

## **Positionen der IHK Nürnberg für Mittelfranken**

### **Ergänzung der Grundpositionen Handel und Dienstleistung**

#### **Vollversammlungsbeschluss – 12. Dezember 2017**

Die IHK Nürnberg für Mittelfranken hat in verschiedenen Bereichen Grundpositionen als geltende Linien für die Ausschussarbeit festgelegt.

Mit Beschluss vom 12. Dezember 2017 hat die Vollversammlung der IHK Nürnberg für Mittelfranken die „Ergänzung der Grundpositionen Handel und Dienstleistung“ einstimmig und ohne Enthaltung verabschiedet.

Im Folgenden finden Sie den beschlossenen Text dieses IHK-Positionspapiers.

---

**IHK Nürnberg für Mittelfranken**

Ulmenstraße 52, 90443 Nürnberg  
Postanschrift: 90331 Nürnberg

Tel. 0911 1335-335 | Fax -150335  
[www.ihk-nuernberg.de](http://www.ihk-nuernberg.de)

**Geschäftszeiten Service Zentrum**

Mo. bis Do. 8:00–16:00 Uhr  
Fr. 8:00–15:00 Uhr



Industrie- und Handelskammer  
Nürnberg für Mittelfranken

# Ausschuss für Handel und Dienstleistung

## 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 ebenso einfache und kostengünstige Erreichbarkeit für alle Besucher zu fördern.

### 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 kommt noch immer 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 dem Einzelhandel zugute. Sie können einem Qualitäts- und damit Wertverfall von Gewerbeimmobilien und Innenstadtlagen entgegenwirken, die Standortattraktivität 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 die regionalen Einzelhandelsstrukturen ein.

### **LEP: Handlungsspielräume für Kommunen ermöglichen**

Das Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) enthält Regelungen, um die Wirtschaft in Bayern geordnet und raumverträglich zu gestalten. Als grundsätzlicher Maßstab für Stadtentwicklungspolitik können die Fachziele Handel im LEP dienen. Ausgangspunkt hierbei ist das Streben nach **städtebaulicher Integration von Einzelhandelsflächen**.

Die Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erfolgt nach dem jeweiligen zentralörtlichen Gliederungssystem. Die IHK befürwortet die stringente Einhaltung des Zentrale-Orte-Systems, insbesondere für die Steuerung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben. Sie sollen nur an integrierten Standorten innerhalb von Zentren zulässig sein. Dabei dürfen großflächige Einzelhandelsbetriebe die Funktion benachbarter zentraler Orte nicht beeinträchtigen.

Das Zentrale-Orte-System selbst unterliegt jedoch durch die immer wieder erforderlichen Fortschreibungen des LEP einer Entwicklung. Aus planerischer Sicht kann die Ansicht vertreten werden, dass das Zentrale-Orte-System gestrafft werden sollte, um die Tragfähigkeit von zentralörtlichen Einrichtungen zur Versorgung der Bevölkerung erhalten zu können. Dagegen vertritt die IHK Nürnberg für Mittelfranken die Meinung, dass eine zunehmende Liberalisierung des Zentrale-Orte-Systems mit weniger starren hierarchischen Planungsvorgaben und besseren Rahmenbedingungen für interkommunale Kooperationen tendenziell bessere Entwicklungsperspektiven für Kommunen durch passgenauere Standortfaktoren für die ansässigen Unternehmen eröffnen kann.

Mit der Fortschreibung des LEP im Jahr 2013 und der Teilfortschreibung des LEP 2017 wurde eine Liberalisierung eingeleitet, die den Kommunen mehr Handlungsspielräume zur Nutzung ihrer Entwicklungspotenziale einräumt. Dahinter steht das Bestreben der Staatsregierung, die Versorgung im ländlichen Raum zu sichern und den Herausforderungen des demographischen Wandels zu begegnen.

Äußeres Zeichen einer weniger einschränkenden Regulatorik ist die gewachsene Anzahl zentraler Orte. Die höhere Zahl lässt Befürworter strenger regulatorischer Vorgaben jedoch befürchten, dass – gerade bei großzügiger Auslegung geltender Regelungen - langfristig der Einzelhandel de facto kaum mehr einer überörtlichen Steuerung unterliegen könnte und gleichzeitig die Steuerungsfunktion des LEP konterkariert würde. Auch die vielfach intransparent erscheinende Rechenarithmetik zur Ermittlung der sortimentspezifischen Verflechtungsbereiche könnte zur Destabilisierung der Zentrenhierarchie im Freistaat beitragen.

Als weitere Herausforderung für die Landesplanung – sowohl qualitativ als auch quantitativ – gewinnt der Online-Handel weiter an Bedeutung. Angesichts der fundamentalen Veränderungspotenziale hinsichtlich der Anbieterstrukturen im Einzelhandel stellt sich die Frage, ob zunehmender Digitalisierung und wachsenden Online-Umsätzen durch ein höheres oder niedrigeres Maß an landesplanerischer Regulierung des stationären Handels angemessen begegnet werden kann. Fraglich erscheint ebenso, ob eine Berücksichtigung des Online-Handels in der Rechenarithmetik zur Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten überhaupt praktikabel und zielführend im Sinne einer Stärkung des Handels in Innenstädten wäre. Berücksichtigung von Online-Handel würde eine regionale Zuordnung von Online-Umsätzen erfordern, die nicht objektiv zu begründen wäre (Umsätze nur B2C oder auch B2B, nur von Händlern oder auch von Direktvermarktern/ Industrie/ anderen Dienstleistern, Wohn- oder Lieferanschrift des Bestellers, Firmensitz des Händlers oder seines Logistikers). Zudem sehen die Mitglieder des Ausschusses Multichannel-Angebote und lokale Plattformen mehrheitlich als Chance gerade für kleine und mittlere Handelsbetriebe insbesondere im ländlichen Raum. Somit würde eine Berücksichtigung von Online-Umsätzen unabhängig von Praktikabilität und Aufwand der Datenerhebung regionale Entwicklungsperspektiven beschränken – sei es im Wettbewerb um nachhaltige Einzelhandelsgroßprojekte oder um attraktive Online-Angebote ortsansässiger Gewerbetreibender. Landesentwicklung wird in diesem Verständnis des Ausschusses nicht durch beschränkende Landesplanung, sondern durch Ausbau der digitalen Infrastruktur gefördert.

Fraglich erscheint ferner, ob der innerstädtische Handel dadurch gestärkt werden könnte, dass Einzelhandel in Gewerbegebieten ausgeschlossen würde, die nicht dem Anbindegebot entsprechen. Grundsätzlich begrüßt die IHK Nürnberg für Mittelfranken die Lockerung des Anbindegebotes, die im Zuge der Teilfortschreibung des LEP 2017 begonnen wurde: Damit kann der bestehenden Knappheit an Gewerbegebieten in Ballungsräumen entgegengewirkt und in ländlichen Räumen für zusätzliche Entwicklungsimpulse gesorgt werden. Da aber auch ein vollständiger Ausschluss von Einzelhandel nicht im Interesse der Gewerbetreibenden und ihrer Beschäftigten in solchen Gewerbegebieten liegt, könnte der Ausschluss großflächigen Einzelhandels ausreichen, um das städtebauliche Ziel einer Stärkung der Innenstädte mit der gleichzeitigen Verfolgung regionaler Entwicklungsziele in Einklang zu bringen.

## **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 solchen 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.

## **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 des Handels 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 bieten sowohl für bewährte als auch für neue Geschäftsmodelle und Techniken bzw. Medien.

## **Bürokratieabbau und Informationspflichten**

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

## **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 Neuregelungen 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 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.

Bislang verurteilt die Rechtsprechung „selektiven Vertrieb“ in vielen Fällen, weil dadurch „der freie Wettbewerb zugunsten der Verbraucher“ beschränkt würde. In einer Abwägung der Interessen steht dieser Forderung der 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 eine Mehrheit der Ausschussmitglieder 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 strukturellen 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 Dienstleistungsbereiches Standort- und Entwicklungsperspektiven in den Innenstädten 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 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 <sup>1</sup>**

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

---

<sup>1</sup> Die hier zusammenfassend dargestellten Grundpositionen des Ausschusses für Handel und Dienstleistung der IHK Nürnberg für Mittelfranken zu Tourismus und Gastgewerbe gehen auf Abstimmungsgespräche auf Fachebene aller bayerischen IHKs zurück, deren Ergebnisse in Form eines gemeinsamen Entwurfs für ein umfassenderes Positionspapier im Ausschuss vorgestellt und diskutiert wurden.



Gewerbstandorten 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. Eher 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 Freibäder, Eishallen, Skiliften 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 potentiellm 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 Sonntageinkauf – 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 Fachkräften 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.

### **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 fließen die relevanten Ergebnisse aus dem Arbeitskreis Kultur- und Kreativwirtschaft in die Ausschussarbeit ein.

### **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. Zudem fließen die relevanten Ergebnisse aus dem Arbeitskreis Fachkräftesicherung in die Ausschussarbeit ein.

Nürnberg, 13. Juli 2015 (Erstfassung)

Nürnberg, 20. November 2017 (Erweiterte Fassung und Ergänzungen Tourismus)

Dr. Udo Raab | Alexander Fortunato  
Geschäftsführer des AHD