



23. April 2021

Forderungspapier Recoveryplan Tourismus

1. Ausgangslage

Der Tourismussektor hat ein Katastrophenjahr hinter sich. Die Corona-Pandemie und die damit einhergehenden restriktiven Massnahmen zur Verhinderung der Ausbreitung der Krankheit haben den Tourismus ins Mark getroffen und viele Betriebe vor existenzielle Herausforderungen gestellt. Der Tourismus ist systembedingt ein Sektor mit schmalen Margen und kleinen Reserven. Die erlittenen Verluste sind für die Betriebe zudem nicht kompensierbar, weil die Gäste ihre Ferien nur beschränkt nachholen können und infolge der latenten Pandemieproblematik global gesehen die Zurückhaltung bei Ferien und Reisen noch gross ist. Viele vor der Krise rentable Betriebe befinden sich unverschuldet in einer finanziell prekären Lage und es fehlen die Mittel für Neu- und Ersatzinvestitionen. Allein bei den Bergbahnen liegt der Investitionsbedarf aktuell bei 3 Mia. Franken. Einzelne Regionen und Destinationen erleiden eine signifikante Budgetreduktion aufgrund des massiven Einbruchs der Gasttaxenerträge bis zu 65%. Diese Mittel fehlen bei der Nachfrageförderung. Liquiditätsengpässe bestehen aber entlang der gesamten Wertschöpfungskette des Tourismus. Die nötigen Investitionen können vor dem Hintergrund der Corona-Krise nicht mehr selbst gestemmt werden. Die Finanzierung über die Banken ist wegen der hohen Verschuldung zudem nicht möglich. In der Beherbergungsbranche haben bis zu 70% der Betriebe bereits per Ende 2020 ihre Investitionen sistiert. Ohne Investitionen ist aber die Wettbewerbsfähigkeit des gesamten Sektors gefährdet.

Dieser Befund erhärtet sich zusätzlich, unter Berücksichtigung der Tatsache, dass der Tourismus wegen der Corona-Pandemie wie kein anderer Sektor gezwungen ist, sich an das dynamische Marktumfeld anzupassen. Die beschleunigten Mega-Trends Digitalisierung und Nachhaltigkeit (Agenda 2030) bieten den Branchen grosse Chancen, welche aufgrund unverschuldeter Liquiditätsengpässe verpasst werden könnten. Die Corona-Krise hat die Digitalisierung massiv gefördert und andererseits auch die Schwächen schonungslos aufgezeigt. Wir müssen feststellen, dass die digitale Entwicklung bei vielen Tourismusakteuren noch zu wenig weit fortgeschritten ist. Es fehlt an strategischem und operativem Know-How, um dieses Thema adäquat anzugehen. Die Leistungsträger werden «gesteuert» in der Entwicklung durch «Anbieter», was sehr problematisch ist, d.h. die Bedürfnisermittlung wird von den Firmen gesteuert, welche Produkte in diesem Bereich anbieten. Dies führt zu Fehlinvestitionen und komplexen, schwierigen Abhängigkeiten. Es braucht neue Ansätze, damit die Destinationen und Betriebe nachhaltiger werden und das Potenzial der Digitalisierung ausschöpfen können. Weiter gilt es besonderes Augenmerk auf den MICE- und Städtetourismus zu richten. Dieser erlebt aufgrund der weiterhin fernbleibenden internationalen und Business-Gästen einen doppelten Nachfrageschock. In den Stadtkantonen Genf und Basel-Stadt verzeichneten die Hotels im Februar 2021 rund $\frac{3}{4}$ weniger Gäste gegenüber dem gleichen Monat im 2020 – dem letzten Monat vor dem ersten Lockdown.

Aus den genannten Gründen braucht es dringend Anpassungen am Akutmanagement der Krise sowie Anpassungen an den bestehenden Förderinstrumenten.



2. Akutmanagement der Krise

Viele touristische Betriebe befinden sich in einer prekären finanziellen Situation. Um die kurzfristige Überlebensfähigkeit sicherzustellen und für die nötige Planungssicherheit zu sorgen, müssen dringende Anpassungen an den bewährten finanziellen Unterstützungsmassnahmen vorgenommen sowie die Reisefreiheit wiedereingeführt werden.

- Die Kurzarbeitsentschädigung (KAE) soll von 18 auf 24 Monate verlängert werden.
- Mit der aktuell geltenden Härtefalllösung können nur Verluste bis und mit Juni kompensiert werden. Diese Frist ist jedoch zu kurz gewählt und muss aufgrund der fortdauernden Krise bis Ende 2021 verlängert werden. Analog der KAE soll die Regelung, während 24 Monaten Gültigkeit haben. Eine Verlängerung des Härtefallprogramms muss die Erhöhung der Maximalbeiträge miteinschliessen.
- Der STV unterstützt die drei Kernanliegen der Initiative «Back in the Air», die von der gesamten Reisebranche getragen wird. Die drei Kernanliegen sind erstens Reisefreiheit zwischen Ländern mit ähnlichem Ansteckungsrisiko. Zweitens die Einführung eines Covid-Free-Nachweises, mit welchem frei ein- und ausreisen kann, wer nachweislich geimpft, genesen oder kurz vor Grenzübertritt negativ auf Covid-19 getestet worden ist. Dieser Nachweis soll drittens, digitalisiert sowie international standardisiert und anerkannt werden.

3. Nachfrageförderung – Schweiz Tourismus und die touristischen Partner

Aktuell braucht der Tourismussektor die Nachfrageförderung mittels einer starken touristischen Marktpräsenz dringlicher denn je. Der Schweizer Tourismus muss sicherstellen, dass bei Rückkehr zur Normalität die Schweiz und ihre Regionen bei den ausländischen Gästen präsent ist und bei diesen rasch wieder Reisebegehren wecken, um die touristische Wertschöpfung durch Marktnachfrage anzukurbeln und somit die wirtschaftliche Existenz der Unternehmen sichern zu können. Schweiz Tourismus (ST) muss die fehlenden Investitionen kompensieren, welche die Branche im Moment selber nicht zur Verfügung hat. Für das Tourismusland Schweiz ist es wichtig, dass ST als promotionelle Vertretung der Regionen und deren Partner, die internationale Marktpräsenz hochhalten kann. Die Krise stellt die touristischen Partner von Schweiz Tourismus vor grosse Herausforderungen hinsichtlich Finanzierung und Ressourcenbedarf für den Wiederstart nach der Krise. Die Vermarktung der einzelnen Leistungsträger wie z.B. Hotellerie, Parahotellerie, Bergbahnen und Gastronomie wird grösstenteils durch die Promotionsmassnahmen der lokalen und regionalen Tourismusorganisationen sowie weiteren Partnern sichergestellt. Die Investitionstätigkeit der Tourismuspartner in die Kampagnen von Schweiz Tourismus ist ohne Unterstützung seitens des Bundes für 2022 und 2023 nicht gewährleistet. Ohne finanzielle Beteiligung der Tourismuspartner sind die Aktivitäten von Schweiz Tourismus nicht, beziehungsweise nicht marktgerecht plan- und umsetzbar. Um diese dringenden Zusatzaufgaben zu finanzieren, bietet es sich an, das existierende und gut etablierte Instrument des Recovery Plans in Kombination mit den Erleichterungen an die touristischen Partner zu nutzen.

- Um die Planungssicherheit und Präsenz in der Marktbearbeitung zu gewährleisten, sollen die Tourismuspartner eine zusätzliche Entlastung des Bundes erhalten, damit diese zusammen



mit ST die Kampagnenplanungen der kommenden zwei Jahre frühzeitig angehen können. Der Finanzbedarf beträgt 7.5 Mio. CHF pro Jahr für 2022 und 2023.

- Damit ST antizyklisch arbeiten kann und in nachfrageschwachen Zeiten die Visibilität der Schweiz hochhalten kann, sind zusätzliche Mittel für ST von 7.5 Mio. CHF pro Jahr für 2022 und 2023 zur Verfügung zu stellen. Die internationale Konkurrenz wird punkto Werbeinvestitionen insbesondere in Europa massiv aufrüsten.
- Besonderes Augenmerk gilt es bei der Nachfrageförderung auf den MICE- und Städtetourismus zu richten. Dieser soll durch gezielte Kampagnen unterstützt werden. Zudem sollen Promotionen, Kooperation und Angebotsentwicklungen im Rahmen des Swisstainable Programms von ST gefördert und mitfinanziert werden.

4. Investitions- und Innovationsfähigkeit erhalten – Anpassungen an den finanziellen Förderinstrumenten

Die ökonomische Nachhaltigkeit zu gewährleisten, stellt sich schweizweit als schwierig heraus. Die meisten Betriebe leben von der Substanz und müssen sich teils massiv verschulden. Es wird eine Herausforderung, die Qualität der Infrastruktur durch Investitionen zu erhalten oder gar zu erhöhen. Bei den Bergbahnen oder den Schifffahrtsgesellschaften sind zudem die geplanten Investitionen in den allermeisten Fällen durch die Bewilligungsinstanz als Auflage gemacht und mit der Sicherheit begründet oder Bestandteil einer langfristigen Modernisierungsplanung. Der Sektor steht auch vor der Herausforderung von raschen Veränderungen der Gästebedürfnisse, was Investitionen in neue Produkte/Angebote und die Zusammenarbeit entlang des gesamten Customer Journey verlangt. So wird etwa die Individualisierung zunehmen und die Angebote müssen immer differenzierter nach Baukastensystem dem Gast zur Verfügung stehen. Das bedingt eine lückenlose Vernetzung der touristischen Anbieter und ein intelligentes Datenmanagement. Matchentscheidend hierfür werden Investitionen in die digitale Infrastruktur sein.

Aufgrund der aufgeführten Gründe fordert der Tourismussektor folgende Anpassungen an den bestehenden Förderinstrumenten:

SGH

- Es braucht eine Totalrevision des SGH-Gesetzes und eine angepasste Finanzierungstätigkeit der SGH, um den veränderten Marktbedürfnissen gerecht zu werden. Neue Finanzierungsmodelle sind nötig, damit die SGH flexibler auf die unterschiedlichen Herausforderungen eingehen kann und die zur Verfügung stehenden Mittel auch genutzt werden. Die SGH soll für Finanzierungen der touristischen Infrastruktur entlang der gesamten Wertschöpfungskette des Tourismus geöffnet werden. Auf diese Weise soll ein Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit des gesamten Tourismussektors geleistet werden.
- Die digitale Infrastruktur (Glasfasernetze, WLAN, KI-Technologie, Schnittstellen für Datenübertragung in Echtzeit, *smart living*) ist zu wichtig, um sie von der Förderberechtigung der

SGH auszuschliessen. Deshalb sind die Kriterien anzupassen. Die SGH soll neben der Bau- substanz auch weitere Infrastrukturen in touristischen Betrieben fördern.

- Weiter braucht es eine Zinsreduktion bei bestehenden und neuen Verträgen. Der Bund soll darauf hinwirken.
- Amortisationszahlungen bei SGH-Krediten sollen weiter gestundet werden, um die Liquidität in den Betrieben zu sichern.
- Die SGH hat das Potenzial, als Investorenplattform für verschiedene Investoren zu fungieren, die Akteure zu vernetzen und aktiv Betriebe und Investoren zusammenzubringen und zu vermitteln.
- Um diese zusätzlichen Aufgaben adäquat zu erfüllen, braucht es eine substanzielle Erhöhung der finanziellen Mittel.

Innotour

- Um die Finanzierbarkeit von Projekten durch den Sektor zu bewerkstelligen, wäre eine Flexibilisierung der Bundesanteile bei Innotourprojekten zielführend. Das Bundesgesetz über die Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus ist dahingehend anzupassen, dass der Anreiz für Innovationen gestärkt wird, in dem die Innovatoren finanziell entlastet werden. So soll der Bund neu Vorhaben mit einer Finanzhilfe von bis zu 70 Prozent der anrechenbaren Kosten unterstützen (bisher: 50 Prozent). So wird den veränderten Möglichkeiten der Betriebe Rechnung getragen und die Innovationskraft der Branche erhalten.
- Die Corona-Pandemie hat schonungslos deutlich gemacht, wie wichtig Nachhaltigkeit und Digitalisierung für die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus sind. Gerade in diesen Bereichen fehlt aktuell eine übergeordnete Schnittstelle, die die Akteure im richtigen Moment vernetzt, Enabler ist, Akzente setzt, Synergien nutzt und letzten Endes die Leistung und die Wettbewerbsfähigkeit steigert. Das Förderprogramm Innotour fokussiert sich aktuell auf Anschubfinanzierungen. Um nachhaltige Verhaltensänderungen bei der Zusammenarbeit, dem Wissenstransfer und Innovationen zu fördern, braucht es auch eine langfristige Perspektive bei der Durchführung von Projekten. Deshalb soll bei Innotour eine langfristige Finanzierungsmöglichkeit bei Projekten in den Bereichen Nachhaltigkeit und Digitalisierungen ermöglicht werden. Die Kriterien sind vom Bund festzulegen.
- Um diese zusätzlichen Aufgaben adäquat zu erfüllen, braucht es eine substanzielle Erhöhung der finanziellen Mittel bei Innotour.

NRP

- Einzelbetriebliche Initiativen sollen vermehrt belohnt werden: Bisher setzt die NRP vor allem auf überbetriebliche Projekte. Die Förderung von innovativen Projekten und Investitionen auf einzelbetrieblicher Ebene, die nachweislich nachhaltig Arbeitsplätze schaffen oder erhalten und nachhaltig Wertschöpfung generieren, hilft, in den Berggebieten Unternehmen anzusiedeln und die Lebensqualität zu steigern. Einzelbetriebliche Anreize könnten den fehlenden Patentschutz im Tourismus entgegenwirken und dadurch einen kompetitiven Vorteil schaffen. Ein möglicher Anreiz könnte über gezielte a-fonds-perdu-Beiträge oder Steuererleichterungen geschaffen werden. Unternehmerischer Mut wird damit belohnt.
- Die Innovationsförderung ist zu öffnen für die Produktmodernisierung, indem die Modernisierungslücken touristischer Produkte aufgezeigt werden und eine Innovationsplanung erstellt wird. In diesem Bereich sind die bisherigen Kriterien wie regionale Kooperationen etc. für eine Förderung nicht mehr anzuwenden.
- Zur Bereitstellung von öffentlichen Gütern (z.B. öffentlich zugängliche Wellnessanlagen, die auch die Bevölkerung nutzen kann oder zur Modernisierung der Infrastruktur für Berg- & Naturerlebnisse. Dabei dürfen keine Auflagen bezüglich des Abbaus von Reserven gemacht werden – diese Reserven sind nicht zu vergleichen mit den Reserven bei SBB oder Post-auto.) sollen auch a-fonds-perdu-Zahlungen gewährt werden. Bisher werden touristische Infrastrukturen vor allem über Darlehen unterstützt.
- Unterstützung von Kooperationen sind zu differenzieren und Hemmschwellen herabzusetzen. Kooperationen werden oft im Kontext von starker Integration der unternehmerischen Strukturen betrachtet (z.B. Fusionen). Es ist sinnvoller, «leichte» Kooperationen gezielter mittels «Zusammenarbeitschecks als a-fonds-perdu» zu fördern (z.B. Supportgesellschaften). Bei erfolgreichen «leichten» Zusammenarbeitsformen sollte sich eine tiefere Kooperation mit der Zeit ergeben. Wenn leichte Kooperationen über mehrere Jahre erfolgreich sind und auch nachweislich einen Mehrwert bringen, soll in der zweiten Stufe der Erhalt eines nächsten Kooperationschecks möglich sein. Es ist zu prüfen, ob Kooperationen ebenfalls vermehrt in Städten unterstützt werden können, wenn diese in NRP-Regionen ausstrahlen.
- Um den Handlungsspielraum für die betroffenen Betriebe zu erhöhen, sollten die Rückzahlungsfristen von NRP-Darlehen von 25 Jahren auf 35 Jahren verlängert werden.
- Die Erweiterung des Förderungsbereich der NRP erfordert eine Erhöhung der finanziellen Mittel, insbesondere für Infrastrukturprojekte.