im Home-Office arbeiten, einem Coworking-Space, das direkt an den Gasthof angebunden ist oder modernen Veranstaltungsräumen, in denen auch E-Sport-Events stattfinden können.

Bereits heute gibt es vielfältige Angebote an Unterstützung, die im Folgenden auch in der Broschüre dargelegt werden. Mit den Mitteln der Ländlichen Entwicklung fördern wir als Ministerium für Inneres, ländliche Räume, Integration und Gleichstellung zum Beispiel die Modernisierung und Neubelebung von Landgasthöfen. Mit unseren Fördererfahrungen haben wir uns auch in die Erarbeitung dieser Expertise eingebracht, ebenso wie das Wirtschaftsministerium mit der Kompetenz für den Binnenlandtourismus.



Gleichzeitig bieten die folgenden Seiten eine umfassende Expertise zu den Landgasthöfen, ihren Entwicklungschancen und Zukunftsperspektiven. Die nun vorliegenden Erkenntnisse und Empfehlungen sind für uns und alle Beteiligten ein guter Anknüpfungspunkt, um gezielt und gemeinsam die Landgastronomie zu stärken.

Liebe Leserinnen und Leser,

ich freue mich, gemeinsam mit Ihnen diese Ideen und Ansätze zu nutzen und eine erfolgreiche Zukunft für die Landgasthöfe zu gestalten. Mein herzlicher Dank gilt der Akademie für die ländlichen Räume e. V. für die Initiative zu diesem Projekt und den Expertinnen und Experten im Begleitgremium für die wertvolle Begleitung.

Ihre

Dr. Sabine Sütterlin-Waack



Zusammenfassung / Abstract

Die Akademie für die Ländlichen Räume Schleswig-Holsteins e.V. beobachtet ein seit Jahrzehnten stattfindendes Landgasthofsterben in den ländlichen Räumen Schleswig-Holsteins. Mitteilungen von Branchenverbänden, Reportagen im Fernsehen als auch in der Presse deuten auf diesen anhaltenden negativen Trend hin. Aufgabe und Ziel dieser Expertise ist es den tatsächlichen Zustand der Landgastronomie in Schleswig-Holstein zu beschreiben, die Gründe für den wahrgenommenen Rückgang von landgastronomischen Angeboten zu beschreiben und eine Strategie zur Stärkung und Zukunftsfähigkeit der Landgastronomie in Schleswig-Holstein zu entwickeln.

Zuallererst fiel bei der grundsätzlichen Evaluierung der Problemstellung auf, dass es aktuell keinerlei statistisch belastbares Datenmaterial zur Lage der Landgastronomie in Schleswig-Holstein gibt. Die Gründe dafür sind vielfältig. Einerseits ist „Landgastronomie“ keine statistische Definition und wird somit bei Datenerhebungen gar nicht erst abgefragt. Die landgastronomischen Betriebe selbst sind wiederum so vielfältig, dass sie sich in ganz verschiedenen Datenkategorien „verstecken“, so wird der Landgasthof mit 5 Zimmern in einer gastronomischen Kategorie geführt, während der Betrieb mit 10 Zimmern in der Kategorie „Hotellerie“ erfasst wird. Das Hofcafé ist kaum vergleichbar mit dem großen Saalbetrieb großer Landgasthöfe. Bei der Gewerbeanmeldung ist es den Anmelde:r:innen selbst überlassen, ihre Neugründung zu kategorisieren.

Die beschriebene unklare Definitionslage führt dazu, dass es keine Daten über die Anzahl und die Veränderung der Anzahl der landgastronomischen Betriebe gibt. Über Interviews, Beobachtungen von Betroffenen, Presserecherche, Interviews mit Landgastronom:innen und Amtsträger:innen vor Ort konnte allerdings der oben geschilderte Eindruck der ALR durchaus bestätigt werden.

Da die Landgastronomie nicht als eigenständige Kategorie aufgeführt wird, wird sie an vielen Stellen „übersehen“ und wird zum Beispiel in der Tourismus-Strategie aus unserer Sicht zu wenig mitgedacht.

Die Gründe für den kontinuierlichen Rückgang landgastronomischer Angebote in Schleswig-Holstein in den letzten Jahrzehnten sind vielfältig. Die Ländlichen Räume selbst verändern sich, die sozialen Strukturen, die Mobilität verändern sich, nicht zuletzt die Art und Weise, wie wir unsere Freizeit verbringen unterliegt Veränderungen und hat einen direkten Einfluss auf das landgastronomische Angebot vor Ort.

Trotz des oben beschriebenen Rückgangs landgastronomischer Angebote, spielt die Landgastronomie aber auch heute noch oftmals eine zentrale Rolle im Leben der ländlichen Bevölkerung, der Besucher:innen und der Touristen.

Und viele Gastronom:innen auf dem Land zeigen mit persönlichem Einsatz und einer beeindruckende Kreativität, wie sie sich gegen den Trend stemmen. Auch dies soll in dieser Expertise gewürdigt werden.

Ziel dieser Expertise ist es eine Strategie zur Stärkung und Transformation der schleswig-holsteinischen Landgastronomie zu skizzieren und Wege und Möglichkeiten für die unterschiedlichen Akteure aufzuzeigen. Für die Gastronom:innen, in deren wirtschaftlichen Verantwortung die Betriebe liegen, für die Gemeinden und die Dörfer, aber eben auch für die Verbände und Organisationen.

Dabei wäre das alleinige Aufzeigen von Fördermöglichkeiten zu wenig. Insbesondere da ein Landgasthof nicht nur ein gastronomischer Betrieb ist, sondern eben für die Gemeinde ein wertvoller soziokultureller Ort sein kann, oftmals Teil der örtlichen Kulturpflege und eine architektonische Schönheit der Gemeinden ist.

Um den Rückgang der Zahl der landgastronomischen Betriebe in Schleswig-Holstein nicht nur aufzuhalten, sondern mit Unterstützung existierender Betriebe, Wiederbelebung ruhender Betriebe und Neugründungen den Trend zu brechen und umzudrehen, braucht es eine umfassende Strategie für diese Veränderungsprozesse.



Wir sehen drei zentrale Punkte für diese Strategie:

- 1.** Definitionen für die Landgastronomie entwickeln und über eine Datenerhebung und Analyse eine wahrhaftige Beschreibung der Situation ermöglichen.
- 2.** Gründung eines Kompetenznetzwerks, dass durch Beratung, Informationssammlung, Vernetzung von Kompetenzen und Angeboten diese Strategie für die verschiedenen Akteure umsetzbar macht.
- 3.** Entwicklung neuer Möglichkeiten und neuer Rollen und Aufgaben für die landgastronomischen Betriebe in Schleswig-Holstein.

Diese Expertise wurde während der anhaltenden Corona-Pandemie durchgeführt. Auch wenn die Corona-Pandemie und die Auswirkungen der notwendigen Maßnahmen eigentlich nicht Teil der ursprünglichen Fragestellung dieser Expertise waren, wurden im Oktober und November 2020 im Rahmen dieser Studie die Auswirkungen der Corona-Pandemie für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein in einer eigenen Befragung untersucht.

Auch wenn diese Befragung nur ein Schlaglicht auf die Auswirkungen für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein in der anhaltende Pandemie sein kann, ergaben sich wichtige Erkenntnisse:

- 1.** Die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Landgastronomie sind extrem unterschiedlich. Je nach Lage oder Ausrichtung der Gastronomie ergaben sich sehr unterschiedliche Bedingungen und Problemstellungen.
- 2.** Die Vielzahl der kreativen Ideen der landgastronomischen Betriebe auf die Pandemie zu reagieren und mit neuen Formaten und Angeboten der Krise zu trotzen ist ebenso beeindruckend, wie die Unterstützung aus der Bevölkerung für „ihren“ Dorfkrug.



1.0 Mitwirkende an diesem Bericht

Das Themengebiet rund um die Landgastronomie in Schleswig-Holstein kann nicht separiert betrachtet werden, sondern berührt naturgemäß diverse weitere Handlungsräume. Dies sind zum einen die Interessensvertretungen der Gastronomie und Touristik, zum anderen Vertreter:innen der politischen Organe – vom Wirtschafts- bis zum Landwirtschaftsministerium, von EU-, Bundes-, Landes- und Regional- bis hin zur Gemeinde-Ebene. Sie alle spielen eine wichtige Rolle.

Somit war es von Anfang an Teil des Studiendesigns, den Gutachter:innen ein Begleitgremium an die Seite zu stellen, in dem Vertreter:innen mit den unterschiedlichsten Blickwinkeln die Expertise begleiten.

An dieser Stelle geht ein herzlicher Dank an alle Mitglieder im Begleitgremium, die mit viel Zeit, Wissen und Engagement diese Expertise ermöglicht haben.

1.1 Begleitgremium

Das Begleitgremium unterstützte die Akademie für die Ländlichen Räume (ALR) und die Gutachter bei der Bewertung von Zwischenergebnissen sowie bei der geplanten Ableitung von Empfehlungen. Wissen, Sachkenntnis, gemeinsames Nachdenken und kreativer Input begleitete dabei den Forschungsprozess. Verantwortliche aus folgenden Bereichen nahmen in leicht wechselnder Zusammensetzung daran teil:

Vetreter:innen Landgastronomie:

- Anja Kasch, Landgasthof Kasch
- Michael Ringhoff, Landgut Hotel Westerkrug

Vertreter:innen Ministerien Schleswig-Holstein:

- Dr. Birte Pusback, Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus
- Jürgen Blucha, Ministerium für Inneres, ländliche Räume und Integration
-

Vertreter:innen der Gemeinden:

- Jochen Nielsen, Schleswig-Holsteinischer Gemeindetag
- Rainer Ahrens, Gemeinde Stukenborn

Vertreter:innen der Interessenverbände

- Axel Strehl, DEHOGA Schleswig-Holstein
- Dr. Catrin Homp, Tourismusverband Schleswig-Holstein

Vertreter:innen der Regionalentwicklung

- Dr. Ute Löding-Schwerdtfeger, Schleswig-Holsteinischer Heimatbund e.V.
- Olaf Prüß, Regionalentwicklung Nord (RegionNord)

Vertreter:innen der Akademie für die Ländlichen Räume Schleswig-Holsteins e. V.:

- Torsten Sommer, Akademie für die Ländlichen Räume Schleswig-Holsteins e.V.
- Hermann-Josef Thoben, Akademie für die Ländlichen Räume Schleswig-Holsteins e.V.

Während der gesamten Bearbeitungszeit traf sich das Begleitgremium (je nach Corona-Lage) mehrfach in Präsenz sowie Videokonferenzen und beriet die Gutachter und Akademie der Ländlichen Räume (ALR).

Im Juli 2020 wurde die Expertise ausgeschrieben.

Die Bearbeitung der Expertise erfolgte

- unter Nutzung der gutachterlichen Expertise
- unter Berücksichtigung vorhandener Literatur und Erkenntnisse
- mit acht Einzel- bzw. Expertengesprächen (DEHOGA, SHGT, MILIG etc.)
- exemplarischen Betrachtungen von acht Einzelstandorten (Fallbeispiele)
- unter Einbindung der Expertise und der Diskussionsergebnisse im Begleitgremium

Des Weiteren sollte die Expertise einen klaren Fokus auf die Zukunftsfähigkeit der Gastronomie im ländlichen Raum legen.

Wir danken den weiteren Helfer:innen.



1.2 Die Gutachter:innen

Hannah Plettenberg

Hannah Plettenberg ist seit 2008 deutschlandweit als Consultant im Bereich Gastronomie und Hotellerie tätig und berät in einem weiten Feld von kleineren Einzelbetrieben bis zur Systemgastronomie.

Daniel Plettenberg

Daniel Plettenberg ist seit 2001 national und international in den Bereichen Marktforschung und Strategieplanung tätig. Neben gewerblichen gastronomischen Kunden berät er auch Institutionen und staatliche Einrichtungen.

2.0 Zur angewandten Methodik

Die Fragen, die in der Studienausschreibung zur Expertise erhoben wurden, verlangten nach einer diversen und breitgefächerten Methodik. Die Datenlage rund um das Thema Landgastronomie ist insgesamt sehr dürftig (wir werden im Weiteren detailliert darauf eingehen). Somit mussten die unterschiedlichsten Quellen mit einem vielfältigen methodischen Ansatz genutzt werden, um ein umfassendes Bild der Lage für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein zeichnen zu können.

2.1 Angewandte Methodik in den verschiedenen Studienteilen

Methodik des Hauptteils der Expertise

Hauptstudie zur Zukunftsfähigkeit der schleswig-holsteinischen Landgastronomie
(November 2020 bis Juli 2021)

Der Hauptteil der qualitativ durchgeführten Expertise beleuchtet jene mittel- und langfristigen Entwicklungen, welche für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein prägend und relevant sind.

Tieferegehende Recherchen zeigten, dass zudem Veränderungen in den ländlichen Räumen Schleswig-Holsteins insgesamt, im Berufsleben und Freizeitverhalten, neue Entwicklungen im Tourismus sowie andere Parameter untersucht werden mussten: Die Landgastronomie an sich steht in einem gesellschaftlichen und geographischen Bezugsrahmen, der starken Veränderungen unterliegt.

Erhebungszeitraum: Oktober 2020 bis Juni 2021

- **Desktoprecherche / Datenanalyse**
- Historische Entwicklungen und Ist-Zustand der relevanten Parameter:
 - Entwicklung der ländlichen Räume
 - Entwicklung des Bezugsrahmens Dorf
 - Entwicklung sozialer Faktoren (Gesellschaft, Arbeit)
 - Entwicklung im Bereich Tourismus und Fremdenverkehr
- **10 Expertengespräche**
(qualitative Interviews, offen Fragestellungen, je zirka 45 Minuten)
- **5 Einzelinterviews mit Landgastronomen**
(qualitative Interviews, offen Fragestellungen, je zirka 45 Minuten)
- **Ideenworkshop**

Ausarbeitung von Inspirationen, Entwicklung neuer Ideen zur Stärkung der Landgastronomie, Teilnehmende: das Begleitgremium, die Gutachter:innen und der ALR

Aufgrund der Corona-Lage fanden alle Interviews telefonisch und per Video-Konferenz statt.

Methodenmix

Qualitative Erhebungsmethoden:

- Tiefeninterviews mit Landgastronom:innen
- Tiefeninterviews mit Expert:innen
- Besuch und Beobachtung von landgastronomischen Betrieben in Schleswig-Holstein
- Qualitative Desktop-Recherche

Quantitative Erhebungsmethoden:

Datenanalyse

Methodik Teilexpertise „Corona-Screening“

Kurzfristiges landesweites Screening zu den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Landgastronomie in Schleswig-Holstein (Oktober 2020 bis Dezember 2020)

Dieser Teil der Expertise bildet die aktuelle Lage der Landgastronomie in Schleswig-Holstein während der Corona-Krise im Jahr 2020 ab. Schon während der Erhebungen in den von der Corona-Pandemie geprägten



Monaten Oktober bis November 2020 wurde deutlich, dass in einem sich enorm schnell verändernden Umfeld jede Erhebung zur Lage immer nur eine Momentaufnahme sein kann. Trotzdem konnten hier wertvolle Einsichten über die Sorgen und Nöte der Landgastronom:innen in der Pandemie und darüber hinaus gewonnen werden.

Erhebungszeitraum: Oktober und November 2020
(vor und während des zweiten Lockdowns 2020)

- **Desktoanalyse**

Ist-Situation der Landgastronomie in Schleswig-Holstein in Bezug auf die Corona-Pandemie

- **3 Expertengespräche**

(qualitative Interviews, offen Fragestellungen, je ca. 45 Minuten)

- **12 Telefoninterviews**

(qualitative Interviews, offen Fragestellungen, je ca. 45 Minuten) mit Betreiber:innen von Landgastronomischen Unternehmungen in Schleswig-Holstein (Mix an Größe, Lage und Ausrichtung des Angebotes, siehe Stichprobe)

Aufgrund der Corona-Lage fanden alle Interviews telefonisch statt.

Stichprobe:

- Gleichmäßige Verteilung der zwölf Telefoninterview-Teilnehmer:innen aus verschiedenen Regionen der ländlichen Räume in Schleswig-Holstein
- Mix verschiedener gastronomischer Ausrichtungen (Saal, Beherbergungsangebot etc.)
- Mix verschiedener Besitzverhältnisse (Eigentum versus Pacht)

2.3 Zur Datenlage

Mehrere Faktoren haben die Erhebung von Daten im Rahmen dieser Expertise massiv beeinflusst. Ein Teil der Expertise sollte sich mit den Auswirkungen der Corona-Krise auf die Lage der landgastronomischen Betriebe in Schleswig-Holstein beschäftigen. In diesem Teil konnte daher nicht mit statistisch exakten Zahlen gearbeitet werden. Die innewohnende Latenz von Datenerhebung und Datenverarbeitung im Statistischen Kontext konnte keine aktuellen Zahlen für diese Expertise bieten.

Darüber hinaus hatte die Bundesregierung im Jahr 2020 während der Corona-Krise die Aussetzung der Insolvenzantragspflicht beschlossen. Dies trug ebenso zu einem verzerrten Bild der tatsächlichen Lage von landgastronomischen Betrieben in Schleswig-Holstein während der Corona-Pandemie bei.

Des Weiteren ist die Datenlage zur Landgastronomie selbst sehr beschränkt, wie wir im nächsten Abschnitt zeigen werden.



3.0 Definitionen

Die Frage, die dieser Expertise zugrunde liegt, ist die nach dem Zustand und den Entwicklungsmöglichkeiten der Landgastronomie in Schleswig-Holstein.

3.1. Definition „Landgastronomie“

Im Rahmen dieser Expertise fiel zunächst auf, dass es keine klar umrissene Definition für den Begriff „Landgastronomie“ gibt; weiter, welche Angebote als spezifisch landgastronomisch verstanden werden. Wo schließlich ist Landgastronomie lokalisiert?

Ist es der Imbiss am ländlichen Badeseesee oder das Hofcafé? Oder der ehemalige Landgasthof, der nun zur Eventlocation umgebaut wurde? Und wie viel „Land“ ist notwendig, um als Landgastronomie zu gelten? Fünf Kilometer von einer Stadtgrenze? Innerhalb eines Dorfes oder nur außerhalb? Derselbe Landgasthof mit fünf Gastzimmern erscheint an anderer Stelle in den Statistiken als der Landgasthof mit zehn Zimmern. Und ist der Hochzeits-Gasthof eine Eventlocation oder eine Gaststätte?

Kurz: Landgastronomie verbirgt sich zurzeit in allen Kategorien der Gastronomie- und Hotellerie-Statistik.

Zurzeit gibt es keine genaue Definition. Dies führt zu diversen Problemstellungen, da der Untersuchungsgegenstand nicht klar umrissen ist und nicht geographisch definiert wird.

Diese Beobachtung bestätigt im Interview Stefanie Thomsen, Referentin Existenzgründung und Unternehmensförderung, der IHK Flensburg, die sich auf den Bereich Gastronomie spezialisiert hat:

„Da es nicht den einen klassischen landgastronomischen Betrieb gibt, sondern sich diese durch unterschiedliche Ausprägungen bzw. Schwerpunkte beschreiben lassen, sind Betriebe der Landgastronomie ebenso vielseitig statistisch verschlüsselt. Somit ist aktuell keine Datenlage zur regelmäßigen Quantifizierung der Landgastronomie gegeben. Eine statistische Datengrundlage wäre allerdings hilfreich, etwa Beobachtungen auch langfristig zu überprüfen und Unterstützungsmaßnahmen zu optimieren.“

Somit sind alle Aussagen rund um die tatsächliche Zahl der Angebote der Landgastronomie in Schleswig-Holstein spekulativ. So nennen die Lübecker Nachrichten am 12. November 2018 eine Zahl von 200 Landgasthöfen:

„Genießen Sie die schleswig-holsteinische Küche in einem unserer zahlreichen landestypischen Landgasthöfe“, wirbt die Tourismusagentur Schleswig-Holstein (Tash) auf ihren Internetseiten. Nur: Die Zahl der Landgasthöfe sinkt dramatisch. Kaum 200 sind es noch, jährlich werden es weniger!“¹

Im Thesenpapier „Die Zukunft der Landgasthöfe“ nennt die Mittelstands- und Wirtschaftsunion Plön im Oktober 2020 eine Zahl von etwa 400 Landgasthöfen und verweist auf die Problematik:

„Im Sommer 2020 gibt es nach Aussage der gastronomischen Interessensverbände ca. 400 Landgasthöfe in Schleswig-Holstein. Eine verbindliche Zahl gibt es nicht. Klassische Landgasthöfe sind nicht zählbar, da sie keine eigene Kategorie darstellen.“²

Der DEHOGA Schleswig-Holstein erhebt bei seinen quantitativen Umfragen die Kategorie „Landgastronomie“ bzw. „Landgasthof“ nur als freiwillige Zusatzbezeichnung.

So unterscheidet der DEHOGA in der DEHOGA-Umfrage zur wirtschaftlichen Situation und zur Überbrückungshilfe im September 2020 die Kategorien

- Beherbergungsbetrieb mit Gastronomie
- Beherbergungsbetrieb ohne Gastronomie
- speisengeprägte Gastronomie (Restaurant, Imbiss, Eisdielen etc.)
- getränkegeprägte Gastronomie (Bar, Kneipe, Schankwirtschaft etc.)
- Club, Diskothek, Tanzlokal
- Eventcatering
- Systemgastronomie
- Gemeinschaftsgastronomie
- Sonstiges³

¹ <https://www.ln-online.de/Nachrichten/Norddeutschland/Landgasthoefe-sterben-verhaltenes-Echo-aus-der-Politik>

² Kirsten Voß-Rahe: Thesenpapier „Die Zukunft der Landgasthöfe“ für die Mittelstands- und Wirtschaftsunion Plön, Oktober 2020.

³ DEHOGA-Umfrage zur wirtschaftlichen Situation und zur Überbrückungshilfe, September 2020. Quelle: DEHOGA e.V. Schleswig-Holstein.



Auch hier wird die Landgastronomie statistisch nicht separat abgebildet, gibt es nur Schätzungen zur Anzahl der landgastronomischen Angebote in Schleswig-Holstein.

Die Landgastronomie wird auch in den Daten der statistischen Bundes- und Landesämter nicht gesondert geführt oder ausgewiesen.

So unterscheidet das Statistische Bundesamt in der 2020 veröffentlichten Umsatzsteuerstatistik für 2018 prinzipiell in Beherbergungsgewerbe mit den Unterkategorien: Restaurants, Cafés, Eissalons, Imbissstuben, Schankwirtschaften / Kneipen, Discotheken und Tanzlokale, Vergnügungsorte und Bars.

Diese Unterscheidungen werden von den untergeordneten Statistischen Landesämtern ebenso geführt. Die Angaben führen zu einer vermeintlichen Genauigkeit, wenn das Statisteamt Nord für Schleswig-Holstein auf die Frage nach der Zahl der Gastronomiebetriebe (= Betriebe mit sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und/ oder steuerbarem Umsatz im jeweiligen Berichtsjahr) für 2018 eine Zahl von 7.167 angibt. Hierbei sind aber Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons u. ä., Caterer und die Erbringung sonstiger Verpflegungsdienstleistungen sowie Ausschank von Getränken mitgezählt. Für den gleichen Zeitraum nennt Axel Strehl vom DEHOGA e.V. Schleswig-Holstein im direkten Interview eine Zahl von Restaurantbetrieben mit oder ohne Beherbergung von rund 4.500.

Unsere Recherchen haben gezeigt, dass es zum aktuellen Zeitpunkt unmöglich ist, eine konkrete Zahl an landgastronomischen Betrieben zu nennen.

Dies hat signifikante Auswirkungen: Kategorien, die nicht erfasst werden können, haben es ungleich schwerer gesehen, unterstützt, geschützt und gefördert zu werden. Auffällig ist zumindest, dass es für den statistisch gut beschriebenen Tourismus diverse Programme und Mittel gibt. Für die Landgastronomie, die ja ein Teil des Tourismus ist, hingegen nicht bzw. nicht passgenau.

Somit musste für diese Expertise ein eigenes und auf Schleswig-Holstein zugeschnittenes Definitionsraster gefunden werden, mit dem wir die Landgastronomie definieren: einerseits über die Lage in den ländlichen Räumen, andererseits über das typische Angebot der Landgastronomie sowie über die Bauweise und andere Merkmale.

3.2 Definition „Die Ländlichen Räume“

Dem Begriff nach ist die Landgastronomie in den ländlichen Räumen beheimatet. Der Landesentwicklungsplan (LEP) in Schleswig-Holstein definiert klar: Alles was nicht Ordnungsraum ist (Bereiche um die Städte und im Hamburger Randbereich), ist ländlicher Raum.⁴

In den einzelnen Fachresorts und im Rahmen von Fachplanungen wird diese Abgrenzung zum Teil spezifiziert. So umfasst zum Beispiel der ländliche Raum im „Landesprogramm Ländlicher Raum (LPLR)“ die gesamte Landesfläche ausgenommen die kreisfreien Städte und ausgenommen die Gemeinden mit mehr als 35.000 Einwohner:innen.

Die übliche Verwendung „die ländlichen Räume“ im Plural zeigt aber auch auf, dass die ländlichen Räume schon lange keine heterogene Einheit mehr sind, sondern dass viele Faktoren die Entwicklungsgeschwindigkeiten der einzelnen unterschiedlichen Räume stark beeinflussen:

Anbindung an Infrastruktur, Nähe zu Mittel- und Großstädten, Nähe zu touristisch und landschaftlich interessanten Zielen, Bedeutung und Entwicklung der Landwirtschaft, Veränderung in der Einwohnerstruktur und vieles mehr. All dies beeinflusst die Kennzahlen ländlicher Räume.

Zur Beschreibung des Untersuchungsgegenstandes für diese Expertise wurden Daten des Statistischen Bundesamtes und des Thünen Institutes genutzt.⁵ Für diese Untersuchung als relevant wurden auf Basis der vorgenannten Daten folgendes definiert:

Untersuchungsgegenstand sind landgastronomische Angebote in

- Kleinstädten mit zirka 5.000 bis 20.000 Einwohner:innen
- größeren ländlichen Gemeinden mit zirka 5.000 bis 20.000 Einwohner:innen
- kleineren ländlichen Gemeinden mit bis zu 5.000 Einwohner:innen

⁴ <https://www.schleswig-holstein.de/DE/Landesregierung/Themen/PlanenBauenWohnen/Landesentwicklungsplan/landesentwicklungsplan.html>

⁵ Deutschland in Daten, Bonn 2015, S. 43. Jahre 1871–2000.



Dies erlaubte die Abgrenzung zu gastronomischen Angeboten in den Mittel- und Großstädten. Neben der klaren Definition über die Zahl der Einwohner:innen war die tatsächliche Lage des jeweiligen Angebotes entscheidend: In unserer Untersuchung berücksichtigten wir keine gastronomische Angebote, die mitten in den Kleinstädten (zum Beispiel in zentralen Fußgängerzonen o.ä.) liegen.

3.3 Definition „Die Lage“

Schleswig-Holstein prägen mit einem großen Binnenland und den beiden Küstenregionen an Nord- und Ostsee landschaftliche Regionen, die in ganz unterschiedlicher Weise von Besucherverkehren profitieren können: Alle wirtschaftlichen Kennzahlen für den Tourismus an Nord- und Ostsee zeigen im Vergleich zum Binnenland große Unterschiede.

Dies hat direkte Auswirkungen auf die Landgastronomie. Auf den Inseln und in den Küstenregionen können die landgastronomischen Angebote direkt vom Tourismus

profitieren; diese Besuchergruppe kann in vielen Fällen Umsatz und Gewinn für die Landgastronom:innen maßgeblich mit erwirtschaften.

Dem entgegen steht die Situation im Binnenland. Auch dort gibt es touristische Angebote, allerdings können die hiesigen Landgasthöfe deutlich weniger direkt von den Touristenverkehren profitieren. Es zeigt sich, dass die meisten landgastronomischen Angebote im Binnenland auf ein facettenreicheres Publikum angewiesen sind:

„In strukturschwachen Regionen entspricht der Verdienst der Wirte oft nicht mehr dem Arbeitsaufwand. Es ist für sie schwierig, einen Nachfolger zu finden. Das Problem betrifft in erster Linie das Hinterland“, bestätigte Katja Lauritzen, Geschäftsführerin des Ostsee-Holstein-Tourismus. „An der Küste ist die Situation eine andere.“⁷

Deutlich wird dies zum Beispiel an touristischen Kennzahlen wie die der Übernachtungen in Küstenregionen versus der oben definierten Binnenlandregion. Sie lassen ebenfalls Rückschlüsse auf die Zahl der touristischen Besucher:innen der Landgastronomie im Binnenland zu (s. Abb.1).

	2016	2018	Veränderung 2016/2018
Küste	22.482.140	28.333.401	+ 26,0 %
- Nordsee	9.294.711	12.009.835	+ 29,2 %
- Ostsee	13.187.429	16.323.566	+ 23,8 %
Binnenland (Projektgebiet)	5.722.284	6.119.750	+ 6,9 %
- Holsteinische Schweiz	968.058	954.473	- 1,4 %
- Herzogtum Lauenburg	713.417	761.906	+ 6,8 %
- Übriges Schleswig-Holstein (inkl. Binnenlandanteil Schlei)	4.040.809	4.403.371	+ 9,0 %
Schleswig-Holstein	28.204.424	34.453.151	+ 22,2 %

Abbildung 1: Tabelle, Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben ≥ zehn Betten und auf Campingplätzen⁶

⁶ Quelle: dwif 2017, Daten: Statistikamt Nord 2017 und 2019, aus: tourismus plan B GmbH, Bericht „Entwicklungspotenziale und Handlungsempfehlungen zur Stärkung des Binnenlandtourismus in Schleswig-Holstein“ Seite 10, 2019 www.tvsh.de

⁷ Quelle: <https://www.ln-online.de/Nachrichten/Norddeutschland/Landgasthoefe-sterben-verhaltenes-Echo-aus-der-Politik> 12.11.2018.



Die Tabelle lässt erkennen, dass bei positiver Entwicklung der Übernachtungszahlen in ganz Schleswig-Holstein die Küstenregion wesentlich mehr profitiert als das Binnenland.

„Das Binnenland in Schleswig-Holstein deckt 90 Prozent der gesamten Landesfläche ab und steht trotz dieser flächenmäßig hohen Bedeutung seit Jahrzehnten touristisch im Schatten der Küsten. Die landschaftlichen Schönheiten und Besonderheiten sowie die touristischen Angebote bleiben Urlaubern häufig verborgen, da sie nur die Küsten kennen bzw. wahrnehmen.“⁸

Nicht nur die Zahlen von touristischen Besucher:innen zwischen Küstenregion und Binnenland unterscheiden sich deutlich. Auch die Zuwächse im Tourismus verteilen sich ungleich, wie die obige Tabelle des Tourismusverbandes Schleswig-Holsteins zeigt.

So kann die Landgastronomie in Küstenlage einen Großteil der Umsätze durch den Tourismus generieren. Die Landgastronomie im Binnenland kann meist nicht im gleichen Maße von den touristischen Strömen profitieren, hat oft andere Besucherkonstellationen, aber auch oft weniger unter saisonalen Schwankungen zu leiden.

Dies bedingt aber auch für die Landgastronomie in Küstenlage sehr saisonal schwankende Auslastung mit den dazugehörigen Problemen, zum Beispiel im Bereich der Personalplanung.

Im Rahmen dieser Expertise kamen wir so zu dem Schluss, dass neben der Lage in den ländlichen Räumen ein weiterer Unterscheidungsparameter für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein die geographische Lage ist:

- A) eine Lage in den Küstenregionen von Nord- und Ostsee inklusive der Inseln
- B) eine Lage im Binnenland

Wir folgen in dieser Differenzierung weitestgehend den Überlegungen des Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus e.V. (SHBT), die für die sogenannte Binnenlandtourismusstudie 2019 durchgeführt wurden und unter anderem

⁸ Quelle: dwif 2017, Daten: Statistikamt Nord 2017 und 2019, aus: tourismus plan B GmbH, Bericht „Entwicklungspotenziale und Handlungsempfehlungen zur Stärkung des Binnenlandtourismus in Schleswig-Holstein“ Seite 5, 2019 www.tvsh.de

auf den statistischen Kategorien des Statistikamtes Nord basieren.

„Auch die amtliche Statistik des Landes weist keine Kategorie ‚Binnenland‘ aus, sondern beschränkt sich auf ‚übriges Schleswig-Holstein‘. Selbst das Herzogtum Lauenburg als traditionelle Ferienregion wird in der amtlichen Statistik nicht als eigenständige Einheit erfasst. Statistisch nicht integriert in das ‚übrige Schleswig-Holstein‘ ist die Holsteinische Schweiz, die eine eigene Kategorie bzw. ein eigenes Reisegebiet darstellt. Die Region Ostseefjord-Schlei wird infolge ihrer Lage anteilig der Ostsee und dem ‚übrigen Schleswig-Holstein‘ zugeschlagen und taucht in der amtlichen Statistik als eigenständige Tourismusregion ebenfalls nicht auf. Bezeichnend ist die Erläuterung der Zugehörigkeit zum ‚übrigen Schleswig-Holstein‘ durch das Landesamt für Statistik Schleswig-Holstein: ‚Alle Gemeinden, die den drei vorgenannten Reisegebieten nicht angehören.‘“⁹

Der SHBT definiert den Küstenraum als einen schmalen Saum von zirka fünf bis zehn Kilometern Breite im Gegensatz zum restlichen Binnenland.¹⁰



Abbildung 2: Karte, Überlegungen zur Definition des Schleswig-Holsteinischen Binnenlandes in Abgrenzung zu den Küstenregionen, hier Definitionsgebiet des Schleswig-Holstein Binnenland Tourismus e.V. (SHBT) zuzüglich Schlei-Ostsee, Holsteinische Schweiz, Herzogtum Lauenburg & Stormarn.¹¹

⁹ Ebenda, Seite 5

¹⁰ Ebenda, eigene Grafik der Verfasser:innen, Seite 5.

¹¹ <https://www.tvsh.de/index.php?id=120>



3.4 Definition Landgasthöfe

Die Vielzahl der unterschiedlichen Angebote in der schleswig-holsteinischen Landgastronomie zu erfassen, ist schier unmöglich. Die Kreativität der Gastronom:innen, lokale Entwicklungen und die Anforderungen durch den Tourismus haben zu unterschiedlichsten Ausrichtungen der landgastronomischen Betriebe geführt.

In den Statistiken und Erhebungen der Landes- und Bundesämter sowie der Interessensvertretungen wird weder der Vielfalt der Landgastronomie an sich Rechnung getragen, noch gibt es klare Definitionsregeln für deren Angebote.

Basierend auf unseren Interviews mit Landgastrom:innen, Expert:innen und eigenen Zählungen der im Internet vorhandenen landgastronomischen Angebote konnten wir sechs Kategorien an unterschiedlicher Ausrichtung von Landgastronomien definieren:

- Kategorie 1: Der reine Restaurantbetrieb (inklusive Schankwirtschaften, Dorfkrüge, Hofcafés etc.)
- Kategorie 2: Der Restaurantbetrieb mit Beherbergung (im klassischen Sinn der Landgasthof)
- Kategorie 3: Der Restaurantbetrieb mit Saalwirtschaft (ohne Beherbergung)
- Kategorie 4: Der Landgasthof (Restaurantbetrieb, Beherbergung) mit Saalwirtschaft
- Kategorie 5: Der Landgasthof, der sich ganz auf das Saalgeschäft konzentriert (für Hochzeiten, Messen o.ä.)
- Kategorie 6: Der Landgasthof, der sich (fast) nur noch auf Beherbergung konzentriert

Aufgrund der oben beschriebene fehlende statistische Datenlage konnten im Rahmen dieser Expertise keine quantitativen Aussagen zu den sechs Kategorien getroffen werden. Klar wurde in unserer Expertise, dass die Kategorien 5 und 6 quantitativ eher die Ausnahme sind.

3.5 Die Besucher:innen und Gäste der Landgastronomie in Schleswig-Holstein

Die oben beschriebenen Lagen und Ausrichtungen der landgastronomischen Angebote in Schleswig-Holstein bedingen auch ein großes Spektrum an Besucher:innen in der Landgastronomie. Gleichzeitig haben sich viele

Landgastronomien durch Spezialisierungen den unterschiedlichen Besucher:innenströmen angepasst.

Auch hier fanden unsere Recherchen keine valide Zahlenbasis oder Untersuchungen, die ein umfassendes Bild der unterschiedlichen Besucher:innen-Segmente in der Landgastronomie geben könnten.

Aus diesem Grund haben wir nach Gesprächen mit Expert:innen und Landgastrom:innen im Rahmen dieser Expertise eine eigene grobe Segmentierung vorgenommen:

1) **Besucher:innen aus dem Dorf bzw. der Gemeinde, in der sich das landgastronomische Angebot befindet und dem räumlichen Umfeld:**

Neben dem Alltagsgeschäft einer Schankwirtschaft und ihrer Bedeutung als sozialer Treff sind (nicht nur) aber auch gerade die Landgasthöfe mit Saalbetrieb wichtig für die familiären und gesellschaftlichen Feste im Dorf sowie für die Vereinsarbeit.

Die Einnahmen aus den Besuchen dieser Zielgruppe bildeten für die meisten landgastronomischen Angebote über Jahrzehnte hinweg das finanzielle Rückgrat. Dies scheint sich in vielen Bereichen zurzeit deutlich zu verändern, wie wir später ausführen werden.

2) **Treue Gäste profilierter bzw. spezialisierter Landgasthöfe:**

Viele Landgastronomien haben in den vergangenen Jahren ihr Angebot umgestellt und verfeinert.

Spezialisierungen wie das „Wildrestaurant“, das „Fischrestaurant“ oder prinzipiell eine besondere gehobene Küche, Verbindungen zu Kunst und Kultur konnten Gäste aus dem weiteren Umfeld anlocken und zu dauerhaften Kund:innen machen, obwohl sie nicht aus dem dörflichen Umfeld stammen. Diese Kund:innen haben besonders in der Corona-Krise vielen Landgasthöfen durch ihre Treue enorm geholfen.

3) Weiterhin relevant sind für Landgastronomien mit Beherbergungsangebot die verschiedenen **Geschäftsreisenden, Monteure und Vertreter**, die oft mit ihren Übernachtungen für ein regelmäßiges Einkommen sorgen.

4) Immer wieder wurde im Rahmen unserer Expertise die Wichtigkeit von **Messen, Seminar- und Workshop-Angeboten** genannt. Viele Landgasthöfe können sich in diesem Bereich profilieren und von den Besucher:innen solcher Angebote profitieren.



5) **Die touristischen Durchreisler:** Viele Reisende nach Skandinavien oder von Skandinavien wählen einen Landgasthof in Schleswig-Holstein als Stop-over. Besonders Landgasthöfe, die in der Nähe der großen Autobahnen liegen, können von dieser Gruppe an Besucher:innen profitieren.

6) **Die Tagesausflügler:** Von den großen Städten Hamburg, Flensburg oder Kiel aus unternehmen viele Reisende einen Tagesausflug ins Binnenland oder an die Küste. Gerade die dort gelegenen Landgasthöfe können von dieser Gruppe Tourist:innen profitieren, ebenso wie solche an touristischen Hot Spots.

7) Der **Kurzurlaub** wird für viele Menschen immer attraktiver: Fünf Tage an der See sind inzwischen be-

liebter als drei komplette Wochen zur Ferienzeit. Die Kurzreisenden stellen somit ebenfalls eine gesonderte Gruppe an (Beherbergungs-) Gästen für die Landgastromie dar.

8) Zudem gibt es immer noch Reisende, die eine ganze Saison in Schleswig-Holstein verbringen möchten. Sei es in der Pension oder im Camper, sind **solche langfristigen Urlauber** ebenfalls wichtige Kund:innen der Landgastromie.

Die Zusammensetzung des jeweiligen Besucher:innenprofils eines jeden Landgasthofes unterscheidet sich wiederum nach Lage und Ausrichtung deutlich und kann nicht verallgemeinert werden.

Landgastromie: Gäste und Reiseanlässe

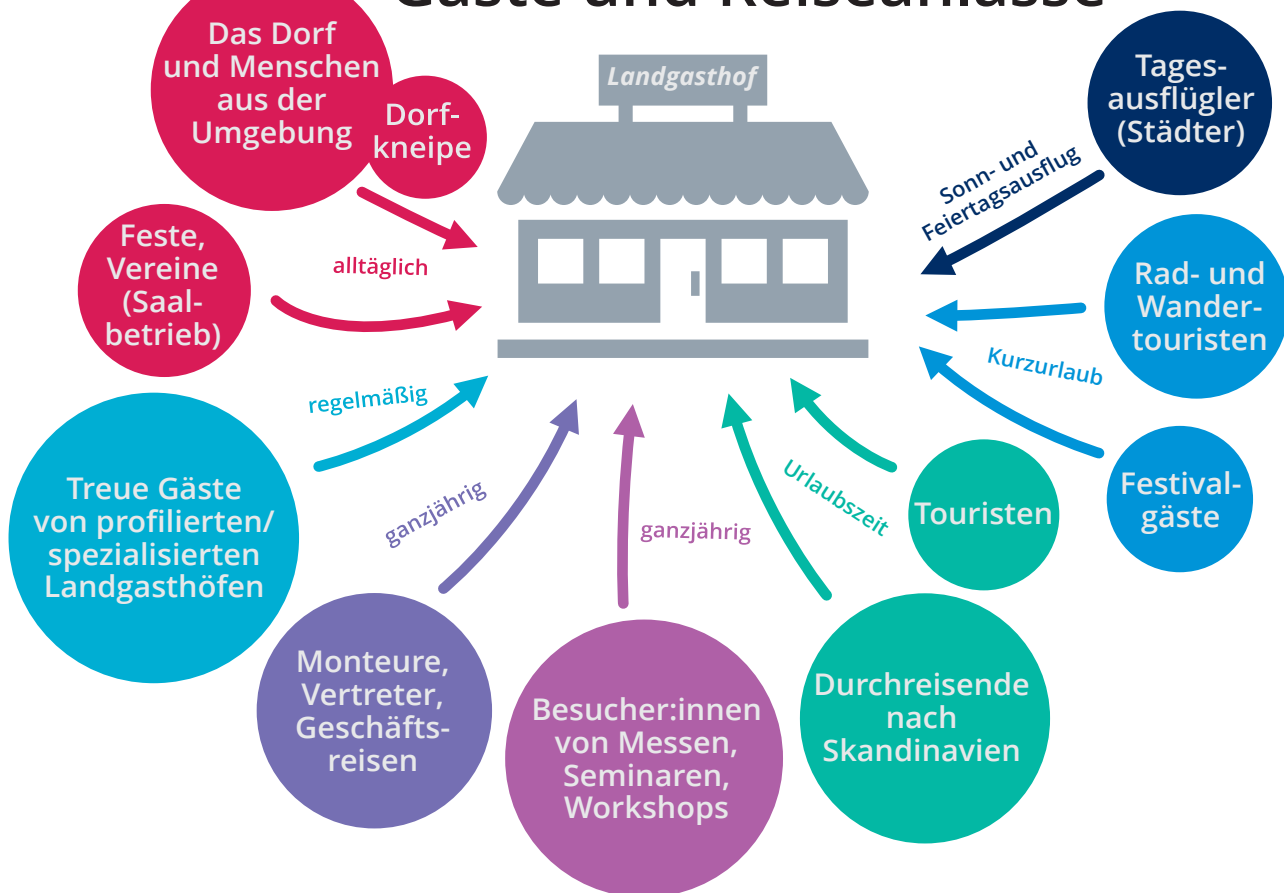


Abbildung 3: Übersicht der verschiedenen potenziellen Besucher:innengruppen der landgastromischen Betriebe in Schleswig-Holstein. Anmerkung: Die Größe der Kreise repräsentiert nicht die Größe der Besuchergruppen (eigene Grafik).



Relevanz für Schleswig-Holstein

Der Tourismus ist einer der bedeutendsten Wirtschaftsbereiche für Schleswig-Holstein. Die Kennzahlen des Tourismusverbandes Schleswig-Holstein sind beeindruckend:

Durch den Tourismus gab es 2019 161.500 Besucher:innen eines durchschnittlichen Volkseinkommens, 87,7 Millionen Übernachtungen (inkl. Grauem Beherbergungsbereich), 9,7 Milliarden Euro Bruttoumsatz aus der Tourismuswirtschaft und 943 Millionen Euro touristisch bedingter Steuereinnahmen für den Landeshaushalt.¹²

Die Landgastronomie ist ein Bereich des Tourismus in Schleswig-Holstein und erwirtschaftet diese Kennzahlen mit.

Die Unterstützung der Landgastronomie ist also direkte Unterstützung des Tourismus in Schleswig-Holstein.

4.0 Geschichte der Landgastronomie

Schon seit römischer Zeit haben die Landgasthöfe drei zentrale Funktionen: als Dorfkrug, als Versammlungsstätte für Gemeinde und Vereine sowie Festveranstaltungen und als Logierplatz für Reisende.

Die ursprüngliche Funktion dieser Gasthöfe ist in vielen Landgasthöfen immer noch vorhanden, viele Landgasthöfe versuchten jedoch in den vergangenen Jahrzehnten sich auf eine oder zwei der drei zentralen Funktionen zu spezialisieren.

So gibt es heute in Schleswig-Holstein eine Vielzahl unterschiedlich ausgerichteter landgastronomischer Angebote: vom Hofcafé oder dem Dorfkrug, die meist nur Essen und Getränke servieren, über den Landgasthof mit Gastronomie und Übernachtungsangebot hin zu den großen Landgasthöfen, die sich neben Beherbergung und Gastronomie noch mit Sälen, Kegelbahnen und anderen Eventangeboten wie z.B. dem Streichelzoo positionieren.

Auch wenn die drei zentralen Funktionen der Landgasthöfe an sich bestehen bleiben, hatten und haben gesellschaftliche Veränderungen deutlichen Einfluss auf die Anzahl und die Ausrichtung der landgastronomischen Angebote in Schleswig-Holstein.

4.1 Entwicklung der Landgastronomie in den letzten Jahrzehnten

Viele unserer Gesprächspartner:innen im Rahmen dieser Expertise berichten, dass die „goldene Zeit“ der Landgasthöfe vorbei sei. Besonders die Funktion des Sozialraums für das Dorf und die Gemeinde scheint sich massiv zu wandeln:

„Wir hatten quasi jedes Wochenende eine Hochzeit, das gibt es so gar nicht mehr, die feiern heute lieber auf Hawaii als bei uns!“

(Gastronomin in Ost-Holstein)

„Die Leute hier im Dorf waren früher alle im Verein, Feuerwehr, Landfrauen und so viel mehr... Nach dem Sport sind die Jungs hier reingekommen und haben ordentlich einen gezischt... Feuerwehrcbälle, Kegeln gehen, Sparclub ... all das stirbt aus oder ist schon ausgestorben!“

(Gastronom in Dithmarschen)

Die Zahl der Landgasthöfe in Schleswig-Holstein scheint über die letzten 50 Jahre stetig abgenommen zu haben.

¹² Zitiert nach: „Ihre Interessen, unser Ziel: Mehrwert für den Tourismus in Schleswig-Holstein“, © Tourismusverband Schleswig-Holstein, Mai 2019, Quelle: dwif-Consulting GmbH, Wirtschaftsfaktor Tourismus für Schleswig-Holstein, 2020.



Wie schon an anderer Stelle in diesem Bericht erwähnt, gibt es leider kein verlässliches Datenmaterial, dass in genauen Zahlen diesen Prozess beschreibt. Zurzeit kann der Rückgang bei den Angeboten der Landgastromie nur multiperspektivisch qualitativ dargestellt werden.

Allein die Anzahl der Veröffentlichungen in der schleswig-holsteinischen Presse, die wir während des Untersuchungszeitraums verfolgen konnten, macht die momentane Lage der Landgastromie sehr deutlich: In einem Zeitraum von zwölf Monaten erschienen Berichte über zwölf landgastromische Angebote, die (nicht nur wegen Corona) schließen mussten. Wohlgermerkt: Dabei handelt es sich nur um Schließungen, die der Presse einen Artikel wert waren. Sogenannte stille oder weitere Schließungen sind hier nicht enthalten.

In all unseren Interviews im Rahmen dieser Expertise wird deutlich, dass sowohl einzelne Dörfer als auch das Landleben an sich einem extremen Wandel unterliegen: Die Zahl der landgastromischen Angebote hat – laut Bericht unserer Interviewpartner:innen - in den letzten Jahren massiv abgenommen.

„Früher gab es in den 13 Gemeinden hier 20 Dorfkrüge... Heute ist hier einer von zwei übrig gebliebenen!“

„Ja, der Landgasthof, der kocht sensationell gut, die Betreiber machen das großartig... Aber da stellt sich keiner mehr aus unserem Dorf nach der Arbeit in Gummistiefeln an den Tresen und erzählt über den Tag. So eine Kneipe gibt es hier nicht mehr!“

(Bürgermeisterin im Kreis Rendsburg-Eckernförde)

„Allein hier im Dorf waren wir früher zu dritt, drei Gasthöfe und wir hatten alle zu tun. Und so war es in allen Dörfern hier... Heute sind wir allein im Umkreis von 10 Kilometern!“ (Gastronomie in Holstein)

„Der Strukturwandel im ländlichen Raum schlägt durch bis zu den Landgasthöfen“, sagt Dirk Nicolaisen, stellvertretender Geschäftsführer der IHK Flensburg. „Der Landgasthof verliert als Zentrum der Kommunikation immer mehr an Bedeutung. Die Menschen bleiben zu Hause.“¹³

Auch wenn die Abnahme der Anzahl landgastromischer Angebote in Schleswig-Holstein in den vergangenen Jahren nicht präzise quantifizierbar ist (Schätzungen von A. Strehl vom DEHOGA gehen von etwa 30 bis 40 Schließungen pro Jahr aus, siehe auch Seite 18), deuten unsere Befragung sehr deutlich darauf hin, dass die Zahl der Landgasthöfe in Schleswig-Holstein kontinuierlich abnimmt.

13 Quelle: <https://www.shz.de/10029231> ©2021



Abbildung 4: Collage aus Artikeln zum Thema Landgastromie aus den Jahren 2020 und 2021 der shz-Verlag.



4.2 Die Landgastronomie in Schleswig-Holstein heute

Bei unserer Untersuchung in den Jahren 2020 und 2021 ergab kein einheitliches Bild vom heutigen Zustand der Landgastronomie in Schleswig-Holstein. Laut unterschiedlicher Quellen existieren in ganz Schleswig-Holstein zum Stichtag 1. August 2020 zirka 200 bis 400 landgastronomische Angebote.¹⁴

Erfreulich ist die Vielfalt dieser Angebote, die hier kaum umfassend abbildbar ist: von der klassischen Dorfschenke mit einfachen Snacks zum Wellness-Tempel für die solvente Kundschaft, vom Familiengasthof mit Streichelzoo und Paddelangebot über das klassische Hofcafé zum Spezialitätenrestaurant bieten die Landgastronomen in Schleswig-Holstein eine begeisterte Fülle von Ideen an. Gerade die Corona-Krise hat gezeigt, wie viele Landgastronom:innen mit kreativen Ideen und eigenem Unternehmer:innengeist neue Angebote schufen und ihr Auskommen sichern konnten.

Vielfalt bildet sich auch in den unterschiedlichen Besitzverhältnissen ab: meist über viele Generationen im Familienbesitz, teils in Pacht von einem Privatanbieter oder der jeweiligen Gemeinde, teils mit festangestellten Mitarbeiter:innen oder unter Einsatz der Familie und saisonalen Kräften – allein dies zeigt die unterschiedlichen wirtschaftlichen Ausgangssituationen für die verschiedenen Landgastronomien.

Diese Vielfalt bedeutet aber auch, dass die einzelnen landgastronomischen Betriebe in sehr unterschiedlichen wirtschaftlichen Situationen sind und sich die Lage und die Zukunft eines jeden Betriebes sehr verschieden darstellt.

Einiges können wir aber aus den vorhergehenden Erkenntnissen für die gesamte Landgastronomie in Schleswig-Holstein festhalten:

1) In den vergangenen Jahrzehnten hat die Zahl der landgastronomischen Betriebe kontinuierlich abgenommen. Auch wenn es keine statistischen Zahlen dazu gibt, stützen die Berichte der Bewohner:innen auf dem Lande, die der Landgastronom:innen selbst und auch die Presseberichte diesen Eindruck.

¹⁴ „Die Zahl der Landgasthöfe sinkt dramatisch. Kaum 200 sind es noch, jährlich werden es weniger!“ so die Lübecker Nachrichten Und die Mittelstands- und Wirtschaftsunion Plön im Oktober 2020: „Im Sommer 2020 gibt es nach Aussage der gastronomischen Interessensverbände ca. 400 Landgasthöfe in Schleswig-Holstein. (Quellen siehe oben.)

2) Immer noch scheinen deutlich mehr Landgasthöfe zu schließen, als neue aufzumachen. Es scheint schwierig zu sein, aus dem Stand heraus als Junggastronom:in einen neuen Landgasthof zu etablieren. Viele Betriebe überleben nur, weil sie seit Jahren in Familienbesitz sind.

3) Alle Landgastronom:innen erfahren deutliche Veränderungen über die Jahre: klassische Besuchergruppen fallen weg, es gibt weniger Besuche der lokal ansässigen Mitbürger:innen, Vereinsfeste werden spärlicher, Stammtische lösen sich auf. Kundenverhalten und -wünsche verändern sich deutlich.

4) Es gibt immer wieder beeindruckende Beispiele von Gastronom:innen auf dem Lande, die sich dem Abwärtstrend mit Kreativität und Engagement entgegenstellen.

Der Wegfall klassischer Besuchergruppen und verändertes Kundenverhalten wird von allen Befragten in dieser Expertise bemerkt und setzt viele landgastronomische Angebote über die Zeit schleichend unter finanziellen Druck.

Das beherrschende Thema für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein lautet offensichtlich Wandel, auf den sich die Landgastronomie einstellen muss: Klassische Aufgaben der Landgasthöfe und Dorfkneipen als soziale Treffpunkte und Orte zum Feiern fallen mehr und mehr weg. Es gibt einen Strukturwandel in den ländlichen Räumen, der auch in der Gastronomie vor Ort spürbar ist. Gleichzeitig wandelt sich die Gesellschaft: Alltagsleben, Freizeit- und Urlaubsverhalten sowie Anforderungen im Beruf haben sich massiv verändert, auch dies hat deutliche und direkte Auswirkungen auf die Landgastronomie.

Bei allen geschilderten massiven Veränderungen erfüllt die Landgastronomie aber weiterhin viele Funktionen im sozialen, kulturellen und gesellschaftlichen Bereich der Kommunen. Vieles davon geht über das gastronomische Engagement weit hinaus – kultureller und sozialer Einsatz für das Dorf und die Gemeinde sind in der Landgastronomie oft üblich. Diese Hilfsbereitschaft ist oft historisch gewachsen und wird als natürlicher Teil des Angebotes eines Landgasthofes für das Dorf wahrgenommen, allerdings sind diese Engagements oft ehrenamtlich, zusätzlich zur gastronomischen Arbeit und ohne jegliche finanzielle Vergütung.



Viele Landgastronomische Betreiber:innen sehen diese Aufgaben und Veränderungen und finden neue kreative Antworten auf diesen Wandel.

Spezialisierung als eine Antwort auf den Wandel

Als Antwort auf die veränderten Besucher:innenströme und den Wandel der Zeit haben sich viele landgastronomischen Betriebe in Schleswig-Holstein in den vergangenen Jahren spezialisiert. Mit einer klaren Positionierung konnten sie somit gezielt Kunden weit über den dörflichen Rahmen hinaus ansprechen und so überleben.

Verbünde und lokale Zusammenschlüsse

Eine andere Strategie – oft parallel zu Spezialisierungen – sind Kooperationen unterschiedlicher Art. Oft gehen diese Zusammenschlüsse weit über die Gastronomie hinaus und beziehen lokale Sehenswürdigkeiten mit ein, zum Beispiel die Salzstraße im Herzogtum Lauenburg oder geben ein nachhaltiges Qualitätsversprechen, wie es der Interessensverband „Feinheimisch“ propagiert.¹⁵ Diese Zusammenarbeit ist für die landgastronomischen Betriebe als besonders wertvoll zu bewerten; sie kann von unterschiedlichen Strukturen beworben und unterstützt werden, der einzelne Landgasthof ist nicht mehr allein für das Marketing zuständig.

Es ist auffällig, dass es unseres Wissens zurzeit keinen Verband oder Zusammenschluss der schleswig-holsteinischen Landgastronomie gibt. Dies könnte aber eine wichtige und starke Stimme sein, um für bessere Rahmenbedingungen zu kämpfen.

Kulturpflege und Tourismusmagnet

Die meisten Gastronomien auf dem Land nutzen historische Gebäude, die seit jeher essenziell zum Dorfbild gehören. Laut den Interviewpartner:innen dieser Expertise sind sie Zeugnis oft Jahrhunderte alter Familiengeschichten. Landgasthöfe und ihre Betreiber sind oft Aushängeschild und Seele eines Dorfes.

Ein Dorf mit einer oder mehreren funktionierenden, integrierten Dorfschänken ist allein aus landschafts- und kulturpflegerischer Sicht ein wertvoller schützenswerter Schatz.

¹⁵ Feinheimisch definiert sich laut eigener Webseite wie folgt: „Feinheimisch ist ein Netzwerk von agrarischen Erzeugern und Manufakturen, Küchenchefs und Gastronomen, privaten Mitgliedern und gewerblichen Förderern.“

Und: Die Landgastronomie in Schleswig-Holstein ist ein Baustein des Tourismus und kann Wirtschaftskraft in die Dörfer bringen.

Dies alles zeigt, wie wichtig die Diskussionen um die Landgastronomie, deren Erhalt aber auch der weitere Ausbau von landgastronomischen Angeboten für jedes einzelne Dorf und gesamt Schleswig-Holstein ist.

Rechtliche Rahmenbedingungen

Die Landgastronomie ist im stetigen Wandel. Um ihr diesen zu ermöglichen, werden neue rechtliche Rahmenbedingungen nötig: Bauliche Veränderungen und Umnutzungen der landgastronomischen Gebäudesubstanz zum Beispiel erfordern Sondergenehmigungen im Baurecht (Beispiel hierfür sind unter anderem die landwirtschaftlichen Sonderbestimmungen für privilegiertes Bauen im Außenbereich).

Auch im Bereich der Konzessionsvergaben sollten Veränderungen im landgastronomischen Betrieb einfacher abzubilden sein.

Da sich touristische Trends auch auf die Landgastronomie auswirken, bedarf es einer höheren Flexibilität bei betreffenden Bestimmungen. So nimmt (auch basierend auf der Corona-Krise) das Reisen in Caravan und Wohnmobil deutlich zu. Hier das Zelten und das Übernachtungsparken am Landgasthof zu ermöglichen, wäre enorm wichtig.

Weitere Flexibilität in den rechtlichen Rahmenbedingungen ist für die Landgastronomie essenziell.

Die Kehrseite der Landgastronomie in Schleswig-Holstein

Akzeptiert werden muss aber auch die Tatsache, dass es offensichtlich in den vergangenen Jahren eine stetige Erosion gab: viele landgastronomische Angebote mussten schließen, da sich keine Nachfolger:innen fanden, die Kundschaft nicht mehr vorhanden war und neue Besuchersegmente nicht einfach erschlossen werden konnten.

„Wir schätzen, dass jedes Jahr 30 bis 40 Landgasthöfe verschwinden. Damit fehlt in der betroffenen Gemeinde nicht nur ein Restaurant oder eine Herberge, es verschwindet auch eine gewisse Kultur des Miteinanders und der Gemütlichkeit.“, beschreibt Axel Strehl, Präsident des DEHOGA Schleswig-Holstein, die Lage.¹⁶

Alle Ideen zur Neuerschaffung eines Betriebs sind zum Scheitern verurteilt, wenn die Finanzkraft fehlt. Wie

¹⁶ Quelle: Axel Strehl, DEHOGA-Präsident, Schleswig-Holstein, in: <https://www.shz.de/10029231> ©2021



schon oben angedeutet, nehmen auch allein die Besitzverhältnisse hohen Einfluss auf die Wirtschaftskraft einer Location. Viele Gastronom:innen haben schlicht nicht die finanziellen Mittel, aus ihrem Landgasthof ein Wellness-Paradies zu schaffen oder kostspielige Mitgliedschaften in Verbänden zu unterhalten.

Viele Landgasthöfe befinden sich in einem Investitionsstau. Denkmalpflegerische Vorgaben, und oft die schlichte Größe der Gasthöfe, erschweren es Familienunternehmen zunehmend, aus den erwirtschafteten Gewinnen diese Investitionen zu bedienen.

Arbeitskräfte

In den vergangenen Jahren kam immer weniger Fachpersonal in ländliche Gebiete. Viele Befragte dieser Expertise bestätigen, dass es zunehmend schwieriger wird, gut ausgebildete Arbeitskräfte zu finden, die sich langfristig an einen Betrieb binden wollen. Ein Grund hierfür ist sicherlich saisonale Schwankungen im Geschäft, die kein geregelt Einkommen bieten.

Diese Entwicklung verschärfte die Corona-Krise seit 2020, deren Lockdowns zu Schließungen und weniger Bedarf an Personal führten. Fachkräfte für die Gastronomie zu gewinnen, gestaltet sich als schwierig.

Übernahme und Neugründungen von landgastronomischen Betrieben

Seit jeher ist es üblich, dass landgastronomische Betriebe von den Eltern an die Kinder übergeben werden. Diese Übergabe von einer auf die nächste Generation an sich kann schon schwierig sein, oft prallen hier unterschiedliche Vorstellungen aufeinander.

Generelle Veränderungen in den Vorstellungen über das eigene Leben führen aber immer öfters dazu, dass die Kinder eben nicht in die Fußstapfen der Eltern treten wollen und die Übergabe nicht funktioniert.

Für Außenstehende und Neugründer sind dann Übernahmen oft fast unmöglich, da die finanziellen Belastungen der Betriebsübernahme, der meist notwendigen Renovierung und Sanierung, die mit einer Neueröffnung einhergehen, für Neueinsteiger kaum zu stemmen sind.

Unverständliche Fördermöglichkeiten

Für viele Landgasthöfe gibt es – wie wir später aufzeigen werden – diverse Möglichkeiten der Unterstützung von verschiedensten Anbietern: Regional- oder Tourismus-Marketing, Kooperationen, Landes-, Bundes- und EU-Förderprogramme und vieles mehr.

Problematisch gestaltet sich deren mögliche Unübersichtlichkeit für einige Betroffene. So berichteten uns einige befragte Betreiber:innen in unserer Expertise, dass sie nicht wüssten, wie sie auf Hilfsangebote und Fördermittel zugreifen könnten:

„Wissen Sie, ich bin Gastronom, ich stehe seit über 30 Jahren jeden Tag am Zapfhahn oder serviere unsere Speisen, ich habe da ein paarmal versucht im Internet Infos zu bekommen, aber da habe ich keine Zeit für!“

(Gastronom in Nordfriesland)

„Da müsste ich jemanden mit einer eigenen Stelle einstellen, um durch dieses Dickicht zu kommen... Ich versuche über die üblichen Kanäle wie DEHOGA und so auf dem neusten Stand zu bleiben, aber ehrlich gesagt: Ich habe keine Ahnung, was da eigentlich noch möglich wäre... Schade!!“

(Gastronomin auf einer der Inseln)

Der wirtschaftliche Erfolg eines landgastronomischen Betriebes steht zuallererst in der Verantwortung der wirtschaftlichen Betreiber:innen. Durch ihr kreatives Unternehmerhandeln sollte der eigene Betrieb laufen. Es liegt im eigenen Interesse der landgastronomischen Betreiber:innen, sich die passende Unterstützung zu holen. Im Weiteren werden wir dazu Ideen und Möglichkeiten aufzeigen.

Corona-Krise

Wie im eigenen Teil zur Corona-Krise ausgeführt, hat die anhaltende Krise viele der hier beschriebenen Probleme noch verstärkt. Dies gilt vor allem für die schon vorher existente Problematik der Rekrutierung von Arbeitskräften für die Landgastronomie.

Trotz teils massiver staatlicher finanzieller Förderungen während der Krise, haben vielen Gastronomen einen „leisen Abschied“ gewählt, das heißt sie haben keine Nachfolger:innen gefunden und haben nach den Lockdowns nicht mehr wiedereröffnet.

4.3 Fazit

Heute sehen wir, dass sich viele landgastronomische Angebote in Schleswig-Holstein mit unterschiedlichsten Maßnahmen, persönlichem Engagement und Kreativität sehr gut aufstellen konnten und positiv in die Zukunft blicken. Viele starke Unternehmer:innen haben ein großartiges Angebot geschaffen.



Verbünde, Kooperationen und Netzwerke scheinen unter anderem ein stärkendes Element für den gesunden Landgasthof zu sein.

Jene Landgastronomen, die in den vergangenen Jahren investieren konnten, ihre Nische gefunden und so neue Besucher:innenströme erschlossen haben, werden ihren Weg weiter gehen.

Zur gleichen Zeit sehen wir aber auch den enormen Druck, der auf einigen Betrieben lastet, die nicht dieselben (finanziellen) Möglichkeiten haben. Hier braucht es an einigen Stellen in Zukunft Unterstützung von verschiedensten Seiten und mehr Flexibilität der gesetzlichen Rahmenbedingungen, um einem weiteren Abbau von landgastronomischen Angeboten entgegenzuwirken. Dabei geht es nicht immer um finanzielle Fördermaßnahmen.

Ganz klar fehlt zurzeit Nachwuchs: Momentan scheint es nur sehr wenige Neugründungen in diesem Bereich zu geben, was neben schwierigen Arbeitssituationen und hohen Investitionen offenbar auch an mangelnden Förderangeboten für Junggastronom:innen liegt.

Es wäre auch wünschenswert, dass sich eine Vertretung der schleswig-holsteinischen Landgastronom:innen als starke eigene Stimme etabliert.

5.0 Strukturwandel in den ländlichen Räumen und gesellschaftliche Veränderungen

Ländliche Räume verändern sich

Die Landgastronomie ist per Definition in den ländlichen Räumen beheimatet. Somit beeinflussen Veränderungen in den dörflichen Gemeinden, der Landwirtschaft und den ländlichen Räumen immer auch die Landgastronomie.

Eine der zentralen Erkenntnisse dieser Expertise ist die Tatsache, dass sich in den vergangenen Jahrzehnten die Zusammensetzung der Besucher:innenströme in der Landgastronomie stark verändert haben. Ebenso hat sich das soziale Konstrukt Dorf gewandelt, und somit auch die Anforderungen an den Landgasthof.

Der Landgasthof stellt nicht mehr notwendiger Weise den sozialen, kulturellen und gesellschaftlichen Mittelpunkt des Dorfes dar, wie es früher der Fall war.

Dies liegt an diversen Faktoren.

Bevölkerung in den ländlichen Räumen verändert sich

Während die 1960er und 1970er Jahre bundesweit von Landflucht geprägt waren und besonders Jugendliche die ländlichen Räume als Frustorte sahen, gab es spätestens seit den 1980er Jahren bis heute deutliche Gegenbewegungen. Da Bauland und Immobilieneigentum in den städtischen Ballungsräumen immer teurer werden, ziehen wieder vermehrt Menschen aufs Land. Oft sind dies junge Familien, die sich hier Eigentum leisten können und eine bessere Umwelt für ihre Kinder sehen.

Besonders interessant bei der Analyse der Veränderungen ist die Untersuchung zum Wandel der ländlichen Lebensweisen des Thünen-Institutes am Beispiel von 14 ländlichen Gemeinden zwischen 1952 und 2012.

Hier wird beschrieben:

„Als Ursache für den Zuzug (in die ländlichen Räume) wurden Suburbanisierungsprozesse und damit die Qualität von Dörfern ausgemacht, über Bauland zu verfügen. Besonders die Dörfer in der Nähe von städtischen Agglomerationen erzielten Wanderungsgewinne, da sie Bauland und Wohnungen zu relativ günstigen Preisen anbieten konnte.“¹⁷

17 Vogt L, Biernatzki R, Kriszan M, Lorleberg W (2015) Ländliche Lebensverhältnisse im Wandel 1952, 1972, 1993, 2012 : Vol. 1, Dörfer als Wohnstandorte. Braunschweig: Johann Heinrich von Thünen-Institut, 87 p, Thünen Rep 32, Vol. 1, DOI:10.3220/REP1445502469000, hier: PLANCK U, VAN DEENEN B (o. J., 1975): Kurzfassung. In: VAN DEENEN B, HERLEMANN HJ, KÖHNE M, MROHS E, PLANCK U, SPITZER



Allein diese Umzüge veränderten gewachsene Dorfstrukturen in den vergangenen Jahrzehnten deutlich: Das alteingesessene Nachbarschaftskonstrukt wurde durchbrochen, ehemals soziale Kommunikationsstrukturen wie Stammtische und der Plausch am Dorftresen verloren an Attraktivität.

Weiter heißt es in der Thünen-Untersuchung:

„Seit Mitte der 1980er Jahre hatte sich die Bevölkerung über alle westdeutschen Untersuchungsdörfer hinweg positiv entwickelt, wobei Unterschiede auf unterschiedlich starken Zuzug zurückzuführen waren. Der traditionellen Gleichsetzung von Bodenständigkeit und dörflicher Bevölkerung war der Boden entzogen worden mit der Feststellung, dass in keinem der zehn (...) Dörfer die alteingesessenen Bewohner in der Mehrheit waren. In drei der zehn Orte war mindestens ein Drittel der Befragten erst in den vorangegangenen zehn Jahren zugezogen.“¹⁸

Die Untersuchung des Thünen-Institutes fährt fort:

„Generell auffällig ist die hohe Fluktuation in den Untersuchungsgemeinden; von einer ‚stabilen‘ Landbevölkerung kann definitiv (und längst) nicht (mehr) gesprochen werden. Innerhalb eines Zeitraums von zehn Jahren wurden in allen Untersuchungsgemeinden große Teile der lokalen Bevölkerung ‚ausgetauscht‘.“¹⁹

Höhere Mobilität der Landbevölkerung

Durch viele Weg-, Um- und Zuzüge in den vergangenen Jahrzehnten veränderten sich auch Arbeits- und Sozialstrukturen. Heute arbeiten Einwohner:innen oft nicht mehr im eigenen Dorf, sondern in benachbarten Kommunen.

H (Hrsg.): Lebensverhältnisse in kleinbäuerlichen Dörfern 1952 und 1972 (Schriftenreihe der Forschungsgesellschaft für Agrarpolitik und Agrarsoziologie 230). Bonn, S.377-387

¹⁸ Vogt L, Biernatzki R, Kriszan M, Lorleberg W (2015) Ländliche Lebensverhältnisse im Wandel 1952, 1972, 1993, 2012 : Vol. 1, Dörfer als Wohnstandorte. Braunschweig: Johann Heinrich von Thünen-Institut, 87 p, Thünen Rep 32, Vol. 1, DOI:10.3220/REP1445502469000, hier: BECKER H (1997): Dörfer heute. Ländliche Lebensverhältnisse im Wandel. 1952, 1972 und 1993/95. Bonn.

¹⁹ Ebenda.

So zeigen die Gemeinden in eher ländlich geprägten Kreisen ein starkes Aus- aber auch Einpendeln der Beschäftigten:

Kreis	Anzahl Auspendler (gerundet)	Anzahl Einpendler (gerundet)
Dithmarschen	13.000	7.000
Herzogtum Lauenburg	46.000	19.000
Nordfriesland	12.000	10.000
Ostholstein	28.000	16.000
Plön	29.000	10.000

Abbildung 5: Tabelle, Anzahl der Auspendler und Einpendler für einige Kreise in Schleswig-Holstein, Quelle: Auszug aus der Statistik der Bundesagentur der Arbeit²⁰

Soziale Unternehmungen finden nicht mehr notwendigerweise im eigenen Dorf statt, sondern im Sportverein drei Dörfer weiter oder im Kino in der nächstgelegenen Stadt. Das Mobilitätsaufkommen auf dem Land ist stark gestiegen.

Dies bedeutet aber auch, dass das eigene Dorf und somit der lokale Landgasthof nicht mehr das gesellschaftliche Zentrum des kulturellen und sozialen Lebens darstellen muss:

„Wenn das Dorf nicht mehr der primäre soziale Referenzrahmen ist, so bedeutet dies auch, dass es keine dörflich-normative Kontrolle und auch kein ‚dörfliches Gemeinschaftsleben‘ mehr gibt.“²¹

Veränderungen in der Landwirtschaft

Landwirtschaft sollte ebenso als prägende Kraft in den ländlichen Räumen betrachtet werden. Auch Veränderungen in diesem Bereich hatten und haben Einfluss auf das Leben, das Arbeiten und die Freizeit in den dörflichen Gemeinden.

²⁰ Statistik der Bundesagentur für Arbeit: Tabellen, Pendlerverflechtungen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Kreisen, Nürnberg, Stichtag 30. Juni 2020

²¹ BECKER H. (1997): Dörfer heute. Ländliche Lebensverhältnisse im Wandel. 1952, 1972 und 1993/95. Bonn



Die Landwirtschaft selbst hat sich in den letzten Jahren massiv verändert; in den vergangenen Jahrzehnten nahm die Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe durchschnittlich um drei Prozent pro Jahr ab, was statistisch einer Halbierung der Zahl der Betriebe etwa alle 20 Jahre entspricht.²²

Gleichzeitig werden die landwirtschaftlichen Betriebe immer größer. Mittels neuer Techniken und optimierter Arten der Bewirtschaftung kann ein Landwirt heutzutage deutlich mehr Nahrungsmittel produzieren als vor 30, 50 oder 100 Jahren. So ernährte 1949 statistisch gesehen ein Landwirt zehn weitere Personen, in den 1980er Jahren 47 Personen und im Jahr 2018 147 Personen.²³

Strukturwandel landwirtschaftlicher Betriebe Betriebsgröße von ... bis unter ... ha LF	Zahl der Betriebe in 1.000		Änderung 2019 gegenüber 2007 in Prozent
	2007	2019	
unter 10	85,7	67,0	-21,8
10 - 20	67,8	53,7	-20,8
20 - 50	82,8	62,4	-24,6
50 - 100	53,4	45,4	-15,0
100 - 200	21,8	25,1	15,1
200 - 500	6,6	9,1	37,9
500 - und mehr	3,4	3,9	14,7
Insgesamt	321,5	266,6	-17,1

Abbildung 6: Tabelle zum Strukturwandel ländlicher Betriebe, Veränderung der Betriebsgrößen und Anzahl der Betriebe, Quelle: Statistisches Bundesamt.

Allein die Anzahl der Erwerbstätigen in der Landwirtschaft (1949 zirka 4,82 Millionen, 1980 zirka 1,41 Millionen, 2018 zirka 0,61 Millionen) zeigt, dass sich Beschäftigungsstrukturen im ländlichen Raum drastisch verändert haben. Die Landwirtschaft und dazugehörigen Industrien sind keine Hauptarbeitgeber in vielen

22 Bauernverband Situationsbericht 2018/2019: <https://www.bauernverband.de/situationsbericht/3-agrarstruktur/33-betriebe-und-betriebsgroessen>

23 Quelle: Informationen politische Bildung, 343 2020: Ländliche Räume, S.28.

Dörfern und Gemeinden mehr. Große Teile der Landbevölkerung arbeiten nicht mehr im landwirtschaftlichen Umfeld – und oft nicht mehr im ländlichen Raum.²⁴

In den Interviews im Rahmen dieser Expertise berichten Gemeinderät:innen und Dorfbürgermeister:innen über einen tiefgreifenden Wandel:

„Was wir hier gerade erleben, verändert alles: Unser Dorf heute kann nicht mehr mit dem Dorf vor 20 Jahren verglichen werden. Wir sind zu einem ‚Schlafdorf‘ geworden. Viele Städter:innen sind hierhergezogen, um ein Haus im Grünen zu haben, gleichzeitig haben sich viele Dorfbewohner:innen in den letzten Jahren Arbeit in der Stadt suchen müssen.

Das hat das Gefüge hier im Dorf total verändert. Während früher jeder jeden kannte, und ich jedes Kind hier im Dorf kannte, das Aufwachsen mitverfolgen konnte, kenne ich heute einen großen Teil der Menschen in meinem Dorf nicht mehr. Die arbeiten in der Stadt, treffen dort ihre Freunde und nutzen das Haus hier im Dorf als ihren Rückzugsort. An den gemeinschaftlichen Veranstaltungen hier im Dorf nehmen diese neuen Dorfbewohner:innen nicht mehr Teil. Und das verändert das ganze Dorfgefühl!“

Dorfbürgermeisterin einer ländlichen Gemeinde in Ostholstein

Bei Betrachtung der vielen unterschiedlichen Parameter, die auf ländlichen Räume, deren Gestaltung und die Bewohner:innen vor Ort wirken, wird klar: Das Dorf – wie es sich in der Vergangenheit einmal definierte – ist heute nicht mehr notwendigerweise die wirtschaftliche Grundlage für den landgastronomischen Betrieb.

Zu den genannten Aspekten, die heute den ländlichen Raum prägen, kommen weitere gesellschaftliche Veränderungen, die die Gastronomie allgemein und damit auch die Landgastronomie beeinflussen:

Digitale Unterhaltung zu Hause nimmt zu, Besuche in der Gastronomie nehmen ab

In den vergangenen Jahrzehnten haben sich die Gewohnheiten in Deutschland stark verändert. Im Freizeitmonitor 2020 der Stiftung für Zukunftsfragen etwa wird deutlich, dass im Vergleich zu 2015 die Menschen im Jahr 2020 einen viel größeren Teil ihrer Freizeit zu Hause vor digitalen Endgeräten verbracht und gleichzeitig seltener Gastronomiebetriebe besucht haben.²⁵

24 Ebenda.

25 Zukunftsmonitor 2020, Stiftung für Zukunftsfragen.



Diese Erkenntnisse werden auch im Freizeit-Monitor 2019 bestätigt und tiefergehend untersucht: Der Wunsch, seine Freizeit regelmäßig beim Sport, im Park, im Kino oder im Theater zu verbringen, ist mehr Fantasie als Realität. Fast sämtliche von der Mehrheit der Bevölkerung ausgeübte Freizeitaktivitäten finden zuhause statt.

Prof. Dr. Ulrich Reinhardt, Wissenschaftlicher Leiter der Stiftung für Zukunftsfragen:

„Der Freizeitalltag der Bundesbürger läuft recht routiniert ab. Nach Feierabend wird sich auf dem Sofa entspannt, informiert und unterhalten. ‚Passivität statt Aktivität‘ lautet das Motto. Außerhausaktivitäten sind dagegen das Highlight der Woche, wenn nicht sogar des Monats.“²⁶

Wenigstens einmal pro Woche sportlich aktiv ist lediglich etwa jeder Dritte (35 Prozent), jeder Vierte beschäftigt sich mit Gartenarbeit (25 Prozent) und nur jeder Sechste unternimmt etwas mit Freunden oder ist in einem Verein aktiv (jeweils 17 Prozent).

Ins Restaurant, die Kneipe, zum Stammtisch oder zum Shopping in die Geschäfte zieht es noch nicht einmal jeden zehnten Bürger regelmäßig.²⁷

Neues Familien- und Rollenverständnis

Noch in den 1980er Jahren war es für Männer üblich, der Hauptverdiener der Familie zu sein, sich mit Freunden auf ein Feierabendbier im Dorfkrug zu treffen, während ihre Frauen zuhause den Haushalt machten und die Kinder zu Bett brachten. Diese klassische Rollenverteilung ist längst aufgelöst: Heute tragen auch Mütter zum Unterhalt der Familie bei, oft im Schichtdienst. Väter hingegen möchten deutlich mehr Zeit mit den Kindern verbringen. Der Austausch in der Dorfneipe verliert an Bedeutung.

Das heißt für die Landgastronomie, dass ihr nicht nur Umsatz durch schwindende Stammtische und Vereins-sitzungen fehlt, sondern auch wie oben schon ausgeführt die soziale Rolle als Dorfmittelpunkt schwindet.

Dabei beschreiben wir hier langfristige Veränderungen, die nicht neu sind. Schon 1995 stellt die Untersuchung „Landgasthöfe im Eider-Treene-Sorge-Gebiet“ fest:

„Zur Begriffsbestimmung ‚Landgasthof‘ stellten wir den Gastwirten die Frage nach ihrer Definition eines typischen Landgasthofes. Als wesentliche Merkmale benannten die

Gesprächspartner: ‚Treffpunkt für die Bewohner (nur wo die Einheimischen hingehen, stimmt die Atmosphäre), preiswert, reichliches Essen, ein paar Betten, Touristen spielen untergeordnete Rolle.‘

Diese Beschreibung spiegelt die traditionelle, überwiegend soziale Bedeutung des Landgasthofes für das Dorf wider. Diese alleinige Funktion kann jedoch angesichts des Strukturwandels in den Dörfern den meisten Betrieben das Überleben nicht mehr sichern.“²⁸

Die ländlichen Räume und dort verorteten Personen und Strukturen haben sich in den vergangenen Jahrzehnten grundlegend verändert. Ursachen sind ein anderes Freizeitverhalten, neues Rollenverständnis und letztlich die Digitalisierung, die allesamt ebenso Auswirkung auf die Wahrnehmung und die Nutzung der Landgastronomie haben.

Veränderungen aufgrund der Corona-Pandemie

Bei den oben dargestellten Faktoren handelt es sich um langfristige strukturelle Veränderungen, die sich auf Zeiträume mehrerer Dekaden beziehen. Die seit 2020 grassierende Corona-Pandemie wird auch in den oben beschriebenen Bereichen Veränderungen bewirken, bestehende Prozesse beschleunigen oder verändern.

Auch wenn es noch keine Antworten gibt, so sehen wir heute schon Veränderungen, die Fragen aufwerfen, die für das Leben in den ländlichen Räumen und damit für die Landgastronomie relevant sein werden:

Wie wird sich die Pandemie auf den gesellschaftlichen Zusammenhalt auswirken? Werden die vielen ländlichen Vereine sich wieder reaktivieren können? Werden, wie früher, wieder Hochzeiten und Geburtstage im großen Stil gefeiert? Wird Homeoffice auch nach der Pandemie eine feste Größe bleiben und verändert das die Anwesenheit der Bevölkerung in den Dörfern auch tagsüber nachhaltig, sind Schlafdörfer zukünftig doch auch wieder „Arbeitsdörfer“, weil die digitalen Arbeiter:Innen vor Ort sind?

Diese Fragen können nur andeuten, dass die Corona-Pandemie in vielen Bereichen einen nachhaltigen Einfluss auf unsere Lebenswelten haben wird.

²⁶ Ebenda

²⁷ Zukunftsmonitor 2019, Stiftung für Zukunftsfragen.

²⁸ Quelle: Landgasthöfe im Eider-Trenne-Sorge-Gebiet, 1995, Untersuchung von „stadt & land“, gesellschaft für raumpolitische forschung, planung und beratung mbh



6.0 Die Landgastronomie in Schleswig-Holstein und die Lage während der Corona-Krise im Oktober/November 2020

Vorbemerkung zu diesem Kapitel:

Die Fragestellungen und das Design dieser Studie wurden vor der Corona-Pandemie entwickelt. Die Ausschreibung der Studie fiel in die Anfangszeit der Corona-Pandemie im Jahr 2020 und forderte eine genauere Betrachtung der Auswirkungen der unterschiedlichen Reaktionen von Gesellschaft und Staat.

Im Oktober und November 2020 wurde im Rahmen dieser Studie die Auswirkungen der Corona-Pandemie für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein untersucht. Dies stellt nur ein Schlaglicht dar und steht nur für den damaligen Moment. Inzwischen haben sich die verschiedenen Parameter weiterentwickelt, es gab diverse staatliche Fördermaßnahmen, große unternehmerische Kreativität und Weiterentwicklungen in der Pandemie durch neue Corona-Varianten. All dies ist in dem hier beschriebenen Schlaglicht nicht repräsentiert.

Beim Verfassen des Berichtes im Dezember 2021, sind wir alle weiterhin von den Auswirkungen der anhaltenden Corona-Pandemie betroffen.

Einleitung

Als im März 2020 die Bundesrepublik Deutschland von den Auswirkungen der Corona-Pandemie getroffen wurde, war es unmöglich abzuschätzen, welche Folgen und Auswirkungen die Pandemie auf das Alltagsleben der Deutschen haben würde.

Die gesellschaftlichen Effekte der Pandemie und der politischen, wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Reaktionen darauf haben zu einem hoch-aktiven Geschehen geführt, bei dem die Politik (in Absprache mit Fachleuten) tagesgenau auf die neusten Entwicklungen reagieren musste.

Lockdowns, Teil-Lockdowns, Schulschließungen und -öffnungen, Eingriffe in das Privatleben der Bundesbürger und vieles mehr wurden notwendig, um Gesellschaft und Institutionen zu schützen. Dies führte zu einer Situation, in der sich die gesamtgesellschaftliche Lage täglich änderte. In der Politik wurde dies „Aufsicht-fahren“ genannt, bedeutete aber ein hohes Maß

an unabsehbaren und nicht planbaren Entscheidungen mit massiven Auswirkungen für jeden Einzelnen.

Besonders trafen Entscheidungen zu Schutzmaßnahmen die unterschiedlichen Stakeholder im Bereich der Gastronomie. Für die Gastronomie in Deutschland wurde es unmöglich, den Betrieb gastronomischer Einrichtungen über wenige Tage hinaus zu planen. Einerseits änderte sich die Corona-Lage ständig, andererseits war die Gastronomie besonders hart von den Lockdown-Maßnahmen getroffen.

Nicht nur die Lage und Situation der Landgastronomie in Schleswig-Holstein an sich war dabei grundsätzlich unübersichtlich. Auch die vollständige Einschätzung der Auswirkungen der Effekte der Corona-Pandemie für die Landgastronomie war zum Zeitpunkt der Erhebungen zu diesem Teil der Expertise durch diverse verzerrende Effekte unmöglich:

Zur Zeit der Erhebung galt ein verändertes Insolvenzrecht. Die zeitlich begrenzte Aussetzung der Insolvenzantragspflicht verzerrte das Bild massiv. Erst das Ende der Aussetzung im Laufe des Jahres 2021 und der statistischen Auswertungen in den Folgejahren werden das Ausmaß von Betriebsschließungen und Insolvenzen in Folge der Corona-Krise klar werden lassen.

Stille Schließungen: Gastronomen entschließen sich, ihre Betriebe in der Corona-Krise nicht mehr weiterzuführen, ohne dass Corona als Grund angegeben wird. Diese Schließungen werden in keiner Corona-Statistik auftauchen.

In dieser Expertise haben die Verfasser:innen die Situation der Landgastronomie in Schleswig-Holstein während der Corona-Krise im Oktober und November 2020 untersucht. Die Situation für die Gastronomen in Schleswig-Holstein hatte sich allein im Erhebungszeitraum mehrfach verändert.

Quantitative Betrachtung

Für die Beantwortung der Fragestellungen dieser Expertise mit quantitativen Quellen ist es überaus hinderlich gewesen, dass die Landgastronomie in den Statistiken und Befragungen der unterschiedlichsten Organe und Institute nicht als eigene Definition geführt wird. Außerdem führte die oben geschilderte Lage, bei der die Auswirkungen nicht zeitgleich in die Statistiken einfließen (unter anderem Aussetzung der Insolvenzantragspflicht), zu einer Quellenlage, die für die Einschätzung



der Situation der Landgastronom:innen in Schleswig-Holstein nur gemutmaßt werden kann.

Trotzdem sehen wir die hier aufgeführten Statistiken als starke Indikatoren zur Einschätzung der Lage der Landgastronom:innen in Schleswig-Holstein.

Bundesweite Lage für das Gastgewerbe:

Zum Zeitpunkt dieser Untersuchung wurden die ersten dramatischen Folgen der Corona-Pandemie besonders durch die Auswirkungen des ersten Lockdowns im März 2020 deutlich.

Das Statistische Bundesamt zeigte für März 2020 einen bundesweiten Rückgang im Gastgewerbeumsatz von 45,4 Prozent zum Vorjahresmonat (real, preisbereinigt). Und auch später im Jahr zeigte sich trotz eines starken Sommergeschäfts, dass das Minus im Zeitraum Januar bis August 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum für das Gastgewerbe insgesamt bei 35 Prozent, das Minus für die Gastronomie separat gesehen bundesweit bei zirka 31,2 Prozent lag.²⁹

Lage für das Gastgewerbe in Schleswig-Holstein:

Auch eine im September 2020 von dem DEHOGA Deutscher Hotel- und Gaststättenverband Schleswig-Holstein e.V. durchgeführte Umfrage zeigt einen Umsatzrückgang bei den befragten Gastronomen in Schleswig-Holstein von 47 Prozent. Und 44,3 Prozent der Gastronomen sahen zum Zeitpunkt der Befragung ihre wirtschaftliche Existenz aufgrund der Effekte der Corona-Pandemie gefährdet.³⁰

Ganz ähnliche Einsichten präsentiert im November 2020 die KONJUNKTUR-BERICHTERSTATTUNG TOURISMUS HERBST 2020 der IHK Schleswig-Holstein – Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern Flensburg, Kiel und Lübeck. Hier schätzen 43 Prozent der Befragten ihre wirtschaftliche Lage als schlecht ein.³¹

²⁹ Webseite des Statistischen Bundesamtes, Pressemitteilung #175 vom 20. Mai 2020 <https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/05/PD2017545213.html>

³⁰ DEHOGA Studie, Pressemitteilung 20/25, (11. August 2020), Ausschnitt Schleswig-Holstein, über DEHOGA-Verband Schleswig-Holstein.

³¹ IHK Schleswig-Holstein, Bericht Tourismus Herbst 2020 <https://www.ihk-schleswig-holstein.de/blueprint/servlet/resource/blob/4950774/40a7a5e989298ed4f122cad16c67b92a/saisonbericht-tourismus-herbst-2020-data.pdf>

Mit den oben genannten Zahlen wird deutlich, dass die Gastronomie bundesweit, aber auch in Schleswig-Holstein, noch immer massiv unter der Corona-Pandemie leidet. Dramatik liegt in der Tatsache, dass die schlechte Zukunftsaussicht der Gastronom:innen in Schleswig-Holstein trotz eines sehr starken (allerdings verkürzten) Sommergeschäfts nicht positiver ausfällt.

Besondere Aufmerksamkeit muss auf Folgeeffekte gesetzt werden: Das starke, aber verkürzte Sommergeschäft der Gastronomie in Schleswig-Holstein konnte aufgelaufene Verluste aus den Vormonaten teilweise egalisieren. Dies bedeutet aber gleichzeitig, dass das so wichtige, in den Sommermonaten erwirtschaftete finanzielle Polster für die deutlich umsatzschwächeren Wintermonate fehlen wird.

Qualitative Betrachtung

In unseren qualitativen Befragungen von Landgastronom:innen in Schleswig-Holstein in den Monaten Oktober und November 2020 konnte das oben gezeichnete Bild noch verdeutlicht werden. Besonders auffällig in den Interviews war die Unterschiedlichkeit, mit denen die Auswirkungen der Corona-Krise die Landgastronom:innen trafen.

Dies zeigen beispielhaft sechs verschiedene Landgastronomien, die im Rahmen dieser Expertise interviewt wurden:

1) Landgasthof in einer 550-Einwohner-Gemeinde:

Die Immobilie gehört der Gemeinde, die ein großes Interesse daran hat, dass der Landgasthof überlebt. Der Landgasthof hat sich ganz auf gehobene Küche und Kunstausstellungen spezialisiert und treue Kunden von Hamburg bis Flensburg, die zum Essen dort hinfahren – im Gegensatz zur Dorfbevölkerung.

Im ersten Lockdown während der Corona-Krise bestellte die Kundschaft von außerhalb jeden Tag bis zu 60 Außer-Haus-Menüs und sicherte damit das Überleben.

2) Die gehobene Feiernmöglichkeit in Dithmarschen:

Die Kinder übernehmen zirka 2010 den Landgasthof der Eltern im Nebenerwerb, sind finanziell über andere Karrieren abgesichert. 2012 fassen sie den Entschluss, den Landgasthof ganz auf Bankette, Familienfeiern und Feste in gehobener Atmosphäre auszurichten. Der Landgasthof ist in Familienbesitz, Umsatzverlust für 2020 geschätzt bei 90 Prozent. Dies ist für die Betreiber laut Eigenangabe aber nicht schlimm, da die beiden nicht von dem Landgasthof



leben müssen und Betriebs- und Unterhaltskosten niedrig sind.

3) Kleiner Dorfkrug mit Monteurswohnungen:

Aufgrund der Größe kann der Familienbetrieb nur eine bestimmte Anzahl von Essen/ Sitzplätzen anbieten. Hier gibt es einfache Küche und für die Dorfbewohner das Bier abends am Tresen. Aber der Zuspruch aus dem Dorf wird immer weniger. So wurde die ehemalige Kegelbahn zu Monteurswohnungen umgebaut, um in der Krise zu überleben. Insgesamt aber stehe der Betrieb vor „dramatischen Herausforderungen“.

4) Landgasthof und Hotel:

Eine alte Gastronomenfamilie (seit 1840) betreibt in Binnenlandlage einen Landgasthof, den sie ausschließlich für Feste, Bankette und Hochzeiten nutzt. Außerdem besitzt sie etwa 20 Kilometer entfernt einen Hotelbetrieb in einer Kleinstadt. Der Landgasthof liegt völlig brach (minus 90 Prozent Umsatz für 2020), aber der Gastronom kann die kleineren Feiern jetzt in seinem Hotelbetrieb durchführen. Da der Hotelbetrieb in den drei Sommermonaten einen sehr guten Umsatz gemacht hat, kommt er gut durch die Krise.

5) Landgasthof in einer touristischen Randlage profitiert vom Sommergeschäft:

Ein Landgasthof mit ein paar Fremdenzimmern, der üblicherweise etwas an der touristischen Randlage leidet, konnte dieses Jahr durch den enorm starken Sommerumsatz (Urlaub im eigenen Land) sehr stark profitieren; die touristische Lage direkt an der Küste war oft ausgebucht, Touristen der Ersten Lage unternahmen Exkursionen in die Bereiche der Zweiten Lage. Trotzdem wurde ein Umsatzminus für 2020 von zehn Prozent erwartet.

6) Wellnesshotel und Sterneküche auf einer nordfriesischen Insel macht 2020 Umsatzplus von 15 Prozent:

Da auf der nordfriesischen Insel März und April noch als Vorsaison gelten, ebenso wie der November als Nachsaison, konnte der Betrieb den ersten und zweiten Lockdown ohne Probleme überleben und sich vollkommen auf das starke Saisongeschäft 2020 konzentrieren sowie mit viel Kreativität Lösungen finden, um den Umsatz nicht nur zu halten, sondern sogar zu steigern.

Fast alle qualitativ befragte Landgastronomen dieser Expertise berichten über Umsatzeinbußen im Zeitraum Januar bis Oktober 2020 unter den Corona-Schutzmaßnahmen von zehn bis 90 Prozent. Gemittelt ergibt sich

in unserer Umfrage ein (nicht statistisch abgesicherter) Wert von zirka 30 bis 40 Prozent Umsatzeinbußen, der sehr gut den oben zitierten statistischen Daten entspricht.

Unterschiede ergeben sich durch kleine Grundvoraussetzungen, die aber in Zeiten von Corona massive Auswirkungen haben:

Viele Landgastronom:innen haben sich schon in den vergangenen Jahren spezialisiert, um neue Zielgruppen zu erschließen. Solche Spezialisten (etwa das Wildspezialitäten-Restaurant) können aufgrund einer hohen Kundenbindung Ausfälle während des Lockdowns über ein starkes Außer-Hausgeschäft recht gut kompensieren.

Der Landgasthof in erster Lage in einem Kurort kann aufgrund der Altersverteilung der Gäste/ Touristen kein Außer-Hausgeschäft anbieten und hat dramatische Einbußen (Senioren nutzen das Außer-Haus-Angebot viel weniger). Nur wenige Kilometer weiter erwirtschaftet ein auf Wellness spezialisierter Edel-Landgasthof sogar ein Umsatzplus für Januar-Oktober von 15 Prozent.

Die Landgastronomie, die sich ganz auf Hochzeiten, Familienfeiern und Vereinsfeiern spezialisiert hat, hat ebenfalls dramatische Einbußen.

Keiner der in dieser Expertise befragten Landgastronomen war zum Zeitpunkt der Befragung gezwungen, in die Insolvenz zu gehen, aber viele der Befragten mussten ihre Rücklagen aktivieren. Auch berichten die Befragten, die in absehbarer Zukunft ihre Betriebe altersbedingt abgeben wollen, dass es fast unmöglich sei, Nachfolger für diese Betriebe zu finden.

Das von der Politik propagierte „Auf-Sicht-fahren“ in der Corona-Krise führte zu vielen Mikro-Entscheidungen rund um die Corona-Schutzmaßnahmen. In Folge konnten die befragten Gastronomen oft nicht mehr planen – weder bei Personal noch Einkauf und Veranstaltungen.



Wahrnehmung und Relevanz der Corona-Hilfsmaßnahmen

Im Jahr 2020 wurden von den verschiedenen Akteuren eine ganze Reihe an Maßnahmen in Angriff genommen, um der hier betrachteten Zielgruppe zu helfen.

Neben finanziellen und steuerlichen Hilfen der Bundes- und Landesregierungen waren dies hauptsächlich umfangreiche Informationskampagnen der verschiedenen Interessenvertretungen (unter anderem DEHOGA, IHK oder die Tourismusverbände), die die (Land-) Gastronomen befähigen sollten, aktuelle Auflagen wie Hygienekonzepte während der Corona-Pandemie umfänglich und zeitnah umzusetzen.

Alle unsere Befragten haben diese Angebote (von persönlichen Besuchen, Flyern, Newslettern und Webseitenangeboten) als hilfreich angesehen. In einer sich immer wieder schnell ändernden Informationslage war die redaktionelle Aufarbeitung, wie sie etwa auf der DEHOGA-Webseite passierte, ein hochgeschätztes Hilfsmittel.

Weitere Hilfe für die Landgastronom:innen kam aus der eigenen Klientel, den Dörfern und von Anwohnern. Mit kreativen Mitteln schafften es manche Landgastronom:innen in der Pandemie und während des Lockdowns, Kund:innen zu begeistern, so dass die landgastronomischen Angebote zum größten Teil überleben konnten.

Als besonders relevant wurden aber in dieser Expertise die finanziellen Hilfen genannt. Die Corona-Soforthilfe und das Kurzarbeitergeldprogramm waren für viele Landgastronom:innen überlebenswichtige Maßnahmen. Die meisten der Befragten hatten mindestens eine der Unterstützungen für sich in Anspruch genommen.

Andere Angebote, wie zum Beispiel die Überbrückungshilfe I, fanden nur wenig Interesse. Hier war die Unübersichtlichkeit des Angebotes ein Problem.

Weitere zu der Zeit aktuelle finanzielle Fördermaßnahmen wurden weniger genutzt oder waren nicht bekannt.

Insgesamt wurde zum Zeitpunkt der Durchführung der Expertise aber deutlich, dass die Befragten die Beantragung der verschiedenen Hilfen oft als kompliziert ansahen, Informationsflüsse nicht ausreichend waren

und insgesamt eine große Verunsicherung bei den Befragten herrschte. Sie wünschten sich einfachere und klarere Mechanismen der Hilfsmaßnahmen.

Zum Ende der Befragung brachte die Bundesregierung die sogenannte Novemberhilfe auf den Weg; allerdings waren weder Mechanismus noch Zielgruppen zur Zeit der Befragung klar.

Zum Zeitpunkt der Berichterlegung im Dezember 2021 wird deutlich, dass durch die Unterstützungen von staatlicher Seite im Jahr 2020, wie die Novemberhilfe, die Dezemberhilfe oder die Überbrückungshilfe III die Gastronomie offensichtlich massiv unterstützt wurde:

51% der gastronomischen Betriebe in Schleswig-Holstein profitierten von der Novemberhilfe, sogar 53,3% von der Dezemberhilfe. 39% der gastronomischen Betriebe wurden über die Überbrückungshilfe III unterstützt. Darüber hinaus gab es noch weitere Unterstützungsmechanismen, wie Überbrückungshilfe II, Neustarthilfe, Neustarthilfe Plus, Überbrückungshilfe III Plus.

Das das Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus des Landes Schleswig-Holstein beziffert auf unsere Nachfrage die Förderleistungen für gastronomische Betriebe in Schleswig-Holstein durch die Förderprogramme Novemberhilfe, die Dezemberhilfe und die Überbrückungshilfe III auf rund 526.416.359 Millionen Euros (Stand Dezember 2021).

Zusammenfassung und Aussicht

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die deutsche Wirtschaft insgesamt und unsere Beobachtungsgruppe der Landgastronom:innen in Schleswig-Holstein im Besonderen werden erst in Zukunft deutlich werden. Zurzeit ist die präzise Einschätzung der Lage unmöglich.

Trotzdem konnte die Untersuchung deutliche Trends offenlegen und bestätigen:

1) Corona verstärkt die schon vorher problematische Lage

Seit Jahren scheint die Zahl der landgastronomischen Angebote in Schleswig-Holstein, besonders im Binnenland, abzunehmen. Die Corona-Krise wird besonders die Landgastronom:innen in Schleswig-Holstein treffen, deren Angebote schon vor der Krise nicht zukunftsfähig waren.



Doch auch eigentlich hoch-profitable Landgastronomien könnten die Krise nicht überleben: Betriebe, die sich auf Feiern, Bankette und Hochzeiten spezialisiert haben, werden größte Probleme bekommen, da die jeweiligen Regeln oftmals Veranstaltungen mit mehreren Gästen, Tanzen etc. unterbunden haben. In diesem Segment konnte auch die Sommererholung kein Umsatzplus erzielen. Möglicherweise wird sich ebenfalls das Verbraucherverhalten langfristig ändern und Veranstaltungen mit vielen Menschen auf engem Raum in den nächsten Jahren weniger gebucht werden.

2) Die Auswirkungen der Krise auf die Landgastronomie in Schleswig-Holstein ist höchst unterschiedlich

Das obige Beispiel zeigt, dass selbst hoch-profitable landgastronomische Angebote in Schleswig-Holstein in Bedrängnis kommen. Unserer Untersuchung ergab, dass das Schicksal eines Betriebs von den unterschiedlichsten Faktoren abhängt.

- Standort: Die touristische Küstenregion konnte deutlich besser die Krise meistern als das Binnenland.
- Besucherstruktur: Ein fester Kundenstamm und/oder der Support durch das Dorf waren entscheidende Umsatz-Faktoren während der Corona-Krise. Jüngere Gäste finden kreative Lösungen der Gastronomie ansprechend. Senior:innen finden Angebote wie Essen to-go weniger interessant, da sie eher gewohnt sind, zu Hause selbst Gekochtes zu essen.
- Ausrichtung: Wer viel Geld in Veranstaltungsangeboten wie Hochzeiten oder Banketts investiert hatte, scheint besonders hart getroffen worden zu sein.
- Somit sind die finale wirtschaftliche Lage und Situation in der Corona-Krise nicht (immer) dem einzelnen Betrieb zuzuschreiben, sondern basieren auf vielschichtigen Kausalitäten.

3) Unterschiede zwischen Küstenregionen und Binnenland

Der Standortfaktor wurde eben schon erwähnt und ist nicht nur in der Corona-Krise relevant. Offensichtlich ist es für Landgastronom:innen in der Küstenlage einfacher, von der kurzen touristischen Sommererholung zu profitieren. Im Binnenland ist der Tourismus deutlich weniger präsent; hier war es für Betriebe deutlich schwieriger, ausfallende Besucherströme zu kompensieren. Auch in diesem Punkt verdeutlicht die Corona-Krise das Ungleichgewicht.

4) Wenn das Dorf als ökonomische Grundlage wegbricht, braucht es neue Kundenströme

Wenn das Dorf als wirtschaftliche Grundlage für die Landgastronomie wegfällt, profitieren viele Landgastronom:innen von einem spezialisierten Angebot. Dem Gasthof, der für Wildspezialitäten steht, dem ehemaligen Dorfkrug, der neben Kunstausstellungen gehobene Kulinarik anbietet, gelingt es, (Stamm-) Kunden zu binden. Diese waren den so spezialisierten Landgastronom:innen in der Corona-Krise besonders treu. Spezialisierung ist folglich ein wichtiger Punkt bei der prinzipiellen Betrachtung zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit der Landgastronomie in Schleswig-Holstein allgemein.

5) Kreativität hilft

Im Rahmen unserer Befragung haben die Landgastronom:innen von unterschiedlichsten Ideen und Konzepten berichtet, wie sie ihre Betriebe zum Beispiel im Lockdown weiterführen können. Von Drive-In-Menüs zum Take-away-Frühstück, von Corona-konformer Gartenparty zu Video-Gaststätten: Die Kreativität der Landgastronom:innen war beeindruckend und hat die Chance, auch nach der Krise als neues Angebot die Landgastronomie positiv zu verändern.

6) Wie dramatisch die Lage sich entwickeln wird, ist noch nicht einzuschätzen

Zum Zeitpunkt der Befragung kam es zum zweiten Lockdown, der zunächst mit einem „Lockdown light“ startete und dann im Dezember 2020 bei täglich steigenden Zahlen an Corona-Infizierten in Deutschland deutlich verschärft wurde.

Schon zum Zeitpunkt der Befragung sahen die Teilnehmer:innen unserer Expertise einen weiteren Lockdown höchst kritisch. Das Fehlen des lukrativen Weihnachtsgeschäftes, der Betriebsfeiern und des Jahreswechsels wären weitere herbe Schläge.

Wie dramatisch die Auswirkungen des Lockdowns im Winter 2020/2021 für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein waren, kann auch heute nur vermutet werden.



Einleitung

Die Landgastronomie in Schleswig-Holstein hat sich immer wieder verändert und neu erfunden. Die unternehmerische Stärke und das kulturelle Erbe ermöglichen es vielen landgastronomischen Angeboten trotz Strukturwandel und Corona-Krise selbstbewusst und stark in die Zukunft zu sehen.

Und trotzdem deuten die qualitativen Erhebungen in dieser und vielen anderen Untersuchungen darauf hin, dass es eine Erosion an landgastronomischen Angeboten – auch in Schleswig-Holstein – gibt.

Im Folgenden wollen wir von den Chancen und Möglichkeiten sprechen, die die Landgastronomie stärken können und die Erosion des Angebotes möglichst aufhalten sollen.

Ziel dieses Teils der Expertise ist es, mit Trends und Ideen, der Stärkung des unternehmerischen Know-hows, kreativen Beispielen und vielem mehr, eine Strategie zu skizzieren, wie den Landgastronom:innen Hilfe zu Selbsthilfe gegeben werden kann.

Es geht darum, landgastronomische Angebote in Schleswig-Holstein bei Veränderungsprozessen auf dem Weg in die Zukunftsfähigkeit zu unterstützen. Es geht um die Investitionsunterstützung bei der Umsetzung neuer Konzepte, um Unterstützung im Bereich der Nachfolge, um neue Funktionen der Landgastronomie für Dorf und Gemeinde, Umsetzung von Nachhaltigkeitskonzepten etc.

Teil dieser Stärkung kann in Zukunft als Selbst-Empowerment auch ein Verbund der landgastronomischen Anbieter:innen in Schleswig-Holstein sein, damit sie mit einer starken Stimme für ihre Belange eintreten können.

Eine Erkenntnis dieser Studie ist die Tatsache, dass es bereits an den verschiedensten Stellen starke Kompetenzen und Beratungsangebote gibt, die aber teils unübersichtlich oder nicht immer maßgeschneidert für die Landgastronomie sind. Auch wirtschaftliche Förderungen können dabei ein Teil der Unterstützung sein.

Von den verschiedenen Ideen und Anregungen auf den folgenden Seiten werden nicht alle für alle relevant sein können. Ebenso sollte klar sein, dass es mehr braucht, als eine einzelne Idee, um aus einem defizitären Landgasthof ein florierendes Unternehmen zu machen.

Aber durch die Beschreibung einiger der vielen Möglichkeiten und dem Ziel einer Bündelung der verschiedenen Angebote in der Zukunft kann eine relevante Verbesserung der Hilfestellungen für die Landgastronom:innen erreicht werden, mit dem Ziel jeden landgastronomischen Betrieb zu empowerern.

Wenn sich die unterschiedlichen Player zusammenschließen, können die folgenden Anregungen vieles bewirken. Somit richten sich die Ideen zuallererst an die landgastronomischen Betriebe, aber eben auch an die Gemeinden, die Verpächter:innen, lokale Interessensverbände und das Land.



7.0 Die Wirtschaftlichkeit in der Landgastronomie – Mögliche Potentiale

Ein landgastronomischer Betrieb muss ebenso wirtschaftlich gesund geführt werden, wie jeder andere. Somit stehen die betriebswirtschaftlichen Grundparameter am Anfang dieses Abschnitts.

Die klassischen betriebswirtschaftlichen Prämissen gelten in der Gastronomie wie in jedem anderen klassischen Betrieb: Der Ausgabenseite muss eine solide Einnahmenseite gegenüberstehen.

Auf der Ausgabenseite werden folgende Bereiche in der Gastronomie definiert:

- Personalkosten (Löhne und Gehälter, inklusive Altersvorsorge der Betreiber:innen)
- Wareneinsatz
- Pacht/ Miete für die Betriebsstätte
- Energiekosten
- Aufwendungen für die Ausstattung der Gästeseite der Betriebsstätte (Geschirr, Innenausstattung des Gästebereiches, Außenbereiche, Zusatzangebote, wie Parkplatz, Fahrradparkplatz und vieles mehr)
- Aufwendungen für die Küche und andere Funktionsräume der Gastronomie, inkludiert sind hier auch die Aufwendungen für technische Erneuerungen und Anpassungen
- Eventuelle Kredite und Darlehen, die abbezahlt werden müssen

Dem gegenüber stehen die meist klassischen Einnahmequellen:

- Tagesgeschäft
- Wochenendgeschäft
- Saalgeschäft (Feiern, Bälle etc.)
- Außer-Haus-Verkauf
- Caterings
- Eventuelles Hotellerie-Geschäft
- Eventuelle Zusatzangebote, wie Hofladen o.ä.

Die Landgastronomie an sich steht bei der Kostenstruktur vor weiteren Herausforderungen.

Personalplanung: Die Landgastronomie ist oft ein Saisongeschäft, abhängig vom Wetter, den Ferien in anderen Bundesländern oder von Sehenswürdigkeiten und Veranstaltungen.

Dies bedeutet für die Landgastronom:innen im Vergleich zu den Betrieben in der Stadt eine noch schwierigere, weil kurzfristigerer Personalplanung. Oft ist morgens noch nicht abschätzbar, wie viele Mitarbeiter:innen am selben Tag benötigt werden – eine besondere Herausforderung.

Gebäudestruktur: Landgastronomische Angebote in Dörfern befinden sich oft in ehemaligen Gutshöfen oder Teilen davon, alten Scheunen oder Ställen. Viele Gastronomien auf dem Land sind nicht nur in historischen Gebäuden untergebracht, sondern mit den typischen Sälen auch signifikant größer als städtische Betriebe. Somit kommen auf Landgastronom:innen höhere Unterhaltskosten zu – einerseits wegen des kostspieligen Erhalts historischer Bausubstanz, andererseits aufgrund höherer Energie- und Unterhaltskosten. Auflagen etwa vom Denkmalschutz stellen ebenfalls Hürden dar.

Nachfolge: Viele landgastronomische Betriebe sind Familienbetriebe. Findet sich kein interner Nachfolger, wird es oft schwierig, außenstehende Personen zu integrieren.

Aufgrund der vielen Bestimmungen ist die Neugründung oder Übernahme eines landgastronomischen Betriebes nicht einfach; viele Junggastronom:innen müssen sich von Beginn an hoch verschulden.

Zusatzangebote: Einerseits können zusätzliche Freizeitangebote des landgastronomischen Betriebs die Attraktivität eines Landgasthofes erhöhen und neue Zielgruppen erschließen, andererseits entstehen neue Kostenstrukturen, die finanziell abgedeckt sein müssen.

Marketing: In Städten lassen sich größere Zielgruppen ansprechen. Auf dem Land ist es für Betriebe oft schwierig, außerhalb des eigenen Dorfes gehört und gesehen zu werden. Viele kostengünstige Marketingmöglichkeiten (etwa über Social Media) verlangen aber nach einer gewissen digitalen Kompetenz der Landgastronomen.



Noch genauer lohnt sich der Blick auf die besonderen Herausforderungen für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein.

Die Lage bedingt sehr unterschiedliche Besucher:innenströme: Schleswig-Holstein ist eine der beliebtesten Ferienregionen Deutschlands. Kontinuierlich wachsende Zahlen an Gästen zeigen die Wichtigkeit des Tourismus in Schleswig-Holstein. Somit ist vielmals das Geschäft der Landgastronomie stark von der Tourismussaison geprägt.

Dabei profitieren die Küstenregionen und das Binnenland sehr unterschiedlich von der finanziell sehr attraktiven Besuchergruppe der Touristen. Allein das Ranking der attraktivsten touristischen Sehenswürdigkeiten in Schleswig-Holstein auf der Reiseplattform „Tripadvisor“ zeigt, wie unterschiedlich die beiden Lagen von den Nutzer:innen der Plattform gesehen werden. Gerade weil anzunehmen ist, dass die Tripadvisor-Nutzer:innen eher jünger sind, kann dies in Sachen Wirtschaftlichkeit bedeuten, dass es für die Landgastronomie in der Küstenlage eher Sinn macht, neue und experimentelle Angebote zu entwickeln, während das Binnenland eine eventuell eher ältere Zielgruppe anspricht.³²



Abbildung 7: Ranking der Freizeiteinrichtungen in Schleswig-Holstein auf Tripadvisor

Quelle: dwif 2020 in Sparkassen- und Giroverband Schleswig-Holstein/Tourismusverband Schleswig-Holstein

³² Quelle: Sparkassen- Tourismusbarometer Schleswig-Holstein Jahresbericht 2020 / dwif 2020, www.tripadvisor.de Stand Mai 2020



Schleswig-Holstein ist auch Transitland für die vielen Touristen nach und aus Skandinavien. Dies führt zu besonderen attraktiven Besuchergruppen für landgastromische Angebote, die in der Nähe von Autobahnen liegen.

Saisonal bedeutet dies besonders schwankende Umsätze innerhalb eines Jahres, während viel weniger touristisch geprägte Landgastronomien im Binnenland auf ein viel gleichmäßigeres Umsatzniveau hoffen können. Saisonal bedeutet aber auch besonders hohe Personalbedarfe in definierten Zeiträumen.

Weitere Kosten durch Auflagen

Viele unserer Gesprächspartner:innen im Rahmen dieser Expertise berichten, dass das hohe Maß an Auflagen zu weiteren belastenden Kosten führt. Dazu zählen unter anderem die Bereiche Arbeitssicherheit, Hygiene und Brandschutz. Für viele Gastronom:innen ist es zu einem Drahtseilakt geworden, bei einer gleichbleibendem Umsatz- und Einnahmequelle Ausgaben zur Sicherung und Einhaltung aller Auflagen zu erwirtschaften.

Welche Möglichkeiten ergeben sich zur wirtschaftlichen Stärkung für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein?

Um die wirtschaftliche Basis eines jeden landgastromischen Angebotes zu stärken, gibt es zwei klassische Stellschrauben:

1. Minimierung der Kosten beim Wareneinsatz zum Beispiel durch eine schlanke, aber attraktive Speisekarte. Mit einem präzisen Einkauf und weniger Überschuss wird Abfall vermieden. Beim Einsatz von Produkten aus der Region entstehen geringere Lieferkosten. Bei einer guten Tagesprognose lässt sich der ungefähre Speise- und Getränkebedarf kalkulieren. Zusätzlich sollte hier nach dem Motto „Wenn aus, dann aus“ gearbeitet werden. Die Nutzung frischer lokaler Zutaten steht für ein authentisches Angebot. Die Verwendung von Bioware und Einsatz der Produkte von „leaf to root“ und „nose to tail“ können weiter die Kosten beim Wareneinsatz minimieren.

2. Minimierung der Personalkosten durch besonders gute Planung und Optimierung aller Prozesse. Attraktive Arbeitsverträge, engagierte, gut ausgebildete Mitarbeiter:innen und flexiblerer Arbeitsplanung, um so eine positive Work-Life-Balance zu ermöglichen. Dadurch können langfristige Bindungen der Arbeitskräfte entstehen, die zu einer Minimierung der Kosten führen.

Ebenso bieten sich folgende Aspekte an:

Nachhaltigkeit steht heutzutage nicht mehr nur für ein ökologisch verantwortungsbewusstes Handeln und Wirtschaften, sondern für eine gerade für die Landgastronomie attraktive Philosophie, die weitere Kreise zieht und für eine besonderes Verständnis von Wirtschaftlichkeit oder soziales Verhalten steht.

Nachhaltige Personalführung: Wenn Personal nicht mehr saisonal immer wieder neu eingestellt wird, sondern langfristige Bindungen zwischen Arbeitgeber:innen und Personal entstehen, profitieren alle Seiten: Gäste, Angestellte und Arbeitgeber:innen, denn durch die Bindung zwischen Chef und Team entsteht eine besonders authentische Atmosphäre in einem Landgasthof.

Auch kann dies die hohen Abwanderungen und Fluktuationen beim Personal minimieren, denn eine nachhaltige Mitarbeiterführung arbeitet unter anderem mit gerechten Löhnen, Mitarbeiterbindungsprogrammen und Bezuschussung von Arbeitswegen.

Andreas Schimag, Inhaber des Paulen's Hotel in Bohmstedt, sagt dazu: „Die Gastronomie hat sich in den letzten Jahren sehr gewandelt, und wer das verpasst wird wohl in Zukunft gerade mit dem Thema Mitarbeiter nachhaltig Schwierigkeiten haben.“³³

Aber auch Bereiche wie ein nachhaltiger Einkauf und Wareneinsatz, nachhaltige Bindungen an Produzent:innen, nachhaltige Energieproduktion und Abfallentsorgung gehören zum Gesamtpaket Nachhaltigkeit.

In unserem Interview mit der Food-Trendexpertin Hanni Rützler schildert diese die Vorteile eines eng gestrickten, nachhaltigen Lieferantennetzwerkes:

„Es werden die Blumen vom örtlichen Blumenladen geholt, für den Umbau der örtliche Architekt engagiert und der Käse stammt aus der örtlichen Käsemanufaktur. Man hat die Erfahrung gemacht, dass man nur miteinander voneinander profitieren kann. Dadurch entsteht ein örtliches starkes und nachhaltiges Netzwerk. (...) Durch Großhandelsketten werden die Konzepte immer einheitlicher und austauschbarer. Wenn man es hinbekommt, zum Beispiel beim dörflichen Gemüsebauern mit Hofladen seine Ware zu bestellen, wäre das ein super Zugewinn an Nachhaltig-

³³ Zitiert nach: „Lasst es uns versuchen. Schleswig-Holstein als nachhaltiges Reiseland“. Video: Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH.



keit und Lokalität. Andersrum kann vielleicht der Gastronom Produkte für den Hofladen produzieren.“³⁴

Besitz und Investitionen:

Immer wieder wird berichtet, dass die landgastronomischen Betriebe, die nicht in Familienhand sind, mit hohen Pachtkosten zu kämpfen haben. Inhaber:innen sind gezwungen, hohe Investitionen in Küchen- und Gebäudetechnik zu tätigen. Besonders bei denkmalgeschützten Anlagen ist dies mit hohen Kosten verbunden. Hier böten sich neue Formen der Eigentümerstrukturen an: Verpachtet der Landgasthof sein Anwesen oder Teile davon, zum Beispiel den großen Saal, zurück an die Gemeinde, ergeben sich dadurch neue Möglichkeiten der staatlichen Förderungen und Unterstützungen. Geht ein Landgasthof in den Besitz einer Genossenschaft über, liegt die Verantwortung nicht mehr bei einer einzelnen Person oder Familie, sondern verteilt sich auf mehrere Schultern.

Dies könnte auch ein Lösungsansatz für das große Problem der Nachfolge in der Landgastronomie sein: Jungunternehmer:innen und Existenzgründer:innen erführen gerade zu Beginn und bestenfalls langfristig Unterstützung. Ohne diese ist es oft schwer, die teilweise hohen Anfangsinvestitionen bei der Eröffnung eines neuen oder Übernahme eine alten Landgasthofes zu stemmen. Durch die Hilfe von Dorf oder Genossenschaft wird es einfacher möglich sein, Landgastronomie langfristig im Dorf zu halten.

Beispiel: Projekt Op de Deel in Hetlingen

Hier sollte die letzte Dorfkneipe aus Altersgründen an einen Investor verkauft werden, der plante, den Dorfkrug in Wohnungen umzuwandeln. Somit hätte dem sehr aktiven Dorf (mit 20 Vereinen und Gruppen) ein zentraler Sozialraum gefehlt.

14 Dorfbewohner:innen taten sich zusammen und erarbeiteten einen Zukunftsplan, um dann den alten Dorfkrug über eine GbR zu kaufen. Ziel dieses Unternehmens war, die Dorfkneipe in ihrem historischen, reetgedeckten Gebäude zu erhalten, den Gebäudezustand zu optimieren und Barrierefreiheit für die Gast- und Sitzungsräume herzustellen.

Die Dorfkneipe wurde neuverpachtet, begeistert heute mit einem verbesserten Angebot und ist nun langfristig für die Bevölkerung gesichert.

Tourismus stärken:

Die Tourismusstrategie für 2025 für Schleswig-Holstein aus dem Wirtschaftsministerium und die Binnenlandstudie zeigen beide die enorme Wichtigkeit des Tourismus für die Wirtschaftskraft Schleswig-Holsteins. Landgastronomische Angebote, die – wo sinnvoll und möglich – attraktive touristische Angebote anbieten, können nicht nur die eigene wirtschaftliche Lage stärken, sondern Umsatz in die ganze Gemeinde holen. Somit sollten touristische Angebote abgesprochen und ergänzend entwickelt werden.

Beratung etablieren:

Themen wie Nachhaltigkeit, Nachfolgeregelungen, Möglichkeiten für Dorf und Landgasthof sind oft komplex und vielfältig. Direkten wirtschaftlichen Benefit kann es durch gezielte Beratung zu diesen Themen geben.



Abbildung 8: Foto des Gasthofs „Op de Deel“

*Best Practice
Beispiel!*

³⁴ Eigenes Interview mit Hanni Rützler, im April 2021.



8.0 Förder- und Unterstützungsmöglichkeiten für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein

Die Vielzahl an Unterstützungs- und Fördermöglichkeiten für (land-) gastronomische Betriebe ist enorm, in den Arten und Qualitäten sehr unterschiedlich und lässt den Laien oft ratlos zurück.

Verschiedene Player, wie zum Beispiel der Interessensverband DEHOGA oder die IHK versuchen auf ihren Portalen ihren Mitgliedern einen Überblick über die verschiedenen Fördermöglichkeiten zu verschaffen. Naturgemäß entsprechen die Blickwinkel der Anbieter ihrem Auftrag. Es zeigt sich aber, dass die Landgastronomie über die gastronomische Funktion hinaus weitere Aufgaben erfüllt und noch andere Möglichkeiten der Unterstützungen hat und braucht.

In den Diskussionen rund um die zukünftigen Potentiale der Landgastronomie wurden immer wieder neue Funktionen und Aufgaben des Dorfkrug erdacht. Er wird als neues soziales Zentrum zum Mobility Hub oder Coworking Space. Es bleibt zu hoffen, dass all diese Ideen in Zukunft noch weitere Fördermöglichkeiten entstehen lassen.

Landgastronomie heute zu unterstützen, bedeutet also nicht nur, sie in ihrer alten Form zu erhalten. Sondern sie neu kreativ mitzugestalten – und somit das Dorf 2.0 zu erschaffen.

Landgastronomische Betriebe, die sich neuer Ideen und Konzepte annehmen und sich dabei zukunftsfähig aufstellen, sollen dabei auch Investitionsunterstützung bzw. -förderung erhalten können.

Zuallererst steht aber dabei immer die Eigenverantwortung der Gastronom:innen.

So bleibt eine der stärksten Möglichkeiten sich (und andere) zu fördern, der offene Dialog, die Kommunikation und die Verknüpfung von Interessen.

Dies könnte zum Beispiel auch über einen Verbund der schleswig-holsteinischen Landgastronomie geschehen: eine starke gebündelte Stimme der direkten Akteure kann immer mehr bewegen als die einzelnen Akteure.

Ein Beispiel aus eigener Initiative heraus, sind die Genossenschaften: Dörfer haben ein Interesse daran, das landgastronomische Angebot und somit den sozialen

Kern eines Dorfes zu erhalten. Durch die Gründung einer Genossenschaft können Dorfbewohner:innen den lokalen Dorfgasthof übernehmen, verpachten oder in Eigenregie betreiben (siehe auch Seite 33).

Und Netzwerke sind wohl die Urform der gegenseitigen Unterstützung. Feinheimisch ist zum Beispiel ein Netzwerk von Agrar-Erzeugern und Lebensmittel-Manufakturen, Köchen und Gastronomen.

Mit ihrem Konzept konnte die Initiative Feinheimisch ein Qualitätsversprechen etablieren, dass Gäste der Gastronomie und Privatpersonen schätzen und lieben. Das Siegel Feinheimisch steht für frische, qualitativ hochwertige Lebensmittel ohne Zusatzstoffe aus Schleswig-Holstein.

8.1 Ausgewählte Fördermöglichkeiten

Neben den vielen kreativen Ideen und großartigen Projekten der Selbsthilfe gibt es eine große Zahl verschiedener Fördermöglichkeiten. Diese Vielzahl ist im Rahmen dieser Expertise nicht abbildbar. Die verschiedenen Förderprogramme und Fördermöglichkeiten unterliegen einem ständigem Wandel. Im Folgenden wollen wir aber diverse Akteure und Ansprechpartner:innen benennen.

Institutionen und Förderberatungsangebote

Folgende Institutionen bieten eine Vielzahl von Fördermöglichkeiten und entsprechende Teams von Berater:innen, an welche sich die Betriebe wenden können.

Investitionsbank Schleswig-Holstein (IB.SH)

Die IB.SH hat zur Beratung von Unternehmen und Betrieben ein Team an Förderlotsen, die die Vielzahl der Fördermöglichkeiten erläutert.

Unter dem folgenden Link finden Sie eine generelle Übersicht:

www.ib-sh.de/unser-angebot/fuer-unternehmen/

Unter anderem gibt es die Einzelbetriebliche Investitionsförderung (EBF), u.a. für Modernisierung von Betriebsbetrieben, energetische Optimierungen von KMUs und weiterer Sonderprogramme: Landesprogramm Wirtschaft | IB.SH (ib-sh.de)



Neugründungen und auch die Unternehmensnachfolge werden ebenfalls mit eigenen Programmen bei der IB.SH unterstützt:

<https://www.ib-sh.de/produkt/gruendung-und-nachfolge-in-schleswig-holstein/>

Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH (WTSH)

Die WTSH ist der zentrale Dienstleister des Landes, wenn es um die Förderung von Innovationsprojekten geht. Zu den zentralen Aufgaben gehört es, die regionalen Wirtschaftspotenziale zu stärken und die erneuerbaren Energien zu fördern, um CO₂-Emissionen nachhaltig zu verringern und die Energiewende im echten Norden voranzutreiben.

Ein interdisziplinäres Team empfiehlt die jeweils geeigneten Förderprogramme und begleitet die Antragsteller:innen von der Antragsstellung über die fachliche Prüfung bis zur Bewilligung und Auszahlung des Zuschusses.

www.wtsh.de/de/foerderprogramme

KfW-Bank

Die KfW bietet vielfältige Möglichkeiten der Unterstützung an, u.a. im Bereich der Neugründung und Nachfolge.

Unter www.kfw.de/inlandsfoerderung/Unternehmen/ werden diverse Förderangebote aufgeführt.

Förderberatung in der Ländlichen Entwicklung

Das Land Schleswig-Holstein hat ein vielfältiges Angebot zur Förderung der Ländlichen Entwicklung in Schleswig-Holstein, s. dazu **Kap. 8.1.4**. Auch das Beratungsangebot zu diesen Fördermöglichkeiten ist gut ausgebaut:

- Die **Regionalmanager:innen der 22 AktivRegionen** bilden ein landesweites Netzwerk der Förderberatung im Rahmen der Dorf- und Regionalentwicklung in Schleswig-Holstein. Ihre Geschäftsstellen befinden sich vor Ort, in den jeweiligen AktivRegionen. Dadurch werden kurze Wege und eine individuelle projektbezogene Beratung – von der Idee bis zur Umsetzung – ermöglicht.
- Die **Regionaldezernate Ländliche Entwicklung im Landesamt für Landwirtschaft, Umwelt und Ländliche Räume (LLUR)** sind die Bewilligungsstellen der Fördermittel für die Ländliche Entwicklung. Die Standorte in Flintbek, Itzehoe, Lübeck und Flensburg verstehen sich dabei auch als Beratungsstelle

für Projektträger und Kommunen im Zuge der Antragstellung und Abwicklung von Fördermitteln der Ländlichen Entwicklung.

- Die **Akademie für die Ländlichen Räume Schleswig-Holsteins e.V. (ALR)** ist zwar nicht unmittelbar in die Abwicklung der Fördermittel eingebunden, sie hält aber ein reichhaltiges Informationsangebot rund um die Ländliche Entwicklung bereit und informiert regelmäßig im Rahmen von Veranstaltungen u.a. über die Erfahrungen und Projekte, die mit Hilfe dieser Fördermöglichkeiten umgesetzt werden. Seit 2021 hält die ALR auch eine Online-Förderdatenbank auf Ihrer Internetseite bereit, mit über 1500 Projekte der Ländliche Entwicklung in Schleswig-Holstein: [Interaktive Projektkarte SH | ALR-SH e.V.](#)

Förder- und Unterstützungsmöglichkeiten auf Ebene der Tourismus-Förderung

Der **Tourismuscluster Schleswig-Holstein** versteht sich als Branchennetzwerk für mehr als 8.000 touristische Betriebe in Schleswig-Holstein und unterstützt Gastgeber:innen im Land dabei, die Tourismusbranche als Wachstumsmotor und wichtigen Beschäftigungssektor im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung zu erhalten und zukunftsfähig zu machen.

Auch hier gibt es eine individuelle Förderberatung: <https://tourismuscluster-sh.de>

Der **Tourismusverband Schleswig-Holstein** ist Ansprechpartner in der Tourismuspolitik und setzt sich unabhängig und neutral für seine Mitglieder und für die Vertreter in der Tourismuswirtschaft ein. Dabei spielen die permanente Verbesserung der Rahmenbedingungen und der Abbau von Hemmnissen und Hindernissen zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit die zentrale Rolle.

<https://www.tvsh.de/>

Darüber hinaus gibt es diverse lokale Tourismusorganisationen in Schleswig-Holstein. Eine Übersicht findet sich hier: Strukturen und Aufgaben im SH-Tourismus (tvsh.de)



Weitere Förderprogramme (kein Anspruch auf Vollständigkeit)

Das **Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle** fördert mit dem Programm „Förderung unternehmerischen Know-hows“ die Beratungen kleiner und mittlerer Unternehmen. Die Unternehmen können sich von qualifizierten Beraterinnen und Beratern zu allen wirtschaftlichen, finanziellen, personellen und organisatorischen Fragen der Unternehmensführung beraten lassen. Ebenso erhalten Unternehmen in Schwierigkeiten einen Beratungszuschuss zu allen Fragen der Wiederherstellung der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit.
www.bafa.de

Das Programm **unternehmensWert:Mensch** wird durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert. Das bundesweite Programm unterstützt kleine und mittlere Unternehmen dabei, eine zukunftsfähige und mitarbeiterorientierte Personalpolitik zu entwickeln. Hierzu werden Beratungen in vier Handlungsfeldern gefördert: Personalführung, Chancengleichheit & Diversity, Gesundheit sowie Wissen & Kompetenz. In diesen Bereichen erarbeiten professionelle Berater:innen gemeinsam mit der Unternehmensführung und Beschäftigten maßgeschneiderte Konzepte und Maßnahmen für eine erfolgreiche Personalpolitik. Die Beratungen bei unternehmensWert:Mensch sind gefördert. Je nach Unternehmensgröße können 50 bis 80 Prozent der Beratungskosten übernommen werden.

www.unternehmens-wert-mensch.de

Ebenfalls rund um die Schulung von Personal und die Integration älterer Mitarbeiter:innen geht es beim Programm Weiterbildung geringqualifizierter und beschäftigter älterer Arbeitnehmer in Unternehmen (**WeGebAU**).

Dieses Programm der Bundesagentur für Arbeit unterstützt die Weiterbildung von gering qualifizierten und älteren Arbeitnehmer:innen. Es wird bei bestehenden Arbeitsverhältnissen unter Fortzahlung des Arbeitsentgelts durchgeführt. So können beispielsweise ungelernete Kräfte ihren Abschluss als Restaurantfachmann / -frau machen und bleiben dennoch dem Betrieb als Arbeitskraft erhalten.

<https://www.wegebau.de>

Die **IHK-Initiative „Designkontor Schleswig-Holstein“** trägt durch Tipps und Informationen dazu bei, mehr Wohlfühlquartiere für Urlaubsgäste in Schleswig-Holstein zu schaffen.

Zur Unterstützung bei der Umsetzung der Wohlfühlfaktoren bietet die IHK unter anderem eine individuelle Vor-Ort-Beratung durch schleswig-holsteinische (Innen-) Architekten:innen zu einem günstigen Preis im Rahmen einer Mustervereinbarung an.

Seit einigen Jahren lädt die IHK bei der Informationsveranstaltung Designkontor auch zu einer Veranstaltung explizit für die Gastronomie ein.

Weitere Infos unter: [Designkontor Schleswig-Holstein - IHK Schleswig-Holstein \(ihk-schleswig-holstein.de\)](http://Designkontor Schleswig-Holstein - IHK Schleswig-Holstein (ihk-schleswig-holstein.de))

Das **Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz** bietet das Förderprogramm „go-digital“. Mit seinen drei Modulen „Digitalisierte Geschäftsprozesse“, „Digitale Markterschließung“ und „IT-Sicherheit“ richtet sich „go-digital“ gezielt an kleine und mittlere Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft und an das Handwerk. Praxiswirksam bietet das Programm Beratungsleistungen, um mit den technologischen und gesellschaftlichen Entwicklungen im Bereich Online-Handel, Digitalisierung des Geschäftsalltags und dem steigenden Sicherheitsbedarf bei der digitalen Vernetzung Schritt zu halten.

Gefördert werden Beratungsleistungen in einem ausgewählten Hauptmodul mit gegebenenfalls erforderlichen Nebenmodulen mit einem Fördersatz von 50 Prozent auf einen maximalen Beratertagesatz von 1.100 Euro. Der Förderumfang beträgt maximal 30 Tage in einem Zeitraum von einem halben Jahr.

BMW - Förderprogramm „go-digital“

Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein GmbH (als Teil der IHK in Schleswig-Holstein) bietet Weiterbildungen in der Gastronomie an: Mit Hilfe von Teilqualifizierungen (TQ) erwerben die Teilnehmenden innerhalb von drei Jahren schrittweise berufliche Kenntnisse und Fertigkeiten für das Hotel- und Gastgewerbe, die am Arbeitsmarkt gefragt sind. Während dieser Zeit sind sie durchgehend beschäftigt: In der Nebensaison bilden sie sich weiter, in der Hauptsaison arbeiten sie im Betrieb.

[Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein \(wak-sh.de\)](http://Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein (wak-sh.de))



Unternehmensnachfolge wird über das Portal www.unternehmensnachfolge-sh.de unterstützt, einem Verbund verschiedener Player, unter anderem der Handwerkskammer, der IHK, der IB.SH und anderen. Hier wird an die zuständigen Berater:innen in den jeweiligen Institutionen verwiesen

Förderungen im Bereich Energie und Umwelt

Die oben genannten unterschiedlichen Anbieter von Unterstützung und Beratung haben auch eigene Programme in den Bereichen Energie und Umwelt zu bieten:

- [BAFA - Energieberatung & Energieaudit](#)
- [BAFA - Bundesförderung für Energieberatung für Nichtwohngebäude, Anlagen und Systeme](#)
- [BAFA - Sanierung Nichtwohngebäude](#)
- [KfW-Förderprodukte für Energie und Umwelt](#)

Förderung der Ländlichen Entwicklung (ELER / GAK)

Die ländlichen Räume in ganz Deutschland werden über die Fördertöpfe Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ (GAK) und den „Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums“ (ELER) gefördert. Im Mittelpunkt steht dabei die Integrierte Ländliche Entwicklung (ILE).

Die schleswig-holsteinischen Fördermöglichkeiten der Ländlichen Entwicklung sind ein Teil des Landesprogramms Ländlicher Raum (LPLR). Dort werden die verschiedenen Förderbereiche der Ländlichen Entwicklung differenziert und Förderzwecke und Förderbedingungen festgelegt. Die folgende Abbildung zeigt die Förderstruktur der auslaufenden Förderperiode (2014 bis 2022).

Die bedeutendsten Förderbereiche sind die Förderangebote der 22 AktivRegionen (LEADER), die Ortskernentwicklung und die Lokalen Basisdienstleistungen. Hierüber werden Konzepte, Investitionen und Umnutzungsmaßnahmen auch für Landgastronomische Betriebe gefördert.

Links für weiterführende Informationen

1. [Förderinitiative Aktivregionen](#) und [AktivRegionen-Netzwerk](#)
2. Förderung der [Ortskernentwicklung](#) in Schleswig-Holstein
3. Förderung von [Lokalen Basisdienstleistungen](#) und [allgemeine Informationen](#)
4. Eine [interaktive Projektkarte](#) mit über 1500 Projekten hält die ALR e.V. bereit



Abbildung 11: Förderstruktur der Ländlichen Entwicklung in Schleswig-Holstein in der auslaufenden Förderperiode 2014–2020/2022 (eigene Darstellung, ALR e.V.)



Beispiele für die Förderung von Landgasthöfen über die Fördermöglichkeiten der Ländlichen Entwicklung (Süderfahrenstedt)

Das Innenministerium fördert die Neugestaltung des Landgasthofes in der Gemeinde Süderfahrenstedt (Kreis Schleswig-Flensburg) mit rund 690.000 Euro. Neben der Wiederbelebung des Gaststättenbetriebes soll dadurch ein zentraler Treffpunkt im Dorf geschaffen werden.

„In den Landgasthof Zum Langsee soll wieder Leben einziehen. Die Gemeinde Süderfahrenstedt setzt im alten Gasthofgebäude ein neues Konzept um. Das stärkt die Gemeinschaft im Ort und schafft ein Angebot für Gastronomie, Kultur und Tourismus. Ich freue mich, dass wir dieses tolle Projekt mit Mitteln der Ortskernentwicklung stärken können“, erklärte Innenministerin Sabine Sütterlin-Waack am 2. Juli 2021.³⁵

Der Betrieb des im Gemeindeeigentum stehenden Landgasthofes wurde Anfang des Jahres 2020 aufgegeben. Bis dahin war er ein wichtiger Versammlungsort für die Dorfgemeinschaft. Daraufhin hatte sich die Gemeinde im Rahmen der Erarbeitung des Ortsentwicklungskonzeptes Gedanken zur Fortführung des Gastronomiebetriebes gemacht. Mit der Neugestaltung des Landgasthofs soll nun ein zentraler Treffpunkt im Ort geschaffen sowie das gastronomische Versorgungsangebot gesichert werden. Neben Sitzungen und Feierlichkeiten wurden von den Bürger:innen des Ortes Kulturabende, Tanz- und Sportkurse sowie Kunstausstellungen im Gasthof gewünscht. Dafür soll der bisherige Saal abgerissen werden und ein moderner Neubau mit höherer Kapazität entstehen. Das Bestandsgebäude soll energetisch optimiert werden und durch die Barrierefreiheit besser nutzbar sein.

*Best Practice
Beispiel!*

„Landgasthöfe haben es in diesen Zeiten besonders schwer. Das Freizeitverhalten der Menschen hatte sich schon vor Corona verändert. Das Bier zum Feierabend am Tresen des Krugs ist schon lange eher die Ausnahme. Nun sind noch die Einschränkungen durch die Pandemie hinzugekommen. Ich freue mich sehr, dass wir die Gemeinde Süderfahrenstedt bei der Modernisierung ihres Landgasthofes unterstützen können. Das macht diesen auch für eine neue Pächterin oder einen neuen Pächter und die Gäste attraktiver,“ so die Ministerin.

Das Land Schleswig-Holstein unterstützt das Projekt im Rahmen der „Ortskernentwicklung“ aus Mitteln der gemeinsam mit dem Bund finanzierten „Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ (GAK) mit rund 690.000 Euro. Bewilligungsbehörde ist das Landesamt für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume (LLUR). Die Gesamtkosten betragen rund 1.130.000 Euro, davon sind rund 920.000 Euro zuwendungsfähig.

Grundlage für die Fördermaßnahme zur Neugestaltung des Landgasthofes ist das Ortsentwicklungskonzept der Gemeinde Süderfahrenstedt vom November 2020. Darin ist das Projekt als Schlüsselprojekt beschrieben.



Abbildung 12: Zeichnung Landgasthof „Zum Langsee“

³⁵ Pressemitteilung des Ministerium für Inneres, ländliche Räume, Integration und Gleichstellung in Schleswig-Holstein vom 2. Juli 2021



Projekt Dauenhof in Westerhorn

Er dachte über den Tellerrand hinaus: Unternehmer Kay Sierk sanierte das Bahnhofsviertel Dauenhof in Westerhorn, indem er unter anderem eine Gaststätte aus dem 19. Jahrhundert mit dem Bahnhof verband. Sieben Wohnungen, ein Landhandel, ein Künstleratelier, eine Malwerkstatt und ein Café sind heute darin untergebracht.

Dieses umfassende Projekt macht deutlich, wie Fördermittel aus unterschiedlichsten Bereichen helfen können (z.B. mit 2 x 100.000 Euro für zwei sich ergänzende Projekte aus sogenannten LEADER-Mitteln). Das Ensemble besteht aus sich ergänzenden Projekten: einer Gaststätte, dem Bahnhof, einer Festwiese, einem Park&Ride-Platz. Dabei setzte die Gemeinde Festwiese sowie Park&Ride mit Fördermitteln der AktivRegion und nah.sh um.

Für die Gaststätte und das Bahnhofs-Gebäude erhielt der Eigentümer von der AktivRegion Holsteiner Auenland sowohl für die Inwertsetzung des Bahnhofs als auch für die Modernisierung der ehemaligen Gaststätte Fördermittel. In der ehemaligen Gaststätte entstand ein Café mit Mittagstisch, im Bahnhof hochwertige Wohnungen und das Grüne Warenhaus „Landhandel Otto Frauen“.

Bei diesem Projekt arbeiteten verschiedenen Player wie Gemeinde, ÖPNV-Anbieter, Gastronom und Eigentümer zusammen und konnten so unterschiedlichste Fördermittel in verschiedenen Förderstrukturen für sich nutzen.

Hier ist die Entwicklung des Bauprojektes im Zeitraffer zu sehen: <https://www.ottofrauen.de/>



Abbildung 13: Foto des Projekt Dauenhof in Westerhorn (Foto: Ralf Göbel, Westerhorn)



9.0 Perspektiven für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein

In den zwölf Monaten der „Expertise zur Zukunftsfähigkeit der Landgasthöfe in Schleswig-Holstein“ sammelten wir in Interviews mit Gastronom:innen und Expert:innen, Diskussionen des Begleitremiums, Ideenworkshops, Trendforschung und Best-Practice-Beispielen eine große Anzahl von Ideen, die Zukunft der Landgastronomie in Schleswig-Holstein zu stärken.

Naturgemäß sind die vielen Insights sehr unterschiedlich und betreffen einerseits das Kleinste, aber auch das Größte. So wurden Anforderungen an Land, Bund und EU ebenso gestellt, wie Anregungen für den einzelnen gastronomischen Betrieb gegeben, globale Trends wie auch lokale Bedürfnisse genannt.

Im Zentrum all dieser Ideen steht die Frage, wie die Landgastronomie ein Umfeld erhält in dem sie solide wirtschaftlich arbeiten kann, damit sie auch in Zukunft kulturell und sozial für die Dörfer relevant ist, und langfristig Arbeitsplätze sichert.

Die vielen Ideen und Inspirationen, die wir aufzeigen, greifen ineinander und bedingen sich gegenseitig, so dass gleiche und ähnliche Gedanken an verschiedenen Stellen benannt werden und Themen unter unterschiedlichen Aspekten wieder auftauchen werden, da es die Logik und Verständlichkeit erfordert.

Einleitung

Schon immer hat sich die Landgastronomie verändert. Von der alten Post-Relaisstation über die Kegelbahnen der 1960er Jahre hin zum modernen Hofcafé zeigt sich die Wandlungsfähigkeit der Landgastronomie. Um den Veränderungen in der Gesellschaft, im Leben und Arbeiten in den ländlichen Räumen Rechnung zu tragen, wird sich die Landgastronomie auch weiterhin kontinuierlich weiter entwickeln müssen.

Dies erfordert eine Balance zwischen der einzigartigen historischen Authentizität eines landgastronomischen Betriebes und globalen Strömungen. Nicht alles, was an neuen Foodtrends in New York oder London erdacht wird, ist relevant für die schleswig-holsteinischen Landgastronomien.

Und es gibt natürlich nicht **die** Landgastronomie in Schleswig-Holstein; jeder Betrieb, jedes Café ist einzigartig und besonders. In Ausrichtung und Geschichte,

durch das Angebot oder das lokale Umfeld. Es gibt folglich kein Konzept von der Stange, welches allen landgastronomischen Betrieben die Zukunft sichern könnte.

Trotzdem haben sich in unseren vielen Gesprächen mit Landgastronom:innen, Beauftragten im Bereich der Touristik, Vertreter:innen der Gemeinden, der Interessensvertretungen und der Landesregierung diverse Themenfelder herauskristallisiert, die jeweils das Potential in sich tragen, den Landgastronom:innen unterschiedliche neue Möglichkeiten zu erschließen.

Die Stärkung der Landgastronomie in Schleswig-Holstein wird dabei ein langfristiges Unternehmen sein – für alle teilnehmenden Player. Dazu wäre es allerdings von Nöten, die Landgastronomie in Schleswig-Holstein auf den verschiedensten Ebenen überhaupt erst einmal wahrzunehmen.

Stets im Bewusstsein sollte auch die Tatsache sein, dass mit jedem sterbenden Betrieb ein Stück Kultur im Land verloren geht:

„Landgasthöfe sind kulturelle Schätze Schleswig-Holsteins, nicht nur aus historischer, baulicher und/oder kulinarischer Sicht. Sie sind darüber hinaus essenziell für das soziokulturelle Leben in unseren schleswig-holsteinischen Dörfern. Wenn sie erstmal weg sind, ist es zu spät, eine Entwicklung zu beklagen, die man selber mitgetragen hat“, sagt Dr. Ute Löding-Schwerdtfeger, geschäftsführendes Präsidiumsmitglied des Schleswig-Holsteinischen Heimatbundes e.V., im Interview mit den Gutachter:innen.

Die angesprochene Vielfalt an Ideen und Inspirationen zu ordnen und zu sortieren, ist eine der Herausforderungen dieser Expertise. Auch erhebt diese Expertise nicht den Anspruch der Allgemeingültigkeit und ist naturgemäß nur ein Abbild des Momentes.

Insgesamt unterteilen sich die Ideen und Inspirationen für uns in drei Kapitel, die im Folgenden ausgeführt werden:

1) Grundsätzliche Anforderungen, um die Landgastronomie in Schleswig-Holstein zu stärken

Hierbei sind wir auf einige grundsätzliche Themen und Problemstellungen gestoßen, deren Lösung für die Unterstützung der Landgastronomie wichtig wäre.



2) Reaktionen auf die Veränderung in Lebensgewohnheiten, Arbeitsrealitäten und den ländlichen Räumen insgesamt

Das Dorf wie es im Idyll beschrieben wird, gibt es nicht mehr. Ländliche Räume haben sich in den vergangenen Jahrzehnten grundsätzlich gewandelt; neue Mobilität, neue Lebensgewohnheiten verändern die Strukturen auf dem Lande. Auch hier gibt es Möglichkeiten und Anforderungen, die die Landgastronomie direkt betreffen.

3) Trends in Gastronomie und Tourismus sowie neue Anforderungen

Was wir essen und wie wir Gastronomie erleben wollen, unterliegt ebenfalls Trends und Neuerungen. Der Tourismus verändert sich und stellt die Landgastronomie damit vor bislang ungekannte Herausforderungen.

9.1 Grundsätzliche Anforderungen, um die Landgastronomie in Schleswig-Holstein zu stärken

Die Landgastronomie gehört zu Schleswig-Holstein und ist ein Aushängeschild für die landschaftliche und kulturelle Schönheit und Vielfalt des Landes. Sie ist ein attraktiver Teil des Tourismus und in vielen Fällen sozialer und kultureller Kern der vielen Gemeinden.

Um so mehr überrascht, dass die Landgastronomie immer mitgedacht, aber nie als eigenständiges gastronomisches, kulturelles und soziales Phänomen betrachtet wird.

Um die Landgastronomie auf einen zukunftssträchtigen Weg zu bringen, muss diese als eigenständige Größe in den verschiedenen Disziplinen wie Tourismus, Gastronomie, oder Sozialstruktur der ländlichen Räume verstanden und gewürdigt werden.

Dies erfordert verschiedene Schritte.

Statistische Datengrundlagen schaffen

In den Eingangsartikeln dieser Publikation schildern wir, warum es zurzeit unmöglich ist, genaue Zahlen zu den landgastronomischen Angeboten in Schleswig-Holstein heute und in der Vergangenheit zu finden. Das landgastronomische Angebot ist so vielfältig, dass es in den statistischen Daten an verschiedenen Stellen auftaucht: als Beherbergungsbetrieb mit mehr als acht Zimmern, als gastronomischer Betrieb oder als Hofladen. Zudem gibt es keine genaue Definition, was Landgastronomie umfasst: Gehört der Imbissstand am Badeseesee dazu? Das ehemalige Landhotel in freier Flur, das nun in der wachsenden Bebauung des Dorfes aufgegangen ist?

Die unterschiedlichen Angebote der Landgastronomie wiederum werden in den Statistiken nicht in Kategorien wie „städtisch“, „dörflich“ oder „ländlich“ unterteilt. Eine Einordnung nach Postleitzahlen wäre ebenfalls zu ungenau, da viele Gemeinden eine gemeinsame Postleitzahl haben, welche sowohl aus abgegrenzte Bebauungen, touristischen Angeboten oder dörflichen, wie kleinstädtischen Strukturen bestehen können.

Es gibt also weder in der Vergangenheit noch zurzeit eine passende Struktur, die die unterschiedlichen Angebote der Landgastronomie beschreibt, zusammenfasst, lokalisiert und quantifizierbar macht.

Besonders hinderlich ist dieser Mangel, um nicht nur qualitativ, sondern quantitativ einschätzen zu können, ob und wie stark ein Rückgang an landgastronomischen Betrieben stattfindet. Die tatsächliche Anzahl der landgastronomischen Angebote in Schleswig-Holstein kann heute nur geschätzt werden.

Alle Aktionen, die die verschiedenen Player im Bereich der Landgastronomie in Zukunft unternehmen werden, um diese zu stärken, brauchen ein klares Zahlenfundament. Statistische Erhebungstools sollten neben den klassischen Segmentierungen die Zusatzinformation „Landgastronomie“ enthalten. Dafür braucht es klare Definitionen über Angebot und Ausrichtung, aber auch über die Lage innerhalb der Gemeinden.

Erst durch ein solches Vorgehen wird es in der Zukunft möglich sein, konkrete Ziele, Qualität und Effekte der in den Empfehlungen vorgeschlagenen Strategie für die schleswig-holsteinische Landgastronomie darzustellen und zu überprüfen.

Den Verbund der Landgastronomie in Schleswig-Holstein initiieren

Diejenigen Landgastronom:innen, die sich in Verbänden und Zusammenschlüssen engagieren, kennen die Vorteile solcher Gruppen: wenn viele mit einer Stimme sprechen, werden sie deutlich besser gehört und gesehen, können sie deutlich besser ihre Bedürfnisse benennen und Lösungen einfordern.

Dies muss aus der Mitte der Betroffenen heraus geschehen, sollte aber aktiv gefördert werden.



Multidisziplinäre und umfassende Beratungen für eine sich verändernde Landgastronomie in Schleswig-Holstein (Kompetenz- Netzwerk Landgastronomie)

In den vielen Gesprächen im Rahmen dieser Untersuchung wurde eines klar: Schon jetzt ist es für Landgastronom:innen eine Überforderung, alle Beratungs- und Förderangebote zu kennen, geschweige denn, sie wahrzunehmen.

Wenn, wie in vielen Teilen dieser Expertise gefordert und beschrieben, neue Angebote, Aufgaben und Funktionalitäten rund um die Landgastronomie entstehen, wird in Zukunft der Dschungel an Fördermöglichkeiten noch undurchdringlicher werden.

Schon heute widmen sich Gastronomen neben dem eigentlichen Aufgabenfeld der Gastronomie, auch rund um Bauauflagen, Hygienekonzepten, neue Foodtrends und Mitarbeiter:innenschulung. Und nebenbei soll auch die Nachfolgeregelung auf die nächste Generation juristisch vorbereitet werden. Neustarter in der Landgastronomie haben es oft schwer, werden mit Auflagen und Investitionen überfordert, sollen ihren Gasthof am neuen Tourismuskonzept ausrichten und sollen wissen, was die Gemeinde von ihnen erwartet.

Um die Landgastronomie in Schleswig-Holstein passend unterstützen zu können, brauchte es ein umfassendes Informations- und Beratungsangebot, das über den gastronomischen Blickwinkel weit hinausgehend berät. Ein Angebot, in dem neben den klassischen Gastronomiemethoden auch der Dialog des Landgasthofbetreibers mit der Gemeinde moderiert wird, neue Tourismusstrategien auf die Landgasthöfe adaptiert werden, neue Verbünde und Kollaborationen gestiftet werden, aber auch juristische und wirtschaftliche Beratung stattfinden kann.

Dieses Beratungsangebot soll auch als Moderation tätig werden und Landgastronom:innen mit ihren Forderungen gegenüber den Gemeinden und dem Land vertreten sowie für neue innovative Lösungen kämpfen.

Wenn die Landgastronomie in Schleswig-Holstein als ein Rückgrat des Tourismus und der sozialen Strukturen auf dem Lande verstanden wird, dann ist diese Art der Unterstützung direktes Investment in gutfunktionierende soziale Strukturen und Tourismusförderung.

Dieses Beratungsnetzwerk muss keine neue Institution sein, sondern sollte eher als Bündelung bestehender Angebote, Beratungen und vorhandenem Wissen sein.

Den Dorfkrug und den Landgasthof als kulturelles Erbe verstehen

Landgastronomie ist mehr als ein klassischer gastronomischer Betrieb; seit jeher leisten landgastronomische Betriebe, wie oben ausgeführt, einen relevanten Beitrag zur dörflichen Kultur. Durch Architektur, Geschichte, Speisen und Getränke, mit Feiern und Festen stehen die landgastronomischen Angebote auch für einen typischen Teil Schleswig-Holsteins und eine eigene, wertvolle, jahrhundertealte Kulturleistung. Genau als diese sollten sie auch gewürdigt werden.

Das Dorf und die Landgastronomie zusammendenken und zusammenbringen

Die Landgastronomie bildete über Jahrhunderte die räumliche Grundlage als soziales und kulturelles Zentrum der ländlichen Gemeinden. Doch wie beschrieben verändern sich Lebensgewohnheiten und Anforderungen der Menschen in diesen Bereichen.

Um die landgastronomischen Betriebe und damit den sozialen Zusammenhalt in den ländlichen Gemeinden wieder zu stärken, braucht es einen intensiven Dialog mit den Verantwortlichen der Kommunen.

Moderne Lebensentwürfe bringen neue Bedürfnisse. Im Rahmen der Corona-Pandemie werden Homeoffice und Co-Working-Spaces auch in den ländlichen Räumen zum Thema. Der demographische Wandel stellt Gemeinden auf dem Land ebenfalls vor die Herausforderung, der sozialen Vereinsamung älterer Menschen entgegenzuwirken. Gleichzeitig benötigen Landgemeinden mit viel Zuzug zahlreiche Kinderbetreuungsplätze.

An all diesen Stellen kann die Landgastronomie direkt und indirekt ansetzen und davon profitieren. Ein von uns befragter landgastronomischer Betrieb zum Beispiel entwickelte in den vergangenen Jahren ein sehr profitables Standbein, indem er die Verpflegung von Kindergärten in sein Angebot aufnahm.

Ein Perspektivwechsel lohnt: Übernimmt der Landgasthof neue Sozialfunktionen für die Gemeinde, kann diese ihn auch ganz anders unterstützen.



Beispiele zeigen, wie Gemeinden Landgasthöfe übernehmen und weiter verpachten. So liegt die Last der notwendigen Investitionen nicht auf den Schultern einer einzelnen Person, sondern wird als Gemeindevestment verstanden. Daraus ergeben sich viele neue Fördermöglichkeiten, damit kann der Neustart eines Landgasthofes für die Neupächter erleichtert werden.

Unsere Expertise macht in vielen Fällen deutlich, dass sich Partnerschaftsprogramme zwischen ländlichen Gemeinden und landgastronomischen Betrieben lohnen. Wenn diese beiden Player auf Augenhöhe zusammenkommen, kann für jede Seite Spannendes und Neues entstehen.

Landgastronomie als einen Teil der Touristik in Schleswig-Holstein verstehen

Positiv zu vermerken ist, dass diverse Tourismus-Programme auf Landes- und Regionalebene mittlerweile schon viel erreicht haben. So zeigen die Landesprogramme für den ländlichen Raum, die Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2025 und die Ergebnisse der Binnenlandstudie bereits Wirkung und schärfen das touristische Angebot.

Überraschend allerdings ist aus Sicht unserer Expertise, dass die Landgastronomie in den meisten Programmen und Untersuchungen zum Thema Touristik oft nicht als eigenständiges Angebot wahrgenommen wird.

Dabei ist die Verbindung zwischen Touristik und Landgastronomie offensichtlich. Auch der attraktivste touristische Hotspot lebt vom und mit dem gastronomischen Angebot der näheren und weiteren Umgebung. Gerade „der echte Norden“ ist attraktiv und authentisch durch seine Landschaften, Dörfer und eben die Landgastronomie vor Ort.

Deshalb sollten künftig Landgastronomien mit und ohne Übernachtungsangeboten in den zahlreichen Programmen zur Förderung des Tourismus in Schleswig-Holstein als unterstützungswürdiger Teil des Tourismus im Land mitgedacht werden.

Dazu zählt auch, landgastronomischen Betrieben touristische Trends zu ermöglichen. Die Zahlen im Bereich Caravan-Touristik steigen stark, junge Städter wollen im Biwak auf dem Lande übernachten. Hier muss es neue Flexibilitäten geben, damit Landgastronom:innen diesen touristischen Wünschen entsprechen können.

9.2 Antworten auf die Veränderungen in Lebensgewohnheiten, Arbeitsrealitäten und den ländlichen Räumen insgesamt

Allein die Begriffsverschiebung von „dem ländlichen Raum“ zu „den ländlichen Räumen“ zeigt, dass sich die dieser Bereich in den vergangenen 100 Jahren massiv verändert hat. Während bis in die 1980er Jahren noch Landflucht herrschte, kehren heute wieder besonders junge Familien aufs Land zurück. Ihre Arbeitsplätze hingegen sind weiterhin in den Städten verortet, so dass es zu neuen Verkehrsströmen und dem Bedarf an verbesserter Infrastruktur kommt.

Landgastronomie als Teil einer modernen Infrastruktur erkennen

Der Strukturwandel in den ländlichen Räumen ist ebenso wie der demographische Wandel offensichtlich. Wie der Tourismus auch, ändern sich die Ansprüche der Einwohner:innen – sowohl der älteren als auch der jüngeren an ihre Gemeinde und ländliche Gastronomien.

Die Mobilitätswende ist ebenfalls in den ländlichen Räumen ein großes Thema. Sie bietet landgastronomischen Betriebe die Chance, sich für private, geschäftliche und touristische Verkehre neu zu definieren.

Mitfahrstationen: Individualverkehre gestalten sich vor allem auf dem Land problematisch. Landgasthöfe könnten hier eine Lösung bieten, indem sie in Zukunft auch als Mitfahrstationen fungieren.



Abbildung 13: Foto Mitfahrbank in Süderbrarup



Auto E-Mobility: E-Mobility könnte auf dem Land – vor allem auch für Tourist:innen – attraktiv werden, wenn flächendeckend Aufladestationen zur Verfügung stünden. Für ländliche Gemeinden kann der Landgasthof der Standort von Ladesäulen sein.

Fahrrad E-Mobility: Immer mehr Tourist:innen begeistern sich für Urlaubstouren mit E-Bikes und Pedelecs. Eine moderne Infrastruktur denkt diese Veränderungen mit. Landgastronomische Betriebe können erste Anlaufstellen für E-Biker sein, indem sie neben Schnellladestationen auch sichere Abstellmöglichkeiten für die oft sehr kostspieligen Räder bieten.

Tourismus-Infrastrukturen: Die Lage der Landgastronomie kommt den Bedürfnissen touristischer Besucher:innen in Schleswig-Holsteins stets entgegen: Wer den „echten Norden“ sucht, wird ihn auf dem Lande finden.

Immer wieder wird deutlich, dass touristische Kooperationen und Verbünde von Landgastronom:innen stark genug sind, Besucher:innenströme zu lenken. Zeigt etwa die Fahrradtourismus-App auf dem Smartphone nicht nur die Wegroute, sondern auch fahrradfreundliche Landgasthöfe entlang der Strecke an, ist dies ein starkes Instrument, touristische Attraktivität und Landgastronomie zu verbinden.

Das lässt sich noch weiterdenken: Könnten zwei oder drei benachbarte Landgasthöfe organisierte Paddeltouren rund um den See anbieten? Bietet ein Betrieb in einer Kulturgegend ein besonderes thematisches Menü an?

Landgastronomie in Schleswig-Holstein als Arbeitsplatz attraktiver machen

Arbeiten in der Landgastronomie wird oftmals als kaum attraktiv angesehen. Die Arbeitszeiten und der persönliche Einsatz einerseits, niedrige Arbeitsentgelte andererseits scheinen nicht besonders attraktiv zu sein.

Auch für Pächter:innen und Neugründer:innen scheint es oft aufgrund schwieriger Rahmenbedingungen wenig attraktiv zu sein, sich in der Landgastronomie (neu) zu engagieren.

Der Boom, der in den letzten Jahren in der Ausbildungsbranche „Koch“ aufgrund von Celebrities wie Tim Mälzer oder Jamie Oliver ausgelöst wurde, zeigt aber, dass die Attraktivität eines Jobs oder einer Ausbildung durch „Best-Practice-Beispiele“ erhöht werden kann.

Denkbar wäre als Tool für ein erfolgreiches employer branding im Bereich der Landgastronomie in Schleswig-Holstein zum Beispiel Auszeichnungen und Wettbewerbe, wie zum Beispiel „Landgastronomie Koch des Jahres in Schleswig-Holstein“, „Landgasthof der Zukunft“ oder ähnliches.

Der Landgasthof 2.0

Über Jahrhunderte bildeten der Dorfkrug oder der Landgasthof das soziale Zentrum des Dorfes: Hier wurden soziale und geschäftlichen Verhandlungen geführt, hier wurden Informationen ausgetauscht und Partnerschaften geschlossen, hier war der Ort zum Feiern von schönen wie traurigen Stationen eines Lebens.

Heute hat der Dorfkrug diese Funktion oft verloren: Für die junge Social-Media-Generation ist er nicht mehr attraktiv, Vereine haben oft weniger Mitglieder, der soziale Kitt, der Zusammenhalt in den Gemeinden erodiert. Der Dorfkrug muss sich neu erfinden.

Veranstaltungszentrum: Diese Funktion gehört zur DNA vieler Landgasthöfe. In deren Saalbetrieb fanden früher Veranstaltungen jeglicher Art statt. Vieles davon ist weggebrochen. In den 1970er Jahren war es noch üblich, dass reisende Theatergruppen in den Sälen der Landgastronomie auftraten; Vereinsfeste, Kirchweih und andere kulturelle Höhepunkte des Jahres fanden hier ihr Zuhause.

Vieles davon gäbe es heute nicht mehr, wären Gastronom:innen nicht kreativ: Das Beispiel eines Landgasthofes in Nordfriesland zeigt, wie die private Idee der Betreiber, nämlich Theater wieder ins Dorf zu holen, zum Theaterfestival für eine ganze Gemeinde wurde.

Ähnliches ist denkbar, wenn der Landgasthof zur Galerie wird, wie zum Beispiel in Haby. Oder Kino-Enthusiasten ihre Passion mit anderen im Dorfkrug teilen. Selbst das so modern gewordene gemeinsame Tatort-Schauen am Sonntagabend kann eine neue Form sein, den Landgasthof in seiner ursprünglich gedachten Form zu nutzen.

Sozialzentrum der Gemeinde: Klar ist, dass kein Landgasthof über Nacht zu einem Kindergarten oder Seniorenzentrum werden kann und will. Aber die Notwendigkeit für solche Angebote wird in vielen Gemeinden immer größer werden.



Auch hier lohnt sich die Frage, wie der Landgasthof 2.0 als sozialer Treffpunkt aussehen kann. So hat der Landgasthof Hof Viehbrook bei Neumünster einen Naturkindergarten in sein Angebot integriert.

Modern work – Von Start-ups und Coworking Spaces

auf dem Lande: Die Art und Weise, wie wir arbeiten, verändert sich in rasant. Viele Menschen starten ihr eigenes Unternehmen, wollen dabei aber nicht allein zu Hause sitzen. Während die Schaffung von Coworking Spaces in den Großstädten inzwischen gang und gäbe ist, mag diese Idee für einen landgastronomischen Betrieb noch ungewöhnlich sein. Aber der Hof Viehbrook zeigt, dass es gerade auf dem Land ein Bedürfnis nach einem solchen Angebot gibt. In Kombination mit einem „Start-up office“ stärken die Betreiber die lokalen wirtschaftlichen Strukturen.

Ein Resultat der Corona-Krise ist zudem ein höherer Anteil an Beschäftigten, die zumindest teilweise von zu Hause arbeiten. Diese Menschen suchen oftmals einen geteilten Arbeitsort außerhalb der Wohnung oder wollen die Mittagspause mit anderen Home-Workern im Dorfkrug verbringen.

Das ländliche Kultur-, Bildungs- & Erlebniszentrum Hof Viehbrook

Wie vielfältig eine Landgastronomie sich aufstellen kann, zeigt der Hof Viehbrook in Rendswühren. Neben einer aktiven Gastronomie inklusiver Kochkurse und Seminarangebot, bietet der Hof die unterschiedlichsten Angebote, die sich an die lokale Bevölkerung, an Besucher:innen und Tagestou-

rist:innen ebenso wenden, wie an Langzeittouristen. Mit Trauzimmer und Taufbecken, einem Bauernhof-Kindergarten profitieren die Familien vor Ort. In der Kochschule oder bei Schmiedekursen können sich Besucher:innen inspirieren lassen.

Camping und Natur-Glamping oder ein Aufenthalt im Hof-Hotel, das touristische Angebot ist vielfältig. Und mit der Zukunftsschmiede als Ideenwerkstatt und dem Coworking-Space spiegeln sich moderne Arbeitswelten im Angebot des Hof Viehbrooks wider.

Daneben gibt es mit Markt-Treff, Onlineshop und vielfältigen Kunst- und Kulturangeboten eine Vielzahl an Möglichkeiten auf dem Hof Viehbrook.

Beispielhaft ist nicht nur das breitaufgestellte Angebot, sondern auch das Engagement der Inhabersfamilie Voß-Rahe bei vielfältigen Verknüpfungen und dem Nutzen vielfältigster Unterstützungs- und kooperationsangeboten.

So ist der Hof „Digitaler Knotenpunkt“ um im Programm des Landes Schleswig-Holstein zu digitalen Standorten die digitale Transformation vor Ort erlebbar zu machen. Auf dem Hof Viehbrook ist im Sommer 2021 ein neuer Naturspielraum entstanden. Dieses Projekt wurde gefördert aus Mitteln des Regionalbudgets der AktivRegion Schwentine-Holsteinische Schweiz und dem Zukunftsprogramm „Ländlicher Raum – Investition in Ihre Zukunft“. Der Coworking-Space ist Mitglied in dem Beratungsangebot CoWorkLand und es gibt EU-Ökozertifizierungen und vieles mehr.



Abbildung 14: Der Hof Viehbrook von außen



Abbildung 15: Gaststube, Hof Viehbrook

Best Practice Beispiel!



Vereine und Ehrenamt stärken: Die ländlichen Gemeinden leben von ehrenamtlicher Arbeit, gegenseitiger Hilfe, den vielen engagierten Menschen in den Vereinen. Hier entsteht der soziale Zusammenhalt in den Dörfern.

Der Landgasthof 2.0 kann diesem Engagement Rechnung tragen, indem er in Zusammenarbeit mit der Kommune Räumlichkeiten und Infrastruktur bietet und zum Coworking Space für Vereinsarbeit wird.

Pop-Up Stores und Landgasthoferfahrten in der Stadt: Die modernen Großstädter sehnen sich nach Natur. Um dieses Bedürfnis zu stillen, können sich mehrere Landgasthöfe einer Region zusammenschließen und in einem trendigen Viertel wie St. Pauli mit einem Pop-up Store auf die naturnahen Angebote der repräsentierten Landgastronomien aufmerksam machen. Ein Stand auf dem trendigen Bio-Markt in der Stadt etwa kann sofort neue Fans generieren.

9.3 Trends in der Gastronomie und Tourismus und neue Anforderungen an die Gastronomie

Trends in Gastronomie und Touristik sind immer eingebettet in ein größeres Ganzes. Themen wie Digitalisierung oder Nachhaltigkeit spielen sowohl auf gesamtgesellschaftlicher Ebene als auch ganz lokal im Dorfkrug vor Ort eine Rolle.

In den vergangenen Jahren haben große Trends gesamtgesellschaftlich eine bedeutende Rolle gespielt. Die Digitalisierung und die damit einhergehende Globalisierung haben und werden die Art und Weise, wie wir arbeiten, leben und unsere Freizeit verbringen, massiv verändern. Digitales Erleben bedeutet für Menschen oft eine Schnelligkeit, eine Direktheit, aber auch ein Fehlen an Erlebenstiefe und Reflektionsebenen.

Der globale Datenaustausch steht für eine neue Art der Kommunikation und des Wirtschaftens, virtuelle Welten schaffen, was bis vor kurzem noch unmöglich schien – und staunend stehen wir davor.

Gleichzeitig aber steht Digitalisierung auch für eine Ablösung des Real-Menschlichen: Erfahrungen findet nun virtuell im Computer statt, das Wahrhaftige geht verloren.

Als Gegenreaktion und -trend auf die Digitalisierung entsteht Sehnsucht nach eben wahrhaftigen Erlebnissen in der realen Welt, nach Produkten mit hoher

Langlebigkeit und natürlichen Materialien: dem handgefertigten Paar Schuhe, Naturkosmetik aus nachhaltig hergestellten Zutaten, echten Naturbegegnungen oder einer Mußestunde mit einem gebundenen Buch. Im Weiteren nennen wir diese globalen Trends in dieser Expertise „Megatrends“.

Das Zusammenspiel beider Megatrends bringt viele neue Aspekte hervor, die ebenso Tourismus und Gastronomie prägen: Gesundheit, Nachhaltigkeit, Wahrhaftigkeit, aber auch die Tatsache, dass digitale Lösungen unser Leben in den verschiedensten Bereichen vereinfacht.

Daneben entstehen viele weitere Einflüsse auf unser Leben: In den westlichen Industriestaaten wird die Bevölkerung immer älter, bleibt aber auch länger aktiv. „Fridays for Future“ haben den Umweltschutz nochmals deutlicher ins Bewusstsein gebracht. Und auch die Corona-Pandemie hat natürlich Auswirkungen auf unser Handeln und Tun, gerade auch bei der Planung des Urlaubs, der vermehrt im eigenen Land stattfindet.

Insgesamt sehen wir diese Trends als Anregungen für die Weiterentwicklung landgastronomischer Angebote. Jenseits von kurz- oder langfristigen Trends leben Landgasthöfe allerdings von ihrem authentischen Charme, von den Persönlichkeiten im Team und der Inhabern sowie lokalen Gegebenheiten.

Die folgende Darstellung von gastronomisch relevanten Trends dient somit als Inspiration und virtuelle Toolbox und nicht als Muss-Vorgabe.

Vom Megatrend zur Relevanz für die Landgastronomie – Sieben Beispiele

Megatrend: Digitalisierung

Die Vernetzung dominiert bereits seit Jahren den gesellschaftlichen Wandel und eröffnet neue Möglichkeiten. Digitale Kommunikationstechnologien lassen eine neue Schnelligkeit und Direktheit entstehen. Gleichzeitig wird Leben immer virtueller, findet mehr und mehr in unseren Köpfen als Abbild statt.

Dies bietet auch für die Landgastronomie neue Chancen:

Digitale Planung des touristischen Aufenthaltes: Abhängig vom Wetter werden Touristen zu jenen Orten geführt, die noch genügend freie Plätze in der Landgastronomie bieten.



Digitale Präsenz im Restaurant: Im Restaurant gibt es Speisekarten auf dem Tablet, Kunden bestellen per Klick. Digitale Prozesse vereinfachen das Bestellen und Bezahlen.

Registrierungs-Apps stellen einen Weg aus dem Lock-down dar und können auch weiterhin in der Gastronomie relevant bleiben.

Digitale Präsenz in der Betriebsführung: Einkaufs- und Mitarbeitermanagement sowie Bestellprozesse werden in Zukunft digitalisiert und per App gesteuert. Somit kann zum Beispiel der Dienstplan mit Wettervorhersagen zur effizienteren Einteilung von Mitarbeiter:innen genutzt werden.

Digitales Marketing für die Gastronomie: Das Essen, die Location, das Event wird „instagramable“. Social-Media-Kanäle schaffen in schnellster Weise eigene Communities und erlauben Besucher:innen, direkt und zeitnah Lokalität und Speisen zu finden und zu bewerten. Per Social-Media kann der Landgasthof auch kontinuierlich Kontakt zu seinen Followern in der Stadt halten.

Digitale Informationen für Touristen vor Ort: Landgastronomische Angebote können in bestehende Apps für Fahrrad- oder Wandertouristen integriert werden.

Der gemeinsame Digital Content Manager: Für einzelne Landgastronomien wird es sehr zeitintensiv sein, die vielen digitalen Kanäle zu bespielen. Ein gemeinsam engagierter Digital Manager spart den Betrieben Aufwand und Kosten.

Digitale Schulungen: In großen modernen Betrieben werden Mitarbeiter:innen rund um digitale Themen geschult, um souverän mit den neuen Tools umgehen zu können. Dies könnte ein Weiterbildungsangebot für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein sein.

In Zukunft versteht sich der Landgasthof als Erlebnisgastronomie – und will dies auch nach außen kommunizieren.

Open Data: Gerade und besonders interessant für Schleswig-Holstein: Daten „Open Data-fähig“ zu machen heißt, dass sie maschinenlesbar sind, also von allen Systemen wie Google, Siri, Apps o.ä. automatisiert genutzt werden können. Wenn ein Landgasthof seine Daten in Open Data-Formaten darstellt, kann sein Angebot weltweit gefunden werden, ob bei Google Maps, Outdoor-Active oder allen Apps, die sich Open Data zunutze machen.

Megatrend: Individualisierung

Individualität ist in den letzten Jahren zu einem bestimmenden Trend geworden: Wer hat den ganz besonderen Look, den spannendsten Pinterest-Account, den tollsten Beruf, das schickste Homestyling oder verbringt seinen Urlaub an dem Ort, den keiner kennt?

Der Trend zur Individualisierung ist ungebrochen und spiegelt sich auch in der Art und Weise, wie unsere Bedürfnisse gestillt werden sollen. Das gilt auch im Food-Bereich.

Individualisiertes Essen: Gäste in der Gastronomie werden anspruchsvoller und stellen sich ihr Essen inzwischen oft selbst zusammen. Sei es, weil sie besondere Speisevorlieben haben oder glauben, nur eine Art der Ernährung zu vertragen. Sich auf diese herausfordernden Zielgruppen einzustellen, kann ein großes Plus sein.

Diverses Angebot: Die Spezialisierung auf ein kulinarisches Angebots für eine Zielgruppe schafft Klarheit: Für wen ist der Besuch interessant? Wenn der benachbarte Landgasthof Wildküche anbietet, kann der eigene Betrieb mit einer vegetarischen/veganen Kräuterküche begeistern. Für die Landgastronomie bedeutet dies die Chance, sich klar zu positionieren und eigene Wege zu gehen.

Megatrend: Urbanisierung

Unsere Zeit ist geprägt von einer globalen Verstädterung und eine damit einhergehende Beschleunigung. Gleichzeitig wünschen sich immer mehr Menschen einen Ausgleich, Orte, die anders sind als der „Moloch Stadt“ – das Idyll, das wahrhaftige Naturerlebnis. Die authentische Natur wird als entschleunigter Gegenpol zur stressigen Stadt erlebt, ein Benefit, von dem besonders die Landgastronomie profitiert. Hier genießen viele Städter:innen am Wochenende eine Auszeit.

Geplante Landtouren für Städter: Die Sehnsucht nach naturnahem Leben ist groß. Dies schafft Chancen für die Landgastronomie, indem sie Programmpakete für Städter schnürt, die einzigartig und besonders sind – inklusive Organisation der Fahrten, Attraktionen vor Ort und einem Besuch des Landgasthofes.

Schleswig-Holstein ist „Der echte Norden“ und wird als besonders naturnah erlebt. Somit bietet die Lage an sich schon einen attraktiven Vorteil: Das Dorfidyll als



Sehnsuchtsort, Spezialitäten vom Land, ein Hofladen, um ein Stück Land mit in die Stadt zu nehmen, eine Kuh-Patenschaft, den Apfelbaum auf dem Land mieten und vieles mehr.

Megatrend: Gesundheit

In einer immer schneller werdenden digitalen Gesellschaft bieten gesundheitliche und sportliche Selbstoptimierung einen Weg, den eigenen Körper wieder in den Focus zu rücken. Gleichzeitig erleben viele den Alltag als entfremdend und stressig. Somit wächst der Wunsch nach seelischem Ausgleich.

Die schleswig-holsteinische Landgastronomie ist in so vielen Fällen genau der gesuchte Gegenpol zur Hektik der Städte und Arbeitswelten.

Naturreine Küche: Immer mehr Menschen legen Wert auf eine Ernährung ohne künstliche Zusatzstoffe zur Reinigung und Gesunderhaltung ihres Körpers. „Der echte Norden“ steht für pure Natur. Insofern passen reine, nachhaltige und gesunde Speisen perfekt zum Gastroangebot in Schleswig-Holstein.

Saisonale Küche: Nachhaltig hergestellte Speisen haben mittlerweile einen großen Stellenwert in der Bevölkerung. Rezepte, die sich an saisonalen Angeboten orientieren, kommen dem zugute. „Feinheimisch“ ist ein besonderes Beispiel für die Verbindung von Naturnähe, Authentizität, Regionalität und Saisonalität.

Moderne Foodkonzepte: Ernährung verändert sich. Vegane/vegetarische Speisen werden immer häufiger nachgefragt, Functional Food gewinnt an Bedeutung. Ein Landgasthof, der mit einem ausgebildeten veganen Chefkoch ein besonderes veganes Menu entwickelt, wird sich schnell in der Szene etablieren können.

Landgastronomie und Wellness: Was könnte gesundes Essen im Landgasthof besser ergänzen als Wellness? Dabei sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt, seien es klassische Angebote wie Kneipp- und Diät-Kuren oder Wohlfühl-Arrangements mit Yoga, Massagen und Meditationen.

Megatrend: Mobilität/ Flexibilität

Verglichen mit unseren Eltern und Großeltern sind wir äußerst flexibel und mobil – und das über immer weitere Strecken in kürzeren Zeitspannen. Darauf muss auch die (Land-) Gastronomie reagieren.

Landgasthof-Lieferservice: Fertige Mahlzeiten oder Zutaten und Rezepte eigens vom Chefkoch zusammengestellt kommen direkt bis vor die eigene Haustür.

Dorf-Foodtruck – Landgasthof im Truck: Mobile, auch mietbare, Verkaufsstationen bieten zusätzliche Einnahmequellen für Gastronomen. Dies zeigte sich gerade während der Corona-Krise und stellt durchaus auch ein Konzept für die Zukunft dar.

Erreichbarkeit der Landgastronomie: Die Erreichbarkeit vor allem durch den ÖPNV ist vor allem auf dem Land nicht nur für Besucher:innen sondern auch Einheimische eine große Herausforderung. Hier liegen Chancen, die schon weiter oben in diesem Kapitel angesprochen wurden: Wenn Kommunen und Betreiber:innen zusammenarbeiten, kann auch die ÖPNV-Planung zu einem Benefit für den Landgasthof werden.

Gleiches gilt für Mitarbeiter:innen – vor allen ohne eigenes Auto – die im Schichtdienst und spontan zu Spitzenzeiten ihren Betrieb erreichen müssen.

Flexibilität für die Tourist:innen: Gerade im Bereich der naturnahen Touristik schätzen Besucher:innen Individualität, die Möglichkeit andere Wege zu gehen fernab von ausgetretenen Pfaden. Dies bedeutet aber auch, dass es den landgastronomischen Betrieben möglich sein muss, spontan eine Gruppe von Zelttourist:innen auf ihrer Wiese zelten zu lassen oder Campingmobilen Übernachtungen vor Ort zu erlauben.

Megatrend: Silver Society

Der Tourismus ist in den vergangenen Jahren (bis zur Corona-Krise) massiv gewachsen, ein Gutteil dieses Wachstums entfällt auf ältere Reisende. Sie sind unabhängig, haben Zeit und materielle Sicherheit. So zeigt Eurostat³⁶ auf, dass die Gruppe der 65+ Reisenden mehr Geld ausgeben und mehr Übernachtungen tätigen als alle anderen Altersgruppen. Dies trifft sowohl für die Gesamt-EU als auch auf Deutschland zu.

³⁶ https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics_on_ageing_and_tourism&oldid=319026
Datenextrakt März 2021

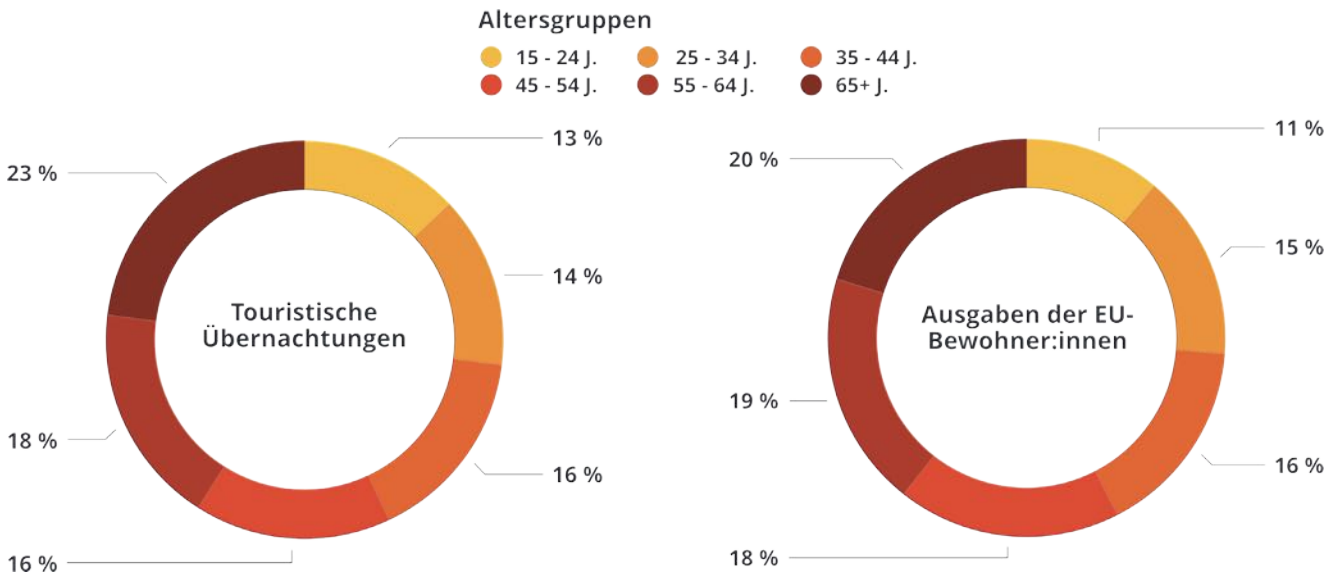


Abb. 16: Grafik Eurostat: Anteil der jeweiligen Altersgruppen an der Gesamtzahl an touristischen Übernachtungen und bezüglichlichen Ausgaben der EU-Bewohner:innen.³⁷

	Domestic nights (%)		Average Length (nights)		Nights spent in non-rented accommodation (%)	
	15-64	65+	15-64	65+	15-64	65+
EU	55.1	66.3	4.9	6.6	33.0	36.6
Germany	36.8	13.0	5.7	7.2	31.0	27.9

Abb. 17: Grafik Eurostat (auf englisch): Anteil der jeweiligen Altersgruppen an der Gesamtzahl an touristischen Übernachtungen und bezüglichlichen Ausgaben der EU-Bewohner:innen. Hier Vergleich EU / Deutschland³⁸

Zu einer neuen Zielgruppe ist die sogenannte Silver Society geworden – Senior:innen, die ihren Ruhestand in Urlaubsgebieten genießen. Sie benötigen oft barrierefreie Einrichtungen und spezielle (Speise-) Angebote.

Gleichzeitig bringt diese Gruppe aber auch ihre Familien inklusive Enkel und Urenkel mit in die Landgastronomie. Dies erfordert familieninklusive Betriebe, in denen der Kinderwagen genauso Raum findet wie der Rollstuhl.

Familientauglicher Landgasthof: Familieninklusive ist ein attraktives Angebot für jede Altersklasse. Unsere skandinavischen Nachbar:innen in Dänemark zeigen, wie lukrativ ein solches Konzept sein kann. Dies hat nicht nur Einfluss auf die Gestaltung der Speisekarte, sondern auch der Innenräume und Außenanlagen.

³⁷ Ebenda

³⁸ Ebenda



M Megatrend: Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit wird heutzutage über drei Säulen beschrieben: Ökologisches Handeln mit dem Schutz von Natur und dem verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen, dem ökonomischen Handeln mit der Idee der nachhaltigen Unternehmensentwicklung und schließlich dem sozialen Handeln über eine nachhaltige Ausbildung von Fachkräften und fairen Arbeitsbedingungen. Erst wenn alle drei Bereiche ineinandergreifen und sich gegenseitig ergänzen und verstärken, ist ein Betrieb wirklich nachhaltig.

Nachhaltigkeit ist heutzutage Teil einer wirtschaftlich kompetenten Betriebsführung. Sie ist aber auch ein Trend und eine Chance für eine unternehmerische Neuausrichtung. Cafés, deren Inneneinrichtung aus zweiter Hand stammt, oder Restaurants die eine lokale vegane Küche anbieten und Abfallvermeidung zum Aushängeschild machen, zeigen dass Nachhaltigkeit eben auch ein besonderes attraktives Angebot an die Gäste in der Landgastronomie sein kann.

Nachhaltiges Ressourcenmanagement: Ständig steigende Energiekosten, steigende Kosten für den Wareneinsatz, all das beeinflusst zunehmend die Wirtschaftlichkeit von landgastronomischen Betrieben.

Nachhaltiges Einkaufsmanagement: Im nachhaltigen Einkauf von Produkten und Dienstleistungen für die Gastronomie stecken viele Möglichkeiten. Produkte, die in ihrem Lebenszyklus zu mehr Nachhaltigkeit beitragen, werten das eigene Angebot auf. Dies gilt ebenso bei der Auswahl der Lieferanten. Bei aller Nachhaltigkeit ist entscheidend, die geeigneten Angebote zu finden, die auch mit der Philosophie des landgastronomischen Betriebes zusammenpassen.

Regionale Produkte: Regionalität ist der Gegentrend zur Globalisierung geworden. Immer mehr Verbraucher achten auch in der Landgastronomie auf die Verwendung regionaler und saisonaler Produkte.

Nachhaltiges Personalmanagement: In der Landgastronomie ist es für eine erfolgreiche, nachhaltige Betriebsführung unerlässlich, dass das gesamte Team an einem Strang zieht. Mit einem nachhaltigen Personalmanagement ist das Ziel den Erfolg eines Unternehmens langfristig zu sichern, mit motivierten, und produktiven Mitarbeiter:innen viel besser erreichbar.

Nachhaltiges Abfallmanagement: Mengengenaue Produktion verwendet alle Bestandteile von Tier und Pflanze und hinterlässt möglichst wenig Abfall. „Minimal Waste“ reduziert nicht nur Kosten, sondern steigert auch die Attraktivität für Kund:innen.

Nachhaltige Energie- und Ressourcenwirtschaft: Solaranlagen, ein bewusster Umgang mit Wasser und Abwasser, Mülltrennung sowie Nutzung von Biomüll zur Energieherstellung sind nur einige Aspekte, die hier zu nennen sind.

Nachhaltigkeit in der Gastrokonzeption: Einrichtung, Kleidung der Angestellten, verwendete Produkte – alles kann lokal und saisonal, biologisch und ökologisch sein. Viele Gäste schätzen mittlerweile Slow Food und liebevoll zubereitete Speisen, die gleichzeitig von der Produktion bis zur Entsorgung des Abfalls nachhaltig sind.



10.0 Empfehlungen zur Entwicklung einer Strategie zur Stärkung der Landgastronomie in Schleswig-Holstein

Offensichtlich verliert Schleswig-Holstein seit einigen Jahrzehnten landgastronomische Betriebe und somit touristische Angebote und soziokulturelle Knotenpunkte. Um diesen Trend zu stoppen und – wenn möglich – umzukehren braucht es eine landesweite Strategie für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein. Diese Expertise soll Anregung und Anfangspunkt zur Etablierung einer Strategie sein, in deren Folge ein Transformationsprozesses verstetigt wird.

Mit einer solchen umfassenden Strategie zur Förderung der Landgastronomie kann Schleswig-Holstein – ähnlich wie bei den Initiativen AktivRegion oder MarktTreff – eine Vorreiterrolle im Bereich Zukunft der ländlichen Räume einnehmen.

Dabei geht es bei der Strategie zur Förderung der Landgastronomie in Schleswig-Holstein nicht unbedingt in erster Linie um (finanzielle) Förderungen, sondern um die Schaffung von förderlichen Rahmenbedingungen, die auf die Landgastronomie und die jeweiligen Akteuren zugeschnitten sind.

In einem ersten Schritt muss dabei die Landgastronomie statistisch abgebildet werden. Da es zurzeit keine umfassende Definition von „Landgastronomie“ gibt, fehlen jegliche statistischen Daten und Erhebungen zu dieser Kategorie. Dies sollte umgehend behoben werden, um mit Sicherheit die Ist-Situation und die Potentiale der Landgastronomie in Schleswig-Holstein präzise benennen zu können und um die weitere Entwicklung begleiten und soweit möglich steuern zu können.

Basierend auf diesen Insights soll in einem weiteren Schritt über ein zu gründendes „Kompetenz-Netzwerk Landgastronomie“ ein langfristiges Strategie- und Beratungsangebot für alle Akteure geschaffen werden. Dieses Netzwerk von Expert:innen soll den strategischen Transformationsprozess verstetigen.

Hier sollen sowohl die Neugründer:innen beraten werden, Gemeinden vor Ort bei der Entwicklung neuer Pachtstrukturen für landgastronomische Angebote unterstützt werden, oder die touristische Anbindung an bestehende Konzepte unterstützt werden.

In einem Kompetenz-Netzwerk soll vorhandenes Wissen und bestehende Ressourcen gebündelt werden, um den landgastronomischen Betrieben und Gemeinden, die Hilfe brauchen, passgenau und präzise helfen zu können.

In einem dritten Bereich der Empfehlungen beschreiben wir Ideen und Trends, die die Betreiber:innen von Landgastronomie in Schleswig-Holstein, die Gemeinden und anderen Akteure empowern sollen, in die Zukunft zu denken: Was kann und soll die „Die Landgastronomie 2.0“ für Schleswig-Holstein sein.

10.1 Eine neue Wahrnehmung der Landgastronomie in Schleswig-Holstein

Schaffung einer statistischen Basis von Daten rund um die Landgastronomie

Es ist anzustreben, möglichst bald eine statistische Datengrundlage für die Landgastronomie zu schaffen.

Heute gibt es keine Datenbasis zur Beschreibung und Quantifizierung der unterschiedlichen Angebote der Landgastronomie in Schleswig-Holstein und der Veränderungen in diesem Bereich.

Dadurch ist es unmöglich, die tatsächliche Anzahl der landgastronomischen Angebote in Schleswig-Holstein zu beziffern. Der deutlich empfundene Rückgang in diesem Bereich kann leider in keiner Weise mit Zahlen unterlegt werden.

In dieser Expertise wurde der Versuch einer Eingrenzung der Definition „Landgastronomie“ für Schleswig-Holstein vorgenommen.

Das zuständige Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Arbeit, Technologie und Tourismus soll sich mit dem Statistikamt Nord in einem Arbeitsgespräch verständigen, wie eine Erfassung der landgastronomischen Betriebe in Schleswig-Holstein in Zukunft stattfinden kann.

Dies ermöglicht in Zukunft die Erhebung regelmäßig quantifizierbarer Daten, die Überprüfung von Hilfen für die Landgastronomie und deren Einbindung in andere Maßnahmen wie die zukünftige Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030.



Diese Prozesse sollten durch die kurzfristige Schaffung einer Datenbasis rund um die Landgastronomie in Schleswig-Holstein unterstützt werden, da eine Dringlichkeit besteht, möglichst in absehbarer Zeit umfassende Zahlen zu generieren.

Die Landgastronomie in Schleswig-Holstein soll eine „Stimme“ bekommen

Die Landgastronomie in Schleswig-Holstein soll ermutigt werden ihre Stimmen über einen Zusammenschluss zu bündeln und selbstbewusst für bessere Rahmenbedingungen für die Landgastronomie einzutreten.

Wie beschrieben, wird die Landgastronomie in Schleswig-Holstein nicht genügend wahrgenommen. Wir empfehlen den Betreiber:innen, Inhaber:innen und Verpächter:innen von landgastronomischen Angeboten in Schleswig-Holstein sich zu organisieren, und somit eine Möglichkeit zu schaffen im engen Austausch ihre Themen und Anliegen zu definieren und zu vertreten.

Landgastronomie ist ein wichtiger Teil der Touristik in Schleswig-Holstein

Es ist anzustreben, die Landgastronomie in die Touristikstrategie Schleswig-Holstein zu integrieren.

Unsere Expertise ergab, dass Landgastronomie in den meisten Programmen und Untersuchungen zum Thema Tourismus in Schleswig-Holstein kaum als eigenständige Größe wahrgenommen wird. Dabei ist die Verbindung zwischen Touristik und Landgastronomie offensichtlich: landgastronomische Angebote mit Übernachtungsangeboten, lokale authentische Küche, oftmals eine Lage in der Nähe von touristischen Hotspots oder Rad- und Wanderwegen, zeigen die enge Verflechtung von Touristik und Landgastronomie.

Die Landgastronomie soll in der Tourismusstrategie Schleswig-Holsteins mit dargestellt und mitgedacht werden.

Durch die Integration in die zukünftige Tourismusstrategie Schleswig-Holstein 2030 wird es landgastronomischen Betrieben auch ermöglicht, touristische Trends mitzugestalten. Genehmigungen und Bestimmungen, z.B. für Übernachtungsangebote im Caravan, müssen flexibler gestaltet werden, damit Landgastronom:innen auch künftig den touristischen Wünschen und Trends Rechnung tragen können.

Teil dieser Empfehlung ist auch die Kooperationsmöglichkeiten zwischen der Landgastronomie und den touristischen Einrichtungen und Angeboten auszuloten und zu intensivieren.

Die Landgastronomie in Schleswig-Holstein ist ein schützenswertes kulturelles Erbe

Es ist anzustreben, die Landgastronomie in Schleswig-Holstein als schützenswertes kulturelles Erbe zu verstehen und ihr somit besondere Unterstützungen zu ermöglichen.

Ein Landgasthof ist mehr als der klassische gastronomische Betrieb. Seit jeher stellen die landgastronomischen Angebote eine besondere Kulturleistung dar: als soziales und kulturelles Herz der Landgemeinden in Schleswig-Holstein, oftmals als Architektur- oder Kultur-Denkmal in den Dörfern. Über die Speisen und Getränke, über die Feiern und Feste stehen die landgastronomischen Angebote auch für einen typischen Teil der Kultur in Schleswig-Holsteins und sind somit Kultur an sich.

Die schleswig-holsteinische Landgastronomie ist eine eigene wertvolle, jahrhundertealte Kulturleistung und sollte als diese auch gewürdigt werden.

Durch die Definition der Landgastronomie in Schleswig-Holstein als schützenswertes kulturelles Erbe erhoffen wir zusätzliche Möglichkeiten der Unterstützung der Landgastronomie.

10.2 Kompetenznetzwerk

Einführung eines Kompetenznetzwerks für die Landgastronomie

Es ist anzustreben, ein multidisziplinäres Kompetenznetzwerk für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein als Beratungstool zu etablieren.

Das derzeitige Beratungsangebot überfordert viele Betreiber:innen. Es ist für Landgastronom:innen heute schier unmöglich alle Beratungs- und Förderangebote zu kennen, geschweige denn sie wahrzunehmen. Die Vielzahl der unterschiedlichen Anbieter, der Informationspunkte, der Ansprechpartner:innen führt dazu, dass viele Unterstützungsangebote nicht wahrgenommen werden, während gleichzeitig Landgastronom:innen nach Hilfe und Fördermöglichkeiten suchen.



Gerade die Landgastronomie tangiert dabei auch Beratungsfelder jenseits der klassischen Gastronomieberatung. Oft sind die Gebäude der Landgastronomie historisch wertvoll, oder die Gemeinde hat ein besonderes Interesse an einer Zusatzfunktion des Landgasthofes. Diese Themenbereiche verlassen die klassische Gastronomieberatung und sind dennoch Teil der Landgastronomie.

Um die Landgastronomie in Schleswig-Holstein adäquat zu unterstützen, ist die Gründung eines „Kompetenznetzwerk Landgastronomie“ notwendig, um das umfassende Informations- und Beratungsangebot zu sichten, zu sortieren, und Unterstützungsangebote auch außerhalb des gastronomischen Blickwinkel mitzudenken. Als ein Vorbild kann das erfolgreich tätige „Breitband-Kompetenzzentrum Schleswig-Holstein“ angesehen werden. Aber auch andere Formen von Netzwerken sind denkbar.

Das Angebot des Kompetenznetzwerks ist dabei als „Brücke“ oder Verbindung zu verstehen. Einerseits soll es – quasi top-down – die vielen bestehenden Angebote strukturieren und dem einzelnen landgastronomischen Betrieb zugänglich machen.

Über die Analyse der Situation des einzelnen Betriebes sollen dann die passenden Hilfsmittel und Fördermaßnahmen oder Beratungsangebote gefunden werden. Gleichzeitig soll das Kompetenznetzwerk die Landgastronom:innen in Schleswig-Holstein zusammenbringen, - also bottom-up - einen Verbund oder Zusammenschluss initiieren und als Stimme gegenüber der Politik unterstützen.

Die Sammlung von Best-Practice-Beispielen im Rahmen des Kompetenznetzwerkes, kann Inspiration für Gastronom:innen sein, aber auch attraktive Ideen zu Arbeitsplätzen für Arbeitsplatzsuchende darstellen oder Konzepte zur Neu- und Wiedereröffnung inspirieren. Dies wird Teil einer zukünftigen Vernetzungsstrategie für die Landgastronomien sein.

Dabei sollte sich das Kompetenznetzwerk stets dynamisch weiter entwickeln und den veränderten Gesetzeslagen, Trends und Entwicklungen anpassen.

10.3 „Landgastronomie 2.0“

Investitionsunterstützung und -förderung bei der Umsetzung neuer Konzepte in der Landgastronomie in Schleswig-Holstein

Landgastronomische Betriebe, die sich mit zukunftsfähigen Konzepten neu aufstellen und vor größeren Investitionsausgaben stehen, soll geholfen werden.

Die Landgastronomie steht vor diversen Herausforderungen und ein Investitionsstau wird beklagt. Gerade bei den Bereichen der Nachhaltigkeit, der Ermöglichung von Nachfolge und Übernahme von landgastronomischen Betrieben, der Verknüpfung des landgastronomischen Betriebes mit den touristischen Angeboten oder bei der Übernahme soziokultureller Aufgaben für das Dorf und die Gemeinde, sollen Rahmenbedingungen geschaffen werden, die diese Transformationsprozesse unterstützt.

Nachhaltigkeit als zentraler Punkt für die Landgastronomie 2.0

Eine Bündelung existierender Angebote rund um Nachhaltigkeit in der Landgastronomie in Schleswig-Holstein ist wünschenswert.

Nachhaltigkeit ist heutzutage einer der treibenden Faktoren in Wirtschaft und Gesellschaft. Nachhaltigkeit besteht aus den drei Säulen der Ökologie, der Ökonomie und des sozialen Handelns.

Schleswig-Holstein lebt und profitiert von seinen Landschaften, den naturnahen Tourismusköglichkeiten, den Dörfern und Gemeinden im ländlichen Raum. Nachhaltigkeit ist gerade hier ein relevantes Thema, besonders für die Landgasthöfe. Bereiche wie grüne Energiegewinnung oder Müllvermeidung bieten sich als Aktionsfelder an.

Ein ökologisches Vorgehen, ebenso wie eine sozial verantwortliche Mitarbeiter:innenführung ermöglicht oftmals auch ökologische Benefits.

Über die Bündelung der verschiedenen existierenden Angebote, soll Nachhaltigkeit eine noch stärkere Rolle in der Landgastronomie spielen.

„Nachhaltigkeit“ beschreibt dabei nicht nur vernünftiges betriebliches Handeln, sondern stellt eben auch einen Trend dar, der auch auf dem Lande neue kreative unternehmerische Chancen für die Weiterentwicklung der Betriebe bietet.



Nachhaltigkeitsinitiativen für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein sehen wir dabei in engem Zusammenhang mit bestehenden Strategien, wie z.B. die des Tourismuscluster.SH, die sehenswerte Initiative Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH³⁹ und vielen anderen Aktionen.

Landgastronomie als Arbeitsplatz attraktiver machen: Nachfolgeregelung, neue Betriebsleiter:innen und attraktive Angebote für Fachpersonal in der Landgastronomie

Ein umfassendes Beratungsprogramm rund um Arbeitsplätze für die Landgastronomie in Schleswig-Holstein ist wünschenswert.

Für viele landgastronomische Betriebe scheint die Übergabe eines Betriebs an Nachfolger:innen schwierig zu sein. Auflagen und finanzielle Hürden machen es für Neustarter:innen und junge Gastronom:innen schwer, einen bestehenden Betrieb zu übernehmen.

Gleichzeitig erleben die Gastronom:innen auf dem Land seit Jahren, dass es immer schwieriger wird geeignetes Personal für die landgastronomischen Betriebe zu finden. Dieser Trend hat sich in Corona-Zeiten noch verstärkt.

Durch die Bündelung bereits bestehender Beratungsangebote, Schulungen neuer Betriebsleiter:innen, Unterstützungen der Arbeitsagenturen und der IHK, sowie der Beratung durch externe Gastroberater:innen, muss die Landgastronomie als Arbeitsplatz für Berufsstarter:innen und Berufswechsler:innen attraktiv gemacht werden.

Dieses employer branding kann auch für die gesamte Landgastronomie in Schleswig-Holstein verstanden werden. Durch Auszeichnungen und Wettbewerbe wie zum Beispiel „Innovativster Koch in der Landgastronomie in Schleswig-Holstein“ oder „Landgasthof der Zukunft“ oder ähnlicher Auszeichnungen kann die Landgastronomie aus sich heraus als Arbeitsstätte attraktiver werden. Alle dies ist eine große Aufgabe und muss langfristig gedacht werden.

Darüber hinaus müssen die Rahmenbedingungen so verändert werden, dass die Neugründung, der Inhaber:innen- und Generationswechsel bei bestehenden landgastronomischen Angeboten oder die Wiederbelebung ehemaliger landgastronomischer Betriebe einfacher möglich wird.

³⁹ <https://www.sh-business.de/netzwerk/nachhaltigkeit>

Digitalisierungsschub für den Landgasthof 2.0

Die Landgastronomie in Schleswig-Holstein soll mit einem Digitalisierungspaket direkt und umfassend unterstützt werden.

Auf verschiedenen Ebenen wird schon an der Digitalisierung des Tourismus in Schleswig-Holstein geforscht und gearbeitet. Es entsteht zurzeit ein wachsendes Open Data Angebot für den gesamten Bereich „Tourismus“ in Schleswig-Holstein. Auch die Landgasthöfe benötigen einen Digitalisierungsschub und können von Open Data profitieren: Wenn ein Landgasthof seine Daten in Open Data-Formaten darstellt, kann sein Angebot weltweit gefunden werden, ob bei Google Maps, Outdoor-Active oder allen Apps, die sich Open Data zunutze machen.

Die vielfältigen Angebote können so für Tourist:innen, die das Land mit App und Web-Planung bereisen, auffindbar sein und attraktiv präsentiert werden.

Ziel soll sein, weitere Verknüpfungsmöglichkeiten verschiedener Parameter in der Touristik, von gelenkten Besucherströmen bis zum zielgerichteten Marketing, für die Landgastronomie anzubieten. Über Open Data können alle Seiten inklusive der Landgastronomie vom Datenstrom profitieren.

Aber auch die eigentliche Betriebsführung einer Landgastronomie kann mit Hilfe von digitalen Angeboten optimaler organisiert und damit nachhaltiger und profitabler werden.

Hier braucht es (online) Schulungen und Weiterbildungsangebote, die auf die Bedürfnisse der Landgastronom:innen angepasst sind.

Neue Partnerschaften zwischen Dorf und der Landgastronomie

Ein Programm auf partnerschaftlicher Ebene zwischen Landgastronomie und der jeweiligen dörflichen Gemeinde ist anzustreben.

Die Rolle der Landgastronomie hat sich in den vergangenen Jahrzehnten stark gewandelt. Um weiter gestärkt ihrer sozialen Aufgabe gerecht zu werden, kann eine Kooperation mit der jeweiligen Kommune dieser Zukunft zuträglich sein.

Dazu braucht es einen intensiven und neuartigen Dialog zwischen den Gemeinden und den Betreiber:innen der landgastronomischen Betrieben.



Der Landgasthof der Zukunft kann neue Sozialfunktionen für die Gemeinde übernehmen. Und wenn er dies tut, kann die Gemeinde auch den Landgasthof gezielter unterstützen.

Beispiele zeigen, wie Gemeinden den Landgasthof übernehmen und weiter verpachten, damit die Last der notwendigen Investitionen nicht auf den Schultern einer einzelnen Person liegen. In anderen Gemeinden haben sich Genossenschaften etabliert um die Landgastronomie vor Ort (weiter) zu ermöglichen.

Es ist an vielen Stellen unserer Expertise deutlich geworden, dass es sich lohnt, für ein Partnerschaftsprogramm zwischen den ländlichen Gemeinden und den landgastronomischen Betrieben zu kämpfen.

Der Landgasthof 2.0 inspiriert Arbeiten und Zusammenleben auf dem Lande neu

Es ist anzustreben, in der Landgastronomie Raum für Start-ups, Coworking Spaces, Familienfeste und Vereinsarbeit zu schaffen.

Über Jahrhunderte bildeten der Dorfkrug oder der Landgasthof das soziale Zentrum des Dorfes. Dies ist heute in den allermeisten Fällen nicht mehr die Funktion eines landgastronomischen Betriebes.

Der Landgasthof der Zukunft ist mehr als ein Restaurant: Er wird Veranstaltungszentrum und Dorfversammlungsraum, Anbieter von neuen Arbeitsorten (Coworking Spaces) für Unternehmer und Vereine und Mitträger kommunaler Aufgaben wie der Versorgung von Kindertagesstätten. Menschen arbeiten zunehmend zuhause; die Schlafdörfer entwickeln sich z.T. zurück und das eröffnet neue Möglichkeiten für diejenigen, die im Home-Office oder im Coworking Space arbeiten: Bedarf für Treffs, Bedarf für Mittagstisch, Bedarf für Kaffee und Tee.

In unserer Expertise zeigen wir mit Best-Practice-Beispielen, dass diese Ideen und Konzepte keine Zukunftsmusik sind, sondern heute schon umgesetzt werden.

Solche neuen Aufgaben und Möglichkeiten für die Landgastronomie 2.0 müssen im Dialog mit den Bewohner:innen vor Ort entwickelt werden und können vom oben genannten Kompetenznetzwerk moderiert werden.





AKADEMIE FÜR DIE LÄNDLICHEN RÄUME
SCHLESWIG-HOLSTEINS E.V.

ALR e.V.

Gemeinnütziger, eingetragener Verein,
gegründet 1992

Satzungsziel: Erhaltung und Entwicklung der Funktionsfähigkeit der ländlichen Räume in Schleswig-Holstein, insbesondere der Dörfer in ihrer kulturellen, sozialen, ökonomischen und landschaftstypischen Ausgestaltung

Mitglieder: Vereine, Verbände, Gemeinden, Ämter und weitere Vertreter der „kommunalen Familie“, Planungsbüros, Wissenschaftler und Privatpersonen

Mitgliedsbeitrag: Zwischen 70,00 € (Privatpersonen) und 300,00 € (Institutionen)

Vorstand: 10 Persönlichkeiten aus verschiedenen Bereichen, u.a. Gemeindegast, Landfrauenverband, MdL, Nordkirche, Landkreistag

Zwei Arbeitskreise: „Dorf und Umwelt“ und „Wirtschaft im ländlichen Raum“

Tätigkeiten und Schwerpunkte:

Förderung wissenschaftlicher Untersuchungen, Projektarbeit, Studien und Expertisen, Stellungnahmen, Vergabe Preis der ALR e.V. (alle 2 Jahre), Veranstaltungen* und Initiativen, wie z.B. die „Koalition für die ländlichen Räume“

* Bildungsveranstaltungen werden regelmäßig in Kooperation mit dem ebenfalls in Flintbek ansässigen Bildungszentrum für Natur, Umwelt und ländliche Räume angeboten, siehe

www.bnur.schleswig-holstein.de

Unsere aktuellen Projekte:

- **„AktivRegionen-Netzwerk Schleswig-Holstein“:** Netzwerkarbeit für die Umsetzung der europäischen Förderinitiative LEADER in Schleswig-Holstein.
- **„DorfFunk SH“:** Unter dem Motto „*Mein digitales Dorf in der Tasche*“ bietet die ALR allen Gemeinden in Schleswig-Holstein derzeit die Nutzung der DorfFunk-App kostenlos an und begleitet interessierte Gemeinden und Akteure auf dem Weg der Umsetzung.
- **„Dörpsmobil SH“:** Unter dem Motto „*Wir bewegen das Dorf*“ betreiben wir gemeinsam mit der EKSH eine landesweite Koordinierungsstelle und haben ein landesweites „Dörpsmobil SH-Netzwerk“ aufgebaut. Interessierte Gemeinden und Akteure können auf ein inzwischen umfangreiches Informations- und Beratungsangebot zurückgreifen. Darüber hinaus bieten wir eine Dörpsmobil-App für Buchung und Abrechnung der Fahrzeuge an.
- **„Sorgentelefon für die Landgastronomie“:** Für Betreiber:Innen und Mitarbeiter:Innen landgastronomischer Betriebe mit Sorgen und Nöten bietet die ALR gemeinsam mit dem Kirchlichen Dienst in der Arbeitswelt (KDA) seit Sept. 2021 eine Anlaufstelle.

Weiterführende Informationen:

www.alr-sh.de



Akademie für die Ländlichen Räume Schleswig-Holsteins e.V.
Hamburger Chaussee 25
24220 Flintbek
Tel.: 04347/704-800
E-Mail: info@alr-sh.de
www.alr-sh.de