

Tourismus BE 2025

Arbeitspapier

Bern, 29. Juni 2018

Impressum

Herausgeber

Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Bern, Standortförderung Kanton Bern

Bezug

beco Berner Wirtschaft
Standortförderung Kanton Bern
Tourismus und Regionalentwicklung
Münsterplatz 3a
Postfach
3000 Bern 8
+41 31 633 41 20
info.sfbe@vol.be.ch
www.vol.be.ch

© beco, Juni 2018

Abdruck mit Quellenangaben erlaubt

Inhaltsverzeichnis

Vorwort - Tourismus im Wandel: Der Kanton Bern setzt neue Akzente	4
1 Zielsetzungen des Arbeitspapiers	5
2 Ausgangslage	6
2.1 Rahmenbedingungen	6
2.2 Tourismus im Kanton Bern	7
2.3 Tourismuspolitische Grundlagen	9
2.4 Aktuelle Tourismusstrategie	9
3 Akzente Tourismus BE 2025	10
3.1 Digitalisierung / Tourismus 4.0	10
3.2 Attraktivierung von Kulturgütern	11
3.3 Qualifizierung und Qualität	12
3.4 Infrastrukturangebot	12
3.5 Destinationen	13
3.6 Veranstaltungen	13
3.7 BE! Tourismus AG	13
4 Finanzen	14

Vorwort - Tourismus im Wandel: Der Kanton Bern setzt neue Akzente

Strukturwandel, Frankenstärke, Klimakapriolen: Diese Begriffe haben die Diskussionen um die touristische Entwicklung in den letzten Jahren geprägt. Die Akteure haben auf diese Herausforderungen reagiert – der Tourismus im Kanton Bern entwickelt sich gut. So hat beispielsweise die Zahl der Logiernächte im Sommer 2017 in der Tourismusregion Bern um 8,4 Prozent zugenommen – nirgends in der Schweiz war die Zunahme grösser.

Wie soll sich der Tourismus im Kanton Bern entwickeln? Wesentliche Elemente und Massnahmen sind im Positionspapier und in der Strategie «Tourismus im Kanton Bern» von 2015 festgeschrieben. Sie bleiben gültig. Doch der Tourismus entwickelt sich schnell weiter – und wichtige Rahmenbedingungen haben sich verändert: Der Kanton Bern hat das Tourismusentwicklungsgesetz revidiert und ermöglicht damit, regelmässig stattfindende Grossveranstaltungen finanziell zu unterstützen. Wir konnten die Destinationsentwicklung abschliessen und so den Weg frei machen für eine wirkungsvolle Marktbearbeitung. Das Impulsprogramm Tourismus des Bundes läuft, die kantonale Kulturstrategie und die Tourismusstrategie des Bundes sind aktualisiert. Dazu kommt, dass die Digitalisierung im Tourismus deutlich an Geschwindigkeit und Komplexität gewonnen hat.

Mit dem Arbeitspapier «Tourismus BE 2025» wollen wir auf den Wandel reagieren und inhaltliche Akzente setzen, besonders bei den Themen Kultur, Digitalisierung, Destinationspolitik und Grossanlässe. Das Ziel ist: Wir wollen im Kanton Bern die Vielfalt von Kultur und Natur attraktiv in Szene setzen.

Regierungsrat Christoph Ammann, Volkswirtschaftsdirektor des Kantons Bern

1 Zielsetzungen des Arbeitspapiers

Wesentliche Elemente der bestehenden Tourismus Strategie des Kantons Bern (Positionspapier Tourismus Kanton Bern und Umsetzungsprogramm für die Neue Regionalpolitik aus dem Jahr 2015) sind nach wie vor aktuell und bleiben somit gültig.

In den vergangenen Jahren haben sich aber wichtige Rahmenbedingungen für den Tourismus verändert. Die jüngsten Grundlagen, Entwicklungen und Rahmenbedingungen sind aber nicht oder nur ansatzweise abgebildet. Zu erwähnen sind insbesondere das revidierte Tourismusentwicklungsgesetz von 2017 mit der zugehörigen Verordnung, der Abschluss der Destinationsentwicklung, das Impulsprogramm Tourismus des Bundes, die aktualisierte kantonale Kulturstrategie und die neue Tourismusstrategie des Bundes. Weitere wichtige Grundlagen werden in nächster Zeit im Hinblick auf die BE! Tourismus AG erwartet (laufende Wirkungsanalyse Tourismusmarketing). Nicht zuletzt kommt hinzu, dass die Digitalisierung im Tourismus in letzter Zeit deutlich an Geschwindigkeit und Komplexität gewonnen hat.

Mit dem Arbeitspapier „Tourismus BE 2025“ sollen im Einklang mit der bestehenden Tourismusstrategie und neuen Grundlagen inhaltliche Akzentuierungen vorgenommen werden, insbesondere in den Themen Kultur, Digitalisierung, Destinationspolitik und Grossanlässe.

Das Arbeitspapier beinhaltet generell noch keine konkreten Massnahmen. Im Rahmen der vorgesehenen Konsultation wird sich zunächst erweisen müssen, ob die richtigen Schwerpunkte gesetzt wurden. Anschliessend sollen Projekte und Massnahmen entwickelt bzw. entgegengenommen und gefördert werden.

2 Ausgangslage

2.1 Rahmenbedingungen

Wirtschaftliche Situation in Quellmärkten

Die wirtschaftliche Situation in Europa hat sich in den vergangenen Jahren deutlich verbessert. Auch die Schwellenländer verzeichnen robuste Wachstumsraten. Die konjunkturellen Aussichten in den meisten Quellmärkten sind gut.

Wechselkurssituation

Seit Frühling 2017 hat sich der Schweizer Franken deutlich abgewertet und liegt nun wieder nahe bei 1.20 CHF/EUR. Die Währungssituation hat sich damit entschärft und es gibt im Moment keine Anzeichen, dass sich der Franken wieder stark aufwerten sollte. Gleichzeitig ist es aber kaum vorstellbar, dass sich der Wechselkurs wieder auf ein Niveau zubewegt, das demjenigen vor der Finanz- und Wirtschaftskrise entspricht (1.50 CHF/EUR).

Rentabilitätsschwäche touristischer Leistungsträger

Die touristischen Leistungsträger (insbesondere die Beherbergungs- und Seilbahnbranche) haben seit langem mit einer Rentabilitätsschwäche zu kämpfen. Dank der grösseren Nachfrage und der etwas besseren Auslastung ist die Situation im Moment nicht dramatisch, der Strukturwandel wird jedoch weitergehen.

Verstärkte Konkurrenzsituation im Geschäftstourismus

Die Stadthotellerie im Kanton Bern spürt eine deutlich verstärkte Konkurrenzsituation im internationalen Geschäftstourismus. Gleichzeitig wachsen andere Schweizer Städte (Basel, Lausanne, Luzern, Zürich) schneller als Bern.

Verstärkte Konkurrenzsituation im Freizeittourismus

Im internationalen Konkurrenzvergleich stellen die hohen Preise in der Schweiz einen Nachteil im Sommer- und Wintertourismus dar. Neue Wintersportdestinationen und die Vermarktung zusätzlicher Destinationen weltweit verschärfen den internationalen Wettbewerb.

Veränderte Ausgangslage in der Baugesetzgebung

Die Umsetzung der Zweitwohnungsinitiative in der Baugesetzgebung wird für den Tourismus und insbesondere für die Hotellerie negative Auswirkungen haben. Die Investitionsfähigkeit der Hotellerie ist aufgrund der weggefallenen Finanzierungsmöglichkeit über Zweitwohnungen gesunken.

Umsetzung der neuen Verfassungsbestimmungen zur Zuwanderung

Die Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative ab 1. Juli 2018 mittels Inländervorrang wird die Zuwanderung nur leicht einschränken. Das genaue Ausmass wird erst in einem Monitoring ersichtlich sein. Gleichzeitig soll das Potenzial an inländischen Arbeitskräften sowie arbeitsmarktfähigen anerkannten Flüchtlingen und vorläufig aufgenommenen Personen besser genutzt werden. Von diesen Massnahmen kann insbesondere auch die Tourismusbranche profitieren.

Fachkräftemangel im In- und Ausland

Die Tourismuswirtschaft, insbesondere das Gastgewerbe, verzeichnet einen starken Fachkräftemangel, insbesondere bei Kaderpositionen. Auch im Ausland sind Fachkräfte nur beschränkt rekrutierbar, was sich in einer Erhöhung der Lohnkosten auswirken kann.

Trend zur Sharing Economy

Durch die weltweite und zeitnahe Kommunikation über das Internet hat sich eine Sharing Economy entwickelt, welche Angebot und Nachfrage effizient zusammenführt. Im Tourismus hat sich das „Teilen

von Betten bzw. Wohnungen“ über elektronische Plattformen stark entwickelt und das Angebot vergrössert. Das setzt die klassische Beherbergungswirtschaft zusätzlichem Konkurrenzdruck aus.

Steigende Bedeutung des öffentlichen Verkehrs

Bei verschiedenen Gruppen von Reisenden ist eine Verlagerung vom privaten auf den öffentlichen Verkehr feststellbar. Angesichts des bereits stark ausgebauten öffentlichen Verkehrsangebots befindet sich der Kanton Bern in einer guten Ausgangslage.

Fortschreitender Klimawandel

Mit dem Klimawandel schwindet die Schneesicherheit im Alpenraum, was Auswirkungen auf den alpinen Schneesport und die Bergbahnunternehmen hat. Der Druck auf eine Diversifizierung der Angebote hält an.

Digitalisierung

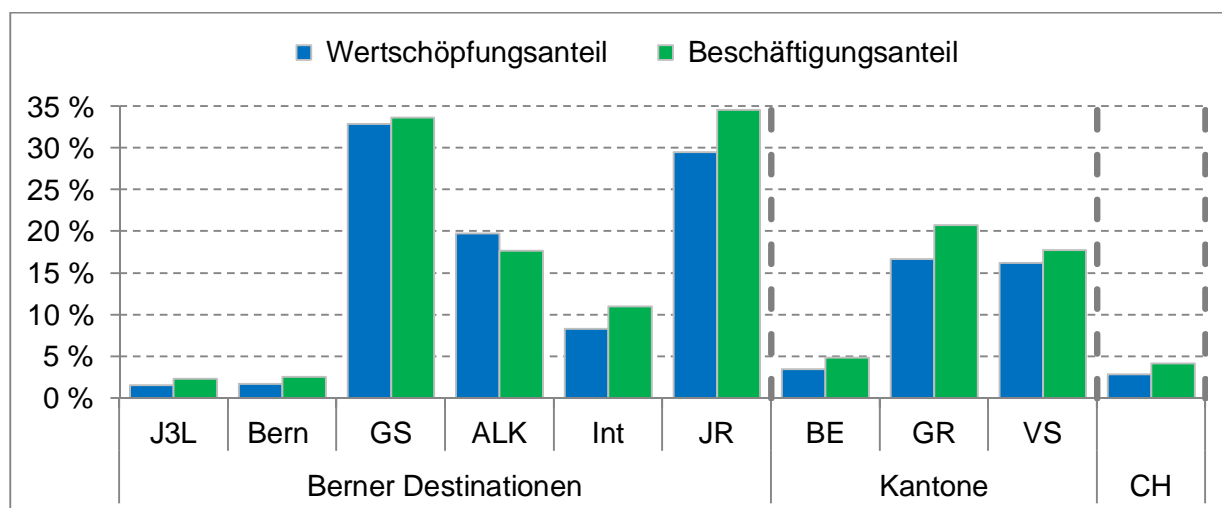
Die globale Digitalisierung hat die Rahmenbedingungen für den Tourismus in kurzer Zeit komplett verändert. Dementsprechend gefordert sind sämtliche Akteure entlang der touristischen Wertschöpfungskette. Die Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung sind nicht nur bei der Vermarktung und Akquisition, sondern auch bei sämtlichen Geschäftsprozessen zu nutzen.

2.2 Tourismus im Kanton Bern

Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Der Kanton Bern ist einer der wichtigsten Tourismuskantone der Schweiz. Entsprechend gross ist die wirtschaftliche Bedeutung. Insgesamt trägt die gesamte Tourismusbranche im Kanton Bern 24'000 Vollzeitstellen zur Beschäftigung (5 % der Gesamtbeschäftigung) und 2.6 Milliarden Franken zur Wertschöpfung (4 % der gesamtkantonalen Wertschöpfung) bei (nur direkte Effekte). Im Berner Oberland ist der Tourismus eine der wichtigsten Branchen; insbesondere in den Destinationen Gstaad Saanenland und Jungfrau Region.

Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus (nur direkte Effekte)



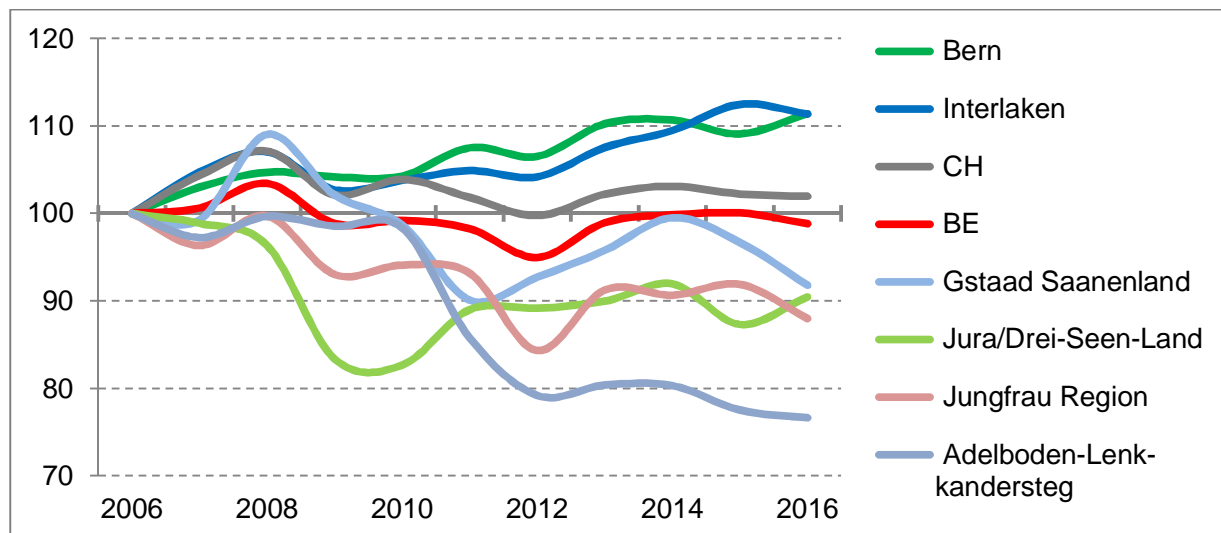
Quelle: Rütter Soceco, BFS

Nachfrage und Angebot in der Beherbergungswirtschaft

Die Zahl der Logiernächte ist ein wichtiger und gut erfasster Indikator zur Entwicklung der Tourismusbranche. Die Zahl der Logiernächte hat in der Schweiz in den vergangenen zehn Jahren nur leicht zugenommen. Während der Städtetourismus in dieser Zeit deutlich gewachsen ist, war die Zahl der Logiernächte in den meisten alpinen Regionen der Schweiz rückläufig. Diese Entwicklung trifft auch im Kanton Bern zu: Die klassischen Wintersportdestinationen im Berner Oberland weisen alle tiefere

Logiernächtezahlen auf als vor zehn Jahren. Einzig die Destinationen Bern und Interlaken verzeichnen ein Wachstum. Insgesamt blieben die Logiernächte im Kanton Bern praktisch konstant.

Entwicklung der Logiernächte in Hotels und Kurbetrieben (2006=100)



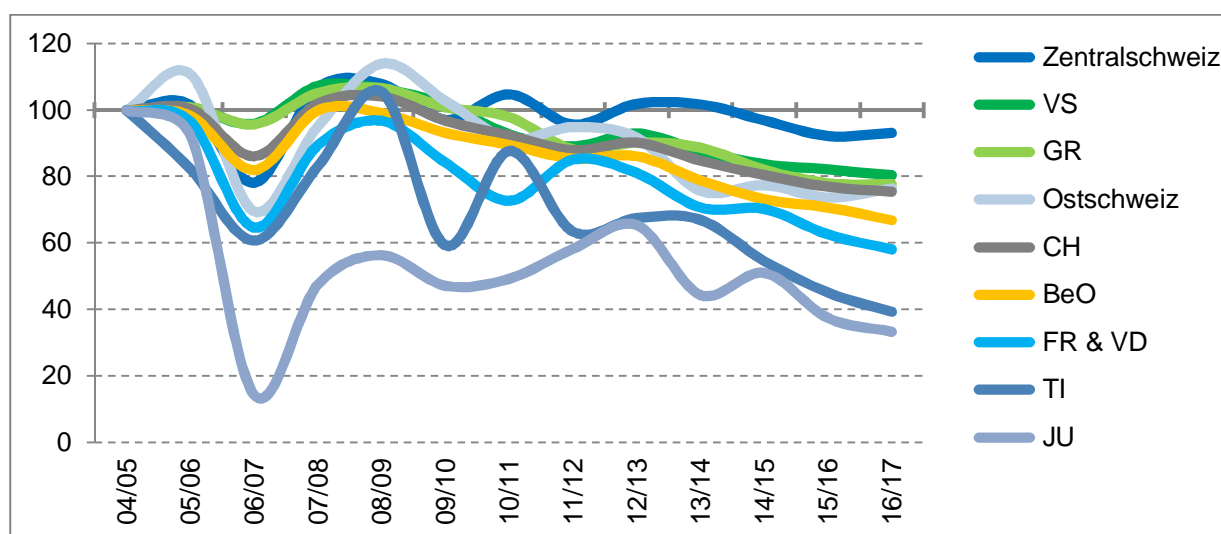
Quelle: BFS

Veränderungen zeigen sich auch in der Angebotsstruktur der Beherbergungswirtschaft: Die durchschnittliche Betriebsgrösse (Betten pro Betrieb) hat in der Schweiz in den vergangenen zehn Jahren um 15 Prozent zugenommen. Im Jahr 2016 waren es 56 Betten pro Betrieb. Die Beherbergungswirtschaft im Kanton Bern ist kleinbetrieblicher strukturiert (2016: 49 Betten pro Betrieb). Zudem war der Strukturwandel deutlich geringer (Betten pro Betrieb 2006-2016: +6 %).

Bergbahnen: Nachfrage in der Wintersaison

Die Bergbahnen sind in den alpinen Destinationen einer der wichtigsten touristischen Leistungsträger. In den vergangenen Jahren war die Zahl der Wintersportgäste in der gesamten Schweiz rückläufig. Im Berner Oberland beträgt der Rückgang seit der Wintersaison 2007/08 rund ein Drittel – etwas mehr als im Schweizer Durchschnitt.

Entwicklung der Ersteintritte der Bergbahnen (Wintersaison 2004/05 = 100)



Quelle: Seilbahnen Schweiz

2.3 Tourismuspolitische Grundlagen

Mit Inkraftsetzung des revidierten Tourismusentwicklungsgesetzes (TEG) sowie der Tourismusentwicklungsverordnung (TEV) ändern die Zuständigkeiten für das Inkasso der Beherbergungsabgabe. Neu sind ab 1. Mai 2018 die Destinationen für das Inkasso der Beherbergungsabgabe (BA) bei den Unternehmungen zuständig.

Im Rahmen der Teilrevision der TEV wird der Regierungsrat festlegen, mit welchen übrigen Organisationen der Kanton die Beherbergungsabgabe direkt abrechnet und den Ertrag an die Destinationen weiterleitet. Gemäss aktuellen Verhandlungen sind dies einzig die Pfadfinderorganisation des Kantons Bern sowie airbnb.

Mit Schreiben vom 21. September 2017 hat Regierungsrat Christoph Ammann den Gemeinden mit Kurtaxenreglement empfohlen, die lokalen Kurtaxen-Reglemente dahingehend zu ändern, dass inskünftig der gemeinsame Bezug von kantonaler Beherbergungsabgabe sowie lokaler Kurtaxe über die Destinationsorganisation ermöglicht wird. Erste Reaktionen zeigen, dass dieses Anliegen aufgenommen wurde.

Die Erträge der Beherbergungsabgabe verbleiben inskünftig bei den Destinationen und können direkt für das Marketing eingesetzt werden. Der an den Kanton zu liefernde Anteil aus dem BA-Ertrag in den kantonalen Tourismusfonds wird durch den Regierungsrat periodisch zu Beginn des Jahres festgelegt. In den vergangenen Jahren betrug dieser aufgrund des ausreichenden Fondsbestands nicht mehr als 5 Prozent. Aus dem Tourismusfonds können Projekte der Angebotsentwicklung, Kooperation, Qualifizierung oder Qualitätssicherung mitfinanziert werden.

2.4 Aktuelle Tourismusstrategie

Die Tourismusstrategie 2015-2020 des Kantons Bern (Universität Bern: Positionspapier Tourismus Kanton Bern) bildet die Grundlage für die Tourismuspolitik.

Die Ziele und Strategien können der nachfolgenden Abbildung, die Details dem Positionspapier http://www.vol.be.ch/vol/de/index/wirtschaft/tourismus_regionalentwicklung.html entnommen werden.



Die übergeordneten **Ziele**, die das Dach der Abbildung umfasst, beinhalten die Verbesserung der wirtschaftlichen Entwicklungsvoraussetzungen, der Standortattraktivität und des Marktauftritts.

Die **Strategien 1-4** dienen der Verbesserung der Rahmenbedingungen und können als langfristige Daueraufgabe der öffentlichen Hand in der Tourismuspolitik betrachtet werden. Mit „Destinationen Bern“ besteht eine Stelle für die Vertretung der tourismuspolitischen Interessen.

Die **Strategien 5-8** stellen den Kern aller Förderaktivitäten des Kantons zugunsten des Tourismus dar. Die Förderung setzt auf eine aus Gästesicht spürbare Verbesserung von Attraktivität, Qualität und Reichweite der Angebote des Tourismusstandorts Kanton Bern. Die Strategien 5-8 entsprechen der Strategie für den Tourismus im Umsetzungsprogramm der Neuen Regionalpolitik für den Kanton Bern 2016-2019, wobei die Strategie 5 den Schwerpunkt für das **Impulsprogramm 2016-2019** bildet (und die Tourismusstrategie des Bundes vom 15.11.2017).

In Anlehnung an die Wachstumsstrategie des Tourismusstandorts Schweiz (vgl. SECO 2010) stellen Bund und Kanton Bern im Rahmen des Umsetzungsprogramms zur Neuen Regionalpolitik 2016 - 2019 einen zusätzlichen Betrag von 9,6 Mio. Franken für Beiträge an touristische Impulsprojekte ein. Neben den eigentlichen Leistungsträgern, denen die Hauptrolle bei der Verwirklichung von angebotsorientierten Projekten zukommt, entwickeln auch die Destinationen eigene Massnahmen und Projekte.

Im Vordergrund steht die Umsetzung nicht realisierter Potenziale zur touristischen Attraktivitätssteigerung bei Angebot und Dienstleistungen, bei Qualität und Qualifizierung, beim gemeinsamen Marktauftritt und beim Destinationsmanagement. Somit wird das Impulsprogramm im Rahmen der bestehenden Strategie umgesetzt.

Die Projekte sollen bei den Zielgruppen spürbare Wirkung entfalten. Deshalb stehen nicht reine Machbarkeitsabklärungen, Konzepte und Studien im Vordergrund, sondern die Wertschöpfung aus konkreten attraktiven Angeboten.

Die **Zwischenbilanz zur Halbzeit der Umsetzung des Impulsprogramms** (Stand Ende 2017) zeigt, dass in gewissen Bereichen, in welchen sich die Herausforderungen verschärft haben, verstärkte Anstrengungen und eine Fokussierung angezeigt sind. Die verfügbaren Mittel ermöglichen dies, zumal in der Anfangsphase aufgrund der knappen Vorlaufzeit eine eher schwache Beanspruchung vorliegt (17 Projekte, finanzielle Ausschöpfung rund 25 %).

Dies im Gegensatz zu den Impuls-Darlehen für Infrastrukturen, die vollständig zugunsten des V-Projektes der Jungfraubahnen eingesetzt werden konnten. Eine Übersicht der bislang geförderten Impulsprojekte befindet sich im Anhang.

Vor dem Hintergrund der veränderten Grundlagen, Rahmenbedingungen und Zwischenergebnissen der aktuellen Umsetzung werden die folgenden neuen Akzente für die Tourismuspolitik vorgeschlagen.

3 Akzente Tourismus BE 2025

3.1 Digitalisierung / Tourismus 4.0

Die globale Digitalisierung hat die Rahmenbedingungen für den Tourismus in kurzer Zeit komplett verändert, gewinnt an Komplexität und beschleunigt sich weiter. Für den Tourismus im Kanton Bern ist es entscheidend, das Potenzial der Digitalisierung zu nutzen. Unter Einfluss globaler Anbieter wie Google, Apple, Facebook, Amazon, airbnb verändert sich das Verhalten der Zielgruppen. Dementsprechend gefordert sind sämtliche Akteure entlang der touristischen Wertschöpfungskette. Die hauptsächliche Verantwortung für die digitale Transformation liegt bei den Tourismusunternehmen.

Die im November 2017 erneuerte Tourismusstrategie des Bundes mit Schwerpunkt auf der Digitalisierung soll auf kantonaler Ebene mit geeigneten Massnahmen mitgetragen werden. Dabei stehen die touristischen Anbieter im Zentrum. Für diese ist es als Folge ihrer Fragmentierung eine besondere Herausforderung, der digitalen Transformation von Geschäftsprozessen, Geschäftsmodellen sowie der Digitalisierung der Marktbearbeitung bzw. Kundenbeziehung zu begegnen. Schon bereits bei der Eva-

luation passender digitaler Systeme und Massnahmen bestehen Unsicherheiten und Risiken. Dies setzt sich bei der Implementierung und Verankerung digitaler Lösungen fort.

Der Kanton fördert die Digitalisierung im Tourismus durch die Beteiligung an einem geeigneten Grundangebot zur Sensibilisierung, Ausbildung und Coaching (u.a. E-Fitness-Check). Er unterstützt zudem ausgewählte Projekte auf Destinationsebene über die NRP.

Dabei ist zu unterscheiden zwischen Kernaufgaben einerseits, die jeder touristische Leistungserbringer im Rahmen der Digitalisierung individuell und selbständig umzusetzen hat und nicht im Blickfeld einer Förderung stehen. Auch Investitionen in die digitale Infrastruktur und ihre Entwicklung zählen hierzu. Andererseits sind aber Defizite bei den Kompetenzen und Prozessen für die digitale Transformation gerade bei kleineren Leistungsträgern unübersehbar. Das Thema Digitalisierung soll daher nicht unter rein technischen Aspekten behandelt werden, sondern primär auf der Förderung von digitalen Kompetenzen von Personen, Prozessen und Organisationen beruhen.

Deshalb soll in Abstimmung mit den Destinationen für die Leistungsträger ein E-Fitness-Check erarbeitet und angeboten werden, welcher den Teilnehmenden Betrieben ermöglicht, die generellen Handlungsfelder der Digitalisierung für ihren Betrieb zu erkennen, den bestehenden Reifegrad der Digitalisierung zu ermitteln sowie Potenziale und Lücken zu identifizieren, nicht nur hinsichtlich der Infrastruktur, sondern auch in Bezug auf Kompetenzen.

Das Angebot soll einerseits auf überbetrieblicher Ebene eine Orientierungshilfe bieten, in weiteren Modulen dann auch individuelle Digital-Coaching-Angebote umfassen, welche bestmöglich mit dem Coaching-Angebot für KMU abzustimmen sein werden. Ziel ist es, die vorhandenen Massnahmen und Instrumente seitens der regionalen Innovationssysteme RIS (Startup-Förderung, Coaching, Innovationsförderung) auch für den Tourismus zur Verfügung zu stellen. Generell soll wenn immer möglich auf bestehenden Initiativen und Angeboten aufgebaut werden.

Die Massnahmen im Bereich Digitalisierung / Tourismus 4.0 konzentrieren sich auf die konkreten Leistungsträger. Destinationen, Tourismusorganisationen und Tourismusbüros sind nicht ausgeschlossen, stellen jedoch keine prioritäre Zielgruppe dar. Es darf davon ausgegangen werden, dass die digitale Transformation der Marktbearbeitung bei professionellen Destinationsorganisationen vergleichsweise weit fortgeschritten ist bzw. entsprechende Projekte ohne Unterstützung durch den Kanton umgesetzt werden. Zudem stehen bei diesem Prozess der Bund bzw. Schweiz Tourismus ST in Partnerschaft mit den Destinationen im Lead.

3.2 Attraktivierung von Kulturgütern

Die Attraktivierung des touristischen Angebots bleibt eine Kernaufgabe der Tourismusförderung. Die bestehende Fokussierung auf das Angebot hat sich bewährt, soll aber inhaltlich ergänzt und erweitert werden. Bislang dominieren Bergbahnen, andere traditionelle touristische Infrastrukturen und neue, für den „herkömmlichen“ Gast konzipierte Erlebnisangebote. Diese Attraktionen sollen ergänzt werden durch höherwertige Angebote insbesondere im Bereich der Kulturgüter.

Kultur und Tourismus weisen viele gemeinsame Schnittstellen auf und bedingen in vielen Bereichen einander. Der Kulturtourismus setzt Bauten, Denkmäler, historische (Klein-)Städte sowie Traditionen in Wert. Seit Jahren weist der Gast eine steigende Reisetätigkeit und Reiseerfahrung auf. Die Suche nach kulturellen Werten nimmt auch im Zuge der sozio-demographischen Umwälzungen und höherer Bildung zu. Es darf von einem nachhaltigen Wachstum ausgegangen werden. Anspruchsvolle Kulturgüter können diese Zielgruppe besonders gut erreichen. Der Kulturtourismus trägt zudem unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit viel dazu bei, die Sensibilität für den Schutz und die Bewahrung des Kulturguts zu steigern. Die touristische Nutzung von Kulturgütern sichert überdies die wirtschaftliche Basis für ihren Betrieb und Erhalt. Der Kanton Bern will daher sein kulturtouristisches Angebot weiter vernetzen, stärker im Tourismus verankern und dessen Vermarktung optimieren. Falls kulturelle Angebote im Hinblick auf eine bessere Vermarktung vorgängig attraktiviert oder besser inszeniert werden müssen, kann der Kanton entsprechende Projekte fördern.

Auf der Basis der künftigen Kulturstrategie 2018 (derzeit in Konsultation) und der aktuellen Schlossmuseumsstrategie 2016 sollen Projekte entwickelt und gefördert werden, welche die touristische Attraktivität von Kulturgütern verbessern. Die Vorhaben sollen insbesondere die Ausrichtung auf die Erwartungen des Kulturtouristen optimieren, die Bekanntheit und Vermarktungsfähigkeit erhöhen sowie die Vernetzung und Kooperation verbessern. Dabei soll auf die Erfahrungen aus dem vom Kanton lancierten NRP-Projekt „KulTour“ (2008-2015) abgestützt werden. Für die verbesserte Vermarktung von Schlössern, Museen, Festivals soll eine intensivierete Zusammenarbeit mit BE! Tourismus AG realisiert werden.

3.3 Qualifizierung und Qualität

Die richtige Qualifizierung touristischer Fachkräfte ist eine Voraussetzung für Qualität. Der touristische Arbeitsmarkt weist vergleichsweise tiefe Löhne, unregelmässige Arbeitszeiten, Saisonalität und geringe Arbeitsplatzsicherheit auf. Die fehlende Attraktivität führt zu einem Mangel an Fachkräften.

Im Zuge der Umsetzung der Zuwanderungsinitiative spürt die Tourismuswirtschaft einen zusätzlichen Mangel an qualifizierten Fachkräften. Neben den Fachkräften mangelt es zudem vielfach auch an geeigneten Bewerbern für Kaderpositionen. Dieser Mangel wird durch die neuen Anforderungen der Digitalisierung einerseits zusätzlich verschärft; andererseits bietet die Digitalisierung auch Chancen für Produktivitätssteigerungen in der personalintensiven Tourismuswirtschaft.

Daten verantwortungsbewusst nutzen, digital kommunizieren und Gästebedürfnisse erkennen sind Anforderungen, welchen die Fachkräfte im Tourismus gerecht werden müssen. Die durch die Digitalisierung veränderten Berufsbilder sind in touristische Aus- und Weiterbildungsgänge zu integrieren. Für die bestehenden Fachkräfte nimmt der Bedarf nach einer Re-Qualifizierung und Weiterbildung entsprechend zu.

Um dem Fachkräftemangel und Kompetenzdefiziten bei der Digitalisierung besser begegnen zu können, besteht die Absicht, entsprechende Initiativen und Projekte der Destinationen sowie neue Weiterbildungsangebote vermehrt mit Mitteln aus dem Tourismusfonds zu unterstützen. Nebst den Anstrengungen von Branchenverbänden wie Hotelleriesuisse ergänzen die Projekte auch die Absichten des SECO, den touristischen Arbeitsmarkt weiter zu entwickeln und dabei eine verbesserte Arbeitsmarktintegration im Tourismus für Inländer, vorläufig Aufgenommene und anerkannte Flüchtlinge zu ermöglichen (Hinweis: Tourismusentwicklungsgesetz und Neue Regionalpolitik sind mögliche Finanzierungsgrundlagen).

3.4 Infrastrukturangebot

Touristische Transportanlagen (TTA) sind ein Rückgrat des alpinen Tourismus. Im Jahr 1988 hat der Grosse Rat eine Motion überwiesen, wonach auf die Erschliessung neuer Geländekammern mittels TTA verzichtet wird. Die entsprechenden Vorgaben wurden in den Kantonalen Richtplan und in die regionalen Planungen übernommen. Seit 1989 verfügt der Kanton Bern über Kriterien zur Förderung der TTA mittels NRP-Darlehen, die periodisch an die Marktentwicklung angepasst worden sind und beibehalten werden sollen. Heute ist sichergestellt, dass die TTA im Marketing mit der jeweiligen Destination zusammenarbeiten müssen. Für die Erneuerung und Modernisierung der bestehenden TTA werden weiterhin NRP Mittel eingesetzt.

In den städtischen Gebieten bekommen Kultur- und Freizeiteinrichtungen inkl. Indooraktivitäten eine immer grössere Bedeutung im touristischen Angebot. Nebst der bereits erfolgten Unterstützung beim Ausbau des Kongresszentrum Kursaal Interlaken ist in den kommenden Jahren kantonale Unterstützung an weitere Projekte wie „BEemotion“ (Ersatz Festhalle) in Bern geplant.

Ein besonderes Augenmerk gilt es auf das Beherbergungsangebot zu richten. In den vergangenen Jahren konnte das Angebot im Bereich der Jugendherbergen erneuert werden; weitere Projekte sind in Planung. Es entstanden neue Ferienresorts; weitere sind in Diskussion und zur Abrundung des Angebotes auch notwendig. Neue Beherbergungsformen wie airbnb gilt es in das Leistungsangebot zu integrieren. Auf den Aufbau einer kantonalen Hotelförderung in Ergänzung zur Hotelförderung des Bundes soll nach deren Einstellung im Jahr 1998 weiterhin verzichtet werden.

3.5 Destinationen

Sechs Destinationen sind mit der BE! Tourismus AG für die touristische Marktbearbeitung zuständig. Die Verdichtung der Destinationen hat der Kanton Bern kontinuierlich umgesetzt und damit ein wichtiges tourismuspolitisches Ziel erreicht. In der Tourismusentwicklungsverordnung hält der Regierungsrat die anerkannten Destinationen fest sowie die Kriterien, die zur Anerkennung als Destination führen. Eines der Kriterien sind jährlich frei verfügbare Marketingmittel in der Höhe von mindestens CHF 1 Mio. Im Jahr 2015 erreichen die Destinationen zusammen ein Total von CHF 10,2 Mio., welche für das touristische Marketing eingesetzt werden.

Der Destinationsentwicklungsprozess ist mit den Destinationen „Jura Drei Seen Land“, „Bern“, „Gstaad Saanenland“, „Adelboden Lenk Kandersteg“, „Interlaken“ und „Jungfrauregion“ abgeschlossen. Der globale Wettbewerb und die Marktnachfrage werden die weiteren Entwicklungsschritte mitentscheiden. Eine Überprüfung des Entwicklungsprozesses ist gegen Ende der NRP-Programmperiode 2020 – 2023 vorgesehen.

Die Destinationen bewegen sich stärker denn je im Spannungsfeld zwischen lokaler Verankerung und globaler Vernetzung. Das Tempo der Entwicklungen wächst rasant; eine gästegerichtete qualitativ stimmige Ausgestaltung des Angebots und eine wirkungsvolle Marktbearbeitung unter Nutzung der Möglichkeiten der Digitalisierung sind entscheidend, um sich im globalen Wettbewerb behaupten zu können. Inskünftig wird die Digitalisierung die hauptsächlich treibende Kraft für die weitere Destinationsentwicklung darstellen und der Kanton in dieser Frage eher in den Hintergrund treten. Die Marktkräfte lassen eine weitere deutliche Reduktion der Anzahl Destinationen bis 2025 erwarten (z.B. auf drei „Interlaken-Jungfrau“, „Gstaad“ und „Bern“). Ein entsprechender Prozess soll aber erst gegen Ende der nächsten NRP-Programm-Periode 2020 bis 2023 eingeleitet werden; vorerst steht die Konsolidierung der internen Strukturen in den Destinationen im Vordergrund.

Im Sinne einer Begleitung des digitalen Transformationsprozesses und im Hinblick auf die zukünftige Ausgestaltung von Destinationen und Tourist Offices sollen entsprechende Projekte mit Mitteln aus der Neuen Regionalpolitik und dem Tourismusfonds unterstützt werden.

3.6 Veranstaltungen

Veranstaltungen sind ein wichtiges Element in der touristischen Marktbearbeitung. Einerseits generieren sie direkt Wertschöpfung am Ort der Veranstaltung; andererseits ist die Berichterstattung über die Veranstaltung Werbung für den Ort. Die staatliche Unterstützung ist als Aufbauhilfe konzipiert und hat sich bewährt. Es konnten neue Veranstaltungen etabliert werden, wie etwa die Belle Epoque Woche Kandersteg, das Swiss Chamber Music Festival Adelboden, das Haslital Mountain Festival oder das Snow Bike Festival Gstaad.

Das Konzept der Aufbauhilfe ist nicht in jedem Fall ausreichend für die längerfristige Sicherung traditioneller Veranstaltungen: Eine Lücke bestand bezüglich der regelmässigen Unterstützung von bedeutenden Veranstaltungen mit grosser internationaler Werbewirkung. Mit dem Inkrafttreten des revidierten Tourismusentwicklungsgesetzes (vorgesehen per 1. Mai 2018) wird diese Lücke geschlossen.

Anwendungsbeispiele sind die beiden FIS-Ski-Weltcuprennen in Adelboden und Wengen. Sie zählen zu den wichtigsten Wintersportveranstaltungen der Schweiz und geniessen ein hohes Publikumsinteresse. Die hohe Medienpräsenz bietet die Chance, die Region und den Kanton weltweit bekannt zu machen. Aus touristischer Sicht hat der Kanton deshalb ein grosses Interesse, die Durchführung der Anlässe im Kanton Bern zu sichern, selbst wenn durch diese Verlagerung und zusätzliche Sparvorgaben die finanziellen Unterstützungsmöglichkeiten eingeschränkt sind.

3.7 BE! Tourismus AG

Eine Gesellschaft, welche die touristische Marktbearbeitung für den Kanton Bern bündelt, ist seit Herbst 2012 in Form der BE! Tourismus AG Realität.

Die BE! Tourismus AG ist die Dachmarketingorganisation des Kantons Bern. Sie leistet mit wirksamen, zweckmässigen und wirtschaftlichen Massnahmen einen Beitrag zur mittel-/langfristigen Steigerung der touristischen Wertschöpfung im Kanton Bern und erhöht damit die Investitionsfähigkeit und Innovationskraft der Akteure auf allen Ebenen der Leistungserbringung. An der Gesellschaft halten die Destinationen 51 und der Kanton 49 Prozent der Anteile. Sie stellt die touristische Basiswerbung für die bernischen Destinationen sicher und arbeitet dabei eng mit Schweiz Tourismus zusammen.

Die BE! Tourismus AG wird einerseits durch jährliche Beiträge aus allgemeinen Staatsmitteln finanziert, andererseits tragen die Destinationen mit einem Anteil aus ihrem Ertrag aus der Beherbergungsabgabe zu den erforderlichen Mitteln bei. Das ordentliche Jahresbudget beträgt CHF 4,6 Mio. (2,3 Mio. Staatsmittel, CHF 2,3 Mio. Beteiligung der Destinationen).

Mit zwei Zusatzvereinbarungen hat der Kanton die BE! Tourismus AG zudem mit der Durchführung von Marketingmassnahmen für die Bereiche Incoming Flughafen Bern und Sport-Grossveranstaltungen beauftragt.

Die Wirkung der touristischen Marketingarbeit soll im Hinblick auf die künftige Finanzierung seitens des Kantons untersucht werden. Indikatoren wie die dadurch ausgelösten Umsätze, Wertschöpfung und Beschäftigung sollen gemessen werden. Die Wirkungsmessung basiert auf den Modellen der Neuen Regionalpolitik, dem bestehenden Wirkungsmodell von Schweiz Tourismus sowie einem gängigen Evaluationsansatz, der von einem Marketing-Auditansatz abgeleitet wird. Die Vertiefung erfolgt auf Basis vorhandener, ergänzter oder zu erhebender Daten (Tourismus Monitor Schweiz TMS, Wertschöpfungsstudie, Tourismusstatistik BFS) sowie leitfadengestützter Interviews mit BE! Tourismus AG und den Destinationen. Die Resultate werden in einem Schlussbericht zusammengefasst und Handlungsempfehlungen abgeleitet. Diese werden die künftigen Schwerpunkte und die Finanzierung der Dachmarketingorganisation massgeblich beeinflussen.

4 Finanzen

Beherbergungsabgabe Höhe und Rückfluss an die Destinationen

Gemäss Art. 22 TEG beträgt die Abgabe 50 Rappen bis 1,50 Franken. Der Regierungsrat entscheidet nach Anhörung der Beherbergungsbranche über die Abgabehöhe. Im Zusammenhang mit der Gründung der BE! Tourismus AG wurde die Abgabe per Mitte 2012 von 60 Rappen auf 1 Franken erhöht. Für die Programmperiode 2020 bis 2023 soll an dieser Höhe nichts geändert werden.

Mit RRB 15 vom 9. Januar 2018 hat der Regierungsrat den Rückfluss der Beherbergungsabgabe auf 100% für den Zeitraum vom 1. Januar 2018 bis 30. Oktober 2021 festgelegt. Dies erlaubt den Destinationen eine grössere Planungssicherheit im Marketing, sichert den Finanzierungsanteil der Destinationen an der BE! Tourismus AG und nimmt auf die währungsbedingten Herausforderungen im Tourismus Rücksicht.

Finanzierung BE! Tourismus AG

Der Rahmenkredit 2020-2023 soll dem Regierungsrat bis Mitte 2019 zum Entscheid vorgelegt werden. Gemäss Voranschlag und Finanzplan sind weiterhin Mittel im Ausmass von CHF 2,5 Mio./Jahr eingestellt. Der Anteil der Destinationen soll von heute CHF 2,3 Mio./Jahr auf einen gleichwertigen Betrag von 2,5 Mio. angepasst werden. Die Aufteilung auf die jeweilige Destination wird u.a. auf Basis der Logiernächte-Entwicklung 2015-2018 im ersten Quartal 2019 neu festzulegen sein.

Kantonsbeitrag an Gebiete mit geringem Aufenthaltstourismus

Im Rahmen des Entlastungspaketes 18 wurde in der Novembersession 2017 eine Kürzung dieser Beiträge abgelehnt. Somit stehen weiterhin total CHF 900'000.--/Jahr zu Gunsten der Destination Bern und den Tourismusorganisationen Biel-Seeland und Jura bernois Tourisme zur Verfügung. Der entsprechende Rahmenkredit für die Jahre 2020 bis 2023 soll vom Regierungsrat bis Mitte 2019 beschlossen werden, die Aufteilung der Beiträge auf die einzelnen Organisationen wird im Rahmen der Erarbeitung dieses Beschlusses erfolgen.

Beiträge aus dem Tourismusfonds

Der TFF hat Ende 2017 den maximalen Bestand von CHF 3 Mio. erreicht. Beiträge an Projekte können gemäss Art 6 TEG gewährt werden, wobei die anrechenbaren Kosten der Projekte gemäss Art. 6 TEV mindestens CHF 100'000.-- betragen müssen.

Beiträge/Darlehen NRP

Für die NRP-Programmumsetzung 2016-2019 sind neben dem Impulsprogramm Tourismus (9,6 Mio. Franken) weitere NRP-Beiträge von Bund und Kanton im Umfang von CHF 8 Mio. im Förderschwerpunkt Tourismus reserviert, die per Ende 2017 noch nicht ausgeschöpft sind. Zudem stellt der Bund Darlehen von CHF 19,8 Mio. für den Tourismus zur Verfügung, die per Ende 2017 rund zur Hälfte ausgeschöpft sind (v.a. durch Grossprojekte der Jungfraubahnen und weiterer Bergbahnen). Damit ist der Tourismus das mit Abstand grösste Anwendungsfeld für die NRP. Zugleich sind für Projekte, welche die Anforderungen der NRP erfüllen, bis Ende 2019 noch bedeutende Fördermittel vorhanden. Für die Periode 2020-2023 wird der finanzielle Rahmen vom Bund und dem Regierungsrat neu festzulegen sein.

Zusammenstellung der Mittel für den Tourismus (ausserhalb NRP)

Im Voranschlag 2018 und dem Finanzplan 2019-21 sind folgende Mittel pro Jahr eingestellt:

- Marketing Beitrag an BE! Tourismus AG	CHF	2'500'000.--
- Marketing Gebiete mit geringem Aufenthaltstourismus	CHF	900'000.--
- Beiträge an den Aufbau und Durchführung von Veranstaltungen	CHF	500'000.-- ¹⁾
- Grundlagenarbeiten (Statistik BFS, Studien...)	CHF	200'000.--
Total kantonale Mittel (ausserhalb NRP)	CHF	4'300'000.--
- Beiträge aus dem Tourismusförderungsfonds	CHF	400'000.--
Total Mittel direkt für den Tourismus	CHF	4'700'000.--

¹⁾ab 2019 zusätzlich Übertrag BSM/POM an beco/VOL von CHF 150'000.-- für Restkosten FIS Weltcup Rennen in Adelboden und Wengen