

ALPINER TOURISMUS

AKUTER HANDLUNGSBEDARF FÜR DIE SCHWEIZ

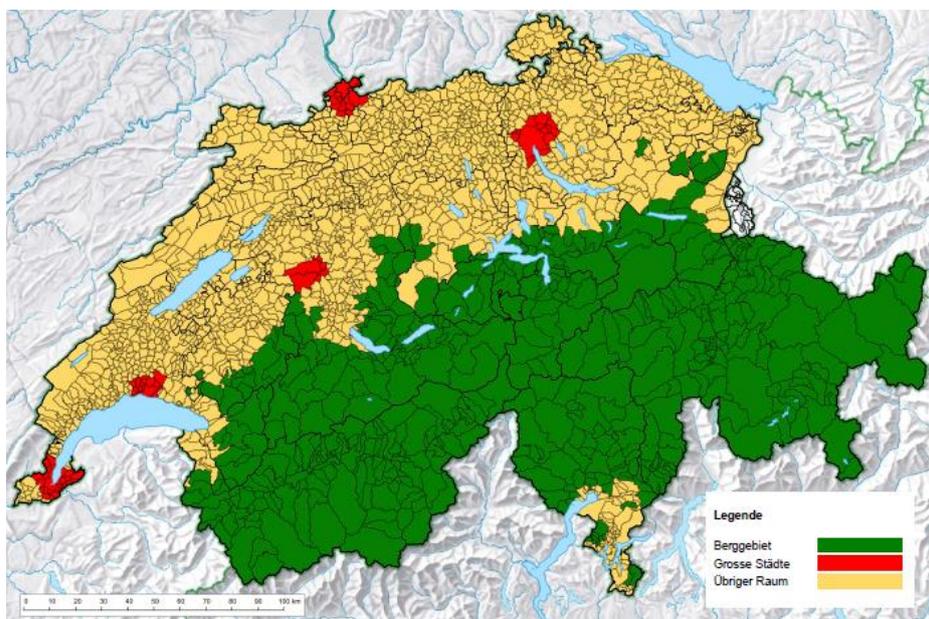
ZIEL UND ZWECK

Der Vorstand des Schweizer Tourismus-Verbandes (STV) ist in grosser Sorge um die Zukunft des alpinen Tourismus in der Schweiz. Während sich der Städtetourismus in den letzten Jahren durchaus positiv entwickelte, mussten die alpinen Gebiete teilweise einen massiven Logiernächte-Einbruch hinnehmen. Gerade in Gebieten, in denen der Tourismus der Wirtschaftsmotor ist, sind diese Entwicklungen fatal und gefährden die Zukunft ganzer Regionen. Der STV will mit dem Positionspapier eine politische Diskussion zur Zukunft des alpinen Tourismus in Gang setzen und neue Lösungen suchen.

AUSGANGSLAGE

TOURISMUS ALS WIRTSCHAFTSMOTOR

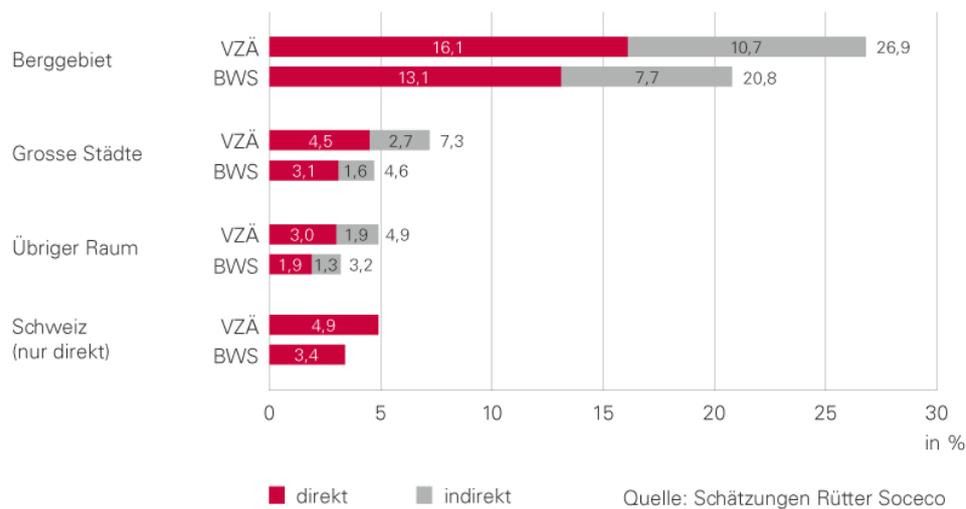
Um die Bedeutung des Tourismus im alpinen Gebiet zu untersuchen, hat der STV zusammen mit den Vorstandsverbänden eine Studie bei Rütter Soceco in Auftrag gegeben. Darin werden die Raumtypen „Berggebiet“, „grosse Stadt“ und „übriger Raum“ entsprechend den Marketingregionen von Schweiz Tourismus (ST) abgegrenzt. Die Definition berücksichtigt die touristische Lage der Destinationen.



Die Ergebnisse sind eindrücklich. Nach Abzug der Vorleistungen (d.h. den bei Dritten bezogenen Gütern und Dienstleistungen), erwirtschaften die beteiligten Unternehmen im Berggebiet aus den touristischen Umsätzen eine Bruttowertschöpfung (BWS) von 11.6 Mia. CHF.

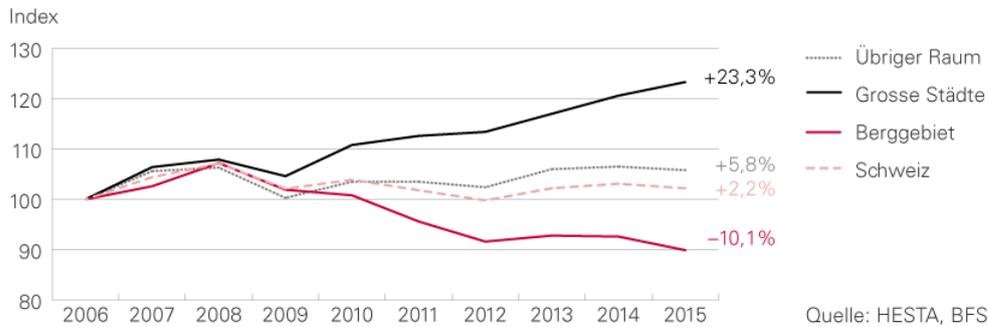
Davon sind 7.3 Mia. CHF direkt auf die Umsätze mit Touristen zurückzuführen, weitere 4.3 Mia. CHF entstehend indirekt über die Wertschöpfungskette innerhalb des Berggebiets sowie über die Ausgaben der im Tourismus beschäftigten Arbeitnehmer/innen. Um diese Wertschöpfung zu generieren, schaffen die beteiligten Unternehmen des Berggebiets Arbeitsplätze in der Grössenordnung von 113 Tsd. Vollzeitäquivalenten (VZÄ). Davon sind rund 68 Tsd. VZÄ direkt durch die touristischen Umsätze induziert, weitere 45 Tsd. VZÄ entstehen indirekt.

Die Abbildung zeigt die Bedeutung des Tourismus in den Regionen. Im Berggebiet ist ein Anteil von rund 27% (direkt 16%) der Gesamtbeschäftigung und 21% (direkt 13%) der gesamten Bruttowertschöpfung dem Tourismus zu verdanken. Damit hat das Berggebiet im Vergleich mit den grossen Städten (Anteile 7.3% bzw. 4.6%) und dem übrigen Raum (Anteile 4.9% bzw. 3.2%) einen deutlich stärkeren Bezug zum Tourismus und dadurch eine wesentlich höhere Tourismusabhängigkeit.



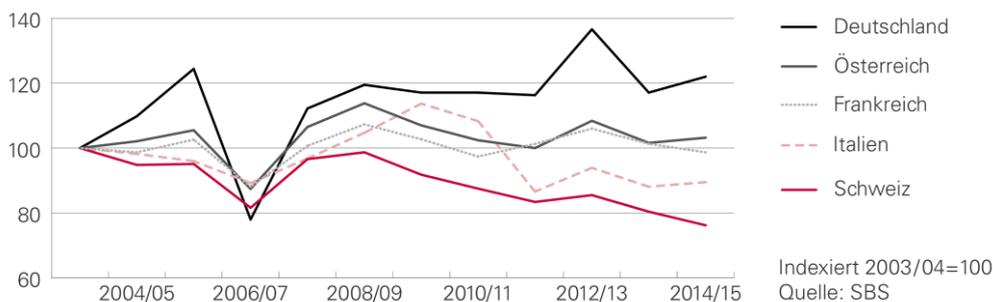
Diese Zahlen zeigen, wie wichtig der Tourismus für das Berggebiet ist. Dabei sind viele Branchen betroffen. Neben den klassischen touristischen Leistungserbringern (Beherbergung, Gaststätten, Bergbahnen etc.) erbringen insbesondere auch Dienstleistungsbetriebe wie der Detailhandel (33.3%), Bauwirtschaft (9.4%) sowie Industrie und Gewerbe (6.2%) Leistungen für den Tourismus. Geht es dem Tourismus im Berggebiet schlecht, geht es zusätzlich einer Vielzahl von Branchen im Berggebiet schlecht. Dies ist nicht nur ein touristisches, sondern ein volkswirtschaftliches und letztlich ein gesamtschweizerisches Thema, welches ernst genommen werden muss.

ENTWICKLUNG DER LOGIERNÄCHTE



Die Abbildung zeigt, dass sich die Logiernächte in den grossen Städten und im Berggebiet sehr unterschiedlich entwickelt haben. Während die grossen Städte seit 2006 weiterhin zunehmende Logiernächte aufweisen, hat das Berggebiet kontinuierlich an Logiernächten verloren. Dies ist unter anderem durch den Euro-Wechselkurs zu erklären. War der Kurs 2008 noch auf 1,65 CHF ist er bis 2016 auf 1,10 CHF gesunken. Die Wechselkurs-Effekte betreffen demzufolge primär das Berggebiet. Der bevorstehende Austritt Grossbritanniens aus der EU (Brexit) verstärkt die Problematik zusätzlich. Einerseits, da das britische Pfund durch den Austritt geschwächt wird und Ferien in der Schweiz für die Briten ebenfalls teurer werden, andererseits weil Gäste aus Grossbritannien die zweitgrösste ausländische Touristengruppe darstellen und insbesondere im Berggebiet stark vertreten sind.

ENTWICKLUNG IM WINTERTOURISMUS



Als Indikator für die Nachfrage in den alpinen Wintersportgebieten können die sogenannten Ersteintritte bei Bergbahnen (Skier-Days) betrachtet werden. Die Abbildung zeigt, dass im alpinen Raum die Ersteintritte insgesamt weitgehend stagnierten, während die Schweiz in diesem Zeitraum eine Abnahme der Ersteintritte um rund ein Viertel verbuchte. Verschiedene Studien zeigen, dass der Wintersporttourismus stärker auf Wechselkursveränderungen reagiert als die touristische Nachfrage in den Städten und übrigen Gebieten. Einerseits, da ausländische Gäste für den Wintersport vermehrt in preisgünstigere Nachbarländer ausweichen. Andererseits auch, weil Schweizer vermehrt im Ausland Ferien machen.¹

¹ Falk, Martin (2014). The Sensitivity of Winter Tourism to Exchange Rate Changes

AUSGANGSLAGE TOURISMUSPOLITIK

Die Rahmenbedingungen für den Tourismus in der Schweiz haben sich in den letzten Jahren in einigen Bereichen verbessert (Standortförderung, Vollzugsbestimmungen SGH, Mineralölsteuer), in weitgehenden Punkten leider aber auch verschlechtert (starker Franken, biometrische Visa, Zweitwohnungsinitiative, Zuwanderungsinitiative). Im Rahmen der Standortförderung hat das Parlament in der Herbstsession 2015 folgende Beschlüsse zur Unterstützung des Tourismus gefasst:

- Verpflichtungskredit Innotour: 30 Mio. CHF für 4 Jahre
- Finanzhilfe Schweiz Tourismus: 230 Mio. CHF für 4 Jahre
- Verlängerung des bestehenden Zusatzdarlehens an die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH)
- Bestätigung des ordentlichen Mehrjahresprogramms des Bundes 2016–2023 zur Umsetzung der Neuen Regionalpolitik (NRP) inkl. Einlagen in den Fonds für Regionalentwicklung von 230 Mio. CHF.
- Zusätzliches Impulsprogramm 2016–19 zur Unterstützung des Strukturwandels im alpinen Tourismus, finanziert durch den Fonds für Regionalentwicklung.

Der STV hat sich 2015 wiederholt stark für die Standortförderung eingesetzt und ist erfreut, dass das Parlament den Ernst der Lage im Tourismus erkannt hat. Leider wurden die gesprochenen Mittel teilweise bereits wieder gekürzt. So hat Schweiz Tourismus in der Budgetplanung 2016 lediglich den Betrag auf der Grundlage von 220 Mio. CHF erhalten. Im Rahmen des Stabilisierungsprogrammes 2017–2019 werden voraussichtlich auch die Mittel für die NRP gekürzt. Die Branche ist deshalb umso mehr gefordert, die vorhandenen Mittel gezielt und effizient einzusetzen.

FAZIT

Der Tourismus ist die Schlüsselbranche für ein grosses Gebiet in der Schweiz. Steckt der Tourismus in der Krise, leidet die gesamte lokale Wirtschaft. Leider ist es mit den bisherigen Anstrengungen noch nicht gelungen, dem alpinen Tourismus Erleichterung von der anhaltenden Frankenstärke zu verschaffen, Logiernächte wie auch Skier-Days nehmen weiterhin ab. Langfristig verschwinden Arbeitsplätze in sämtlichen Branchen, womit lokale Volkswirtschaften ernsthaft gefährdet sind. Es hat 5 vor 12 geschlagen! Eine breite gesellschaftliche Diskussion über die Zukunft des alpinen Tourismus muss auf- und konkrete Massnahmen ergriffen werden.

Der STV fordert deshalb eine departementsübergreifende Koordination für den Schweizer Tourismus. Ein Ausschuss des Bundesrates – die Vorsteher von WBF, UVEK, Finanzdepartement – muss sich des Tourismus als Querschnittsbranche annehmen. Die Ende September 2016 stattfindende Table Ronde, zu der Bundespräsident Johann Schneider-Ammann einlädt, muss dazu dienen, die zukünftige Zusammenarbeit der Departemente festzulegen und den regelmässigen Austausch mit der Branche sicherzustellen.

BEREITS EINGELEITETE MASSNAHMEN

Die bisherigen Massnahmen wurden bereits vom STV oder von den Mitgliederorganisationen in die Wege geleitet. Der STV setzt sich für bessere Rahmenbedingungen für den Schweizer Tourismus ein und hat in den vergangenen Jahren verschiedene Projekte zur Verbesserung der Konkurrenzfähigkeit des Schweizer Tourismus – auch im ländlichen und alpinen Bereich – realisiert. Zu den laufenden und kürzlich abgeschlossenen Massnahmen gehören:

BRANCHENSPEZIFISCHE MASSNAHMEN

– **Förderung des Schneesports – insbesondere durch den Verein «Schneesportinitiative Schweiz» und das Portal GoSnow.ch**

Der Verein «Schneesportinitiative Schweiz» fördert den Schneesport, indem er die Organisation von Schneesportlagern und -tagen für Schulen vereinfacht. In der Saison 2015/16 wurden 70 Lager für über 2500 Schüler vermittelt. In Zukunft sollen zwischen 500 und 1000 Lager vermittelt werden. Der Verein ist bei der Geschäftsstelle des STV in Bern angesiedelt.

– **Förderung von warmen Betten**

Die Ferienwohnungs- und Gästezimmer-Klassifikation des STV soll weiter gefördert werden, um kalte Betten in Tourismusregionen vermehrt zu nutzen. Der STV unterstützt mit der Sterne-Klassifikation die Qualitätssicherung und die Positionierung der Ferienwohnungen auf Buchungsplattformen. Mit Hilfsmitteln wie Mustermietverträgen fördert er zudem deren aktive Vermietung.

– **Steigerung der Qualität: Vorteile durch Q-Programm**

Betriebe, welche mit dem Qualitäts-Gütesiegel des Schweizer Tourismus ausgezeichnet sind, sollen Vorteile erhalten wie z.B. die bessere Platzierung in Marketingkampagnen. Mit dem Anreiz zur Teilnahme am Q-Programm wird die Qualität im Schweizer Tourismus weiter gesteigert.

– **Verstärkte Zusammenarbeit der neuen Regionalpolitik (NRP) mit den touristischen Leistungserbringern**

Die Neue Regionalpolitik (NRP) ist heute bei den touristischen Leistungserbringern noch zu wenig bekannt und wird noch zu wenig genutzt. Der STV prüft insbesondere eine Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) und der Konferenz der Regionen (KDR). STV-Mitglieder werden ausserdem seit 2016 für die Informationsveranstaltungen zur Neuen Regionalpolitik 2016+/Interreg eingeladen. Die Veranstaltungen können gratis besucht werden.

– **Förderung von Kooperationen auf allen Ebenen**

Durch die Kooperation und den Zusammenschluss von Betrieben können Synergien genutzt werden. In der Hotelkooperation Frutigland beispielsweise haben sich 13 Hotelbetriebe zusammengeschlossen. Dadurch konnten bereits nach einem Jahr 40% an Versicherungskosten, 30% an Kreditkarten-Kommissionen, 20% an Stromkosten und 10% an Warenkosten eingespart werden. Erfolgreiche Tourismusdestinationen können sich durch Vernetzung und Kooperation international besser behaupten und Synergien nutzen (economics

of scale, gemeinsames Preismodell). Bereits im Rahmen der STV-Labels «Family Destination» und «Wellness Destination» werden lokale «Round Tables» mit dem gleichen Ziel von den Tourismusorganisationen durchgeführt. In Zukunft soll die lokale Zusammenarbeit auch in anderen Gebieten weiter gestärkt werden. Der STV wird den Fokus darauf setzen, den Tourismus im Rahmen der NRP noch stärker zu verankern und in den NRP-Regionen branchenübergreifende Round Tables und damit zielführende Synergien zu fördern.

– **Förderung von zielgruppenspezifischen Spezialisierungen im Tourismus**

Eine weitere Spezialisierung innerhalb des Tourismus kann neue Wertschöpfung bringen. So ist eine Spezialisierung der Betriebe beispielsweise auf familienfreundliche Ferien, Gesundheitstourismus oder Mountainbike etc oftmals sinnvoller, als ein möglichst grosses Segment abzudecken. Schweiz Tourismus hat 2016 neue Marktsegmente definiert. Dazu gehören: «Nature Lover», «Outdoor Enthusiast», «Attraction Tourer», «Lifestyle Traveller», «Spa & Vitality Guest» und «Family». Der STV setzt sich insbesondere mit den STV-Labels «Family Destination» und «Wellness Destination» für eine Spezialisierung ein. Der Bedarf an weiteren Spezialisierungen wird fortlaufend überprüft.

POLITISCHE MASSNAHMEN

– **Verankerung des Mehrwertsteuersatzes von 3,8% für Beherbergungsbetriebe (Motion de Buman)**

Um die Hotellerie in der Schweiz zu stützen, soll der Sondersatz 3,8% im Gesetz verankert werden. Dies kommt allen Hotels zugute, entlastet aber insbesondere auch die unter Druck stehende Hotellerie in den alpinen und ländlichen Gebieten. In Europa wenden 24 der 28 EU-Staaten einen Mehrwertsteuer-Sondersatz für die Beherbergung an. Der Vorstoss wurde am 11. März 2015 von STV-Präsident Dominique de Buman eingereicht.

– **Befreiung der Pistenfahrzeuge von der Mineralölsteuer**

Der STV setzte sich gezielt und erfolgreich für die teilweise Befreiung der Pistenfahrzeuge von der Mineralölsteuer ein und hat in National- und Ständerat mehrfach über die Auswirkungen informiert. Das Parlament hat die Teilrevision des Mineralölsteuergesetzes in der Frühjahrssession 2016 angenommen. Die Bergbahnen und die Betreiber von Langlaufloipen werden so um geschätzte 10 bis 13 Millionen Franken pro Jahr entlastet.

– **Administrative Entlastungen für Seilbahnunternehmen**

Die Aufsicht im öffentlichen Verkehr in nicht sicherheitsrelevanten Bereichen soll flexibilisiert und dadurch entlastet werden. Geringfügige Änderungen an Seilbahnanlagen sollen künftig genehmigungs- und bewilligungsfrei vorgenommen werden können. Die Konzessionsdauer von Seilbahnen mit eidgenössischer Konzession soll von 25 auf 40 Jahre ausgedehnt werden. Dies führt bei der Aufsichtsbehörde wie auch bei den Unternehmen zu administrativen Entlastungen. Der STV hat sich dazu im Rahmen der Vernehmlassung zum Stabilisierungsprogramm geäußert.

– Keine weiteren Budgetkürzungen im Tourismus

Der STV setzt sich dafür ein, dass keine weiteren Budgetkürzungen im Tourismus vorgenommen werden. Insbesondere in den Bereichen Innotour, Finanzhilfe Schweiz Tourismus, Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) und Neue Regionalpolitik (NRP) soll es keine weiteren Kürzungen geben. Der STV hat sich im Rahmen der Vernehmlassung zum Stabilisierungsprogramm dazu geäußert. Insbesondere sollen die Einlagen in den Fonds für Regionalentwicklung nicht um 1,6–2,1 Mio. Schweizer Franken pro Jahr reduziert werden. Die NRP ist ein wichtiges Instrument für die Standortförderung im ländlichen und alpinen Tourismus.

ZUSÄTZLICHE MASSNAHMEN

Die zuvor beschriebenen bisherigen Massnahmen der Branche sind wichtig, jedoch für viele Regionen nicht ausreichend. Für alpine Tourismusregionen ist die Situation existenziell und verlangt nach neuen, zusätzlichen Massnahmen. Der STV plant folgende zukünftige Massnahmen:

BRANCHENSPEZIFISCHE MASSNAHMEN**– Ausbildung im Tourismus stärken**

In der Ausbildung von Fachkräften im Tourismus wird primär Wert auf das Marketing gelegt. Der STV begrüsst es, wenn in Zukunft auch Themen wie Innovation und Produktentwicklung verstärkt angeboten und unterrichtet werden. Der STV arbeitet mit verschiedenen Schweizer Bildungsinstitutionen zusammen, bei denen dieses Thema eingebracht wird.

– Erleichterter Zugang zu Bankkrediten für Tourismusbetriebe

Aufgrund der aktuellen Situation im ländlichen und alpinen Tourismus erhalten viele Tourismusbetriebe keine Kredite und Hypotheken mehr oder es werden massive Risikozuschläge erhoben. Das Instrumentarium zur Finanzierung von Tourismusbetrieben soll – insbesondere in Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit – überprüft und optimiert werden.

– Mobile App: Meet a friendly Swiss

In Berlin wurde eine App entwickelt, welche Touristen mit hilfsbereiten Berlinern verbinden. Sucht ein Tourist eine angesagte Bar oder will wissen, wo es das beste Essen gibt, kann er auf diese Community zurückgreifen. In der Schweiz gibt es in verschiedenen Städten erfolgreiche ähnliche Initiativen, so gibt es z.B. in Basel die «Flying Concierges». Für das Projekt konnten mehr als 100 Freiwillige gefunden werden. Auch in Luzern stehen rund 35 freiwillige Personen als «Friendly Hosts» für die Touristen bereit. Eine schweizweite App soll eingeführt werden, um dieses Konzept in der ganzen Schweiz anzubieten und damit gleichzeitig auch die ländlichen/alpinen Gebiete für den Gast attraktiver zu machen. Der Kontakt zwischen Touristen und der einheimischen Bevölkerung entspricht auch den Zielen des nachhaltigen Tourismus. Viele Touristen wünschen sich, mit der Bevölkerung im Sinne eines authentischen Erlebnisses, in Kontakt zu kommen. Das geeignete Gremium, das Thema zu besprechen und zu lancieren, ist primär die Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren.

– **Freiwilliger Tourismus-Dienst (analog ehemaliger Landdienst)**

Gemäss dem Konzept des ehemaligen Landdienstes könnte ein Tourismus-Dienst angeboten werden. Dies könnten freiwillige Einsätze von Schülern in einer Tourismusdestination, bei der Bergbahn, in der Beherbergung oder dem lokalen Tourismusbüro sein. So kämen wieder mehr Junge mit nicht-touristischem Hintergrund mit dem ländlichen/alpinen Tourismus in Berührung, was der Abwanderung entgegenwirken und im Idealfall auch noch zusätzliche Hilfe für den ländlichen/alpinen Tourismus bedeuten könnte.

POLITISCHE MASSNAHMEN

– **Hochpreisinsel Schweiz: Reduktion des Kostensockels für touristische Unternehmen**

Tarifäre und nicht-tarifäre Handelshemmnisse, insbesondere im Rahmen des Kartellgesetzes, sollen abgebaut werden. Der STV unterstützt insbesondere die Parlamentarischen Initiative Altherr «Überhöhte Importpreise. Aufhebung des Beschaffungszwangs im Inland» und eine allfällige Volksinitiative zum Thema.

– **Ländliche Zentren und alpine Tourismuszentren untereinander und mit den Städten optimal vernetzen**

Immer mehr Touristen buchen die Unterkunft in einer Schweizer Stadt und machen Ausflüge in ländliche/alpine Gebiete. Es ist deshalb im Sinne der ländlichen/alpinen Destinationen, über ein gut ausgebautes und funktionierendes Verkehrsnetz zu verfügen und sich ausreichend mit den Städten zu vernetzen. So können auch diese Gebiete vermehrt am Prosperieren der Städte teilhaben.

– **Einlagen in den Fonds für Regionalentwicklung**

Dem Fonds für Regionalentwicklung werden aktuell mehr Gelder entnommen, als ihm – durch Rückzahlungen und Neueinlagen – zufließen. Um den Mittelfluss auch in Zukunft sicherzustellen, sollen dem Fonds zusätzliche Einlagen zufließen. Der STV prüft dazu einen politischen Vorstoss in Zusammenarbeit mit anderen Organisationen, so z.B. mit der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für Berggebiete (SAB).

– **Gebührenerlass für eidgenössische und kantonale Verfahren betreffend Seilbahnen**

Eidgenössische und kantonale Verfahren (z.B. Sicherheitsüberprüfungen) sollen künftig gebührenfrei von den Behörden durchgeführt werden. Der STV erstellt in Zusammenarbeit mit Seilbahnen Schweiz (SBS) eine Liste mit den entsprechenden Verfahren.

– **Reduktion des Mehrwertsteuersatzes für gewisse Tourismus-Zweige**

Um touristische Betriebe im Alpenraum zu unterstützen, muss die Möglichkeit geprüft werden, sie mittels Reduktion der Mehrwertsteuer zu entlasten.

– **Finanzierung von 3/4 der Gebühren für die Qualitätsförderung (Q-Programm) durch den Bund**

Das Qualitäts-Programm des Schweizer Tourismus ist mit über 8'100 vergebenen Qualitäts-Gütesiegeln (Stand per 31.12.2015) eine Erfolgsgeschichte. Um dieses auch in Zukunft trotz knappem Budget der Betriebe erfolgreich weiterzuführen und die hohe Qualität im Schweizer

Tourismus zu erhalten resp. noch weiter zu fördern, fordert der STV eine Kostenbeteiligung des Bundes von $\frac{3}{4}$ der anfallenden Gebühren pro Betrieb. Die Betriebe können so kostengünstig am Programm teilnehmen. Die Verrechnung erfolgt über den STV und bedeutet damit lediglich einen minimalen administrativen Mehraufwand für den Bund und die Betriebe.

– **Verstärkte Koordination durch den Bund**

Tourismus ist ein heterogener Wirtschaftszweig, beinhaltet er doch neben Mobilität, Beherbergung und Verköstigung auch diverse weitere Aspekte resp. Anbieter.

Um die tourismuspolitischen Massnahmen auf Bundesebene optimal umsetzen zu können, ist es nötig, neben dem Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung (WBF) auch das Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) sowie das Finanzdepartement (EFD) in die Tourismuspolitik des Bundes zu involvieren. Aus diesem Grund fordert der STV eine verstärkte Koordination der Tourismuspolitik auf interdepartementaler Ebene. Bereits in der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz 2010 hat der Bundesrat als 2. Kernstrategie festgelegt, die Querschnittsaufgaben und somit die Koordination auf Bundesebene zu stärken. Diese Strategie muss nun rasch und schlüssig umgesetzt werden.

PARTNERSCHAFT. POLITIK. QUALITÄT.