

Fachausschuss für Handel und Dienstleistung

Ausschussvorsitzender: Gregor HEILMAIER

1. Stellvertreter: Kerstin BRKASIC-BAUER
2. Stellvertreter: Eike SCHOLL

Geschäftsführung: Alexander FORTUNATO

Leitlinien für die Ausschuss-Arbeit 2020 - 2024

Ziel:

- Mit der geballten wirtschaftlichen Kompetenz der Region Mittelfranken die Zukunft der Handels- und Dienstleistungsbranche mitgestalten

Zusammensetzung:

- Unternehmer/Geschäftsführer/Führungskräfte von IHK-zugehörigen Firmen Mittelfrankens aus den Bereichen Handel und Dienstleistung
- Repräsentanten der einzelnen Handels- und Dienstleistungs-Branchen
- Repräsentanten der mittelfränkischen Teilräume

Aufgaben

- Beratung und Unterstützung der IHK, insbesondere Präsidium und Vollversammlung bei handels- und dienstleistungsrelevanten Themen
- Diskussion und evtl. Beschlussfassung zu aktuellen Themen
- Vernetzung der Ausschussmitglieder untereinander
- Gespräche mit Politik, Parteien, Verbänden, Hochschulen
- Besuch bei Firmen und Organisationen zur Information und Diskussion über handels- und dienstleistungsrelevante Themen
- Darstellung handels- und dienstleistungsrelevanter Themen in der Öffentlichkeit
- Information über die Arbeit der IHK Nürnberg für Mittelfranken und bei Bedarf Informationen aus anderen Ausschüssen und Arbeitskreisen (z B Ausschuss für Verkehr, Logistik und Mobilität, AK Immobilienwirtschaft, Kultur- und Kreativwirtschaft)

Zusammenarbeit

- Wir stehen in der Tradition des ehrbaren Kaufmanns. Anstand, Fairness und Nachhaltigkeit bestimmen unser Handeln. Wir bekennen uns zum Grundprinzip von Industrie- und Handelskammern als unabhängige Selbstverwaltung der Wirtschaft. Wir sind bereit zum offenen Dialog, wirken überparteilich und ausgleichend und setzen uns für die Interessen der Wirtschaft als Ganzes ein.
- Im Ausschuss pflegen wir eine offene vertrauensvolle Zusammenarbeit und faire Meinungsbildung. Wir informieren uns gegenseitig über wichtige Themen.
- Wir treffen uns drei- bis viermal im Jahr zu Ausschusssitzungen mit jährlicher Terminplanung. Hohe Präsenz und aktive Mitarbeit sehen wir als Grundlage unserer Beratungs- und Unterstützungsfunktion gegenüber der IHK. Wir streben den Gedankenaustausch mit benachbarten IHKs in der Metropolregion Nürnberg und darüber hinaus an.

Arbeitsschwerpunkte

- "Best Practice" und Innovationen - Unternehmensbesuche durch den Ausschuss
- Diskussion und Positionierung zu aktuellen wirtschaftspolitischen Themen, auch unter Hinzuziehung von politischen Vertretern und fachlichen Experten
- Ausbildung in Handel und Dienstleistung, auch über eine Weiterentwicklung des "Aktions-tag Handel und Dienstleistung"
- Attraktivität und Zukunftsfähigkeit der Innenstädte
- Nachhaltige Mobilität
- Forcierung von "Business Improvement Districts (BID)" als ein wichtiges Instrument zur Entwicklung der Innenstädte
- Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten
- Veranstaltungswirtschaft (Schausteller, Künstler, Händler, Dienstleister, Messe, Tagungen etc.) Zukunftsperspektive und Weiterentwicklung
- Digitalisierung in Handel und Dienstleistung (Rechtliche Rahmenbedingungen, Warenwirtschaftssysteme & Co., Best Practice-Beispiele)
- Verbesserung der Servicequalität in Handel und Dienstleistung (Was können Händler und Dienstleister tun? Von Zahlungsmöglichkeiten, Interkulturelle Kompetenz bis Online-Shop. Beispiele aus der Praxis - Integration "Zukunftshändler")
- Exkursionen zu interessanten, anregenden Handel- und Dienstleistungsdestinationen
- Tourismus als Wirtschaftsfaktor in der Region

Inhaltliche Positionierung

Leitbild „Soziale Marktwirtschaft“

Wir bekennen uns zur Sozialen Marktwirtschaft mit Wettbewerb und Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung als tragenden Säulen.

Wir treten daher für freien Handel und Wettbewerb auf offenen Märkten weltweit ein. Von der Globalisierung und dem unbehinderten internationalen Austausch von Gütern und Diensten können Handel und Dienstleistung profitieren. Wir treten daher aber auch gegen Wettbewerbsbeschränkungen und staatliche Überregulierung sowie für Subsidiarität und einen nachhaltigen Bürokratieabbau ein.

Leitbild „Europäische Stadt mit multifunktionalen Innenstädten“

Wir stehen zum Leitbild der historisch gewachsenen europäischen Stadt mit ihrer wirtschaftlichen und kulturellen Vielfalt.

Innenstädte in ihrer individuellen Ausprägung sind Identifikationskerne für die Region und zentraler Raum für Wirtschaft und Arbeit, Wohnen, Freizeit, Kultur und Bildung sowie Anbieter öffentlicher Versorgungsleistungen. Zur Sicherung der zukünftigen Wettbewerbsfähigkeit von Innenstädten gilt es, diese Multifunktionalität mit der Gesamtheit aller Nutzungen in ihrer Einzigartigkeit und ihrem Ambiente zu sichern. Eine Infrastruktur, orientiert an den Wünschen der Einwohner, Besucher und Kunden, ist sicherzustellen. Lebendige Innenstädte benötigen vielfältige Handels- und Dienstleistungsangebote, die unter ausgewogener Berücksichtigung zeitgemäßer Verkehrsmittel durch ebenso einfache wie kostengünstige Erreichbarkeit für alle Besucher zu fördern ist.

Integrierte Stadtentwicklung

Eine große Gefahr für die Vielfalt der Handels- und Dienstleistungsstrukturen, insbesondere für den inhabergeführten Facheinzelhandel, liegt in der Ansiedlung peripherer Einzelhandels-Großprojekte. Durch die zunehmende Ansiedlung großflächigen Einzelhandels an peripheren Standorten bzw. nicht integrierten Lagen, durch wachsende Marktanteile des Online-Handels sowie durch zunehmende Filialisierung im Einzelhandel geraten Innenstädte und Ortsmitten unter Druck.

Angesichts der hohen Kundenakzeptanz und der betriebswirtschaftlichen Vorteile von Standorten auf der „grünen Wiese“ sprechen gesamtwirtschaftliche Argumente auch aus Sicht des Ausschusses für Handel und Dienstleistung für eine Attraktivitätssteigerung bzw. Revitalisierung der Innenstädte. Ferner unterstützt der Ausschuss nach Abwägung der Argumente eine zwar koordinierende, aber insgesamt eher auf die Entwicklung von Chancen im Wettbewerb ausgerichtete Funktion des Landesentwicklungsprogramms Bayern (LEP).

Revitalisierung von Innenstädten

Dem Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungsbetrieben im Zusammenspiel mit allen anderen Akteuren kommt eine Leitfunktion für attraktive Ortskerne zu. Eine aktive Revitalisierung von Innenstädten könnte zwar als Versuch gewertet werden, gegen wettbewerbliche Marktentwicklungen und beobachtbare Kundenströme zu agieren. Maßnahmen zur Revitalisierung von Innenstädten kommen aber nicht allein der Wirtschaft zugute. Sie können einem Qualitäts- und damit Werteverfall von (Gewerbe-) Immobilien in Innenstadtlagen entgegenwirken, die Standortattraktivität insgesamt erhöhen, weniger zusätzliches Verkehrsaufkommen induzieren und damit positive externe Effekte für alle Gewerbebetriebe einer Kommune auslösen.

Innerhalb von Kommunen lässt sich die Handelsentwicklung am wirksamsten beeinflussen, wenn Kommunen gemeinsam mit der Wirtschaft Handlungskonzepte entwickeln und dazu integrierte Standorte festlegen. Dazu sollten sie sich untereinander auf regionale Einzelhandelskonzepte verständigen und diesen auch Verbindlichkeit beimessen. Die IHK bringt hier ihr Know-how über den AK Immobilienwirtschaft und die regionalen Strukturen ein.

Landesentwicklungsplanung (LEP) als Grundlage für die räumliche Entwicklung

Ein zukunftsfähiges bedarfsgerechtes Angebot an zentralörtlichen Einrichtungen ist elementar für die regionale Entwicklung. Dazu bedarf es zeitgemäßer und transparenter Beurteilungskriterien im Landesentwicklungsprogramm Bayern. Damit die Tragfähigkeit und Leistungsfähigkeit der zentralörtlichen Einrichtungen und damit auch des Handels zur Versorgung der Bevölkerung erhalten bleiben, sollte das Zentrale-Orte-System gestrafft werden. Die zur Einstufung der zentralen Orte erforderlichen Indikatoren sollten sich dabei an der ökonomischen, sozialen und ökologischen Realität orientieren. Um bestehenden Betrieben und Investoren Planungs- und Investitionssicherheit zu geben, werden praxisgerechte und nachvollziehbare Regeln, in Form eines für alle Beteiligten nachvollziehbaren Handlungsleitfadens zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten benötigt.

Vielfältige Angebote und Funktionen tragen zur Stärkung der Innenstädte bei. Kommunale und regionale Einzelhandelskonzepte sollten ihre Bindungswirkung entfalten und mit der Raumplanung verzahnt werden. In Gewerbegebieten, die nicht dem Anbindegebot entsprechen, soll der Einzelhandel ausgeschlossen bleiben.

Der Einzelhandel erlebt seit Jahren einen starken Strukturwandel. Digitalisierung und Online-Handel schreiten weiter voran, finden jedoch in der Rechenarithmetik des Landesentwicklungsprogramms keine Beachtung. Bei einer marktgerechten Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sollten diese Entwicklungen sowie aktuelle Struktur- und Marktdaten mit einfließen. Da dies in den klassischen Einzelhandelsentwicklungskonzepten bisher zu wenig Berücksichtigung findet, entwickelt der IHK-Arbeitskreis Immobilienwirtschaft Kriterien für ein „Strategiekonzept pulsierende Innenstädte“.

Leitbild „Wirtschaft in Eigenverantwortung“

Wir verstehen die gesetzliche Mitgliedschaft in der Industrie- und Handelskammer als Chance für „Wirtschaft in Eigenverantwortung“.

Wir stellen uns der gesellschaftlichen Verantwortung, uns mit unserem wirtschaftlichen Know-how einzubringen, um die Angelegenheiten der Wirtschaft im Rahmen der Selbstverwaltung praxisnah zu gestalten. Wir erwarten ebenso, dass der Staat die Spielräume zur eigenverantwortlichen Gestaltung von Rahmenbedingungen für wirtschaftliches Handeln schafft und durch Abbau hemmender Vorschriften stärkt.

Zugleich tragen wir damit die von der Vollversammlung der IHK Nürnberg für Mittelfranken verabschiedete Position mit, die unter der Überschrift „Business Improvement Districts (BIDs) gesetzlich ermöglichen – Eigenverantwortung der Wirtschaft stärken!“ die Bayerische Staatsregierung zur Vorbereitung und den Bayerischen Landtag zur Verabschiedung eines BID-Gesetzes auffordert.

Liberalisierung der Ladenöffnung

So streben wir beim Thema Ladenöffnungszeiten in Bayern eine Liberalisierung an, die auch den Belangen des inhabergeführten Facheinzelhandels Rechnung trägt und es durch eine Freigabe der Ladenöffnung an Werktagen ermöglicht, sich an Bedürfnissen der Kunden flexibel zu orientieren. Für die Sonntagsöffnung sollten die Regelungen des bisherigen Bundesladenschlussgesetzes übernommen werden. Die Beschränkung auf Marktsonntage kann dabei entfallen. Mit einer sol-

chen Liberalisierung könnte ein Kompromiss gefunden werden, der einerseits den Belangen von zahlreichen inhabergeführten Facheinzelhandelsbetrieben Rechnung trägt, die eine Ausweitung von Öffnungszeiten ablehnen, der aber andererseits die Wettbewerbsfähigkeit des stationären Handels in Zeiten des rund um die Uhr verfügbaren Online-Angebots sichern hilft.

Zugleich tragen wir damit das BIHK-Positionspapier mit, das von der Vollversammlung der IHK Nürnberg für Mittelfranken unter der Überschrift „Deregulierung und Entbürokratisierung bei den Ladenöffnungszeiten – mehr Entscheidungsfreiheit für den Handel“ verabschiedet wurde. Hinsichtlich des hierin geforderten Wegfalls des Anlassbezuges empfehlen wir mit Blick auf die seit Jahren wahrnehmbaren Frequenzrückgänge in Innenstädten allen Akteuren auf fakultativer Basis die begleitende Durchführung von Events wie Kirchweihen, Festen, Märkten etc. – sie können gemeinsam mit verkaufsoffenen Sonntagen erhebliche Belegungseffekte entfalten.

Eigenverantwortung statt Regulierung

Die Mitglieder des Ausschusses stimmen darin überein, dass eigenverantwortliche Maßnahmen der Unternehmen einer gesetzlichen Regulierung vorzuziehen sind. Daraus resultieren auch im Handel regelmäßig effiziente und praxisorientierte Lösungen, welche gleichzeitig zu einem positiven Image der Branche beitragen.

Beispiele sind die freiwillige Selbstverpflichtung des Handels, Kunststofftragetaschen nur noch gegen Entgelt abzugeben, oder die Idee eines freiwilligen einheitlichen europäischen Kaufrechts, die gegenüber dem Instrument einer EU-Richtlinie vorzuziehen wäre.

Rechtssichere Rahmenbedingungen

Die Politik sollte sich auf Landes-, Bundes- und europäischer Ebene dafür einsetzen, dass wichtige Belange der Handels- und Dienstleistungsunternehmen praxisgerecht geregelt werden. Die Ausschussmitglieder richten ihr Augenmerk dabei vornehmlich auf die folgenden Themenfelder:

Datenschutz

Am Markt wird sich dauerhaft nur durchsetzen, wer seine Produkte und Prozesse datenschutzkonform gestaltet. Um Wettbewerbsnachteile gegenüber der internationalen Konkurrenz zu vermeiden, sollte ein modernes Datenschutzrecht hierfür einen praxiskonformen und robusten Rechtsrahmen sowohl für bewährte als auch für neue Geschäftsmodelle und Techniken bzw. Medien bieten.

Bürokratieabbau und Informationspflichten

Bürokratie schafft rechtssichere Rahmenbedingungen. Allerdings belastet sie zunehmend durch zahlreiche Informationspflichten, die einzelne Branchen und Betriebe besonders treffen (Bsp. Elektroggesetz, Lebensmittelverordnung, Technische Sicherheitseinrichtung (TSE), Bonpflicht).

Gleichgewicht der Interessen

Der Schutz des Verbrauchers, aber auch der Unternehmen untereinander ist wichtig. Dabei sind aber auch die gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen geplanter Regelungen zu beachten. Beispiele für erforderliche Bürokratiefolgen-Abwägungen sind etwa die geplante verschuldensunabhängige Garantiehaftung für Aus- und Einbaukosten bei Lieferung fehlerhafter Ware, Insolvenzanfechtung, Gewährleistungsfristen, Fragen der Harmonisierung im Verbrauchervertragsrecht oder die Neure-

gelungen zum Schutz vor Manipulationen an digitalen Grundaufzeichnungen (fälschungssichere Kassensysteme).

Bekämpfung der Cyberkriminalität

Phänomene der Internet- bzw. Cyberkriminalität gewinnen zunehmend an Bedeutung und richten erhebliche betriebs- und volkswirtschaftliche Schäden an. Die Ausschussmitglieder werten es daher als ein positives Signal, dass das Bayerische Staatsministerium für Justiz die Zentralstelle für Cybercrime etabliert hat, um auf die Herausforderungen auch in strafrechtlicher Hinsicht mit der erforderlichen Effizienz, Kompetenz und Sensibilität reagieren zu können. Im Prozess der Optimierung der Ermittlungsarbeit sollte es einheitliche Regelungen geben, unabhängig davon, ob einzelunternehmerisch tätige inländische Marktteilnehmer oder Online-Marktplätze betroffen sind, die häufig ihren Unternehmenssitz nicht in Deutschland haben.

Ausgewogene steuerliche Rahmenbedingungen

Sowohl für den traditionellen Handel als auch für den Online-Handel und sonstige innovative Vertriebsformen sowie Dienstleistungsunternehmen sollten gleichermaßen faire steuerliche Wettbewerbsbedingungen gelten. Hierbei ist sicherzustellen, dass alle Anbieter die geltenden steuerlichen Vorgaben einhalten, unabhängig davon, auf welchem Weg ein Produkt angeboten wird. Ein gleichmäßiger Steuervollzug für direkte und indirekte Steuern ist hier zur Finanzierung des Gemeinwesens von großer Bedeutung. Vollzugsdefizite hingegen führen zu fehlenden Steuereinnahmen und zu Wettbewerbsverzerrungen. International tätige Unternehmen sollten entsprechend der Infrastrukturnutzung in angemessenem Umfang in Deutschland Steuern zahlen.

Selektive Vertriebssysteme

Mit selektiven Vertriebssystemen verpflichtet sich der Hersteller von Vertragswaren oder Dienstleistungen, diese unmittelbar oder mittelbar nur an Händler – sogenannte Vertragshändler – zu verkaufen, die anhand festgelegter Kriterien ausgewählt werden. Die Händler verpflichten sich wiederum, die betreffenden Waren oder Dienstleistungen nicht an Händler zu verkaufen, die vom Anbieter nicht zum Vertrieb zugelassen sind. Die Digitalisierung hebt Schranken auf und ermöglicht Händlern in technischer Hinsicht, Produkte beispielsweise auf Online-Marktplätzen zu vertreiben, ungeachtet ihres jeweiligen Status – ob sie Vertragshändler sind oder nicht.

In den vergangenen Jahren beschäftigte der "selektive Vertrieb" die Rechtsprechung bis zum EuGH und bestätigte in mehreren Fällen die Zulässigkeit von selektivem Vertrieb unter bestimmten Bedingungen (Beispiel Luxusimage Parfüm, Ortlieb gegen Amazon, Booking.com-Urteil). In einer Abwägung der Interessen steht dieser Forderung des freien Wettbewerbs dem Wunsch von Herstellern, Markenhändlern und Verbrauchern nach Qualitäts-Wettbewerb gegenüber. Markenpflege und Beratungskompetenz führen in der Regel zu höherer Kundenbindung, vermitteln Orientierung und ermöglichen den Handelsunternehmen die Steigerung ihrer Attraktivität und Überlebensfähigkeit im Wettbewerb der Vertriebskanäle.

In Abwägung der Argumente plädiert der Ausschuss für die Zulassung von selektiven Vertriebssystemen. Sie entspricht dem Interesse von markenbewussten Herstellern und Händlern, Einfluss auf die Verkaufsmodalitäten und die Art der Präsentation von Produkten zu nehmen oder Mindeststandards festzulegen.

Leitbild „Handel ist Wandel“

Ausgehend von der These: „Handel ist Wandel“ stehen wir innovativen Entwicklungen der Handels- und Dienstleistungswirtschaft offen gegenüber.

Dem wirtschaftlichen Strukturwandel und dem veränderten Verbraucherverhalten ist Rechnung zu tragen. Der planungsrechtliche Ordnungsrahmen darf die wirtschaftliche Dynamik und den struktu-

rellen Wandel nicht unterbinden. Jeder Strukturwandel ist immer auch mit wirtschaftlichem und technischem Fortschritt, Effizienzsteigerungen, verbesserter Befriedigung der Verbraucherwünsche und neuen Wachstums- und Beschäftigungsperspektiven verbunden. Wirtschaftspolitisch ist es erforderlich, allen Branchen und Unternehmen des Handels- und Dienstleistungsbereiches Standort- und Entwicklungsperspektiven zu eröffnen.

Digitalisierung

Die Digitalisierung bietet neue Chancen für Unternehmen aus Handel und Dienstleistung ebenso wie für deren Kunden. Durch Nutzung mehrerer Absatzkanäle (Multi-Channel-Strategien) sowie die Entwicklung von Alleinstellungsmerkmalen mit Hilfe von Service, Beratung und Atmosphäre können auch kleine und mittelständischen inhabergeführte Fachbetriebe an innerstädtischen Standorten spezifische Vorteile gegenüber reinen Online-Angeboten entwickeln und damit Kunden binden. Daher wollen wir durch die Ausschussarbeit Chancen der Digitalisierung aufzeigen und den IHK-Mitgliedern aus Handel und Dienstleistung erschließen.

Vor dem Hintergrund des veränderten Verbraucherverhaltens ist eine (auch mobil erreichbare) Onlinepräsenz beziehungsweise die Anpassung an technische Neuerungen für stationäre Händler und Onlinehändler unerlässlich. Zugleich wird neuen Geschäftsideen und Existenzgründungen der Weg geebnet. Auf diese Weise kann die nachhaltige und rentable Erweiterung sowie Internationalisierung bestehender Geschäftsmodelle gelingen. Dazu müssen sich Unternehmen mit allen für das jeweilige Geschäft relevanten und aktuellen Aspekten der Digitalisierung befassen können und die notwendigen Unterstützungsmaßnahmen, sei es in fachlicher als auch rechtlicher und finanzieller Hinsicht, erhalten. Der Ausschuss für Handel und Dienstleistung unterstützt daher Forderungen nach Ausbau einer leistungsfähigen digitalen Infrastruktur – insbesondere im ländlichen Raum – sowie nach Unterstützung des Handels im Prozess der digitalen Transformation.

Leitbild „Potentiale in der Dienstleistungswirtschaft“

Dienstleistung wirkt als Motor im Strukturwandel: Der Trend zur Tertiärisierung hält an, die Dienstleistungswirtschaft hat in Mittelfranken ebenso wie in ganz Deutschland eine hohe Dynamik entfaltet. Wir sehen weitere hohe Wachstums- und Beschäftigungspotenziale für die Unternehmen der Dienstleistungswirtschaft, wenn noch bestehende Hemmnisse identifiziert und abgebaut werden und die Unternehmen dann ihre Handlungsoptionen zur weiteren Professionalisierung der Dienstleistung nutzen.

Rahmenbedingungen und strategische Handlungsfelder für Dienstleistungen

Wir sind der Überzeugung, dass eine Verbesserung der Rahmenbedingungen in den Bereichen Bildung, Innovation, Netzwerken und Regulierung entscheidend zur Professionalisierung von Dienstleistungsunternehmen beitragen können. Den Unternehmen selbst wollen wir Handlungsoptionen in strategischen Feldern wie Internationalisierung, Hybridisierung, Standardisierung und Normung von Dienstleistungen aufzeigen, die sie in ihrem künftigen Wachstum unterstützen können.

Tourismus als Wirtschaftsfaktor mit hoher Bedeutung für andere Branchen

Der Tourismus hat im IHK-Bezirk Mittelfranken wie auch im Freistaat Bayern insgesamt hohe Bedeutung. Nicht allein aufgrund der mittelständischen Strukturen, der Beschäftigungsstärke und der hohen Wertschöpfung im Gastgewerbe, sondern auch wegen der großen Zahlen an Tages- und Übernachtungsgästen aus In- und Ausland sowie wegen seines Einflusses auf die empfundene Attraktivität von Wohn- und Gewerbestandorten hat die Tourismuswirtschaft eine außerordentlich hohe branchenübergreifende Bedeutung, insbesondere für den Handel in Innenstädten. Nicht zuletzt sind Erholungs- und Freizeitmöglichkeiten wichtige Faktoren bei der Standortwahl von Unternehmen und Fachkräften.

Diese Bedeutung für Standort und andere Branchen rechtfertigt eine besondere Stärkung von Tourismus und Gastgewerbe, gerade angesichts aktueller Herausforderungen wie dem demografischen Wandel, dem Klimawandel und der digitalen Transformation. Um dieses übergeordnete Ziel einer Stärkung des Tourismus zu erreichen, erscheinen die folgenden wirtschaftspolitischen Instrumente wirksam und geeignet.

Tourismusstrukturen und -organisationen sollten ebenso wie deren Ziele und Aufgaben klar definiert und kontrollierbar sein, einer abgestimmten Strategie folgen sowie Effizienzgewinne durch Kooperationen realisieren.

Eine funktionsfähige und nachfragegerechte touristische Infrastruktur ist eine entscheidende Grundlage für die Entwicklung einer Destination. Ehe an Einzelförderungen gedacht wird, erscheint der Ausbau von touristischen Infrastrukturen aufgrund seines breiteren gesamtwirtschaftlichen Nutzens prioritär. Touristischer Infrastruktur-Ausbau soll dazu dienen, Bayern als Ganzjahres-Reiseland weiterzuentwickeln. Erst die ideale Kombination aus Infrastruktur (wie bspw. Schwimm- oder Freizeitbäder, Eishallen, Skilopen oder auch Rad- und Wanderwegen) und einer guten öffentlichen Verkehrsanbindung schafft die Grundlage für attraktive Reise- und Ausflugsziele.

Eventuelle Vergaben von öffentlichen Fördermitteln für den Tourismus sollten den strategischen Schwerpunktsetzungen folgen und sich in eine abgestimmte Vermarktungsstrategie einfügen. Auch die Potenziale von zukünftig noch weiter zu entwickelnden Schwerpunktthemen wie etwa dem Gesundheits-, Medizin und Wellnesstourismus können durch Kooperationen aller Akteure verstärkt werden. Somit spricht viel für eine Koordinationsfunktion unter einem Dach – für Bayern etwa im Wirtschaftsministerium.

In der digitalen Transformation müssen Destinationen und touristische Leistungsträger zukunftsfähige Strategien entwickeln, in deren Mittelpunkt die direkte Interaktion zwischen touristischem Anbieter und potentielltem Gast auf digitalem Weg stehen muss. Start-ups können als Anbieter digitaler Dienstleistungen im Tourismus als Innovationstreiber wirken. Der Ausschuss für Handel und Dienstleistung empfiehlt allen Entscheidungsträgern, sich innovativen Geschäftsmodellen nicht zu verschließen und einen fairen Wettbewerb für alle Unternehmen zu gleichen Bedingungen zu ermöglichen.

Infrastrukturelle Grundlagen der Digitalisierung im Tourismus sind eine flächendeckende Breitbandversorgung und ein leistungsfähiges Mobilfunknetz, um tourismusrelevante Apps oder mobile Dienste wie Onlinekarten und Routenplaner nutzen zu können. Eine Unterstützung kleiner und mittlerer Betriebe bei der Digitalisierung von Arbeitsprozessen und neuen Geschäftsmodellen mittels Fördermitteln und Beratungsangeboten erscheint hilfreich.

Da Einzelhandel und Tourismus wechselseitig voneinander profitieren, kann eine umfangreiche und attraktive Handelslandschaft Besucher anziehen und die Attraktivität einer Destination steigern. Die Besucher stärken mit ihrer Kaufkraft umgekehrt auch den örtlichen Handel. Um die Attraktivität touristischer Orte weiter zu steigern, könnten auch erweiterte Möglichkeiten zum Sonntagseinkauf – ggf. auf Basis eines Mehr-Stufen-Modells touristischer Orte – eine allgemeine Freigabe der Ladenschlusszeiten an Werktagen sinnvoll ergänzen. Erreichbarkeit von Innenstädten und Stärkung der Multifunktionalität sind gerade in touristischen Orten unerlässlich, um im internationalen Wettbewerb um Gäste attraktiv zu bleiben.

In den Betrieben des Gastgewerbes selbst erweist sich Qualität zunehmend als wichtiger Wettbewerbsfaktor. Kontinuierliche Qualitätssicherung, Qualitätsinitiativen und Zertifikate, kontinuierliche Weiterbildung sowie die Nutzung von Kundenmanagementsystemen, digitalen Plattformen und sozialen Netzwerken können den Qualitätsgedanken auch in kleinen und mittleren Betrieben weiter stärken.

Qualität in den höchst serviceintensiven Betrieben des Gastgewerbes hängt entscheidend von der Verfügbarkeit qualifizierter Fachkräfte ab. Bereits deutlich sichtbare Engpässe können angesichts des demografischen Wandels nur noch teilweise durch Imagekampagnen, duale Ausbildung und Weiterbildungsmaßnahmen vermindert werden. Daneben gewinnt die Eröffnung beruflicher Perspektiven für ausländische Fachkräfte – einschließlich Asylsuchende und Geflüchtete – etwa durch eine Einstiegsqualifikation oder durch das „3+2-Modell“ in der Berufsausbildung (Bleiberecht während der Ausbildung und zwei Jahre danach bei Weiterbeschäftigung) weiter an Bedeutung.

Da das Gastgewerbe in besonderer Weise starken und nicht planbaren Schwankungen im Tages-, Wochen- und Saisonverlauf unterliegt, könnten die Fachkräfte-Engpässe auch durch mehr zeitliche und räumliche Mobilität für die Beschäftigten sowie durch weniger Bürokratie bei Kennzeichnungspflichten, Dokumentationspflichten und statistischen Meldepflichten gemildert werden: Das schafft für die Betriebe und ihre Beschäftigten mehr Flexibilität und ermöglicht damit mehr Kundennähe und höhere Servicequalität.

Veranstaltungswirtschaft

Die Veranstaltungsbranche ist in Deutschland umsatzseitig die sechstgrößte Wirtschaftsbranche und nimmt bei den Beschäftigungszahlen den zweiten Platz ein.

Für den weitaus größte Teil der Umsätze ist der Bereich „Wirtschaftsbezogenen Veranstaltungen“ (z.B. Messen, Kongresse, Tagungen, Weiterbildungen und Marketing-Events) verantwortlich.

Auch in der Metropolregion Nürnberg erzeugen vor allem die Business-Events hohe Kaufkraft- und Wertschöpfungseffekte in benachbarten Branchen: besonders im Tourismus und in der Gastronomie, aber auch in den Bereichen Mobilität, Marketing und Kommunikation. So sind beispielsweise allein in Bayern rund 11.500 Arbeitsplätze mit den Messen am Standort Nürnberg verbunden – von Hotels, Gastronomie, Caterer, Messebauer bis hin zum Taxi-Fahrer.

Die Veranstaltungsbranche wurde in der Corona-Krise als einer der ersten Sektoren komplett heruntergefahren und wird voraussichtlich zu den letzten Branchen gehören, die wieder geöffnet werden. Angesichts ihrer großen gesamtwirtschaftlichen Bedeutung ist es ein zentrales Anliegen, die Veranstaltungsbranche während der Krise nachhaltig wirtschaftlich zu unterstützen und ihr eine zeitnahe und an verbindliche Rahmenbedingungen geknüpfte Öffnungsperspektive zu verschaffen.

Leitbild „Heimat für Kreative“

Unser Standort ist die Europäische Metropolregion Nürnberg, und die Metropolregion ist Heimat für Kreative. Die Kultur- und Kreativwirtschaft hat eine prägende Rolle für die gesamte Wirtschaft in der Metropolregion Nürnberg.

Alle Bereiche des Handels und der Dienstleistung können Spill-over-Effekte der kultur- und kreativwirtschaftlichen Angebote nutzen und neue Geschäftsfelder erschließen. Daher werden entsprechende Entwicklungen antizipiert und interessante Projekte und Unternehmen der Kreativwirtschaft in die Ausschussarbeit integriert.

Duale Ausbildung

Wir sind der Überzeugung, dass die Zukunft von Handel und Dienstleistung in der Metropolregion entscheidend von der Qualität der Service- und Beratungsangebote vor Ort im Kontakt mit dem Kunden geprägt wird. Als erfolgskritisch sehen wir kreative Unternehmerpersönlichkeiten und gut ausgebildete Fachkräfte.

Vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung und der Gefahr von Engpässen bei qualifizierten Fachkräften verfolgen wir daher die Themen Fachkräftesicherung und Ausbildung in Handel und Dienstleistung intensiv weiter. Insbesondere wollen wir auf die Attraktivität der Handels- und Dienstleistungsberufe im dualen System hinweisen. Der „Aktionstag Handel und Dienstleistung“ ist durch seine Breitenwirkung ein geeignetes Instrument zur Sensibilisierung von Jugendlichen und zur Fachkräftesicherung in diesen Wirtschaftssektoren.

Nürnberg, 25.02.2021

Gregor Heilmaier
Vorsitzender des AHD

Kerstin Brkasic-Bauer
Stellv.Vorsitzende des AHD

Eike Scholl
Stellv.Vorsitzender des AHD

Alexander Fortunato
Geschäftsführer des AHD