



Regierungsrat des Kantons Uri

Auszug aus dem Protokoll

11. Dezember 2018

Nr. 2018-725 R-330-21 Kleine Anfrage Franz Christen, Schattdorf, zu Urner Tourismus Organisationen; Antwort des Regierungsrats

I. Ausgangslage

Am 24. Oktober 2018 reichte Landrat Franz Christen, Schattdorf, gestützt auf Artikel 130 ff. der Geschäftsordnung des Landrats (GO; RB 2.3121), eine Kleine Anfrage zu Urner Tourismus Organisationen ein. Franz Christen bezieht sich darin auf das Interview des abgetretenen Tourismusdirektors der Ferienregion Andermatt, Flurin Riedi, das in der Ausgabe des Urner Wochenblatts vom 20. September 2018 erschien. Darin erwähnt Flurin Riedi, dass in der Zusammenarbeit der Uri Tourismus AG und der Andermatt Urserntal Tourismus GmbH grosses Potenzial liegt.

II. Vorbemerkung

Zum kantonalen Tourismusgesetz

Seit dem 1. Januar 2013 ist im Kanton Uri das Gesetz über die Förderung des Tourismus (Tourismusgesetz [TourG]; RB 70.2411) in Kraft. Artikel 3 TourG hält fest, dass der Kanton Uri in zwei Tourismusregionen, nämlich die Region Urserntal/Urner Oberland und die Region Urner Unterland, unterteilt ist. Weiter bestimmt Artikel 7 TourG, dass die Volkswirtschaftsdirektion pro Region höchstens eine Organisation anerkennen kann. Jedoch ist im Gesetz nicht festgehalten, dass es für beide Regionen eine separate Organisation geben muss. Die Tourismusorganisationen sind laut Gesetz (Art. 13 TourG) dazu angehalten, untereinander wie auch mit anderen Tourismusorganisationen innerhalb und ausserhalb des Kantons zusammenzuarbeiten.

Zur bisherigen Zusammenarbeit

Für die gemeinsame Interessenvertretung haben sich die Uri Tourismus AG (UTAG) und die Andermatt Urserntal Tourismus GmbH (AUT) bereits vor mehreren Jahren in der «IG Tourismus Uri» zusammengeschlossen. Dieses Gefäss dient der gemeinsamen Ausführung verschiedenster Tätigkeiten und der Nutzung von betrieblichen und aufgabenbezogenen Zusammenarbeits-Potenzialen. Beispielsweise hat die IG Tourismus Uri Einsitz im Marketingbeirat der Luzern Tourismus AG (LTAG). Dadurch wird die überkantonale Zusammenarbeit in der Erlebnisregion Luzern-Vierwaldstättersee gestärkt und die Angebote des Kantons Uri vermarktet. Weiter wurden im Rahmen der IG Tourismus

Uri diverse Projekte wie beispielsweise die Online-Buchungsoffensive, der Auftritt an der Uri 18 und die Inszenierung der Tourismusregion in der Gotthard-Raststätte umgesetzt.

III. Zu den gestellten Fragen

1. *Was unternimmt der Kanton Uri, respektive die Volkswirtschaftsdirektion damit die Zusammenarbeit zwischen den beiden Tourismus Organisationen konkret verstärkt und verbessert wird?*

Die Volkswirtschaftsdirektion Uri steht in konstantem Austausch mit beiden Tourismusorganisationen und hat im Laufe des Prozesses zur Anerkennung der beiden regionalen Tourismusorganisationen für die Jahre 2019 bis 2024 auch diverse Gespräche zur Zusammenarbeit der beiden Tourismusorganisationen geführt. Dabei ist es ein erklärtes Ziel, die Zusammenarbeit weiter zu intensivieren, um weitere Synergien nutzen zu können. Grundsätzlich sind die Tourismusorganisationen für die konkrete Ausgestaltung der Zusammenarbeit verantwortlich. Die Volkswirtschaftsdirektion nimmt dabei eine unterstützende Rolle ein.

Schon bisher wurden zudem Projekte, welche die Zusammenarbeit der beiden Organisationen untereinander oder mit Dritten fördern, unterstützt, beispielsweise im Rahmen von NRP-Projekten. Ebenfalls werden den Tourismusorganisationen vom Regierungsrat gemäss Gesetz (Art. 11 und 19) übergeordnete Tourismusaufgaben von kantonalem Interesse übertragen, wodurch die Zusammenarbeit der Organisationen weiter gestärkt wird.

2. *Braucht es zwingend zwei Tourismus Organisationen; Uri und Andermatt Urserntal oder könnte mit einer Organisation, der Kanton Uri, effizienter und kostengünstiger vermarktet werden?*

Da sich der nördliche und der südliche Teil des Kantons Uri bezüglich der Potenziale, Ausrichtung, Gästebedürfnis und Strukturen aus touristischer Sicht deutlich unterscheiden, wurden mit dem kantonalen Tourismusgesetz zwei Tourismusregionen gebildet. Pro Region wird nach Gesetz höchstens eine regionale Tourismusorganisation anerkannt und mit öffentlichen Geldern unterstützt. Im Hinblick auf die Unterschiede der beiden Regionen gibt es gewisse Vorteile, den Urner Tourismus über zwei Organisationen zu fördern. Angebotsentwicklung, Kommunikation, Verkauf und Gästebetreuung können so in den Regionen spezifischer auf die einzelnen Gästesegmente ausgerichtet werden. Das Gesetz hält die beiden Tourismusorganisationen an, sowohl untereinander als auch mit anderen Partnern eng zusammenzuarbeiten. So können Verbundvorteile genutzt und Kosteneinsparungen realisiert werden. Kooperationen sind auch angesichts der beschränkten Budgets zwingend notwendig. Bereits in der Botschaft zum Tourismusgesetz hat der Regierungsrat im Jahr 2012 festgehalten, dass es gemäss Gesetzesvorlage möglich ist, die Tourismusförderung durch eine einzige Tourismusorganisation wahrzunehmen, falls dies zukünftige Entwicklungen anzeigen. Der Entscheid liegt dabei in erster Linie bei den regionalen Tourismusorganisationen sowie den touristischen Leistungsträgern.

Im Hinblick auf eine engere Zusammenarbeit sind auch die rechtlichen und finanziellen Rahmenbedingungen von Bedeutung, die sehr verschiedenartig sind. So verfügen die Gemeinden Andermatt, Hospental und Realp mit dem Reglement vom 28. Oktober 2010 über den Tourismus (Tourismusreglement) über ein Finanzierungsinstrument, das die touristische Entwicklung in diesen Gemeinden nachhaltig fördert. Diese Gemeinden erheben eine Tourismusabgabe. Abgabepflichtig sind alle

selbstständig erwerbenden natürlichen Personen und juristischen Personen mit Sitz oder Betriebsstätten inklusive Geschäftsadressen in den drei Gemeinden, soweit ihre unternehmerische oder freiberufliche Tätigkeit aus dem Tourismus direkten oder indirekten Nutzen ziehen (Art. 16 und 17 Tourismusreglement). Der Ertrag aus der Tourismusabgabe dieser Gemeinden wird vollumfänglich im Interesse und zum Nutzen von tourismusnahen Unternehmen und Beherbergungsbetrieben und für das Marketing verwendet. Etwas Gleichartiges oder Ähnliches fehlt der Region Urner Unterland.

In der Vergangenheit und auch aktuell sind die beiden Organisationen im Übrigen mit diversen Herausforderungen, wie beispielsweise personelle Wechsel in der Geschäftsführung oder Veränderungen im Umfeld (Digitalisierung, Gästeanforderungen und Bewertungen usw.), konfrontiert. Deshalb erachtet der Regierungsrat den aktuellen Zeitpunkt für die Forcierung einer Fusion der beiden Tourismusorganisationen als nicht geeignet. Vordringlich scheint nun die nachhaltige innere Konsolidierung der beiden Unternehmen. Die Zusammenarbeit zwischen der UTAG und AUT wird von Seiten der Volkswirtschaftsdirektion aber weiterhin unterstützt, und ein Zusammenschluss ist in der langfristigen Sicht auch nicht auszuschliessen. Dafür wird jedoch die vorausgehende Stärkung der Strukturen beider Organisationen als wichtige Voraussetzung erachtet.

Aktuell verfolgen die beiden Tourismusorganisationen das Ziel, die Zusammenarbeit weiter zu intensivieren, um Synergien zu nutzen und finanzielle Mittel für die Vermarktung verfügbar zu machen. Dazu sollen für verschiedene Bereiche wie Marketing, IT, Personal, Produkt-Management oder Finanzen sogenannte Kompetenzzentren aufgebaut werden, die organisatorisch einer der beiden Tourismusorganisationen zugewiesen werden. Die Kompetenzzentren sollen dann für die kantonsweite Umsetzung der Aufgaben im zugewiesenen Thema verantwortlich sein. Dadurch sollen die vorhandenen Mittel zielgerichteter eingesetzt und Doppelspurigkeiten vermieden werden.

3. *Die beiden Unternehmen Andermatt-Sedrun Sport und Bergbahnen Disentis haben im Sommer 2018 die Andermatt-Sedrun-Disentis Marketing AG gegründet. Die Marketing AG ist offen für neue Partner, sei es aus dem touristischen Umfeld, den Gemeinden, der Region oder Unternehmen der Region. Wie ist die Zusammenarbeit zwischen den beiden bestehenden Tourismusorganisationen und der neu gegründeten Marketing AG geplant?*

Die neu gegründete Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG gehört zu 65 Prozent der Andermatt-Sedrun Sport AG und zu 35 Prozent der Bergbahnen Disentis AG. Nach eigenen Angaben der neuen Marketing AG verfolgt sie das Ziel, neue Gäste in die Region zu holen und möchte dafür ein Marketingbudget von 1,5 Mio. Franken einstellen. Sie empfiehlt den lokalen Tourismusorganisationen und weiteren Partnern, sich auf die lokale Gästebetreuung vor Ort zu konzentrieren und die internationale Vermarktung an die Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG auszulagern. Die Zusammenarbeit mit den Partnern soll mittels Leistungsvereinbarungen definiert werden.

Wie vorgängig bereits erwähnt, befassen sich die regionalen Tourismusorganisationen aktuell mit dem Aufbau von Kompetenzzentren. Eines der Kompetenzzentren soll für das kantonsweite Marketing verantwortlich sein. Die beiden regionalen Tourismusorganisationen werden im Rahmen dieser Überlegungen auch die Zusammenarbeit mit der Andermatt Sedrun Disentis Marketing AG prüfen. Die Volkswirtschaftsdirektion als verantwortliche Vollzugsstelle des Tourismusgesetzes wird die aktuellen Entwicklungen bei den beiden Tourismusorganisationen nah begleiten und insbesondere die

Aufgabenerfüllung und die rechtmässige Verwendung der öffentlichen Mittel, gemäss kantonalem Tourismusgesetz, überwachen.

Mitteilung an Mitglieder des Landrats (mit Text der Kleinen Anfrage); Mitglieder des Regierungsrats; Rathauspresse; Standeskanzlei und Volkswirtschaftsdirektion.

Im Auftrag des Regierungsrats

Standeskanzlei Uri

Der Kanzleidirektor

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'D. B. C.', written in a cursive style.