



Die IHKs
in Mecklenburg-Vorpommern

Industrie- und Handelskammer zu Rostock | PF 10 52 40 | 18010 Rostock

Ihre Zeichen/Nachricht vom

vorab per E-Mail

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und
Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern
Herrn Gerd Lange
Referatsleiter Tourismus
Johannes-Stelling-Str. 14
19053 Schwerin

Ihr Ansprechpartner
Peter Volkmann

E-Mail
volkmann@rostock.ihk.de

Tel.
0381 338 - 201

Fax
0381 338 - 209

23.07.2018

Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern – Branche mit Zukunft gestalten Stellungnahme zur Verbandsanhörung

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit Schreiben vom 12.06.2018, eingegangen per Email am 19. Juni 2018 wurden wir um Stellungnahme zum Entwurf der Landestourismuskonzeption Mecklenburg-Vorpommern gebeten. Dieser Bitte kommen wir gerne nach.

Die dwif Consulting GmbH wurde durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern mit der Evaluation und Weiterentwicklung der Tourismuskonzeption für das Land Mecklenburg-Vorpommern beauftragt. Nach der Evaluation der vorhergehenden Konzeption hatten Gastgeber, Akteure, Institutionen und Unternehmen der Tourismuswirtschaft auf Regionalkonferenzen sowie mehreren Themenkonferenzen die Möglichkeit, an der neuen Konzeption mitzuwirken und die künftigen Schwerpunkte zu definieren. Die IHKs hatten sich seinerzeit schon intensiv in den Beteiligungsprozess eingebracht. Wir bedauern allerdings, dass die Anhörung zum Entwurf im Verhältnis zum Erarbeitungszeitraum sehr kurzfristig ist und nunmehr zeitlich weitestgehend in die Ferien- bzw. Saisonzeit fällt, so dass eine intensive Befassung in den IHK-Gremien leider nur bedingt möglich war. Im Rahmen des Beteiligungsprozesses wäre es sinnvoll gewesen, potenzielle und benannte Umsetzungspartner frühzeitig bei der Erarbeitung der Endfassung einzubeziehen und ihnen damit die Gelegenheit zu geben, zu einem ersten Entwurf Stellung zu nehmen.

Aufgrund des verwendeten Zahlenmaterials aus dem Basisjahr 2014 erachten wir es als dringend notwendig, dass eine Aktualisierung der Kennziffern erfolgt. In dem dafür notwendigen Zeitrahmen ist der vorliegende Entwurf mit den Umsetzungspartnern erneut zu diskutieren, um zu konkreteren Aussagen mit nachvollziehbarem Zeithorizont zu gelangen. Auf dieser Basis kann eine umfassende Akzeptanz der Landestourismuskonzeption bei allen Beteiligten am Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern erzielt werden.

Geschäftsführende IHK für die Jahre 2017 und 2018

Postanschrift: Industrie- und Handelskammer zu Rostock | PF 10 52 40 | 18010 Rostock | Hausanschrift: Ernst-Barlach-Straße 1-3 | 18055 Rostock
Tel.: 0381 338-0 | Fax: 0381 338-617 | E-Mail: info@rostock.ihk.de | Internet: www.rostock.ihk24.de

Grundsätzliche Anmerkungen

Wir teilen die Einschätzung, dass der Tourismus in MV seine Reifephase erreicht hat und maßgebliche Wettbewerber wie Schleswig-Holstein oder Polen deutlich aufgeholt bzw. überholt haben. Insofern braucht der Tourismus in MV neue Impulse mit Blick auf die künftige Wettbewerbsfähigkeit bzw. Marktpositionierung. Wir begrüßen daher, dass die Tourismuswirtschaft in MV als Querschnittsbranche definiert wird und durch die DIW Econ GmbH mit Bruttowertschöpfung und Beschäftigung die volkswirtschaftliche Bedeutung deutlich herausgearbeitet wurde. Darüber hinaus ist die Akzeptanz von regionalen Unterschieden in der Tourismusentwicklung zwischen Küstenregion und Binnenland sowie der Schaffung von touristischen Entwicklungszentren und –kernen zielführend. Die IHKs teilen den Ansatz, dass die Landestourismuskonzeption kein statisches Ergebnis ist und daher auch bei den Maßnahmen keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. Gleichwohl lässt der Entwurf bei einzelnen beschriebenen Maßnahmen häufig eine hinreichende Konkretisierung und eine Vision für den Tourismus in MV vermissen. Darüber hinaus ist zwischen der Strategie und den Zukunftsfeldern kein roter Faden erkennbar.

Um dem MV-Tourismus neuen Schwung zu verleihen, adressiert die Landestourismuskonzeption folgerichtig an Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Leistungsträger. Kooperationen und eine bessere Kommunikation können in der Tat Schlüsselfaktoren sein. Eine stärkere Verzahnung und Koordinierung einzelner Ressorts der Landesregierung sowie von Landesmarketing und Wirtschaftsförderung mit dem Tourismus begrüßen wir daher ausdrücklich. Daher halten wir auch die Leitfrage: „Wie kann der MV-Tourismus durch qualitatives Wachstum seine Wirkung als Wirtschaftsfaktor und Treiber der regionalen Entwicklung weiter ausbauen?“ auch mit Blick auf eine stärkere regionale Differenzierung für angemessen und zielführend.

Die Einsetzung eines Umsetzungsmanagements beim Wirtschaftsministerium ist unseres Erachtens folgerichtig, um einzelnen Maßnahmen mehr „Umsetzungsverbindlichkeit“ geben zu können. Da das qualitative Wachstum als zentrales Element der Konzeption benannt ist, empfehlen wir auch die Qualitätsinitiative als Aufgabenbereich des Umsetzungsmanagements aufzunehmen. Wir gehen allerdings davon aus, dass die personellen und finanziellen Ressourcen des Umsetzungsmanagements naturgemäß begrenzt sein werden. Angesichts der Vielzahl der Aufgaben, die die Konzeption dem Umsetzungsmanagement zuschreibt, sehen wir – sofern keine Prioritäten gesetzt werden – die Gefahr einer Überforderung sowie keine konsequente Realisierbarkeit.

Kapitel III. Strategie als Grundlage für alle Partner

Es entspricht dem Selbstverständnis und gesetzlichem Auftrag der IHKs, Partner der Wirtschaft, also auch der Tourismuswirtschaft zu sein und Politik und Verwaltung entsprechend zu begleiten bzw. zu beraten. Angesichts der hohen volkswirtschaftlichen Bedeutung des MV-Tourismus haben die IHKs diesen Wirtschaftszweig ohnehin im Fokus, allerdings haben die IHKs nicht nur den Tourismus zu vertreten, sondern – gesetzlich normiert – das Gesamtinteresse der Wirtschaft wahrzunehmen und dabei die Belange einzelner Branchen bzw. Betriebe abwägend und ausgleichend zu berücksichtigen.

Im Bereich der Raumplanung (S. 22) fordert die Landestourismuskonzeption u.a. die IHKs auf, sich stärker als bisher einzubringen. Die IHKs sind hier bereits stark engagiert: auf Landesebene (Landesplanungsbeirat), auf regionaler Ebene (Regionale Planungsverbände) sowie auf kommunaler Ebene (Träger öffentlicher Belange in der Bauleitplanung).

Gerade in Bezug auf die Strategie der Internationalisierung ist nicht nachvollziehbar, wieso Themenfelder wie Camping, Städte- und Kulturtourismus, Eventtourismus oder Gesundheitstourismus inhaltlich entweder nur rudimentär oder keine Erwähnung finden.

Zielsystem für den Tourismus (S. 29 f.)

In Abb.6 ist unter Zielfeld 2 „Erhöhung des Beitrags des Tourismus zur Stabilisierung der öffentlichen Haushalte“ formuliert. Eine entsprechende Kennzahl ist jedoch nicht definiert. Wir gehen davon aus, dass hier zuerst das allgemeine Steueraufkommen (s. S. 6, 374 Mio. Euro) gemeint ist. Zusätzliche Steuern, Abgaben oder Gebühren zu Lasten der gewerblichen Anbieter und eine damit verbundene Änderung des Kommunalabgabengesetzes KAG M-V zur Einführung einer Tourismusabgabe über den derzeitigen Rechtsrahmen hinaus lehnen die IHKs ab. Ferner muss grundsätzlich die Frage gestellt werden, ob angesichts der regelmäßigen Berichte zum positiven Steueraufkommen des Bundes und des Landes tatsächlich zu wenige Haushaltsmittel zur Verfügung stehen oder ob es vielmehr eine Verteilungsproblematik im Land gibt. Insbesondere die Leistungsfähigkeit der Kommunen muss zunächst strukturell betrachtet und verbessert werden (vgl. Leitbildprozess „Kommune der Zukunft“). Denn bei positiven Steuereinnahmen sind weitere Abgaben zu Lasten der privaten Wirtschaft nach unserem Dafürhalten nicht schlüssig begründbar. Auch damit einhergehende weitere bürokratische Belastungen der Unternehmen sind nicht akzeptabel.

Kapitel IV. Integrativer Umsetzungsansatz als Schlüssel des gemeinsamen Erfolgs

Bei den benannten Zukunftsfeldern und übergeordneten strategischen Themen (S. 31) sehen die IHKs aufgrund bisheriger und aktueller Befassung ihren eigenen Handlungs- und Mitwirkungsansatz insbesondere bei den Themen

- Touristischer Arbeitsmarkt,
- Organisation und Finanzierung
- Infrastruktur und Mobilität
- Digitalisierung
- Internationalisierung
- Nachhaltigkeit

Beim Thema Unternehmensnachfolge (Nachhaltige Betriebsführung, S. 38) verfügen die IHKs über gute Instrumente und partnerschaftliche Strukturen, in die heute schon auf Landesebene mit finanzieller Beteiligung der IHKs „eingezahlt“ wird.

Kapitel V. Umsetzungsmanagement als Impulsgeber und Koordinator

Die Entscheidung ein Umsetzungsmanagement zur Durchführung der empfohlenen Maßnahmen einzurichten, begrüßen wir. Es werden jedoch keinerlei konkrete Aussagen zur personellen Ausgestaltung, zum notwendigen Budget oder ähnliches getätigt. Die Finanzierung soll durch Fördermittel und Eigenbeiträgen von Partnern erbracht werden. Über solch eine Kostenbeteiligung wurde unserer Kenntnis nach bisher mit keinem der potenziellen Partner gesprochen. Wir gehen davon aus, dass Eigenbeiträge von den Partnern ggf. bei einzelnen, ihnen zugeordneten Umsetzungsaktivitäten einfließen, nicht aber gemeint ist, dass Umsetzungsmanagement direkt zu finanzieren. Dieses sollte vielmehr, da es im Wirtschaftsministerium angesiedelt werden soll, nicht nur aus Fördermitteln, sondern auch aus Landesmitteln hinreichend ausgestattet werden.

Weiterhin ergeben sich unsererseits Fragen zur Besetzung des Steuerungsgremiums auf Leitungsebene und der beratenden Innovatorengruppe. Die ausgewählten Branchenvertreter der Steuerungsgruppe sollten die Vielfalt der vom Tourismus berührten Gewerbegebiete

abbilden. Die IHKs bieten an und erwarten, im Steuerungsgremium Sitz und Stimme zu bekommen.

Für die Besetzung der Innovatorengruppe regen wir an, diese zeitlich zu befristen und bestehende Mitglieder nach Ablauf dieser Zeit zumindest teilweise gegen neue auszutauschen, um immer wieder neue kreative Ideen einfließen zu lassen. Im Schaubild Struktur des Umsetzungsmanagements (S. 35) bitten wir in der Wechselwirkung Umsetzungsmanagement – Umsetzungspartner das Wort „steuern“ durch „abstimmen“ bzw. „informieren“ zu ersetzen („steuern“ würde ggf. eine Weisungsbefugnis implizieren, die jedoch nicht gegeben ist).

1. Strategiefeld Nachhaltigkeit als Grundmaxime für den Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern

Wir möchten darauf hinweisen, dass uns das unter „2. Nachhaltige Betriebsführung“ gewählte Wort „Hygienefaktor“ deplatziert erscheint. Ein Austausch gegen beispielsweise „Wettbewerbsfaktor“ o.ä. halten wir für angemessen.

2. Strategiefeld Digitalisierung erfordert Mut zum Umdenken

Die Digitalisierung, und die damit verbundenen Risiken und Chancen stellen große Teile der Wirtschaft in MV vor Herausforderungen. Hierzu gehört die personelle und technische Ausgestaltung betrieblicher Prozesse, die Definition von Schnittstellen zu Dritten wie auch die technische Infrastruktur (zeitnaher Breitbandausbau in der Fläche).

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Rostock sollte als Partner in die Umsetzung einbezogen werden. Es bietet Hilfestellung bei der Entwicklung innovativer Lösungen für die Digitalisierung und Vernetzung von KMU, besonders in den Bereichen Tourismus, Gesundheitswirtschaft und Medizintechnik in der Region Mecklenburg-Vorpommern.

Die Landestourismuskonzeption sieht Chancen der Digitalisierung u.a. im Bereich Gästeservice, Marketing und Zusammenarbeit der Tourismuspartner (S. 40). Einer entsprechenden Datennutzung dürfte jedoch die neue Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) entgegenstehen. Die DSGVO hat bei vielen Betrieben, vor allem kleinen und mittelgroßen, zu einer erheblichen Verunsicherung geführt. Die IHKs waren und sind mit zahlreichen Anfragen konfrontiert und informieren zu den rechtlichen Anforderungen, ebenso bieten sie aktuell Sprechtag für individuelle Nachfragen an. An dieser Stelle regen wir an, auch den Landesdatenschutzbeauftragten mit Blick auf die Landestourismuskonzeption explizit „in die Pflicht“ zu nehmen, um für Tourismuswirtschaft bzw. –organisationen als „Ratgeber“ und nicht als Vollzugsorgan zu fungieren.

VI. Zukunftsfelder als Stellschrauben für die Praxis

1. Touristischer Arbeitsmarkt

Der touristische Arbeitsmarkt ist auch hinsichtlich des mit der Konzeption angestrebten qualitativen Wachstums aus Sicht der IHKs eine entscheidende Stellschraube. Mit Blick auf die unterschiedlichen personellen Anforderungen der Tourismuswirtschaft regen wir an, durchgängig nicht nur von „Fachkräften“ sondern ergänzend auch „Arbeitskräften“ zu sprechen.

Schlüsselmaßnahme 1.1: Nachhaltige Arbeitsmarktstrategien für den MV-Tourismus

Das Hauptziel einer nachhaltigen Arbeitsmarktstrategie sollte die ganzjährige Beschäftigung der gewonnenen Fach- und Arbeitskräfte sein.

Die Entwicklung der touristischen Nebensaison mit dem Ziel des Saisonausgleichs und der wachsenden Nachfrage in der Nebensaison ist ein wichtiger Schlüssel des Zukunftsfeldes Arbeitsmarkt. Auf Grund des hohen Fachkräftebedarfs können sich Unternehmen kaum noch erlauben, in der touristischen Nebensaison ihre Betriebe zu schließen und die Mitarbeiter frei zu setzen. Da vor Saisonbeginn nur schwer neues Personal zu finden ist, erfolgt eine ganzjährige Beschäftigung der Mitarbeiter. Dies ist in der touristischen Nebensaison, die in MV weitestgehend von einer geringeren Gästenachfrage geprägt ist, mitunter nur schwer betriebswirtschaftlich darstellbar. Folglich bedarf es intensiver Maßnahmen zur Nebensaisonentwicklung, als wichtigen Beitrag zur Betriebssicherung und einer betriebswirtschaftlich tragfähigen Ganzjahresbeschäftigung.

Neben der Maßgabe das Fachkräftepotenzial optimal auszuschöpfen, sollte auch der Einsatz von Arbeitskräften aus Drittstaaten nicht außer Acht gelassen werden. Die Vorrangprüfung für die Beschäftigung Geflüchteter sowie Personen mit einem Arbeitsvisum ist in fast allen Bundesländern außer Mecklenburg-Vorpommern und Teilen von Bayern und Nordrhein-Westfalen ausgesetzt. Im Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte stellt dies für die betroffenen Unternehmen einen erheblichen Nachteil dar. Die Vorrangprüfung sollte daher schnellstmöglich auch in Mecklenburg-Vorpommern ausgesetzt werden.

Grundsätzlich bedarf es einer Erleichterung bei der Zuwanderung qualifizierter Fachkräfte durch eine schnelle Verabschiedung eines Zuwanderungsgesetzes. Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) hat außerdem die Ausweitung der Positivliste zur Zuwanderung in Engpassberufen um die gastgewerblichen Berufe gefordert. Die pauschalen Kriterien zur Einstufung als Engpassberuf erachten wir als nicht zielführend und zeitgemäß.

Die Landesregierung sollte sich auf Bundesebene für die zügige Erarbeitung eines Zuwanderungsgesetzes einsetzen, dass auch den spezifischen Bedarfen der Tourismuswirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern Rechnung trägt. Die IHK steht hierbei als Partner zur Verfügung.

In der Konzeption gänzlich unberücksichtigt sind Initiativen und Strukturen zur Fachkräftegewinnung, die durch das Land unterstützt wurden und auch bereits etabliert sind. Hier sei exemplarisch die „Agentur mv4you“ oder „Durchstarten in MV“ benannt. Diese sollten auch weiterhin genutzt, ggf. für spezielle Aspekte der Tourismuswirtschaft weiterentwickelt sowie intensiver aufeinander abgestimmt und miteinander vernetzt werden. Auch das trägt zu einer ganzheitlichen Entwicklungsstrategie bei.

Schlüsselmaßnahme 1.2: Innovative digitale Lösungen für den touristischen Arbeitsmarkt

Die Voraussetzung für die Initiierung digitaler Lösungen ist ein entsprechendes Vorhalten einer flächendeckenden Versorgungsinfrastruktur. Der Breitbandausbau geht in den verschiedenen Regionen und Gemeinden unterschiedlich schnell voran. Die Einhaltung des gesetzten Zeithorizonts ist daher fraglich. Die Verantwortlichkeiten auf Betriebe, DEHOGA, IHKs und HWKs zu übertragen, erweckt den Anschein, die Landesregierung entziehe sich der Problemstellung.

Die erwähnte „finanzielle Unterstützung bei der Einführung digitaler Technologien“ durch das Land wird im Konzept nicht weiter erläutert oder mit konkreten Inhalten unterlegt. Sofern hier weitere Förderprogramme, in Ergänzung der EU-seitigen Innovationsförderung, angedacht sind, gilt es diese zu konkretisieren.

Die IHKs sehen bei dieser Schlüsselmaßnahme ihren Beitrag vorrangig in der Information und Beratung der Betriebe.

Schlüsselmaßnahme 1.3: Lebenswerte Arbeits- und Wohnorte für touristische Fachkräfte

Neben den bereits beschriebenen Erfordernissen, flexible und den Arbeitszeiten entsprechende Betreuungsmöglichkeiten zu etablieren, gilt es auch ausreichende sowie kostenfreie Kinderbetreuungseinrichtungen, wie KiTa, Hort etc., zu schaffen.

Mit Blick auf den touristischen Arbeitsmarkt ist die Bereitstellung zeitgemäßer digitaler Infrastruktur (Breitband) ebenso wichtig bei der Wahl des Arbeitsplatzes. Die Bereitstellung und Schaffung bezahlbaren Wohnraums in vom Tourismus geprägten Regionen sollte ermöglicht werden. Um aber in Kauf genommene Arbeitswege etwas positiver zu gestalten, bedarf es eines Ausbaus des öffentlichen Personennahverkehrs und die Anbindung der Tourismusorte, auch zu den Nebenzeiten.

Schlüsselmaßnahme 1.4: Gesetzlich Rahmenbedingungen für die Branche verbessern

Die Schlüsselmaßnahme ist mit Blick auf bestehende gesetzliche Regelungen wenig konkret. Herausforderung und Hürden auf dem touristischen Arbeitsmarkt könnten durch Anpassung der gesetzlichen Rahmenbedingungen verringert werden – dies setzt insbesondere Initiativen des Landes auf Bundesebene voraus. Dabei gilt es bürokratische Hemmnisse, insbesondere für die mittelständische Wirtschaft, weiter abzubauen. Konkrete Stichworte hier sind: Arbeitszeitgesetz, Zuwanderungsgesetz, Entfall der Vorrangprüfung sowie Erweiterung der Positivliste (Mangelberufe).

Gerade in der Gastronomie und im Eventbereich werden Arbeitszeiten durch die Bedarfe des Kunden bestimmt. Doch die Antragstellung zu Ausnahmen zur Verlängerung der täglichen Arbeitszeit in Saisonbetrieben wurde in der Vergangenheit mehrfach durch das LAGuS M-V abgelehnt, mit der Begründung der fehlenden Schließzeiten in den antragstellenden Betrieben. Doch gerade in gastgewerblichen Betrieben wird die „Ganzjahresbeschäftigung“ der Mitarbeiter forciert, nicht zuletzt vor der Notwendigkeit, das Personal in den Unternehmen zu halten. Hier bedarf es der Definition eines zeitgemäßen „Saisonbegriffs“ durch die Landesregierung MV, um klare Rahmenbedingungen zu definieren, wie eine entsprechende Ausnahme der verlängerten täglichen Arbeitszeit (bspw. bei Hochzeiten) mit dem Arbeitsschutz vereinbar ist. Dies muss im Sinne der Ganzjahresbeschäftigung im Gastgewerbe unabhängig von Schließzeiten erfolgen. Durch eine klare Regelung erhalten die Betriebe eine notwendige Planungssicherheit. Mecklenburg-Vorpommern sollte sich dabei an Rheinland-Pfalz orientieren. Dort wurde bereits eine entsprechende Regelung vereinbart.

Auch die, im internationalen Vergleich, hohen Arbeitskosten stellen einen Wettbewerbsnachteil dar. Auszubildende sollten beispielsweise von der Versteuerung und der Sozialversicherungspflicht freier Unterkunft als Sachbezugswert befreit werden. Dies würde auch die Attraktivität des touristischen Arbeitsmarktes und der entsprechenden Ausbildungsberufe steigern.

Ebenso problematisch sehen wir den Sommerferien-Korridor, der durch die Kultusminister geplant und festgelegt wird. In diesem Jahr beträgt dieser nur 80 Tage. Den optimalen Zeitraum von 90 Tagen fordern IHKs, der Deutsche Tourismusverband e.V. sowie die Landestourismusorganisationen schon seit geraumer Zeit. Wirtschaftliche Einbußen, ein erhöhter, aber nur kurzfristiger Personalbedarf sowie der Verlust von Qualität sind nur

wenige der Folgen aus dieser konzentrierten Regelung. Die Entzerrung dieses Korridors sorgt für eine bessere Saisonverteilung mit längerer Auslastung in den touristischen Betrieben.

2. Organisation und Finanzierung des Tourismus

Aussagen, wie viel „Geld im System“ im Drei-Ebenen-Modell bereits ist und wie effizient der Mitteleinsatz auch im Zuge von Kooperationen erfolgt, trifft die Landestourismuskonzeption leider nicht. Der Ansatz, zusätzliche Mittel zu generieren, kann daher von den IHKs nicht geteilt werden. Nicht die Einführung zusätzlicher Gebühren und Abgaben ist nötig, sondern eine Neugestaltung der bisherigen Abgabenstruktur in Kombination mit konstruktiven Synergien in der Region um eine effektive Mittelverwendung zu erreichen sowie nachweisbar zu gestalten. Soweit Aufgaben neu gedacht werden, gilt es, keine Parallel- bzw. Doppelstrukturen aufzubauen.

Schlüsselmaßnahme 2.1: Aufgabenverteilung neu denken, Marketing- und Managementorganisationen entwickeln

Wir begrüßen den Ansatz einer ganzheitlichen regionalen Entwicklung, die eine Vernetzung von Tourismus-, Lebens- und Wirtschaftsstandort vorsieht und sich auf die Themenfelder Marketing und Regionalentwicklung bezieht.

Bei der Zusammenführung mehrerer Organisationen oder dem Anschluss an übergeordnete Ebenen anhand der Bewertungskriterien der Markt- und Managementstärke regionaler Tourismusorganisationen in Mecklenburg-Vorpommern sollten positive Effekte wie Ressourcenbündelung, Optimierungen der Prozesse und Strukturen herausgestellt werden. Die amtliche Statistik für die Bewertung der Leistungs- bzw. Wettbewerbsfähigkeit der regionalen Tourismusorganisation heranzuziehen, halten wir für kritisch. Gerade in ländlichen Regionen ist die amtliche Statistik auf Grund des Datenschutzes sowie der Angebotsstruktur (viele kleine und private Anbieter) häufig nicht aussagefähig. Aber auch in Regionen mit wenigen Anbietern auf Ortsebene kann der Tourismus eine hohe Bedeutung für die regionalwirtschaftliche Struktur haben.

Schlüsselmaßnahme 2.2: Ausbau der Finanzierungsmöglichkeiten durch Öffnung des Kurortgesetzes und Anpassung des Kommunalabgabengesetzes

Nach Beschlusslagen in den Vollversammlungen der IHKs wird die Einführung weiterer bzw. zusätzlicher Abgaben zu Lasten der gewerblichen Anbieter abgelehnt. Das umfasst auch die hier aufgeführte Änderung des Kommunalabgabengesetzes KAG M-V zur Einführung einer Tourismusabgabe. An dieser Stelle sei grundsätzlich die Frage erlaubt, ob angesichts der regelmäßigen Berichte zum positiven Steueraufkommen des Landes tatsächlich zu wenige Haushaltsmittel zur Verfügung stehen oder ob es vielmehr eine Verteilungsproblematik im Land gibt. Denn bei positiven Steuereinnahmen sind weitere Abgaben zu Lasten der privaten Wirtschaft nach unserem Dafürhalten nicht schlüssig begründbar. Auch damit einhergehende weitere zusätzliche bürokratische Belastungen der Unternehmen sind nicht akzeptabel.

Die Aussage, dass in Zukunft kaum ein Ort an einer stärkeren Beteiligung der Privatwirtschaft vorbeikomme (S. 54) ist pauschal und nicht näher belegt. Auch dass nicht prädikatisierte Orte auf kommunaler Ebene einen Wettbewerbsnachteil hätten (S. 55), scheint eher Meinung des Autors der Konzeption denn faktenbasiert zu sein. Auch kann es nicht darum gehen, zu einer flächendeckenden Finanzierung der freiwilligen Aufgabe Tourismus zu kommen (S. 56), hier wäre im Extremfall das gesamte Land Abgabengebiet. Diese Formulierungen können die IHKs sich daher nicht zu eigen machen.

Die Einführung neuer Kriterien für niederschwelligere Prädikatisierungen lehnen wir ebenfalls ab. Die nach § 4 Abs. 1 Kurortgesetz benannten Voraussetzungen als Erholungsort anerkannt zu werden, stellen u.E. bereits heute keine allzu große Hürde dar. Die Einführung von anerkannten Tourismusorten oder anerkannten Tourismusgebieten ist daher nicht notwendig. Zumal es dabei sehr fraglich ist, ob jeder anerkannte Tourismusort die erforderliche touristische Infrastruktur auch vorhalten kann und damit die Erhebung einer Fremdenverkehrsabgabe überhaupt gerechtfertigt ist. Derzeit haben 65 Hauptorte die Möglichkeit Abgaben zu erheben. Gänzlich fehlend ist hierbei jedoch eine Übersicht, welche dies auch tun. Eine Anerkennung weiterer Orte ist ebenfalls nicht sinnvoll, wenn bereits heute Finanzierungsmöglichkeiten nicht ausgeschöpft werden.

Sofern aus Sicht des Gesetzgebers die Ausweisung niederschwelliger Prädikate, wie „Anerkannter Tourismusort“ oder „Anerkanntes Tourismusgebiet“, unausweichlich erscheint, möchten wir bereits heute darauf hinweisen, dass es keine Einschränkung der Qualitätskriterien der bisherigen staatlich anerkannten Kur- und Erholungsorte zur Folge haben darf. Die Herausforderung liegt in der Definition von fairen Bewertungskriterien nach Standorten, Branchen und Tourismusaufkommen. Ferner dürfen die Kriterien auch nicht derart ausgestaltet werden, dass hier de facto die Möglichkeit zur flächendeckenden Einführung einer Tourismusabgabe eröffnet wird. Der Schwerpunkt muss auf den Fragen der Qualität vor Ort sowie den Anreizen für effiziente regionale Kooperationen liegen (Beispiel: qualitativer Ausbau des ÖPNV-Angebots in einer Tourismusregion, gemeinsame touristische Beschilderung etc.).

Die Konzeption gibt keine Hinweise darauf, wie bei der Erhebung der Tourismusabgabe ermittelt werden soll, welche Unternehmen in welchem Umfang vom Tourismus partizipieren. Der benannte zweckgebundene Mitteleinsatz soll tourismusrelevant, transparent, erhebungsgerecht und bezahlbar sein. Keine Aussage wird dazu getroffen, wer die Tourismusrelevanz im Einzelfall definiert und über den Mitteleinsatz entscheidet. Zum einen muss sichergestellt sein, dass im Ergebnis mehr Geld im System der Tourismusfinanzierung ist und nicht die Kommunen über die Erweiterung der Abgabe Haushaltslöcher stopfen. Darüber hinaus ist sicherzustellen, dass die örtlichen Wirtschaftsunternehmen bei der Entscheidung über die Verwendung der Mittel angemessen beteiligt werden (Beirat usw.).

Die über eine Tourismusabgabe hinausgehende Einführung eines Tourismusgesetzes, wie in Schlüsselmaßnahme 2.4 als perspektivische Option beschrieben, orientiert am Beispiel einzelner Bundesländer Österreichs, lehnen wir mit Nachdruck ab. Organisation, Struktur und „Erhebungsbürokratie“ nach österreichischem Vorbild kann u.E. nicht beispielgebend sein.

Schlüsselmaßnahme 2.3: Förder- und Zuwendungspolitik des Landes an Praxisbedarfe anpassen

Für einen Ausbau des Budgets (institutionelles Marketing ohne Projektmittel) der Landestourismusorganisation müssen die Aufgaben definiert und neue Aktivitäten dargelegt werden.

Schlüsselmaßnahme 2.4: Mittelausstattung und –verteilung über alle Ebenen hinweg sichern und stärken

Eine pauschale Mittelaufstockung auf alle Ebenen des MV-Tourismus halten wir für bedenklich. Budgeterhöhungen müssen mit neuen bzw. zusätzlichen Aufgaben unterlegt und eine klare Transparenz und Mitbestimmung bei der Mittelverwendung garantiert werden. Zudem müssen diese Mittel zusätzlich sein, d.h. lediglich eine Verlagerung der „Quelle“

lehnen die IHKs ab. Die IHKs fordern zudem, die Erhebung sog. „Bettensteuern“ gänzlich auszuschließen.

Wir empfehlen in diesem Punkt die Schlüsselmaßnahme zum Ausbau der Kooperationen auf Landesebene zu forcieren und dies zwischen Tourismusverband, Landesmarketing und ggf. Invest in MV umzusetzen. Ein einheitliches Corporate Identity und Corporate Design mit gemeinsamer Strategie zwischen Tourismus- und Standortmarketing auf Landesebene sollte im Sinne einer ganzheitlichen Vermarktung angestrebt werden. Dieses Feld bietet Potenzial zur Bündelung von finanziellen und personellen Ressourcen.

3. Tourismusbewusstsein und Akzeptanz

Schlüsselmaßnahme 3.2: Politik und Wirtschaft: Konsequente Lobbyarbeit für den Tourismus

Eine Konzentration der Verantwortlichkeiten beim TMV sowie eine Stärkung der Rolle des TMV als Schnittstelle zur Landespolitik sind nicht allein zielführend. Hier gilt es, in Zusammenarbeit aller Wirtschaftspartner entscheidende Synergien zu schaffen und die Kommunikation auszubauen. Die IHKs hingegen, verstehen sich, schon allein auf Grund des gesetzlichen Auftrages als politisch unabhängige Vertretung der Wirtschaft, und berät bzw. begleitet Politik und Verwaltung auch in Fragen der Standort- und Regionalentwicklung sowie zur Tourismuswirtschaft.

Schlüsselmaßnahme 3.3.: Mehr Gastfreundschaft und mehr Kooperation für mehr Wertschöpfung

Bereits heute fungieren die IHKs als Schnittstelle im Marketing zwischen unterschiedlichen Branchen, fördern Kooperation und freiwillige Beteiligungsmodelle mit ganzheitlichen Vermarktungsstrategie aus Tourismus- und Standortmarketing. Wir begrüßen es, wenn solche Aktivitäten vom Land und den Tourismusorganisationen unterstützt werden.

4. Infrastruktur und Mobilität

Schlüsselmaßnahme 4.1: Förderung einer nachhaltigen und vernetzten Tourismusmobilität

„Neben den „länderübergreifenden Kooperationen der direkt an Mecklenburg-Vorpommern grenzenden Verkehrsverbände Richtung Berlin/Brandenburg und der Metropolregion Hamburg“ (5. Spiegelstrich Seite 71) sind aus unserer Sicht auch Verbesserungen der Vernetzung bzw. der Zusammenarbeit der Nahverkehrsunternehmen in MV anzustreben und zu befördern. Gerade zur Anbindung von Tourismusorten, in denen kaum bezahlbarer Wohnraum verfügbar ist, ist für touristische Fach- und Arbeitskräften zur Erleichterung des Arbeitsweges ein Verbund im öffentlichen Personennahverkehr eine unerlässliche Maßnahme.

Da der PKW gegenwärtig noch immer das Hauptverkehrsmittel bei der Anreise ist, ist es nicht ausreichend, eine gute „Anbindung über die Straße“ einzufordern, sondern die erforderliche Straßeninfrastruktur in der notwendigen Qualität vorzuhalten.

Schlüsselmaßnahme 4.2: Neue Lösungen für die Unterhaltung der touristischen Weginfrastruktur

Die IHKs begrüßen, dass der Bedarf von Koordinierungsstellen zur touristischen Infrastrukturentwicklung erkannt und in den Entwurf der Landestourismuskonzeption aufgenommen wurde. Gerade bei der Entwicklung und Bestandssicherung von Wegen über Landkreis-Grenzen hinweg oder in Naturschutzbereichen braucht es diese moderierende

Schnittstelle. Hier muss es wieder hauptamtliche „Wegemanager“ geben, die die Entwicklung und Bestandssicherung von Radwegen, Wanderwegen oder wassertouristischen Anlagen in den Regionen koordinieren und steuern.

Schlüsselmaßnahme 4.3: Rahmenbedingungen für den Wassertourismus erhalten

Die IHKs in Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und in Berlin haben das „Bündnis für Wasserstraßen“ initiiert. Der Erhalt und die durchgängige Schiffbarkeit der touristischen Nebenwasserstraßen sind wichtig für die Regionalentwicklung im Binnenland Mecklenburg-Vorpommerns. Daher widmen sich die IHKs auch weiterhin diesem standortpolitischen Themenfeld und begrüßen, dass Wassertourismus als separater Punkt unter dem Zukunftsfeld Infrastruktur aufgeführt ist. Die IHKs wurden hier als Partner und Verantwortlicher nicht aufgeführt. Gerade mit Blick auf die geleistete Lobbyarbeit auf Bundesebene und die treibende Rolle im „Bündnis für Wasserstraßen“ ist hier eine Anpassung der Konzeption zwingend.

Weiterhin möchten wir anmerken, dass der Bootstourismus nicht ausschließlich auf „motorisiert“ eingeschränkt werden sollte, da auch touristische Wasserwege in Naturschutzgebieten etc. betroffen sind.

Schlüsselmaßnahme 4.4: Digitale Infrastruktur für bessere Datenautobahnen in MV

Die Schaffung digitaler Infrastruktur ist eine wesentliche Schlüsselaufgabe für die Zukunft. Die Initiative der Landesregierung MV zur Stärkung der Digitalisierung in der Wirtschaft hat hier deutliche Maßnahmen formuliert, die ebenfalls in die Konzeption einfließen sollten.

Neben dem Ausbau der Breitbandinfrastruktur sollte auch die Verbesserung der Flächendeckung im Mobilfunknetz an dieser Stelle Erwähnung finden. Mecklenburg-Vorpommern hat sowohl an Destinationen als auch entlang der verschiedenen Verkehrswege eine Vielzahl sogenannter „weißer Flecken“ vorzuweisen. Hier gilt es gegenüber anderen Regionen aufzuholen, um für Gäste weiterhin attraktiv zu bleiben. Der in den kommenden Jahren bevorstehende Ausbau des neuen 5G-Standards bietet eine Chance, diesen Prozess aktiv zu gestalten und zu beschleunigen. Denkbar wäre in diesem Zusammenhang beispielsweise die Bewerbung als eine Modellregion mittels entsprechender Konzepte.

Um in touristische Räumen eine wirtschaftliche Vielfalt aufzeigen zu können, müssen diese für kreative und innovative Startups attraktiv gestaltet werden. Hierzu gehört auch das Vorhalten entsprechender digitaler Infrastruktur.

5. Innovation und Qualität

Schlüsselmaßnahme 5.1: Innovationsinitiative für den MV-Tourismus

Die Innovationsinitiative für den MV-Tourismus wurde nicht mit konkreten Maßnahmen untersetzt. Hier muss in der Konzeption nachgearbeitet werden. Denkbar ist eine Zusammenarbeit mit Kreative MV, die Einbindung des Feldes Tourismus beim Ideenwettbewerb Kultur- und Kreativwirtschaft oder eine gezielte Betrachtung der Felder Event- und Erlebnistourismus.

Schlüsselmaßnahme 5.2: Qualitätsmanagement für mehr Servicequalität im MV-Tourismus

Das Zukunftsfeld Innovation und Qualität hat für die Tourismusedwicklung des Landes eine zentrale Bedeutung. Hier werden die Weichen im Wettbewerb gestellt. Daher begrüßen und unterstützen die IHKs in MV schon jetzt die Qualitätsinitiative des Landes. Wie bereits im Abschnitt Wassertourismus wurde auch hier versäumt, die IHKs als Partner mit aufzunehmen.

Die Qualitätsinitiative ist unseres Erachtens ein zentrales Element der neuen Landesstrategie im Tourismus. Dennoch findet sich die Umsetzungssteuerung der Qualitätsinitiative nicht im Umsetzungsmanagement wieder. Wir empfehlen, dass auch die Qualitätsinitiative zum Aufgabenspektrum des Umsetzungsmanagements hinzugefügt wird.

Das Qualitätsmanagementsystem "ServiceQualität Deutschland" wird in Mecklenburg-Vorpommern als Rechteinhaber durch den DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern e.V. betreut. In anderen Bundesländern übernimmt diese Aufgabe größtenteils die Landestourismusorganisation. Der DEHOGA Mecklenburg-Vorpommern e.V. taucht allerdings nur als Partner und nicht als Verantwortlicher in diesem Prozess auf. Dies gilt es zu hinterfragen und ggf. zu ändern.

Fraglich ist, welche Aufgaben die benannten Q-Coaches übernehmen und wie viel Zeit sie für die einzelnen Betriebe aufwenden können. Die große Anzahl kleinerer Unternehmen kann sich hierbei nachteilig auf die Akzeptanz der Unternehmen auswirken.

Schlüsselmaßnahme 5.4: Anreize für Qualitätsverbesserungen

Wie bereits unter 5.2 begrüßen und unterstützen die IHKs in MV die Qualitätsinitiativen. Auch hier gilt es die IHKs als Partner mit einzubeziehen.

Abschließend möchten wir noch einmal besonders darauf hinweisen, dass wir es für äußerst wichtig erachten, dass die Entwicklung des Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern neue Fahrt aufnimmt. Angesichts der Wettbewerbssituation zu z.B. Schleswig-Holstein, Polen und anderen internationalen Destinationen hat dies höchste Priorität und fordert schnelles und konsequentes agieren aller Beteiligten.

Mit freundlichen Grüßen



Jens Rademacher

Hauptgeschäftsführer der geschäftsführenden IHK zu Rostock