

Die Finanzierung geht uns alle an!

Zum Ferientag von Schweiz Tourismus appelliert ST-Direktor Martin Nydegger an die Mobilisierungskraft der Branche.



Martin Nydegger.

Bild: Ivo Scholz

Mit einem Bollywood-Star der Schweiz in Indien ein frisches Image verpassen. Mit einem Schweizer Postauto «on tour» durch Deutschland unsere treuen deutschen Gäste wieder für die Schweizer Berge begeistern. Mit Mietvelos die hippen Nordamerikaner von einer Reise in die coole Schweiz überzeugen – die 32 Auslandsvertretungen von Schweiz Tourismus (ST) arbeiten jahrein, jahraus engagiert für die Schweizer Tourismusbranche. Ja, eigentlich gehören sie dieser Branche, deren einzelne Mitglieder kaum die Möglichkeit hätten, 365 Tage im Jahr auf so vielen Märkten selber aktiv präsent zu sein. Die internationalen Marketingkampagnen sind Bühnen, die ST der Branche zur Verfügung stellt, und die erfreulicherweise rege genutzt werden. [IMG 1]

Dieses Jahr entscheidet das Parlament im Rahmen der Standortförderungsbotschaft über den Bundesbeitrag an ST. Dieses Bundesgeld, zusammen mit den Mitteln, die ST von der Branche und den Wirtschaftspartnern zur Verfügung gestellt werden, kommt direkt dem Schweizer Tourismus zugute. Gemeinsam betreiben wir dafür Tourismusmarketing im In- und Ausland. Wenn wir unseren weltweiten Marketingeffekt auch künftig auf dem bisherigen Niveau halten wollen, dann muss jeder Franken, der weniger vom Bund kommt, stattdessen aus der Branche kommen. Darum ist es für uns als Tourismusbranche inakzeptabel, dass der Bundesbeitrag in dieser wichtigen Phase reduziert werden soll. Er ist vielmehr anzupassen auf neu CHF 240 Mio. So die klare Forderung der geeinten Tourismusverbände.

Eine stabile Bundesfinanzierung ist nötiger denn je für die Rückgewinnung der europäischen Gäste, insbesondere für die alpine und ländliche Schweiz. Zudem braucht es eine leichte Anpassung, um die hohe asiatische Teuerung auszugleichen und das digitale Tourismusmarketing voranzutreiben und für die ganze Branche zugänglich zu machen.

Mit einem tieferen Bundesbeitrag würde das Geld nicht so sehr bei der Organisation ST fehlen. In Tat und Wahrheit fehlte es dann im Marketing für die touristische Schweiz. Der subventionierte Marktzugang, den die Bundesgelder erleichtern und vergünstigen, würde geschmälert. Jede Region, jede Destination, jeder Leistungsträger müsste dann eine gekürzte Marketingleistung verkraften. Und das ausgerechnet jetzt, wo die touristische Erholung für die Schweiz gerade erst leicht eingesetzt hat und noch jede Unterstützung braucht.

In den nächsten Wochen muss die Branche – also Sie – draussen in den Regionen und «an der Front», gezielt und unmissverständlich Bundesparlamentarierinnen und Bundesparlamentarier auf «unsere» Vorlage ansprechen und sie überzeugen, dass die Beiträge für den ganzen Schweizer Tourismus, gerade in der jetzigen Zeit, nicht gekürzt werden dürfen.

Jede Stimme zählt! Ich zähle auf Sie und freue mich auf unsere weitere gemeinsame Überzeugungsarbeit.

Martin Nydegger ist Direktor von Schweiz Tourismus

Der Ferientag von Schweiz Tourismus findet am 23./24. April 2019 in Luzern statt.

Bundesbeiträge an ST: Um diese Beträge geht es

Das Parlament hat 2015 für die Jahre 2016–19 230 Millionen Franken beschlossen. Dieser Betrag wurde in jährlichen Kürzungen um 20 Millionen Franken reduziert. ST musste daraufhin wichtige Projekte und Aktivitäten zurückstellen oder sistieren.

ST ist auf den ungekürzten Bundesbeitrag angewiesen, um eine stabile Nachfrageförderung im Schweizer Tourismus zu gewährleisten:

- ▶ Rückgewinnung der europäischen Gäste
- ▶ Förderung der alpinen und ländlichen Gebiete
- ▶ Vorantreiben des digitalen Tourismusmarketings
- ▶ Individualtourismus aus Fernmärkten begünstigen
- ▶ Produktentwicklung und Innovationen verstärken
- ▶ Auslandsteuerung ausgleichen

Der Bundesrat will für die Jahre 2020–23 220,5 Millionen Franken bereitstellen (Kürzung um 9,5 Millionen Franken gegenüber dem vom Parlament 2015 gesprochenen Zahlungsrahmen). Die Branche fordert hingegen eine moderate Aufstockung auf total CHF 240 Millionen (jährlich CHF 60 Millionen Franken).

Martin Nydegger, Direktor Schweiz

Tourismus

Publiziert am Dienstag, 23. April 2019