



WAHLCHECK – LANDTAGSWAHLEN in MV 2011

DAS ERWARTET DAS GASTGEWERBE VON DER POLITIK IN MECKLENBURG-VORPOMMERN

WIRTSCHAFTSAKTOR GASTGEWERBE

Beschäftigte	42.000
Auszubildende	4.700
Betriebe	6.600
- Beherbergung	2.600
- Gaststätten	4.000
Jahresbruttoumsatz	1,5 Mrd. Euro
- Beherbergung	800 Mio.
- Gastronomie	700 Mio.
Anteil am Umsatz der Tourismuswirtschaft	60 Prozent
jährl. Investitionen	70 Mio. Euro
Anteil am BIP	8 Prozent

Fokus 1

Mehrwertsteuer – Absenkung der Mehrwertsteuer erhalten, Politik muss verlässlich sein.....S. 4

Fokus 2

Rundfunkgebühren – keine Sonderbelastung der Hotellerie zulassenS.5

Fokus 3

Kommunale Abgaben und Gebühren – Schluss mit der AbgabenspiraleS.6

Fokus 4

Arbeits- und Tarifrecht – keine politische Einmischung in die TarifautonomieS.7

Fokus 5

Tourismuspolitik – Gastgewerbe als Kern der Tourismuswirtschaft weiter fördernS.8

Fokus 6

Fachkräftesicherung – konzertierte Werbung für den Standort MVS.9

Fokus 7

Verbraucherschutz – Für Verbraucherschutz – gegen WettbewerbsverzerrungS.10

Sehr geehrte Kandidatin, sehr geehrter Kandidat,

im September 2011 sind die Wähler unseres Bundeslandes aufgerufen, einen neuen Landtag zu wählen. Zu den Wählern werden auch die gastgewerblichen Unternehmen, ihre Mitarbeiter und ihre einheimischen Gäste gehören.

Fakt ist: Das Gastgewerbe ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in MV. Gut 42.000 Beschäftigte, etwa 6.500 Auszubildende, ein Anteil am Bruttoinlandsprodukt von etwa 10 Prozent und ein Anteil am Umsatz der Tourismuswirtschaft von über 60 Prozent machen das Gastgewerbe zur Zugmaschine der Wirtschaft in unserem Bundesland.

Hotellerie und Gastronomie sind standortgebunden, schaffen hier Arbeits- und Ausbildungsplätze und zahlen hier ihre Steuern. Sie können ihre Leistungen nicht ins Ausland verlagern oder exportieren. Als Branchenverband haben wir deshalb die Verantwortung, Einfluss auf die Verbesserung der politischen, rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in diesem Land zu nehmen.

In den kommenden Wochen werden die Hoteliers und Gastronomen die Kandidatinnen und Kandidaten mit den drängendsten Fragen der Branche konfrontieren.



Guido Zölllick
Guido Zölllick
Präsident



Uwe Barsewitz
Uwe Barsewitz
Hauptgeschäftsführer

Der DEHOGA MV möchte mit seiner Wahlcheckliste von den Kandidatinnen und Kandidaten zu den Landtagswahlen 2011 wissen, wie sie zur Gastgewerbebranche stehen und ob durch die Schaffung wirkungsvoller Rahmenbedingungen die Tourismuswirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern unterstützt wird.

Unsere Frage: Wo stehen Sie?

WAS IST SACHE?

Die Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes für die Hotellerie hat zu einem starken Wachstumsimpuls in unseren Betrieben geführt. Insbesondere durch dringend notwendige Investitionen, durch die Verbesserung der Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter, durch Qualifizierung, Qualitätssicherung und durch ein besseres Preis-Leistungsverhältnis.

Die aktuellen Diskussionen im politischen Raum über eine mögliche Rücknahme der Mehrwertsteuersenkung sind unverantwortlich und haben fatale wirtschaftliche Folgen: Unternehmer halten dringend notwendige Investitionen und Neueinstellungen zurück, Banken treten bei geplanten Finanzierungen auf die Bremse.

Hinzu kommt, dass durch dieses Verwirrspiel Politik in den Augen der Unternehmerschaft und ihrer Mitarbeiter unberechenbar wird.

Wir fordern überdies die Gleichbehandlung der Gastronomie mit dem Lebensmitteleinzelhandel und Handwerksbranchen wie Bäckern und Fleischern durch einen gleichreduzierten Mehrwertsteuersatz. Bereits im März 2009 hat der ECOFIN-Rat dafür die längst überfällige Entscheidung getroffen, dass die Mitgliedstaaten künftig auch die Mehrwertsteuer auf Gastronomieumsätze senken dürfen.

WAS FORDERN WIR?

Im Interesse der Wettbewerbs- und Leistungsfähigkeit unserer Branche fordert der DEHOGA MV den reduzierten Mehrwertsteuersatz für die Beherbergungswirtschaft beizubehalten und sie für die Gastronomie ebenfalls abzusenken.

Wir erwarten von den Kandidaten zu den Landtagswahlen und im Falle ihrer Wahl von den Abgeordneten des neuen Landtages, dass sie auf der Grundlage ausreichender Fakten den reduzierten Mehrwertsteuersatz für das **ganze** Gastgewerbe sachlich beurteilen.

Wir fordern:

- ein Ende des Steuerchaos und die Revision des gesamten Mehrwertsteuersystems
- die Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes für alle arbeitsintensiven Branchen wie beispielsweise das Gastgewerbe
- die Gleichbehandlung mit Bäckern, Metzgern und dem Lebensmitteleinzelhandel
- eine sachliche Diskussion mit und nicht gegen unsere Branche

WAS IST SACHE?

Das bloße Bereitstellen von Fernsehern auf den Hotelzimmern ist für Hoteliers zu einem erheblichen Kostenfaktor und zu einem noch größeren Ärgernis geworden.

Stichwort: Rundfunkgebühren/GEZ-Gebühren

Die Hotellerie wird nicht nur in Bezug auf das Urheberrecht unangemessen zur Kasse gebeten, auch die Belastung mit Rundfunkgebühren ist international beispiellos.

Hotels mit weniger als 50 Zimmern zahlen für jeden Gästefernseher die Hälfte der regulären Rundfunkgebühren. Seit 2005 müssen Hotels mit mehr als 50 Zimmern für jeden Fernseher sogar 75 Prozent der Rundfunkgebühren entrichten.

Ein 150-Zimmer-Hotel muss in Deutschland pro Jahr sage und schreibe 24.327 Euro für seine Zimmerfernseher aufbringen. Das ist mehr als doppelt so viel wie ein französischer Betrieb (11.554 Euro). In acht EU-Staaten, darunter Belgien und die Niederlande, müssen überhaupt keine Rundfunkgebühren abgeführt werden.

WAS FORDERN WIR?

Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland muss reformiert werden. Das Anknüpfen der Gebührenpflicht an das Bereithalten eines Empfangsgeräts, gleich, ob es genutzt wird oder nicht, ist ungerecht. Der Gast hat bereits zu Hause an die GEZ bezahlt.

Da vor 2013 nicht mit einer generellen Neuregelung zu rechnen ist, fordert der DEHOGA, bis dahin als Kompromiss die 50- und 75-prozentige TV-Zwangsabgabe zu streichen und stattdessen eine 25 Prozent-Hotelpauschale je Zimmer – unabhängig von der Größe des Hauses – einzuführen.

Wir fordern:

- faire Rundfunkgebühren für alle
- Beseitigung der Wettbewerbsnachteile der deutschen Hotellerie

WAS IST SACHE?

Angesichts immer knapper werdender Kassen sind die Kommunen in den letzten Jahren immer kreativer geworden. Beispielsweise sollen die öffentlichen Haushalte über eine sogenannte »Bettensteuer« Kulturförderabgabe oder allgemeine Tourismusabgabe aufgefüllt werden. Das ist eine ungerechte, weil einseitige, Belastung der Hotellerie.

Hinzu kommen neue Sondernutzungssatzungen und Gestaltungsrichtlinien, über die die Außengastronomie noch weiter verteuert wird, weil alles mit zusätzlichen Gebühren behaftet ist.

Vor allem nach der Absenkung der Mehrwertsteuer für die Hotellerie meinen manche, dass es in der Branche viel zu holen gäbe.

Die Fakten sprechen dagegen: Die Umsätze in der von kleinen Unternehmen dominierten Gastronomie sanken allein im Jahre 2010 um 10,7 Prozent! Die Beschäftigung sank in diesem Segment im gleichen Zeitraum um 11,1 Prozent.

Also: Höhere Steuern und Gebühren führen nicht zu höheren Einnahmen der öffentlichen Haushalte, sondern zu weniger Steuern und höheren Kosten.

WAS FORDERN WIR?

Stärken Sie als Landtagsabgeordnete/r die Verantwortung der Kommunen für konkrete Wirtschaftsförderung vor Ort. Fordern Sie die Kommunen zum Umdenken auf. Jede Kommune, die sich über ihre Eigenbetriebe in den Wettbewerb einmischt, verliert letztlich Steuer und gefährdet Arbeitsplätze.

Verhindern Sie, dass auf die Kommunen durch die Landesregierung Druck ausgeübt wird, um alle »Register« für immer neue kommunale Abgaben und Gebühren zu ziehen.

Wir fordern:

- fördern statt schröpfen
- Hände weg von der »Bettensteuer« und anderen phantasiereichen Abgaben
- Überprüfung aller Gesetze und Verordnungen auf ihren wirtschaftsfördernden Inhalt
- Heraushalten der Kommunen aus dem privatwirtschaftlichen Wettbewerb

WAS IST SACHE?

Arbeitsintensive Branchen wie Gastronomie und Hotellerie leiden besonders unter dem unflexiblen, häufig rechtsunsicheren und kostentreibenden Arbeits- und Sozialrecht in Deutschland.

Das beste Mittel für höhere Reallöhne ist nicht die Verteuerung des Faktors Arbeit, sondern die konsequente Senkung der Lohnnebenkosten. Jedes Prozent weniger an Sozialabgaben schafft zudem Arbeitsplätze.

Die Ausweitung der Mindestlöhne auf immer mehr Branchen beobachtet das Gastgewerbe mit Sorge. Mit einem allgemeinen Mindestlohn im Gastgewerbe würden viele der weniger produktiven Arbeitsplätze im Niedriglohnbereich vernichtet, da der politisch angestrebte Mindestlohn immer über der Produktivität der Mitarbeiter läge.

Ein allgemeiner Mindestlohn ist ökonomisch unsinnig und unsozial, da er manche Hilfskräfte dauerhaft aus der legalen Arbeit verdrängen würde.

Das beste Rezept für eine Lohnfindung in der Branche bleibt das flächendeckende Tarifvertragssystem. Im Gegensatz zu einem gesetzlichen Mindestlohn tragen die Ländertarifverträge der jeweiligen Wirtschaftskraft der Region Rechnung.

WAS FORDERN WIR?

Setzen Sie sich als Landtagsabgeordnete/r für die dauerhafte Absenkung der Sozialversicherungsbeiträge auf unter 40 Prozent ein. Das würde die Betriebe bei den Personalkosten entlasten und Beschäftigung sichern.

»Mehr Netto vom Brutto« würde sich zudem positiv auf die Real-löhne der Mitarbeiter und damit auf die Kaufkraft auswirken.

Der Vorrang von Tarifverträgen gegenüber gesetzlichen Regelungen muss konsequent gewährleistet werden. Keiner kann bei der Lohnfindung die Gegebenheiten besser einschätzen als die Tarifparteien vor Ort. Nur kann die Branche auch weniger produktive Arbeitsplätze im Niedriglohnbereich bereitstellen.

Wir fordern:

- mehr Netto vom Brutto
- Hände weg vom gesetzlichen Mindestlohn
- Respektierung und Stärkung der Tarifautonomie

WAS IST SACHE?

Mecklenburg-Vorpommern gehört zur Spitze der Tourismusländer in Deutschland. Das Gastgewerbe ist mit etwa 60 Prozent am touristischen Gesamtumsatz der Hauptleistungsträger des Tourismus.

In den letzten Jahren hat sich das Wachstum in der Tourismuswirtschaft, insbesondere im Gastgewerbe deutlich verlangsamt. In einigen Segmenten, wie der Gastronomie, sind die Umsätze signifikant rückläufig.

Trotz dieser Tatsachen gibt das Land, im Vergleich mit anderen (neuen) Bundesländern, immer noch zu wenig für die Förderung von Entwicklungen im Gastgewerbe aus. Die Konzentration auf die Bereitstellung finanzieller Mittel für das touristische Marketing reicht nicht aus.

Die Landestourismuskonzeption 2010 nennt die richtigen Schlüsselthemen, Leitlinien, Stärken und Schwächen, Chancen und Herausforderungen. In den meisten Bereichen ist das Gastgewerbe zum Handeln aufgefordert. Diesen Herausforderungen will sich das Gastgewerbe auch stellen. Allerdings müssen dazu auch die adäquat notwendigen, fördernden Rahmenbedingungen geschaffen werden.

WAS FORDERN WIR?

Sorgen Sie als Landtagsabgeordnete/r mit dafür, dass die Mittel für das Marketing im Lande konzentriert werden. Lassen Sie keine Kleinteiligkeit zu.

Setzen Sie sich dafür ein, dass die Landesmittel für das touristische Marketing wirtschaftsnah geplant und verwendet werden. Das touristische Marketing ist Dienstleister der Tourismuswirtschaft und muss sich nach den Bedarfen der Wirtschaft richten.

Wir fordern:

- Fortsetzung der Förderung und Aufstockung der Mittel für Projekte des DEHOGA im Rahmen von Strukturentwicklungsmaßnahmen, Weiterbildung und Qualitätssicherung
- Sicherung des Einflusses der Wirtschaft auf die Planung und Verwendung der Marketingmittel des Landes

WAS IST SACHE?

Die Sicherung des Fach- und Arbeitskräftebedarfs ist die größte Aufgabe für den Arbeitsmarkt der Zukunft in allen Branchen. Das extrem personalintensive Gastgewerbe mit seinem hohen Anteil dual ausgebildeter Fachkräfte, den besonderen Anforderungen an die Mitarbeiter, seinen vielen Kleinbetrieben und der angespannten Ertragslage, steht hier vor besonderen Herausforderungen.

Ausreichende und richtig qualifizierte Fach- und Arbeitskräfte entscheiden daher über Leistungsfähigkeit und Dienstleistungsqualität der Branche sowie über das Wachstum der Tourismuswirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern.

Das Gastgewerbe ist mit etwa 42.000 Mitarbeitern eine der beschäftigungsintensivsten Branchen in Mecklenburg-Vorpommern.

Seit 2008 sind die Mitarbeiterzahlen jedoch rückläufig. 2010 wurden im Vergleich mit dem Vorjahr fast 3 Prozent weniger Mitarbeiter beschäftigt. Nur die durch die Mehrwertsteuersenkung verursachten Neueinstellungen in der Hotellerie (+ 8,6%) verhin- derten einen noch dramatischeren Rückgang.

WAS FORDERN WIR?

Für die Sicherung des Fach- und Arbeitskräftebedarfs ist eine Gesamtstrategie von Politik und Wirtschaft erforderlich, die sowohl Qualifizierung und Aktivierung des inländischen Erwerbspersonpotenzials in den Blick nimmt als auch – zeitgleich – Zuwanderungsfragen arbeitsmarktorientiert angeht.

Lassen Sie es nicht zu, dass verschiedene Handlungsfelder gegeneinander ausgespielt werden. Dies wird der Herausforderung nicht gerecht. Jeder der beteiligten Akteure ist aufgerufen, an seiner Stelle die notwendigen Schritte konsequent umzusetzen – ohne ideologische Scheuklappen.

Wir fordern:

- eine Gesamtstrategie von Politik, Wirtschaft und Gewerkschaften für Fachkräftesicherung
- weitere Unterstützung von Aktivitäten und Projekten der Tourismuswirtschaft

Herausgeber

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband
Mecklenburg-Vorpommern e.V.
(DEHOGA)

Bleicherufer 23
19053 Schwerin
Fon 0385 – 59255 0
Fax 0385 – 59255 20
dehoga-mv@t-online.de
www.dehoga-mv.de

Verantwortlich
Guido Zöllick, Präsident

Redaktion und Koordination
Uwe Barsewitz, Hauptgeschäftsführer

