



TOP 6 e) Grundsatzpositionen Tourismus der IHK Würzburg-Schweinfurt

Beschluss:

Die Vollversammlung der IHK Würzburg-Schweinfurt hat in ihrer Sitzung am 6. Dezember 2018 die Grundsatzpositionen Tourismus der IHK Würzburg-Schweinfurt mit den entsprechenden Forderungen an die Politik in vollem Umfang unterstützt und in der vorliegenden Form beschlossen.

Würzburg, 6. Dezember 2018

IHK Würzburg-Schweinfurt

Otto Kirchner
Präsident

Prof. Dr. Ralf Jahn
Hauptgeschäftsführer

Begründung:

Die IHK Würzburg-Schweinfurt vertritt die Interessen von rund 75.000 Mitgliedsunternehmen in Mainfranken, darunter rund 3.700 Unternehmen aus dem Gastgewerbe (Branchenfelder Beherbergung und Gastronomie). Hinzu kommen Dienstleister und Einzelhändler, die ebenso in hohem Maße an der touristischen Wertschöpfung durch Besucher aus dem In- und Ausland partizipieren. Die Tourismuswirtschaft ist wichtiger Arbeitgeber und Ausbilder, sie trägt zur Attraktivität Mainfrankens bei und ist Botschafter der regionalen Kultur.

Derzeit befinden sich die touristischen Branchenfelder in einem Strukturwandel, ausgelöst durch Prozesse wie die Digitalisierung, den demografischen Wandel oder die Globalisierung. Sowohl auf der Nachfrager- als auch auf der Anbieterseite verändern sich hierdurch bestehende Strukturen. Zwar belegen steigende Übernachtungszahlen in der amtlichen Statistik und Untersuchungen zum Wirtschaftsfaktor Tourismus (z.B. DWIF – Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V.) eine positive Entwicklung in der Tourismuswirtschaft, demgegenüber stehen jedoch Prozesse, wie das „Gaststättensterben“ oder Probleme bei der Unternehmensnachfolge und ein hoher Fachkräftemangel.

Um die mainfränkische Tourismuswirtschaft im überregionalen Wettbewerb zu stärken, ist eine Positionierung der Vollversammlung zu zentralen Handlungsperspektiven von hoher Bedeutung. Der IHK-Handels- und Dienstleistungsausschuss hat sich in seiner Sitzung vom 7. November 2018 mit dem vorliegenden Positionspapier ausführlich befasst und empfiehlt dessen Beschluss durch die Vollversammlung. Ziel ist die Legitimation der IHK Würzburg-Schweinfurt zur Unterstützung der regionalen Wirtschaft in zentralen tourismuspolitischen Fragen.

Grundsatzpositionen Tourismus der IHK Würzburg-Schweinfurt

Die Grundsatzpositionen Tourismus spiegeln die Einschätzung der IHK Würzburg-Schweinfurt hinsichtlich Herausforderungen und Handlungsbedarfe im Kontext von Tourismuswirtschaft und Tourismuspolitik wider. Mainfranken ist eine attraktive Tourismusregion, die ganzjährig mit einem breiten Angebot vom Aktivsport über Kultur und Kulinarik bis hin zum Wellness-, Kur- und Rehabilitationsbereich punktet. Dabei spricht der landschaftlich vielseitige Raum unterschiedliche Zielgruppen an.

Wichtiger Leistungserbringer im mainfränkischen Tourismus mit hohem regionalem Stellenwert ist das Gastgewerbe, welches sich wiederum in die Branchenfelder Beherbergung und Gastronomie aufteilt. Die IHK Würzburg-Schweinfurt vertritt rund 3.700 Mitgliedsunternehmen aus der Branche Gastgewerbe, darunter rund 540 Unternehmen aus dem Bereich Beherbergung (inkl. Hotellerie, Gasthöfe und Pensionen, Ferienunterkünfte und -wohnungen, Campingplätze etc.) sowie 3.160 Unternehmen aus der Gastronomie (inkl. Restaurants, Gaststätten, Imbisse, Cafés, Catering und Getränkeausschank).¹ Daneben profitieren Dienstleister und Einzelhandelsbetriebe von der Nachfrage der Besucher.² Tourismus trägt zur ökonomischen Stabilität Mainfrankens bei und sichert die Versorgungs- und Lebensqualität für die Bewohner.

Die Grundsatzpositionen Tourismus richten sich u.a. an Vertreter der Europäischen Kommission, Mitglieder des Europäischen Parlaments, des Deutschen Bundestags und des Bayerischen Landtags, Bundes- und Landesministerien, Landkreise und Kommunen, Destinationsmanagement Organisationen (DMO)³, touristische Unternehmen, touristische Kooperationspartner auf allen Ebenen sowie Fachverbände und -organisationen. Darüber hinaus dienen die Grundsatzpositionen der Interessensvertretung der IHK Würzburg-Schweinfurt in ganzheitlicher Art.

Inhaltsverzeichnis

1. Aktive Tourismuspolitik – Fördermittelstrukturen als gestaltendes Instrument	1
2. Tourismusstrukturen – vom Großen ins Kleine	2
3. Touristische Infrastruktur – Grundlage zur Produkt- und Angebotsentwicklung	3
4. Digitalisierung im Tourismus – innovativer Wachstumstreiber für die Branche	3
5. Einzelhandel und Tourismus – zwei Branchen profitieren voneinander	4
6. Tourismus und Bürokratie: Dokumentationspflichten bei der Arbeitszeit, Kennzeichnungspflichten, und Statistik auf ein vernünftiges Maß bringen	5
7. Qualität – mit Wettbewerbsvorteil zum Erfolg	6
8. Gesundheits-, Medizin- und Wellnesstourismus – hohes Zukunftspotenzial durch wachsendes Gesundheitsbewusstsein	6
9. Aus- und Weiterbildung – wichtige Investition in die Zukunft.....	7

1. Aktive Tourismuspolitik – Fördermittelstrukturen als gestaltendes Instrument

Die IHK Würzburg-Schweinfurt räumt aus grundsätzlichen ordnungspolitischen Erwägungen der Förderung der Infrastruktur einen hohen Stellenwert ein. Maßnahmen dieser Art kommen dauerhaft einer Vielzahl von touristischen Leistungsträgern bzw. Unternehmen zugute. Dieser Gesichtspunkt gewinnt bei den zur Verfügung stehenden Fördermitteln für DMO und Unternehmen

¹ Mitgliederstatistik der IHK Würzburg-Schweinfurt zum Stichtag 20.06.2018.

² DWIF – Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (2018): Wirtschaftsfaktor Tourismus in Franken - Struktur und ökonomische Bedeutung, München.

³ Regionalen Tourismusverbände oder verschiedene touristische Organisationen auf Ebene der Landkreise oder Kommunen.

zunehmend an Bedeutung und muss Berücksichtigung bei allen Überlegungen finden. Hinzu kommt: Touristische Wertschöpfung endet nicht an der Ländergrenze. Viele Tourismusprojekte und Tourismusregionen sind in Mainfranken grenzüberschreitend angelegt. Nicht zuletzt sind Erholungs- und Freizeitmöglichkeiten Magnete bei der Standortwahl von Unternehmen und Fachkräften.

Forderungen an die Landespolitik:

Die Verbesserung der Fördersituation in der mainfränkischen Tourismusbranche muss ein dauerhaftes zentrales politisches Anliegen sein. Hierbei sollten Fördermittel mit folgender Schwerpunktsetzung vergeben werden:

- **Regional abgestimmte Projekte:** Regionale touristische Kooperations- und Vermarktungsprojekte sollten abgestimmt sein und einen klaren Adressaten ansprechen, um alle Leistungsträger einzubinden und die Schlagkraft und Sichtbarkeit eines Projekts zu erhöhen. Die Vergabe von Zuschüssen an Destinationen oder vergleichbare Einheiten sollte generell daran ausgerichtet sein.
- **Neubau- und Erweiterungsinvestitionen von Betrieben:** Beherbergungsgewerbe ebenso wie Gastronomie müssen regelmäßige Baumaßnahmen vollziehen, um in ihrem Wettbewerbsumfeld bestehen und die Qualität kontinuierlich verbessern zu können. Eine Förderung, die sich auf Einzelmaßnahmen bezieht, die den Strukturwandel und vor allem die Diversifizierung aktiv unterstützen, ist sinnvoll. Die IHK Würzburg-Schweinfurt ist hier bereit, individuelle Stellungnahmen zu dem jeweiligen Investitionsantrag abzugeben. Die Prüfung von Anträgen und Bereitstellung von Fördermitteln sollte insgesamt zügig und unbürokratisch verlaufen.
- **Schaffung wetter- und jahreszeitunabhängiger Freizeitangebote,** wobei die Leistungsfähigkeit der kommunalen Akteure berücksichtigt und gemeinsame regionale Strategien bevorzugt werden sollten.
- **Identifikation von Themenschwerpunkten, die für Mainfranken geeignet sind** und im Einklang mit abgestimmten regionalen und überregionalen Strategien stehen. Diese Schwerpunkte sollten Aspekte wie Internationalisierung, neue Mobilität oder Digitalisierung aufgreifen und touristische Trends berücksichtigen.
- **Professionelle und abgestimmte touristische Vermarktung:** In einem internationalen Wettbewerb ist eine erfolgreiche Positionierung nur durch eine professionelle Vermarktung möglich, in der die **Zuständigkeiten klar abgegrenzt** und definiert sind.
- Alle tourismuspolitischen Maßnahmen müssen künftig dem Prinzip einer **(ressort-)übergreifenden Kooperation und Koordination** folgen, die zentral im Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Energie und Technologie gebündelt werden.

2. Tourismusstrukturen – vom Großen ins Kleine

Um die zur Verfügung stehenden finanziellen Ressourcen im Tourismus besser einsetzen, steuern und auf ihre Wirksamkeit überprüfen zu können, müssen die Zuständigkeiten, Aufgaben und Ziele der verschiedenen Organisationsebenen klar definiert und kontrolliert werden.

Forderungen an die Landes- und Kommunalpolitik:

- **Organisationsstrukturen und -prozesse in den Destinationen** sind regelmäßig kritisch zu hinterfragen und bedarfsgerecht anzupassen.
- Eine klare **Abgrenzung der Zuständigkeiten und Aufgabengebiete** zwischen den verschiedenen Organisationsebenen ist anzustreben.
- DMOs müssen stets die Perspektive des Gastes einnehmen und sich an diesem ausrichten. Wichtig sind eine klare Zielgruppenanalyse, Marktforschung sowie die Orientierung an Trends.
- Mögliche Effizienzgewinne durch Kooperation und gemeinsame Produktentwicklung sollten ausgeschöpft werden.
- Die Aufgabenverteilung der vier im bayerischen Tourismus existierenden Organisationsebenen – Orts- bzw. Landkreis-, Destinations-, Regionalverbands- und Bayernebene – ist klar

zu definieren und nach öffentlichen und privatwirtschaftlichen Aufgabenstellungen zu trennen. **Private Leistungsträger** sollen in geeigneter Form in die Zusammenarbeit **eingebunden** werden.

3. Touristische Infrastruktur – Grundlage zur Produkt- und Angebotsentwicklung

Eine funktionsfähige und nachfragegerechte touristische Infrastruktur ist entscheidende Grundlage für die Entwicklung einer Destination. Der Ausbau von touristischen Infrastrukturen dient dazu, Mainfranken als ganzjähriges Reiseziel weiterzuentwickeln. Erst die ideale Kombination aus Infrastruktur wie bspw. Schwimm- oder Freizeitbäder, Eishallen, Skiloipen oder auch Rad- und Wanderwegen und eine gute öffentliche Verkehrsanbindung schafft die Grundlage für attraktive Reise- und Ausflugsziele. Gerade im öffentlichen Bereich hemmen knappe kommunale Budgets die notwendige touristische Weiterentwicklung, die für das touristische Profil unverzichtbar ist oder erzwingen sogar betriebsbedingte Schließungen öffentlicher Einrichtungen. Zielführend ist die Schaffung einer stärkeren lokalen und regionalen Erlebnisdichte in der Infrastruktur durch interkommunale Zusammenarbeit und Modelle öffentlich-privater Partnerschaften.

Forderungen an die Landes- und Kommunalpolitik:

- Ziel und Herausforderung für die infrastrukturelle Entwicklung muss sein, vorhandene **Infrastruktur** regelmäßig an aktuelle Markt- und Nachfrageerfordernisse anzupassen, d.h. diese **zu modernisieren, zu erweitern oder ggf. zu reduzieren** und dafür Kooperationsangebote aufzubauen. Eine sinnvolle Mobilitätsplanung ist obligatorisch, um touristische Infrastruktur miteinander zu verbinden.
- Bei Investitionen, die durch Fördermittel finanziell unterstützt werden, muss die betriebswirtschaftliche Planung so erfolgen, dass „Investitionsruinen“ ausgeschlossen werden. Falls notwendig sollte die Vorabkalkulation von einer **unabhängigen Prüfstelle** im Vorfeld bewertet werden.
- Infrastrukturmaßnahmen sind als strategische Infrastrukturprojekte zu verstehen, die zukünftig verstärkt in der **interkommunalen Zusammenarbeit und in Zweckverbänden hinsichtlich** z.B. Finanzierung, Bewerbung und Betrieb erfolgen sollten.
- Ein **ausreichendes und kostengünstiges Parkraumangebot** sollte in Verbindung mit **intelligentem Verkehrsmanagement** entwickelt werden. Zwar ist es richtig, der verkehrlichen Überlastung von Innenstädten entgegenzuwirken, jedoch darf der Individualverkehr nicht verbannt werden. Die **Erreichbarkeit zentraler Lagen** sollte grundsätzlich verkehrsträgerübergreifend gesichert werden. Bei der Entwicklung des Parkraumangebotes sollten ferner heutige Standardbreiten von Pkw berücksichtigt werden.
- Wichtig ist der Aufbau von Mobilitäts-Alternativen, die den öffentlichen Verkehr ergänzen und als Imagetransfer dienen können. Die **Sicherstellung kompletter Mobilitätsketten** bei optimaler **Vernetzung** der verschiedenen Verkehrsmittel ist zwingend notwendig.
- In Mainfranken gewinnt der Radtourismus zunehmend an Bedeutung. Vielerorts steht dem gegenüber jedoch ein **unzureichender Ausbaustand der fahrradgerechten Infrastruktur**, sei es im Bereich der Radwege zwischen Ortschaften als auch in bedarfsgerechten Voraussetzungen innerorts (z.B. Fahrradstellplätze, Ladestationen für E-Bikes, Bike-Sharing, separate Radwege innerorts etc.). Hier besteht Nachholbedarf seitens der Kommunen.
- Grundsätzlich sollten sich Destinationen und Kommunen außerdem für **nachhaltige Tourismusentwicklung** einsetzen, um Formen des „Overtourisms“ entgegenzuwirken. Die touristische Angebotsstruktur sollte dem tatsächlichen Bedarf entsprechen und zielgruppenorientiert konzipiert werden. Für die Erarbeitung nachhaltiger regionaler wie kommunaler Entwicklungskonzepte sollten ferner ausreichend Fördermittel zur Verfügung stehen.

4. Digitalisierung im Tourismus – innovativer Wachstumstreiber für die Branche

Destinationen und touristische Leistungsträger müssen zukunftsfähige Strategien entwickeln, um eine Antwort auf die Digitalisierung zu finden. Die direkte Interaktion zwischen touristischem

Anbieter und potenziell dem Gast muss auf digitalem Weg ermöglicht werden. Notwendig ist eine fokussierte Strategie auf Orts- bzw. Landkreis-, Regional-, Verbands- und Bayernebene, um Destinationen und deren Leistungsträger mit verschiedenen Informationsangeboten, Best-Practice-Beispielen und gezielten Maßnahmen zu begleiten.

Eine wichtige Rolle spielen in diesem Kontext touristische sowie besonders innovative Dienstleister und Start-ups. Sie bieten Lösungen für Destinationen und etablierte touristische Unternehmen wie Hotels oder Reiseveranstalter an, um den z.T. komplexen und sich ständig verändernden Anforderungen eines globalen Marktes gerecht zu werden.

Wir fordern von der Politik:

- Die IHK Würzburg-Schweinfurt tritt dafür ein, sich neu entwickelnden Geschäftsmodellen nicht zu verschließen, sondern diese offen, jedoch kritisch zu begleiten – stets vor dem Hintergrund, einen **fairen Wettbewerb für alle Unternehmen zu gleichen Bedingungen** zu ermöglichen.
- **Flächendeckende Breitbandversorgung in ganz Mainfranken:** Jede Region muss ins „Gigabit-Zeitalter“ geführt werden. Davon profitieren sowohl der Gast als auch der Gastgeber, die Wirtschaft und die Bevölkerung in der gesamten Region. Für einen zukunftsorientierten Breitbandausbau muss ein Rahmen geschaffen werden, der auch den Netzbetreibern Planungssicherheit garantiert und Investitionsanreize setzt. Neben einer glasfasergebundenen Internetversorgung ist parallel ein leistungsfähiges Mobilfunknetz (derzeit mindestens 5G) essentiell, bspw. um tourismusrelevante Apps oder andere mobile Dienste, wie Onlinekarten und Routenplaner, nutzen zu können.
- **Unterstützung** der Tourismusbetriebe **bei der Digitalisierung** von Arbeitsprozessen (u.a. auch Bezahlsysteme wie Kreditkarten, NFC, QR-Codes) oder neuen Geschäftsmodellen über Fördermittel und Beratungsangebote sowie die gezielte Vermarktung derselben.
- **Förderung der Kooperation** zwischen traditionellen Anbietern und **innovativen Dienstleistern/Start-ups** im Tourismus.

5. Einzelhandel und Tourismus – zwei Branchen profitieren voneinander

Von einer florierenden Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Mainfranken profitiert maßgeblich der Einzelhandel. Oftmals stellt der Einkauf das unmittelbare Reisemotiv oder zumindest eines der Hauptmotive dar. Somit kann ein ansprechendes und abwechslungsreiches Warenangebot für zusätzliche Touristen sorgen. Die Einzelhändler vor Ort prägen das positive Erscheinungsbild und tragen zur Attraktivität der Destination entscheidend bei.

In einigen Gebieten ist durch den Kaufkraftabfluss in größere Zentren und durch die wachsende Bedeutung des E-Commerce die lokale Handelsstruktur und damit die Versorgung vor Ort vor besondere Herausforderungen gestellt. 2016 hat die Vollversammlung der IHK Würzburg-Schweinfurt ein Positionspapier für den Handel verabschiedet.⁴ Die tourismusbedingten Besucherströme können zur Sicherung der vorhandenen Wirtschaftsstruktur beitragen.

Die touristischen Orte in Mainfranken müssen ihre Attraktivität stärken, um nicht nur im internationalen Wettbewerb, sondern auch im nationalen Vergleich oder dem benachbarten Ausland bestehen zu können. Wichtig sind eine starke Kundenorientierung und ein differenziertes Angebot.

Forderungen an die Landes- und Kommunalpolitik und die Unternehmen:

- **Attraktivitätssteigerung durch bauliche und marktseitige Maßnahmen:** Dem veränderten Konsumverhalten durch wachsende Umsätze im Onlinehandel muss durch neue, inno-

⁴ Online unter https://www.wuerzburg.ihk.de/fileadmin/user_upload/downloads/Standort/Positionspapier_Handel_IHK_Wue-SW_final_mit_Beschluss_VV.pdf.

vative Konzepte Rechnung getragen werden, z.B. durch eine Inszenierung des **Erlebniseinkaufs**. Wo eine Frequenzsteigerung schwierig ist, kann durch zusätzliche attraktive Angebote in der Innenstadt (Märkte/Feste, Dienstleistungen, Kultur- und Bildungsangebote, u. ä.) die Verweildauer erhöht werden. Das veränderte Konsumverhalten durch wachsende E-Commerce-Umsätze ist zu beachten, ebenso die Forderung nach einer Inszenierung durch den Erlebniseinkauf. Das „Erlebnis Innenstadt“ ist zu stärken.

- Die **Weiterentwicklung und Attraktivität von touristischen Orten** könnte durch die Neugestaltung des Ladenschlussgesetzes in Bayern unterstützt werden. Konkret fordert die mainfränkische Wirtschaft in den Grundsatzpositionen Handel hierbei die unbürokratische Genehmigung der **Ladenöffnung an vier Sonntagen pro Jahr** (§ 14 Ladenschlussgesetz); zur weiteren Entbürokratisierung sollte dabei die Anlassbezogenheit bei Marktsonntagen entfallen.
- **Erreichbarkeit sichern:** Die Erreichbarkeit von Innenstädten und Ortskernen für den ÖPNV, den Individualverkehr sowie den Wirtschaftsverkehr ist für die Funktion als Handels- und Tourismusstandort entscheidend. Mögliche Maßnahmen wären die Einrichtung von verkehrsberuhigten Geschäftsbereichen – auch teilweise zur Belebung von Fußgängerzonen, ein verbessertes Verkehrsleitsystem oder die Entwicklung neuer Belieferungskonzepte für die Innenstädte.
- **Multifunktionalität stärken:** Gastronomie, Dienstleistungen und kulturelle Angebote führen zu Frequenz- und Attraktivitätssteigerungen. Im Zusammenspiel mit dem lokalen Handel werden sie immer wichtiger für vitale Innenstädte.
- Touristen aus dem Nicht-EU-Ausland können beim Einkauf im deutschen Einzelhandel von steuerlichen Vorteilen profitieren, da sie von der Umsatzsteuerpflicht befreit sind. Durch **Tax Free- oder Tax Refund-Systeme** ist zu empfehlen, dass Handelsunternehmen günstigere Preise anbieten beziehungsweise die Umsatzsteuerrückerstattung vereinfachen.

6. Tourismus und Bürokratie: Dokumentationspflichten bei der Arbeitszeit, Kennzeichnungspflichten, und Statistik auf ein vernünftiges Maß bringen

Die Tourismusbranche unterliegt in besonderer Weise starken, nicht planbaren Schwankungen. Stoßzeiten wie zur Mittagszeit, eine geringere Nachfrage am Nachmittag, Veranstaltungen bis in die Nacht hinein und ein großer Andrang an sonnigen Wochenenden sind in der Branche die Regel. Zwar lässt das Gesetz Ausnahmen für saisonale Einflüsse oder in gewissem Rahmen einen 10-Stunden-Tag zu, allerdings reichen die vorhandenen Flexibilitätsspielräume nicht aus, um die starken Nachfrageschwankungen in der Branche auszugleichen. Auch haben sich die Strukturen der Nachfrage in den letzten Jahren massiv verändert. Sowohl für die Beschäftigten als auch für das Unternehmen könnte eine Umstellung mehr Flexibilität ermöglichen. Ziel könnte ein gesetzlicher Rahmen sein, der die Veränderung der Arbeitswelt widerspiegelt.

Weitere Kritikpunkte der vorwiegend durch kleine und mittelgroße Unternehmen geprägten Tourismuswirtschaft⁵ sind der bürokratische Aufwand bei Kennzeichnungspflichten sowie die Erhebung von Daten für Statistiken. Auch wenn jede einzelne Regelung aus gesetzgeberischen Gesichtspunkten sinnvoll erscheinen mag, zusammengenommen werden enorme Ressourcen der betroffenen Betriebe gebunden. Für die Erstellung umfangreicher Statistiken auf monatlicher Basis nach dem Beherbergungstatistikgesetz sind die Erhebungsmerkmale vielfältig und reichen von Zahl der Ankünfte und Übernachtungen von Gästen über die Zahl der Gästezimmer bis zur Anzahl der belegten und angebotenen Zimmertage.

Forderungen an EU- und Bundespolitik:

- **Bei Aufzeichnungs- und Dokumentationspflichten sollten die Kapazitäten kleiner und mittlerer Unternehmen berücksichtigt werden.**

⁵ Die Mehrheit der IHK-Mitgliedsunternehmen aus dem Bereich Gastgewerbe sind Kleingewerbetreibende (86 Prozent; Quelle: Mitgliederstatistik der IHK Würzburg-Schweinfurt zum Stichtag 20.06.2018).

- Die „**One-in-one-out-Regel**“ muss für neue Gesetzesvorhaben konsequent angewendet werden. Neue bürokratische Belastungen sollten nur in dem Maße eingeführt werden, wie bisherige Belastungen abgebaut werden.
- Bei der Umsetzung von EU-Richtlinien in nationales Recht sollten **vorgesehene Spielräume zur Entlastung der Unternehmen genutzt** werden. Die EU-Arbeitszeitrichtlinie und das deutsche Arbeitszeitgesetz könnten insoweit angepasst werden, dass sie den Anforderungen einer digitalen und globalen Arbeitswelt gerecht werden.
- Das **Reiserecht** (z. B. die EU-Pauschalreise-Richtlinie) sollte so klar wie möglich, **verständlich und anwenderfreundlich** geregelt werden.

7. Qualität – mit Wettbewerbsvorteil zum Erfolg

Qualität ist neben Innovationen entscheidender Wettbewerbsfaktor. Der zunehmende Wettbewerb in der Tourismusbranche sowie die steigenden Ansprüche der Gäste haben vor dem Hintergrund einer Diversifizierung der touristischen Angebotspalette zu einer verstärkten Qualitätsorientierung geführt. Die Förderung und Sicherung von Qualität sowohl für die eigenen Dienstleistungen als auch für die gesamte Tourismusbranche in der Destination muss daher eines der zentralen Anliegen aller Akteure im regionalen Tourismus sein.

Ausgewählte Initiativen bieten allen Unternehmen, die auf Qualität setzen, ein geeignetes Instrument, um in Qualität zu investieren und nachhaltig zu profitieren. Diese sind u.a.: Ausgezeichnete Bayerische Küche, Deutsche Hotelklassifizierung, Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen, Sterne für Ferienwohnungen und Ferienhäuser, ServiceQualität Deutschland in Bayern, GMP Gastro Management Pass, Geprüfte Tourist-Information sowie lokal anerkannte Qualitätsoffensiven. Hinzu kommen regionale Zertifikate, die über DMOs, regional aktive Verbände oder Initiativen vergeben werden (bspw. die Dachmarke Rhön). Die IHK Würzburg-Schweinfurt unterstützt die genannten und weitere, nicht aufgeführte Initiativen als geeignetes Instrument zur Schaffung und Festigung des Qualitätsgedankens bei Unternehmen und touristischen Einrichtungen. Zusätzlich werden Betriebe durch hochwertige Weiterbildungsangebote der Wirtschaftskammer unterstützt. Hierunter fallen auch Herausforderungen für Unternehmen z.B. im Rahmen der Pflege von Plattformeinträgen und dem Management von Kundenbeschwerden.

Forderung an die Landes- und Bundespolitik:

- **Initiativen**, die für eine **kontinuierliche Qualitätssicherung** und eine damit verbundene Qualitätssteigerung stehen, müssen **weiter unterstützt** und bekanntgemacht werden.
- Wichtig ist die aktive und persönliche Ansprache nicht-zertifizierter Betriebe (v.a. Kleingewerbetreibende) zur kontinuierlichen Verbesserung der Angebotsqualität.

8. Gesundheits-, Medizin- und Wellnesstourismus – hohes Zukunftspotenzial durch wachsendes Gesundheitsbewusstsein

Das Segment des Gesundheits- und Medizintourismus hat in der Destination Mainfranken nicht zuletzt durch das regional stark verankerte Kurwesen hohe Bedeutung. So bietet die Region mit ihren Heilbädern, Kurorten sowie Kur- und Gesundheitseinrichtungen wie Kliniken ideale Behandlungs- und Erholungsmöglichkeiten.

Der Rückzug der Sozialversicherungsträger seit den 1990er Jahren macht für viele einstmals führende Kur- und Bäderdestinationen eine Neuausrichtung notwendig, so dass sich auf der Basis rein kurativer Angebote heute eine Vielzahl anderer gesundheitstouristischer Formen entwickelt haben. Hinzu kommt das Segment des Wellnesstourismus mit dem Ziel, das persönliche Wohlbefinden zu erhalten oder zu verbessern, z. B. mittels Bewegungsprogrammen, bewusster Ernährung und Entspannung.

Eine Fokussierung in diesem Segment liegt auf gesundheitsorientierten Urlauben mit Prävention, Gesundheitsstärkung, Medical Wellness und Wellness. Um die Versorgungs- und Angebotsqualität zu gewährleisten und die damit verbundenen Kosten zu reduzieren, muss eine verstärkte Kooperation aller Teilnehmer der gesundheitswirtschaftlichen Wertschöpfungskette unter Präventionsaspekten obligatorisch sein. Dazu bedarf es verstärkt regionaler Netzwerke, die sich gemeinsam in das Thema Gesundheitstourismus einbringen und dieses sukzessive implementieren und ausbauen.

Forderungen an Bundes-, Landes- und Kommunalpolitik:

- Kern von gesundheitstouristischen Präventionsangeboten muss ein medizinischer Mehrwert sein. **Prävention** sollte vor Heilbehandlung stehen.
- Die verschiedenen **Akteure müssen kooperieren**. Wenn Leistungsträger, d.h. Gesundheitsanbieter oder Kliniken, Destinationen und bspw. Kur- und Heilbäder gemeinsam gesundheitstouristische Angebote entwickeln und vermarkten, lassen sich Mehrwerte generieren.
- Der Gesundheits- und Medizintourismus muss auf institutioneller Ebene mehr Bedeutung erfahren. So gilt es, dieses Segment organisatorisch zu verankern.
- Mit dem bisher gesetzten Ziel, die **Marke „Gesundheitsregion Bayern“** als sichtbaren Beleg eines gesicherten Qualitätsniveaus zu etablieren, wurde ein erster wichtiger Schritt unternommen. Daneben existieren in Mainfranken geförderte Abhängigkeiten im Rahmen der Initiative „Gesundheitsregion plus“ in der Bayerischen Rhön, Stadt und Landkreis Würzburg, dem Landkreis Main-Spessart sowie im Landkreis Haßberge mit hohem Potenzial.⁶ Aufgabe der Politik muss es sein, die Gesundheitsregionen auch touristisch in den Vordergrund zu stellen.

9. Aus- und Weiterbildung – wichtige Investition in die Zukunft

Für die mainfränkische Wirtschaft ist die Aus- und Weiterbildung von Fachkräften ein zentrales Anliegen. Getrieben durch den demographischen Wandel wird das Finden und Binden geeigneter Fachkräfte für das Gastgewerbe zunehmend zum Problem. Eine Qualifizierung als erfolgreicher Ausbildungsbetrieb dient den Unternehmen, sich von anderen Ausbildungsbetrieben abzuheben und erfolgreich bei der Suche nach geeignetem Personal zu positionieren.

Aufgrund ihrer internationalen Verflechtung und des starken Fachkräftebedarfs bei einfachen Tätigkeitsfeldern beschäftigen sich touristische Anbieter intensiv mit der Anwerbung ausländischer Fachkräfte und setzen die Arbeitsmarktintegration von Flüchtlingen um.

Als Partner der Wirtschaft macht sich die IHK Würzburg-Schweinfurt in Abstimmung mit den Unternehmen für ein leistungsfähiges, bedarfsorientiertes und flexibles Weiterbildungssystem stark. Es haben sich in den letzten Jahren neue Herausforderungen wie z. B. Trends zu vegetarischer und veganer Küche, „Slow Food“, „Sous-Vide“-Verfahren, Gesundheitstrends sowie eine veränderte Erwartungshaltung der Gäste entwickelt. Diese müssen in einer zeitgemäßen Ausbildung, die auf diese Änderungen reagieren kann, mit einer entsprechenden theoretischen Grundlage berücksichtigt werden.

Forderungen an die Landes- und Bundespolitik:

- **Duale Ausbildung weiter stärken:** Der größte Mangel an Fachkräften besteht auch mittelfristig im Bereich beruflich Qualifizierter. Eine attraktive, moderne und starke duale Berufsausbildung ist für die Fachkräftesicherung eine unverzichtbare Säule. Qualität in der Ausbildung, im theoretischen und im praktischen Teil, muss nach wie vor ein zentrales Augenmerk sein, das es zu unterstützen gilt.
- **Ausländischen Fachkräften** – dazu zählen auch Asylsuchende und Flüchtlinge – muss durch eine Einstiegsqualifikation und durch das 3+2-Modell in der Berufsausbildung (Bleibe-

⁶ Für weitere Informationen s. <https://www.stmgp.bayern.de/meine-themen/fuer-kommunen/gesundheitsregionen-plus>.

recht während der Ausbildung und zwei Jahre danach bei Weiterbeschäftigung) eine sinnvolle **berufliche Perspektive** eröffnet werden. Die Verfahren zur Einstellung von EU-ausländischen Arbeitskräften sollten entbürokratisiert werden. Unternehmen brauchen Planungssicherheit, u.a. bezogen auf das Aufenthaltsrecht.