

Stellungnahme der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd e.V.) im Rahmen der Konsultation zur Richtlinie (EU) 2015/2366 über Zahlungsdienste im Binnenmarkt

Wer wir sind - Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd e.V.)

1996 in Berlin gegründet, ist die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd e.V.) seit nunmehr gut 20 Jahren die Interessensvertretung der City- und Stadtmarketingorganisationen in Deutschland. Sie versteht sich als Mittlerin zwischen den Stadtmarketingverantwortlichen und öffentlichen Einrichtungen sowie als Interessensvertreterin gegenüber der Politik und Verwaltung auf Bundes- und Landesebene. Als Berufsverband mit rund 400 Mitgliedern unterhält die bcsd zudem ein lebendiges Netzwerk aus verschiedenen Akteuren im City- und Stadtmarketing. Darüber hinaus pflegt die bcsd Kooperationen und Partnerschaften mit Verbänden, Politik, Instituten und Organisationen, um Diskussionen über die Stadt der Zukunft zu führen und das Stadtmarketing weiter zu entwickeln.

Die bcsd bekennt sich zum Bild der europäischen Stadt, die mit ihrer lebendigen und multifunktionalen Innenstadt Bürger und Gäste anzieht und sie zum Aufenthalt einlädt. Stadtentwicklung sollte im Dialog mit den Menschen und in Kooperation mit allen wichtigen Vertretern der Funktionsbereiche Wohnen, Arbeiten, Einkaufen, Erholen sowie der Stadtgestaltung erfolgen.

Vorbemerkung

Im Hinblick auf die nationale Umsetzung der zweiten Zahlungsdienste-Richtlinie möchten wir im Rahmen der Konsultation Stellung nehmen. Gerade in Bezug auf regionale und lokale Gutscheinsysteme sowie Gutscheine von organisatorisch gemeinsam auftretenden, aber rechtlich nicht verbundenen Organisationen und Städten sehen wir viele Unklarheiten und enorme Risiken, die den Bestand und die Durchführung dieser städtischen bzw. regionalen Gutscheinsysteme gefährden könnten. Diese Entwicklungen würden den Inhalten und Empfehlungen der im Mai 2007 von den für die Stadtentwicklung zuständigen EU-Ministern verabschiedeten Leipzig Charta zur nachhaltigen europäischen Stadt zuwiderlaufen. „Die Einbeziehung der wirtschaftlichen Akteure, Interessengruppen und der Öffentlichkeit sind hierbei unabdingbar. Integrierte Stadtentwicklungspolitik ist eine zentrale Voraussetzung für

die Umsetzung der europäischen Nachhaltigkeitsstrategie. Ihre Umsetzung ist eine Aufgabe von europäischer Dimension, in der jedoch die örtlichen Besonderheiten berücksichtigt und das Subsidiaritätsprinzip gewahrt werden muss. [...] Durch die Bündelung von Wissen und finanziellen Ressourcen wird die Wirksamkeit der knappen öffentlichen Mittel vergrößert. [...] Integrierte Stadtentwicklungspolitik bindet verwaltungsexterne Akteure mit ein und beteiligt Bürger aktiv an der Gestaltung ihres unmittelbaren Lebensumfeldes.“¹ Ferner wird betont: „Unsere Städte brauchen Handlungsspielraum für eine verantwortungsvolle Wahrnehmung kommunaler Aufgaben und eine solide und langfristig stabile finanzielle Basis.“²

Dieses konstruktive Zusammenwirken von öffentlichen Institutionen, privaten Leistungsträgern und dem Bürger findet exemplarisch in lokalen und regionalen Gutschein- und Kundenbindungssystemen ihren Ausdruck.

Ausgangssituation

Viele Städte in Deutschland nutzen mittlerweile ein lokales Gutscheinsystem. Beispielsweise verfügen in Baden-Württemberg rund 95 Prozent der Städte ab 5.000 Einwohner über ein eigenes lokales Gutscheinsystem. Für die Städte ist dies ein wichtiges Instrument zur Stärkung der lokalen Wirtschaft. Durch regionale Kaufkraftbindung wird die Grundlage für die Multifunktionalität einer lebenswerten Stadt gestärkt. Beteiligt an den regionalen Gutscheinsystemen sind unter anderem Unternehmen aus den Bereichen Handel, Gastronomie, Dienstleistungen sowie Kultur- und Freizeiteinrichtungen, die einen Großteil der städtischen Versorgungsangebote und Attraktivität einer Stadt ausmachen. Gerade auch für kleine Unternehmen ergibt sich so die Chance den Online-Konzernen und der globalen (Handels-)Konkurrenz einen regionalen Bezug entgegenzusetzen.

Viele Städte und Organisationen greifen bei ihrem Gutscheinsystem auf eine Lösung in Papierform zurück. Mittlerweile finden immer mehr elektronische Kartensysteme in den Städten Verwendung.

Klarstellung zu regionalen Gutscheinsystemen

Herausgeber der Gutscheine sind meist Stadtmarketing-Organisationen, Gewerbevereine oder Tourist-Informationen. Die Kaufkraft vor Ort zu halten und regionale Wirtschaftskreisläufe zu stärken, ist dabei die Hauptintention. Je nach Größe der Stadt/ Region, liegt die Anzahl der Gutschein-Annahmestellen zwischen 30 und 1.000 Unternehmen und Einrichtungen. Dabei variieren auch die Umsätze zwischen kleinen fünfstelligen und siebenstelligen Beträgen. Viele Städte bieten zudem eine Variante ihrer Gutscheine für Arbeitgeber an, die

¹ „Leipzig Charta zur nachhaltigen europäischen Stadt“, S. 316, Informationen zur Raumentwicklung, Heft 4.2010

² „Leipzig Charta zur nachhaltigen europäischen Stadt“, S. 318, Informationen zur Raumentwicklung, Heft 4.2010

diese an ihre Mitarbeiter verschenken. Den Arbeitgebern bietet sich so eine lokale Alternative zu Tankgutscheinen oder Gutscheinen von Großkonzernen.

Abwicklung der regionalen Gutscheinsysteme

Vor Ort werden die Gutscheine von lokalen Organisationen und deren Partnern verkauft, das eingenommene Geld wird auf ein Konto eines ortsansässigen Geldinstitutes einbezahlt. Hierbei handelt es sich meist um ein Treuhandkonto. Bei dem eingezahlten Geld handelt es sich um einen Durchlaufposten, denn von diesem Konto wird auch der Betrag der eingelösten Gutscheine an die Annahmestellen ausbezahlt.

Aus Sicht des Verbraucherschutzes ist der Gebrauch dieser Gutscheine sicherer als die Verwendung von Gutscheinen einzelner Unternehmen, da bei einem Zusammenschluss von vielen verschiedenen Unternehmen keine Gefahr der Insolvenz oder Betriebsaufgabe droht. Zudem sind durch die Beteiligung der Städte und lokalen Organisationen ein naher Kontakt zum Kunden und ein direkter Ansprechpartner vor Ort vorhanden.

In fast jeder Stadt sind die Stadtverwaltung, die lokalen Medien, IHK und Handwerkskammer Partner der lokalen und regionalen Gutscheinsysteme zur Stärkung der lokalen Wirtschaft. So ist eine starke Vernetzung aller Akteure vor Ort gewährt.

Empfehlung der bcsd

Ein Gutscheinsystem mit lokaler beziehungsweise regionaler Begrenzung sollte daher aus den genannten Gründen von der Zahlungsdienste-Richtlinie ausgenommen werden bzw. bei der Ausgestaltung der Durchführungsbestimmungen besonderen Schutz erfahren.

Berlin, 4. Januar 2017

Für die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland:

Bernadette Spinnen (Bundesvorsitzende)

Michael Gerber (1. Stellvertretender Bundesvorsitzender)

Norbert Käthler (2. Stellvertretender Bundesvorsitzender)

Gerold Leppa

Georg Bandarau

Ulrich Cloos

Mario Schiefelbein

Jürgen Block (Geschäftsführer)