

IHKUNDTOURISMUS

Analysen | Aktionen | Ausblicke



Inhaltsverzeichnis

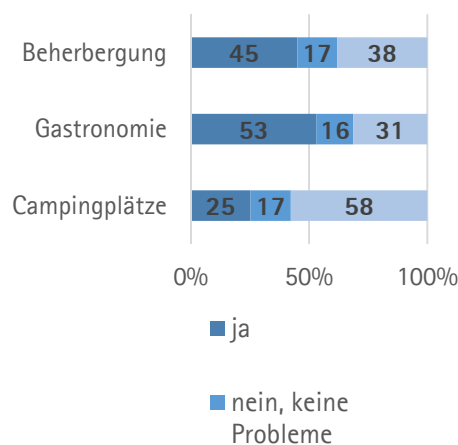
Editorial	4
Die Krise als Dauerzustand?	4
IHK und Politik	5
Wassertourismuskonzept des Bundes zügig umsetzen.....	5
EU-Pauschalreiserichtlinie: Neue Bürokratie für touristische Unternehmen	5
Manipulationssichere Registrierkassen: Hohe Investitionskosten für das Gastgewerbe.....	6
Gespräche zur Umsetzung der EU-Pauschalreiserichtlinie in Baden-Württemberg.....	6
Bettensteuer-Einführung in Heidelberg: IHK Rhein-Neckar warnt vor Bürokratiebelastung.....	7
Positionspapier zur Tourismusabgabe in Frankfurt am Main.....	7
IHK Bonn: Bettensteuer verursacht Bürokratiekosten von 504.000 Euro	8
IHK Halle-Dessau: Positionspapier zur Tourismusförderung in Sachsen-Anhalt.....	9
Wassertourismus: Offener Brief im Bundestag übergeben.....	9
Grundsatzpositionspapier „Tourismus in Oberbayern“ verabschiedet.....	10
„Hygieneampel“ in NRW geht am Ziel vorbei – IHK kritisiert neues Gesetz	11
DZT, DIHK und AHK-Netz schließen Kooperationsvertrag	11
Digitalisierung	12
„We do digital“: IHK-Organisation sucht Best-Practice-Beispiele	12
Start des neuen „Online-Lotsen-Checks“ für saarländische Hotel- und Gastronomiebetriebe.....	12
Das Hotel der Zukunft wurde in Mannheim und Schiltach gesucht.....	13
Brandenburg: Gastgewerbe unzureichend mit Internet versorgt	14
Intensivseminare: Gastrobewertungen richtig nutzen & Gästekritik erfolgreich meistern	15
Fachkräftesicherung	16
IHK-Studie: Wachstum im Tourismus setzt Fachkräfte voraus	16
BerufsErlebnisMesse „Leidenschaftlich Gas(t) geben“	16
IHK Erfurt und DEHOGA Thüringen würdigen Qualität in der Ausbildung.....	17
Learning Tourism: Internationales Know How	17
Niedersachsen: Integrationsmotor Gastgewerbe	18
IHK Trier und Koblenz: Bester Ausbildungsbetrieb in der Gastronomie und Hotellerie gesucht.....	18
Erfolgsfaktor Familie im Gastgewerbe: Auszeichnung familienfreundlicher Arbeitgeber	19
Mittler zwischen Muse und Mammon: Neuer Zertifikatslehrgang „Kulturmanager (IHK)“	20
Wirtschaftsfaktor Tourismus	21
Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt.....	21
Wirtschaftsfaktor Musik-Clubs: Studie zur Kölner Club- und Veranstalterszene	21
Analyse des Wirtschaftsfaktors Tourismus in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg	22
Bedeutender Wirtschaftsfaktor: Noch offene Potenziale für Tourismus im Hunsrück-Naheland.....	23
Volle Kassen statt leerer Orte: BWIHK-Studie zu „Handel und Tourismus“	24

IHK Trier: Branchenportrait Hotel- und Gaststättengewerbe	24
Tourismus-Boom in Oberbayern – Strukturreformen notwendig	25
IHK Frankfurt am Main: Auswirkungen von Krisen und Konflikte auf die Reisebranche.....	26
Aus den Regionen.....	27
Regionale Angebote als Chance.....	27
Frischer Wind für die Gastronomie – Regionale Speisen und Getränke für unsere Gäste.....	27
Wir sind Schwarzwald! – Veranstaltungsreihe der IHKs und der Schwarzwald Tourismus GmbH.....	28
Ostbayerischer Tourismustag 2016 Heimatgefühle sind wieder „in“	29
Designkontor für Gastronomen - Zielgruppenorientiert modernisieren	30
Die Welt zu Gast im echten Norden	30
Barrierefreier Tourismus: Informationstage in Tossens und Osnabrück.....	31
neanderland – eine Region wird zur Marke.....	31
1. IHK-Tourismuspreis Teutoburger Wald Leuchtturm der Tourismuswirtschaft.....	32
Touristische Highlights erleben	33
Rechtsfragen für gewerbliche Beherbergungsbetriebe und Ferienwohnungsvermietern	34
Trend Regional – lokale Netzwerke stärken.....	34
Saarland Branchenforum Tourismus: Zukunftstrends der touristischen Nachfrage.....	35
Region Osnabrück will UNESCO –Auszeichnung stärker nutzen.....	35
Leipziger Neuseenland: IHK sieht Gefahr für touristische Entwicklung	36
Regionale Produkte gesucht? IHK Cottbus initiiert Heimatmärkte.....	36
1. Tourismus-Persönlichkeitspreis für Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen.....	37
Impulse für die touristische Zukunft der Schwäbischen Alb.....	37
Lokal – regional – international: Tourismustag Niedersachsen 2017 verbindet Heimatgefühle & Fernweh.....	38
Tipps für Unternehmen	38
Betriebsübergabe im Gastgewerbe	38
Unternehmensnachfolge im Gastgewerbe.....	38
Berliner Gastromat der IHK beantwortet Fragen Klick by Klick.....	39
IHK Trier unterstützt Gastgewerbe bei der Unternehmensnachfolge	39
Neuer Ratgeber für die Gastronomie	40
Ansprechpartner Kompetenzteam Tourismus der IHK-Organisation	41

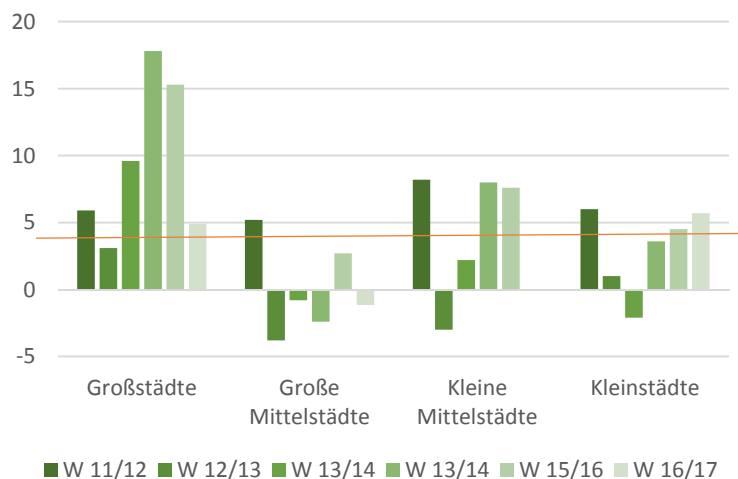
Editorial

■ Die Krise als Dauerzustand?

Die weltpolitische Lage verändert auch den Tourismus. Krisen gab es in der Reisewelt schon immer, aber meist waren diese schnell wieder aus dem Gedächtnis der Reisenden gelöscht. Es scheint, dass die aktuellen Entwicklungen länger in Erinnerung bleiben und das Reisen „politischer“ wird. Damit kann es auch zu strukturellen Veränderungen kommen, die sich dauerhaft im Reiseverhalten niederschlagen. Auch im Deutschlandtourismus zeigen sich die Folgen. Einerseits verzeichnen die Urlaubsregionen stärkere Nachfrage durch inländische Gäste, andererseits gibt es erste Anzeichen für eine schwächere Nachfrage im Städtetourismus. Für Destinationen und touristische Unternehmen kommt es zu neuen Herausforderungen in Sachen Krisenmanagement und -kommunikation. Noch aber sind die wenigsten darauf vorbereitet.



Gibt es längerfristige Probleme bei der Besetzung offener Stellen? Quelle: DIHK-Saisonumfrage Herbst/Winter 2016/17



Geschäftserwartungen im Gastgewerbe - Städte (Saldo Günstiger-/Ungünstiger-Anteile), Quelle: DIHK-Saisonumfrage Herbst/Winter 2016/17

Und es bleiben die Herausforderungen bestehen, die die Branche schon seit längerem beschäftigen. Die Fachkräftesituation im Gastgewerbe, der weiter zunehmende Aufwand für die Erfüllung bürokratischer Pflichten sowie natürlich die radikalen Veränderungen durch die Digitalisierung. Dabei hängt alles mit allem zusammen: Digitalisierung verändert die Anforderungen an Berufe, kann aber gleichzeitig bei der Bewältigung des Fachkräftemangels helfen oder bürokratischen Dokumentationsaufwand verringern.

Die IHK-Organisation unterstützt die Betriebe in diesen und anderen Bereichen bei der Bewältigung der Herausforderungen. Wir setzen uns politisch für Sie ein, in Brüssel, in Berlin, auf Landesebene sowie in den Regionen und Kommunen. Wir setzen uns für die notwendige Infrastruktur vor Ort ein, initiieren Projekte zur Fachkräftesicherung und versuchen die Digitalisierung auch für klein- und mittelständische Betriebe greif- und umsetzbar zu machen.

Viele Beispiele für dieses Engagement finden Sie in der diesjährigen Ausgabe von IHK und Tourismus. Viel Spaß beim Lesen!

Regelmäßige News von IHK und Tourismus erhalten Sie unter:
<https://ihktourismus.wordpress.com>
<https://www.facebook.com/IHK.Tourismus>
https://twitter.com/IHK_Tourismus

Ansprechpartnerin:
Dr. Ulrike Regele
 DIHK e.V.
 Telefon: 030 / 20308-2104
 E-Mail: regele.ulrike@dihk.de

IHK und Politik

Ansprechpartner:

Dr. Patrick Thiele

Dr. Ulrike Regele

DIHK e.V.

Telefon: 030 / 20308-2110/-2104

E-Mail: thiele.patrick@dihk.de /

regele.ulrike@dihk.de

Hotels werden zukünftig automatisch zu Reiseveranstaltern, wenn der Anteil von touristischen „Nebenleistungen“ mehr als 25 Prozent beträgt.

Ansprechpartnerin:

Dr. Ulrike Regele

DIHK e.V.

Telefon: 030 / 20308-2104

E-Mail: regele.ulrike@dihk.de

■ Wassertourismuskonzept des Bundes zügig umsetzen

Der Wassertourismus ist in Mecklenburg-Vorpommern, Berlin und Brandenburg ein zunehmend wichtiger Wirtschaftsfaktor. Auch andere ländliche Regionen in strukturschwachen Räumen profitieren davon. Damit dies so bleibt, sind Erhaltungs- und Sanierungsmaßnahmen für die ehemals von Güterschiffen genutzten Wasserstraßen erforderlich, deren Finanzierung allerdings nicht gewährleistet ist. Vor dem Hintergrund, dass die Koalitionspartner für die 18. Legislaturperiode vereinbart hatten, organisatorische, personelle und finanzielle Voraussetzungen zur Verbesserung der wassertouristischen Infrastruktur zu schaffen, dringt der DIHK auf eine rasche Umsetzung dieser Vereinbarung.

Das BMVI sollte in Kooperation mit anderen betroffenen Ressorts zügig das Wassertourismuskonzept konkretisieren. Der Bund sollte entsprechende Datengrundlagen zum gesamtwirtschaftlichen Nutzen erarbeiten und offenlegen und verschiedene Stakeholder aktiv einbinden, um gemeinsam entsprechende Modellprojekte und ergänzende Finanzierungsoptionen konzipieren zu können.

■ EU-Pauschalreiserichtlinie: Neue Bürokratie für touristische Unternehmen

Das Bundesjustizministerium hat nach der Kritik des DIHK und der Tourismuswirtschaft wichtige Änderungen am Gesetzentwurf zur nationalen Umsetzung der EU-Pauschalreiserichtlinie vorgenommen. Es folgt damit der Forderung des DIHK nur „echte“ Pauschalreisen im Sinne der Richtlinie in das Gesetz aufzunehmen. So wird klargestellt, dass im Zusammenhang mit Pauschalreisen mindestens zwei unterschiedliche Arten von Leistungen zusammengeführt werden müssen und eine Einzelleistung keine Pauschalreise ist. Tagesfahrten werden ganz herausgenommen, damit ist vor allem für viele Bus-Unternehmen eine reale Entlastung verbunden. Ohne diese Veränderungen wären Anbieter von Einzelleistungen (z.B. Hotels oder Vermittler von Ferienwohnungen) zu Reiseveranstalter geworden, die erheblichen Pflichten im Hinblick auf Information, Fürsorge und Insolvenzabsicherung unterliegen.

Bei der Vermittlung von "verbundenen Reiseleistungen" im Reisebüro wurden zwar Erleichterungen erzielt (z.B. gemeinsame Bezahlung, vorgeschaltetes „Aufklärungsgespräch“), aber der bürokratische Aufwand wird im Vergleich zum Status Quo deutlich höher. Weiterhin offen ist, wie eine Insolvenzabsicherung bei Hotelaufenthalten, die erst bei Abreise bezahlt werden, gestaltet werden soll. Zudem könnten die längeren Fristen bei der Gewährleistung für viele Unternehmen zum Problem werden. Ein Reisemangel ist nach zwei Jahren nur noch schwer nach zu vollziehen. Damit werden Tür und Tor für einen Missbrauch geöffnet.

*Ausführliche Informationen zu den neuen Regelungen finden Sie unter:
<http://www.dihk.de/themenfelder/recht-steuern/steuern/weitere-steuerarten/registrierkassen>*

Ansprechpartner:
Guido Vogt
Dr. Ulrike Regele
DIHK e.V.
Telefon: 030 / 20308-2104
E-Mail: vogt.guido@dihk.de/
regele.ulrike@dihk.de



Ansprechpartnerin:
Elke Schönborn
IHK Nordschwarzwald
Telefon: 07441 / 86052-17
E-Mail: schoenborn@pforzheim.ihk.de

■ Manipulationssichere Registrierkassen: Hohe Investitionskosten für das Gastgewerbe

In einem der letzten Gesetzgebungsverfahren des Jahres 2016 haben Bundestag und Bundesrat in einem Eilverfahren das "Kassengesetz" verabschiedet. Es sieht für den Einsatz von elektronischen Registrierkassen weitergehende Verschärfungen vor, etwa den Einbau von Sicherheitsmodulen, eine zwingende Belegausgabepflicht und eine unangekündigte Kassennachschau im Geschäftslokal ab 2020 beziehungsweise 2018.

Das neue Gesetz sieht unter anderem folgende Regelungen vor:

- Einzelaufzeichnungspflicht
- Nutzung einer zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtung (ab 2020 bzw. 2022)
- Belegausgabepflicht
- Unangekündigte Kassen-Nachschau (ab 2018)
- Ordnungswidrigkeit mit Geldbuße bis zu 25.000 Euro

Der DIHK hatte gemeinsam mit anderen Wirtschaftsverbänden immer wieder kritisiert, dass die Schätzung der Kosten für die Betriebe deutlich zu niedrig angesetzt ist.

■ Gespräche zur Umsetzung der EU-Pauschalreiserichtlinie in Baden-Württemberg

In der Branche wurde und wird die Umsetzung der EU-Pauschalreiserichtlinie, bzw. der Gesetzesentwurf für das neue Reiserecht heiß diskutiert. Die Federführungen Tourismus und Dienstleistung des Baden-Württembergischen IHK-Tags fanden in Guido Wolf, Minister für Justiz, Europa und Tourismus, einen verlässlichen Partner und Fürsprecher. In mehreren Gesprächen zwischen der IHK und dem Ministerium ging es um die möglichen Hemmnisse für die Branche. Wertvoll für das Ministerium waren die Stimmen der IHK-Ausschussmitglieder, die an den Gesprächen teilnahmen.

Die neuen Rahmenbedingungen durch die Novellierung des Reiserechts stellen alle Anbieter und Vermittler im Inlands- und Auslandstourismus vor neue Herausforderungen. Völlig neue Definitionen des Begriffs der Pauschalreise und des Reiseveranstalters, die neue Vertriebsform des „Anbieters verbundenen Reiseleistungen“, erweiterte Gewährleistungspflichten und vor allem umfangreiche neue Informationspflichten – das alles kommt auf die Unternehmen zu. Betroffen sind ausnahmslos alle: Reisemittler, Reiseveranstalter und vor allem auch Inlandstourismustellen, Gastgeber und sonstige touristische Leistungsträger.

Die IHKs in Baden-Württemberg führen im Februar und März 2017 eine kostenlose Roadshow mit Rechtsanwalt Rainer Noll zur Information der Unternehmen durch.

■ **Bettensteuer-Einführung in Heidelberg: IHK Rhein-Neckar warnt vor Bürokratiebelastung**

Personal- und Sachkosten pro Hotel:

- 15.000 bis 46.000 Euro =
- 1,6 Millionen Euro pro Jahr

Einnahmen durch die Bettensteuer:

- 1,4 Millionen Euro abzüglich
- 173.000 Euro Verwaltungsaufwand

„Wir dürfen die mittelständisch strukturierte Heidelberger Hotellerie nicht mit den Aufgaben einer Steuerbehörde belasten. Unsere Betriebe wollen ihre Gäste betreuen, nicht eine vermeidbare Bürokratiebelastung bewältigen“, so IHK-Präsidentin Abt.

Ansprechpartnerin:
Andrea Kiefer
IHK Rhein-Neckar
Telefon: 0621 / 1709-210
E-Mail: andrea.kiefer@rhein-neckar.ihk24.de

Die Einführung einer Bettensteuer in Heidelberg rechnet sich nicht. Die erhofften Steuermehreinnahmen im Stadtsäckel werden durch den Verwaltungsaufwand der Beherbergungsbetriebe überkompensiert. Hinzu kommen eine beachtliche Komplexität, Bürokratie und Rechtsunsicherheit, die viele kleine und mittelständische Heidelberger Beherbergungsbetriebe vor schier unlösbare Aufgaben stellen

Zu diesem Ergebnis kommt ein Gutachten der VHP Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, welches die Industrie- und Handelskammer (IHK) Rhein-Neckar beauftragt hat. „Die Einführung einer Bettensteuer würde zu einer hohen Belastung der mittelständischen Heidelberger Übernachtungsbetriebe führen. Insbesondere für die vielen kleinen, familiengeführten Unternehmen wäre ein solcher Aufwand nur schwer zu verkraften“, fasst IHK-Präsidentin Irmgard Abt die Ergebnisse des Gutachtens zusammen. Die Erstellung des Gutachtens wurde durch den Deutschen Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA mit fachbezogenen Informationen unterstützt. Ziel war es, die Bürokratiekosten zu ermitteln, die von den insgesamt 76 Heidelberger Hotels und Beherbergungsbetrieben bei Einführung der Bettensteuer zu stemmen wären.

Als Datenbasis für die Gutachter diente neben eigenen Erhebungen und Erfahrungswerten auch eine Stichprobe mit Informationen von 13 kleinen, vier mittleren und vier großen Hotels. Für die Gutachter ist klar, dass vor allem die kleinen Häuser aufgrund der hohen Fallzahlen von bis zu zehntausend Ankünften pro Jahr besonders unter der Bettensteuerbürokratie zu leiden hätten. „Wo es größeren Hotels noch gelingen kann, einen Teil des notwendigen Arbeitsaufwands auf bereits vorhandenes Personal abzuwälzen, wird dies bei vielen mittelständischen Betrieben und deren geringeren Personalausstattung voraussichtlich nicht möglich sein. Hier werden die Hoteliers selbst die erforderliche Mehrarbeit leisten müssen“, prognostizieren die Gutachter.

■ **Positionspapier zur Tourismusabgabe in Frankfurt am Main**

Die IHK und der DEHOGA in Frankfurt am Main haben ein gemeinsames Positionspapier zur Tourismusabgabe veröffentlicht. Darin fordern sie, die Mittel aus der Tourismusabgabe zweckgebunden für die Tourismusförderung und das Stadtmarketing einzusetzen. Da die Betriebe der Tourismuswirtschaft die Hauptlast zu tragen haben, fordern sie die Einrichtung eines Beirates unter Beteiligung von IHK und DEHOGA. Der Beirat sollte bei Fragen der Mittelverwendung und Mittelverteilung mit einbezogen werden und bei der Satzung Mitspracherecht haben.

Das Positionspapier finden Sie unter:
http://www.frankfurt-main.ihk.de/positionspapier_tourismusabgabe

Ansprechpartner:
Dr. Alexander Theiss/ Martin Süß
IHK Frankfurt am Main
Telefon: 069 / 2197 – 1332 / –1333
E-Mail: a.theiss@frankfurt-main.ihk.de/
m.suess@frankfurt-main.ihk.de

Untersuchung zu den Auswirkungen der Beherbergungssteuer

Ansprechpartner:
Prof. Dr. Stephan Wimmers
IHK Bonn/ Rhein-Sieg
Telefon: 0228 / 2284-142
E-Mail: wimmers@bonn.ihk.de

Bei der Ausgestaltung der Satzung fordern IHK und DEHOGA, den bürokratischen Aufwand so gering wie möglich zu halten. Nach Berechnungen der beiden Organisationen fallen für bei den Unternehmen Verwaltungskosten von bis zu 4,3 Mio. Euro an. Eine mögliche Kostenersparnis kann bei der Meldepflicht der Unternehmen erzielt werden. IHK und DEHOGA erachten es als sinnvoll, den bereits eingesetzten Meldeschein lediglich zu erweitern und keine neuen Meldeformulare einzuführen.

Tagestouristen sollten von der Abgabe ausgenommen sein. Der damit verbundene Aufwand an den Verkaufsstellen der betroffenen Einrichtungen wie Museen, Kinos oder Sportveranstaltungen rechtfertigt die Erhebung nicht. Die Berechnung der Abgabe sollte als gleicher Abgabebetrag pro Person und pro Übernachtung erfolgen. Sie ist im Gegensatz zu einer prozentualen Abgabe die praktikablere und transparentere Lösung. IHK und DEHOGA weisen auf den Informationsbedarf aller Beteiligten hin und fordern die Bereitstellung eines elektronischen Fragen- und Antwortkatalogs.

Die IHK Frankfurt und der DEHOGA Frankfurt fordern außerdem die Einbeziehung von Privatunterkünften, insbesondere solcher, die über digitale Vermittlungsplattformen vermittelt werden.

■ IHK Bonn: Bettensteuer verursacht Bürokratiekosten von 504.000 Euro

Mit 504.000 Euro Bürokratiekosten werden die Bonner Hotels durch die städtische Bettensteuer belastet. Das hat eine Untersuchung der IHK Bonn/Rhein-Sieg zu den „Auswirkungen der Beherbergungssteuer auf die Bonner Hotellerie“ ergeben. „Im Vergleich zum geschätzten Beherbergungssteueraufkommen von 1,048 Millionen Euro zeigt sich, dass diese Branchen-Sondersteuer in keinem besonders günstigem Verhältnis zum Aufwand steht“, kommentiert IHK-Geschäftsführer Professor Dr. Stephan Wimmers: „Jeder eingenommene Euro an Beherbergungssteuer in der Hotellerie verursacht 48 Cent Bürokratiekosten. Insgesamt lassen die Ergebnisse unserer Umfrage darauf schließen, dass kleinere Hotels tendenziell stärker unter den Bürokratiekosten der Beherbergungssteuer leiden als größere. Hinzu kommen noch der Verwaltungsaufwand bei der Stadt Bonn sowie die negativen Folgen für die touristische Attraktivität der Stadt, denn schließlich hat der Gast nun weniger Geld vor Ort zur freien Verfügung.“

Die Bürokratiekosten, die bei den Unternehmen entstehen, die ihren Mitarbeitern eine Bescheinigung über den dienstlichen Anlass der Reise ausstellen müssen, bleiben für die vorliegende Berechnung unberücksichtigt. Ebenfalls außen vor bleiben in den Berechnungen die zu veranschlagenden Kosten für die Aufbewahrung der Akten, deren datenschutzgerechte Vernichtung nach fünf Jahren und die Kosten für die Umprogrammierung der Hotelsoftware. Gleiches gilt für die anfallenden, höheren absoluten Kreditkartengebühren für den erhöhten abzubuchenden Betrag und den zusätzlichen Aufwand für die quartalsweise zu erstellende Steuererklärung.

■ IHK Halle-Dessau: Positionspapier zur Tourismusförderung in Sachsen-Anhalt



Michael Pirl, Vizepräsident und Tourismusausschussvorsitzender der IHK Halle-Dessau zur Tourismusförderung

Ansprechpartnerin:
Antje Bauer
IHK Halle-Dessau
Telefon: 0345 / 2126262
E-Mail: abauer@halle.ihk.de

Michael Pirl, Vizepräsident und Tourismusausschussvorsitzender der IHK Halle-Dessau, fasst das Positionspapier des IHK-Tourismusausschusses zusammen: Vom Tourismus profitieren viele. Neben Hotellerie und Gastronomie gilt dies auch für andere Branchen – vor allem Händler und Dienstleister – sowie nicht zuletzt für die Kommunen der Reiseregionen. Dies macht Tourismusförderung zu einer Gemeinschaftsaufgabe. Sie braucht eine langfristige und tragfähige Strategie und eine proaktive Politik. Dazu gehört erstens ein klares Bekenntnis der Landesregierung zum Tourismus und dessen Stellenwert in der wirtschaftlichen Gesamtstrategie des Landes. Dann ist zweitens Planungssicherheit über Legislaturperioden hinweg zu garantieren. Die IHK macht sich drittens für eine zündende und nachfragegerechte Kommunikations- und Marketingstrategie stark. Für deren Umsetzung schließlich sind viertens verlässliche Rahmenbedingungen zu schaffen und fünftens eine ausreichende Finanzierung sicher zu stellen.

So wird empfohlen, die Landesmittel für Tourismusmarketing beziehungsweise den Haushalt der Investitions- und Marketinggesellschaft signifikant aufzustocken. Zudem werden Mittel benötigt um die touristische Infrastruktur zu erhalten und auszubauen. In den öffentlichen Haushalten gilt es bestehende Finanzlücken zu schließen, Ausgaben zu senken und Einnahmen zu erhöhen. Das heißt, vorhandene – und bisher nicht vollständig ausgeschöpfte – Finanzierungsinstrumente gehören auf den Prüfstand. Dann gilt es, Fördermittel und alternative Finanzierungsquellen zu erschließen. Schließlich sollten die Kommunen zusätzliche Eigenmittel generieren. Gemeint sind allerdings nicht „Bettensteuern“ und „Kulturförderabgaben“. Grundsätzlich sollten freiwillige Finanzierungsmodelle gegenüber verpflichtenden prioritär behandelt werden.

■ Wassertourismus: Offener Brief im Bundestag übergeben



Parlamentarisches Frühstück im Jakob-Kaiser-Haus, Foto: B. Nitsche / IHK Potsdam

Im November haben Tourismusorganisationen, die Industrie- und Handelskammern der Länder Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern sowie Wassersportverbände aus Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein mit einem offenen Brief auf die Risiken für den entwickelten Wassertourismus durch das „Wassertourismuskonzept“ des BMVI, das Bundesprogramm „Blaues Band Deutschland“ und die Reform der Wasser- und Schifffahrtsverwaltung aufmerksam gemacht. Das Papier wurde den Mitgliedern der Ausschüsse für Tourismus, Sport, Finanzen, Verkehr und digitale Infrastruktur des Deutschen Bundestags bei einem Parlamentarisches Frühstück im Jakob-Kaiser-Haus in Berlin vorgestellt.

Ansprechpartnerin:
Barbara Nitsche
IHK Potsdam
Telefon: 0331 / 2786-163
E-Mail: barbara.nitsche@ihk-potsdam.de

Die Unterzeichner des Offenen Briefes befürchten, dass sich der Bund immer mehr aus der Verantwortung für den Erhalt und die Unterhaltung der Bundeswasserstraßen ziehen will. Von der Bundesregierung würden jedoch Lösungen erwartet, die die Lebensgrundlagen auf und an den Wasserstraßen nicht gefährden und Tourismus und Naturschutz nicht zu Gegenpolen aufbauen. Bereits jetzt führten verringerte Investitionen zu unklaren Perspektiven für die „Sonstigen Wasserstraßen“ und in der Verantwortung des Bundes liegende Bauwerke wie zum Beispiel Schleusen. Eine Renaturierung einer großen Anzahl an Gewässern könne zu gravierenden Einschränkungen der wassertouristischen Nutzung führen, wodurch das dichte, gut ausgebaute Netz auseinanderzufallen drohe.

■ Grundsatzpositionspapier „Tourismus in Oberbayern“ verabschiedet

Die IHK für München und Oberbayern fordert ein klares Bekenntnis der Politik zum Wirtschafts- und Standortfaktor Tourismus in Oberbayern. Tourismus ist eine Schlüsselbranche, die einen grundlegenden Beitrag zur Wertschöpfung in München und Oberbayern leistet. Daher hat sich der IHK-Tourismusausschuss ausführlich mit aktuellen und grundsätzlichen Herausforderungen der Branche auseinandergesetzt. Die Themen wurden intensiv diskutiert und die verschiedenen Positionen vielfach abgewogen. Das Ziel, ein umfassendes Positionspapier zu verabschieden, das die vielfältigen Interessen der Tourismuswirtschaft in München und Oberbayern vertritt, ist gelungen. Das Grundsatzpositionspapier zum Tourismus wurde am 7. Dezember 2016 von der IHK-Vollversammlung einstimmig verabschiedet und liefert nun die Grundlage für eine Diskussion auf Augenhöhe mit politischen Entscheidungsträgern. Folgende Themen bilden den inhaltlichen Kern:

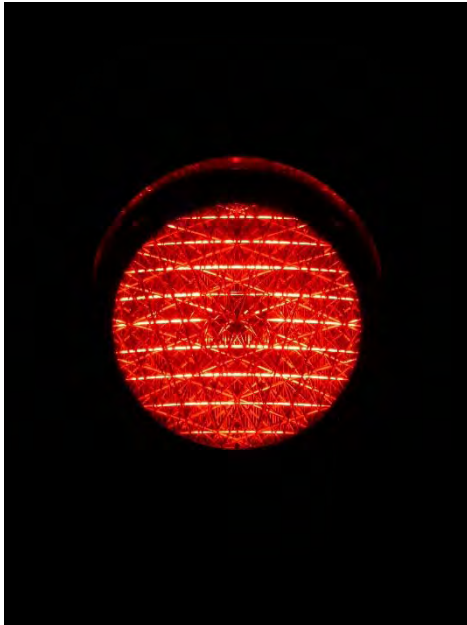
- Wertschätzung der Bedeutung des Tourismus für die Wirtschaft und Gesellschaft durch die Politik
- Digitalisierung im Tourismus – innovativer Wachstumstreiber für die Branche
- Tourismusstrukturen – durch erhöhte Effizienz zu nachhaltigem Erfolg
- Aktive Tourismuspolitik – Finanzierung durch Fördermittel als gestaltendes Instrument
- Aus- und Weiterbildung – wichtige Investition in die Zukunft

Download des Positionspapiers unter:
<https://goo.gl/LIULW0>

Ansprechpartnerin:
Claudia Schlehbach
IHK für München und Oberbayern
Telefon: 089 / 5116-1172
E-Mail: schlehbach.claudia@muenchen.ihk.de

Das Positionspapier dient in erster Linie der Interessenvertretung der Tourismuswirtschaft in Oberbayern. Daneben soll das Papier als Diskussionsgrundlage zu aktuellen Themen dienen, v.a. im Hinblick auf bevorstehende Wahlen.

■ „Hygieneampel“ in NRW geht am Ziel vorbei – IHK kritisiert neues Gesetz



Das in Nordrhein-Westfalen verabschiedete „Kontrollergebnis-Transparenz-Gesetz“ ist nach Ansicht der IHK Bonn/Rhein-Sieg und des DEHOGA Nordrhein e.V. nicht geeignet, dem Verbraucher Informationen über eine mögliche Gesundheitsgefährdung zu vermitteln – dies übernimmt die staatliche Lebensmittelkontrolle, indem sie den Betrieb entweder schließt oder geöffnet lässt. Das geplante „Hygienebarometer“, über das die Verbraucher etwa am Eingang eines Restaurants oder eines Lebensmittelgeschäftes die Ergebnisse der amtlichen Kontrollen erkennen sollen, informiert stattdessen lediglich über ergänzende Merkmale, die nicht im unmittelbaren Zusammenhang zu einer konkreten Gesundheitsgefährdung stehen. So liefert das Barometer im Zweifel irreführende Ergebnisse und stigmatisiert den betroffenen Betrieb. Zudem weist der Entwurf gravierende Rechtsmängel auf, so dass die IHK Bonn/Rhein-Sieg und DEHOGA Nordrhein e.V. das Gesetz ablehnen.

Aus Sicht von der IHK Bonn/Rhein-Sieg und DEHOGA Nordrhein e.V. ist es die Aufgabe der Kontrollbehörden, Betriebe zu schließen, deren Zustand eine Gesundheitsgefährdung darstellt. Das ist sinnvoll und sollte auch so bleiben. „Wenn ein Betrieb nach behördlicher Auffassung geöffnet bleiben darf, sollte es dem Verbraucher überlassen sein, sich ein Bild über die Qualität des jeweiligen Anbieters zu machen. Staatliches Handeln ist hier nicht notwendig, zumal im Internet eine Vielzahl an Bewertungsplattformen verfügbar ist“, so IHK Geschäftsführer Prof. Dr. Stephan Wimmers.

Ansprechpartner:
Prof. Dr. Stephan Wimmers
IHK Bonn/Rhein-Sieg
Telefon: 0228 / 2284-142
E-Mail: wimmers@bonn.ihk.de

■ DZT, DIHK und AHK-Netz schließen Kooperationsvertrag

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und das Netz der Deutschen Auslandshandelskammern, Delegationen und Repräsentanzen (AHK-Netz) intensivieren ihre Zusammenarbeit im In- und Ausland.

Eine entsprechende Kooperationsvereinbarung unterzeichneten Petra Hedorfer, Vorstandsvorsitzende der DZT, Volker Treier, stellvertretender Hauptgeschäftsführer des DIHK, und AHK-Weltsprecher Bernhard Steinrücke anlässlich der AHK-Weltkonferenz 2016.

Auf Basis der Vereinbarung wollen die Beteiligten ihre Zusammenarbeit noch enger abstimmen und sowohl auf konzeptionell-strategischer als auch auf operativ-praktischer Ebene Synergien erzeugen. Im Mittelpunkt stehen die Nutzung von Chancen der Globalisierung, gemeinsame Marktauftritte und Knowledge-Management.

Partner wollen sich enger abstimmen und Synergien nutzen

Ansprechpartner:
Mark Potstada
DIHK e.V.
Telefon: 030 / 20308-2420
E-Mail: potstada.mark@dihk.de

Digitalisierung



*Haben Sie eine digitale Geschichte?
Bis zum 8. Mai können sich Unternehmen
mit bis zu 500 Mitarbeitern bewerben.
Die Gewinner werden am 15. Juni beim
G20 Young Entrepreneurs' Alliance Summit
in Berlin vorgestellt.*

Ansprechpartnerin:
Linda van Renssen
DIHK e.V.
Telefon: 030 / 20308-2107
E-Mail: vanrenssen.linda@dihk.de

■ "We do digital": IHK-Organisation sucht Best-Practice-Beispiele

Wie gelingt der digitale Wandel? In ihrer bundesweiten Kampagne "We do digital" sucht die Organisation der Industrie- und Handelskammern (IHKs) ab sofort Gesichter und Geschichten rund um die Wirtschaft 4.0.

Ob es um den Einsatz digitaler Assistenzsysteme geht, um den bedarfs-gesteuerten Materialfluss oder "nur" um innovative Bezahlverfahren: In Deutschland gibt es – gerade in kleinen und mittelständischen Unter-nehmen – viele Erfolgsgeschichten rund um die Digitalisierung.

Die Initiative "We do digital" will diese Beispiele an die Öffentlichkeit bringen und damit anderen Betrieben Mut machen.

Im Vordergrund der Kampagne stehen die Unternehmer, die ihre Best-Practice-Beispiele vorstellen. Sie berichten, welche Konsequenzen die Digitalisierung für die eigene Branche mitbringt und wie sie es ge-schafft haben, diese Veränderungen positiv für sich zu nutzen.

Alle Infos und die Möglichkeit zur Teilnahme gibt es unter der Adresse www.wedodigital.de.

■ Start des neuen „Online-Lotsen-Checks“ für saarländische Hotel- und Gastronomiebetriebe

Damit die Hotel- und Gastronomiebetriebe im Saarland ihre eigenen touristischen Dienstleistungen selbst besser einschätzen können, hat Wirtschaftsministerin Anke Rehlinger in einer Pressekonferenz am Montag, 2. Mai 2016, den Startschuss für den neuen Online-Lotsen-Check gegeben.

„Das Ziel des Online-Lotsen-Checks ist es, saarländischen Hoteliers und Gastronomen zeit- und ortsunabhängig online die Möglichkeit zu ge-ben, an ihrer touristischen Dienstleistungsqualität zu arbeiten. Die Wettbewerbsfähigkeit der kleinen und mittleren Unternehmen soll ge-stärkt und das Saarland als Reiseziel noch attraktiver gemacht werden“, so Rehlinger.

Die Nutzer arbeiten online mit Checklisten zu branchenspezifischen Themen, wie beispielsweise Kundenbindung, Beschwerdemanagement oder auch Marketing. Für bearbeitete Checklisten erhält der Nutzer Punkte, die auf seinem Lotsenpunktekonto gutgeschrieben werden. Der Nutzer kann sich so in fünf Levels weiterentwickeln und erhält für je-den erreichten Level eine Belohnung. Diese gibt es in Form von verbil-ligten bis zu kostenlosen Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen oder Werbepakete.

Das Wirtschaftsministerium hat mit seinen Projektpartnern DEHOGA und IHK Saarland die Tourismus Zentrale Saarland mit der Umsetzung des Online-Projektes beauftragt. Der Online-Tourismuslotse ist unter www.tourismuslotse.saarland zu finden.



Vorstellung des Online-Tourismus-Lotsen Saarland durch die Projektpartner

Ansprechpartner:
Leander Wappler
IHK Saarland
Telefon: 0681 / 9520-210
E-Mail: leander.wappler@saarland.ihk.de

■ Das Hotel der Zukunft wurde in Mannheim und Schiltach gesucht



Bei zwei Veranstaltungen waren rund einhundert Hoteliers aus Baden-Württemberg der Frage nach neuen Konzepten und Innovationen auf der Spur. Zunächst ging es nach Schiltach, wo auf Einladung der weltbekannten Firma Hansgrohe die Themen Design und Badgestaltung im Vordergrund standen. Im Mannheim STAYTION/SYTE Hotel lag einen Monat später der Schwerpunkt auf Gastronomie, Bar und Hotelrestauration.



Im Mittelpunkt stand jeweils die Vorstellung des Forschungsprojekts „FutureHotel“ des Fraunhofer-Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation. Seit 2008 forscht das Institut an zentralen Fragestellungen bezüglich des Hotels der Zukunft. Dabei werden zukünftige Entwicklungen und Gastbedarfe vorausgedacht sowie neue Technologien entwickelt und erprobt. Diese gewonnenen Erkenntnisse werden dann mit Partnern aus der Hotellerie wie etwa dem Hotel Schani in Wien oder den SI-Suites in Stuttgart umgesetzt. Somit werde die Vision vom Hotel der Zukunft zum Leben erweckt.



Bildunterschrift: v. l. n. r.: Thomas Albiez (IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg), Dr. Wolf-Rüdiger Michel (Landrat des Landkreises Rottweil), Vanessa Borkmann (Fraunhofer IAIO) und Thorsten Klapproth (Vorsitzender des Vorstands der Hansgrohe SE).
Foto: Anne Spreitzer, IHK

Konkrete Ergebnisse aus der Forschung sind beispielsweise die individuelle, spezifische Hotelzimmerauswahl des Gastes analog zur Sitzplatzauswahl im Flugzeug, Konzepte zur zeitlich flexiblen Hotelzimmerbuchung sowie automatisierte Check-in- und Check-out-Prozesse.

Mittels Digitalisierung sind auch die Mitarbeiter effizienter einsetzbar, denn beispielsweise Kundenanfragen oder Probleme in einzelnen Hotelzimmern (z. B. defekte Glühbirnen oder Fernseher) könnten schneller bearbeitet bzw. behoben werden. Dabei spiele die Form der Hardware, d. h. Smartphone, Tablet oder beispielsweise iWatch, keine Rolle.

Trotz der rasant fortschreitenden technischen Entwicklung sei dem Gast nach wie vor der menschliche Kontakt wichtig. Die Technik müsse so eingesetzt werden, dass der Mitarbeiter mehr Zeit für die Kunden hat. Entsprechend entscheide jedes Hotel individuell zwischen dem Anteil an technischer Unterstützung und an Menschen in den jeweiligen Arbeitsabläufen.

Ansprechpartnerinnen:
Anne Spreitzer
 IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg
 Telefon: 07721 / 922- 156
 E-Mail: spreitzer@vs.ihk.de
Elke Schönborn
 IHK Nordschwarzwald
 Telefon: 07441 / 86052-17
 E-Mail: schoenborn@pforzheim.ihk.de

In Impulsvorträgen und Workshops wurde anschließend mit Experten aus der Branche und den eingeladenen Unternehmern sehr praxisnah diskutiert. Ergebnis: Das EINE Erfolgsrezept gibt es nicht. So muss jeder Hotelier und Gastronom sein authentisches und regionales Rezept finden. Was allerdings sicher ist: Die Digitalisierung in allen Arbeitsbereichen wird sich in der Branche mehr und mehr durchsetzen – und sollte genutzt werden, um Prozesse zu optimieren und Gästezufriedenheit zu erreichen.

Tourismuswirtschaft unter Digitalisierungsdruck



IT-Sicherheit & Rechtslage sorgt Reisebranche

Branche bereit, zu mehr Digitalisierung

Ansprechpartnerin:
Barbara Nitsche
IHK Potsdam
Telefon: 0331 / 2786-163
E-Mail: barbara.nitsche@ihk-potsdam.de

■ Brandenburg: Gastgewerbe unzureichend mit Internet versorgt

Wie die Branche die Rahmenbedingungen einschätzt und anstehenden Herausforderungen begegnet, haben die IHKs des Landes Brandenburg im Rahmen der Konjunkturumfrage Tourismus Herbst 2016 abgefragt. Fast die Hälfte des märkischen Gastgewerbes zeigte sich unzufrieden mit der Internetversorgung. Hemmnisfaktoren gehen von Breitband über IT-Sicherheit bis hin zu rechtlichen Unsicherheiten. Alles in allem ist die Branche bereit, in die Digitalisierung ihres Geschäftes zu investieren, da diese längst nicht mehr nur ein Wettbewerbsfaktor für die großen Akteure am Markt ist.

Als größtes Hemmnis auf dem Weg zur Digitalisierung nennen die Unternehmer die unzureichende Breitbandabdeckung. Für rund 95 Prozent der Brandenburger Unternehmen aus Gast- und Reisegewerbe ist ein Breitband-Internetanschluss sehr wichtig bis wichtig. Nur etwas mehr als die Hälfte der Befragten aus dem Beherbergungs- und Gastgewerbe ist jedoch zufrieden mit dem Netz, im Reisegewerbe sind es 65 Prozent.

Auch Probleme mit der IT-Sicherheit und rechtliche Unsicherheiten sehen die Unternehmer kritisch. Die Urteile zur Störerhaftung sowie die Gesetzesänderungen für Registrierkassen waren für die Branche in diesem Jahr eine besondere Herausforderung. Zunehmend treten branchenfremde Unternehmen – wie aus der digitalen Wirtschaft – in den Markt ein, die Online-Lösungen für Reservierungen, Buchhaltung und viele weitere Prozesse in Gastronomie und Hotellerie anbieten. Diese erhöhen den Wettbewerbsdruck auf das Gastgewerbe.

Bisher riskieren die WLAN-Anbieter kostenpflichtige Abmahnungen, wenn Gäste über das zur Verfügung gestellte Netzwerk die Urheberrechte Dritter verletzen.

Die Unternehmen der Reisebranche sehen als größtes Hemmnis die IT-Sicherheit (33 Prozent), gefolgt von rechtlichen Unsicherheiten (30 Prozent), wie bei der Umsetzung der EU-Pauschalreiserichtlinie in nationales Recht. Rund ein Drittel der Befragten des Reisegewerbes ist hingegen optimistisch und sieht keine Hemmnisse. Im Reisegewerbe gehören schon seit langem Software und digitale Medien zum Arbeitsalltag.

Im Gastgewerbe ist das Thema digitale Medien nicht mehr nur Wunsch, sondern Teil des Kerngeschäfts. So möchten die befragten Unternehmen in WLAN für Gäste (55 Prozent), IT-Ausstattung / Hardware (41 Prozent) sowie in Software (39 Prozent) investieren.

Die Unternehmen des Reisegewerbes planen Investitionen vorrangig in Software (52 Prozent) und in die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter (44 Prozent) sowie in die IT-Sicherheit (43 Prozent). Die Qualifizierung von Mitarbeitern ist dabei eine Schlüsselmaßnahme, um auf die Herausforderungen des digitalen Wandels einzugehen und zu bestehen.

■ **Intensivseminare: Gastrobewertungen richtig nutzen & Gästekritik erfolgreich meistern**

Für jeden Gast gehört es zum Standard, sich bei der Auswahl eines Hotels für die anstehende Dienstreise oder den geplanten Urlaub vorab im Internet zu informieren. Bewertungsportale verschaffen dabei alle notwendigen Informationen und geben durch die persönlichen Einträge der Gäste ein Gefühl der Sicherheit. Inzwischen entscheiden sich auch immer mehr Gäste aufgrund von Onlinebewertungen für oder gegen ein Restaurant. Der falsche Umgang mit Gästefeedback kann zu negativen Online-Bewertungen führen.

Die IHK führte in Kooperation mit DEHOGA Saarland und Tourismus Zentrale Saarland die genannten Halbtages-Intensivseminare durch. Das Weiterbildungsangebot wird 2017 fortgeführt.

Ansprechpartner:
Leander Wappler
IHK Saarland
Telefon: 0681 / 9520-210
E-Mail: leander.wappler@saarland.ihk.de

Fachkräftesicherung



Studienergebnisse zum Download:
<http://bit.ly/2aNLGss>

Ansprechpartner:
Falk Hassenpflug
IHK Osnabrück - Emsland - Grafschaft
Bentheim
Telefon: 0541 353-215
E-Mail: hassenpflug@osnabrueck.ihk.de



Ansprechpartnerinnen:
Karolin Walch/ Nadine Heusing
IHK Südthüringen
Telefon: 03681 / 362-414/ -205
E-Mail: walch@suhl.ihk.de/
heusing@suhl.ihk.de

■ IHK-Studie: Wachstum im Tourismus setzt Fachkräfte voraus

„Das Gastgewerbe ist ein wichtiger Arbeitgeber in unserer Region. Damit das weitere Wachstum gesichert ist, müssen die Betriebe auch künftig in ausreichender Zahl über qualifiziertes Personal verfügen. Der Arbeitsmarktmonitor Tourismuswirtschaft analysiert die aktuelle Situation im Detail. Durch ihn können wir jetzt die wichtigsten Handlungsfelder der Zukunft identifizieren“, so IHK-Hauptgeschäftsführer Marco Graf zu der Zielsetzung. Erstmals wurde 2016 das vom Landkreis Osnabrück entwickelte Instrument des Arbeitsmarktmonitors gemeinsam von der IHK, dem DEHOGA sowie den regionalen Wirtschaftsförderungen und Tourismusverbänden auf die Tourismuswirtschaft angewandt. Über 300 Unternehmen haben sich an der Befragung beteiligt. Darüber hinaus sind auch rund 800 junge Menschen in Ausbildung befragt worden.

Der fast 100 Seiten starke Bericht zeigt auf, dass bereits heute ein deutlicher Mangel an Fachkräften in der Tourismuswirtschaft besteht. Dies betrifft besonders die Berufsgruppe der Köchinnen und Köche. Mehr als die Hälfte der Unternehmen bietet offene Stellen für diese Berufsgruppe an. Auch für Restaurantfachfrauen und -männer sowie Auszubildende in Service und Küche sind in mehr als einem Drittel der Unternehmen Stellen zu besetzen. Mehr als die Hälfte aller befragten Betriebe bildet aus unterschiedlichen Gründen allerdings selbst nicht aus. Im Gastronomiebereich betrifft dies sogar zwei Drittel aller Betriebe. Auch müssten sich die Betriebe bei der Suche nach Personal stärker auf neue Kommunikationswege stützen. So suchten die Bewerber vor allem im Internet und über die sozialen Netzwerke nach interessanten Angeboten. Zu den Themen Arbeitgebermarketing und Qualifizierung werden die IHK, DEHOGA und die Landkreise auch 2017 Workshops für Betriebe anbieten.

■ BerufsErlebnisMesse „Leidenschaftlich Gas(t) geben“

Im Rahmen der ersten BerufsErlebnisMesse für den Tourismus machte die IHK Südthüringen gemeinsam mit Unternehmen aus Gastronomie und Tourismus die wichtigsten Berufsbilder erlebbar und gab jungen Menschen die Chance, diese abwechslungsreiche Branche für sich zu entdecken. In der Viba Nougat-Welt Schmalkalden wurden spannende Erlebniswelten mit Mitmachaktionen in sieben Berufsfeldern des Tourismus vorgestellt. In der Plauderlounge gab es die Möglichkeit Fachimpulse zu bekommen oder Gespräche mit Azubis und Persönlichkeiten aus der Branche zu führen. Unternehmen konnten sich durch eigene Aktion in einem Ausbildungsberuf oder durch einen Messe-Stand präsentieren. Am 24. April 2017 präsentiert die IHK die BerufsErlebnis-Messe übrigens zum zweiten Mal!

■ IHK Erfurt und DEHOGA Thüringen würdigen Qualität in der Ausbildung

Ausgezeichnet wurden:

- *Arcona Hotel auf der Wartburg, Eisenach*
- *Asklepios Klinik Kurhaus am Burgsee, Bad Salzungen*
- *Hotel Anna Amalia, Weimar*
- *Hotel an der Therme, Bad Sulza*
- *Klausenhof, Bornhagen*
- *Mercure Hotel Erfurt Altstadt.*

Die Industrie- und Handelskammer Erfurt und der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband Thüringen e.V. (DEHOGA) haben jetzt sechs Unternehmen aus Nord- und Mittelthüringen mit dem Prädikat „Garantierte Ausbildungsqualität im Hotel- und Gastgewerbe“ ausgezeichnet. Damit werden das besondere Engagement und die Einhaltung anspruchsvoller Qualitätskriterien in der Berufsausbildung gewürdigt.



Foto: IHK ERFURT

In Zusammenarbeit mit dem DEHOGA Thüringen und der Universität Erfurt habe die IHK deshalb im Jahr 2013 ein Zertifizierungsverfahren entwickelt, das neun anspruchsvolle Kriterien beinhaltet und weit über die Regeln des Berufsbildungsgesetzes und der Ausbildungsordnung hinausgeht. Betriebe mit einem besonderen Engagement und einer hohen Qualität in der Lehre können dann das Prädikat „Garantierte Ausbildungsqualität im Hotel- und Gastgewerbe“ erreichen.

■ Learning Tourism: Internationales Know How

LeTo – Learning Tourism – ist ein Projekt des EU Erasmus+-Programms. Es dient der internationalen Zusammenarbeit in der Ausbildung und verfolgt das Ziel, den Austausch zwischen Studenten und Auszubildenden der Tourismusbranche in den teilnehmenden Regionen zu befördern. Projektpartner sind neben der IHK Schwaben touristische Bildungs- und Wirtschaftsförderungseinrichtungen der Regionen Allgäu, Breda und Lappland. Die Möglichkeit eines Auslandsaufenthalts erhöht die Attraktivität der touristischen Ausbildung und bietet den Unternehmen Chancen neue Arbeitsmärkte zu erschließen. Ferner sollen Wege gefunden werden, wie das im Ausland gewonnene Know-How in der Heimatbildungseinrichtung und den Unternehmen nutzbar gemacht werden kann und wie die Tourismuswirtschaft der aussendenden Länder in Form von Wissenstransfer profitieren kann.



Ansprechpartnerin:

Ulrike Weber

IHK Schwaben

Telefon: 0821 / 3162-172

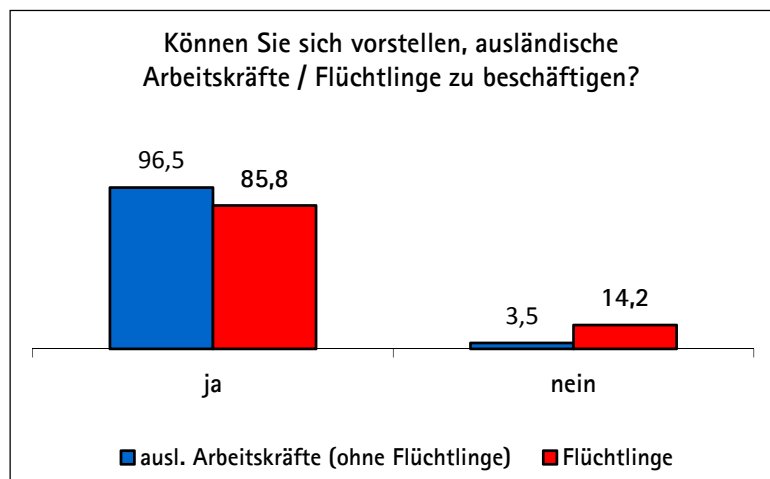
E-Mail: ulrike.weber@schwaben.ihk.de

■ Niedersachsen: Integrationsmotor Gastgewerbe

Ausländische Arbeitskräfte – auch Flüchtlinge – sind in Niedersachsens Gastgewerbe willkommen. Vor der praktischen Umsetzung sind allerdings viele Hürden zu meistern, so eine Untersuchung unter Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben im Frühsommer 2016.

Grundsätzlich ist die Bereitschaft, ausländische Fachkräfte und auch Flüchtlinge zu beschäftigen, ausgesprochen hoch. Dabei kommen alle möglichen Beschäftigungsverhältnisse in Frage; am ehesten eine geringfügige Beschäftigung.

Weitere Ergebnisse unter www.n-ihk.de/publikationen/Fokus-Niedersachsen



Gastgewerbe, in Prozent, Quelle: Fokus Niedersachsen Juni 2016

Die praktische Umsetzung ist allerdings nicht einfach. Das spiegelt sich auch in den konkreten Einstellungsplänen der Betriebe wider: Während 96 Prozent sich grundsätzlich vorstellen können, ausländische Arbeitskräfte zu beschäftigen, haben „nur“ 64 Prozent konkrete Absichten. 86 Prozent können sich grundsätzlich Flüchtlinge als Mitarbeiter vorstellen, konkrete Pläne haben wiederum „nur“ 39 Prozent.

Der hohe bürokratische Aufwand, der sowohl Arbeitswillige als auch potenzielle Arbeitgeber häufig zu langen Wartezeiten zwingt, schreckt potenzielle Arbeitgeber ab. Auf der anderen Seite stellen sich auch ganz praktische Probleme, allen voran Sprachbarrieren.

Die IHKs haben ihr Beratungsangebot für Betriebe mit der Bereitschaft, ausländische Arbeitskräfte und Flüchtlinge einzustellen, erheblich ausgeweitet. Ebenso wurden zahlreiche Veranstaltungen durchgeführt und Netzwerke ins Leben gerufen.

Ansprechpartnerin:
Christina Schrödter
 IHK Lüneburg-Wolfburg
 Telefon: 04131 / 742 141
 E-Mail: schroedter@lueneburg.ihk.de

■ IHK Trier und Koblenz: Bester Ausbildungsbetrieb in der Gastronomie und Hotellerie gesucht

Nach der erfolgreichen Premiere 2015 vergaben die Industrie- und Handelskammern Trier und Koblenz zum zweiten Mal das Qualitätssiegel „Hervorragender Ausbildungsbetriebe der Hotellerie und Gastrono-

Ansprechpartner:
Normann Burg
IHK Trier
Telefon: 06 51 / 9777-3 20
E-Mail: burg@trier.ihk.de

mie" – gemeinsam mit dem dualen Partner, den Berufsbildenden Schulen, den Agenturen für Arbeit und dem deutschen Hotel- und Gaststättenverband Rheinland-Pfalz e. V. (DEHOGA).

Das Siegel zeichnet Unternehmen aus, die sich deutlich über das normale Maß hinaus in der Ausbildung engagieren. Es soll Jugendlichen vor Augen führen, welche spannenden Ausbildungsbetriebe auf sie warten und wiederum ein Ansporn für andere Betriebe sein, sich in der Ausbildung zu engagieren, um wieder mehr Nachwuchskräfte für einen Beruf in Hotellerie und Gastronomie begeistern zu können.

Bewerben konnten sich Gastronomen und Hoteliers, die als aktive Ausbildungsbetriebe in den Zuständigkeitsbereichen der IHKs Trier und Koblenz geführt werden und die Ausbildungen anbieten, die über die grundlegenden Qualitätsanforderungen hinausgehen – sei es durch Qualitätspraktika, Beteiligungen an Berufsorientierungsprojekten, Schulaktionen und Messen oder durch das Unternehmen intensiv begleitete Prüfungsvorbereitungen.

Die Auszeichnung dient potenziellen Auszubildenden, Eltern und Berufsberatern als Empfehlung bei der Auswahl des geeigneten Ausbildungsbetriebs. Zudem können Unternehmen so ihr Qualitätsbewusstsein in der Ausbildung öffentlichkeitswirksam darstellen.

■ Erfolgsfaktor Familie im Gastgewerbe: Auszeichnung familienfreundlicher Arbeitgeber

Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel, Eric Schweitzer, Präsident des DIHK, und Guido Zölllick, Präsident des DEHOGA, würdigten am DEHOGA-Branchentag den vorbildlichen Einsatz von sieben Unternehmen für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie in der Gastronomie und Hotellerie.

In der Kategorie „Kleine und mittlere Unternehmen“ wurden geehrt:

- das Familotel Ebbinghof aus Schmalenberg in NRW
- der Landgasthof Rössle aus Stimpfach-Rechenberg in BW
- das Ringhotel Birke aus Kiel

In der Kategorie „Große Unternehmen“ ging die Auszeichnung an:

- die Hamburger Block Gruppe
- die Münchner Käfer-Gruppe
- die SEETELHOTELS von der Ostseeinsel Usedom

Einen Sonderpreis vergab die Jury an das Kunstcafé EinBlick in Kaarst (NWR) für sein beachtenswertes Arbeitsprojekt für Menschen mit geistiger Beeinträchtigung.



Foto: Jens Schicke

Download der Broschüre unter:
<https://goo.gl/Ejnhvc>

Ansprechpartnerin:
Jekaterina Rudolph
DIHK Service GmbH
Telefon: 030 / 20308 - 6102
E-Mail: rudolph.jekaterina@dihk.de

„Attraktive Arbeitsbedingungen spielen im Wettbewerb um die Fach- und Nachwuchskräfte eine immer wichtigere Rolle. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist dabei ein wichtiges Kriterium und eine Herausforderung, der sich die Unternehmen des Gastgewerbes frühzeitig stellen müssen. Es ist deshalb richtig und wichtig, besonders familienfreundliche Arbeitgeber zu würdigen. Sie zeigen, wie beides – Beruf und Familie – im Gastgewerbe funktionieren“ sagt Bundeswirtschaftsminister Gabriel.

Der DEHOGA Bundesverband und der DIHK stellten zudem die Broschüre „Vereinbarkeit von Beruf und Familie in der Hotellerie und Gastronomie. Aus der Praxis für die Praxis“ vor. Die Publikation stellt die Konzepte und Maßnahmen der ausgezeichneten sowie weiterer Unternehmen im Detail vor. Zudem enthält die Broschüre verschiedene Praxistipps für Unternehmerinnen und Unternehmer, die sich für eine familienbewusste Personalpolitik in ihrem Unternehmen einsetzen.

■ Mittler zwischen Muse und Mammon: Neuer Zertifikatslehrgang „Kulturmanager (IHK)“



In Museen, Theatern oder Konzertsälen stehen künstlerische Fragen oft höher im Kurs als ökonomische. Doch auch Kultur will finanziert sein. Wirtschaftliche Fragestellungen werden für die entsprechenden Einrichtungen immer wichtiger, unabhängig davon, ob diese in staatlicher oder privater Trägerschaft betrieben werden. Wie wirtschaftliche, kulturelle und künstlerische Belange miteinander in Einklang gebracht werden können, wissen Kulturmanager.

Wie lässt sich Kultur unter Berücksichtigung wirtschaftlicher Belange betreiben? Wie gelingt erfolgreiche Besuchergewinnung und -bindung? Wie werden Marketing und Kommunikation in diesem besonderen Umfeld erfolgreich? Professionelles Kulturmanagement erfordert ein solides Fundament aus rechtlichem, wirtschaftlichem, kommunikativem und kulturellem Know-how.

Dieses Wissen vermitteln die IHKs praxisnah und kompakt in dem neuen Zertifikatslehrgang „Kulturmanager (IHK)“: In sechs Modulen mit insgesamt 90 Lehrgangsstunden werden die Teilnehmer befähigt, die Vielfalt und Herausforderungen verschiedener Kulturbereiche zu gestalten und zu organisieren.

Dafür erwerben sie Kenntnisse rund um Zielgruppenansprache, Programmgestaltung, Kulturvermittlung und -marketing. Sie lernen, betriebswirtschaftliche und rechtliche Anforderungen zu erkennen und abzuwägen, und werden mit Methoden der Projektorganisation und des Kulturmanagements vertraut gemacht.

Das Angebot richtet sich an künstlerisch tätige Mitarbeiter oder Verwaltungsmitarbeiter aus der Kulturwirtschaft ebenso wie an freiberufliche Kulturschaffende, Kultur-, Musik-, Kunst-, Medien- und Geisteswissenschaftler oder Praktiker aus dem Kultur-, Kunst- oder Musikmanagement.

Ansprechpartner:
Florian Pröbsting
DIHK-Bildungs GmbH
Telefon: 0228 / 6205-150
E-Mail: proebsting.florian@wb.dihk.de

Wirtschaftsfaktor Tourismus



Foto: WIFA Zeiner Harz

Ansprechpartnerinnen:

Daniela Wiesner

IHK Halle-Dessau

Telefon: 0345 / 2126285

E-Mail: dwiesner@halle.ihk.de

Mandy Tanneberg

IHK Magdeburg

Telefon: 0391 / 5693140

E-Mail: tanneberg@magdeburg.ihk.de

Kurz- & Langfassung der Studie finden Sie unter: <https://goo.gl/nWOKsj>

Ansprechpartner:

Dr. Ulrich S. Soénius

IHK zu Köln

Telefon: 0221 / 1640-400

E-Mail: ulrich.soenius@koeln.ihk.de

■ Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt

Sachsen-Anhalt wird für Besucher immer attraktiver. Seit Jahren – mit Ausnahme des Hochwasserjahres 2013 – kennt die Zahl der Gästeankünfte und Übernachtungen nur eine Richtung: nach oben. Steigende Gästezahlen und Übernachtungen freuen vor allem Hoteliers und Gastronomen. Doch die positive Entwicklung wirkt sich beileibe nicht nur auf das Gastgewerbe aus. Der Tourismus beeinflusst darüber hinaus eine ganze Reihe von Branchen wie etwa Handel, Freizeitwirtschaft und Handwerk.

Diese große Bedeutung zu erfassen und zu bewerten, ist Aufgabe der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus in Sachsen-Anhalt“. Sie macht deutlich, dass der Tourismus einen wichtigen Beitrag zu Beschäftigung und Einkommen leistet. Es lohnt sich, Investitionen in ein qualitativ hochwertiges Tourismus-Angebot zu unterstützen. Denn von den Ausgaben der Reisenden profitieren viele Bereiche. Das gilt auch für die Kommunen – sie können von steigenden Steuereinnahmen profitieren, wenn sich die Rahmenbedingungen für den Tourismus verbessern. Die IHKn des Landes präsentierten die Ergebnisse in allen Reise-regionen Sachsen-Anhalts.

■ Wirtschaftsfaktor Musik-Clubs: Studie zur Kölner Club- und Veranstalterszene

Im Rahmen der c/o pop Convention wurde im August 2016 die Studie zur Kölner Club- und Veranstalterszene vorgestellt. Die Studie wurde vom Verband Klubkomm beauftragt, IHK Köln und das Kulturamt der Stadt Köln beteiligten sich an der Finanzierung. Sie liefert umfangreiche Erkenntnisse über die Strukturen der Kölner Club- und Veranstalterszene als Teil der urbanen Nachtökonomie. Damit wird den verantwortlichen Akteuren in Politik und Verwaltung eine wertvolle Datenbasis zur Verfügung gestellt, die es ihnen erleichtern kann, in der Zukunft Entscheidungen zu fällen.

Die Studie gibt Handlungsempfehlungen zu den folgenden Themen: Substanzerhalt und Standortsicherung, Tourismusmarketing, Genehmigungsbehörden, Lärmkonflikte sowie Anerkennung der kulturellen Relevanz der Kulturträger.

■ Analyse des Wirtschaftsfaktors Tourismus in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg



v. l. n. r.: Thomas Albiez (IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg), Dr. Wolf-Rüdiger Michel (Landrat des Landkreises Rottweil), Vanessa Borkmann (Fraunhofer IAO) und Thorsten Klapproth (Vorsitzender des Vorstands der Hansgrohe SE). Foto: Lothar Kraus, IHK

Die Region Schwarzwald-Baar-Heuberg ist per se keine eigenständige touristische Destination, sondern mit den Landkreisen Rottweil und Schwarzwald-Baar-Kreis Teil des Schwarzwaldes und mit dem Landkreis Tuttlingen zugehörig zur Schwäbischen Alb. Daher fehlte es bisher an Untersuchungen der touristisch bedingten wirtschaftlichen Effekte für die gesamte Region.

Die Studie zeigt nun: Insbesondere Tagesgäste und Geschäftsreisende werden in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg als touristische Klientel bisher oftmals unterschätzt. Dies wurde im Rahmen der Online-Umfrage unter touristischen Leistungsträgern bestätigt. Daher zielt eine der Handlungsempfehlungen der Studie darauf ab, die durchschnittlich mit ein bis zwei Tagen sehr kurze berufsbedingte Aufenthaltsdauer der Geschäftsgäste um ein oder mehrere Ferientage zu verlängern bei gleichzeitiger Erhöhung der Auslastung der Hotels am Wochenende.

Laut Studienergebnissen sollen Tagesgäste, vor allem aus Baden-Württemberg und der Schweiz, mit Gespür für Regionalität und Authentizität zu höheren Ausgaben – insbesondere in Gastronomie, Freizeiteinrichtungen und Einzelhandel – während ihres Aufenthalts in der Region motiviert werden.

Eine weitere Handlungsempfehlung betrifft vermehrte Kooperationen zwischen Wirtschaft und Tourismus. Industrieunternehmen sollten für die touristische Stärkung des eigenen Standorts gewonnen werden, wie dies bereits im Donaubergland der Fall ist. Dort haben führende Firmen beispielsweise Patenschaften für Premiumwanderwege übernommen.

Ferner sollte vermehrte Zusammenarbeit der Touristiker im Vordergrund stehen. So bieten sich vor allem touristische Netzwerke in den Kreisstädten, aber auch unter dem Dach der jeweiligen Destination, für Angebotsgestaltung, Marketing, Vertrieb, Einkauf von Dienstleistungen und regionalen Produkten, Qualitätsmanagement und Markenentwicklung, an.

Grundsätzlich gilt es, die regionale Politik und Verwaltung stärker für die Bedeutung des Tourismus zu sensibilisieren, denn Tourismusförderung ist gleichzeitig Standortförderung. Die „touristische Infrastruktur“ in Form von Wander- und Radwegen, Loipen etc. kommt schließlich nicht nur den Gästen, sondern auch den Bewohnern der Region zugute. Von Steuereinnahmen durch das Gastgewerbe und die Freizeiteinrichtungen profitiert der öffentliche Haushalt und Touristen tätigen ebenfalls Ausgaben in anderen Branchen wie dem regionalen Einzelhandel und in den Dienstleistungsunternehmen.

Ansprechpartnerin:
Anne Spreitzer
IHK Villingen-Schwenningen
Telefon: 07721 / 922-156
E-Mail: spreitzer@vs.ihk.de

■ **Bedeutender Wirtschaftsfaktor: Noch offene Potenziale für Tourismus im Hunsrück-Naheland**



Präsentation der Studie in der Europäischen Akademie Otzenhausen

Der Tourismus im Hunsrück-Naheland ist ein konstanter Wachstumsmotor für die Region. Die Branche zählt zu einer der bedeutendsten regionalen Wirtschaftsfaktoren. Neben dem Gastgewerbe profitieren auch der Einzelhandel und die Dienstleistungswirtschaft vor Ort ganz erheblich davon.

Die Arbeitsgemeinschaft Tourismus der Industrie- und Handelskammern (IHK) Koblenz, Trier und Saarland haben sich dem Tourismus in der Region jüngst in einer Studie gewidmet, die umfassender ausfällt als bisherige Untersuchungen. Rund 940 Millionen Euro Umsatz und 30 Millionen Aufenthaltstage kommen in den beiden Destinationen jährlich zusammen. Allein im vergangenen Jahr konnten fast 8,8 Millionen Übernachtungen im gewerblichen und privaten Sektor gezählt werden. Das sind rund fünf Millionen Aufenthaltstage mehr als der amtlichen Statistik zu entnehmen sind.

Der Grund: Erstmals wurden auch Daten zu Übernachtungen von Campern, Reisemobilisten, bei Privatvermietern sowie bei Freunden und Bekannten erhoben, um ein möglichst komplettes Bild der tourismusbedingten Wertschöpfung zu bekommen.



Die Kammern sehen in den Ergebnissen der Studie eine Bestätigung für das enorme Potenzial des Tourismus im Hunsrück-Naheland. Die Studie soll auch einen Beitrag zur zukunftsorientierten Weiterentwicklung der Destinationen und des Nationalparks Hunsrück-Hochwald liefern. Die Wertschöpfungsstudie wurde von der dwif-Consulting GmbH im Auftrag der IHKs erstellt.

Ansprechpartner:
Leander Wappler
IHK Saarland
Telefon: 0681 / 9520-210
E-Mail: leander.wappler@saarland.ihk.de

Anne Morbach
IHK Trier
Telefon: 06 51 / 97 77-240
E-Mail: morbach@trier.ihk.de

Christian Dübner
IHK Koblenz
Telefon: 0261 / 106-306
E-Mail: duebner@koblenz.ihk.de

■ Volle Kassen statt leerer Orte: BWIHK-Studie zu „Handel und Tourismus“



Die Studie erhalten Sie als Download auf der Website des BWIHK: <https://goo.gl/wNa49C>

Ansprechpartnerin:
Elke Schönborn
IHK Nordschwarzwald
Telefon: 07441 / 86052-17
E-Mail: schoenborn@pforzheim.ihk.de

Die Studie zeigt auf, welche Potenziale in Kooperationen zwischen Tourismusunternehmen, Stadtmarketing und Einzelhandel liegen. Die Tages- und Übernachtungsgäste in Baden-Württemberg geben jedes Jahr rund 20,3 Milliarden Euro im Land aus. Davon werden gut 7,2 Milliarden Euro, also mehr als ein Drittel, für Einkäufe ausgegeben. Die Untersuchung zeigt erfolgreiche Praxisbeispiele auf. Darüber hinaus wurden Konzepte entwickelt, um die Potenziale dieser Zielgruppe besser zu erschließen. Die Zahlen basieren auf den Berechnungen und Studien des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr an der Universität München (dwif e.V.).

Die Akteure aus Handel wie auch Tourismus betrachten ihre Gäste und Kunden noch ohne den nötigen Seitenblick auf Synergien. Diese Potenziale sollten aus Sicht der Baden-Württembergischen Industrie- und Handelskammern noch stärker erschlossen werden. Es ist erstaunlich wie selten konkrete Maßnahmen, etwa im Rahmen des Stadt- und Citymanagements, unternommen werden, um den Umsatz mit den Touristen zu steigern. Deshalb ist das zentrale Anliegen dieser Broschüre, den Einzelhändlern, den Tourismusunternehmen und den Citymanagern zu vermitteln, dass sich durch intensive Zusammenarbeit zusätzliche Marktchancen ergeben können.

Eine Gegenüberstellung der von Tages- und Übernachtungsreisen profitierenden Wirtschaftszweige zeigt deutliche Unterschiede: Bei Tagesreisen überwiegen die Ausgaben für Einzelhandelsprodukte; sie erreichen einen Anteil von 47,6 Prozent. Der Gastronomie kommen fast 30 Prozent zugute. Bei Übernachtungsreisen dominieren dagegen die Ausgaben für Unterkunft und Verpflegung, während auf den Einzelhandel 17,3 Prozent entfallen. Bei gezielten Shopping-Ausflügen wird mit Abstand am meisten Geld im Zielgebiet gelassen. In unserem Land werden dabei pro Kopf über 80 Euro und damit mehr als im Bundesdurchschnitt ausgegeben.

■ IHK Trier: Branchenportrait Hotel- und Gaststättengewerbe

Die Region Trier ist das beliebteste Urlaubsziel in Rheinland-Pfalz. Das gilt zumindest mit Blick auf die sogenannte Tourismusintensität. Diese gibt das Verhältnis zwischen den Einwohnern und der Zahl an Übernachtungen in einer Region an. „Mit einem Wert von 13.307 ist die Tourismusintensität in der Region Trier sogar zweieinhalb Mal so hoch wie im gesamten Land (5.372)“, sagt IHK-Tourismusreferentin Anne Kathrin Morbach. Vor allem die Landkreise Bernkastel-Wittlich (23.790) und Vulkaneifelkreis (23.932) liegen deutlich vor den restlichen Landkreisen.

Neben der Entwicklung der Gäste- und Übernachtungszahlen findet auch die Beherbergungsstruktur Eingang in das Branchenportrait. „Erfreulich ist, dass die durchschnittliche Bettenauslastung in der Region Trier mit 34 Prozent über dem rheinland-pfälzischen Durchschnitt liegt“, stellt Morbach fest. Besonders hoch sei die Auslastung in der Stadt Trier.

Die Gesamtzahl aller Gäste und Übernachtungen hat sich in der Region im vergangenen Jahr dagegen kaum im Vergleich zum Vorjahr geändert. Während insgesamt mehr als 25 Millionen Übernachtungen in Rheinland-Pfalz registriert wurden, ging die Zahl in Trier minimal zurück. Ebenso bei der Zahl der Gäste, liegt die Region Trier mit einer Steigerung von 0,4 Prozent hinter dem rheinland-pfälzischen Durchschnitt (2,8 Prozent).

Besonders erfreulich ist die gestiegene Zahl, sozialversicherungspflichtiger Beschäftigten. Im Gastgewerbe arbeiten zurzeit 8530 Menschen. Das sind 115 mehr als noch 2014. Die Zahl ist deshalb erfreulich, da das Gastgewerbe tendenziell immer größere Probleme hat, geeignete Fachkräfte zu gewinnen.

Neben den statistischen Daten befasst sich das Branchenportrait auch mit der wirtschaftlichen Bedeutung der Branche für die Region Trier. 2015 konnte eine Wertschöpfung von knapp einer Milliarde Euro (974,8 Millionen) durch den Tourismus erzielt werden. Entsprechend der Umsätze ist der Tourismus mit 21 Millionen Euro für die Kommunen eine bedeutende Steuereinnahmequelle.

Ansprechpartnerin:
IHK Trier:
Anne Kathrin Morbach
Telefon: 0651 / 97 77-240
E-Mail: morbach@trier.ihk.de

■ **Tourismus-Boom in Oberbayern – Strukturenreformen notwendig**



Der Tourismus in Oberbayern ist auf Erfolgskurs. Die Aufenthaltstage von Touristen sind innerhalb von fünf Jahren um über ein Drittel gestiegen, das belegt eine Studie der IHK für München und Oberbayern. Die Zahl der Übernachtungen legte im gleichen Zeitraum um 17 Prozent zu. Die Gäste ließen auch deutlich mehr Geld in Oberbayern: Sie gaben 2014 im Schnitt pro Tag 164 Euro aus, 2009 waren es 131 Euro. Hotels, Gastronomie und Einzelhandel steigerten die Einnahmen aus dem Tourismusgeschäft auf rund 14 Milliarden Euro, ein Zuwachs von acht Prozent. Insgesamt steht der Tourismus in Oberbayern hochgerechnet für rund 200.000 Vollzeit-Arbeitsplätze.

Reformbedarf sieht die Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus in Oberbayern“ bei den Tourismusstrukturen. Diese müssten deutlich effizienter und schlanker werden. Das Kirchturmdenken von Kommunen und kleinen Tourismusverbänden ist überholt und führt angesichts des international immer stärkeren Wettbewerbs nicht zum Ziel. Touristische Angebote dürfen nicht von jeder einzelnen Gemeinde oder von jedem Landkreis entwickelt werden, sondern müssen aus der Perspektive des Gastes von ganzen Regionen konzipiert und vermarktet werden. Die Studie fordert, dass die Förderpolitik Anreize für Kooperationen, Zusammenschlüsse sowie mehr Beteiligung der Tourismusbetriebe setzt.

Ansprechpartnerin:
IHK München für Oberbayern
Claudia Schlebach
Telefon: 089 / 5116-1331
E-Mail: claudia.schlebach@muenchen.ihk.de

Auch sollten Besucherdaten in Museen oder Schlössern systematisch erfasst werden, so dass bessere Informationen über Gäste vorliegen und damit Werbemaßnahmen optimiert werden können. Die Studie, an der neben der IHK München der Tourismus Oberbayern München e.V. (TOM) und der Bezirk Oberbayern des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA Bayern e.V.) beteiligt waren, spricht sich auch deutlich gegen eine zusätzliche Tourismusabgabe aus.

■ IHK Frankfurt am Main: Auswirkungen von Krisen und Konflikte auf die Reisebranche

Die politischen Krisen und Konflikte in wichtigen Urlaubsregionen haben sich auch in den Buchungszahlen der Reisebüros im Bezirk der IHK Frankfurt am Main niedergeschlagen.

Unter den Haupt-Destinationen sind demnach deutliche Unterschiede zu erkennen. Mit der Buchungsentwicklung in den Destinationen Ägypten, Tunesien und Türkei zeigen sich die meisten Befragten "gar nicht zufrieden". In der Destination Tunesien sprechen ein Drittel der Befragten von einem Buchungsrückgang von über fünfzig Prozent, bei Reisen in die Türkei sehen zwei Drittel der Veranstalter und Vermittler einen Rückgang von über vierzig Prozent. In Ägypten wird der Rückgang deutlich gemäßiger gewertet.

Vergleichsweise besser scheint die Lage in Marokko zu sein, das nicht unmittelbar von den übrigen Krisen betroffen ist: Die Unternehmen sind zwar mit den Buchungen unzufrieden, die Hälfte der Befragten verzeichnet jedoch keinen spürbaren Buchungsrückgang bei Reisen nach Marokko.

Der Griechenland-Tourismus scheint sich von den Auswirkungen der Flüchtlingskrise zu erholen. Drei Viertel der befragten Reiseunternehmen gibt an, "zufrieden" oder gar „sehr zufrieden" mit der Buchungssituation zu sein, eine überwältigende Mehrheit vermeldet keinen spürbaren Rückgang.

Mehr als die Hälfte der Unternehmen sieht einen Hauptgrund für die negative Entwicklung in der Berichterstattung der Medien. Sie fordern aber auch einen besseren politischen Dialog zwischen Bundesregierung und den Regierungen der Krisendestinationen mit dem Ziel, auch die Sicherheitslage in den Destinationen selbst zu verbessern und das verlorengegangene Vertrauen der Reisenden zurückzugewinnen.

Ansprechpartner:
Reinhard Fröhlich / Anne Waldeck
Pressestelle der IHK Frankfurt am Main und
der IHK Arbeitsgemeinschaft Hessen
Telefon: 069 / 2197-1254/ -1584
E-Mail: r.froehlich@frankfurt-main.ihk.de/
a.waldeck@frankfurt-main.ihk.de

Aus den Regionen

Ansprechpartner:
Christian Dübner
IHK Koblenz
Telefon: 0261 / 106-306
E-Mail: duebner@koblenz.ihk.de

■ Regionale Angebote als Chance

Der heutige Tourismus wird durch einen Nachfragemarkt bestimmt. Ein Sinneswandel innerhalb der Gesellschaft prägt die derzeitige Produkt- und Angebotsgestaltung. Intakte Natur, Nachhaltigkeit, regional erzeugte Lebensmittel und regional hergestellte Konsumgüter gewinnen zunehmend an Bedeutung. Zahlreiche für den Tourismus attraktive (finanzstarke) Zielgruppen definieren sich zunehmend über ihr Wertesystem und ihren Lebensstil.

Vielen Betrieben ist es in Zusammenarbeit mit Gleichgesinnten und Kooperationspartnern bereits eindrucksvoll gelungen, sich durch den Einsatz regionaler Produkte, die Kooperation mit regionalen Handwerkern und Dienstleistern oder die Verwendung regionaltypischer Materialien erfolgreich am Markt zu positionieren. Regionalität ist eine wichtige Voraussetzung für die erfolgreiche Vermarktung des eigenen Betriebs. Gäste wünschen sich heute Abwechslung vom Alltag und Individualität durch regionaltypische Gerichte, Produkte und Erzeugnisse. Wer sich von der breiten Masse langfristig positiv abheben möchte, wird sich mit dem Thema Regionalität zwangsläufig beschäftigen müssen! Daher ist es uns wichtig, den Themenkomplex „Erlebbarkeit der Regionalität im touristischen Angebot“ stets im Blick zu haben.

■ Frischer Wind für die Gastronomie – Regionale Speisen und Getränke für unsere Gäste

Im Wettbewerb um Touristen wird es für Regionen immer bedeutender, dem Gast unverwechselbare Erlebnisse zu bieten. Und wo geht das leichter als in der Gastronomie? Mit regionalen Spezialitäten auf dem Teller und im Glas können Gäste ihre Urlaubsregion authentisch erleben.

Eindrücke zur Veranstaltung erhalten Sie in einem Filmbeitrag unter www.darmstadt.ihk.de (Nr. 3312900).



Foto: Markus Schmidt

Ansprechpartnerin:
Katharina Kreutz
IHK Darmstadt Rhein Main Neckar
Telefon: 06151 / 871212
E-Mail: kreutz@darmstadt.ihk.de

Wie wichtig sind regionale Produkte für meine Gäste? Woher kann ich Produkte aus der Region beziehen? Und wie kann ich höhere Preise kundenfreundlich kommunizieren?

Beim Tag der Gastronomie der IHK Darmstadt gab ein Vortragsprogramm Antworten auf diese Fragen. Und auf einer kleinen Messe konnten die Gastronomen direkt Kontakte zu Lebensmittelhändlern aus der Region knüpfen. Partner der Veranstaltung waren Rieso GmbH Getränke-Fachgroßhandel und der DEHOGA Hessen.

■ **Wir sind Schwarzwald! – Veranstaltungsreihe der IHKs und der Schwarzwald Tourismus GmbH**



Regionalität ist die Grundlage für die nicht kopierbare Identität des Schwarzwaldes – ob nun Produkte, Dienstleistungen oder Menschen dahinterstehen. Dieses Fazit zogen die rund 140 Teilnehmer beim Tourismuskongress 2016 von Schwarzwald Tourismus GmbH (STG) und Industrie- und Handelskammern des Schwarzwaldes.

Das Motto: „Wir sind Schwarzwald!“ sollte aufzeigen, was die Marke Schwarzwald auszeichnet und wie die Marke zu Synergieeffekten zwischen unterschiedlichen Branchen genutzt werden kann.

„Eine Destination ist dann erfolgreich, wenn eine starke Marke und die Kooperationsbereitschaft wichtiger Institutionen aufeinandertreffen“, sagte STG-Geschäftsführer Christopher Krull zu Beginn der Podiumsdiskussion. Voraussetzung für eine erfolgreiche Destination sein eine funktionierende Infrastruktur, ergänzte Andreas Kempff, Hauptgeschäftsführer der IHK Südlicher Oberrhein. „Für die Standortsicherung von Unternehmen spielt beispielsweise die flächendeckende Internetversorgung gerade im ländlichen Raum eine wichtige Rolle.“



Schwarzwald-Tourismuskongress 2016

Wir sind Schwarzwald

Erster Akt: Wein, Wald und Gesang

19. Juli 2016, 12.30 - 18.00 Uhr, Ettenheim



Die Wichtigkeit von „Heimat“ für das Marketing des Schwarzwaldes hob Carolin Doderer (Gruppe Drei) in ihrem Vortrag hervor. Gerade in der globalisierten, modernen Welt wachse das Bedürfnis nach „Heimat“ und Stabilität. „Das Klischeehafte allein aber reicht nicht aus. ‚Heimat‘ muss neu interpretiert werden.“ Das geschehe im Schwarzwald schon auf breiter Fläche, etwa in der Kunst oder Architektur.

Ansprechpartnerin:
Elke Schönborn
IHK Nordschwarzwald
Telefon: 07441 / 86052-17
E-Mail: schoenborn@pforzheim.ihk.de

Abschließend konnten sich die 140 Teilnehmer in fünf verschiedenen Diskussionsrunden mit Experten über die Macht der Regionalität austauschen: Ulrich Müller (echt Schwarzwald) referierte über die wachsende Nachfrage nach regionalen Produkten. Der Reizüberflutung im Internet müsse man mit klar definierten Erlebnis-Angeboten begegnen, sagte Jörg Maier (Original Landreisen). Jan Bulmer (Pro Holz Schwarzwald) beschrieb u.a. die positiven Effekte der Initiative „Baukultur Schwarzwald“. Über die Biervielfalt im Südwesten und die Rolle mittlerer und kleiner Brauereien sprach Georg Schwende (Fürstenberg Brauerei). Und Isabella Vetter erzählte von ihren Erfahrungen als Badische Weinkönigin 2015/16 und erläuterte, wie das Thema Wein zum Schwerpunktthema Genuss im Schwarzwald passe. Der Tourismuskongress im Wein- und Sektgut Weber in Ettenheim wurde von Schwarzwald-Botschafter Hansy Vogt moderiert.

Im Jahr 2017 geht es übrigens mit dem Schwerpunkt „Industrie(kultur) und Tourismus“ weiter.

■ Ostbayerischer Tourismustag 2016 Heimatgefühle sind wieder „in“



Foto: IHK Niederbayern

Die IHK-Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus“ hat gezeigt, dass 2015 rund 4,8 Millionen Urlaubsgäste und weitere 75 Millionen Tagesreisende Ostbayern besucht haben. Garant für das abwechslungsreiche Angebot sind die leistungsfähigen Tourismusbetriebe, sie vermitteln den Gästen, was bayerische Lebensart und Heimat bedeutet.

Heimatgefühle waren lange Zeit nicht angesagt, sie galten als spießig und eng. In einer globalisierten Welt mit vielen Krisen und Gefahren erlebt der Begriff „Heimat“ gerade eine Art Renaissance. Thomas Leebmann, Präsident der IHK Niederbayern, sieht das durch die Ergebnisse der „BR Bayernstudie 2015“ bestätigt: „besonders bei jungen Menschen wächst die Sehnsucht nach Orten, an denen sie sich zu Hause fühlen“. Darum stand der Ostbayerische Tourismustag 2016, veranstaltet von der IHK Regensburg für Oberpfalz / Kelheim und der IHK für Niederbayern in Passau diesmal unter dem Motto „Heimatgefühle 4.0“.

Über 200 Gäste aus Gastronomie, Hotellerie und Politik diskutierten welche Chancen ein „Heimatgefühl 4.0“ den Destinationen bietet. Ulrich N. Brandl, Vorsitzender des Tourismusausschusses der IHK Regensburg schätzt, dass Bayern deshalb so große Zuwächse bei den Gästezahlen verzeichnet, „weil man den Bayern abkauft, dass sie Tradition nicht nur zur Schau tragen, sondern so authentisch sind“.

Vor allem ländliche Räume können in der globalisierten Welt als Sehnsuchtsräume dienen, genau damit kann Ostbayern punkten. Der Gast von heute sucht Natur und Authentizität mit wertigen Erlebnissen, diese dürfen dann ruhig auch etwas kosten, so das Fazit des Ostbayerischen Tourismustages.

Ansprechpartnerinnen:
Silke Auer
IHK Regensburg für Oberpfalz/ Kelheim
Telefon: 09181 / 320-780
E-Mail: silke.auer@regensburg.ihk.de

Daniela Hausteiner
IHK für Niederbayern in Passau
Telefon: 0851 / 507-271
E-Mail: hausteiner@passau.ihk.de

■ Designkontor für Gastronomen – Zielgruppenorientiert modernisieren



Im Rahmen der Tourismusinitiative Designkontor hat die IHK Schleswig-Holstein auf zwei Veranstaltungen pragmatische Lösungen für Gastronomen präsentiert, die ihre Häuser zielgruppenorientiert modernisieren möchten. Damit spricht das Designkontor erstmals ausdrücklich Restaurants, Bistros und Cafés an. Bislang stand die Beherbergungsbranche im Fokus.

Wichtige Aspekte der Finanzplanung, die die Tragfähigkeit einer Investition sicherstellen soll, skizzierten Anke Lüneburg (Change Coaching und Organisationsentwicklung, Flensburg) und Robert Cordes (Cordes Rieger Consulting GmbH, Kiel). Ute Rieger (Cordes Rieger Consulting GmbH, Kiel) und Jan-Hendrik Köhler-Arp (Beratungsgesellschaft UG, Laboe) erläuterten die Bedeutung einer Profilbildung, um sich auf eine Zielgruppe auszurichten und von der Konkurrenz abzugrenzen. Anknüpfend an die Bestimmung des verfügbaren Budgets und des individuellen Hauscharakters zeigten Doris Neumann (Raumsignaturen, Preetz) und Ingmar von Hanneken (Kersig von Hanneken Architekten, Kiel) auf, wie eine zeitgemäße Einrichtungsgestaltung aussehen kann.

Ansprechpartner:
Ingo Joachim Dahlhoff
IHK Schleswig-Holstein
Telefon: 0431 / 5194-284
E-Mail: dahlhoff@kiel.ihk.de

Einblicke in die Konzeption ihrer Restaurants gewährten Marco Grenz vom „Heimathafen Flensburg“ und Amin Bhinder vom Kieler „Banmaai“. Die Farb- und Materialwahl wurde bei Wänden, Böden und Mobiliar geschmackvoll abgestimmt. Beide berichteten über eine sehr gute Resonanz ihrer Gäste.

■ Die Welt zu Gast im echten Norden

Die Tourismuswirtschaft im Urlaubsland Schleswig-Holstein befindet sich im Aufwind. Gäste- und Übernachtungszahlen steigen im Bundesvergleich überproportional und das Wachstum findet erfreulicher Weise insbesondere außerhalb der Saisonzeiten statt. Getragen wird diese Entwicklung zum weitaus überwiegenden Teil durch die Gruppe der inländischen Gäste, die vor dem Hintergrund von weltweiten Krisen ihr Reiseverhalten ändert. Erhebliches Ausbaupotenzial hat Schleswig-Holstein allerdings noch mit Blick auf die ausländischen Gäste. So war beispielsweise die Wachstumsdynamik in den Quellmärkten Dänemark, Österreich und Schweiz in den letzten Jahren deutlich ausgeprägter als im inländischen Segment.

Wie können die touristischen Leistungsträger des Landes, die Vermarkter und Organisationen es schaffen, auch in den Auslandsmärkten stärker wahrgenommen zu werden? "Es gilt die Bearbeitung der Auslandsmärkte zu intensivieren, um diese Gästegruppe stärker als bisher für einen Urlaub in Schleswig-Holstein zu begeistern. Hierbei müssen insbesondere auch die Gastgeber sich auf die besonderen Bedürfnisse ausländischer Gäste einstellen", so Björn Ipsen, Hauptgeschäftsführer der IHK Schleswig-Holstein. Die IHKs in Norddeutschland engagieren sich

Ansprechpartnerin:
Sedef Atasoy
IHK Schleswig-Holstein
Telefon: 0461 / 806-806
E-Mail: atasoy@flensburg.ihk.de

hierzu beispielsweise gemeinsam mit den tourismusakteuren der Metropolregion Hamburg im Rahmen des Projektes Welcome to MRH. Hierbei geht es bspw. um die Entwicklung eines Logbuches International und die Durchführung verschiedener Veranstaltungen zum Thema Internationalisierung des Tourismus, die dazu beitragen sollen, die touristischen Leistungsträger fit für den Umgang mit internationalen Gästen zu machen.

■ **Barrierefreier Tourismus: Informationstage in Tossens und Osnabrück**

Die Touristikgemeinschaft Wesermarsch veranstaltet gemeinsam mit ihren Partnern aus Tourismus und Wirtschaft, u. a. auch mit der Oldenburgischen IHK und der Handelskammer Bremen - IHK für Bremen und Bremerhaven, Informationstage zum Thema „Komforturlaub für Alle“. Gastgeber, Touristiker, Bürger sowie Vertreter aus Politik und Verwaltung sind am 25. März in den Center Parcs in Butjadingen-Tossens sowie am 11. November 2017 im Kreishaus vom Landkreis Osnabrück eingeladen, sich bei Fachvorträgen und in Gesprächen mit Ausstellern z. B. aus den Bereichen Handwerk, Technik und Mobilität mit dem Thema Barrierefreiheit zu beschäftigen. An Simulationsstationen werden Besucher für komfortorientierten Urlaub sensibilisiert. Bei kostenlosen Sofort-Checks von Reisebroschüren und in verschiedenen Diskussionsrunden mit Experten können individuelle Fragen direkt beantwortet werden. Die Messe und das gleichnamige Projekt werden von der Metropolregion Nordwest gefördert.

Die Kooperationspartner sind: Landkreis Cuxhaven – Agentur für Wirtschaftsförderung, Landkreis Friesland – Friesland Touristik Gemeinschaft, Erlebnis Bremerhaven GmbH, Tourismus-Service Butjadingen GmbH & Co. KG, Tourismusverband Nordsee e. V., Wangerland Touristik GmbH, Die Nordsee GmbH, Oldenburgische Industrie- und Handelskammer, Handelskammer Bremen - IHK für Bremen und Bremerhaven, Bad Zwischenahner Touristik GmbH, Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH, Landkreis Wesermarsch, Gesundheitswirtschaft Nordwest e.V., Tourismusverband Osnabrücker Land e.V., DEHOGA-Kreisverband Landkreis Wesermarsch, Kreisbehindertenbeirat des Landkreises Wesermarsch. Weitere Unterstützung erfährt das Projekt durch die Tourismus-Marketing Niedersachsen und GewiNet.

Ansprechpartnerin:
Dorothee Schröder
Oldenburgische IHK
Telefon: 0441 / 22 20 315
E-Mail: schroeder@oldenburg.ihk.de

■ **neanderland – eine Region wird zur Marke**

Vor über 150 Jahren wurden im Düsseltal die Überreste des Neandertalers gefunden. Heute ist der weltberühmte Ureinwohner Namenspatron für eine ganze Region: Seit knapp fünf Jahren vermarktet sich der Kreis Mettmann mit Unterstützung u.a. der IHK Düsseldorf touristisch unter dem Namen „neanderland“. Mit dem geschwungenen grünen „n“ präsentiert sich die Region im Herzen Nordrhein-Westfalens als attraktives Ziel für Naturliebhaber und Kulturinteressierte. Nicht zuletzt durch den



Foto: Kreis Mettmann/Martina Chardin
Manual Andrack auf dem neanderlandSTEIG

2014 eröffneten neanderlandSTEIG hat sich das neanderland als Reiseziel für Aktive und Erholungssuchende einen Namen gemacht.

Highlight des Jahres 2017 ist der Grand Départ, also der Start der Tour de France in Düsseldorf und dem neanderland. Dann blickt die Rad-sportwelt auf das neanderland, durch das am 2. Juli die 2. Tour-Etappe führt. Mit der neanderland WANDERWOCHE und der neanderland BI-ENNALE stehen aber auch Großereignisse für Natur- und Kulturfreunde im touristischen Jahres-Kalender.

Gemeinsam haben seit 2013 die IHK Düsseldorf und die Tourismusverantwortlichen im Kreis Mettmann die noch junge Marke mit Leben gefüllt und weiterentwickelt. Vom ersten Markenkonzept bis heute hat sich das neanderland mit der Zielgruppenansprache auf Wanderer und Radfahrer jedes Alters sowie Familien fokussiert. Kooperationen mit regionalen und internationalen Medien, Mediawerbung in den Nachbarstädten und die Präsenz auf zielgruppenspezifischen Messen sind nur einige Beispiele.

Regelmäßig tauschen sich die Partner im neanderland aus, etwa im Arbeitskreis Marketing und Tourismus oder bei Netzwerktreffen, zu denen IHK, DEHOGA Nordrhein und Kreis Mettmann zweimal im Jahr einladen. Leistungsträger aus Touristik, Hotellerie, Gastronomie sowie Vertreter der Städte kommen hier zum Informations- und Erfahrungsaustausch zusammen, definieren Themenfelder und Zielgruppen. Sie diskutieren über Kooperations- und Beteiligungsmöglichkeiten sowie Themen wie Service-Qualität, Beschwerdemanagement, Blogger Relations oder Storytelling.

Ansprechpartnerin:
Anna Hollstegge
IHK Düsseldorf
Telefon: 0211 / 3557-432
E-Mail: hollstegge@duesseldorf.ihk.de

■ 1. IHK-Tourismuspreis Teutoburger Wald Leuchtturm der Tourismuswirtschaft



(v.l.): Sönke Tüchel, Vorsitzender des gemeinsamen Tourismusausschusses der IHKs Lippe und Ostwestfalen, Dr. Axel Lehmann, Vorsitzender des Fachbeirates Tourismus der OWL GmbH, Anke Zillmann und Martin Pohl vom Staatsbad Salzuflen GmbH, Axel Martens, Hauptgeschäftsführer der IHK Lippe und Thomas Niehoff, Hauptgeschäftsführer der IHK Ostwestfalen, Foto: IHK Lippe

Der gemeinsame Tourismusausschuss der IHK Lippe und Ostwestfalen hat zum ersten Mal den "IHK-Tourismuspreis Teutoburger Wald" verliehen. Preisträger ist die allergikerfreundliche Kommune Bad Salzuflen. „Die Tourismuswirtschaft ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor im Teutoburger Wald. Um sie in der Region zu fördern, haben wir diesen Preis ausgelobt“, sagte Sönke Tüchel, Vorsitzender des IHK-Tourismusausschusses, bei der Vergabe anlässlich des elften Tourismustages Teutoburger Wald in der Abtei Marienmünster.

Überzeugt hat die Jury, dass sich bereits zum Start 27 Betriebe aus Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel und Handwerk in das Projekt eingebracht haben. Das Projekt wirkt Image fördernd für den Gesundheitsstandort und strahlt in die Region aus. Die Staatsbad Salzuflen GmbH als Projektleiter erhielt den Preis daher stellvertretend für diese Mitwirkenden.

Ziel des IHK-Preises ist es, Impulse für den Tourismus zu setzen indem außergewöhnliche Ideen dieser Branche herausgestellt werden. Mit dem Preis sollen Unternehmen des Gastgewerbes, Freizeiteinrichtungen sowie touristische Einrichtungen oder Einzelpersonen geehrt werden, die mit kreativen Produkten oder Dienstleistungen bedeutende Akzente

Ansprechpartnerin:
Maria Klaas
IHK Lippe zu Detmold
Telefon: 05231 / 7601-29
E-Mail: klaas@detmold.ihk.de

für den Tourismus setzen und durch ihre touristische Anziehungskraft die heimische Wirtschaft beleben.

Das Besondere: Niemand konnte sich auf den Preis bewerben. Es wurden nur Empfehlungen berücksichtigt. Insgesamt wurden 35 eingereicht. Für die Bewertung waren die Bedeutung des Angebotes für die Tourismuswirtschaft im Teutoburger Wald, der Innovationsgehalt, die Einbindung von regionalen Partnern sowie der Mehrwert für und die Verbundenheit mit der Region von Bedeutung

■ Touristische Highlights erleben



Foto: Darmstadt Marketing, Rüdiger Dunker

Das Dokument finden Sie unter
www.darmstadt.ihk.de, Nr. 3459160

Ansprechpartnerin:
Katharina Kreutz
IHK Darmstadt Rhein Main Neckar
Telefon: 06151 / 87121
E-Mail: kreutz@darmstadt.ihk.de

Was können wir mit Kindern bei Regen im Odenwald erleben? Ist das Hessische Landesmuseum in Darmstadt barrierefrei? Wohin können wir an der Bergstraße reisen, ohne das Auto zu nutzen? Mitarbeiter von Tourist-Informationen, in Hotels, in der Gastronomie oder im Einzelhandel kennen diese Fragen. Um ihnen die Antwort zu erleichtern, haben die IHK Darmstadt und touristische Akteure aus der Region 32 Sehenswürdigkeiten rund um die Stadt Darmstadt, den Odenwald und die Bergstraße ausgesucht und eine PDF-Sammlung erstellt.

Die Dokumente informieren auf einer Seite darüber, wann die Attraktion geöffnet ist, ob sie mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreicht werden kann oder ob Parkplätze vorhanden sind. Zudem weisen sie darauf hin, an welche Zielgruppe sich die Attraktion richtet, was die Besucher erwartet (zum Beispiel Führungen) und nennen Adresse sowie Kontaktdaten der Ansprechpartner vor Ort. Die touristischen Highlights sind den Rubriken Kultur, Aktiv in der Natur und Unterhaltung zugeordnet. Das soll zum Beispiel Mitarbeitern an der Hotel-Rezeption helfen, Gästen passgenaue Aktivitäten empfehlen zu können. Die Dokumente enthalten zudem aktivierte Links, über die Interessenten mit einem Klick auf die Webseiten der benachbarten Gastronomie oder weiterer interessanter Sehenswürdigkeiten in der Umgebung gelangen.

Der Vorsitzende des IHK-Tourismusausschusses Michael DreiBigacker sagt dazu „Wir sind uns bewusst, dass unsere Region weitaus mehr als diese 32 Attraktionen vorweisen kann – als Zusatztipp zählen wir auch einige davon auf. Dieses Projekt sehen wir deshalb als einen ersten Schritt, um unsere Gäste langfristig für die Region zu begeistern.“ Die Sammlung entstand in gemeinsamer Arbeit mit der Darmstadt Marketing GmbH, der Odenwald Tourismus GmbH, der Touristik Gemeinschaft Odenwald e. V., dem Touristik Service Bergstrasse e. V., der Tourismusagentur der Wirtschaftsförderung Bergstraße GmbH, dem UNESCO Global Geopark und dem Hotel- und Gastronomieverband Dehoga Hessen e.V.



Ansprechpartner:
Leander Wappler
IHK Saarland
Telefon: 0681 / 9520-210
E-Mail: leander.wappler@saarland.ihk.de

■ Rechtsfragen für gewerbliche Beherbergungsbetriebe und Ferienwohnungsvermietern

Auf große Resonanz stieß am 14. September 2016 die IHK Veranstaltung: „Recht und Tourismus – Rechtsfragen der Praxis für gewerbliche Beherbergungsbetriebe, Privat- und Ferienwohnungsvermieter“. Gerade für Kleinbetriebe im Tourismus ist es häufig schwierig, im Tagesgeschäft den steigenden Anforderungen der Gäste nachzukommen und gleichzeitig den Überblick bei häufig auftretenden Rechtsfragen zu behalten. Aus diesem Grund hatte die IHK Saarland im Rahmen einer Roadshow der Arbeitsgemeinschaft Tourismus Rheinland-Pfalz/Saarland, den Fachanwalt Rainer Noll aus Stuttgart nach Saarbrücken eingeladen. Leicht verständlich und praxisnah vermittelte der Experte den rund 200 Teilnehmern die wichtigsten Rechtsgrundlagen zu den Themenfeldern: Gastaufnahmerecht, Vertragsabschluss, Kündigungs- und Rücktrittsrechte und stand am Ende den zahlreichen Fragen des Plenums Rede und Antwort.

■ Trend Regional – lokale Netzwerke stärken



Foto: E. Sonnenschein / IHK Potsdam

Regional on Tour in Brandenburg

Ansprechpartnerin:
Simone Kube
IHK Potsdam
Telefon: 0331 / 2786-284
E-Mail: simone.kube@ihk-potsdam.de

In einer zunehmend digitalen und technologisierten Gesellschaft suchen Reisende Echtheit und Einfachheit, Erlebnis und Erfahrung. Regionale Produkte können die Suche nach Authentizität und Bodenständigkeit im Urlaub bedienen und die Destination dadurch erlebbar machen.

Hier bedarf es der Sensibilisierung der Branche, denn authentische Erlebnisse sind nicht nur für Gäste von Bedeutung, sondern fördern auch die regionale Wertschöpfung.

Im Rahmen einer IHK-Fachexkursion sind 30 Unternehmen der Ernährung, Gastronomie- und Tourismusbranche sowie aus dem Handel im Oktober nach Werder (Havel) gefahren, um den direkten Austausch mit vier regionalen Produzenten zu suchen. Der Blick hinter die Kulissen zum Beispiel der Bananenreiferei von der Werder Frucht GmbH, sowie die bilateralen Gespräche zwischen den Teilnehmern trugen zu Vertiefung der regionalen Kooperationen bei.

Weitere Stationen waren eine Sanddornproduktion, ein Weinhersteller sowie eine Whiskeyproduktion. Von der Qualität der Produkte konnten sich die Einzelhändler und Gastronomen bei Kostproben und in Gesprächen mit den Produzenten überzeugen.

Das neue Format haben die IHKs des Landes gemeinsam initiiert, um Interesse an regionalen Lieferanten und Produkten zu wecken. Für 2017 ist bereits die nächste Exkursion in die Uckermark geplant.

■ Saarland Branchenforum Tourismus: Zukunftstrends der touristischen Nachfrage



Prof. Martin Lohmann

Ansprechpartner:

Leander Wappler

IHK Saarland

Telefon: 0681 / 9520-210

E-Mail: leander.wappler@saarland.ihk.de

Wie die zukünftigen Entwicklungen auf der Nachfrageseite im Urlaubstourismus bis Mitte des kommenden Jahrzehntes aussehen werden, verdeutlichte der Zukunftsforscher Prof. Martin Lohmann aus Kiel in seinem Vortrag anlässlich des IHK Branchenforums Tourismus.

So hat sich die deutsche Urlaubsnachfrage als sichere Plangröße in den letzten Jahren erwiesen, auf die man sich auch bis 2025 verlassen kann. Auch terroristische Anschläge werden an der Grundeinstellung zum Reisen wenig ändern, so Prof. Lohmann. Der Grund: Der Urlauber von heute hat für sein Urlaubsreiseverhalten nicht ein einziges, sondern mehrere bis sehr viele Urlaubsalternativen und Motive. Er ist „multi-optional“. Wachstumschancen bestehen insbesondere bei den Kurzurlaubsreisen.

Damit steigen auch die Chancen des Saarlandes, in diesem Segment mit entsprechenden Angeboten zu punkten. Aber: Tourismus ist nicht automatisch ein Wachstumsmarkt. Es gilt im harten Wettbewerb mit „pfiifigen und gut informierten“ Kunden die Aufmerksamkeit der potentiellen Gäste zu wecken.

Dazu gehört an erster Stelle die richtigen Trends zu erkennen und das touristische Marketing entsprechend darauf abzustimmen. Welche Strategie der Vermarktung für das Saarland die richtige ist und wie die Zielgruppenansprache zukünftig aussieht, darüber informierte im Anschluss Birgit Grauvogel, Geschäftsführerin der Tourismus Zentrale des Saarlandes, die zahlreichen Gäste.

■ Region Osnabrück will UNESCO -Auszeichnung stärker nutzen



Seit November 2015 gehört TERRA.vita zum erlesenen Kreis der weltweit 120 UNESCO-Geoparks. Allerdings: Viele Bürger, Gäste und Unternehmen ist das Potenzial dieser Auszeichnung vielfach unbekannt. Das zu ändern, daran arbeitet derzeit der Natur- und Geopark. Ende vergangenen Jahres fand ein Workshop mit 17 Kommunikationsexperten, Pressesprechern, Verbandsvertretern und der IHK im Kreishaus Osnabrück statt.

Entsprechend fielen die zahlreichen Vorschläge aus, wie zukünftig Umgang, Nutzung und Wertschätzung der UNESCO-Auszeichnung verstärkt werden könnten. Erarbeitet wurden etwa ein „Social media Pakt“ und Ideen für die Verknüpfung von Wirtschaft, Bildungsträgern und Politik im Sinne der UNESCO-Kriterien. In einem ersten Schritt werden 2017 Vorschläge priorisiert und umgesetzt werden. Resümierend soll eine Allianz der TERRA.vita Kommunikationspartner ins Leben gerufen werden. Alle Akteure erklärten sich abschließend bereit, die Kommunikation mit eigenen Ideen und Möglichkeiten mitzugestalten. Flankierend wird im neuen Jahr ein internationaler Kommunikationsprozess

Ansprechpartner:
Falk Hassenpflug
Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim
Telefon: 0541 / 353-215
E-Mail: hassenpflug@osnabrueck.ihk.de



Ansprechpartnerin:
Rita Fleischer
IHK Leipzig
E-Mail: rfleischer@leipzig.ihk.de
Telefon: 0341 / 1267 – 1300

Weitere Infos zu Orten und Terminen der Heimatmärkte finden Sie auf der Website der IHK Cottbus.

Ansprechpartnerin:
Nadin Kilian
IHK Cottbus
Telefon: 0355 / 365 1105
E-Mail: kilian@cottbus.ihk.de

zusammen mit dem holländischen UNESCO-Geopark De Hondsrug starten, der die regionalen Ansätze von TERRA.vita auf eine breitere Basis stellt. Die IHK stellt sich als Netzwerkplattform für die Ansprache von Unternehmensbotschaftern zur Verfügung.

■ Leipziger Neuseenland: IHK sieht Gefahr für touristische Entwicklung

Auf ihrer Sitzung am 15. März hat die Vollversammlung der Industrie- und Handelskammer (IHK) zu Leipzig eine Resolution zu den Entwicklungshemmnissen im Leipziger Neuseenland verabschiedet.

Die Resolution richtet sich an die sächsische Landesregierung, die beteiligten Ministerien und die Landesdirektion mit der dringenden Bitte, die Unternehmen und Kommunen bei der Lösung der aufgezeigten Probleme zeitnah zu unterstützen. Die IHK-Vollversammlung fordert unter anderem die Novellierung der Sächsischen Schifffahrtsverordnung und verbindliche Regeln, die eine Planungssicherheit für Unternehmen gewährleisten.

Wolfgang Topf, Präsident der IHK zu Leipzig, zur Entwicklung des Leipziger Neuseenlands: „Die Tagebaugruben rund um Leipzig wurden in den vergangenen Jahrzehnten mit öffentlichen Geldern renaturiert. Es ist eine Seenlandschaft entstanden, in der seit circa 10 Jahren auch Unternehmen an und auf den Seen investieren. Dabei gehen sie oft ein hohes wirtschaftliches Risiko ein und stehen wie auch die Kommunen des Leipziger Neuseenlandes vor erheblichen Herausforderungen. Es steht zu befürchten, dass die bislang erfolgreiche Entwicklung der Destination ins Stocken gerät bzw. eine Rückentwicklung zu einem Naherholungsgebiet droht. Deshalb müssen im Interesse der Region und des Freistaates die in der Resolution aufgezeigten Probleme, gelöst werden.“

■ Regionale Produkte gesucht? IHK Cottbus initiiert Heimatmärkte

Die IHK Cottbus regt regionale Erzeuger von Lebensmitteln oder landestypischen Waren dazu an, sich mit ihren Produkten auf den jetzt startenden regionalen Heimatmärkten in Burg (Spreewald), Vetschau/Spreewald, Peitz oder Lübben (Spreewald) zu präsentieren. Die Heimatmärkte setzen auf den Trend, dass Regionalität als Verkaufsargument stetig an Bedeutung gewinnt. Gleichzeitig sollen sie der Vernetzung von produzierenden Unternehmen mit den touristischen und gastronomischen Akteuren der Lausitz dienen, und so die regionalen Wertschöpfungsketten stärken.

Mit dem Konzept, heimische Produkte auf regionalen Märkten anzubieten, kombiniert man auf intelligente Weise mehrere Anliegen. Die regionalen Erzeuger finden neue Kunden, die Kommunen können ihre Innenstädte beleben und es entsteht eine neue Attraktion für Touristen.

■ 1. Tourismus-Persönlichkeitspreis für Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen



Ansprechpartner:
Falk Hassenpflug
IHK Osnabrück - Emsland - Grafschaft
Bentheim
Telefon: 0541 / 353-215
E-Mail: hassenpflug@osnabrueck.ihk.de

Niedersachsens Wirtschaftsminister Olaf Lies hat 2016 erstmals den Persönlichkeitspreis des Niedersächsischen Tourismus vergeben. Mit dem Preis wurde Friedhelm Freiherr von Landsberg-Velen ausgezeichnet. Der Preisträger habe mit dem Ferienzentrum Schloss Dankern im Emsland über die Landesgrenzen hinaus Maßstäbe im Bereich des Familienurlaubes gesetzt, sagte Lies in der Laudatio. Ausschlaggebend für die Preisvergabe seien „Engagement und besondere Verdienste für den wichtigen Leitmarkt Tourismus“. Lies: „Ich freue mich, dass es der Tourismusversammlung gelungen ist, aus dem Kreis von 16 Nominierten einen Preisträger auszuwählen, der in so idealer Weise diesen Anforderungen gerecht wird und der ein wichtiger Botschafter für das Reise-land Niedersachsen ist“.

Das Ferienzentrum Schloss Dankern, das 1971 von Manfred Freiherr von Landsberg-Velen eröffnet wurde, hat sich in vier Jahrzehnten zum größten Ferien- und Freizeitzentrum in Deutschland entwickelt und zählte 2015 über 1,1 Mio. Besucher. Zum Areal gehören 751 Ferienhäuser und mit 4 600 Betten hat Schloss Dankern das größte Übernachtungsangebot in Deutschland. Anfang der Saison 2016 eröffnete zudem der Laser-Parcours, das längste Laserlabyrinth der Welt. Freiherr von Landsberg ist Vorsitzender des Tourismusausschusses der IHK Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim und Mitglied des DIHK-Tourismusausschusses.

■ Impulse für die touristische Zukunft der Schwäbischen Alb



Ansprechpartner:
IHK Reutlingen:
Matthias Miklautz
Telefon: 07121 / 201-265
E-Mail: miklautz@reutlingen.ihk.de

Heiner Beck vom Becka Beck, Andreas Hartmaier vom Hofgut Hopfenburg und Hans-Peter Schwarz vom Tübinger Schokoladenfestival „Chocolart“ gehören zu den ersten Preisträgern des Löwenmensch-Awards. Neben ihnen wurden auch die Wanderrouten „Traufgänge“ und der Teigwarenhersteller Alb-Gold ausgezeichnet.

Der Löwenmensch-Award würdigt Ideen und Impulse für die touristische Zukunft der Schwäbischen Alb und soll zeigen, welche Fortschritte bei Tourismusentwicklung und Vermarktung in den letzten Jahren erzielt wurden. Insgesamt wurden von einer Jury aus Schwäbische Alb-Tourismusverband, IHK Reutlingen und Landkreisen zehn Preise in acht Kategorien vergeben. Zwischen acht und 15 Personen und Projekte waren in den einzelnen Kategorien nominiert worden. Die Verleihung erfolgte beim Tourismuskongress im Alten Lager Münsingen.

■ Lokal – regional – international: Tourismustag Niedersachsen 2017 verbindet Heimatgefühle & Fernweh

New York, Rio, Niedersachsen? Lange Zeit galt die Reise zu exotischen und möglichst weit entfernten Zielen als erstrebenswertes Statussymbol. Heimat und ein Gefühl von „zu Hause“ im Urlaub waren nicht gewünscht, galten eher als spießig und waren Ausdruck vergangener Zeiten. Doch in einer immer moderneren, vernetzteren und schnelleren Welt mit (politischen) Veränderungen und Unruhen lebt der Begriff Heimat und das Gefühl, das jeder damit verbindet, neu auf. Die aktuelle Rückbesinnung zu traditionellen Werten, lokaler Kultur und Regionalität steht als Gegenteil zur Globalisierung und eröffnet dem niedersächsischen Tourismus zahlreiche Chancen. Aber welche Erwartungen haben inländische und ausländische Gäste an Niedersachsens Gastgeber? Und wie lassen sich die Bedürfnisse bei Heimatgefühlen und Fernweh in Einklang bringen?

Unter dem Motto „lokal, regional, international“ dreht sich beim Tourismustag Niedersachsen 2017 alles um die Themen Qualitätsbewusstsein, Erreichbarkeit ländlicher Regionen, (regional-internationale) Trends in der Gastronomie, Marken und Marketing sowie Digitalisierung im Tourismus. In verschiedenen Workshops, Vorträgen und anhand zahlreicher Beispiele diskutieren Experten, wie die Themen Regionalität und Internationalität erfolgreich in alle Bereiche des Tourismus integriert werden können. Mehr Informationen unter www.tourismustag-niedersachsen.de.

Ansprechpartnerin:
Anica Gaarz
IHK Lüneburg-Wolfsburg
Telefon: 04131 / 742 174
E-Mail: gaarz@lueneburg.ihk.de

Tipps für Unternehmen

■ Betriebsübergabe im Gastgewerbe

Eine Unternehmensübergabe ist von außen betrachtet ein ganz natürlicher Vorgang. Dennoch werden insbesondere zahlreiche gastronomische Betriebe in Rheinland-Pfalz, die zur Unternehmensnachfolge anstehen, häufig stillgelegt. Das passiert, weil kein geeigneter Nachfolger gefunden wird oder weil der betriebsinterne Prozess einer strukturierten Betriebsübergabe häufig zu spät beginnt. Eine rechtzeitige Einleitung der geregelten Betriebsübergabe ist daher unerlässlich. Nur so können Arbeitsplätze erhalten und der gastronomische Betrieb am Markt bestehen bleiben. Darum ist von großer Bedeutung, die Weichen in einem Betrieb beizeiten in Richtung „Zukunft“ zu stellen. Die IHK Koblenz zeigt in zahlreichen Terminen Wege einer erfolgreichen Unternehmensübergabe auf und gibt zentrale Orientierungsansätze.

Ansprechpartner:
Christian Dübner
IHK Koblenz
Telefon: 0261 / 106-306
E-Mail: duebner@koblenz.ihk.de

■ Unternehmensnachfolge im Gastgewerbe

Bei rund der Hälfte der gut 8000 Gastronomen in der Region steht in den kommenden zehn Jahren die Frage der Unternehmensnachfolge an. Das geht aus einer Umfrage der Industrie- und Handelskammer

Ansprechpartner:
Christian Dübner
IHK Koblenz
Telefon: 0261 / 106-306
E-Mail: duebner@koblenz.ihk.de

Hier geht's los:
<https://smart.ihk-berlin.de/sc/gastromat>

Ansprechpartnerin:
IHK Berlin
Simone Blömer
Telefon: 030 / 31510432
E-Mail: simone.bloemer@berlin.ihk.de

(IHK) Koblenz hervor, bei der Betriebe aus Gastronomie und Hotellerie im nördlichen Rheinland-Pfalz befragt worden sind. Die Betriebsübergabe ist demnach eines der branchenbestimmenden Themen.

Leider werden vielfach gastgewerbliche Betriebe geschlossen, weil kein geeigneter Nachfolger gefunden wird. Daher ist eine rechtzeitige Einleitung der geregelten Betriebsübergabe unerlässlich. Nur so können Arbeitsplätze erhalten und der gastronomische Betrieb am Markt bestehen bleiben. Betriebsübergaben sind häufig auch wegen behördlicher Vorgaben schwierig und führen bei potenziellen Nachfolgern zu zusätzlichen finanziellen Belastungen. Daher ist es wichtig, attraktive Rahmenbedingungen für die Branche zu schaffen – weg von starren Fristen hin zu betriebsbezogenen Korridorlösungen. Auch die Reduzierung bürokratischer Hürden im Baurecht, Gaststättenrecht und Brandschutz müssen im Sinne einer attraktiven Gastronomie auf den Prüfstand gestellt werden. Die Tourismuswirtschaft zählt zu den wichtigsten Wirtschaftszweigen in Rheinland-Pfalz, insbesondere auch im Bezirk der IHK Koblenz mit rund 8000 Betrieben. Landesweit sind mehr als 150.000 Erwerbstätige in der Tourismusbranche tätig. Damit hängt jeder zehnte Arbeitsplatz in Rheinland-Pfalz am Tourismus.

■ **Berliner Gastromat der IHK beantwortet Fragen Klick by Klick**

Sie wollen sich mit einem Restaurant, einem Cafe oder einem Food-Truck selbständig machen oder das Angebot Ihres Lebensmittelgeschäftes um den Ausschank von Speisen und alkoholischen Getränke erweitern? Dann lassen Sie sich vom „Berliner Gastromat“ beraten. Ort und Zeit der Beratung legen Sie fest. So erhalten Sie einfach und bequem individuelle Unterstützung.

Was Sie dafür tun müssen? Sie beantworten die im Online-Tool gestellten Fragen und erhalten anschließend ein speziell für Ihr Vorhaben zusammengestelltes Informationspaket. So wissen Sie sofort, welche Voraussetzungen Sie erfüllen müssen, bei welcher zuständigen Behörde ein Antrag eingereicht werden muss und wie Sie Ihr Unternehmen durch den Dschungel diverser Rechtsvorschriften steuern können.

■ **IHK Trier unterstützt Gastgewerbe bei der Unternehmensnachfolge**

Knapp 70 Prozent der Hotels und Gaststätten aus der Region Trier, die sich an einer von der IHK durchgeführten Umfrage beteiligt haben, fehlt eine Regelung ihrer Nachfolge. Als größte Herausforderungen sehen sie Vorgaben in Sachen Steuern, Baurecht oder Brandschutz, die schwierige Suche nach Personal – oder fehlende Informationen über Wege und Mittel.

Hier setzt daher die IHK mit einer speziellen Nachfolgeberatung für die Gastronomie im ländlichen Raum an. Die IHK-Tourismusreferentin Anne Morbach und Raimund Fisch, Referent für Unternehmensgründung und

Ansprechpartnerin:
Anne Morbach
IHK Trier
Telefon: 06 51 / 97 77-2 40
E-Mail: morbach@trier.ihk.de

-förderung, besuchten betroffene Unternehmen, um sie für die Notwendigkeit zu sensibilisieren, sich früh genug um die Übergabe zu kümmern. In den Beratungsgesprächen geht es in erster Linie um einen Fahrplan und Tipps zur Finanzierung sowie der Suche nach einem Nachfolger.

Das Gastgewerbe bietet in der touristisch geprägten Region ein großes wirtschaftliches Potenzial. Gerade jetzt ist der Zeitpunkt günstig, da in den vergangenen Jahren sehr viel beispielsweise in Wander- und Radwege, weintouristische Produkte und den Nationalpark investiert wurden.

Allerdings sind Unwissenheit und Unsicherheit auf diesem Feld meist groß. Dabei stehen bereits 27 Prozent der befragten Unternehmen kurz vor der Übergabe. Um zu verhindern, dass die Attraktivität der Region leidet, engagiert sich die Arbeitsgemeinschaft der rheinland-pfälzischen IHKs gemeinsam mit anderen touristischen Akteuren im Land für die Einführung eines neuen einzelbetrieblichen Förder- und Nachfolgeprogrammes für Unternehmensübergaben. Außerdem sollen die Rahmenbedingungen so gesetzt werden, dass ein bürokratiearmer Unternehmensübergang (z.B. Brandschutzauflagen) ermöglicht wird. Die Forderungen werden in Form eines Impulspapiers an das Wirtschaftsministerium übergeben.

■ Neuer Ratgeber für die Gastronomie



Foto: Michael Hochheuser

„Meine Wirtschaft – Ratgeber für die Gastronomie. Erfolgreich gründen – führen – übergeben“ heißt die Broschüre, die von der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg, dem DEHOGA-Kreisverband Tuttlingen, Vertretern von Kommunen des Landkreises Tuttlingen und der Wurmlinger Hirsch-Brauerei unter Federführung der Donaubergland GmbH herausgegeben wurde.

Ziel ist es, im Donaubergland der Hotellerie und Gastronomie Hilfestellung zu bieten, um ein gutes und funktionierendes Gastgewerbe zu erhalten. „Dies ist nicht nur für die touristischen Gäste erforderlich, sondern auch für die Gäste der Unternehmen ebenso wie für den Erhalt der Lebensqualität der Städte und Dörfer sowie der einheimischen Bevölkerung. Ein erster Beitrag ist nun dieser Ratgeber, nicht zuletzt auch um Gastronomen zu signalisieren, wo sie Hilfestellungen bekommen können,“ sagte Landrat Stefan Bär im Rahmen der Vorstellung des Ratgebers gegenüber der Presse. Den soziokulturellen Aspekt des Gasthofs in Form vom dörflichen Austausch und die damit verbundene identitätsstiftende Wirkung für die jeweilige Gemeinde, betonte der Wurmlinger Bürgermeister Klaus Schellenberg.

„Insbesondere bei Themen wie Existenzgründung und Betriebsicherung, aber auch Unternehmensnachfolge gibt es eine Vielzahl an bestehenden Angeboten in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg. Die neue Broschüre „Meine Wirtschaft“ soll diese bündeln und den Interessierten näher bringen“, verdeutlichte Anne Spreitzer, Projektleiterin Tourismus der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg.

Download des Ratgebers unter:
<https://goo.gl/RfBba1>

Ansprechpartnerin:
Anne Spreitzer
IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg
Telefon: 07721 / 922- 156
E-Mail: spreitzer@vs.ihk.de

Ansprechpartner Kompetenzteam Tourismus der IHK-Organisation

Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.
Dr. Ulrike Regele
Telefon: 030 / 203082104
E-Mail: regele.ulrike@dihk.de

IHK Berlin
Simone Blömer
Telefon: 030 / 31510432
E-Mail: simone.bloemer@berlin.ihk.de

IHK Darmstadt
Katharina Kreuzt
Telefon: 06151 / 871212
E-Mail: kreuzt@darmstadt.ihk.de

IHK Dresden
Cathleen Nebrich
Telefon: 0351 / 2802157
E-Mail: nebrich.chathleen@dresden.ihk.de

IHK Frankfurt am Main
Martin Süß
Telefon: 069 / 2197 1333
E-Mail: m.suess@frankfurt-main.de

Handelskammer Hamburg
Kristina Bohnenstengel
Telefon: 040 / 36138527
E-Mail: kristina.bohnenstengel@hk24.de

IHK Halle-Dessau
Daniela Wiesner
Telefon: 0345 / 2126285
E-Mail: dwiesner@halle.ihk.de

IHK Koblenz
Christian Dübner
Telefon: 0261 / 106306
E-Mail: duebner@koblenz.ihk.de

IHK Köln
Timo Knauthé
Telefon: 0221 / 1640576
E-Mail: timo.knauthé@koeln.ihk.de

IHK zu Leipzig
Birgit Kratochvil
Telefon: 0341 / 12671403
E-Mail: kratochvil@leipzig.ihk.de

IHK Lüneburg-Wolfsburg
Anica Gaarz
Telefon: 04131 / 742174
E-Mail: gaarz@lueneburg.ihk.de

IHK Neubrandenburg für das östliche Mecklenburg-Vorpommern
Ute Frasa
Telefon: 0395 / 5597-303
E-Mail: ute.frasa@neubrandenburg.ihk.de

IHK Nordschwarzwald
Elke Schönborn
Telefon: 07441 / 8605-217
E-Mail: schoenborn@pforzheim.ihk.de

IHK Potsdam
Simone Kube
Telefon: 0331 / 2786-163
E-Mail: simone.kube@potsdam.ihk.de

IHK Rhein-Neckar
Petra Hörmann
Telefon: 0621 / 1709212
E-Mail: petra.hoermann@rhein-neckar.ihk24.de

IHK Schwaben
Ulrike Weber
Telefon: 0821 / 3162377
E-Mail: ulrike.weber@schwaben.ihk.de

IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg
Anne Spreitzer
Telefon: 07721 / 922156
E-Mail: spreitzer@vs.ihk.de

IHK Saarland
Danica Neufang
Telefon: 0681 / 9520230
E-Mail: danica.neufang@saarland.ihk.de

IHK Stade – Geschäftsstelle Cuxhaven
Jochen Werwath
Telefon: 04721 / 7216-255
E-Mail: jochen.werwath@stade.ihk.de

IHK Region Stuttgart
Claus Coschurba
Telefon: 0711 / 20051461
E-Mail: claus.coschurba@stuttgart.ihk.de