



STELLUNGNAHME DES TOURISMUS NRW E.V.

Anhörung des Ausschusses für Wirtschaft, Mittelstand und Energie

„Evaluierung des Gesetzes zur Regelung der Ladenöffnungszeiten Nordrhein-Westfalen (LÖG NRW)“

LANDTAG
NORDRHEIN-WESTFALEN
16. WAHLPERIODE

**STELLUNGNAHME
16/425**

Alle Abg

Der Tourismus NRW e.V. als touristischer Dachverband für Nordrhein-Westfalen nimmt zu dem oben genannten Sachverhalt wie folgt Stellung:

Der Tourismus NRW e. V. spricht sich dafür aus, die bewährten Ladenöffnungszeiten in Nordrhein-Westfalen beizubehalten, um die Position Nordrhein-Westfalens im nationalen und internationalen Wettbewerb nicht zu schwächen. Zur Stärkung des Tourismus in Heilbädern und Kurorten sollte das zugelassene Warensortiment an Sonn- und Feiertagen gegenüber der derzeitigen Regelung im LÖG NRW möglichst vergrößert werden.

Antworten zum Fragenkatalog

Fragen 5, 7 & 9

Der Tourismus NRW e.V. spricht sich gegen die im Ladenöffnungsgesetzentwurf vorgesehene Regelung, die einen Anlassbezug vorsieht, aus. Eine nur noch anlassbezogene Bindung der verkaufsoffenen Sonntage an örtlichen Festen, Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen bedeutet aus touristischer Sicht eine Einschränkung. Die vorgesehene Regelung kann zum Attraktivitätsverlust der touristischen Destinationen im Land und entsprechend zu Einschnitten bei der touristischen Wertschöpfung führen. Aus touristischer Sicht sollte keine Obergrenze für verkaufsoffene Sonn- und Feiertage in einer Kommune festgelegt werden.

Laut dem Deutschen Wirtschaftlichen Institut für Fremdenverkehr an der Universität München (dwif) haben mehr als zehn Prozent aller Tagesreisen der Deutschen das Hauptmotiv „Einkaufen“ (für den nichttäglichen Bedarf) zum Anlass. Und laut der Forschungsgemein-

schaft Urlaub und Reisen (FUR) gehört für fast 45 Prozent der Urlauber das Shoppen zum besonderen Ferienerlebnis. Zahlreiche Kurzurlauber und Tagesausflügler lieben den Einkaufsbummel am Sonntag und nehmen dies zum Reiseanlass. Ein florierender Tages- oder Übernachtungstourismus bringt dem lokalen Einzelhandel zusätzliche Kunden und Kaufkraft und umgekehrt stellt der Einzelhandel einen wichtigen touristischen Angebotsbestandteil dar, der die Attraktivität eines Ortes entscheidend beeinflussen kann.

Frage 13

Der Tourismus NRW e.V. begrüßt die vorgesehene Regelung zu Kern- und Randsortimenten im Bereich der Verkaufsstellen landwirtschaftlicher Produkte. Hinsichtlich der Definition der Kern- und Randsortimente gilt es zu berücksichtigen, dass die Angebotspalette von „Hofläden“ neben den landwirtschaftlichen Erzeugnissen auch auf regionaltypische Erzeugnisse ausgeweitet werden sollte. Die Möglichkeit, regionaltypische Produkte direkt vom Erzeuger zu erwerben und zu verkosten, trägt zur Steigerung der Authentizität und Identität einer touristischen Destination bei und stärkt die Attraktivität des ländlichen Raums. Zudem trägt der Direktverkauf von landwirtschaftlichen Produkten an Touristen als Zusatzeinkommen zur Existenzsicherung der Erzeuger bei und leistet einen wichtigen Beitrag zum Erhalt der Kulturlandschaft.

Frage 14

Der Tourismus NRW e.V. plädiert dafür, die Regelungen für Heilbäder und Kurorte anzupassen. Die Begrenzung des Warensortiments für den Sonntagsverkauf führt gerade dort zur Benachteiligung des Handels gegenüber Heilbädern und Kurorten angrenzender Bundesländer. Eine Ausweitung des Warenangebotes auch an Sonntagen ist zur Förderung des Tourismus in Nordrhein-Westfalen wichtig; der stark auf neue Produkte und Destinationssprofile, etwa im Bereich des Gesundheitstourismus, setzt. So sollte z.B. für Kur- und Erholungsorte die Aufnahme von Produkten für den Kur- und Badebetrieb in den Warenkatalog des LÖG NRW erfolgen.

Frage 15

Der Tourismus NRW e.V. sieht eine Gefahr bei der Einschränkung der Öffnungszeiten im Hinblick auf die touristische Wertschöpfung

und der Attraktivität der nordrhein-westfälischen Regionen. Einkaufen spielt als Freizeitaktivität eine sehr wichtige Rolle. Der Einzelhandel ist ein wichtiger Teil der touristischen Servicekette und ist genauso unverzichtbar wie die Gastronomie in einer Destination.

Die Erlebnisqualität touristischer Destination wird neben dem touristischen Angebot wesentlich durch die Angebotspalette des lokalen Einzelhandels und die Attraktivität des Produkt-Mix mitbestimmt. Der Tourismus in Nordrhein-Westfalen hat im Jahr 2010 ein Bruttoumsatz von 31,3 Milliarden Euro generiert. Davon profitieren insbesondere der Einzelhandel (48,9 Prozent).

Frage 24

Laut Qualitätsmonitor Deutschland Tourismus 09/10 gibt es für die nordrhein-westfälischen Regionen Handlungsbedarf bei den Öffnungszeiten der Geschäfte. Von den sechs untersuchten Regionen in Nordrhein-Westfalen sind in jeder zweiten Region die Gäste unzufrieden mit den Öffnungszeiten. Unzufriedenheit wirkt sich im Tourismus sehr stark auf die Wiederbesuchsabsicht und Weiterempfehlung aus.

Nordrhein-Westfalen ist eine klassische Kurzreisedestination. Laut der Studie „Destination Monitor“ von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) haben in den ersten drei Quartalen 2012 rund 3,1 Millionen Deutsche einen Kurzurlaub in NRW verbracht. Damit waren rund 72 Prozent der 4,4 Millionen Urlaubsgäste Kurzurlauber. Rund 5,8 Millionen der 14,2 Millionen Übernachtungen im Urlaubsreiseverkehr kommen in NRW aus dem Kurzurlaubssegment. Jeder zehnte Kurzurlaub der Deutschen im Inland wird in NRW verbracht, damit belegt NRW im Vergleich der Bundesländer den zweiten Platz.

Kurzurlaube werden vor allem am Wochenende unternommen oder in Kombination mit Feiertagen. Dadurch ist die Frequenz am Wochenende überdurchschnittlich hoch. Viele attraktive Klein- und Mittelstädte in Nordrhein-Westfalen leben von den Kurzreisetouristen an den Wochenenden. Das Angebot muss entsprechend auch am Wochenende attraktiv und an die Gäste ausgerichtet sein. Daher sollte der Gesetzentwurf zu den Sonntags- und Feiertagsregelung im Hinblick der Kern- und Randsortimente weiter ausgeweitet werden. Wichtig ist ein Angebotsmix mit unterschiedlichen Produkten, damit die Destination attraktiv bleibt, so sollten z.B. in Kurorten mit Thermen auch ortsspezifische notwendige Produkte, wie Badeoutfits, Accessoires etc.

erworben werden können, oder in Destinationen, die sich mit Blick auf bestimmte Sportarten profilieren, ebenfalls entsprechendes Zubehör einschließlich der entsprechenden Bekleidung.

Begründung

Tourismus ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in NRW

Der Tourismus in Nordrhein-Westfalen hat eine erhebliche wirtschaftliche Bedeutung. Als Wirtschaftsfaktor wird er dennoch oftmals unterschätzt. Grund dafür ist die starke industrielle Prägung des Landes. Hinzu kommt, dass der Tourismus als Querschnittsdisziplin viele verschiedene Wirtschaftsbereiche einschließt, schwer abgrenzbar und mit Zahlen zu belegen ist. Im Gegensatz zu den produktionsorientierten Wirtschaftszweigen wie Landwirtschaft oder Sachgütererzeugung wird die Tourismuswirtschaft nicht eigens als Sektor in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) erfasst.

Einschlägige Erhebungen untermauern jedoch die ökonomischen Effekte der Tourismuswirtschaft für Nordrhein-Westfalen. So liegen seit November 2011 Ergebnisse einer vom Tourismus NRW e.V. in Auftrag gegebenen Studie beim Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr (DWIF) vor.

Demnach schlägt sich die wachsende Attraktivität des Tourismusstandortes Nordrhein-Westfalen in der Einkommens- und Beschäftigungsentwicklung nieder. Der Tourismus in Nordrhein-Westfalen hat im Jahr 2010 ein Bruttoumsatz von 31,3 Milliarden Euro generiert. Davon profitieren insbesondere der Einzelhandel (48,9%), das Gastgewerbe (36,5%) und der Dienstleistungssektor (14,6%). Daraus ergibt sich eine Gesamtwertschöpfung, also die Summe der Löhne, Gehälter und Gewinne, von rund 13,7 Milliarden Euro. Damit trägt der Tourismus mit 3,5 Prozent zum Volkseinkommen in NRW bei. Nach dieser Erhebung erzielen etwa 630.000 Menschen in Nordrhein-Westfalen direkt oder indirekt ihr Einkommen aus dem Tourismus. Zugleich fließen dem Fiskus (Bund, Land & Kommunen) durch den Tourismus in NRW etwa 3,2 Milliarden Euro an Mehrwertsteuer und Einkommensteuer zu. Die Zahl der tatsächlich Beschäftigten, deren Arbeitsplatz zumindest anteilig vom Tourismus abhängt, lässt sich ohne umfangreiche, detaillierte Primärerhebungen nicht exakt bestimmen. Erfahrungsgemäß liegt die Zahl der zumindest anteilig vom

Tourismus abhängigen Beschäftigten aber deutlich über der oben ausgewiesenen Zahl.

Neben den quantitativen Effekten werden wesentliche positive, nicht quantifizierbare Effekte hervorgerufen. Dazu gehören die Steigerung der Bekanntheit im Standortwettbewerb und ein nicht zu unterschätzender, maßgeblicher Imagegewinn für das gesamte Land.

Im Bundesländerranking belegt Nordrhein-Westfalen als Reiseland einen Spitzenplatz: NRW gehört zu den Top 3-Reiseländern in Deutschland. Bei den Gästeankünften liegt Nordrhein-Westfalen hinter Bayern auf dem zweiten Rang, bei den Übernachtungen erreicht Nordrhein-Westfalen den dritten Platz hinter Bayern und Baden-Württemberg.

Die Tourismusbranche in Nordrhein-Westfalen hatte laut Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) im Jahr 2011 mit einem Plus von fünf Prozent bei den Ankünften und 5,1 Prozent bei den Übernachtungen gegenüber 2010 erneut ein Rekordjahr zu verzeichnen. Auch die ersten elf Monate 2012 sind durchweg positiv: Mit insgesamt 18,5 Millionen Ankünften (plus 2,6 Prozent) und 42,2 Millionen Übernachtungen (plus 2,9 Prozent) in Beherbergungsbetrieben mit zehn und mehr Betten sowie auf Campingplätzen (ohne Dauercamping) liegt der Tourismus in Nordrhein-Westfalen weiterhin über dem Ergebnis des entsprechenden Vorjahreszeitraumes.

Motor dieser Entwicklung ist das Incoming: Eine hohe Zunahme war bei den Gästen aus dem Ausland (+4 Prozent auf 3,9 Millionen) und deren Übernachtungen (+4,4 Prozent auf 8,5 Millionen) zu verzeichnen. Hier ist es von besonderer Bedeutung, Gästen auch in Bezug auf die Ladenöffnungszeiten einen international wettbewerbsfähigen Standard zu bieten.

Bedeutendes Segment der Business- und Tagesreisen

Das Segment der Business- und Tagesreisenden ist in Nordrhein-Westfalen von besonders großer Bedeutung. Nicht ohne Grund: Die Wirtschaftskraft Nordrhein-Westfalens ist beeindruckend. Als ökonomisches Schwergewicht ist das Bundesland das Ziel zahlreicher Geschäftsreisender aus dem In- und Ausland. Mit Köln, Düsseldorf, Essen und Dortmund steht Nordrhein-Westfalen an der Spitze der internationalen Messestandorte.

Nordrhein-Westfalen kann erstmalig den großen Stellenwert der beiden Segmente in Zahlen fassen, durch den neu eingeführten GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland. Ziel des Marktforschungsinstrumentes ist es, das Reiseverhalten der Deutschen in seiner Bedeutung für Tourismusregionen transparent zu machen. So kann der Inlandstourismus in Nordrhein-Westfalen mit Hilfe der Daten regelmäßig in seiner Entwicklung beschrieben werden. Das Monitoring erfasst sämtliche Übernachtungs- und Tagesreisen der Deutschen ab 50 Kilometer unter Berücksichtigung sowohl von Privat- als auch Geschäftsreisen. Der Tourismus NRW e.V. bezieht seit Anfang 2012 quartalsweise Daten aus dem DestinationMonitor.

Diesem zufolge hatten knapp drei Viertel der von Inländern in den ersten neun Monaten des Jahres 2012 in Nordrhein-Westfalen getätigten Übernachtungen einen privaten Anlass. Entsprechend waren wiederum rund 25 Prozent aller Übernachtungen geschäftlich bedingt. Der Stellenwert der Übernachtungsgeschäftsreisen für Nordrhein-Westfalen wird durch den Vergleich mit dem Bundesschnitt deutlich: Nordrhein-Westfalen liegt klar über dem Bundesmittel von 12,3 Prozent geschäftlichem Übernachtungsanteil und nimmt im Ranking der derzeitigen Bezieher-Bundesländer des GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland den Spitzenplatz ein. Im Hinblick auf das Gesamtaufkommen geschäftlicher Übernachtungen durch Inländer in Deutschland fällt Nordrhein-Westfalen ein Marktanteil von knapp 18 Prozent zu.

An einzelnen Standorten in Nordrhein-Westfalen wird dieser Wert deutlich höher liegen. Regionsspezifische Zahlen liegen hierzu allerdings noch nicht vor. Durch den DestinationMonitor können jedoch zukünftig diese Zahlen ausgewertet werden, sobald für die nordrhein-westfälischen Destinationen eine ausreichende Fallzahl erreicht worden ist. Wichtig ist ein attraktiver Einzelhandel, der zur positiven und überdurchschnittlichen Entwicklung in Bezug auf die Businessgäste beiträgt.

Der Tagestourismus ist wirtschaftlich gesehen das wichtigste touristische Segment der nordrhein-westfälischen Tourismusbranche. Durch den Tagestourismus werden in Nordrhein-Westfalen zwei Drittel des Bruttoumsatzes der Tourismusbranche generiert. In 2010 lag der Bruttoumsatz des Tagestourismus in Nordrhein-Westfalen bei 22 Mrd. Euro. Der Übernachtungstourismus machte 9,3 Mrd. Euro aus.

Im Schnitt kommen auf einen Übernachtungsgast in Nordrhein-Westfalen 17 Tagesreisende. Dies bedeutet für das vergangene Jahr 2010 in etwa 700 Millionen Tagesreisende für Nordrhein-Westfalen.

Welche Anregungen/Empfehlungen hat der Tourismus NRW e.V. bezüglich des LÖG NRW?

§ 5 Verkauf an Sonn- und Feiertagen

- Für Nordrhein-Westfalen als Tagesausflugsziel ist es sehr wichtig, dass der Verkauf an Sonn- und Feiertagen nach § 5 (1-3) nicht eingeschränkt wird. Mit der vorgesehenen Begrenzung der Anzahl der zur Öffnung frei gegebenen Kalender-sonntagen und der Wiederherstellung des Anlassbezuges für die Sonn- und Feiertagsnutzung besteht die Gefahr, dass Nordrhein-Westfalen als Tagesausflugsziel und für Messe- und Kongressbesucher an Attraktivität verliert. Zur Sicherung der Attraktivität der touristischen Ausflugsziele sollten neben landwirtschaftlichen Produkten auch regionsspezifische Produkte angeboten werden. Laut Studie des Qualitätsmonitors geben knapp 50 Prozent der NRW-Urlauber an, dass Shopping zu Ihren Hauptreiseaktivitäten zählt. Der Tourismus NRW e.V. unterstützt daher die Forderung des Deutschen Tourismusverbandes e.V. (DTV), die erweiterten sonntäglichen Ladenöffnungszeiten in Tourismusorten zu erhalten.
- Im Zuge der Wettbewerbsfähigkeit Nordrhein-Westfalens sollte auch über die in § 6 (2) LÖG geregelte Bestimmung, dass in Kurorten an bestimmten Sonntagen Waren, die für diese Orte kennzeichnend sind und Waren zum sofortigen Verzehr, frische Früchte, Tabakwaren, Blumen und Zeitungen verkauft werden dürfen, nachgedacht werden. Dieser Umstand wirkt sich in einer gravierenden Schlechterstellung des Handels in Heilbädern und Kurorten unseres Bundeslandes gegenüber den Heilbädern und Kurorten angrenzender Bundesländer aus. Der Tourismus NRW e.V. unterstützt daher die Forderung des Nordrhein-Westfälischen Heilbäderverbandes e.V., das zugelassene Warensortiment deutlich zu erweitern.

Der Tourismus NRW e.V. hat seinen Sitz seit Anfang 2010 in Düsseldorf. Der touristische Dachverband für Nordrhein-Westfalen wurde 1997 auf Initiative des Wirtschaftsministeriums gegründet. Zu seinen zentralen Zielen gehören die Profilierung des Tourismus als zukunftssträchtiger Wirtschaftsfaktor, die Optimierung der Rahmenbedingungen für das touristische Marketing und die Förderung der touristischen Kooperation in Nordrhein-Westfalen. Bei der Umsetzung des Masterplan Tourismus Nordrhein-Westfalen übernimmt der Verband eine wichtige Rolle bei der Neuausrichtung des Tourismus in Nordrhein-Westfalen: als strategischer Schrittmacher im Netzwerk der touristischen Akteure des Landes, als Koordinator des Netzwerkmanagements und als Vermarkter der Destination nach außen. Der Tourismus NRW e.V., dem zurzeit 71 Mitglieder angeschlossen sind, beschäftigt derzeit 30 Mitarbeiter.

Düsseldorf, 13. Februar 2013
Dr. Heike Döll-König (Geschäftsführerin)