

Interpellation Riederer-Pfäfers / Wild-Neckertal (17 Mitunterzeichnende) vom 20. Februar 2012

Tourismus stärker gewichten

Schriftliche Antwort der Regierung vom 3. April 2012

Ferdinand Riederer-Pfäfers und Vreni Wild-Neckertal erkundigten sich in ihrer Interpellation vom 20. Februar 2012 nach der Förderung der Tourismus-Regionen durch den Kanton. Es interessieren dabei die aktuellen kantonalen Massnahmen, eine Einschätzung im Vergleich mit dem Tourismus in Österreich und ob der Tourismus in der Namensgebung des neuen Amtes für Wirtschaft und Arbeit berücksichtigt werden soll.

Die Regierung antwortet zu den einzelnen Fragen wie folgt:

1. Grundlage der kantonalen Tourismuspolitik ist das Tourismuskonzept 2004 (inkl. Massnahmenplan und Fortschreibung im August 2010), welches die Regierung am 5. Oktober 2010 überprüft und genehmigt hat. Es sieht für den nachhaltigen Erhalt und die Steigerung der Markt- und Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus im Kanton St.Gallen eine Doppelstrategie vor. Nach dem Grundsatz «Konzentration und Kooperation» sollen vor allem das Destinationsmanagement und destinationsübergreifende Produkt- und Promotionsplattformen gefördert werden.

Im Rahmen der Evaluation der kantonalen Tourismuspolitik durch externe Fachpersonen in den Jahren 2009/2010 ging hervor, dass drei Handlungsfelder für den Erfolg der kantonalen Tourismusstrategie ausschlaggebend sind. Erstens sollen sich die Destinationsorganisationen (Destinationen Heidiland AG, Toggenburg Tourismus, St.Gallen-Bodensee Tourismus, Zürichsee Tourismus) weiter zu professionellen Marketingorganisationen entwickeln und somit wettbewerbsfähige Strukturen schaffen. Zweitens sollen erfolgreiche Plattformen wie z.B. für Langsamverkehrserlebnisse, Wellness, Tagungen und Events, Familienferien im Sommer und Winter, Wintersport und «typisch schweizerische» Kurzaufenthaltslebnisse weiter mit destinationsübergreifenden Produktmanagementplattformen vorangetrieben werden. Und als drittes soll ein Kompetenzzentrum für Elektronische Medien und E-Marketing die Tourismus-Destinationen bei der professionellen Vermarktung der Produkte stärken.

Die Destinationen und die Massnahmen der Tourismuspolitik haben sich an diesen Empfehlungen ausgerichtet. Sie haben entsprechend bedürfnisgerecht ihre Strategien weiter entwickelt und verschiedene Aktivitäten aufgebaut. Die Destinationen sind professionell aufgestellt. Ihre Grundleistungen werden vom Kanton St.Gallen gefördert. Verschiedene Plattformen und Projekte wurden in den letzten fünf Jahren erfolgreich aufgebaut und durch den Kanton St.Gallen sowie den Bund über die Neue Regionalpolitik (NRP) mit unterstützt. So erstellte die Tourismus Services Ostschweiz AG (TSO) eine Plattform für den Langsamverkehr. Die Destination St.Gallen-Bodensee Tourismus erarbeitete ein Projekt für eine bessere Positionierung des Tagungs- und Eventbereichs und fördert mit der Umsetzung des Projektes «Unesco Plus» den Kulturtourismus. Die Destination Heidiland AG entwickelte demgegenüber für die Positionierung ihrer Tourismusregion ein Projekt im Bereich «Alpine Wellness». Toggenburg Tourismus lancierte erfolgreich ein Impulsprogramm zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Hotellerie im Toggenburg. Das elektronische Marketing und die elektronische Kommunikation im Tourismus werden durch die TSO zusätzlich gestärkt. Zudem trägt die TSO mit destinationsübergreifenden touristischen Produkten vermehrt zur touristischen Wertschöpfung innerhalb der Region Ostschweiz und dem Fürstentum Liechtenstein bei.

In der Vergangenheit wurden konsequent Massnahmen in den vorgenannten für eine erfolgreiche Tourismuspolitik relevanten Handlungsfeldern umgesetzt und weiterentwickelt. Die Förderung des Ferien-, Wellness- und Seminartourismus ist ein Teil davon. Die Förderung der touristischen Regionen durch Kantonsbeiträge alleine reicht aber nicht für eine nachhaltige Entwicklung und Positionierung des Tourismus. Alle Leistungsträger entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Bsp. Bergbahnen, Hotels, Gastronomiebetriebe) sowie die öffentliche Hand (Kanton und Gemeinden) sind gefordert, wettbewerbsfähige Aktivitäten voranzutreiben, Kooperationen einzugehen und sich auf klare Strategien zu konzentrieren.

2. Die Regierung kennt die Konzeption der österreichischen Tourismuspolitik. Diese setzt sehr ähnliche Akzente wie die schweizerische. Im Vordergrund stehen auch in Vorarlberg und Tirol die Vermarktung und Förderung über Destinationen und die Innovationsförderung (Innovationspreise) und Kooperationen im Tourismus. Vergleichsweise stärker ausgeprägt sind die einzelbetrieblichen Unterstützungen für Beherbergungsbetriebe durch Bund und Länder über die Hotel- und Tourismusbank. Investitionen bis zu einer Million Euro werden beispielsweise mit einmaligen Zuschüssen von 10 Prozent unterstützt. Hinzu kommen Zuschussmöglichkeiten für Privatzimmer und regionale Sportanlagen. In der Schweiz liegt in diesem Bereich der Fokus auf den rückzahlbaren Darlehen zur Finanzierungsverbesserung, die der Kanton St.Gallen durch Zinskostenbeiträge ergänzen kann (bei einer Investition von 1 Mio. Franken erhält ein Hotelier in Österreich also 100'000 Franken, in der Schweiz sind es je nach Zinssätzen zwischen 35'000 und 45'000 Franken).

Die Förderpolitik ist somit abgesehen von der Höhe der Beiträge bei der einzelbetrieblichen Förderung nicht grundlegend anders als in der Schweiz. Die österreichische Tourismuswirtschaft profitiert zusätzlich von spürbar tieferen Arbeitskosten (Lohnniveau). Die ebenfalls tieferen Lebensmittel- und Baukosten führen in der Summe dazu, dass die Tourismusbranche in Österreich mit einem spürbaren Kostenvorteil operieren kann, was die Ertragskraft der Branche erhöht.

3. Der Massnahmenplan Tourismus wie in Ziff. 1 dargelegt beinhaltet nach Auffassung der Regierung eine nachhaltige Tourismusförderung. Neben den bereits genannten Aktivitäten wird die Qualitätsentwicklung der touristischen Leistungen in Zukunft eine bedeutende Rolle spielen. Zudem werden weitere Projekte zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von Beherbergungsbetrieben (Impulsprogramm Hotellerie, Hotelkooperationen) in Angriff genommen. Weitere Schwerpunkte sind der Ausbau der E-Medien-Kompetenz sowie die Ausgestaltung von regionalen Tourismusentwicklungskonzepten.
4. Der Tourismus ist ein wichtiger Teil der vielfältigen Wirtschaft des Kantons St.Gallen. Per 1. Juli 2012 werden das Amt für Wirtschaft und das Amt für Arbeit zu einem gemeinsamen «Amt für Wirtschaft und Arbeit» zusammengeführt. Dieser Name hat sich Schweiz weit in den Kantonen, welche die Bereiche Arbeit und Wirtschaft in einem Amt zusammengefasst haben, durchgesetzt. Der Vergleich mit dem Kanton Graubünden ist unter diesem Gesichtspunkt nicht sachgerecht, da dort die Bereiche Wirtschaft sowie Tourismus einerseits und Arbeit andererseits in getrennten Ämtern organisiert sind.