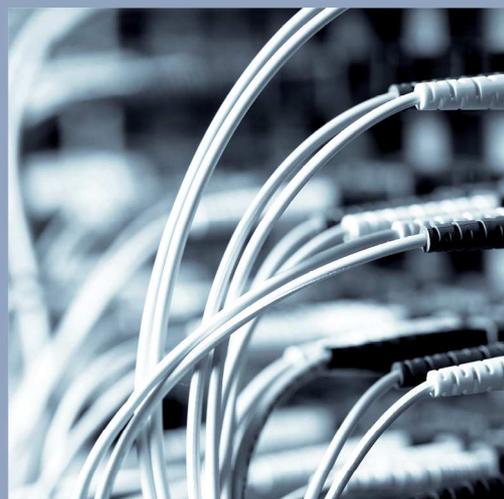
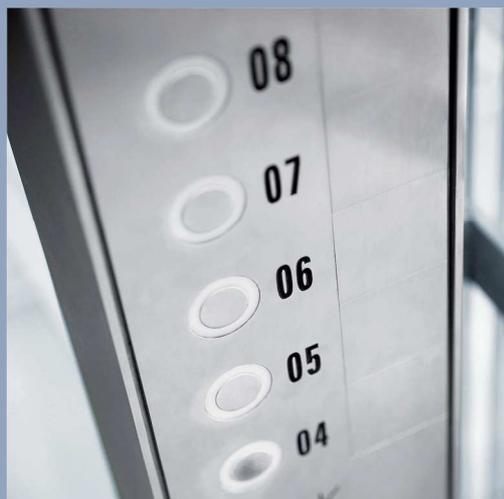


vbw

Die bayerische Wirtschaft



Position

Rahmenbedingungen für eine starke Tourismuswirtschaft in Bayern

Stand: Mai 2018
www.vbw-bayern.de

Vorwort

Eine starke Tourismuswirtschaft stärkt den Standort Bayern

Die Tourismuswirtschaft in Bayern zeichnet sich durch einen starken Beitrag zur Wirtschaftskraft ebenso aus wie durch ein besonders breites Angebot an touristischen Möglichkeiten. Die Ankerbranche im Tourismus ist das Hotel- und Gaststättengewerbe mit seinen vielfältigen Dienstleistungen. Aber auch andere Branchen, wie z. B. das Beförderungsgewerbe, der Einzelhandel oder Freizeit- und Kultureinrichtungen, profitieren in starkem Maße vom Tourismus.

Die bayerischen Unternehmen der Tourismuswirtschaft stehen im ständigen Wettbewerb mit Konkurrenten aus dem In- und Ausland. Ihr Bestreben ist es, durch Verbesserung ihrer Dienstleistungsqualität und kundenorientierte Weiterentwicklung ihres Angebots die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Die vbw Studie *Tourismus und Industrie – gemeinsame Erfolgsfaktoren* (2017) hat am Beispiel des Beherbergungsgewerbes aufgezeigt, welche Erfolgsfaktoren der Industrie übertragbar und zur Verbesserung der Wettbewerbsposition anwendbar sind.

Für alle Betriebe gilt: Sie sind auf gute Rahmenbedingungen angewiesen, um erfolgreich wirtschaften zu können. Mit dem nachfolgenden Positionspapier stellen wir die wesentlichen Forderungen zur Verbesserung der Rahmenbedingungen dar, die für die Tourismuswirtschaft im Allgemeinen und das Beherbergungsgewerbe im Speziellen relevant sind.

Bertram Brossardt
23. Mai 2018

Inhalt

| | |
|---|-----------|
| Position auf einen Blick | 1 |
| 1 Was Beherbergungsbetriebe erfolgreich macht..... | 3 |
| 2 Fachkräftegewinnung intensivieren | 5 |
| 3 Standortqualität bedarfsgerecht weiterentwickeln..... | 7 |
| 3.1 Mobilität zukunftsgerecht gestalten | 7 |
| 3.2 Regionale Infrastruktur bedarfsgerecht weiterentwickeln | 7 |
| 4 Finanzierungsbedingungen verbessern, Steuerrecht vereinfachen | 9 |
| 4.1 Nachhaltige Versorgung der Unternehmen mit Kapital gewährleisten | 9 |
| 4.2 Mittelstandsgerechte Finanzmarktregulierung | 10 |
| 4.3 Steuerrechtliche Rahmenbedingungen verbessern..... | 10 |
| 5 Bürokratieabbau und Deregulierung voranbringen..... | 11 |
| 5.1 Bürokratie reduzieren..... | 11 |
| 5.2 Arbeitszeit flexibel gestalten..... | 12 |
| 6 Digitalisierung im Tourismus voranbringen | 15 |
| 6.1 Digitale Netze bedarfsgerecht ausbauen | 15 |
| 6.2 Digitalisierungstechnologien weiterentwickeln und nutzen | 15 |
| 7 Internationale Märkte für den bayerischen Tourismus erschließen..... | 17 |
| 7.1 Außenwirtschaftsförderung stärker für die Tourismuswirtschaft öffnen..... | 17 |
| 7.2 Industrie verstärkt als Partner für die Tourismuswirtschaft gewinnen | 18 |
| 8 Gesundheitstourismus in Bayern stärken | 19 |
| 8.1 Bayerische Gesundheitswirtschaft international besser vernetzen | 19 |
| 8.2 Chancen der Regionen in Bayern besser nutzen | 20 |
| 8.3 Angebote für demografiegerechten Gesundheitstourismus und Prävention ausbauen | 20 |

Ansprechpartner / Impressum 21

Hinweis

Zitate aus dieser Publikation sind unter Angabe der Quelle zulässig.

Position auf einen Blick

Gute Rahmenbedingungen für die bayerische Tourismuswirtschaft

Die Tourismuswirtschaft in Bayern ist gut aufgestellt, muss sich jedoch angesichts zunehmenden Wettbewerbs und neuer Technologien weiterentwickeln. Folgende zentrale Aufgaben müssen dafür angegangen werden:

- Die Tourismuswirtschaft benötigt gute Standortqualitäten. Moderne und leistungsfähige Mobilitätsangebote für die Beförderung der Gäste ist unverzichtbar.
- Für die kleinen und mittelständischen Unternehmen der Tourismuswirtschaft muss die Kapitalversorgung verbessert und das Steuerrecht vereinfacht werden.
- Bürokratische Lasten müssen abgebaut werden, damit der zeitliche und finanzielle Aufwand reduziert und die Flexibilität der Unternehmen erhöht wird.
- Die Möglichkeiten zur Anpassung der Arbeitszeiten an die Bedürfnisse der Unternehmen müssen durch eine wochenbezogene Betrachtung bei den Höchstarbeitszeitgrenzen verbessert werden.
- Hochleistungsfähige mobile und kabelgebundene Breitbandnetze müssen flächendeckend zur Verfügung gestellt werden. Ab 2020 muss die Infrastruktur für den 5G-Mobilfunkstandard zügig ausgebaut werden.
- Die Digitalisierung der Unternehmen der Tourismuswirtschaft und der Tourismusdestinationen muss durch geeignete Maßnahmen weiter vorangebracht werden.
- Der Tourismus in Bayern muss sich im internationalen Wettbewerbsumfeld stärker und wahrnehmbarer positionieren.
- Der Gesundheitstourismus in Bayern muss gestärkt werden.

1 Was Beherbergungsbetriebe erfolgreich macht

Ansatzpunkte für eine Steigerung des Betriebserfolgs

Die vbw Studie *Tourismus und Industrie – gemeinsame Erfolgsfaktoren* (2017) zeigt: Betriebe des Beherbergungsgewerbes können sich erfolgreiche Strategien der Industrie zunutze machen und die Kennzahlen ihres Unternehmens verbessern, also höhere Umsatzrenditen sowie bessere Auslastungszahlen und höhere Zimmerpreise erzielen. Zwar können die Erfolgsfaktoren der Industrie nicht eins zu eins übernommen werden, sie lassen sich jedoch unter Berücksichtigung der Branchengegebenheiten übertragen. Folgende 15 Erfolgsfaktoren wurden untersucht:

- Neuausrichtung der Wertschöpfungsketten
Beherbergungsbetriebe konzentrieren sich auf ertragreiche Produkte und Dienstleistungen. Ertragsschwache Leistungen werden hingegen an externe Dienstleister ausgelagert. Als Nebeneffekt wird die Kostenflexibilität erhöht.
- Auslagerung von Dienstleistungen
Die Betriebe fokussieren sich auf ihre Kernkompetenzen und stärken so ihre Wettbewerbsfähigkeit. Spezialisierte Zulieferer erbringen gastferne und strategisch unbedeutende Leistungen.
- Internationalisierung
Unternehmen des Beherbergungsgewerbes orientieren sich zunehmend an ausländischen Gästen. Eine gezielte und aktive Akquise und die muttersprachliche Betreuung vor Ort erhöhen die Erfolgswahrscheinlichkeit.
- Investitionstätigkeit und Investitionszyklen
Investitionen in Modernisierung, Sanierung und Neubau erhöhen die Attraktivität des Unternehmens für ihre Gäste. Eine durchdachte und kontinuierliche Investitionsstrategie erhöht gleichzeitig die Rentabilität.
- Finanzierungs- und Eigentümerstrukturen
Eine ausreichende Versorgung mit Kapital ist für die vielen kleinen und mittleren Beherbergungsbetriebe von zentraler Bedeutung. Im Vordergrund steht eine angemessene Eigenkapitalquote, die durch Einbehaltung von Gewinnen oder innovative Formen der Eigenkapitalgewinnung gesteigert werden kann.
- Innovationen
Gezielte Innovationen erhöhen die Attraktivität für die Kunden und verschafft Alleinstellungsmerkmale gegenüber den Konkurrenten. Durch innovative Prozesse können darüber hinaus Kosten gesenkt und die Qualität gesteigert werden.
- Digitalisierung
Die Digitalisierung beeinflusst die Geschäftsmodelle, Arbeitsprozesse und Kommunikationsstrukturen. Sie ermöglicht eine gezieltere Kundenansprache und bietet gleichzeitig viel Potenzial zur Steigerung von Rentabilität und Qualität.

- **Spezialisierung**
Die Konzentration auf einzelne Zielgruppen ermöglicht es den Unternehmen, ihre Gäste anspruchsgerechter zu betreuen. Dabei ist auf eine Zielgruppendefinition zu achten, die eine ausreichend breite Gästebasis bietet. Häufig ergeben sich erste Anhaltspunkte für die Zielgruppenorientierung aus der räumlichen Ansiedlung des Betriebs.
- **Individualisierung**
Die Berücksichtigung individueller Kundenwünsche erhöht die Attraktivität des Betriebs. Dabei müssen die individuell angebotenen Leistungen unter Rentabilitäts Gesichtspunkten in die betrieblichen Prozesse eingebunden werden können.
- **Standardisierung**
Durch die Vereinheitlichung von Prozessen können Abläufe effizienter und qualitativ hochwertiger durchgeführt werden. Standardisierte Prozesse erlauben darüber hinaus eine schnellere und verlässlichere Schulung neuer Mitarbeiter.
- **Qualitätssicherung**
Eine hohe Qualität ist ein wichtiger Erfolgsfaktor für Beherbergungsbetriebe. Dabei gilt es, durch ein systematisches Qualitätsmanagement die Fehlerzahl gering zu halten und gleichzeitig auftretende Fehler effizient und im Sinne des Gastes zu beheben.
- **Markenpflege**
Eine zielgerichtete Markenstrategie hat das Ziel, dem Gast die Wertigkeit und die Alleinstellungsmerkmale des eigenen Betriebs zu kommunizieren. Dabei gilt es, geeignete Kommunikationsplattformen zu identifizieren und adäquat einzusetzen.
- **Personaleinsatz und Fachkräftegewinnung**
Gutes und ausreichend verfügbares Personal ist für die Dienstleistungsbranche Beherbergung von zentraler Bedeutung. Eine gute Ausbildung und flexible Arbeitszeitmodelle können die Attraktivität des eigenen Unternehmens verbessern.
- **Regionale Netzwerke**
Es ist wichtig, dass sich Beherbergungsbetriebe als tragende Säule der Tourismuswirtschaft in regionale politische, gesellschaftliche, wirtschaftliche und speziell touristische Netzwerke einbinden. Im Zentrum stehen dabei je nachdem der Erfahrungs- und Informationsaustausch, das Ausloten neuer Kooperationsmöglichkeiten oder die überbetriebliche Interessensvertretung und gemeinsame Marketingmaßnahmen.
- **Standortqualität und Rahmenbedingungen**
Kaum ein Geschäftszweig ist von der regionalen Infrastruktur stärker abhängig, als das Beherbergungsgewerbe. Um die Standortbedingungen mitzugestalten, ist eine Beteiligung in fachspezifischen regionalen und überregionalen Netzwerken genauso sinnvoll, wie das Engagement in politischen Gremien.

2 Fachkräftegewinnung intensivieren

Gut ausgebildete Fachkräfte sind für die Tourismuswirtschaft von zentraler Bedeutung.

Die zunehmenden Fachkräfteengpässe stellen eine erhebliche Gefahr für die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft dar. Nur mit einer ausreichenden Anzahl an Fachkräften bleiben wir einer der weltweit führenden Technologie- und Innovationsstandorte und können unseren Wohlstand auch in Zukunft sichern. Dies setzt auch voraus, dass die bayerischen Unternehmen genügend Bewerber zur Besetzung von Ausbildungsstellen haben.

Wichtig ist eine ganzheitliche Herangehensweise, die sowohl alle inländischen Potenziale, aber auch die qualifizierte Erwerbsmigration aus dem Ausland in den Blick nimmt. Konkret müssen die folgenden Schritte ergriffen werden:

- Fachkräftesicherung muss dauerhaft hohe Priorität für die Politik haben, unabhängig von konjunkturellen Bewegungen am Arbeitsmarkt.
- Die erfolgreichen Reformen der Agenda 2010 dürfen nicht zurückgedreht werden. Weitere Regulierungen des Arbeitsmarkts müssen unterbleiben.
- Für eine höhere Erwerbsbeteiligung von Frauen benötigen wir den weiteren qualitativen und quantitativen Ausbau von Kindererziehungs- und Pflegeeinrichtungen.
- Arbeiten bis zum Renteneintritt muss sich materiell wie ideell lohnen. Fehlanreize, die ein möglichst frühzeitiges Aussteigen aus dem Berufsleben fördern, müssen beseitigt werden.
- Bildung muss in allen Phasen digitale Kompetenzen vermitteln. Auch die berufliche Aus- und Weiterbildung muss noch stärker auf die Anforderungen der Digitalisierung ausgerichtet werden.
- Teilqualifizierungen sind ein bewährtes Instrument für Gering- und Unqualifizierte und müssen noch weiter gestärkt werden sowie bundesweit mit einer gesicherten Finanzierung vermehrt zum Einsatz kommen.
- Eine verstärkte talent- und arbeitsmarktorientierte Berufs- und Studienorientierung ist eine wichtige Maßnahme im Zuge einer breiten Bildungsoffensive. Jeder muss den Platz finden, an dem er bestmöglich seine Fähigkeiten einbringen kann.
- Um zusätzliche Bewerbergruppen, wie beispielsweise Asylbewerber und Geflüchtete mit hoher Bleibeperspektive, für die berufliche Bildung zu gewinnen, ist die Politik gefordert, die Unterstützungsmöglichkeiten für diese spezifische Zielgruppe bedarfsgerecht zur Verfügung zu stellen.
- Ergänzend zur Mobilisierung inländischer Potenziale sind wir künftig noch stärker auf ausländische Fachkräfte angewiesen. Die gesteuerte Zuwanderung aus Drittstaaten muss mittelfristig auf 150.000 Personen pro Jahr erhöht werden.

3 Standortqualität bedarfsgerecht weiterentwickeln

Eine gute Infrastruktur verbessert die Wettbewerbschancen der Tourismuswirtschaft.

3.1 Mobilität zukunftsgerecht gestalten

Bedarfsgerechte und moderne Verkehrswege sind auch für die Tourismuswirtschaft entscheidende Standortfaktoren, damit die Touristen ihre Zieldestination schnell und stressfrei erreichen. Gleichzeitig müssen Mitarbeiter von Unternehmen im Tourismus ihre Arbeitsplätze schnell und sicher erreichen können.

Wir brauchen daher ein verbessertes intermodales Gesamtverkehrssystem, in dem sich die Verkehrsträger Straße, Schiene, Schifffahrt und Luftverkehr gegenseitig ergänzen. Ein solches System ist auch wichtiger Bestandteil eines intelligenten Mobilitätskonzeptes, das nicht zuletzt zur Senkung der Stickstoffoxidbelastung und damit zur Vermeidung von für Unternehmen und Private schädlichen Fahrverboten für Dieselfahrzeuge beiträgt.

Nur im Zusammenspiel marktgetriebener Entwicklungen mit zielführenden staatlichen Rahmenbedingungen, Anreizen und Infrastrukturen kann die Mobilität zukunftsgerecht weiterentwickelt werden. Dabei gelten insbesondere folgende Punkte:

- Eine angemessene Finanzierung der Verkehrsinfrastruktur ist sicherzustellen, um Erhalt, Neu- und Ausbau der Verkehrswege bedarfsgerecht zu ermöglichen.
- Die Verkehrsdrehscheiben (Flugplätze, Bahnhöfe, Häfen etc.) müssen auf die Anforderungen des intermodalen Verkehrs hin ausgebaut werden.
- Zwischen den öffentlichen Aufgabenträgern (ÖPNV, SPNV) und privaten Mobilitätsanbietern müssen systemübergreifende Verbundangebote geschaffen werden. Es sind auch großräumige Verkehrsverbünde zu bilden.

Darüber hinaus gilt es, kabelgebundene wie mobile Breitbandnetze flächendeckend auszubauen. Hoch leistungsfähige digitale Kommunikationssysteme müssen sicherstellen, dass die mit dem Mobilitätssystem der Zukunft und dem Kommunikationsbedarf der Reisenden verbundenen großen Datenströme verlässlich bewältigt werden.

3.2 Regionale Infrastruktur bedarfsgerecht weiterentwickeln

Bayern besitzt eine in weiten Teilen hervorragende Infrastruktur. Sie ist die Basis für die internationale Wettbewerbsfähigkeit und den wirtschaftlichen Erfolg bayerischer Unternehmen und ihre Mitarbeiter in allen Landesteilen. Diese Basis muss auch für die Zukunft gesichert werden. Zunehmende Inanspruchnahme, neue technische Möglichkeiten und demografische Entwicklungen verändern die Anforderungen an unsere Infrastruktur laufend. Damit ist die Infrastrukturentwicklung volkswirtschaftlich und wirtschaftspolitisch eine anspruchsvolle wie ergiebige Daueraufgabe.

Eine stabile und bezahlbare Energieversorgung gehört ebenso in den Fokus der Infrastrukturvorsorge wie moderne Kommunikationsnetze und attraktive E-Government-Angebote der öffentlichen Hand. Attraktive Standortinfrastrukturen bei Betreuung, Pflege und Gesundheit sind unabdingbar, um ein ausreichendes Fachkräfteangebot vorzuhalten.

4 Finanzierung und Steuerrecht weiterentwickeln

Finanzierung und Steuerrecht müssen mittelstandsfreundlich ausgestaltet werden.

Die mittelständischen Betriebe der Tourismuswirtschaft haben regelmäßig mehr Probleme bei der Sicherstellung der Kapitalversorgung als Großunternehmen. Darüber hinaus benötigen sie mittelstandsgerechte steuerliche Rahmenbedingungen.

4.1 Nachhaltige Versorgung der Unternehmen mit Kapital gewährleisten

Grundsätzlich sind die Finanzierungsbedingungen für deutsche Unternehmen und Betriebe – auch der Tourismuswirtschaft – derzeit gut. Der Bank Lending Survey der Deutschen Bundesbank vom Januar 2018, der eine Befragung der deutschen Kreditinstitute beinhaltet, stellt fest, dass die Kreditstandards gegenüber dem Vorquartal auf moderatem Niveau nahezu konstant geblieben sind. Die Kreditnachfrage legte nach Angaben der deutschen Banken im Unternehmensgeschäft zu. Es bleibt jedoch bei einer deutlichen Kreditspreizung: Finanzierungskosten und Kreditnebenbedingungen hängen in hohem Maße von der Bonität des Unternehmens ab.

Beherbergungsbetriebe zählen in der überwiegenden Zahl zu den kleinen und mittleren Unternehmen, die ein ausgewogenes Verhältnis von Eigen- und Fremdkapital benötigen. Ausgangspunkt ist eine gute Ausstattung mit Eigenkapital, die die Bonität verbessert und als Vorsorge dient. Daneben ist die ausreichende Versorgung mit Fremdkapital unverzichtbar. Wichtig dabei ist, dass die Kreditaufnahmebedingungen, wie Zins oder Sicherheiten, in einem adäquaten Verhältnis zum Untergangsrisiko des Unternehmens stehen.

Das IW hat sich im August 2017 mit der Frage beschäftigt, welche Wirkungen der Ausstieg aus der Niedrigzinsphase haben kann. Nach der Untersuchung würde dies v. a. für kleine und Kleinstunternehmen negative Auswirkungen haben und zu Finanzierungslücken führen. Hier ist Sorge zu tragen, dass die kleinen und mittleren Unternehmen nicht stärker als der Markt von steigenden Zinsen oder zusätzlichen Belastungen bei den Kreditnebenbedingungen betroffen sein werden.

Ein wichtiges Element bei der Kapitalversorgung sind Förderprogramme. Insbesondere die LfA Förderbank Bayern unterstützt kleine und mittlere Unternehmen bei der Realisierung unterschiedlicher Finanzierungsanlässe. Mit verschiedenen Programmangeboten, wie z. B. Wachstum, Innovation oder Energie und Umwelt, werden Unternehmen z. B. bei der Modernisierung, der Digitalisierung oder der Erweiterung betrieblicher Kapazitäten unterstützt.

Zu begrüßen ist, dass Ministerpräsident Dr. Markus Söder in seiner Regierungserklärung eine neue Tourismusoffensive angekündigt hat. Mit der Zielsetzung, kleine Hotels

und Pensionen zu fördern und Heimatwirtschaften zu modernisieren, wird ein wichtiger Beitrag zur Stärkung der Tourismusdestinationen, Kurorte und Heilbäder geleistet.

4.2 Mittelstandsgerechte Finanzmarktregulierung

Derzeit steht die Weiterentwicklung der Eigenkapitalvorschriften der EU zu Basel III auf der Agenda. Unter anderem geht es darum, in welchem Maß Banken Kredite an kleinere und mittlere Unternehmen mit Eigenkapital hinterlegen müssen. Hierbei ist es wichtig, dass wie bisher und wie von der EU-Kommission vorgeschlagen nicht das mit dem einzelnen Mittelstandskredit verbundene Risiko herangezogen wird, sondern das – deutlich niedrigere – Risiko aus einem Portfolio von Mittelstandskrediten. Jeder andere Weg würde die Finanzierung mittelständischer Unternehmen verteuern, ohne dass das durch ein entsprechendes Risiko gerechtfertigt wäre.

4.3 Steuerrechtliche Rahmenbedingungen verbessern

Die Tourismusbranche ist auch steuerrechtlich auf Rahmenbedingungen angewiesen, die ihren typischen mittelständischen, von Familienunternehmen geprägten Strukturen entgegenkommen. Für die Branche besonders wichtig sind folgende Vorhaben:

- Unternehmern wie Mitarbeitern muss mehr Brutto vom Netto bleiben, und zwar durch den Abbau des Solidaritätszuschlags, Korrekturen am Einkommensteuertarif und eine laufende Korrektur der Kalten Progression mittels eines Tarifs auf Rädern. Der Koalitionsvertrag bleibt insoweit auf halber Strecke stehen.
- In der Ertragsbesteuerung müssen Substanzelemente abgeschafft werden. Das gilt in erster Linie für die gewerbsteuerliche Hinzurechnung.
- Im Zuge der laufenden Auseinandersetzung mit der Mehrwertsteuer in der EU müssen die Regelungen zu den Mehrwertsteuersätzen auf mehr Wettbewerbsneutralität hin weiterentwickelt werden.
- Speziell auf das Beherbergungsgewerbe bezogen muss dem mit dem ermäßigten Mehrwertsteuersatz für Beherbergungsleistungen verbundenen übermäßigen Bürokratieaufwand entgegengewirkt werden, und zwar durch angemessene pauschale Abgrenzung der nicht unmittelbar der Übernachtung dienenden Leistungen.

5 Bürokratieabbau und Deregulierung voranbringen

Ein geringer bürokratischer Aufwand und flexible Arbeitszeiten für die Unternehmen fördern die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen.

Unternehmen der Tourismuswirtschaft benötigen gute rechtliche Rahmenbedingungen, die ihnen genügend Flexibilität zur Realisierung ihrer Geschäftsmodelle lassen und gleichzeitig den finanziellen und bürokratischen Aufwand in Grenzen halten.

5.1 Bürokratie reduzieren

Unnötige Bürokratie schwächt die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen der Tourismuswirtschaft und gefährdet zukünftiges Wachstum. Immer neue Gesetzesvorhaben mit zusätzlichen bürokratischen Belastungen werden im Bundestag auf den Weg gebracht. Das Ziel, Bürokratie abzubauen, wird somit verfehlt. Insbesondere die kleinen und mittleren Unternehmen leiden unter der Fülle an bürokratischen Lasten, wie z. B. Dokumentations- und Aufzeichnungspflichten, unflexiblen gesetzlichen Vorgaben oder benutzerunfreundlichen staatlichen Abläufen, die zudem erhebliche Bürokratiekosten verursachen. Gerade in der Gastronomie sind z. B. unflexible tägliche Höchstarbeitszeiten von acht – im Ausnahmefall zehn Stunden nicht zeitgemäß.

Die vbw tritt für einen nachhaltigen Bürokratieabbau ein. Die vbw Position *Strategie für weniger Bürokratie* (2017) nennt die relevanten Aufgaben. In der vbw Position *Vorschläge zum Bürokratieabbau* (2017) sind 53 konkrete Beispiele genannt. Neben dem Abbau bestehender Regulierungen steht die Eindämmung neuer Vorschriften im Vordergrund. Grundlegend gilt, dass jedes neue Rechtssetzungsvorhaben in Bezug auf Notwendigkeit, Alternativen, Regelungsumfang, Verständlichkeit, Praktikabilität, Geltungsdauer und Verhältnis von Kosten und Nutzen überprüft werden soll. Darüber hinaus sollen bei Verabschiedung eines Rechtssetzungsvorhabens mindestens zwei andere Vorschriften abgeschafft werden.

Folgende konkrete Forderungen stellt die vbw, um insbesondere den kleineren und mittleren Unternehmen der Tourismuswirtschaft das Arbeiten zu erleichtern:

- Aufzeichnungspflichten im Mindestlohngesetz hinsichtlich der Arbeitszeit erleichtern:
 - Streichen der Aufzeichnung von Beginn, Ende und Dauer der Arbeitszeit bei geringfügig Beschäftigten
 - Vorliegen der Dokumente erst einen Monat nach der Arbeitsleistung (statt am siebten Tag)
 - Ausnahme von der Dokumentationspflicht bei kaufmännischen Berufen, bei Tätigkeiten an mehreren Beschäftigungsorten und bei einem Stundenlohn von mehr als 11,55 Euro

Bürokratieabbau und Deregulierung voranbringen

- Aufbewahrungspflichten im Steuerrecht von zehn auf fünf Jahre verkürzen
 - Elektronische Verfügbarkeit von Steuerunterlagen und digitale Plausibilitätsprüfungen
 - zeitnahe Betriebsprüfungen
- Umsatzsteuervoranmeldung vereinfachen
 - Bezahlung statt Rechnungsstellung für Fälligkeit entscheidend
 - Keine Umsatzsteuervoranmeldung, wenn der Steuerpflichtige für das laufende Steuerjahr eine Umsatzsteuervorauszahlung in Höhe von 50 Prozent des Vorjahres leistet
- Kleinunternehmergrenze in der Umsatzsteuer anheben
 - bis zu einer monatlichen Zahllast von 2.500 Euro nur Jahressteuererklärung
 - für Existenzgründer vierteljährliche – statt monatlicher – Abgabe
 - Anpassung der Kleinunternehmergrenze auf einen Vorjahresumsatz von 25.000 Euro und einem voraussichtlichen Jahresumsatz von 75.000 Euro im laufenden Jahr
- Erleichterungen bei der Überprüfung der Umsatzsteuer-Identifikationsnummer von Unternehmenskunden aus der EU
 - Abschaffung der Prüfpflicht für Rechnungen unterhalb der Kleinbetragsgrenze
 - benutzerfreundliches Portal und Minimierung der einzugebenden Daten
 - Verzicht auf postalische Zustellung der Bestätigung, PDF sollte genügen
- Anerkennung von PDF-Dokumenten und E-Mails als Rechnung
 - rein elektronische Aufbewahrung von Belegen und Geschäftsunterlagen
- Klarstellung zu den neuen Grundsätzen zur ordnungsmäßigen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff (GoBD)
 - Formate, die archiviert werden müssen
 - Dokumente, die als maschinell auslesbar gelten
- E-Government ausbauen und only-once-Erhebung einführen
 - Vermeidung von Mehrfacherhebungen derselben Daten
 - konsequente Anwendung durchgehend papierfreier Online-Verfahren

Der Koalitionsvertrag enthält zu einigen dieser Aspekte die richtigen Ansätze; die Umsetzung muss jetzt zügig angepackt werden.

5.2 Arbeitszeit flexibel gestalten

Die Ablösung der täglichen Höchstleistungszeitgrenzen durch eine wochenbezogene Betrachtung ist angesichts der Probleme in der betrieblichen Realität dringend notwendig.

Die im Arbeitszeitgesetz vorgesehenen begrenzten Flexibilisierungsmöglichkeiten entfalten in der betrieblichen Realität in Bayern nur sehr geringe Wirkung, da sie an zu enge Bedingungen geknüpft sind, z. B. einen hohen Anteil Bereitschaftsdienst. Auch die in § 14 Arbeitszeitgesetz (ArbZG) vorgesehenen Ausnahmen für besondere Umstände (z. B. Notfälle) bieten keine effektiven Flexibilisierungsmöglichkeiten. Sie hängen von komplexen und im Gesetz nur abstrakt definierten Voraussetzungen ab (Unabhängigkeit vom Willen der Beteiligten, Zumutbarkeit anderer Vorkehrungen, Gefahr eines unverhältnismäßigen Schadens). Der Arbeitgeber muss eigenverantwortlich prüfen, ob diese erfüllt sind. Irrt er sich hierbei, begeht er eine fahrlässige Ordnungswidrigkeit und riskiert eine Geldbuße von bis zu 15.000 Euro.

Die in § 3 ArbZG geregelte tägliche Höchstarbeitszeit von acht bzw. zehn Stunden wird den Anforderungen nicht gerecht. Die europäische Arbeitszeitrichtlinie 2003/88/EG macht insoweit keine Vorgaben, sie verlangt lediglich eine elfstündige Ruhezeit innerhalb eines 24-Stunden-Zeitraums. Daher ist im ArbZG auf die Regelung einer täglichen Höchstarbeitszeit zu verzichten. Arbeitszeiten über zehn Stunden pro Tag hinaus wären nach den europarechtlichen Vorgaben ohne weiteres möglich, solange die durchschnittliche Wochenarbeitszeit von 48 Stunden gewahrt bleibt.

Ein Verzicht auf die tägliche Höchstgrenze von zehn Stunden führt nicht zu einer Erhöhung des Arbeitszeitvolumens, sondern nur zu mehr Flexibilität bei der wöchentlichen Verteilung. Eine vertraglich vereinbarte 40-Stunden-Woche bleibt eine 40-Stunden-Woche, der durchschnittliche Acht-Stunden-Tag bleibt hier erhalten.

Die Behauptung, dass bei Ablösung der täglichen Höchstarbeitszeit durch eine wöchentliche Höchstarbeitszeit die jeweilige Gefährdungssituation nicht mehr berücksichtigt werde, ist falsch. Die jeweilige Gefährdungssituation wird weiterhin im Wege der nach dem Arbeitsschutzgesetz durchzuführenden Gefährdungsbeurteilung unter Einbeziehung der Arbeitszeitgestaltung berücksichtigt. Aus arbeitsschutzrechtlicher Sicht ändert sich durch Einführung einer wöchentlichen Arbeitszeit nichts.

Bei etwaigem Handlungsbedarf können die Sozialpartner dann im Rahmen ihrer Autonomie gestaltend eingreifen. Verbleibt immer noch Regelungsbedarf, können für bestimmte Arbeiten oder Arbeitnehmergruppen Schutzbestimmungen durch Bundesverordnung festgelegt werden, falls entsprechende Gefahren drohen. Es drohen also keine „Schutzlücken“.

Der Koalitionsvertrag sieht eine Ausweitung grundsätzlich nur durch Tarifvertrag vor.

Bloße Öffnungsklauseln für die Tarif- und Betriebsparteien bei fortbestehender täglicher Höchstarbeitszeit können aber – auch mit Öffnungsklauseln für nicht-tarifgebundene Unternehmen – den Bedürfnissen der betrieblichen Praxis nicht in gleichem Umfang Rechnung tragen. Oft sind tarifvertragliche Lösungen nicht möglich. Wegen der gewerkschaftsseitig proklamierten „Errungenschaft des Acht-Stunden-Tags“ ist kaum zu erwarten, dass solche Vereinbarungen zu vernünftigen Bedingungen getroffen wer-

den können. Außerdem verfügen nur sehr wenige der Kleinbetriebe mit hohem Flexibilisierungsbedarf über Betriebsräte, mit denen die notwendigen Regelungen auf Betriebsebene vereinbart werden könnten. Es drohen also „Flexibilitätslücken“. Bei diesem Weg handelt es sich daher um eine Scheinlösung.

Auch die weiteren Flexibilisierungsmöglichkeiten, die die europäische Arbeitszeitrichtlinie grundsätzlich ermöglicht, z. B. die Ausgestaltung der Ruhezeit durch die Sozialpartner, müssen im deutschen Recht voll umgesetzt werden. Dafür muss insbesondere § 7 ArbZG im Sinne der Richtlinie ausgeweitet werden.

Solange die tägliche Höchstarbeitszeitgrenze nicht ganz aufgegeben wird, sind die Unternehmen im Tourismusgewerbe auf Ausnahmegewilligungen angewiesen. Den Rechtsrahmen hierfür bietet § 15 Abs. 1 Nr. 2 ArbZG. Diese Vorschrift richtet sich an Saison- und Kampagnenbetriebe. Viele Betriebe im Tourismusgewerbe, gerade im ländlichen Raum, fallen unter diese Kategorie. Sie haben zwar ganzjährig geöffnet, zu bestimmten Jahreszeiten kommen aber aus nachvollziehbaren Gründen wesentlich mehr Gäste als zu den übrigen Zeiten, z. B. im Sommer bei entsprechenden Außenflächen oder zur Weihnachtszeit.

In anderen deutschen Ländern werden solche Ausnahmegewilligungen für Gastronomiebetriebe bereits sehr praxisorientiert gehandhabt und an die Begründung und Formalien keine überspannten Anforderungen gestellt. Solange die tägliche Höchstarbeitszeitgrenze nicht ganz aufgegeben wird, muss für solche Ausnahmegewilligungen auch in Bayern eine angemessene Verwaltungspraxis umgesetzt werden.

6 Digitalisierung im Tourismus voranbringen

Die Digitalisierung ist ein Schlüsselfaktor für die Tourismuswirtschaft.

6.1 Digitale Netze bedarfsgerecht ausbauen

Um die Potenziale der Digitalisierung für alle Unternehmen nutzen zu können, sind hochleistungsfähige Breitbandverbindungen – kabelgebunden wie mobil – erforderlich.

Der Ausbau der digitalen Infrastruktur in Bayern kommt, ausgehend von einem niedrigen Niveau, im bundesweiten Vergleich gut voran. Mitte 2017 waren für knapp 84,9 Prozent der ca. 6,2 Millionen bayerischen Haushalte Leitungsanschlüsse mit mindestens 30 Megabit pro Sekunde (Mbit/s) verfügbar. 73 Prozent konnten Bandbreiten von 50 Mbit/s oder mehr nutzen. Besonders im ländlichen Raum hat sich die Versorgung des Freistaats besser entwickelt als im bundesweiten Vergleich. Hier konnten 67,3 Prozent der Haushalte auf Verbindungen mit mindestens 30 Mbit/s zurückgreifen. Das sind 10,6 Prozentpunkte mehr als vor einem Jahr.

Dies reicht auf mittlere Sicht gesehen aber nicht aus, um die künftigen Bedürfnisse der Unternehmen abzudecken. Dies gilt insbesondere für den Mobilfunkbereich, der für den Tourismus eine zentrale Bedeutung hat. Eine flächendeckende Versorgung mit mobilem Breitband schafft die Basis für eine Vielzahl von Anwendungen und Dienstleistungen, wie z. B. mobile 3D-Kartendarstellung, Routenführung und Informationen zu POIs (Points of Interest).

Bis 2020 müssen überall in Bayern mindestens 100 Mbit/s kabelgebunden zur Verfügung stehen. Dieses Ziel bleibt trotz der Erfolge der Förderprogramme Bayerns und des Bundes eine Herausforderung. Die mittelfristige Netz-Ausbaupolitik muss stärker auf die Umrüstung auf Glasfaser umgestellt werden, auch als Basis für den notwendigen Ausbau der Mobilfunkangebote mit Lückenschlüssen und Qualitätsverbesserung im Mobilfunknetz (z. B. durch ein Mastenprogramm), speziell entlang der Verkehrsstrecken, und für den Ausbau des 5G-Netzes ab Anfang der 20er-Jahre.

6.2 Digitalisierungstechnologien weiterentwickeln und nutzen

Der Zukunftsrat der Bayerischen Wirtschaft hat in seiner aktuellen Studie *Neue Wertschöpfung durch Digitalisierung* (2017) die aktuellen Entwicklungen und Herausforderungen herausgearbeitet. Durch die Digitalisierung ergeben sich erhebliche Chancen für die bayerische Tourismuswirtschaft, sie stellt die Branche aber angesichts neuer Kundenbedürfnisse und hoher Investitionserfordernisse vor enorme Herausforderungen.

Die Innovationen der Informations- und Kommunikationstechnologien werden zunehmend zum Treiber für den Geschäftserfolg. Der Gast erwartet, dass er alle modernen

digitalen Technologien nutzen kann, um sich über das touristische Angebot rasch und umfassend zu informieren und dies ohne größeren Aufwand nutzen zu können.

Derzeit entstehen durch innovative Kommunikationskanäle und Big Data zahlreiche neue Geschäftsfelder in der Tourismuswirtschaft. Unternehmen, die dies nutzen, können sich einen Wettbewerbsvorteil erarbeiten. Gleichzeitig bietet die Digitalisierung die Chance, die Kosten zu reduzieren und neue Effizienzpotenziale zu nutzen.

Der Umsetzungsgrad der Digitalisierung ist derzeit sehr heterogen. Der Digital Index des Instituts der Deutschen Wirtschaft zeigt, dass gerade das Beherbergungsgewerbe zu den am stärksten digitalisierten Branchen gehört, während z. B. die Gastronomie noch größeren Nachholbedarf hat. Während etliche Großunternehmen bereits stark digitalisiert sind, weisen viele kleinere Unternehmen – nicht zuletzt aufgrund des hohen Investitionsbedarfs und häufig gering ausgeprägten digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter – noch Nachholbedarf auf.

Wichtig ist, alle Unternehmen auf dem Weg in die Digitalisierung mitzunehmen und zu unterstützen. Der Freistaat Bayern hat ein umfangreiches Paket zur Unterstützung von KMU geschnürt: Mit dem Digitalbonus werden die Unternehmen bei Vorhaben zur Digitalisierung und Cyber-Sicherheit finanziell unterstützt. Darüber hinaus bietet die LfA Förderbank Bayern mit dem zinsverbilligten Digitalkredit zusätzliche Unterstützung. Das Bayerische Wirtschaftsministerium nimmt sich der Anliegen der Tourismuswirtschaft an und bietet z. B. mit dem Leitfaden „Digitalisierung im Tourismus“ hilfreiche Informationen an.

Um die Digitalisierung bei allen Unternehmen der Tourismuswirtschaft zum Erfolg zu führen, sind folgende Maßnahmen erforderlich:

- Notwendig sind zusätzliche Hilfen für KMU, die die digitale Kompetenz ihrer Mitarbeiter verbessern wollen.
- Neben der Weiterentwicklung der vielfältigen finanziellen Fördermöglichkeiten ist es wichtig, Unternehmen zusätzliche Hilfen und Services zum Gang in die digitale Welt bereitzustellen.
- Leistungsfähige mobile und kabelgebundene Breitbandnetze müssen flächendeckend geschaffen werden.
- Eine gute digitale Verknüpfung touristischer Informationen (POI, Wander- und Radwege etc.) mit einer qualitativ hochwertigen Kartendarstellung kann die touristische Standortqualität verbessern.
- Die neuen digitalen Möglichkeiten zur Marken- und Kundenpflege müssen stärker eingesetzt und die internen Prozesse durch digitalisierte Prozesse effizienter gestaltet werden.
- Zusätzlich ist bei der Nutzung der digitalen Technologien stets auf ein ausreichendes Maß an Cyber-Sicherheit zu achten.
- Erforderlich sind mehr best practice Beispiele erfolgreich digitalisierter Unternehmen.

7 Internationalisierung vorantreiben

Die Gewinnung internationaler Gästegruppen stellt eine wichtige Aufgabe dar.

Im Zuge der fortschreitenden Globalisierung werden touristische Angebote immer stärker international ausgerichtet. Somit müssen sich auch bayerische Unternehmen der Tourismuswirtschaft zukünftig stärker am globalen Markt positionieren.

7.1 Außenwirtschaftsförderung stärker für die Tourismuswirtschaft öffnen

Aus Unternehmenssicht bedeutet die Internationalisierung vor allem die Erschließung neuer bzw. den Ausbau bestehender Kundenmärkte. Die bislang überwiegend binnenmarktorientierte Tourismuswirtschaft ist einem erhöhten Wettbewerbs- und Handlungsdruck mit einem intensivierten Preis- und Qualitätswettbewerb sowie zunehmender Konkurrenz um qualifizierte Mitarbeiter (z. B. im Alpenraum) ausgesetzt. Die internationale Kundengewinnung ist somit nicht mehr nur eine Option, sondern eine Notwendigkeit.

Um globale Märkte zu erschließen bzw. um die dort vorhandenen Positionen auszubauen, sind insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen der Tourismuswirtschaft auf Unterstützung angewiesen. Der Freistaat Bayern bietet daher seit Jahren eine Reihe von Maßnahmen an, die die folgenden Aufgaben beinhalten:

- Markterschließung
- Politische Flankierung
- Exportförderung

Zur Erreichung dieser Ziele greift der Freistaat auf folgendes Instrumentarium zurück:

- Ministerreisen und Delegationsreisen
- Netzwerk der Auslandsrepräsentanten
- Auslandsmessebeteiligungsprogramm
- Kooperations- und Markterschließungsprojekte
- Veranstaltungen
- Finanzierungshilfen der LfA Förderbank Bayern
- Bayern Fit for Partnership
- Außenwirtschaftszentrum
- Gewinnung von Fachkräften

Wenngleich sich die Maßnahmen in erster Linie an produzierende Unternehmen richten, können auch bayerische Tourismusbetriebe hiervon profitieren. Insbesondere Hotel- und Gaststättenbetriebe nutzen zunehmend die Möglichkeiten des Freistaats,

um sich international aufzustellen. Wichtig ist, dass auch kleineren Unternehmen der Zugang zu Messen und Informationsveranstaltungen erleichtert wird.

7.2 Industrie verstärkt als Partner für die Tourismuswirtschaft gewinnen

Industrieunternehmen fragen schon heute vielfach Dienstleistungen der Tourismuswirtschaft nach. Ob bei Catering, der Unterkunft von Geschäftsreisenden oder Incentives für Mitarbeiter – stets ist die Tourismuswirtschaft gefragt.

Für touristische Betriebe kommt es darauf an, die Zusammenarbeit mit Industrieunternehmen weiter auszubauen. Zu den Aspekten einer Zusammenarbeit können gehören:

- Nutzung der internationalen Kontakte und Plattformen von Industrieunternehmen durch den Tourismus, um überregionale Marketing-Effekte zu erzielen.
- Schaffung einer verstärkten Partnerschaft zwischen Industrie- und Tourismusunternehmen mit dem Ziel von Ausbau und qualitativer Verbesserung des touristischen Dienstleistungsportfolios.
- Stärkere Nutzung des Know-hows der Tourismuswirtschaft durch die Industrie, um ein breiteres Spektrum an Angeboten für Kunden und Mitarbeiter zur Verfügung zu stellen.

8 Gesundheitstourismus in Bayern stärken

Eine gute Gesundheitsinfrastruktur stützt den Gesundheitstourismus

Die hervorragende medizinisch-pflegerische Versorgung, der ausgezeichnete Ausbildungsstandard der Ärzte und Gesundheitsberufe sowie die exzellente gesundheitstechnische Ausstattung in Bayern werden von Patienten aus aller Welt geschätzt. Überregionale Bedeutung sowie eine langjährige Tradition hat auch das Kur- und Bäderwesen im Freistaat. 2016 war Bayern erneut das Gesundheitsreiseziel Nummer eins der deutschsprachigen Bevölkerung in der Bundesrepublik.

Die große Bedeutung der Gesundheitswirtschaft für Bayern lässt sich auch in Zahlen fassen:

- Mit jährlich über 23,5 Millionen Übernachtungen in gewerblichen Betrieben und einem Jahresumsatz von rund 4,5 Milliarden Euro sichern die bayerischen Heilbäder und Kurorte mehr als 100.000 Arbeitsplätze.
- Jede vierte Übernachtung in Bayern findet in den Heilbädern und Kurorten statt. Unter den Top-12-Destinationen in Bayern sind acht Heilbäder und Kurorte.
- Bayern war 2016 das Gesundheitsreiseziel Nummer eins der deutschsprachigen Bevölkerung in der Bundesrepublik.

Der Freistaat ist ein wichtiges Zielland für den Gesundheitstourismus:

- Bayern ist mit fast 28.000 stationären Aufenthalten ausländischer Patienten führend in der medizinisch-pflegerischen Versorgung ausländischer Gäste in Deutschland (2015). Schätzungsweise kommen ebenso viele Medizintouristen zur ambulanten Behandlung nach Bayern.
- Den größten Anteil an stationären ausländischen Patienten in Bayern bilden Gäste aus Österreich (5.300), gefolgt von denen aus den arabischen Golfstaaten (3.600) und Russland (2.300).

8.1 Bayerische Gesundheitswirtschaft international besser vernetzen

Bayern kann als Standort für Gesundheitsdienstleistungen im internationalen Wettbewerb besser positioniert werden als bislang. Ein Blick auf die Bedürfnisse ausländischer Kunden – sei es im Bereich Krankenhäuser als Patient, bei der Medizintechnik als Käufer oder bei internationalen Unternehmen als Auftraggeber – ist hier ebenso hilfreich wie eine zielgerichtete Marketinginitiative. Gesundheits- und Tourismuswirtschaft haben hier gleichermaßen große Erfolgsaussichten.

Die Qualifikation von ausländischen Fachkräften in Bayern trägt ebenfalls zur internationalen Vernetzung bei.

8.2 Chancen der Regionen in Bayern besser nutzen

Bayern ist ein Flächenland, das in den einzelnen Regionen spezifische Profile in der Gesundheitswirtschaft aufweist. Gerade ländliche Regionen profitieren davon, weil Unternehmen der Gesundheitswirtschaft hier nicht selten zu den größten Arbeitgebern gehören. Diese Stärken gilt es auszubauen.

Eine regionale Profilbildung ist vor allem für die Lokalpolitik eine lohnende Aufgabe. Die Initiative „Gesundheitsregionen“ der bayerischen Staatsregierung bietet bereits wertvolle Ansätze. Die prädikatisierten Kurorte haben dabei eine wichtige Funktion.

8.3 Angebote für demografiegerechten Gesundheitstourismus und Prävention ausbauen

Die Verlängerung der Lebensarbeitszeit und alternde Belegschaften setzen voraus, dass Mitarbeiter nicht nur länger arbeiten, sondern auch länger gesund bleiben. Diese doppelte Alterung unserer Gesellschaft bietet für den Gesundheitstourismus große Potenziale und Herausforderungen. Altersspezifische Angebote sind hier ebenso zu nennen wie der Bereich der Prävention, dessen Chancen bewusst genutzt werden müssen.

Eine wichtige Rolle kommt auch der Rehabilitation zu: Hier müssen die Dauer von Rehabilitationsmaßnahmen weiter optimiert, innovative Rehabilitationsmaßnahmen gefördert, ein bedarfsgerechtes Angebot vorgehalten und die Schnittstellen zwischen Akutversorgung und Reha-Einrichtungen verbessert werden.

Ansprechpartner / Impressum

Volker M. Schilling
Abteilung Wirtschaftspolitik

Telefon 089-551 78-268
Telefax 089-551 78-249
volker.schilling@vbw-bayern.de

Impressum

Alle Angaben dieser Publikation beziehen sich grundsätzlich sowohl auf die weibliche als auch auf die männliche Form. Zur besseren Lesbarkeit wurde meist auf die zusätzliche Bezeichnung in weiblicher Form verzichtet.

Herausgeber

vbw
Vereinigung der Bayerischen
Wirtschaft e. V.

Max-Joseph-Straße 5
80333 München

www.vbw-bayern.de