

Resolution:

Tourismusland Schweiz – Erfolg CVP

*Verabschiedet an der Delegiertenversammlung der CVP Schweiz am
16. Oktober 2010 in Brig (VS)*

Zusammenfassung

Der Tourismus trägt massgeblich zum guten Image der Schweiz auf der ganzen Welt bei. Für die heimische Volkswirtschaft spielt er eine ebenso zentrale Rolle. Darum hat sich die CVP immer schon mit grossem Engagement für die Schweizer Tourismuswirtschaft und den Tourismusstandort Schweiz eingesetzt. Um die zunehmenden Herausforderungen zu meistern, fordert die Partei erneut eine Strategie für das Tourismusland Schweiz. Diese umfasst folgende Punkte:

1. Die Wachstumsstrategie des Bundesrates für den Tourismusstandort Schweiz ist von allen Betroffenen konsequent umzusetzen.
2. Der Zahlungsrahmen für Schweiz Tourismus in den Jahren 2012 bis 2015 ist um 10 Prozent bzw. 20 Millionen Franken zu erhöhen.
3. Das Innovationsförderinstrument Innotour muss aufrechterhalten und nachhaltig bzw. unbefristet im Gesetz verankert werden.
4. Der Zersplitterung in der Schweizer Tourismuslandschaft muss Einhalt geboten und eine Bündelung der Kräfte angestrebt werden.
5. Bei der Erschliessung der Berggebiete und Randregionen mit öffentlichen Verkehrsmitteln darf nicht gespart werden.
6. Zur Wiederherstellung einer qualitativ hochwertigen Hotellerie müssen die verschiedenen Akteure eine gemeinsame Strategie „Hotel Schweiz 2020“ ausarbeiten.
7. Die Kooperation zwischen Landwirtschaft und Tourismus muss gefördert und die Rahmenbedingungen für den Agrotourismus in der Schweiz verbessert werden.
8. Auf die nachhaltige Entwicklung des Tourismus ist vor dem Hintergrund der Verknappung natürlicher Ressourcen besonders Wert zu legen.
9. Davon ausgehend, dass im Rahmen der laufenden Revision des Mehrwertsteuergesetzes zwei Sätze festgelegt werden, müssen Hotellerie und Gastronomie inskünftig vom tieferen Satz profitieren können.
10. Die Tourismuspolitik muss stärker in die Schweizer Standort- und Wirtschaftspolitik eingebettet sowie in anderen Politikbereichen berücksichtigt werden.

1. Bedeutung des Tourismus für die Schweiz

Der Tourismus¹ trägt massgeblich zum guten Image der Schweiz auf der ganzen Welt bei. Unsere gepflegte Landschaft, das Nebeneinander von Stadt und Land, die vorbildlichen Transportinfrastrukturen, die kulturelle Vielfalt, der hohe Ausbildungsstandard sind weltweit Werbeträger für unser Land und die besten Botschafter einer erfolgreichen und attraktiven Schweiz. Aber auch für die heimische Volkswirtschaft und damit das Wohlergehen unseres Landes spielt der Tourismus eine zentrale Rolle. Mit wenigen Zahlen und Fakten lässt sich dies belegen:

- Über 150'000 Vollzeitstellen in der Schweiz sind direkt vom Tourismus abhängig (vielfältiges Berufs- und Stellenangebot).
- Mit rund 30'000 Betrieben gehört der Tourismus zu den bedeutendsten KMU-Branchen unseres Landes.
- Mit Exporteinnahmen von jährlich rund 15 Milliarden Franken ist der Tourismus einer der grössten Exportsektoren der Schweiz.
- Rund 3 Prozent trägt der Tourismus zur gesamten wirtschaftlichen Leistung der Schweiz bei.
- In den Berggebieten und Randregionen² stellt der Tourismus die wichtigste Wachstumsbranche überhaupt dar.
- Der Tourismus ist auch indirekt von zentraler Bedeutung für unsere Volkswirtschaft: 2 von 3 Franken der Gästerausgaben fliessen nicht in den Tourismus, sondern in tourismusferne Branchen.

2. Leistungsausweis der CVP

Die CVP setzt sich für den Ausgleich zwischen Stadt und Land ein, für einen starken Service public, der auch die Berggebiete und Randregionen berücksichtigt, für die Pflege der Vielfalt der Kulturen und Sprachregionen, für Umweltschutz und Nachhaltigkeit und für die Pflege der Landschaft durch unsere Bauern. Daraus folgt auch der Einsatz für den Tourismusstandort Schweiz und unsere Tourismuswirtschaft. In den letzten Jahren hat sich die CVP

- mehrfach erfolgreich für eine Erhöhung der Finanzhilfen für Schweiz Tourismus stark gemacht, letztmals im Rahmen der Botschaft zur Standortförderung 2008-2011 und der Botschaft zum zweiten Konjunkturpaket des Bundes (2009),
- für die Einrichtung und Weiterentwicklung des Förderinstruments Innotour eingesetzt und in diesem Zusammenhang auch eine Qualifizierungsinitiative für Berufe im Tourismusbereich unterstützt,
- für die Einführung und Verlängerung des Mehrwertsteuer-Sondersatzes für Beherbergungsleistungen engagiert,
- um die Befreiung der Kurtaxe von der Mehrwertsteuer gekümmert,
- dafür eingesetzt, bzw. den Bundesrat beauftragt, zusammen mit den betroffenen Kreisen eine Strategie für den schweizerischen Tourismus auszuarbeiten.

¹ Gemäss Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen werden *Touristen* definiert als Personen, die zu Orten ausserhalb ihres gewöhnlichen Umfelds reisen und sich dort für nicht mehr als ein Jahr aufhalten aus Freizeit- oder geschäftlichen Motiven, die nicht mit der Ausübung einer bezahlten Aktivität am besuchten Ort verbunden sind. Der Tourismusbegriff, welcher dieser Resolution zugrunde liegt, umfasst sowohl den Binnentourismus (inländische Gäste) wie den Einreiseverkehr (ausländische Gäste).

² Die dieser Resolution zugrunde liegende Definition der Berggebiete und Randregionen basiert auf dem Investitionshilfegesetz des Bundes, welches per 1. Januar 2008 zwar aufgehoben wurde, das aber Definitionen enthält, welche weiterhin breite Anerkennung finden. Demzufolge beschränken sich die Berggebiete und Randregionen vor allem auf die Alpen, Voralpen und den Jura.

3. Strategie für das Tourismusland Schweiz

Das Engagement der Politik für den Schweizer Tourismus muss auch künftig aufrechterhalten, ja sogar noch intensiviert werden. Die oben dargelegten Zahlen und Fakten dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Entwicklung des Tourismus in der Schweiz seit den 1970er Jahren stagniert. Gemessen an den Ankünften gehörte die Schweiz 1950 noch zu den fünf grössten Tourismusländern der Welt, heute belegt sie in dieser Statistik – vor allem infolge der zunehmenden ausländischen Konkurrenz – nur noch den 27. Rang. Das Tourismusland Schweiz ist ausserdem mit immer grösseren Herausforderungen konfrontiert. Die fortschreitende Globalisierung, der technologische Fortschritt, Klimawandel und Umweltgefährdung und die stetig wachsenden und sich verändernden Ansprüche der Gäste stellen nur einige der Beispiele dar.

Vor diesem Hintergrund und zur Stärkung des Tourismusstandorts Schweiz fordert die CVP eine neue Strategie für das Tourismusland Schweiz:

1. Die CVP unterstützt die im Juni dieses Jahres vom Bundesrat verabschiedete **Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz**. Die im Bericht aufgezeigten strategischen Stossrichtungen und Ziele müssen in Zukunft von allen Betroffenen konsequent umgesetzt werden. Es geht dabei insbesondere um die Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Tourismusunternehmen, u.a. auch für die Bergbahnen, die Qualitätsorientierung bei den Angeboten und die Berücksichtigung der Grundsätze der nachhaltigen Entwicklung.
2. In Ländern wie Indien, China, Russland und Brasilien steckt ein enormes touristisches Potenzial für die Schweiz. Um dieses Potenzial auszuschöpfen, sind wir auf einen überzeugenden internationalen Marktauftritt angewiesen. Der touristischen Landeswerbung müssen künftig mehr finanzielle Mittel eingeräumt werden. Die CVP fordert deshalb eine Erhöhung des Zahlungsrahmens für **Schweiz Tourismus** um 10 Prozent, d.h. um insgesamt knapp 20 Millionen Franken für die Jahre 2012-2015. Die aktuellen Pläne des Bundesrates, die für die kommenden Jahre für Innotour eingeplanten Mittel durch eine Kürzung des Zahlungsrahmens für Schweiz Tourismus vollständig zu kompensieren, lehnt die CVP ab.
3. Als Innovationsförderinstrument des Schweizer Tourismus muss **Innotour** zwingend aufrechterhalten und nachhaltig, das heisst unbefristet im Gesetz verankert werden. Wichtige Innovationsprojekte wie „SchweizMobil“ oder der Schweizer Museumspass wären ohne die Unterstützung durch Innotour nicht zustande gekommen. Die CVP begrüsst in diesem Zusammenhang die Absicht des Bundesrates, den Wissensaufbau als zusätzlichen Fördertatbestand aufzunehmen. Es ist wichtig, dass Innotour in Zukunft auch gezielte Massnahmen zur Verbesserung der Aus- und Weiterbildung im Tourismusbereich finanziell unterstützen kann. Dies steigert die Qualität und Professionalität unserer Dienstleistungen. Ebenso kann damit ein wichtiger Beitrag zur Förderung und Steigerung der Schweizer Gastfreundlichkeit geleistet werden.
4. Die Destinationsstrukturen in der Schweiz sind, historisch bedingt, zersplittert. Diese Zersplitterung zeigt sich insbesondere an der grossen Anzahl Destinationen und kleiner Tourismusorganisationen, welche unter den heutigen Marktbedingungen kaum mehr effizient und effektiv arbeiten. Die CVP fordert die Tourismusregionen und die Akteure innerhalb der Regionen auf, stärker zusammenzuarbeiten und beispielsweise gemeinsame Bestellplattformen im Internet einzurichten. Im stark zunehmenden internationalen Wettbewerb ist eine **Bündelung der Kräfte** der einzig erfolgversprechende Weg.

5. Seit jeher kämpft die CVP für einen starken Service public und eine ausreichende Versorgung der ländlichen Bevölkerung mit öffentlichen Verkehrsmitteln und Dienstleistungen der Post sowie der Telekommunikation. Dieses Engagement dient nicht zuletzt dem Tourismus, sind doch viele Tourismusgebiete Berg- und Randregionen und deren **Erschliessung insbesondere mit öffentlichen Verkehrsmitteln** eine Grundvoraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg. Die CVP begrüsst die Entwicklung innovativer Ansätze zur Erschliessung von Berggebieten und Randregionen. Die aktuellen Sparpläne des Bundesrates im Bereich des regionalen Personenverkehrs lehnt sie allerdings ab.
6. Während die 4- und 5-Sterne-Hotels in der Schweiz von international hervorragender Qualität sind, schneiden die 1- bis 3-Sterne-Hotels gewöhnlich durchschnittlich oder gar ungenügend ab. Die Einnahmen reichen oftmals nicht aus, um die notwendigen Instandhaltungen, Renovationen und zeitgemässen Aufrüstungen durchzuführen. Angesichts der grossen Bedeutung der **Mittelklasse-Hotellerie** für die Schweiz ist dies bedauerlich. Die CVP fordert die Beteiligten (Hotel-Verantwortliche, Verbände, öffentliche Institutionen) auf, eine Strategie „Hotel Schweiz 2020“ auszuarbeiten, welche den Handlungsbedarf im Bereich der Schweizer Hotellerie aufzeigt und Vorschläge zur Verbesserung unterbreitet. Dabei geht es nicht primär um eine staatliche Unterstützung, sondern die Erarbeitung von gemeinsamen strategischen Zielen.
7. Die CVP fordert eine bessere Zusammenarbeit zwischen der Landwirtschaft und dem Tourismus und bessere Rahmenbedingungen für den **Agrotourismus**. Es sollen mehr Möglichkeiten geschaffen werden, touristische Produkte und Dienstleistungen anzubieten und zu vermarkten. Hierfür braucht es eine engere Zusammenarbeit zwischen der Tourismus-, der Agrar-, der Raumplanungspolitik sowie der Exportförderung. Der Agrotourismus in der Schweiz ist im internationalen Vergleich schwach entwickelt. Es kann aus Sicht der CVP nicht sein, dass es im Süd- und Nordtirol wesentlich einfacher ist, eine Bewilligung zur Führung eines kleinen Gastbetriebes auf einer Alp zu erhalten als bei uns.
8. Die Attraktivität des Tourismuslandes Schweiz hängt sehr stark von der Attraktivität und Pflege unserer Landschaft ab. Für die CVP ist klar, dass die Senkung der Umweltbelastungen und die Schonung der natürlichen Lebensgrundlagen zentrale tourismuspolitische Anliegen darstellen. Deshalb legt die CVP grossen Wert auf die Förderung des **ressourceneffizienten, nachhaltigen Tourismus**, vor allem in den Bereichen der An- und Abreise-Mobilität sowie der baulichen Energieeffizienz. Als Beispiel soll die Kreditvergabe für besonders nachhaltige Hotelprojekte durch die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit künftig vermehrt unter vorteilhaften Konditionen erfolgen.
9. Davon ausgehend, dass im Rahmen der laufenden Revision des Mehrwertsteuergesetzes zwei Steuersätze Anwendung finden, setzt sich die CVP dafür ein, dass die Hotellerie und die Gastronomie in Zukunft vom tieferen **Mehrwertsteuersatz** profitieren können. Die derzeit in Bezug auf die Mehrwertsteuer bestehende Differenzierung zwischen dem Gastgewerbe und dem Detailhandel muss aus heutiger Sicht als veraltet betrachtet werden.
10. Die Tourismuspolitik muss zukünftig stärker in die Schweizer Standort- und Wirtschaftspolitik eingebettet werden. Auch müssen die Anliegen des Tourismus vermehrt in anderen tourismusrelevanten Politikbereichen Berücksichtigung finden. Dies bedingt in erster Linie eine verstärkte Zusammenarbeit zwischen den betroffenen Ämtern und Departementen. Die CVP ist überzeugt: Von einer **verbesserten Koordination** zwischen der Tourismus-, Raumplanungs-, Verkehrs- und Umweltpolitik profitiert letztlich der gesamte Wirtschaftsstandort Schweiz.