

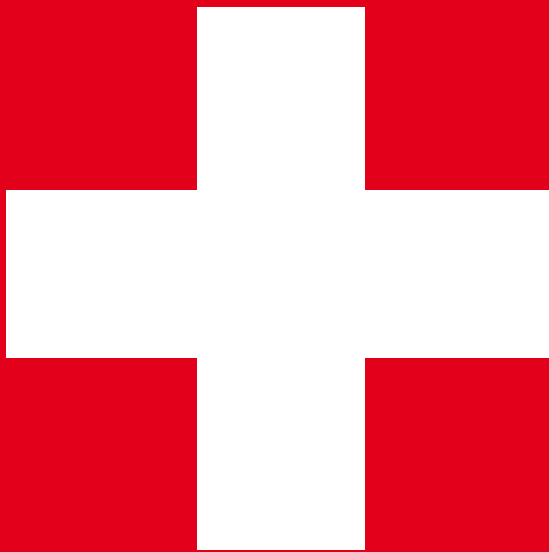


Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz

Umsetzungsprogramm 2012–2015



Impressum:

Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Redaktion, Kontakt:

SECO, Ressort Tourismus

E-Mail: tourismus@seco.admin.ch

Redaktionsschluss: 27. Februar 2012

Bezugsquelle:

Internet: www.seco.admin.ch

Vertrieb: BBL, Verkauf Bundespublikationen, 3003 Bern

www.bundespublikationen.admin.ch

Bestell-Nr. 710.531.d

Editorial

Die Schweiz ist ein erstklassiges Tourismusland. Auf engstem Raum kann sie ihre Stärken ausspielen: eine faszinierende Berg- und Gletscherwelt, malerische Voralpenlandschaften, aber auch attraktive Städte mit hochwertigem Kulturleben und einem modernen Messe- und Kongressangebot, ganz zu schweigen von der vielfältigen Gastronomie. Die hervorragende Infrastruktur ermöglicht ein genussvolles Reisen, und die qualitätsorientierten Tourismusunternehmen sorgen für das Wohl der Gäste. Der Tourismus ist eine Leitbranche der Schweizer Volkswirtschaft und bildet in gewissen Regionen gar das Rückgrat der regionalen Wirtschaft. Über die Hälfte der Logiernächte in der Schweiz gehen auf das Konto ausländischer Gäste. Der Tourismus ist demnach eine der wichtigsten Exportbranchen und trägt mit gut 150'000 Vollzeitstellen rund 3 Prozent zur Wirtschaftsleistung der Schweiz bei. Der Tourismussektor steht dabei vor grossen Herausforderungen; ich denke etwa an die europäische Schuldenkrise und den starken Franken. Der Bundesrat hat deshalb im letzten Jahr zusätzliche kurzfristige Massnahmen bis 2015 beschlossen, um die Schweizer Tourismuswirtschaft zu stärken.

Mittel- und längerfristig hat der Bundesrat mit der Verabschiedung der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz im Jahr 2010 ein klares Zeichen für eine erfolgreiche Zukunft des Schweizer Tourismus gesetzt. Als wichtigste Ziele verfolgt er dabei die Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Tourismusunternehmen sowie die gezielte Förderung der touristischen Standorte. Die Umsetzung der neu konzeptionierten Tourismuspolitik hat mit der Inkraftsetzung des totalrevidierten Bundesgesetzes über die Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus (Innotour) auf den 1. Februar 2012 begonnen. Mit dem vorliegenden Umsetzungsprogramm 2012–2015 wird die Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz konkretisiert.

Es zeigt sich, wie wichtig solche Programme sind, weil es zahlreiche tourismuspolitische Querschnittsaufgaben gibt: Denn touristische Angebote zeichnen sich dadurch aus, dass die einzelnen Dienstleistungen zu Wertschöpfungsketten verknüpft sind, welche zahlreiche Schnittstellen aufweisen. Zudem spielen öffentliche Güter wie Natur und Landschaft sowie Orte und Städte eine grosse Rolle. Für einen wettbewerbsfähigen und erfolgreichen Tourismusstandort Schweiz ist ein gut funktionierendes Zusammenspiel zwischen privaten und öffentlichen Akteuren wichtig. Dazu tragen diese Programme wesentlich bei.

Dieses erste Umsetzungsprogramm behandelt Themen und Projekte, für welche die nationale Tourismuspolitik zuständig ist. Das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO) hat jedoch bei der Erarbeitung den Prioritäten von Kantonen, Regionen und Städten sowie der Tourismuswirtschaft grosses Gewicht beigemessen und die interessierten Akteure einbezogen.

Es werden thematische Schwerpunkte gesetzt und 30 Kernprojekte identifiziert, welche zur Erreichung der tourismuspolitischen Ziele des Bundes prioritär sind. Dieses Vorgehen erlaubt es, auf tourismuspolitische Fragen zu fokussieren und sich nicht in einer Vielzahl von Aktivitäten zu verzetteln. Der Bundesrat wird gegen Ende der Legislatur 2012–2015 auf der Grundlage des Umsetzungsprogramms eine Standortbestimmung zum Schweizer Tourismus durchführen.

Das Umsetzungsprogramm 2012–2015 stellt einen Meilenstein in der Tourismuspolitik des Bundes dar. Ich danke allen Beteiligten für das grosse Engagement und die konstruktive Zusammenarbeit. Die Tourismuswirtschaft sowie die Kantone und Regionen lade ich ein, den Faden des Umsetzungsprogramms aufzunehmen, um gemeinsam abgestimmte Massnahmen zur Stärkung des Tourismusstandorts Schweiz umzusetzen.

Johann N. Schneider-Ammann
Bundesrat, Vorsteher des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartementes (EVD)

Inhaltsverzeichnis

1	Kernprojekte des Umsetzungsprogramms im Überblick	6
2	Grundsätzliches zum Umsetzungsprogramm 2012–2015	7
2.1	Ausgangslage	7
2.2	Zielsetzung des Umsetzungsprogramms 2012–2015	7
2.3	Leitlinien zur Erarbeitung des Umsetzungsprogramms 2012–2015	8
3	Schwerpunkte und Kernprojekte des Umsetzungsprogramms 2012–2015	9
3.1	Kernstrategie 1: Strategisches Issue Management	9
3.1.1	Übersicht.....	9
3.1.2	Erläuterungen zu den einzelnen Schwerpunkten und Kernprojekten	10
3.2	Kernstrategie 2: Querschnittsaufgaben verstärken	17
3.2.1	Übersicht.....	17
3.2.2	Erläuterungen zu den einzelnen Schwerpunkten und Kernprojekten	18
3.3	Kernstrategie 3: Attraktivität des Angebots steigern.....	24
3.3.1	Übersicht.....	24
3.3.2	Erläuterungen zu den einzelnen Schwerpunkten und Kernprojekten	25
3.4	Kernstrategie 4: Marktauftritt stärken	30
3.4.1	Übersicht.....	30
3.4.2	Erläuterungen zu den einzelnen Schwerpunkten und Kernprojekten	30
4	Controlling und Evaluation.....	34
4.1	Laufendes Controlling und jährliche Information	34
4.2	Standortbestimmung 2014	34
Anhang 1: Vision, Leitsätze und tourismuspolitische Ziele		35
Anhang 2: Leitlinien zur Erarbeitung des Umsetzungsprogramms 2012–2015		37
Quellenverzeichnis		42

Abkürzungsverzeichnis

ARE	Bundesamt für Raumentwicklung
BAFU	Bundesamt für Umwelt
BFE	Bundesamt für Energie
BFS	Bundesamt für Statistik
BLW	Bundesamt für Landwirtschaft
DEZA	Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit
DS	Direktion für Standortförderung
EDA	Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten
EVD	Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement
HESTA	Beherbergungsstatistik
HF	Handlungsfeld
IB	Integrationsbüro
Innotour	Bundesgesetz über die Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus
IDANE	Interdepartementale Arbeitsgruppe Nachhaltige Entwicklung
KTI	Förderagentur für Innovation des Bundes
MoU	Memorandum of Understanding
NRP	Neue Regionalpolitik
OECD	Organisation für internationale Zusammenarbeit und Entwicklung
PASTA	Parahotelleriestatistik
PRE	Projekte zur regionalen Entwicklung
SECO	Staatssekretariat für Wirtschaft
SGH	Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit
ST	Schweiz Tourismus
TFS	Tourismus Forum Schweiz
TSA	Tourismus-Satellitenkonto
UNWTO	UN-Weltorganisation für Tourismus

1 Kernprojekte des Umsetzungsprogramms im Überblick

Die Massnahmen des Bundes zur Umsetzung der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz im Zeitraum 2012 bis 2015 hat das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO unter Einbezug der direkt betroffenen Kreise erarbeitet. Insgesamt umfasst das Umsetzungsprogramm 30 Kernprojekte, wovon zwei Drittel auf die Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Tourismusunternehmen (Handlungsfelder HF1 bis HF4) und ein Drittel auf die Tourismus-Standortförderung (Handlungsfelder HF5 bis HF8) entfallen.¹⁾

Abbildung 1: Kernprojekte des Umsetzungsprogramms im Überblick

HF1: Grundlagen der Tourismuspolitik	<ol style="list-style-type: none"> 1) Tourismus-Satellitenkonto (TSA) fortführen und weiterentwickeln 2) Beherbergungsstatistik (HESTA) fortführen und optimieren 3) Parahotellerieestatistik (PASTA) einführen 4) Bestehende Tourismusstatistiken (Benchmarking, Prognosen) fortführen und weiterentwickeln 5) Wissensgrundlagen zu tourismuspolitisch prioritären Themen erarbeiten 6) Tourismus Forum Schweiz (TFS) aufbauen 7) Newsletter «Internationale Tourismuspolitik» konzipieren und einführen
HF2: Internationale Zusammenarbeit	<ol style="list-style-type: none"> 8) Mitarbeit in der UNWTO fokussieren 9) Mitarbeit im OECD-Tourismuskomitee fokussieren 10) Tourismuspolitischen Austausch mit der EU verstärken 11) Tourismuspolitische Zusammenarbeit im Alpenraum gezielt weiterentwickeln 12) Synergiepotenziale zwischen Tourismuspolitik und wirtschaftlicher Entwicklungszusammenarbeit nutzen
HF3: Einbettung in Standort- und Wirtschaftspolitik	<ol style="list-style-type: none"> 13) Zusammenarbeit Neue Regionalpolitik und Tourismuspolitik optimieren 14) Tourismuspolitische Anliegen in die allgemeine Wirtschaftspolitik einbringen
HF4: Koordination und Kooperation in der Bundespolitik	<ol style="list-style-type: none"> 15) Strukturierte Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Raumentwicklung (ARE) aufbauen 16) Standortbestimmung zur Berücksichtigung der Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung in der Tourismuspolitik durchführen 17) Strukturierte Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Umwelt (BAFU) aufbauen 18) Potenzial des Agrotourismus erschliessen 19) Synergiepotenziale zwischen Tourismuspolitik und Energiepolitik nutzen
HF5: Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Schweizer Tourismus (Innotour)	<ol style="list-style-type: none"> 20) Erfahrungsaustausch zwischen den Innotour-Projektträgern verstärken 21) Informationstätigkeit des SECO über den Schweizer Tourismus im Allgemeinen ausbauen 22) Milestone als Innovationsplattform unterstützen 23) Bottom-up-Innotour-Modellvorhaben unterstützen 24) Top-down-Innotour-Modellvorhaben lancieren und unterstützen

¹⁾ Vgl. Schweizerischer Bundesrat (2010), S. 45.

HF6: Förderung der Beherbergungswirtschaft (SGH)	25) Strategische Optionen für die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) prüfen und gesetzliche Grundlagen anpassen 26) Massnahmen zur Aufrechterhaltung der Investitionen zur Erneuerung der Beherbergungsinfrastruktur umsetzen
HF7: Touristische Landeswerbung (Schweiz Tourismus)	27) Impulsprogramm 2012–2013 zur Abfederung der Frankenstärke umsetzen 28) Projekt «Inspiration Concept Re-Invent Summer» orchestrieren 29) Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung berücksichtigen
HF8: Koordination und Kooperation in der Standortpromotion des Bundes	30) Synergiepotenziale zwischen Tourismusmarketing und Marketing für den Agrarstandort Schweiz in der Bearbeitung von Auslandsmärkten nutzen

2 Grundsätzliches zum Umsetzungsprogramm 2012–2015

2.1 Ausgangslage

Der Bundesrat hat am 18. Juni 2010 den Bericht «Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz» gutgeheissen. Dieser Bericht gibt die langfristigen strategischen Stossrichtungen für die neu konzeptionierte Tourismuspolitik des Bundes vor. Diese wird seit der Inkraftsetzung des totalrevidierten Bundesgesetzes über die Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus (Innotour) am 1. Februar 2012 umgesetzt.

Die Umsetzung der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz erfolgt auf der Basis von vierjährigen Umsetzungsprogrammen. Bei diesen Umsetzungsprogrammen handelt es sich um Programme des Bundes. Dies bedeutet, dass es bei den Umsetzungsprogrammen um Themen und Projekte geht, die – basierend auf den gesetzlichen Grundlagen – in den Verantwortungsbereich der nationalen Tourismuspolitik fallen.

Das Umsetzungsprogramm 2012–2015 ist das erste Umsetzungsprogramm zur neu konzeptionierten Tourismuspolitik des Bundes. Es beinhaltet wesentliche Neuerungen, welche sich insbesondere aus der Totalrevision des Bundesgesetzes über die Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus (Innotour) ergeben.

2.2 Zielsetzung des Umsetzungsprogramms 2012–2015

Ziel Nr. 1: Konkretisierung der Wachstumsstrategie des Bundesrates

Mit dem Umsetzungsprogramm 2012–2015 wird die mittel- bis langfristig ausgelegte Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz konkretisiert und implementiert. Es werden thematische Schwerpunkte gesetzt und Kernprojekte identifiziert, welche eine Entwicklung des Schweizer Tourismus in Richtung der in der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort

Schweiz festgehaltenen Vision unterstützen und zur Erreichung der tourismuspolitischen Ziele des Bundes beitragen (vgl. Anhang 1).

Ziel Nr. 2: Schwerpunktsetzung im Vollzug der neu konzeptionierten Tourismuspolitik

Das Umsetzungsprogramm 2012–2015 dient der Schwerpunktsetzung beim Vollzug der neu konzeptionierten Tourismuspolitik des Bundes. Es geht also nicht darum, alle Bereiche und Aufgaben der nationalen Tourismuspolitik darzustellen, sondern es stehen bewusst prioritäre Projekte und Massnahmen der nationalen Tourismuspolitik im Vordergrund. Dies gilt insbesondere auch für die Darstellung der Aktivitäten von Schweiz Tourismus (ST) und der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH), welche als eigenständige Organisationen – basierend auf spezialgesetzlichen Grundlagen – wichtige Aufgaben der Tourismuspolitik des Bundes übernehmen. Mit der Schwerpunktsetzung sollen insbesondere die Querschnittsaufgaben der Tourismuspolitik verstärkt werden.

Obwohl sich das Umsetzungsprogramm 2012–2015 auf den Zuständigkeitsbereich der nationalen Tourismuspolitik beschränkt, soll seine Wirkung darüber hinaus gehen. Im Idealfall formulieren Kantone und Regionen beziehungsweise die Tourismuswirtschaft eigene – auf dem Umsetzungsprogramm des Bundes aufbauende – Prioritäten und setzen entsprechende Massnahmen zur Stärkung des Tourismusstandorts Schweiz um.

Ziel Nr. 3: Grundlage zur Standortbestimmung durch den Bundesrat

Es ist vorgesehen, dass der Bundesrat in Zukunft alle vier Jahre eine Standortbestimmung zum Schweizer Tourismus durchführt. Diese soll dazu dienen, die aktuelle Lage des Schweizer Tourismus zu analysieren, die Zielerreichung bei den tourismuspolitischen Zielen zu überprüfen und bei Bedarf entsprechende Anpassungen bei den Schwerpunkten in der Tourismuspolitik des Bundes vorzunehmen. Methodisch werden die Standortbestimmungen spezifisch für die einzelnen, sich inhaltlich und organisatorisch stark unterscheidenden Instrumente der Tourismuspolitik durchgeführt.

Die Standortbestimmungen zum Schweizer Tourismus sollen jeweils gegen Ende der Legislatur stattfinden, erstmals im Jahr 2014. Die Erkenntnisse aus dieser ersten Standortbestimmung sollen Eingang in die Neuformulierung des nachfolgenden vierjährigen Umsetzungsprogramms 2016–2019 finden und zudem die Basis für die Finanzierungsanträge des Bundesrates für die tourismuspolitischen Förderinstrumente in der Legislaturperiode 2016–2019 bilden.

2.3 Leitlinien zur Erarbeitung des Umsetzungsprogramms 2012–2015

Das SECO hat zur Erarbeitung des Umsetzungsprogramms 2012–2015 Leitlinien entwickelt (vgl. Anhang 2). Diese Leitlinien haben mitgeholfen, die Schwerpunkte und Kernprojekte des Umsetzungsprogramms systematisch und kohärent festzulegen. Die Leitlinien halten erstens fest, dass sich die Schwerpunkte und Kernprojekte des Umsetzungsprogramms auf die Bewältigung der wichtigsten Herausforderungen für den Tourismusstandort Schweiz ausrichten sollen. Zweitens halten sie fest, dass die Kernstrategien und Handlungsfelder aus der Wachstumsstrategie die Handlungsebene für das Umsetzungsprogramm bilden. Drittens enthalten die Leitlinien Kriterien zur Priorisierung von Schwerpunkten und Kernprojekten und viertens beschreiben sie die Art und Weise des Einbezugs der direkt betroffenen Akteure.

3 Schwerpunkte und Kernprojekte des Umsetzungsprogramms 2012–2015

3.1 Kernstrategie 1: Strategisches Issue Management

3.1.1 Übersicht

Das strategische Issue Management dient in der neu konzeptionierten Tourismuspolitik des Bundes dazu, tourismuspolitisch relevante Themen frühzeitig zu erkennen und aufzugreifen.²⁾ Die touristischen Akteure sollen vom Bund bei der Lösungssuche unterstützt werden. Zur Umsetzung des strategischen Issue Managements hat das SECO zwei Handlungsfelder identifiziert: Grundlagen der Tourismuspolitik (Handlungsfeld HF1) und internationale Zusammenarbeit (Handlungsfeld HF2).

Abbildung 2: Schwerpunkte und Kernprojekte strategisches Issue Management

Handlungsfeld	Schwerpunkte	Kernprojekte
HF1: Grundlagen der Tourismuspolitik	1.1 Verbesserung der statistischen Grundlagen	1) TSA fortführen und weiterentwickeln 2) HESTA fortführen und weiterentwickeln 3) PASTA einführen 4) Bestehende Tourismusstatistiken (Benchmarking, Prognosen) fortführen und weiterentwickeln
	1.2 Förderung des Wissensaufbaus im Schweizer Tourismus	5) Wissensgrundlagen zu tourismuspolitisch prioritären Themen erarbeiten
	1.3 Förderung der Wissensdiffusion im Schweizer Tourismus	6) Tourismus Forum Schweiz (TFS) aufbauen 7) Newsletter «Internationale Tourismuspolitik» konzipieren und einführen
HF2: Internationale Zusammenarbeit	2.1 Stärkung und Fokussierung der internationalen tourismuspolitischen Zusammenarbeit im Rahmen multilateraler Organisationen	8) Mitarbeit in der UNWTO fokussieren 9) Mitarbeit im OECD-Tourismuskomitee fokussieren 10) Tourismuspolitischen Austausch mit der EU verstärken
	2.2 Fokussierung bei spezifischen Formen der internationalen tourismuspolitischen Zusammenarbeit	11) Tourismuspolitische Zusammenarbeit im Alpenraum gezielt weiterentwickeln 12) Synergiepotenziale zwischen Tourismuspolitik und wirtschaftlicher Entwicklungszusammenarbeit nutzen

²⁾ Vgl. Schweizerischer Bundesrat (2010): S. 46ff.

3.1.2 Erläuterungen zu den einzelnen Schwerpunkten und Kernprojekten

Handlungsfeld 1 (HF1): Grundlagen der Tourismuspolitik

Schwerpunkt 1.1: Verbesserung der statistischen Grundlagen

Der Bund und die Tourismuswirtschaft sind auf statistisches Grundlagenwissen angewiesen. Das SECO hat hier bereits wichtige Aufgaben übernommen. Es publiziert mit dem Bundesamt für Statistik (BFS) das Satellitenkonto Tourismus (TSA). Andere Beispiele sind der «Internationale Benchmarking Report für den Schweizer Tourismus» sowie die Tourismusprognosen. Es ist eine Aufgabe des Bundes (Bundesamt für Statistik), die statistischen Grundlagen im Tourismus auf nationaler Ebene weiter zu verbessern. Bei weitergehendem Informationsbedarf, wie zum Beispiel regionalisierten Daten, sollen moderne Formen der Zusammenarbeit wie «Public-Public-Partnership» oder «Public-Private-Partnership» zur Anwendung kommen.

Die rasche Verfügbarkeit qualitativ hochwertiger statistischer Grundlagen ist eine wesentliche Voraussetzung für effektive und effiziente strategische Entscheidungsprozesse im Schweizer Tourismus und trägt damit entscheidend zur erfolgreichen Bewältigung der wichtigsten Herausforderungen für den Tourismusstandort Schweiz bei.

Folgende Kernprojekte stehen im Vordergrund:

1) Tourismus-Satellitenkonto (TSA) fortführen und weiterentwickeln

Zielsetzung und Beschreibung: Das Tourismus-Satellitenkonto (TSA) stellt als Referenzrahmen den Querschnittssektor in seiner volkswirtschaftlichen Bedeutung dar und ermöglicht insbesondere den Vergleich des Tourismus mit der Gesamtwirtschaft. Das TSA für die Schweiz soll regelmässig aktualisiert werden. Zudem werden vom BFS jährliche Update-Indikatoren berechnet. Die bestehenden TSAs werden in dieser Periode an die neuen internationalen Standards (TSA recommended methodological framework 2008, UNWTO) angepasst.

Zur Fortführung des TSA ist zwischen dem BFS und dem SECO eine Vereinbarung für den Zeitraum 2012 bis 2015 abgeschlossen worden.

Federführung: BFS/SECO
Partner bei der Umsetzung: –
Projektdauer: 2012 bis 2015³⁾

2) Beherbergungsstatistik (HESTA) fortführen und optimieren

Zielsetzung und Beschreibung: Die Beherbergungsstatistik, welche heute die Hotellerie sowie Campingplätze und Jugendherbergen umfasst, wird im Rahmen eines Vertragswerks von insgesamt 44 Partnern finanziert. Die Jahreskosten für die Periode 2013 bis 2014 belaufen sich auf 1,7 Mio. Franken. Falls die Parahotellerieestatistik nicht in einen einzigen Vertrag ab 2015 integriert wird, wird der HESTA-Vertrag automatisch für zwei weitere Jahre ohne Änderungen verlängert (2015 bis 2016). Der geltende Vertrag läuft Ende 2012 aus.

3) Grundsätzlicher Hinweis zur Angabe «Projektende 2015»: Dies bedeutet, dass das Projekt bis zum Ablauf des Umsetzungsprogramms 2012–2015 dauert. Es bedeutet hingegen nicht automatisch, dass das jeweilige Projekt selbst auch 2015 ausläuft. Dies hängt von der Zielsetzung sowie der Organisation und Trägerschaft des Projekts ab.

Es ist klar, dass bei der HESTA weiterhin eine substantielle finanzielle Beteiligung der Tourismuswirtschaft sowie der Tourismuskantone und -regionen notwendig sein wird. Das BFS wird auch in Zukunft rund die Hälfte der Kosten (0,85 Mio. Franken) finanzieren können. Dies entspricht in etwa dem Grundbetrag, welcher eine HESTA mit ausschliesslich nationalen Daten kosten würde. Angestrebt wird eine neue Finanzierungsvereinbarung für den Zeitraum 2013 bis 2016.

Federführung: BFS
Partner bei der Umsetzung: Kantone/Tourismusregionen, Tourismuswirtschaft
Projektdauer: 2012 bis 2015

3) Parahotellerieestatistik (PASTA) einführen

Zielsetzung und Beschreibung: Seit Langem wird von touristischen Kreisen bemängelt, dass die Beherbergungstatistik des Bundes die Parahotellerie nur teilweise abdeckt. Im Jahr 2010 wurde unter der Leitung des Schweizer Tourismus-Verbandes (STV) und mit finanzieller Unterstützung durch Innotour als Übergangslösung eine «PASTA light» entwickelt. Diese soll ab 2015 durch eine umfassende PASTA Statistik abgelöst werden. Das BFS hat hierzu ein Konzept erarbeitet. Dieses sieht eine Entwicklungsphase von 2011 bis 2014 und eine Betriebsphase ab 2015 vor.

Die Kosten sollen in der Entwicklungsphase zu 100 Prozent durch den Bund (BFS und SECO beziehungsweise Innotour sowie andere interessierte Stellen der Bundesverwaltung) übernommen werden. Für die Betriebsphase ab 2015 ist eine Kostenaufteilung zwischen Bund und Kantonen oder Branche zu je 50 Prozent vorgesehen.

Federführung: BFS
Partner bei der Umsetzung: SECO, Kantone/Tourismusregionen, Tourismuswirtschaft
Projektdauer: 2012 bis 2014 (ab 2015 Betriebsphase)

4) Bestehende Tourismusstatistiken fortführen und weiterentwickeln

Zielsetzung und Beschreibung: Im Vordergrund steht die Fortführung der Tourismusprognosen sowie die Fortführung und Weiterentwicklung des internationalen Benchmarking-Programms für den Schweizer Tourismus. Beim internationalen Benchmarking werden insbesondere thematische Vertiefungen nach einzelnen Tourismussegmenten (alpiner Ferientourismus, Städtetourismus, Ausflugs- beziehungsweise Tagestourismus) angestrebt. Zudem soll vermehrt mit der Analyse von Best-Practice-Beispielen gearbeitet werden.

Federführung: SECO
Partner bei der Umsetzung: Kantone/Tourismusregionen (für das internationale Benchmarking-Programm)
Projektdauer: 2012 bis 2015

Schwerpunkt 1.2: Förderung des Wissensaufbaus im Schweizer Tourismus

Das vorhandene Wissen ist für die Wettbewerbsfähigkeit des Schweizer Tourismus von immer grösserer Bedeutung. Die Förderung des Wissensaufbaus – sowie der Wissensdiffusion (vgl. hierzu Schwerpunkt 1.3) – trägt zur Bewältigung aller wichtiger Herausforderungen für den Tourismusstandort Schweiz bei. Um den Wissensaufbau im Schweizer Tourismus gezielt zu fördern, soll hierzu im Umsetzungsprogramm 2012–2015 ein Schwerpunkt gesetzt werden.

Folgendes Kernprojekt steht im Vordergrund:

5) Wissensgrundlagen zu tourismuspolitisch prioritären Themen erarbeiten

Zielsetzung und Beschreibung: Mittels der Erarbeitung von Wissensgrundlagen zu tourismuspolitisch prioritären Themen soll die Tourismuswirtschaft in ihren Bemühungen zur Bewältigung der wichtigsten Herausforderungen unterstützt werden. Bei der Festlegung der prioritären Themen wird das SECO die nationalen Branchenverbände des Tourismus miteinbeziehen. Bei der Erarbeitung allfälliger Themen in den Bereichen Beherbergungsförderung und touristisches Landesmarketing sollen insbesondere auch die Kompetenzen der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit sowie von Schweiz Tourismus miteinbezogen werden.

Ein mögliches prioritäres Thema für den Zeitraum 2012 bis 2015 ist die **Qualitätsentwicklung und -sicherung** im Schweizer Tourismus. Der Tourismusstandort Schweiz ist auf eine ausgezeichnete Qualität der touristischen Angebote angewiesen, um im internationalen Wettbewerb mithalten zu können. Trotz erzielten markanten Fortschritten gibt es nach wie vor ernst zu nehmende Qualitätsdefizite wie etwa in der alpinen Mittelklassehotellerie. Die Qualitätsentwicklung und Qualitätssicherung müssen deshalb ein Dauerthema im Schweizer Tourismus sein.

Ein zweites prioritäres Thema könnte die **Neupositionierung der Schweiz im Sommertourismus** sein. Die Schweiz ist in der Sommersaison viel stärker dem globalisierten Wettbewerb ausgesetzt als in der Wintersaison. In den alpinen Ferienregionen sind die Kapazitäten im Sommer deutlich schlechter ausgelastet als im Winter, und die erzielten Preise liegen im Sommer deutlich unter denjenigen im Winter. Die Stärkung der Sommersaison ist denn auch eine entscheidende Massnahme, um das angepeilte Wachstum im Schweizer Tourismus zu ermöglichen. Der Stärkung der Sommersaison kommt zudem auch im Zusammenhang mit dem Klimawandel eine herausragende Bedeutung zu. Mit der Schaffung von Wissensgrundlagen zur Neupositionierung des Tourismuslandes Schweiz im Sommer kann die nationale Tourismuspolitik einen Beitrag zur Stärkung des Sommertourismus leisten. Hierbei wird eine Abstimmung mit dem «Inspiration Concept Re-Invent Summer» von Schweiz Tourismus erfolgen (vgl. Kernprojekt Nr. 28).

Ein drittes prioritäres Thema betrifft die **Anpassung des Tourismus an den Klimawandel**. In einer Studie der Universität Bern wurden zur Anpassung an den Klimawandel die drei Handlungsfelder «Angebotsentwicklung», «Gefahrenminimierung» und «Kommunikation» identifiziert.⁴⁾ Zudem zeigte die Studie auf, dass es Bedarf zur Verbesserung der Wissensgrundlagen und zur Information betreffend der Anpassung des Tourismus an den Klimawandel gibt.

4) Vgl. Universität Bern (2011).

Aufbauend auf den vorliegenden Ergebnissen sollen im Zeitraum 2012 bis 2015 diesbezüglich bessere Grundlagen erarbeitet werden.⁵⁾

Federführung: SECO
Partner bei der Umsetzung: noch offen
Projektdauer: 2012 bis 2015

Schwerpunkt 1.3: Förderung der Wissensdiffusion im Schweizer Tourismus

Neben der Wissenserarbeitung (vgl. Schwerpunkt 1.2) soll auch die Wissensdiffusion im Schweizer Tourismus verbessert werden. Deshalb soll hierzu im Umsetzungsprogramm 2012–2015 ein Schwerpunkt gesetzt werden.

Folgende Kernprojekte stehen im Vordergrund:

6) Tourismus Forum Schweiz (TFS) aufbauen

Zielsetzung und Beschreibung: Mit dem Aufbau des TFS soll eine nationale Austauschplattform zu strategischen Fragen der Tourismuspolitik und des Tourismusstandorts Schweiz geschaffen werden. Insbesondere soll damit die Koordination der Bemühungen von Bund, Kantonen und Tourismuswirtschaft zur Bewältigung von strategischen Herausforderungen für den Tourismusstandort Schweiz verbessert werden.

Das Tourismus Forum Schweiz umfasst drei Module: Modul 1 umfasst die bundesverwaltungsinterne Verbesserung der Kohärenz, Modul 2 verstärkt die Zusammenarbeit zwischen Bund und Kantonen auf der Ebene der für die Tourismuspolitik zuständigen Fachstellen und Modul 3 dient der Weiterentwicklung der Zusammenarbeit zwischen dem Bund und der Tourismuswirtschaft. Der modulübergreifende Austausch soll an einer vom SECO organisierten, regelmässig stattfindenden und thematisch ausgerichteten TFS-Hauptveranstaltung gepflegt werden.

Das TFS soll grundsätzlich komplementär und subsidiär zu bereits bestehenden Plattformen und Gremien aufgebaut werden. Das SECO wird ausschliesslich Angebote entwickeln, für welche explizit ein Bedürfnis seitens der direkt interessierten Kreise besteht. Bei der Festlegung der Formate und Inhalte des TFS sollen deshalb die Interessen der direkt interessierten Kreise berücksichtigt werden. Die erste TFS-Hauptveranstaltung soll im vierten Quartal 2012 stattfinden.

Federführung: SECO
Partner bei der Umsetzung: mitinteressierte Bundesstellen, Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit, Schweiz Tourismus, Kantone, nationale Branchenverbände
Projektdauer: 2012 bis 2013

5) Die Anpassung des Tourismus an den Klimawandel wird auch im Handlungsfeld 4 (Koordination und Kooperation in der Bundespolitik) behandelt.

7) Newsletter «Internationale Tourismuspolitik» konzipieren und einführen

Zielsetzung und Beschreibung: Mit dem Newsletter «Internationale Tourismuspolitik» sollen die Entwicklungstendenzen und tourismuspolitischen Lösungsansätze auf internationaler Ebene rasch in den Schweizer Tourismus diffundieren. Im Vordergrund steht dabei die Kommunikation von Projekten und Erkenntnissen seitens der Weltorganisation für Tourismus (UNWTO), des Tourismuskomitees der OECD sowie der Tourismusfachstellen der Europäischen Union. Zusätzlich wird über aktuelle tourismuspolitische Themen und Entwicklungen in den Nachbar- und Konkurrenzländern der Schweiz berichtet. Die zu behandelnden Themen werden vom SECO aufgrund ihrer Relevanz für den Schweizer Tourismus ausgewählt. Der Newsletter von vier bis acht Seiten Umfang soll einmal jährlich publiziert werden.

Federführung: SECO
Partner bei der Umsetzung: –
Projektdauer: 2012 bis 2013

Handlungsfeld 2 (HF2): Internationale Zusammenarbeit

Schwerpunkt 2.1: Stärkung und Fokussierung der internationalen tourismuspolitischen Zusammenarbeit im Rahmen multilateraler Organisationen

Die internationale tourismuspolitische Zusammenarbeit wird für die Schweiz immer wichtiger. Die Gründe liegen insbesondere in der fortschreitenden Globalisierung im Tourismus sowie der damit einhergehenden immer engeren internationalen Vernetzung. Die Verstärkung und Fokussierung der internationalen Zusammenarbeit unterstützt demzufolge insbesondere die Bewältigung von Herausforderungen, welche sich aus der fortschreitenden Globalisierung des Tourismus ergeben.

Folgende Kernprojekte stehen im Vordergrund:

8) Mitarbeit in der UNWTO fokussieren

Zielsetzung und Beschreibung: Das Arbeitsprogramm der UNWTO 2012–2013 wurde anlässlich der UNWTO-Generalversammlung im Oktober 2011 verabschiedet. Im Vorfeld der Generalversammlung hatte die Schweiz ihre strategischen Prioritäten bestimmt, sich mit den Nachbarländern aus dem Alpenraum abgestimmt und entsprechend in den UNWTO-Gremien Einfluss genommen. Basierend auf dem Arbeitsprogramm 2012–2013 wird die Schweiz ihre Mitarbeit auf aus ihrer Sicht besonders im Vordergrund stehende Kernthemen fokussieren. Hierzu gehören insbesondere die Themen zur Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus sowie zur Nachhaltigen Entwicklung. Wichtig sind zudem die Langzeitprognosen für die Entwicklung des weltweiten Tourismus bis 2030.

Für 2012 ist geplant, den UNWTO-Generalsekretär Taleb Rifai zu einem Arbeitsbesuch in die Schweiz einzuladen. Im Hinblick auf die UNWTO-Generalversammlung 2013 soll eine Kandidatur der Schweiz zur Einsitznahme in den Exekutivrat der UNWTO geprüft werden. Die Erkenntnisse aus der Mitarbeit in der UNWTO sollen mit einem regelmässigen Newsletter verstärkt in die Schweizer Tourismuswirtschaft hineingetragen werden (vgl. Kernprojekt Nr. 7).

Federführung: SECO
Partner bei der Umsetzung: mitinteressierte Bundesstellen (EDA)
Projektdauer: 2012 bis 2015

9) Mitarbeit im OECD-Tourismuskomitee fokussieren

Zielsetzung und Beschreibung: Das OECD-Tourismuskomitee hat auf den Jahresbeginn 2012 hin ein neues Mandat erarbeitet, welches bis 2016 Gültigkeit hat. Bei der Ausarbeitung dieses Mandats hat die Schweiz ihre Prioritäten einbringen können. Auf der Basis des Mandats erarbeitet das OECD-Tourismuskomitee im Jahr 2012 ein neues zweijähriges Arbeitsprogramm für die Periode 2013 bis 2014. Für die Schweiz geht es darum, ihre tourismuspolitischen Interessen möglichst gut in die Erarbeitung des neuen Arbeitsprogramms einzubringen.

Zurzeit arbeitet die Schweiz als Mitglied der Steuerungsgruppe aktiv am OECD-Projekt «Green Innovation in Tourism» mit. Die Ergebnisse des Projekts werden voraussichtlich Ende 2012 vorliegen und einen wesentlichen Beitrag zum Wissensaufbau und zur Wissensdiffusion im Themenfeld «Nachhaltige Entwicklung» liefern.

Die Erkenntnisse aus der Mitarbeit im OECD-Tourismuskomitee sollen mit einem regelmässigen Newsletter verstärkt in die Schweizer Tourismuswirtschaft hineingetragen werden (vgl. Kernprojekt Nr. 7).

Federführung: SECO
Partner bei der Umsetzung: mitinteressierte Bundesstellen (EDA)
Projektdauer: 2012 bis 2015

10) Tourismuspolitischen Austausch mit der EU verstärken

Zielsetzung und Beschreibung: Die tourismuspolitischen Beziehungen mit der EU sind für die Schweiz von grosser Bedeutung. Basierend auf dem Lissabon-Vertrag hat die EU begonnen, auf EU-Ebene grössere tourismuspolitische Aktivitäten zu entwickeln. So wurde im Juni 2010 eine EU-Tourismusstrategie vorgestellt und jedes Jahr werden ein europäischer Tourismustag und ein europäisches Tourismus-Forum organisiert.⁶⁾ Um eine optimale gegenseitige Information sicherzustellen und um mögliche Zusammenarbeitsfelder zu identifizieren, soll der tourismuspolitische Austausch mit der EU verstärkt werden.

Federführung: SECO
Partner bei der Umsetzung: mitinteressierte Bundesstellen (EDA)
Projektdauer: 2012 bis 2015

Schwerpunkt 2.2: Fokussierung bei spezifischen Formen der internationalen tourismuspolitischen Zusammenarbeit

Die Bedeutung der internationalen tourismuspolitischen Zusammenarbeit beschränkt sich nicht nur auf die multilaterale Ebene. Sie ist zu ergänzen durch gezielte Formen der bilateralen Zusammenarbeit, wobei der Schwerpunkt auf der Zusammenarbeit mit den Ländern des Alpenraums liegen soll.

6) Vgl. Europäische Kommission (2010).

Folgende Kernprojekte stehen im Vordergrund:

11) Tourismuspolitische Zusammenarbeit im Alpenraum gezielt weiterentwickeln

Zielsetzung und Beschreibung: Der Alpenraum steht als Gesamtdestination in einem intensiven globalen Wettbewerb. Die Zusammenarbeit zwischen den Ländern des Alpenraums soll gezielt weiterentwickelt werden, um die gemeinsamen tourismuspolitischen Interessen auf der globalen Ebene optimal vertreten zu können.

Von besonderer Bedeutung ist in diesem Zusammenhang die tourismuspolitische Zusammenarbeit zwischen den drei deutschsprachigen Ländern Deutschland, Österreich und Schweiz, welche eine lange Tradition hat. Im Zeitraum 2010 bis 2011 konnte beispielsweise ein grösseres Projekt erfolgreich umgesetzt werden. Hierbei ging es um die Lancierung einer Kampagne zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung («Sextourismus»). Die trilaterale Zusammenarbeit zwischen diesen Ländern soll prioritär behandelt und gezielt weiterentwickelt werden.

Federführung: SECO
Partner bei der Umsetzung: mitinteressierte Bundesstellen (EDA)
Projektdauer: 2012 bis 2015

12) Synergiepotenziale zwischen Tourismuspolitik und wirtschaftlicher Entwicklungszusammenarbeit nutzen

Zielsetzung und Beschreibung: Die Schweiz verfügt über eine weltweite Bekanntheit als Tourismusland und besitzt ein umfassendes touristisches Know-how. Gleichzeitig besteht in vielen Entwicklungs- und Schwellenländern ein grosses Interesse an der Förderung des Tourismus. Beides zusammen bildet eine geeignete Basis, um den Tourismus gezielt in die Entwicklungszusammenarbeit der Schweiz einzubeziehen.

Im Fokus steht dabei die Entwicklungszusammenarbeit, wie sie vom Leistungsbereich «Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung» des SECO geleistet wird. Bei den entsprechenden Aktivitäten des SECO geht es erstens um die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und der Nachhaltigkeit des Tourismusangebots in den Partnerländern, zweitens um die Schaffung günstiger institutioneller Rahmenbedingungen für den Tourismus in diesen Ländern und drittens um die Verbesserung des Marktzugangs und der touristischen Information.

Die Zusammenarbeit zwischen den zuständigen SECO-Ressorts Tourismus und Handelsförderung hat sich bereits gut etabliert. Im Vordergrund steht dabei die gegenseitige Information über laufende Aktivitäten. In Zukunft sollen die vorhandenen Synergiepotenziale zwischen den beiden Ressorts noch besser genutzt werden, wobei insbesondere der Zusammenarbeit in internationalen Gremien (zum Beispiel UNWTO und Tourismuskomitee der OECD) eine grosse Bedeutung zukommt.

Federführung: SECO (Ressort Tourismus und Ressort Handelsförderung)
Partner bei der Umsetzung: mitinteressierte Bundesstellen (EDA)
Projektdauer: 2012 bis 2015

3.2 Kernstrategie 2: Querschnittsaufgaben verstärken

3.2.1 Übersicht

Mit einer Verstärkung der Querschnittsaufgaben zielt die Tourismuspolitik darauf ab, die Chancen der Tourismusunternehmen auf den Märkten zu erhöhen. Dazu sind zwei Handlungsfelder identifiziert worden: erstens die Einbettung der Tourismuspolitik in die Standort- und Wirtschaftspolitik (Handlungsfeld 3) und zweitens die Koordination und Kooperation in der Bundespolitik (Handlungsfeld 4). Mit der Verstärkung der Querschnittsaufgaben nimmt auch die Notwendigkeit der Koordination und Kooperation in der Bundesverwaltung zu.

Abbildung 3: Schwerpunkte und Kernprojekte Querschnittsaufgaben

Handlungsfeld	Schwerpunkte	Kernprojekte
HF3: Einbettung in Standort- und Wirtschaftspolitik	3.1 Nutzung von Synergien innerhalb der Standortförderung des SECO	13) Zusammenarbeit Neue Regionalpolitik und Tourismuspolitik optimieren
	3.2 Einflussnahme auf die allgemeine Wirtschaftspolitik	14) Tourismuspolitische Anliegen in die allgemeine Wirtschaftspolitik einbringen
HF4: Koordination und Kooperation in der Bundespolitik	4.1 Kohärenz zwischen Tourismuspolitik und Raumordnungspolitik	15) Strukturierte Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Raumentwicklung (ARE) aufbauen
	4.2 Kohärenz zwischen Tourismuspolitik und Strategie Nachhaltige Entwicklung	16) Standortbestimmung zur Berücksichtigung der Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung in der Tourismuspolitik durchführen
	4.3 Kohärenz zwischen Tourismuspolitik und Klima- und Umweltpolitik	17) Strukturierte Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Umwelt (BAFU) aufbauen
	4.4 Kohärenz zwischen Tourismuspolitik und weiteren Sektoralpolitiken	18) Potenzial des Agrotourismus erschliessen 19) Synergiepotenziale zwischen Tourismuspolitik und Energiepolitik nutzen

3.2.2 Erläuterungen zu den einzelnen Schwerpunkten und Kernprojekten

Handlungsfeld 3 (HF3): Einbettung der Tourismuspolitik in die Standort- und Wirtschaftspolitik

Schwerpunkt 3.1: Nutzung von Synergien innerhalb der Standortförderung des SECO

Die verschiedenen Bereiche und Instrumente der Standortförderung des Bundes weisen viele Querbezüge und Schnittstellen auf, welche noch systematischer genutzt werden können. Die vorhandenen Synergien sollen in Zukunft verstärkt genutzt werden. Der optimal koordinierte Einsatz aller Instrumente der Standortförderung ist für die Bewältigung der anstehenden Herausforderungen und für die zukünftige Entwicklung des Tourismusstandorts Schweiz von Bedeutung.

Folgendes Kernprojekt steht im Vordergrund:

13) Zusammenarbeit Neue Regionalpolitik und Tourismuspolitik optimieren

Zielsetzung und Beschreibung: Die gut funktionierende Zusammenarbeit zwischen der Tourismuspolitik und der Neuen Regionalpolitik (NRP) beruht auf einem Memorandum of Understanding (MoU), welches von den beiden zuständigen Ressorts im Jahr 2009 abgeschlossen worden ist.

Das MoU ist im Jahr 2011 erneuert worden, wobei für die nächsten Jahre eine gezielte Vertiefung und Optimierung der Zusammenarbeit zwischen den beiden Ressorts vorgesehen ist. Hierbei geht es insbesondere darum, die neu ausgerichtete Innotour-Förderung und die NRP-Umsetzungsperiode 2012–2015 auf Bundesebene optimal aufeinander abzustimmen. Hiermit sollen die Synergiemöglichkeiten aufgrund des komplementären Charakters der beiden Förderinstrumente noch besser genutzt werden. Da die Interreg-Förderprogramme in die NRP integriert sind, ist über die Zusammenarbeit der beiden zuständigen Ressorts beim SECO auch eine Nutzung von Synergien bei grenzüberschreitenden Projekten gewährleistet.

Federführung: SECO
Partner bei der Umsetzung: –
Projektdauer: 2012 bis 2015

Schwerpunkt 3.2: Einflussnahme auf die allgemeine Wirtschaftspolitik

Wichtigstes Ziel der Schweizer Wirtschaftspolitik ist die Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Unternehmen. Dieses Ziel wird vom Bundesrat auch als tourismuspolitisches Ziel verstanden. Das Anstreben bestmöglicher Rahmenbedingungen für die Tourismusunternehmen wird vom Bundesrat als Hauptaufgabe der Tourismuspolitik gesehen.⁷⁾ Es ist offensichtlich, dass die allgemeine Wirtschaftspolitik für die Tourismuspolitik und deren Vollzug von enormer Bedeutung ist, was die Setzung eines diesbezüglichen Schwerpunkts im Umsetzungsprogramm nahelegt.

Folgendes Kernprojekt steht im Vordergrund:

7) Vgl. Schweizerischer Bundesrat (2010): S. 44.

14) Tourismuspolitische Anliegen in die allgemeine Wirtschaftspolitik einbringen

Zielsetzung und Beschreibung: Die tourismuspolitischen Interessen sind in der allgemeinen Wirtschaftspolitik gezielt zu berücksichtigen. Wichtig für den Schweizer Tourismus ist beispielsweise ein einfacher Zugang zu den touristischen Quellmärkten. Von grosser Bedeutung für den Tourismusstandort Schweiz sind etwa die Visa-Bestimmungen bei strategischen Wachstumsmärkten wie China oder Indien.

Ebenfalls ein wichtiges Thema sind Marktöffnungen, welche die Wettbewerbsintensität erhöhen und die Kosten senken. Von besonderer Bedeutung für den Tourismusstandort Schweiz sind dabei Kostensenkungen bei den Vorleistungen insbesondere im Agrar- und Ernährungssektor. Zudem gilt es, die Möglichkeiten für Tourismusunternehmen zur Rekrutierung qualifizierter ausländischer Arbeitskräfte weiterhin sicherzustellen.

Das Einbringen tourismuspolitischer Anliegen in die allgemeine Wirtschaftspolitik ist eine Daueraufgabe, welche vom Ressort Tourismus – als Kompetenzstelle des Bundes für die Tourismuspolitik – wahrgenommen wird. Um diese Aufgabe frühzeitig und verstärkt wahrzunehmen, soll im Zeitraum 2012 bis 2015 ein Monitoring tourismusrelevanter Themen der allgemeinen Wirtschaftspolitik aufgebaut und betrieben werden. Dieses Monitoring wird vom zuständigen Ressort Tourismus betrieben und auf die Umsetzung der Kernstrategie 1 «Strategisches Issue Management» abgestimmt (vgl. Kapitel 3.1).

Federführung: SECO
Partner bei der Umsetzung: mitinteressierte Bundesstellen
Projektdauer: 2012 bis 2015

Handlungsfeld 4 (HF4): Koordination und Kooperation in der Bundespolitik

Schwerpunkt 4.1: Kohärenz zwischen Tourismuspolitik und Raumordnungspolitik

Die Koordination zwischen Tourismuspolitik und Raumordnungs- beziehungsweise Raumentwicklungspolitik ist eine Daueraufgabe. Der Raumbezug der Tourismuspolitik ist bedeutend, und Themen wie die Zersiedelung der Landschaft sowie die Zweitwohnungsproblematik sind von strategischer Bedeutung für die Entwicklung des Tourismusstandorts Schweiz.

Aufgrund der Zuständigkeiten bestehen zwischen dem SECO-Ressort Tourismus – als Kompetenzstelle des Bundes für die Tourismuspolitik – und verschiedenen Dienststellen des Bundesamtes für Raumentwicklung (ARE) eine Reihe thematischer Schnittstellen. Beispiele hierfür sind das Raumkonzept Schweiz, die Strategie Freizeitverkehr oder die Strategie Nachhaltige Entwicklung. Die Vielzahl und die grosse tourismuspolitische Relevanz dieser Schnittstellen rechtfertigen es, eine systematische, gut strukturierte Zusammenarbeit zwischen dem SECO-Ressort Tourismus und dem ARE anzustreben. Hiermit soll die Kohärenz zwischen der Tourismuspolitik und den beim ARE angesiedelten tourismusrelevanten Themen sichergestellt und die Effizienz der Zusammenarbeit gesteigert werden.

Folgendes Kernprojekt steht im Vordergrund:

15) Strukturierte Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Raumentwicklung (ARE) aufbauen

Zielsetzung und Beschreibung: Um die systematische Behandlung der vielen Schnittstellenthemen zwischen Tourismuspolitik und Raumordnungspolitik sicherzustellen, ist, wie oben ausgeführt, eine strukturierte Zusammenarbeit zwischen dem Ressort Tourismus beim SECO und den relevanten Dienststellen beim ARE vorgesehen. Die Grundsätze hierzu sollen in einem Memorandum of Understanding (MoU) festgehalten werden. Das MoU soll neben den Grundsätzen der Zusammenarbeit auch einen periodisch zu aktualisierenden Themenkatalog umfassen. Dieser Themenkatalog könnte beispielsweise gemeinsame Modellvorhaben, die Thematik der Zweitwohnungen und das Raumkonzept Schweiz enthalten.

Im Rahmen der strukturierten Zusammenarbeit sind ein laufender gegenseitiger Informationsaustausch zu strategischen Issues zum Tourismusstandort Schweiz sowie periodische Treffen vorgesehen (mindestens einmal jährlich). Hierzu zählt auch der gegenseitige Austausch im Rahmen des vom SECO organisierten Tourismus Forums Schweiz (Modul 1: Bundesinterne Austauschplattform zu tourismuspolitischen Fragen). Zur strukturierten Zusammenarbeit zwischen dem Ressort Tourismus und den ARE-Dienststellen gehört auch die Mitarbeit des SECO in der vom ARE geleiteten Arbeitsgruppe «Strategie Freizeitverkehr» sowie die beiderseitige Vertretung in der Raumordnungskonferenz des Bundes (ROK) und im Bundesnetzwerk «Ländlicher Raum».

Federführung: SECO/ARE
Partner bei der Umsetzung: weitere mitinteressierte Bundesstellen (im Rahmen des TFS)
Projektdauer: 2012 bis 2015

Schwerpunkt 4.2: Kohärenz zwischen Tourismuspolitik und Strategie Nachhaltige Entwicklung

Die Berücksichtigung der Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung ist eines der vier in der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz festgehaltenen tourismuspolitischen Ziele des Bundes.⁸⁾ Die Integration der Nachhaltigkeit als Querschnittsthema in die Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz gewährleistet auf einer konzeptionell-strategischen Ebene die Kohärenz zwischen der Tourismuspolitik und der Strategie Nachhaltige Entwicklung des Bundesrates.

Die Berücksichtigung der Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung in der Tourismuspolitik, welche den Schwerpunkt auf die Nachhaltigkeitsdimension «Wirtschaftliche Leistungsfähigkeit» legt, bedeutet, dass Kohärenz mit der Strategie Nachhaltige Entwicklung angestrebt wird und dass negative Auswirkungen auf Umwelt, Biodiversität und Gesellschaft möglichst vermieden werden. Angestrebt wird eine Verbesserung der Ressourceneffizienz beziehungsweise eine Entkopplung zwischen touristischem Wachstum und Ressourcenverbrauch.

Die Berücksichtigung der Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung in der Tourismuspolitik ist eine der Massnahmen des Bundes für die «Strategie Nachhaltige Entwicklung 2012–2015»⁹⁾. Hiermit wird die gegenseitige Koordination und Kooperation sichergestellt.

8) Vgl. Schweizerischer Bundesrat (2010): S. 44.

9) Vgl. Schweizerischer Bundesrat (2012b).

Bei der Formulierung des Umsetzungsprogramms 2012–2015 wird dem Querschnittscharakter der Nachhaltigkeit Rechnung getragen. Die Umsetzung der Kernprojekte des Umsetzungsprogramms 2012–2015 erfolgt unter vertiefter und systematischer Berücksichtigung der Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung und in Anlehnung an bestehende Grundlagen des ARE.

Folgendes Kernprojekt steht im Vordergrund:

16) Standortbestimmung zur Berücksichtigung der Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung in der Tourismuspolitik durchführen

Zielsetzung und Beschreibung: Im Rahmen der für 2014 vorgesehenen Standortbestimmung des Bundesrates zum Schweizer Tourismus soll eine Standortbestimmung zur Berücksichtigung der Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung in der Tourismuspolitik durchgeführt werden. Hierbei geht es insbesondere um einen Überblick über die Berücksichtigung der Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung beim Vollzug der einzelnen tourismuspolitischen Instrumente. Schweiz Tourismus (ST) und die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) sind für die Standortbestimmung betreffend Berücksichtigung der Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung beim touristischen Landesmarketing sowie bei der Beherbergungsförderung verantwortlich. Die Standortbestimmung betreffend Berücksichtigung der Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung bei Innotour obliegt dem SECO und erfolgt in Anlehnung an bestehende Grundlagen des ARE.

Federführung: SECO
Partner bei der Umsetzung: SGH, ST, mitinteressierte Bundesstellen (ARE)
Projektdauer: 2013 bis 2014

Schwerpunkt 4.3: Kohärenz zwischen Tourismuspolitik und Klima- und Umweltpolitik

Für die Tourismuspolitik sind sowohl die Klimapolitik wie auch die Umweltpolitik von grosser Bedeutung. Der Klimawandel wird in der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz als eine der fünf wichtigsten Herausforderungen für den Schweizer Tourismus identifiziert. Aufgrund der hohen Betroffenheit sowie seiner Mitverursacher-Rolle ist der Tourismus aufgefordert, sich aktiv der Herausforderung des Klimawandels zu stellen, wobei sowohl Vermeidungs- wie auch Anpassungsstrategien notwendig sind. Die Umweltpolitik des Bundes hat einen wesentlichen Einfluss auf den Tourismus, und zwischen der Tourismuspolitik und der Umweltpolitik bestehen wichtige Schnittstellen. Ein bereits gut funktionierender Bereich der Zusammenarbeit zwischen der Tourismus- und der Umweltpolitik sind die Parke von nationaler Bedeutung.

Folgendes Kernprojekt steht im Vordergrund:

17) Strukturierte Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Umwelt (BAFU) aufbauen

Zielsetzung und Beschreibung: Zwischen der Tourismuspolitik einerseits und der Klima- und Umweltpolitik andererseits soll in Zukunft die Koordination und Kooperation verstärkt werden mit dem Ziel einer verbesserten Kohärenz zwischen den verschiedenen Politikbereichen. Hierzu sollen ab 2012 regelmässige Treffen (mindestens einmal jährlich, weitere Treffen nach Bedarf) der zuständigen Stellen zur Besprechung prioritärer Themen und der Erüierung allfälliger Zielkonflikte zwischen der Tourismus- und der Klima- und Umweltpolitik durchgeführt werden.

Das SECO hat als Grundlage für die Behandlung des **Klimawandels** im Umsetzungsprogramm 2012–2015 von der Universität Bern die Studie «Schweizer Tourismus im Klimawandel – Auswirkungen und Anpassungsoptionen» erarbeiten lassen. Darin wurden drei zentrale Handlungsfelder der Anpassung an den Klimawandel identifiziert: Angebotsentwicklung, Gefahrenminimierung und Kommunikation. Die wichtigsten Ergebnisse dieser Studie sind in die Strategie «Anpassung an den Klimawandel in der Schweiz» des Bundesrates integriert worden.¹⁰⁾ Auf der Basis der Studienergebnisse sowie in Abstimmung mit der Anpassungsstrategie des Bundesrates und deren Umsetzung geht es 2012 bis 2015 darum, mittels Wissensaufbau und Wissensdiffusion die Grundlagen zur Anpassung des Tourismus an die Folgen des Klimawandels zu verbessern. Die Federführung für entsprechende Massnahmen liegt auf Bundesebene beim SECO. Anpassungsmassnahmen des Tourismus, die auch andere Sektoren betreffen, werden mit den zuständigen Bundesämtern abgestimmt. In diesem Zusammenhang sollen insbesondere auch die Rollen der verschiedenen öffentlichen und privaten Akteure geklärt werden.

In Kohärenz mit der **Biodiversitäts- und Landschaftspolitik** sollen naturverträgliche Angebote (zum Beispiel in Parks von nationaler Bedeutung) gefördert und die langfristige Erhaltung der Attraktivität der Landschaft als wichtiges Kapital des Tourismusstandorts Schweiz unterstützt werden. Dabei sollen Massnahmen ausgelotet werden, wie die Tourismuswirtschaft zur Förderung der landschaftlichen Werte beitragen kann (zum Beispiel durch Informationsvermittlung, Aus- und Weiterbildung, angewandte Forschung sowie Schaffung von Anreizen).

Federführung: SECO/BAFU
Partner bei der Umsetzung: –
Projektdauer: 2012 bis 2015

Schwerpunkt 4.4: Kohärenz zwischen Tourismuspolitik und weiteren Sektoralpolitiken

Die in der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz beschriebenen Synergiepotenziale zwischen der Tourismuspolitik und weiteren Sektoralpolitiken werden im Rahmen des Umsetzungsprogramms 2012–2015 systematisch angegangen. Dabei geht es insbesondere um die Verbesserung der Kohärenz zwischen der Tourismuspolitik und der jeweiligen Sektoralpolitik.

Betreffend der getroffenen Auswahl der im Folgenden aufgeführten Kernprojekte in den beiden Themenfeldern Agrotourismus und Energiepolitik ist darauf hinzuweisen, dass sich selbstverständlich von Seiten der Tourismuspolitik die Koordination und Kooperation nicht auf diese zwei Sektoralpolitiken beschränkt. Das Ressort Tourismus pflegt als tourismuspolitische Fachstelle des Bundes den laufenden Kontakt und Austausch mit weiteren Politikfeldern wie etwa der Verkehrs- und Infrastrukturpolitik, der Kulturpolitik, der Sportpolitik sowie der Bildungs- und Forschungspolitik. Ein regelmässiger strukturierter Austausch findet im Besonderen auch zwischen der touristischen Innovationsförderung (Innotour) und der Förderagentur für Innovation des Bundes (KTI) statt. Im Weiteren pflegt das Ressort Tourismus auch den Austausch mit dem für das Bundesgesetz über den Erwerb von Grundstücken durch Personen im Ausland («Lex Koller») zuständigen Bundesamt für Justiz und setzt sich dabei für tourismusfreundliche Lösungsansätze ein.

Folgende Kernprojekte stehen im Vordergrund:

¹⁰⁾ Vgl. Schweizerischer Bundesrat (2012a).

18) Potenzial des Agrotourismus erschliessen

Zielsetzung und Beschreibung: Agrotourismus bietet vielversprechende Möglichkeiten zur Ausschöpfung touristischer Potenziale und zur Diversifizierung des Angebots landwirtschaftlicher Betriebe. So können agrotouristische Dienstleistungen aufgrund des hohen Naturbezugs einen Beitrag zur Nachhaltigen Entwicklung des Schweizer Tourismus leisten und gleichzeitig zur Erreichung der verfassungsmässigen Ziele der Landwirtschaft beitragen. Das SECO hat im Jahr 2011, in Abstimmung mit dem BLW, im Rahmen eines Innotour-Projekts die Initialisierungsphase zur Schaffung einer nationalen Plattform «Agrotourismus Schweiz» finanziell unterstützt.

Seitens des BLW werden die Marketingausgaben der Plattform «Agrotourismus Schweiz» über Mittel aus der landwirtschaftlichen Absatzförderung unterstützt. Zudem unterstützt das BLW einzelne agrotouristische Angebotsentwicklungen im Rahmen von Projekten zur regionalen Entwicklung (PRE).

Im Rahmen des Kernprojekts «Erschliessung des Potenzials des Agrotourismus» sollen – unter der gemeinsamen Federführung des SECO und des BLW – die angelaufenen Bestrebungen zur Förderung dieses Tourismus-Segmentes fortgeführt werden. Das SECO wird sich dabei aus einer touristischen Perspektive einbringen und der Integration der agrotouristischen Anbieter in das Gesamttourismusangebot der Schweiz ein besonderes Gewicht beimessen.

Federführung: SECO/BLW
Partner bei der Umsetzung: mitinteressierte Bundesstellen (BAFU, ARE), agrotouristische Organisationen
Projektdauer: 2012 bis 2015

19) Synergiepotenziale zwischen Tourismuspolitik und Energiepolitik nutzen

Zielsetzung und Beschreibung: Zwischen der Tourismuspolitik und der Energiepolitik bestehen wesentliche Bezüge. Der durch den Tourismus induzierte Verkehr ist ein Hauptfaktor des Energieverbrauchs in diesem Bereich. Auch stellen die Energiekosten von Infrastrukturanlagen – wie zum Beispiel Hotels, Eisbahnen, Hallenbäder und Bergbahnen – einen zentralen Kostenfaktor dar. Zudem befinden sich die touristischen Infrastrukturen und Angebote häufig in Regionen, in welchen auch die Energieerzeugung eine grosse Rolle spielt, woraus sich sowohl Synergiepotenziale als auch Nutzungskonflikte ergeben können.

Im Rahmen dieses Kernprojekts sollen die gegenseitigen Bezüge zwischen Tourismuspolitik und Energiepolitik regelmässig vertieft analysiert werden. Mögliche gemeinsame Ziele sollen formuliert und vorhandene Synergiepotenziale – etwa bei den Förderinstrumenten – genutzt werden. Denkbar sind auch gemeinsame Projekte, wobei die Verbesserung der Energieeffizienz im Tourismus sowie die Interessenabwägung zwischen Tourismusnutzung und Energieerzeugung mögliche prioritäre Themenfelder sein könnten.

Vorgesehen ist im Besonderen ein regelmässiger Informationsaustausch zwischen den zuständigen Stellen beim Bundesamt für Energie (BFE) und dem für die Tourismuspolitik des Bundes zuständigen Ressort Tourismus beim SECO. Dieser soll in Form von strukturierten Gesprächen (in der Regel einmal jährlich) durchgeführt werden.

Federführung: SECO/BFE
Partner bei der Umsetzung: –
Projektdauer: 2012 bis 2015

3.3 Kernstrategie 3: Attraktivität des Angebots steigern

3.3.1 Übersicht

Die Attraktivität des touristischen Angebots der Schweiz soll gesteigert werden. Die entsprechenden Aufgaben der Unternehmen und Destinationen werden vom Bund mittels Innovations-, Kooperations- und Investitionsanreizen erleichtert.¹¹⁾ Konkret geht es um die Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus (Handlungsfeld HF5) sowie um die Förderung der Beherbergungswirtschaft (Handlungsfeld HF6).

Abbildung 4: Schwerpunkte und Kernprojekte Angebotsförderung

Handlungsfeld	Schwerpunkte	Kernprojekte
HF5: Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Schweizer Tourismus (Innotour)	5.1 Aufbau des Innotour-Förderschwerpunkts Wissensaufbau	20) Erfahrungsaustausch zwischen den Innotour-Projektträgern verstärken 21) Informationstätigkeit des SECO über den Schweizer Tourismus im Allgemeinen ausbauen 22) Milestone als Innovationsplattform unterstützen
	5.2 Lancierung neues Förderinstrument «Modellvorhaben»	23) Bottom-up-Innotour-Modellvorhaben unterstützen 24) Top-down-Innotour-Modellvorhaben lancieren und unterstützen
HF6: Förderung der Beherbergungswirtschaft (SGH)	6.1 Weiterentwicklung der Beherbergungsförderung	25) Strategische Optionen für die SGH prüfen und gesetzliche Grundlagen anpassen
	6.2 Unterstützung der Beherbergungswirtschaft zur Aufrechterhaltung der Investitionstätigkeit	26) Massnahmen zur Aufrechterhaltung der Investitionen zur Erneuerung der Beherbergungsinfrastruktur umsetzen

11) Vgl. Schweizerischer Bundesrat (2010): S. 68ff.

3.3.2 Erläuterungen zu den einzelnen Schwerpunkten und Kernprojekten

Handlungsfeld 5 (HF5): Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Schweizer Tourismus (Innotour)

Schwerpunkt 5.1: Neuer Innotour-Förderschwerpunkt «Wissensaufbau»

Mit der Totalrevision des Bundesgesetzes über Innotour wird als neuer, dritter Schwerpunkt der «Wissensaufbau» eingeführt, welcher auch die Wissensdiffusion umfasst. Insbesondere soll die Verbesserung der Aus- und Weiterbildung gefördert sowie das in den Betrieben und in den Destinationen erworbene Erfahrungswissen besser genutzt werden. Zudem soll die Informationstätigkeit des SECO über den Tourismus im Allgemeinen sowie über die von Innotour unterstützten Vorhaben verstärkt werden.

Folgende Kernprojekte stehen im Vordergrund:

20) Erfahrungsaustausch zwischen den Innotour-Projektträgern verstärken

Zielsetzung und Beschreibung: Der Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen den Projektträgern von Innotour-Projekten soll im Rahmen des totalrevidierten Innotour-Bundesgesetzes verstärkt werden. Dabei geht es insbesondere darum, die im Rahmen von Innotour-Projekten gesammelten Erfahrungen sowie das angehäuften Wissen zu diffundieren und einen Multiplikatorprozess in Gang zu setzen. Um den Erfolg von Projekten umfassend beurteilen zu können, wird das SECO das Monitoring der unterstützten Projekte verstärken. Die Vorhaben sollen hierzu nach Möglichkeit – im Rahmen der zur Verfügung stehenden Ressourcen – auch nach formellem Abschluss des Innotour-Projekts weiterhin einem Monitoring unterzogen werden.

Der Erfahrungsaustausch soll insbesondere über elektronische Medien (Website SECO beziehungsweise Innotour) sowie über die bereits bestehende Publikation «Innotour Insight» erfolgen.

Federführung: SECO
Partner bei der Umsetzung: –
Projektdauer: 2012 bis 2015

21) Informationstätigkeit des SECO über den Schweizer Tourismus im Allgemeinen ausbauen

Zielsetzung und Beschreibung: Mit dem totalrevidierten Innotour-Bundesgesetz wird die Informationstätigkeit des SECO über den Schweizer Tourismus im Allgemeinen ausgebaut.¹²⁾ Hiermit soll die Wissensdiffusion im Schweizer Tourismus verbessert werden. Die Publikation «Innotour Insight» soll fortgeführt und allfällige Erweiterungen geprüft werden. Der Webauftritt des Ressorts Tourismus wird neu gestaltet und die heute noch eigenständige Innotour-Website (www.inno-tour.ch) darin integriert.

Federführung: SECO
Partner bei der Umsetzung: –
Projektdauer: 2012 bis 2015

12) Vgl. Art. 7 des Bundesgesetzes über die Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus (Innotour).

22) Milestone als Innovationsplattform unterstützen

Zielsetzung und Beschreibung: Der Milestone hat sich als nationale Innovationsplattform im Schweizer Tourismus etabliert. Insbesondere spielt der Milestone eine wichtige Rolle zur Förderung der Innovationsdiffusion. Die Unterstützung des Milestone durch das SECO soll auf der Basis einer Subventionsvereinbarung fortgeführt werden.

Federführung: htr/hotelleriesuisse
Partner bei der Umsetzung: SECO/Schweizer Tourismus-Verband
Projektdauer: 2012 bis 2015

Schwerpunkt 5.2: Lancierung neues Förderinstrument «Modellvorhaben»

Mit der Totalrevision von Innotour sind als neues Förderinstrument sogenannte Modellvorhaben für lokal, regional und kantonale angesiedelte Projekte eingeführt worden. Zum einen sollen «Bottom-up-Modellvorhaben» gefördert werden, wenn sie für die ganze Schweiz Modellcharakter haben. Diese Projekte werden, wie heute üblich, von den Gesuchstellern selbstständig – ohne thematische Vorgaben seitens des SECO – eingereicht. Zum andern hat das SECO neu die Möglichkeit, Top-down-Themen für Innotour-Projekte vorzugeben («Top-down-Modellvorhaben»). Im Rahmen von solchen Top-down-Modellvorhaben sollen Projekte in strategisch wichtigen Themenfeldern für den Schweizer Tourismus prioritär gefördert werden.

Folgende Kernprojekte stehen im Vordergrund:

23) Bottom-up-Innotour-Modellvorhaben unterstützen

Zielsetzung und Beschreibung: Die Unterstützung von Bottom-up-Modellvorhaben erfolgt aufgrund der Bestimmungen des Bundesrates in der Verordnung über die Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus sowie auf den konkretisierenden Vorgaben des SECO. In Abstimmung mit den jeweiligen Projektträgern wird das SECO die Diffusion von Erfahrungen und Erkenntnissen aus geförderten Innotour-Modellvorhaben verstärken. Hierzu sollen die Innotour-Projekte sowohl während der Laufzeit der Unterstützung durch Innotour wie auch danach einem Monitoring unterzogen werden.

Federführung: SECO
Partner bei der Umsetzung: kantonale, regionale und lokale Träger, mitinteressierte Bundesstellen (insbesondere ARE, BAFU, BLW)
Projektdauer: 2012 bis 2015

24) Top-down-Innotour-Modellvorhaben lancieren und unterstützen

Zielsetzung und Beschreibung: Das SECO wird neu auch thematische Schwerpunkte (sogenannte Themencluster) festlegen, welche prioritär gefördert werden sollen. Auch bei diesen Projekten soll aber die Projektverantwortung bei den Gesuchstellern und nicht beim SECO liegen. Das SECO wird allenfalls begleitende Studien oder spezifische Formen des Erfahrungsaustausches vorsehen und durchführen.

Die Schwerpunktsetzung bei Top-down-Modellvorhaben soll unter anderem mittels Durchführung von Ausschreibungen für Förderunterstützung in bestimmten Themenfeldern realisiert werden. Die Themenfelder sollen auf der Basis der tourismuspolitischen Prioritäten des Bundes

festgelegt werden (vgl. Kernprojekt Nr. 5). Hierbei sollen die Bedürfnisse und Erwartungen der Tourismuswirtschaft und der Kantone miteinbezogen werden.

Federführung: SECO
Partner bei der Umsetzung: mitinteressierte Bundesstellen (insbesondere ARE, BAFU, BLW)
Projektdauer: 2012 bis 2015

Handlungsfeld 6 (HF6): Förderung der Beherbergungswirtschaft

Die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) ist eine durch ein Bundesgesetz (SR 935.12) geschaffene öffentlich-rechtliche Genossenschaft. Die gesetzliche Aufgabe der SGH ist die Förderung der Beherbergungswirtschaft mittels Gewährung von nachrangigen Darlehen an Beherbergungsbetriebe in Fremdenverkehrsgebieten und Badekurorten. Die SGH kann weitere Aufgaben, wie zum Beispiel die betriebswirtschaftliche Beratung von Hotelbetrieben, übernehmen. Die SGH verfügt zurzeit über ein Bundesdarlehen in der Höhe von 136 Millionen Franken. Zur Abfederung der negativen Auswirkung der Frankenstärke auf den Schweizer Tourismus hat das Parlament in der Herbstsession 2011 das Bundesdarlehen an die SGH vorsorglich und befristet um 100 Millionen Franken aufgestockt (Zusatzdarlehen).

Die SGH-Verwaltung gibt die strategische Stossrichtung für den Vollzug der Beherbergungsförderung vor und übernimmt für diese die Verantwortung. Als Grundlage für den Vollzug der Beherbergungsförderung hat die SGH-Verwaltung auf das Jahr 2012 hin eine Strategie für die Jahre 2012 bis 2015 erarbeitet. Die Ausarbeitung der Strategie der SGH-Verwaltung erfolgte in Abstimmung mit dem Umsetzungsprogramm 2012–2015 des SECO.

Das Umsetzungsprogramm 2012–2015 des SECO sieht betreffend der SGH zwei Schwerpunkte vor: Weiterentwicklung der Beherbergungsförderung und Unterstützung der Beherbergungswirtschaft zur Aufrechterhaltung der Investitionstätigkeit. Diese Schwerpunkte sowie die dazugehörigen Kernprojekte sind von strategischer Bedeutung für die Beherbergungsförderung. Bei den Kernprojekten handelt es sich um exemplarische Projekte zur Fokussierung der Beherbergungsförderung und nicht um eine Wiedergabe des gesamten Tätigkeitsspektrums der SGH.

Schwerpunkt 6.1: Weiterentwicklung der Beherbergungsförderung

Im Jahr 2010 hat das SECO im Rahmen der Botschaft über die Standortförderung 2012–2015 eine Standortbestimmung zur Förderung der Beherbergungswirtschaft durch den Bund durchgeführt. Diese ergab, dass die SGH heute – basierend auf dem im Jahr 2003 totalrevidierten Bundesgesetz über die Förderung der Beherbergungswirtschaft – eine aktive und wichtige Rolle zur Erhaltung und Förderung der Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Beherbergungswirtschaft spielt.

Im Zeitraum 2012 bis 2015 beabsichtigt das SECO, zur Weiterentwicklung der Beherbergungsförderung eine Prüfung der diesbezüglichen strategischen Optionen vorzunehmen. Hiermit sollen Möglichkeiten zur zukünftigen Entwicklung der SGH aufgezeigt und die Basis für anschließende Anpassungen der gesetzlichen Grundlagen gelegt werden.

Folgendes Kernprojekt steht im Vordergrund:

25) Strategische Optionen für die SGH prüfen und gesetzliche Grundlagen anpassen

Zielsetzung und Beschreibung: Die Vorarbeiten zur Erarbeitung strategischer Optionen haben bereits im Jahr 2011 begonnen. Insbesondere wurde ein internationaler Benchmarking-Vergleich zur nationalen und regionalen Hotel- und Beherbergungsförderung in den fünf Ländern Schweiz, Deutschland, Frankreich, Österreich und Italien durchgeführt. Weitere Untersuchungen sind geplant. Von Interesse sind insbesondere Fragen zu den gesetzlichen Grundlagen der SGH. Von grosser Bedeutung ist, dass die SGH, ihre Stakeholder und die Politik frühzeitig in den Prozess der Prüfung der strategischen Optionen einbezogen werden.

Aufbauend auf den Ergebnissen der Überprüfung der strategischen Optionen für die Beherbergungsförderung der SGH werden Anpassungen bei den primären beziehungsweise sekundären gesetzlichen Grundlagen der SGH angestrebt. Im Rahmen dieser Anpassungen wird insbesondere auf die Berücksichtigung der Corporate-Governance-Leitsätze des Bundes Wert gelegt.

Federführung: SECO/SGH
Partner bei der Umsetzung: –
Projektdauer: 2012 bis 2015

Schwerpunkt 6.2: Unterstützung der Beherbergungswirtschaft zur Aufrechterhaltung der Investitionstätigkeit

Der Bund hat im Rahmen der Botschaft des Bundesrates zum Bundesgesetz über Massnahmen zur Abfederung der Frankenstärke und zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit sowie dem Bundesbeschluss über den Nachtrag IIa zum Voranschlag 2011 das Bundesdarlehen an die SGH vorsorglich und befristet um 100 Millionen Franken erhöht. Hiermit wurde die SGH in die Lage versetzt, im Rahmen der geltenden gesetzlichen Bestimmungen bei ausgeweiteter Kreditnachfrage oder ausserordentlich beschränktem Kreditangebot rasch und umfassend reagieren zu können.

Folgendes Kernprojekt steht im Vordergrund:

26) Massnahmen zur Aufrechterhaltung der Investitionen zur Erneuerung der Beherbergungsinfrastruktur umsetzen

Zielsetzung und Beschreibung: Die Botschaft «Frankenstärke» (vgl. oben) gibt bezüglich der Verwendungsrichtlinien für das Zusatzdarlehen folgende Grundprinzipien vor: Die SGH bietet im Rahmen der geltenden gesetzlichen Bestimmungen möglichst vorteilhafte Zins- und Amortisationskonditionen an, baut ihre Beratungsdienstleistungen aus und nutzt den gesetzlichen Spielraum betreffend Darlehens- und Haftungsgrenzen beziehungsweise regionale Förderperimeter aus. Zudem soll die SGH die Eigenwirtschaftlichkeit wahren und entsprechende Rückstellungen bilden.

Zur Detailregelung der Verwendungsrichtlinien und der Rückzahlungskonditionen ist zwischen dem Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartement (EVD) und der SGH eine Subventionsvereinbarung abgeschlossen worden. Bei der Umsetzung der Verwendungsrichtlinien für das Zusatzdarlehen stehen im Basisszenario die von der SGH-Verwaltung am 16. November 2011

beschlossenen konjunkturellen Massnahmen zur Unterstützung der Beherbergungsbranche im Vordergrund. Je nach Nachfrageentwicklung im Schweizer Tourismus und der betriebswirtschaftlichen Situation der Beherbergungsbranche wird eine expansivere Fördertätigkeit der SGH geprüft. Die Grundprinzipien für eine expansivere Fördertätigkeit werden von der SGH im Rahmen der Strategie 2012–2015 erarbeitet.

Federführung: SGH
Partner bei der Umsetzung: –
Projektdauer: 2012 bis 2015

3.4 Kernstrategie 4: Marktauftritt stärken

3.4.1 Übersicht

Mit der Unterstützung von Schweiz Tourismus (ST) sorgt der Bund für einen gemeinsamen internationalen Marktauftritt des Tourismuslandes Schweiz.¹³⁾ Dies erfolgt in Ergänzung zu den Marketinganstrengungen der Unternehmen und Regionen. Die Stärkung des Marktauftrittes umfasst die beiden Handlungsfelder «Touristische Landeswerbung» (Handlungsfeld HF7) sowie «Koordination und Kooperation in der Standortpromotion des Bundes» (Handlungsfeld HF8).

Abbildung 5: Schwerpunkte und Kernprojekte Marktauftritt stärken

Handlungsfeld	Schwerpunkte	Kernprojekte
HF7: Touristische Landeswerbung (Schweiz Tourismus)	7.1 Impulsprogramm 2012–2013	27) Impulsprogramm 2012–2013 zur Abfederung der Frankenstärke umsetzen
	7.2 Tourismuspromotion «Re-Invent Summer»	28) Projekt «Inspiration Concept Re-Invent Summer» orchestrieren
	7.3 Berücksichtigung der Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung durch ST	29) Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung berücksichtigen
HF8: Koordination und Kooperation in der Standortpromotion des Bundes	8.1 Nutzung von Synergiepotenzialen	30) Synergiepotenziale zwischen Tourismusmarketing und Marketing für den Agrarstandort Schweiz in der Bearbeitung von Auslandsmärkten nutzen

3.4.2 Erläuterungen zu den einzelnen Schwerpunkten und Kernprojekten

Handlungsfeld 7 (HF7): Touristische Landeswerbung (Schweiz Tourismus)

Schweiz Tourismus (ST) ist eine durch ein Bundesgesetz (SR 935.21) geschaffene öffentlich-rechtliche Körperschaft, welche die Nachfrage für die Schweiz als Reise- und Tourismusland fördert. Der Bund unterstützt ST anhand von Vierjahreskrediten. Für die Jahre 2012 bis 2015 hat das Parlament im Herbst 2011 einen maximalen Zahlungsrahmen von 222 Millionen Franken bewilligt. Darin enthalten sind 12 Millionen Franken zur Abfederung der negativen Auswirkungen des starken Frankens auf den Schweizer Tourismus. Zusätzlich zu den Bundesmitteln generiert ST Drittmittel.

Der ST-Vorstand gibt die strategische Stossrichtung für den Vollzug des touristischen Landesmarketings vor und übernimmt für diesen die Verantwortung. Der Vollzug erfolgt auf der Basis einer mittelfristigen Wachstumsstrategie und jährlichen Businessplänen. Die Wachstumsstrategie sieht vor, dass ST mit einem effizienten Marketing sowie einer gezielten Potenzial- und Markterschliessungsinitiative dazu beiträgt, dass der Schweizer Tourismus am weltweiten Tourismuswachstum partizipieren kann.

13) Vgl. Schweizerischer Bundesrat (2010): S. 74ff.

Die im Rahmen des Umsetzungsprogramms 2012–2015 identifizierten Schwerpunkte und Kernprojekte sind von grosser Bedeutung für das touristische Landesmarketing der Schweiz. Bei den Kernprojekten handelt es sich um exemplarische Projekte zur Fokussierung des touristischen Landesmarketings und nicht um eine Wiedergabe des gesamten Tätigkeitsspektrums von ST.

Schwerpunkt 7.1: Impulsprogramm 2012–2013

Das Eidgenössische Parlament hat im Rahmen der Verabschiedung des Zahlungsrahmens 2012–2015 für Schweiz Tourismus im September 2011 ein Impulsprogramm für den Schweizer Tourismus beschlossen. Für die Jahre 2012 und 2013 stellt der Bund insgesamt 12 Millionen Franken zusätzlich für das touristische Landesmarketing zur Verfügung. Das Impulsprogramm trägt nicht nur zur kurzfristigen Abschwächung der negativen Effekte der Frankenstärke bei, es leistet auch einen Beitrag zur mittel- bis langfristig angestrebten Diversifikation der Nachfrage im Schweizer Tourismus.

Folgendes Kernprojekt steht im Vordergrund:

27) Impulsprogramm 2012–2013 zur Abfederung der Frankenstärke umsetzen

Zielsetzung und Beschreibung: Das Impulsprogramm 2012–2013 von ST stellt sicher, dass die im Jahr 2011 eingeleiteten Massnahmen zur Abfederung der negativen Effekte der Frankenstärke auf den Schweizer Tourismus nahtlos fortgesetzt werden. Die Umsetzung des Impulsprogramms 2012–2013 erfolgt etappiert. Im Sommer und Herbst 2012 werden der Heimmarkt, wichtige Nahmärkte sowie ausgewählte Fernmärkte bearbeitet. In der Wintersaison 2012/2013 stehen dann neben dem Heimmarkt die klassischen Wintermärkte des Schweizer Tourismus im Vordergrund. Zur Sicherstellung der zielgerichteten Verwendung der Impulsmittel wird zwischen dem SECO und ST im ersten Quartal 2012 eine Vereinbarung abgeschlossen.

Federführung: Schweiz Tourismus
Partner bei der Umsetzung: Partner von Schweiz Tourismus
Projektdauer: 2012 bis 2013

Schwerpunkt 7.2: Tourismuspromotion «Re-Invent Summer»

Die Neupositionierung der Schweiz im Sommertourismus ist von strategischer Bedeutung und nicht zuletzt ein Schlüsselfaktor für eine erfolgreiche Anpassung des Schweizer Tourismus an den Klimawandel. Der Fokus auf den Sommertourismus trägt zur Angebotsdiversifizierung und damit zur Bewältigung der Herausforderungen, welche die Globalisierung sowie die Veränderungen im Nachfrageverhalten mit sich bringen, bei.

Schweiz Tourismus arbeitet seit längerem an konzeptionellen Grundlagen zur Neupositionierung der Schweiz im Sommertourismus und hat hierzu im Jahr 2010 die Publikation «Re-Inventing Swiss Summer» erstellt. Gleichzeitig entschied Schweiz Tourismus bereits im Hinblick auf die Sommerkampagne 2010, dass die Marketingmittel für den Sommer markant ausgebaut werden sollen.

Folgendes Kernprojekt steht im Vordergrund:

28) Projekt «Inspiration Concept Re-Invent Summer» orchestrieren

Zielsetzung und Beschreibung: Mit «Re-Invent Summer» setzt Schweiz Tourismus einen strategischen Schwerpunkt im Sommertourismus und liefert der Branche eine entscheidungsrelevante Grundlage zur Marketing- und Marktentwicklung und zur Angebots- und Produkteentwicklung schwergewichtig für den alpinen und ländlichen Sommertourismus.

Der Sommer soll nicht mehr eine lange Nebensaison mit durchschnittlichen Auslastungen und unterdurchschnittlichen Preisen sein, sondern attraktiv werden. Massgeblich an dieser Umsetzung ist eine umfassende Branchenabstützung. ST kann im Rahmen des gesetzlichen Auftrages bei einigen Aktivitäten die Themenführerschaft und die Orchestrierung des «Inspiration Concept Re-Invent Summer» übernehmen. Bei den Aktivitäten ist jedoch die Branche stark gefordert.

Folgende Vision begleitet die Branche auf diesem Weg: *Im Jahr 2020 ist der Schweizer Sommer attraktiver als heute mit besserer Bettenauslastung. Dies gelingt dank gezielter Produkteentwicklung und -bündelung, konzisem Branding, kreativem Marketing, Ideenvielfalt, Qualitätssteigerung sowie Investitionsbereitschaft. Die Branche engagiert sich geschlossen für die Stärkung des Sommers.*

Ein «Inspiration Concept Re-Invent Summer» wird erstellt, sukzessive angepasst und laufend umgesetzt, basierend auf einem Massnahmenmix bestehend aus den fünf strategischen Stossrichtungen Märkteentwicklung, Marketingentwicklung, Produkteentwicklung, Service und Qualitätssicherung sowie Instrumente und Handlungsempfehlungen.

Federführung: Schweiz Tourismus
Partner bei der Umsetzung: gesamte Tourismusbranche
Projektdauer: 2012 bis 2015

Schwerpunkt 7.3: Berücksichtigung der Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung durch Schweiz Tourismus

Der Bund erwartet von Schweiz Tourismus, dass die Organisation die Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung, basierend auf den tourismuspolitischen Vorgaben des Bundes, berücksichtigt. Dieser Grundsatz ist in der für die Periode 2012 bis 2015 erneuerten Controlling-, Reporting- und Monitoring-Vereinbarung des SECO mit Schweiz Tourismus festgehalten.

Folgendes Kernprojekt steht im Vordergrund:

29) Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung berücksichtigen

Zielsetzung und Beschreibung: ST erstattet dem SECO – im Rahmen des üblichen Controlling-Prozesses – regelmässig über die Art und Weise der Berücksichtigung der Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung Bericht. Die von ST umgesetzten «Grundsätze zur Nachhaltigkeit» bilden die Basis für die Berücksichtigung der Nachhaltigkeit in der Promotionstätigkeit von ST. Darin ist vorgesehen, die Rollenteilung innerhalb der Branche zu regeln und die internen Prozesse im Rahmen von ISO 14001 abzubilden. Naturnahe Tourismusprodukte sollen den Gästen gezielt und bewusst nähergebracht werden. Im Jahr 2014 soll das Thema «Naturnahe Reisen»

als Sommer-Schwerpunkt gesetzt werden. Zudem ist für 2014 eine Standortbestimmung zur Berücksichtigung der Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung in der Promotionstätigkeit von ST vorgesehen. Diese Standortbestimmung soll von ST zuhanden des SECO bis 2014 durchgeführt werden (vgl. Kernprojekt 16).

Federführung: Schweiz Tourismus
Partner bei der Umsetzung: –
Projektdauer: 2012 bis 2015

Handlungsfeld 8 (HF8): Koordination und Kooperation in der Standortpromotion des Bundes

Schwerpunkt 8.1: Nutzung von Synergiepotenzialen

Die im globalen Massstab kleine Schweiz kann sich eine Verzettlung ihrer Kräfte für das Standortmarketing nicht leisten. Dies wurde erkannt und in den letzten Jahren wurde die Koordination und Kooperation zwischen den verschiedenen Instrumenten zur Promotion der Schweiz verbessert. Insbesondere die Zusammenarbeit zwischen dem touristischen Landesmarketing (ST) und der Standortpromotion des Bundes für den Wirtschaftsstandort Schweiz (osec) wurde erfolgreich vertieft.

Die Koordination und Kooperation in der Standortpromotion des Bundes soll in den nächsten Jahren fortgeführt und weiterentwickelt werden.

Folgendes Kernprojekt steht im Vordergrund:

30) Synergiepotenziale zwischen Tourismusmarketing und Marketing für den Agrarstandort Schweiz in der Bearbeitung von Auslandsmärkten nutzen

Zielsetzung und Beschreibung: Zwischen dem touristischen Landesmarketing und dem Marketing für Schweizer Agrarprodukte existieren insbesondere bei der Bearbeitung gewisser ausländischer Märkte Synergien. Die vorhandenen Synergien sollen 2012 bis 2015 gezielt genutzt werden. Angestrebt wird eine projektorientierte Zusammenarbeit zwischen den zuständigen Organisationen. Dem Bund beziehungsweise den zuständigen Bundesämtern BLW und SECO kommt eine unterstützende respektive subsidiäre Rolle zu. Im Bereich des Agrarmarketings beschränkt sich die Unterstützung auf eine Kofinanzierung der von den privatwirtschaftlichen Organisationen getroffenen Marketingmassnahmen.

Von besonderer Bedeutung ist eine Koordination des touristischen Landesmarketings und des Marketings für den Agrarstandort Schweiz im Zusammenhang mit der Weltausstellung «Milano 2015». Diese wird auch im Rahmen der für diesen Event vom EDA (Präsenz Schweiz) einzusetzenden Steuerungsgruppe zu konkretisieren sein.

Federführung: BLW/SECO
Partner bei der Umsetzung: Schweiz Tourismus; für das Marketing von Schweizer Agrarprodukten zuständige Organisationen (Agro Marketing Schweiz, Switzerland Cheese Marketing, Swiss Wine Promotion, Proviande und andere)
Projektdauer: 2012 bis 2015

4 Controlling und Evaluation

4.1 Laufendes Controlling und jährliche Information

Das SECO wird die Umsetzung der Massnahmen des Umsetzungsprogramms 2012–2015 einem laufenden Controlling unterziehen. Der Projektfortschritt wird festgehalten und bei Bedarf werden Projektanpassungen zeitlicher oder inhaltlicher Art geprüft. Das SECO wird die direkt betroffenen Akteure regelmässig über den Stand des Vollzugs des Umsetzungsprogramms informieren. Hierzu sollen in erster Linie die Jahresgespräche mit den relevanten Bundesstellen, den Tourismusfachstellen der Kantone und den nationalen Branchenverbänden genutzt werden.

4.2 Standortbestimmung 2014

Für 2014 ist eine umfassende Standortbestimmung zur neu konzeptionierten Tourismuspolitik durch den Bundesrat vorgesehen. In diesem Rahmen soll insbesondere auch der Stand der Umsetzung der Massnahmen des Umsetzungsprogramms 2012–2015 vertieft untersucht werden und es soll beurteilt werden, ob die Ziele des Umsetzungsprogramms erreicht werden konnten.

Die Beurteilungsergebnisse zum Umsetzungsprogramm 2012–2015 werden eine wichtige Grundlage zur Formulierung eines anschliessenden Umsetzungsprogramms 2016–2019 sein. Dieses Umsetzungsprogramm 2016–2019 soll vom SECO in Abstimmung mit der geplanten Botschaft des Bundesrates über die Standortförderung 2016–2019 erarbeitet werden. Diese Botschaft soll dem Eidgenössischen Parlament im Jahr 2015 vorgelegt werden.

Anhang 1: Vision, Leitsätze und tourismuspolitische Ziele

Die vom Bundesrat in der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz formulierte langfristige Vision spiegelt eine Schweiz, die als Tourismusstandort attraktiv und erfolgreich ist.¹⁴⁾ Die Schweiz schöpft in Zukunft ihr aussergewöhnliches Potenzial als Tourismusland aus. Der Schweizer Tourismus schafft mittels Wachstum Arbeitsplätze und trägt zur Mehrung des Wohlstandes sowie zur Steigerung der Lebensqualität in der Schweiz bei. Innerhalb der Schweizer Volkswirtschaft kann er seine Bedeutung behaupten. Der Schweiz gelingt es, im europäischen Alpenraum Marktanteile zu gewinnen.

Herausragende Wettbewerbsfähigkeit: Die Schweiz gehört zu den wettbewerbsfähigsten Tourismusländern der Welt. Sie ist eine einmalige, weltweit bekannte und nur schwer kopierbare Destination. Sie verfügt über eine ausserordentliche Dichte touristischer Attraktionen. Im weltweiten Wettbewerb der Tourismusstandorte hat die Schweiz einen einzigartigen Platz.

Abbildung 6: Die Vision für den Tourismusstandort Schweiz



Erfolgreiche Tourismusunternehmen: Die Schweizer Tourismusunternehmen haben Erfolg auf den globalisierten Märkten. Sie tragen zum nationalen und regionalen Wirtschaftswachstum bei. Die Tourismusunternehmen streben nach stetigen Produktivitätsgewinnen.

Höchste Qualität und beispielhafte Nachhaltigkeit: Das touristische Angebot der Schweiz ist von höchster Qualität und zeichnet sich durch herausragende einzelbetriebliche Dienstleistungen sowie ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis aus. Der Tourismusstandort Schweiz ist beispielhaft nachhaltig, und der Schweizer Tourismus verbessert laufend seine Ressourceneffizienz.

Der Bundesrat verfolgt mit der Tourismuspolitik folgende Ziele¹⁵⁾:

Rahmenbedingungen: Die Tourismuspolitik des Bundes verbessert erstens die Rahmenbedingungen für die Tourismusunternehmen. Die Unternehmen sind die Träger einer wachstumsorientierten Tourismuspolitik, weil nur sie Wertschöpfung schaffen können. Eine Vielzahl

14) Vgl. Schweizerischer Bundesrat (2010): S. 43.

15) Vgl. Schweizerischer Bundesrat (2010): S. 44.

von Unternehmen ist am touristischen Wirtschaftskreislauf beteiligt. Die Tourismuspolitik des Bundes strebt als Hauptaufgabe bestmögliche Rahmenbedingungen für die Tourismusunternehmen an.

Angebotsattraktivität: Als zweite Zielsetzung bezweckt die Tourismuspolitik die Steigerung der Attraktivität des touristischen Angebots. Die Tourismuspolitik des Bundes orientiert sich dabei hauptsächlich an den Destinationen als wichtige Wettbewerbseinheiten im Tourismus. Destinationen schaffen überbetriebliche Wettbewerbsvorteile. Die Bereitstellung qualitativ hochwertiger überbetrieblicher Destinationsangebote soll über eine gezielte Innovations-, Kooperations- und Investitionsförderung unterstützt werden.

Marktauftritt: Die Tourismuspolitik des Bundes stärkt drittens den Marktauftritt der Schweiz. Im weltweiten Konkurrenzkampf der touristischen Standorte ist für den Tourismusstandort Schweiz eine gezielte Unterstützung der Marktbearbeitung durch den Bund notwendig. Das touristische Landesmarketing ist ein öffentliches Gut, das vom Markt nicht in genügendem Mass bereitgestellt wird. Die Unterstützung durch den Bund stellt eine internationale Präsenz und Marktbearbeitung sicher.

Nachhaltige Entwicklung: Die Tourismuspolitik des Bundes berücksichtigt viertens die Grundsätze der Nachhaltigen Entwicklung. Der Schweizer Tourismus ist auf eine nachhaltige Entwicklung angewiesen. Es geht darum, mit einem möglichst geringen Ressourcenverbrauch mehr Wertschöpfung zu erzielen und den Verbrauch von natürlichen Ressourcen zu minimieren. Das langfristige Ziel besteht darin, das touristische Wachstum und den Ressourcenverbrauch zu entkoppeln, das heisst, die Ressourceneffizienz des Tourismus stetig zu verbessern.

Anhang 2: Leitlinien zur Erarbeitung des Umsetzungsprogramms 2012–2015

1. Einleitung

Das SECO hat Leitlinien zur Erarbeitung des Umsetzungsprogramms 2012–2015 entwickelt. Diese Leitlinien haben mitgeholfen, die Stossrichtungen und Schwerpunkte des Umsetzungsprogramms kohärent festzulegen. Sie stellen im Sinne von Spielregeln Transparenz für die involvierten Akteure her. Die Leitlinien gehen erstens auf die zu verfolgenden thematischen Stossrichtungen ein, definieren zweitens die Handlungsebene und beschreiben drittens die Methodik zur Setzung von Schwerpunkten und zur Auswahl und Umsetzung von Kernprojekten. Zudem beschreiben die Leitlinien viertens den Einbezug der direkt betroffenen Akteure.

2. Leitlinie 1: Thematische Stossrichtungen

Die Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz führt fünf zentrale Herausforderungen für den Tourismusstandort Schweiz auf. Die Bewältigung dieser fünf Herausforderungen ist grundlegend, damit der Schweizer Tourismus in Zukunft vom globalen Wachstumspotenzial des Tourismus profitieren können.

Die fünf Kernherausforderungen bilden deshalb die Ausgangslage für die thematischen Stossrichtungen des Umsetzungsprogramms 2012–2015. Das Umsetzungsprogramm 2012–2015 soll dazu beitragen, dass die wichtigsten Herausforderungen für den Schweizer Tourismus angegangen und bewältigt werden können. Konkret handelt es sich um folgende fünf Herausforderungen:

Fortschreitende Globalisierung: Die Globalisierung hat den Tourismus stark verändert. 1950 gehörte die Schweiz zu den fünf grössten Tourismusländern. Heute belegt die Schweiz weltweit Rang 27. Angebot und Nachfrage werden weltweit in Zukunft deutlich zunehmen. Insgesamt wird sich dadurch der **Wettbewerbs- und Konkurrenzdruck** auf die Schweizer Tourismuswirtschaft erhöhen. Gleichzeitig bietet die Globalisierung aber auch Chancen zur Erschliessung und Bearbeitung neuer Märkte.

Veränderungen im Nachfrageverhalten: Europa- und weltweit verändert sich die Alterspyramide. Im Jahr 2050 wird auf der Erde jeder fünfte Mensch 60 Jahre oder älter sein. In Zukunft werden somit mehr ältere Menschen reisen. Die Gäste werden zugleich das Authentische, die Entspannung und das Neue suchen. Der Trend zur Individualisierung der Gesellschaft macht vor dem Tourismus nicht halt. Insgesamt werden die Gäste anspruchsvoller, und sie werden höhere Erwartungen an die Qualität der touristischen Angebote haben, was einen dauernden **Anpassungsdruck** auf die Tourismusunternehmen auslöst.

Technologischer Fortschritt: Die zunehmende Motorisierung und die Weiterentwicklung der Flugtechnik haben den Tourismus fundamental verändert. Diese Dynamik wird – etwas verlangsamt – weiter auf den Tourismus einwirken, wodurch die Tourismusländer näher zusammenrücken. Von besonderer Bedeutung wird in Zukunft die Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien sein. Das Internet und damit die Online-Vermarktung werden weiter wachsen und noch mehr an Bedeutung gewinnen. Diese Entwicklungen erhöhen den **Innovationsdruck** im Schweizer Tourismus.

Klimawandel und Umweltgefährdung: Der Klimawandel ist eine schleichende Herausforderung. Anders als Naturkatastrophen wirkt er nicht nur kurzfristig, sondern verändert die Destinationen dauerhaft. Es wird in der Schweiz Gewinner und Verlierer geben. Die Schweizer Tourismuswirtschaft muss sich anpassen und ihr Angebot diversifizieren (**Diversifikationsdruck**). Zudem hat der Tourismus auch bei den Verminderungsstrategien eine Verantwortung wahrzunehmen, insbesondere vor dem Hintergrund der zu erwartenden weltweiten Energie- und Ressourcenverknappung. Herausforderungen sind ferner die Erhaltung der Landschaftsqualität und eine geordnete Siedlungsentwicklung in touristischen Gebieten, insbesondere im Zusammenhang mit Zweitwohnungen. Tourismus- und Raumentwicklung sind so aufeinander abzustimmen, dass die Ressourceneffizienz des Tourismus steigt (**Nachhaltigkeitsdruck**).

Strukturelle Defizite: Die Destinationsstrukturen in der Schweiz sind historisch gewachsen und entsprechen nur teilweise den Anforderungen der globalisierten Märkte. Auf einzelbetrieblicher Ebene ist das Angebot zu fragmentiert. In der Klein- und Mittelhotellerie im alpinen Raum sind Produktivität und Rentabilität häufig ungenügend. Im sich weiter verschärfenden internationalen Wettbewerb führen die vorhandenen strukturellen Defizite zu einem andauernden **Wandlungsdruck** im Schweizer Tourismus.

Es ist davon auszugehen, dass diese fünf Herausforderungen den Schweizer Tourismus und die Tourismuspolitik des Bundes mittel- bis langfristig beschäftigen werden. Die fünf Herausforderungen sind aber nicht als abschliessende Liste zu verstehen. Sollten sich neue zentrale Herausforderungen ergeben, ist die Liste entsprechend zu ergänzen. Eine wichtige Rolle spielt dabei das strategische Issue Management in der Tourismuspolitik (vgl. nachfolgendes Kapitel 3). Werden in dessen Rahmen neue strategische Herausforderungen für den Tourismusstandort Schweiz erkannt, so sind die thematischen Stossrichtungen der Umsetzungsprogramme selbstverständlich anzupassen.

3. **Leitlinie 2: Vier Kernstrategien und acht Handlungsfelder als Handlungsebene**

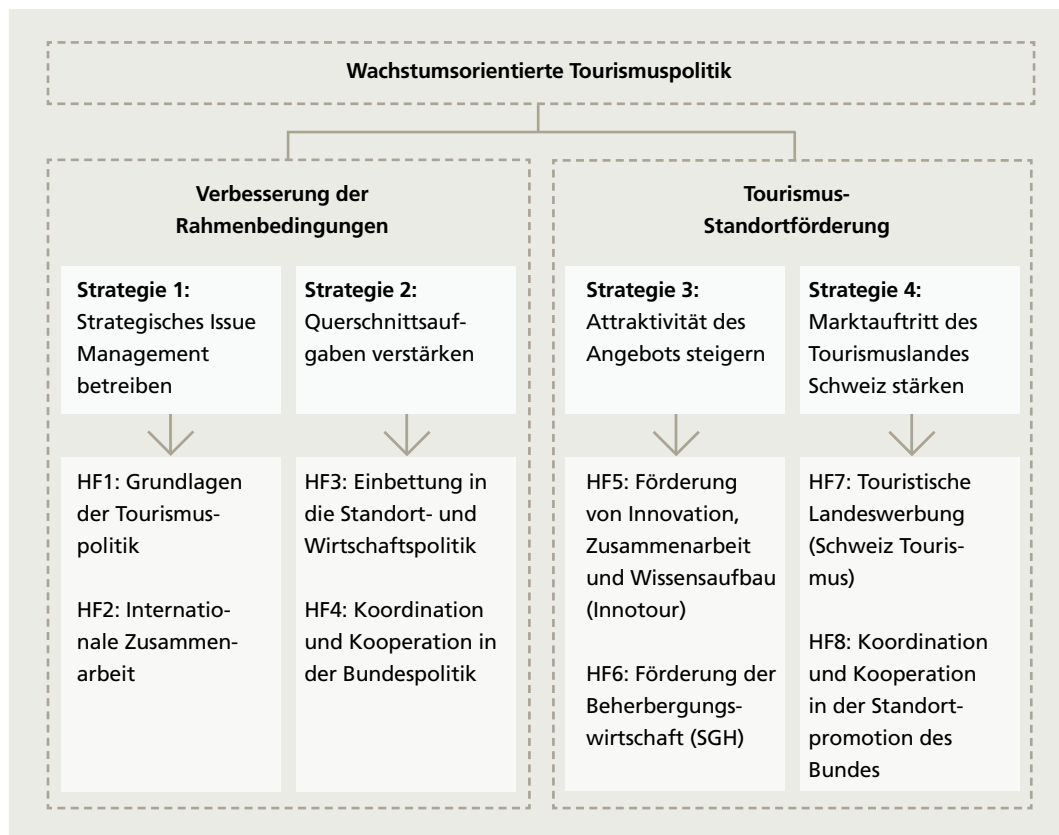
Die vier Kernstrategien und die acht Handlungsfelder der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz bilden die Handlungsebene des Umsetzungsprogramms 2012–2015. Dies bedeutet, dass die thematischen Schwerpunkte des Umsetzungsprogramms mit ihren jeweiligen Kernprojekten mithilfe dieser Kernstrategien und Handlungsfelder gegliedert und strukturiert werden.

Strategisch wichtige Themen frühzeitig erkennen: Mit dem Aufbau und dem Betrieb eines strategisch ausgerichteten Issue Managements schafft der Bund Voraussetzungen für die Ausgestaltung optimaler Rahmenbedingungen für die Tourismusunternehmen. Der Bund soll zukünftig verstärkt eine tourismuspolitische Themenführerschaft übernehmen sowie frühzeitig Handlungsbedarf und Lösungsansätze zur Stärkung des Tourismusstandorts Schweiz aufzeigen. Mit einem aktiven Issue Management wird zudem sichergestellt, dass die Tourismuspolitik rasch auf das sich verändernde Umfeld eingehen und reagieren kann (Strategie 1).

Querschnittsaufgaben verstärken: Zur Gewährleistung vorteilhafter Rahmenbedingungen spielen die Querschnittsaufgaben der Tourismuspolitik eine entscheidende Rolle. Zahlreiche Bundesaufgaben beeinflussen den Tourismus unmittelbar oder mittelbar und tragen damit zu einer erfolgreichen touristischen Entwicklung bei. Es ist deshalb wichtig, dass die Anliegen der Tourismuspolitik in den neben- und übergeordneten Politikbereichen stärker berücksichtigt

werden. Tourismuspolitik besteht deshalb insbesondere auch aus Querschnittsaufgaben. Diese sollen intensiviert und verstärkt wahrgenommen werden, um noch gezielter auf die Verbesserung der Rahmenbedingungen hinzuwirken (Strategie 2).

Abbildung 7: Tourismuspolitik des Bundes im Überblick



Attraktivität des Angebots steigern: Die Förderung des Tourismusstandorts Schweiz durch den Bund soll Innovationen und die Zusammenarbeit bei der Erbringung der touristischen Leistungen fördern, den Wissensaufbau im Schweizer Tourismus unterstützen und die Beherbergungswirtschaft als Schlüsselbranche der Tourismusgebiete stärken (Strategie 3).

Marktauftritt stärken: Die Strategie 4 umfasst die Stärkung des Marktauftrittes der Schweiz. Mittels der vom Bund finanzierten touristischen Landeswerbung soll eine internationale Präsenz und Marktbearbeitung sichergestellt werden. Eine Fortführung und Vertiefung der Koordination und Kooperation zwischen der touristischen Landeswerbung und den übrigen für die Kommunikation und Promotion des Wirtschaftsstandorts Schweiz zuständigen Bundesstellen soll ebenfalls zur Stärkung des Marktauftrittes der Schweiz beitragen.

4. Leitlinie 3: Auswahl von Schwerpunktthemen und Kernprojekten

Die bei der Erarbeitung des Umsetzungsprogramms gewählte Methodik ermöglicht eine Fokussierung der tourismuspolitischen Aktivitäten des Bundes unter gleichzeitiger Wahrung einer grösstmöglichen Flexibilität. Ermöglicht wird dies, indem – basierend auf den vier Kernstrategien und den acht Handlungsfeldern der Wachstumsstrategie – Schwerpunkte gesetzt und zu deren Umsetzung Kernprojekte festgelegt werden.

Die Festlegung einer beschränkten Anzahl von Schwerpunkten im Umsetzungsprogramm verhindert eine Verzettlung der Aktivitäten und bildet die Grundlage für ein fokussiertes Vorgehen. Gleichzeitig kann über die Identifikation und die Umsetzung einer grösseren Anzahl von Kernprojekten – welche den jeweiligen Schwerpunkten zugeordnet sind – sichergestellt werden, dass die Tourismuspolitik dynamisch und flexibel umgesetzt werden kann. Die Kernprojekte sind ex ante für das Umsetzungsprogramm 2012–2015 festgelegt worden. Es kann aber durchaus sein, dass während der vierjährigen Laufzeit aufgrund sich verändernder Prioritäten zusätzliche Kernprojekte umgesetzt werden. Eine Anpassung des Umsetzungsprogramms innerhalb der vierjährigen Laufzeit ist aber nicht vorgesehen.

Bei der Auswahl der Schwerpunktthemen und Kernprojekte hat das SECO folgende Kriterien angewendet:

Beitrag zur Vision des Bundesrates für den Tourismusstandort Schweiz: Die ausgewählten Schwerpunkte und Kernprojekte sollen den Grundsätzen der Wachstumsstrategie des Bundesrates für den Tourismusstandort Schweiz entsprechen und eine Entwicklung des Tourismusstandorts Schweiz in Richtung der vom Bundesrat in der Wachstumsstrategie formulierten Vision für den Tourismusstandort Schweiz begünstigen. Die Schwerpunkte und Kernprojekte sollen zur Erreichung der tourismuspolitischen Zielsetzungen des Bundes beitragen.

Zuständigkeit der nationalen Tourismuspolitik beziehungsweise des Bundes: Das Umsetzungsprogramm 2012–2015 umfasst ausschliesslich Schwerpunkte und Kernprojekte, die gemäss den gesetzlichen Grundlagen in den Verantwortungsbereich der nationalen Tourismuspolitik beziehungsweise des Bundes gehören. Zur Anwendung kommen zudem moderne Formen der Zusammenarbeit wie «Public-Public-Partnership» oder «Public-Private-Partnership». Da die Tourismuspolitik auf Bundesebene eine ausgeprägte Querschnittsaufgabe ist, liegt die Federführung nicht zwingend immer beim SECO.

Effektivität: Beurteilt wird die Wirksamkeit von Kernprojekten. Insbesondere geht es dabei um den Beitrag der Kernprojekte zur Bewältigung der wichtigsten Herausforderungen für den Schweizer Tourismus sowie zur Erreichung der tourismuspolitischen Zielsetzungen des Bundes.

Effizienz: Dieses Kriterium beurteilt das Verhältnis zwischen (potenzieller) Wirkung eines Vorhabens und dem damit verbundenen finanziellen und personellen Aufwand an Ressourcen.

Dringlichkeit: Dieses Kriterium betrifft die zeitliche Aktualität der Herausforderung beziehungsweise die zur Verfügung stehende Zeit zu deren Bewältigung und Lösungsfindung.

Umsetzbarkeit: Hierbei geht es um die Akzeptanz des Projekts, die Höhe der Durchsetzungsbarrieren sowie um die notwendigen finanziellen und personellen Ressourcen.

5. Leitlinie 4: Einbezug der direkt betroffenen Akteure bei der Erarbeitung des Umsetzungsprogramms

Bei der Erarbeitung des Umsetzungsprogramms des Bundes hat das SECO die direkt betroffenen Akteure miteinbezogen. Im Zentrum standen dabei erstens die direkt betroffenen Bundesämter, zweitens die Kantone und drittens die Tourismuswirtschaft.

Bundesverwaltungsintern hat das SECO bei der Erarbeitung des Umsetzungsprogramms jene Bundesämter konsultiert, die direkt betroffen sind. Im Vordergrund standen dabei das Bundesamt für Raumentwicklung (ARE), das Bundesamt für Umwelt (BAFU), das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW), das Bundesamt für Statistik (BFS) und das Bundesamt für Energie (BFE).

Ebenfalls einbezogen wurden bei der Erarbeitung des Umsetzungsprogramms die Kantone. Im Rahmen von zwei Workshops eruierte das SECO mit den kantonalen Tourismusfachstellen die Erwartungen und Bedürfnisse der Kantone an das Umsetzungsprogramm des Bundes. Um die spezifischen Herausforderungen im vom Geschäftstourismus geprägten Städtetourismus genügend berücksichtigen zu können, wurden zudem in Abstimmung mit den entsprechenden Kantonen in Einzelfällen auch grosse Städte miteinbezogen.

Der Einbezug der Tourismuswirtschaft bei der Erarbeitung des Umsetzungsprogramms 2012–2015 fand insbesondere im Rahmen eines Branchenhearings mit den vier nationalen Tourismusverbänden Schweizer Tourismus-Verband, hotelleriesuisse, GastroSuisse und Seilbahnen Schweiz statt. Zudem wurden mit diesen vier Verbänden auch bilaterale Gespräche geführt.

Quellenverzeichnis

BAK Basel Economics (2011)	Tourismus Benchmarking – Die Schweizer Tourismuswirtschaft im internationalen Vergleich.
Europäische Kommission (2010)	Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschaft- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: Europa – wichtigstes Reiseziel der Welt: ein neuer politischer Rahmen für den europäischen Tourismus.
OECD (2011)	Climate Change and Tourism Policy in OECD countries.
Schweizerischer Bundesrat (2012a)	Anpassung an den Klimawandel in der Schweiz – Ziele, Herausforderungen und Handlungsfelder. 1. Teil der Strategie des Bundesrates.
Schweizerischer Bundesrat (2012b)	Strategie Nachhaltige Entwicklung 2012–2015.
Schweizerischer Bundesrat (2010)	Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz.
Universität Bern (2011)	Der Schweizer Tourismus im Klimawandel – Auswirkungen und Anpassungsoptionen; Studie im Auftrag des Staatssekretariates für Wirtschaft SECO.

