

VERBÄNDE AKTUELL

## Verhaltener Start



Lars Schwarz, Präsident des DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern /  
Foto: DEHOGA MV

Der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband Mecklenburg-Vorpommern (DEHOGA MV) meldet für den Jahresstart eine leicht eingetrübte wirtschaftliche Situation in der Branche. Lars Schwarz, Präsident des Landesverbandes, sagte anlässlich der Pressekonferenz zum Saisonauftakt der Tourismuswirtschaft 2018: „Das Wetter hat uns im ersten Quartal einen Strich durch die Rechnung gemacht. Nicht zuletzt auch das doch eher winterlich-weihnachtlich anmutende Osterwochenende hat die Reiselust unserer Gäste spürbar eingebremst. Wir schauen aber durchaus optimistisch auf das verbleibende Jahr und werden unsere Spitzenrolle erfolgreich verteidigen.“ Den DEHOGA MV hätten Signale erreicht, dass Teile der Branche einen Umsatzverlust von 20 Prozent hinnehmen mussten. „Diese Situation betrifft nicht nur die Beherbergung, auch die Gastronomie musste in diesem Punkt Federn lassen. Bei Schnee- und Eisglätte fällt oftmals auch der Besuch unserer Restaurants durch einheimische Gäste aus.“

Dennoch blickt Schwarz positiv gestimmt auf den weiteren Jahresverlauf: „Die Internationale Tourismusbörse ITB und der dortige Auftritt Mecklenburg-Vorpommerns als Partnerland war ein ausgesprochener Erfolg für das Land. Diese internationale Aufmerksamkeit gilt es nun für die Branche zu nutzen und den Rückenwind mitzunehmen. Natürlich wird dies aber kein Selbstläufer, alle am Tourismus Beteiligten müssen dafür auch ihre Hausaufgaben machen. Mit Spannung blicken wir daher der längst überfälligen Fortschreibung der Landestourismuskonzeption entgegen. Ich bin mir sicher, dass wir alle gemeinsam auch mit Hilfe der Konzeption die drängenden Branchenthemen bewältigen

können.?

Auch das Gastgewerbe in Mecklenburg-Vorpommern sieht sich solchen drängenden Zukunftsfragen gegenüber. Die Fachkräftesicherung ist die entscheidende Herausforderung für die Zukunft. Die Fakten der demografischen Entwicklung sind hinreichend bekannt. Die Wirkungen bekommt die ganze Gesellschaft nun zu spüren. Der Kampf um die Köpfe ist in vollem Gange. Jede Branche steht vor der gleichen Situation: Mitarbeiter und Berufsnachwuchs zu finden und zu binden. Hier steht das Gastgewerbe im Wettbewerb mit anderen Branchen und hat dabei als arbeitsintensive Dienstleistungsbranche keinen leichten Stand. Für viele Jugendliche scheinen auf den ersten Blick andere Ausbildungsberufe mit Nine-to-five-Jobs und arbeitsfreien Wochenenden attraktiver. Hier gilt es, als Branchenverband anzusetzen. Wir planen daher gegenwärtig eine Imagekampagne für die gastgewerblichen Ausbildungsberufe. Wir wollen und werden die Jugendlichen dort abholen, wo sie sind: in der Schule, frisch, jung und modern. Es muss uns gelingen, den eigenen Berufsnachwuchs zu gewinnen, so Schwarz weiter.

Der Landesverband tritt für ein konzertiertes Vorgehen von Politik und Wirtschaft mit Blick auf die Bewerbung Mecklenburg-Vorpommerns als attraktiver Ausbildungs- und Arbeitsstandort ein. Es gebe gute Gründe, das Land als Ausbildungs-, Arbeits- und Lebensmittelpunkt zu wählen. Schwarz weiter: Außerdem müssen dringend die Instrumente für den Zuzug in Arbeit und Ausbildung aus dem nichteuropäischen Ausland geschärft und praxistauglich ausgestaltet werden. Hier ist der Bund in der Pflicht. Große Erwartungen setzen wir daher in das im Koalitionsvertrag angekündigte Fachkräftezuwanderungsgesetz. Zudem wird die Qualität eines der ausschlaggebenden Kriterien für die zukünftige touristische Entwicklung des Landes sein. Schwarz dazu: Das Thema Qualität treibt uns um und wird mit Sicherheit auch eine zentrale Frage in der Fortschreibung der Landestourismuskonzeption spielen. Grundsätzlich sind unsere Betriebe hierbei gut aufgestellt. Allerdings scheinen andere Destinationen in Deutschland uns den Rang ablaufen zu wollen. Von daher haben wir uns auf die Fahnen geschrieben, die eigenen Qualitätslabel zu stärken. Mit der Hotelklassifizierung und der Zertifizierung ServiceQualität Deutschland haben wir zwei geeignete Instrumente an der Hand, die nachhaltig Qualität sichern und diese transparent nach außen dokumentieren. Diese Situation wollen wir stärken und möglichst vielen Unternehmen unsere Label empfehlen.

Abschließend spricht Lars Schwarz ein weiteres Zukunftsthema an: In Zeiten, in denen der Lebensmitteleinzelhandel sein Sortiment verzehrfertiger Essensangebote immens ausweitet und damit klar in Konkurrenz zur klassischen Gastronomie tritt, brauchen wir mehr denn je faire Wettbewerbsbedingungen. Das Gasthaussterben auf dem Lande sowie das Verschwinden klassischer Restaurants aus den Innenstadtlagen machen deutlich, dass die Wettbewerbsfähigkeit der arbeitsintensiven Gastronomie dringend einer Stärkung bedarf. Weder steuer- noch ernährungspolitisch ist die unterschiedliche Besteuerung von Essen nachvollziehbar. Fakt ist: Gastwirte und Restaurantbesitzer, die ihren Gästen frisch zubereitete Speisen offerieren, müssen deutlich mehr Kosten für Personal und Raum schultern als ihre Mitbewerber. Wenn sie dann auch noch für das gleiche Essen höhere Steuern als die Konkurrenz abführen müssen, ist das ein eklatanter Wettbewerbsnachteil. Diesen wollen und werden wir angehen!?

Die bundesweite Aufklärungskampagne des DEHOGA: Gleiche Steuern für gleiches Essen?

soll Öffentlichkeit, Medien und Politik auf die steuerliche Ungleichbehandlung der Gastronomie aufmerksam machen. Schwarz: ?Nur mit konsequenter Aufklärungsarbeit kann es gelingen, Bewegung in das Thema zu bringen. Dann kann sich Wertschätzung für regionale Küche, frische Zubereitung und die öffentlichen Wohnzimmer unserer Gesellschaft zeigen. Es geht um die Wettbewerbsfähigkeit und damit die Zukunftssicherung unserer Familienbetriebe und Restaurants.?