



Regierungsrat, 9102 Herisau

An die Mitglieder  
des Kantonsrates

Herisau, 18. Februar 2014 / aje

**1500.189**

**Appenzellerland Tourismus AG, Förderbeiträge 2014–2015, Verpflichtungskredit**

**Bericht und Antrag des Regierungsrates vom 18. Februar 2014**

Sehr geehrte Frau Kantonsratspräsidentin  
Sehr geehrte Damen Kantonsrätinnen  
Sehr geehrte Herren Kantonsräte

**A. Ausgangslage**

Die Appenzellerland Tourismus AG (ATAG) ist die vom Regierungsrat anerkannte Tourismusorganisation nach Art. 1 Abs. 3 lit. c des Tourismusgesetzes (bGS 955.21). In dieser Funktion hat die ATAG per 1. Januar 2011 sämtliche touristischen Marketingaufgaben des ehemaligen Verbandes Appenzellerland Tourismus AR (VAT AR) sowie der Gemeinden und kommunalen Tourismusvereine für Appenzell Ausserrhoden übernommen.

Die heute gültige Leistungsvereinbarung zwischen dem Kanton und der ATAG betreffend die Leistungen und Staatsbeiträge für das Jahr 2013 endete am 31. Dezember 2013. Sie ist der Ausgangspunkt für eine zukünftige Anschlussvereinbarung für die Jahre 2014 ff.

Der Regierungsrat beantragt dem Kantonsrat zur Finanzierung der Förderbeiträge an die ATAG für die Jahre 2014 und 2015 einen Verpflichtungskredit in der Höhe von insgesamt Fr. 1'930'000. Dieser Kredit wird aufgeteilt in eine Tranche für das Jahr 2014 in der Höhe von Fr. 990'000 und in eine Tranche für das Jahr 2015 in der Höhe von Fr. 940'000.



## B. Erwägungen

### 1. Gesetzliche Grundlagen

Nach Art. 1 Abs. 3 lit. c des Gesetzes über die Förderung des Tourismusgesetzes kann der Kanton im Rahmen der zur Verfügung stehenden Mittel Beiträge an die vom Regierungsrat anerkannten Organisationen des Tourismus gewähren. Beiträge an kantonale oder überkantonale Tourismusorganisationen können zur Erfüllung ihrer Aufgaben, namentlich für die Werbung, ausgerichtet werden (Art. 5 Abs. 1 des Tourismusgesetzes). Die Ausrichtung von Beiträgen ist an eine Leistungsvereinbarung zu knüpfen (Art. 5 Abs. 2 des Tourismusgesetzes).

Nach Art. 6 Abs. 2 des neuen Finanzhaushaltgesetzes (FHG; bGS 612.0) setzt jede Ausgabe eine Rechtsgrundlage, einen Voranschlagkredit und eine Ausgabebewilligung des zuständigen Organs voraus. Nach Art. 17 Abs. 1 FHG ist ein Verpflichtungskredit erforderlich für neue Ausgaben, welche die Finanzkompetenzen des Regierungsrates übersteigen. Über den beantragten Förderbeitrag in der Höhe von insgesamt Fr. 1'930'000 hat nach Art. 76 Abs. 2 lit. a der Kantonsverfassung (KV; bGS 111.1) der Kantonsrat zu beschliessen (1–5 % einer Steuereinheit = Fr. 403'701 bis Fr. 2'018'300).

### 2. Tourismusvermarktung im Kanton

Der Regierungsrat hat die ATAG am 30. November 2010 als kantonale Tourismusorganisation anerkannt. Die ATAG ist die Nachfolgeorganisation des Verbandes Appenzellerland Tourismus AR (VAT AR). Per 1. Januar 2011 hat die ATAG sämtliche touristischen Marketingaufgaben des VAT AR, der Gemeinden sowie der kommunalen Tourismusvereine für Appenzell Ausserrhoden übernommen. Damit wurden die Tourismusmarketingaufgaben im Kanton einheitlich unter dem Dach einer Organisation gebündelt. Die heterogenen Tourismusstrukturen im Kanton mit zahlreichen kommunalen und regionalen Organisationen konnte damit bereinigt werden.

Die kommunalen Verkehrsvereine beschränken ihre Aufgaben seit der Strukturbereinigung im Kanton auf gemeindeinterne Angelegenheiten. Diese beinhalten insbesondere all jene Aufgaben, die zur Lebensqualität der Einwohnerinnen und Einwohner beitragen und das touristische Erlebnis der Gäste begünstigen, wie z.B. Tourist-Info, Organisation von lokalen Veranstaltungen oder Schaffung von Infrastrukturen für Gäste und Einwohner (z.B. „Bänkli“).

### 3. Organisation und Aufgaben von Appenzellerland Tourismus

Die ATAG ist eine privatrechtliche Aktiengesellschaft mit Sitz in Heiden. An der ATAG beteiligt sind alle Ausserrhoder Gemeinden, der Bezirk Oberegg AI sowie verschiedene Leistungsträger und Privatpersonen. Die grössten Aktionäre (10 oder mehr Aktien) sind (in absteigender Reihenfolge): die Gemeinde Heiden, die Sän-tis-Schwebebahn AG, die Gemeinde Herisau, die Appenzeller Bahnen AG, der Kurverein Heiden, die Mineral- und Heilbad Unterrechststein AG, die Hotel Heiden AG, die Gemeinde Urnäsch sowie die Raiffeisenbank Appenzeller Hinterland.



Die Tourismusstrategie der ATAG aus dem Jahr 2009 hat der Verwaltungsrat im 2012/2013 überarbeitet. Die Geschäftstätigkeit der ATAG soll sich auf die vier zentralen Produktgruppen (1) Kultur, Tradition, Brauchtum, (2) Seminar, Business, Kongress, (3) Bewegung in der Natur sowie (4) Wellbeing, Prävention fokussieren. Die Hauptaufgaben in den zentralen Handlungsfeldern Angebots- und Produktgestaltung, Vermarktung (Marketing/Kommunikation), Verkauf (Seminare/Kongresse), Gästebetreuung vor Ort im Auftrag der Gemeinden sowie Partnerschaften sind:

- Product Management / Angebotsgestaltung / Produktentwicklung
- Verkaufsförderung: Publikums- und Fachmessen, Plakat- und Banner-Kampagnen, Publireportagen, Inse-  
rate
- Produktion und Distribution der Tourismusbroschüren für das Appenzellerland
- Erstellung und Unterhalt der touristischen Website [www.appenzellerland.ch](http://www.appenzellerland.ch) sowie von Gäste-, Medien-  
und Partner-Newslettern
- Gästeberatung per Telefon und E-Mail
- Gruppenreisegeschäft
- Aktiver Verkauf / Sales (Geschäftskunden)
- Beratung der touristischen Leistungsträger
- PR nach aussen: Betreuung von Medienfachleuten, Pressedienst für Zielmärkte, Medienbeobachtung
- Öffentlichkeitsarbeit nach innen: Betreuung und Zusammenarbeit mit den touristischen Partnern
- Leitung der Tourist Information Heiden und Urnäsch (im Auftrag der Gemeinden)

#### 4. Bisherige Leistungsvereinbarungen mit Appenzellerland Tourismus

Grundlage für die Tätigkeit der ATAG bilden die Leistungsvereinbarungen mit dem Kanton, den Ausserrhoder Gemeinden sowie dem Bezirk Oberegg AI. Die Förderbeiträge des Kantons an die ATAG sowie die Leistungen der ATAG wurden in der Vergangenheit in der Regel mittels einer zweijährigen Leistungsvereinbarung geregelt. Für das Jahr 2013 wurde eine einjährige Leistungsvereinbarung abgeschlossen. Die Gemeinden von Appenzell Ausserrhoden sowie der Bezirk Oberegg AI schliessen mit der ATAG selbständige Leistungsvereinbarungen ab.

Die Förderbeiträge des Kantons und der Gemeinden an die ATAG (vor 2011 an den VAT AR) entwickelten sich seit 2008 wie folgt (in Franken):

Jahr	Förderbeitrag Kanton	Förderbeiträge Gemeinden	Einnahmen Kanton (Beherbergungstaxen, Tourismusabgabe)	Nettobelastung Kanton
2008	660'000	-	255'000	405'000
2009	660'000	-	253'000	407'000
2010	800'000	-	297'000	503'000
2011	990'000	200'000	415'000	575'000
2012	990'000	200'000	347'000	643'000
2013	990'000	200'000	362'000	618'000
2014 (Budget)	990'000	200'000	400'000	590'000
2015 (Budget)	940'000	200'000	400'000	540'000

Tab. 1



Die Zusammenarbeit der beiden Appenzeller Tourismusorganisationen VAT AR und VAT AI in der gemeinsamen Marketingorganisation ATMAG wurde auf Antrag des VAT AI per Ende 2009 vorzeitig beendet. Zur Sicherstellung der Marketingaktivitäten für Appenzell Ausserrhoden hat der Regierungsrat die Förderbeiträge für das Übergangsjahr 2010 um Fr. 140'000 erhöht. In einem weiteren Schritt hat der Regierungsrat einer Erhöhung der Förderbeiträge um weitere Fr. 190'000 auf das Jahr 2011 hin zugestimmt. Damit wurde es möglich, das neue Tourismuskonzept des VAT AR zügig voranzutreiben und sämtliche Aufgaben und Kompetenzen schrittweise bei der zentralen neuen kantonalen Tourismusorganisation ATAG zu konzentrieren (Strukturbereinigung). Mit der Erhöhung der kantonalen Förderbeiträge haben sich auch die Gemeinden bereit erklärt, ihrerseits zusätzliche Förderbeiträge an die ATAG zu leisten. Zur Kompensation der erhöhten kantonalen Förderbeiträge hat der Regierungsrat per 1. November 2010 beschlossen, die Beherbergungstaxe von Fr. 1.-- auf Fr. 1.50 sowie die Tourismusabgabe von Fr. 220.-- auf Fr. 270.-- zu erhöhen. Auch die Tourismusbranche hat damit ihren Teil zur Erhöhung der Förderbeiträge an die ATAG beigetragen. Die Netto-Belastung des Kantons hat sich somit seit 2009 um rund Fr. 200'000 auf rund Fr. 600'00 (seit 2011) erhöht. Im Rahmen des Entlastungsprogramms 2015 (EP 15) ist vorgesehen, den jährlichen Förderbeitrag an die ATAG um Fr. 50'000 zu kürzen (vgl. Abschnitt C., S. 8).

### 5. Finanzielle Situation von Appenzellerland Tourismus

In den vergangenen Jahren betrug der Anteil des kantonalen Förderbeitrags an den Gesamterträgen der ATAG jeweils rund 50 %. Darüber hinaus beteiligen sich die Gemeinden mit rund 10 % am Budget der ATAG. Die Erträge aus Eigenleistungen und Mandaten sowie Projektbeiträgen der Leistungsträger stiegen insgesamt leicht auf rund 40 %. Auf der Aufwandseite schlagen die Kosten für den Personalaufwand mit 37 % zu Buche. Gleichzeitig hat der Anteil für Tourismusentwicklung (23 %), Destinationsmarketing (14 %) sowie Verkaufsförderung/Aktiver Verkauf (13 %) auf rund 50 % des Gesamtaufwands zugenommen. 13 % des Aufwands fällt für Organe, Mandatsführung, allgemeine Administration und Steuern an.

Gemäss Budget 2014 der ATAG werden die Aktivitäten wie folgt finanziert:

<b>Finanzierung (Ertrag)</b>	<b>(in Franken)</b>	<b>(in Prozent)</b>
Förderbeitrag Kanton Appenzell Ausserrhoden	990'000	49
Förderbeiträge Gemeinden Appenzell Ausserrhoden (inkl. Bezirk Oberegg AI)	200'000	10
Touristische Leistungsträger	159'350	7
Eigenerwirtschaftete Mittel	422'000	21
Mandate	269'453	13
<b>Total</b>	<b>2'041'803</b>	<b>100</b>

Tab. 2



Die Mittel werden gemäss Budget 2014 der ATAG wie folgt verwendet:

<b>Mittelverwendung (Aufwand)</b>	<b>(in Franken)</b>	<b>(in Prozent)</b>
Organe, Mandate, Verwaltung, Steuern	258'590	13
Einkauf, Angebotsgestaltung	360'000	18
Werbung, Werbemittel	288'740	14
Verkaufsförderung, Aktiver Verkauf	270'630	13
Personalaufwand	748'135	37
Projekt Enjoy Appenzellerland	114'000	5
Ergebnis	1'708	
<b>Total</b>	<b>2'041'803</b>	<b>100</b>

Tab. 3

Der Personalaufwand verteilt sich auf die folgenden Aufgabenbereiche und Stellenprozente:

<b>Aufgabenbereiche</b>	<b>Stellenprozente</b>
Geschäftsführung	20 %
Tourist-Info	170 %
Vermarktung	210 %
Angebotsgestaltung	80 %
Verkaufsförderung, Aktiver Verkauf	200 %
Administration, Finanzen	70 %
<b>Total</b>	<b>750 %</b>

Tab. 4

Zusätzlich zu den 750 Stellenprozenten kommen zwei Stellen für Auszubildende, eine Stelle eines Praktikanten sowie drei Mitarbeitende im Stundenlohn für sporadische Einsätze in der Tourist-Info Heiden dazu.

## 6. Beurteilung des Regierungsrates

Mit der ATAG verfügt Appenzell Ausserrhoden über eine schlanke und effiziente Tourismusorganisation, die die Bekanntheit der Ferien- und Ausflugsregion Appenzellerland im hart umkämpften Tourismusmarkt weiter erhöht, die touristischen Leistungsträger in ihren Bestrebungen tatkräftig unterstützt und die touristische Wertschöpfung im Kanton steigert. Die Finanzierung der Tourismusförderungsaufgaben ist dank Leistungsvereinbarungen mit dem Kanton und den Gemeinden, Marketingbeiträgen der touristischen Leistungsträger sowie Mandaten und eigenerwirtschafteten Mitteln gesichert. Das Budget von rund 2 Mio. Franken jährlich ermöglicht es der ATAG, die umfangreichen Marketingaufgaben, insbesondere in der Vermarktung (Kommunikation), in der Angebotsgestaltung und im Verkauf, mit der notwendigen Schlagkraft zu erfüllen. Für die Umsetzung der Tourismusförderungsaktivitäten arbeitet die ATAG sehr eng mit den touristischen Leistungsträgern, den angrenzenden Tourismusorganisationen (VAT AI, St.Gallen-Bodensee Tourismus, Toggenburg Tourismus, Heidi-land Tourismus) sowie Ostschweiz- und Schweiz Tourismus zusammen.



Der starke Schweizer Franken bringt den Tourismus zurzeit schweizweit in Bedrängnis. Zwischen 2008 und 2012 hat die Zahl der Hotellogiernächte in der Schweiz um über 7 %, im Alpenraum gar um über 13 % abgenommen. In Appenzell Ausserrhoden sind die Logiernächte im Jahr 2012 um 8 % im Vergleich zum Vorjahr gesunken. Auf nationaler Ebene hat der Bund daher verschiedentlich eine verstärkte Unterstützung der Tourismusbranche beschlossen (Impulsprogramm 2012 mit Fr. 12 Mio., Impulsprogramm 2016–2019 des Bundes mit zusätzlichen Mitteln aus der Neuen Regionalpolitik [Fr. 200 Mio.] und Innotour [Fr. 10 Mio.]). Die konjunkturellen Probleme klingen aber allmählich ab, die aktuellen Prognosen für den Schweizer Tourismus sind positiv. Allerdings leidet der Sektor generell – nicht nur in Appenzell Ausserrhoden – unter strukturellen Schwächen. Die touristischen Betriebe und die Destinationen sind tendenziell zu klein. Gleichzeitig ist die preisliche Wettbewerbsfähigkeit des Schweizer Tourismus eingeschränkt. Diese Preisnachteile sind hauptsächlich auf hohe Vorleistungs- und Arbeitskosten zurückzuführen.

Nicht nur aufgrund der schwierigen Wirtschaftslage mit starkem Schweizer Franken und dem erheblichen Handlungsbedarf in der Hotelinfrastruktur in Appenzell Ausserrhoden erachtet der Regierungsrat eine professionelle und effiziente Vermarktung der Tourismusdestination Appenzell Ausserrhoden für zentral. Gerade in solch anspruchsvollen Zeiten sind die touristischen Leistungsträger auf die tatkräftige Unterstützung der kantonalen Tourismusorganisation angewiesen. Die Tourismusförderbeiträge der öffentlichen Hand (Kanton und Gemeinden) sind dazu unabdingbar. Gemäss Studien generieren Übernachtungsgäste in Appenzell Ausserrhoden eine direkte touristische Wertschöpfung von jährlich rund Fr. 52–65 Mio. Der Tagestourismus generiert rund Fr. 44–73 Mio. pro Jahr. Insgesamt schafft der Tourismus in Appenzell Ausserrhoden eine Wertschöpfung von rund Fr. 170 Mio. jährlich, was 7.3 % des gesamten Netto-Volkseinkommens (BfS 2005) entspricht.

Der Regierungsrat erwartet nach der nun bald dreijährigen Aufbauphase der neu gegründeten ATAG sowie der konsolidierten Strukturbereinigung im Tourismusbereich Kontinuität in der Organisation der ATAG sowie einen gezielten und effizienten Mitteleinsatz im Rahmen der Leistungsvereinbarung. Die verantwortlichen Personen in der ATAG sind gefordert, in einem schwierigen Umfeld die Destination Appenzell Ausserrhoden weiter aktiv zu vermarkten mit dem Ziel, eine möglichst grosse Wertschöpfung für Appenzell Ausserrhoden zu generieren.

Der Regierungsrat ist sehr an einer verbesserten Zusammenarbeit mit den angrenzenden Tourismusdestinationen interessiert, mit dem Ziel, mehr Produkte, Massnahmen und Aktivitäten gemeinsam anzugehen und dadurch effizienter zu werden (und Kosten zu sparen). Erklärtes Ziel des Regierungsrates ist es nach wie vor, gemeinsam mit dem Kanton Appenzell Innerrhoden im Bereich der Tourismusorganisationen mittelfristig effiziente Strukturen im Sinne einer gemeinsamen Tourismusmarketingorganisation zu schaffen. Eine verstärkte Zusammenarbeit zwischen der ATAG und dem VAT AI muss letztlich aber von beiden Seiten gelebt und aktiv angestrebt werden.

### **7. Tourismuspolitische Strategie des Regierungsrates**

Im Hinblick auf eine Totalrevision des Tourismusgesetzes hat der Regierungsrat im Mai 2013 – unter Mitwirkung von Prof. Dr. Christian Laesser, Titularprofessor für Betriebswirtschaftslehre mit besonderer Berücksichtigung der Tourismuswirtschaft an der Universität St.Gallen – eine tourismuspolitische Strategie für Appenzell Ausserrhoden beschlossen. Die Strategie zeigt auf, wie die zukünftige Tourismuspolitik des Kantons vor allem aus Fördersicht gestaltet werden soll. Das Volks- und Landwirtschaftsdepartement hat gestützt auf diese Strategie und weitere Überlegungen ein Normenkonzept für eine Totalrevision des Tourismusgesetzes ausgearbeitet. Derzeit wird der Gesetzesentwurf ausgearbeitet. Die Vernehmlassung ist in der zweiten Jahreshälfte 2014



geplant. Im 2015 soll das totalrevidierte Tourismusgesetz im Kantonsrat beraten und auf 2016 in Kraft gesetzt werden.

Zentraler Regelungsbereich des neuen Tourismusgesetzes wird auch die Förderung der Vermarktung von Appenzell Ausserrhoden sein. Heute gründet die Förderung auf der Unterstützung von Vermarktungsaktivitäten der hierzu exklusiv und einzig zuständigen Tourismusorganisation, auch Destination Management Organisation (DMO) genannt, vorliegend der ATAG. Neuste Erkenntnisse zeigen jedoch, dass Institutionenförderung und damit Förderung von Strukturen in der Tourismusförderung nur beschränkt zielführend ist. Der Grund liegt darin, dass Aktivitätsräume von Gästen nicht deckungsgleich sind mit Zuständigkeitsgebieten von DMO. In Zukunft soll daher die Vermarktung strategischer Geschäftsfelder und deren Prozesse gefördert werden, und zwar unabhängig davon, welche Institution diese Förderung erhält und für diese Prozesse zuständig ist. Denkbar ist etwa, dass die Bewirtschaftung eines strategischen Geschäftsfeldes zukünftig einem Leistungsträger oder einer anderen Institution übertragen wird. Es ist allerdings unbestritten, dass eine Organisation den Lead in der Organisation dieser Prozesse haben muss. Ob die ATAG diese Organisation sein wird, ist derzeit offen. Es sind sämtliche Optionen zu prüfen.

Die Prozesse sollen am Destinationsmanagement der dritten Generation ausgerichtet werden (vgl. dazu den Kurzbeitrag „Destination Management Organisation“ von Pietro Beritelli und Christan Laesser [Beilage 3]). Die ATAG ist daher bereits daran, in Zusammenarbeit mit der touristischen Basis, die zu verfolgenden strategischen Geschäftsfelder zu erarbeiten. Dabei sind die wichtigsten Leistungsträger involviert. So können die Zusammenarbeit gefördert und die Ressourcen gebündelt werden (vgl. auch nachfolgende Ziff. 8).

### **8. Eigenbeurteilung von Appenzellerland Tourismus**

Der Verwaltungsrat der ATAG hat sich Ende 2012 und Anfang 2013 vertieft der strategischen Entwicklung gewidmet. Er blickte dabei kritisch zurück, erarbeitete ein Stärken/Schwächen und Chancen/Gefahren-Profil, definierte die zentralen Handlungsfelder und legte die Produktgruppen und die emotionale Ausrichtung fest. Auf Basis der Tourismusstrategie des Regierungsrates ist der Verwaltungsrat derzeit daran, die strategischen Geschäftsfelder zu definieren. Dies geschieht in einem partizipativen Prozess mit Einbezug von rund 20 Leistungsträgern. Erste Ergebnisse werden Ende April 2014 anlässlich der Generalversammlung der ATAG kommuniziert. Damit wird auch die Ausrichtung der Tourismusstrategie in die Praxis umgesetzt. Diese Aufgaben sind mit der Leistungsvereinbarung 2014/2015 abgedeckt.

Die ATAG nimmt aber auch einige zentrale Aufgaben im operativen Geschäft wahr. Es sind dies die Bündelung von Produkten, die Vermarktung der Region Appenzellerland, der aktive Verkauf und die Öffentlichkeitsarbeit. 2013 vertrat die ATAG zahlreiche Produkte an Messen im In- und Ausland, führte landesweite Promotionen durch, organisierte Leserreisen und sorgte für eine umfangreiche und vielseitige Berichterstattung über das Appenzellerland. Der Weblink [www.appenzellerland.ch](http://www.appenzellerland.ch) sorgte für die höchsten Wachstumsraten in Ostschweizer Destinationen. Knapp 10'000 Beratungen am Telefon, Kontakte per E-Mail oder Prospektanfragen beantwortete die ATAG im vergangenen Jahr. Im aktiven Verkauf und im Gruppengeschäfte erreichte die ATAG einen Umsatz von mehr als Fr. 500'000 mit Appenzeller Produkten und Leistungsträgern. Die ATAG wird diese unübertragbaren Aufgaben mit einer schlanken Vermarktungsorganisation auch in den Jahren 2014 und 2015 engagiert anpacken.



Die Aufgabengebiete der Vermarktung, der Koordination und der Öffentlichkeitsarbeit bedingen engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand. Mit dem Leistungsauftrag des Kantons Appenzell Ausserrhoden und den damit einhergehenden finanziellen Mitteln ist der Verwaltungsrat der ATAG überzeugt, die erwarteten Leistungen in hoher Qualität erbringen zu können. Damit bietet die ATAG der öffentlichen Hand Gewähr, einen wichtigen Beitrag an die Standortförderung, die touristische Leistungserbringung und vor allem an die Wertschöpfung zu leisten. Mit der regierungsrätlichen Tourismusstrategie sind die Grundlagen für enge Formen der Zusammenarbeit zwischen den Destinationen und den Leistungsträgern gegeben. Der ATAG wird dabei eine besonders wichtige Funktion der Koordination, Steuerung und Lenkung zukommen. Für die ATAG ist es eine Selbstverständlichkeit, die ihr übertragenen finanziellen Mittel effizient und marktorientiert einzusetzen. Das will die ATAG auch in den Jahren 2014 und 2015 so handhaben, um auch in Zukunft zufriedene Gäste im Appenzellerland begrüssen zu dürfen.

### 9. Leistungsvereinbarung 2014 bis 2015

Ausgangspunkt für die Leistungsvereinbarung für die Jahre 2014-2015 (Beilage 1) ist die Leistungsvereinbarung 2013 mit der ATAG. Die Vereinbarung 2013 wurde durch das Departement Volks- und Landwirtschaft grundlegend überarbeitet, entschlackt und klarer strukturiert. Zentrale Neuerungen sind die Nennung von Strategischen Zielen (Ziff. 4) und Leistungszielen (Ziff. 5). So hat die ATAG ihre Tätigkeiten vermehrt strategisch im Sinne des Destinationsmanagements der dritten Generation auszurichten (Ziff. 4 Abs. 2). Die Leistungsziele bestehen aus einem Grundauftrag, der die klassischen Vermarktungsaktivitäten enthält (Ziff. 5.1.1–5.1.4), sowie drei spezifischen Projektaufträgen im Sinne einer Schwerpunktbildung mit Erfolgsmessung (Ziff. 5.2.1–5.2.3). Optimiert wurden auch die Bestimmungen betreffend Controlling und Reporting (Ziff. 7) sowie Finanz- und Rechnungswesen (Ziff. 8). Die ATAG ist neu verpflichtet, eine Sparten-/Produktrechnung zu führen (Ziff. 8 Abs. 2), was die Erfolgs- und Wirkungsmessung der öffentlichen Förderbeiträge erleichtert.

Der Grundauftrag umfasst:

- die Angebots- und Produktgestaltung (Ziff. 5.1.1);
- die Vermarktung (Marketing und Kommunikation) und den Verkauf (Ziff. 5.1.2);
- die Gästebetreuung und die Beratung (Ziff. 5.1.3);
- die Öffentlichkeitsarbeit nach Innen und Aussen (Ziff. 5.1.4).

Über den Grundauftrag hinaus soll die ATAG folgende Projekte mit entsprechender Erfolgsmessung verfolgen:

- Entwicklung einer Geschäftsfeldstrategie (Ziff. 5.2.1);
- Umsetzung neuer Angebote (Ziff. 5.2.2);
- Einführung eines Dynamic Packaging (Ziff. 5.2.3).

Appenzell Ausserrhoden wird Grundauftrag und Projekte für die Leistungsperiode 2014–2015 wie folgt unterstützen:



Posten	Jahr	2014	2015
Grundauftrag		865'000	840'000
Entwicklung Geschäftsfeldstrategie		75'000	25'000
Umsetzung neue Angebote		25'000	50'000
Einführung Dynamic Packaging		25'000	25'000
<b>Total</b>		<b>990'000</b>	<b>940'000</b>

Tab. 5

Der Regierungsrat beantragt mit dem vorliegenden Verpflichtungskredit daher eine Summe von insgesamt Fr. 1'930'000 bzw. Fr. 990'000 für das Jahr 2014 und Fr. 940'000 für das Jahr 2015. Nach Bewilligung des Kredits wird der Regierungsrat die Leistungsvereinbarung für den Kanton unterzeichnen.

## C. Bezug zum Entlastungsprogramm 2015

Der Förderbeitrag des Kantons an die kantonale Tourismusorganisation wurde in den letzten Jahren auf Fr. 990'000 pro Jahr erhöht (seit 2011). Diese Aufstockung der Mittel war möglich durch eine ebenfalls erhöhte Eigenleistung der Branche (Erhöhung Beherbergungstaxen und Tourismusabgabe). Auch die Gemeinden haben erhöhte Förderbeiträge an die ATAG geleistet.

Der Regierungsrat hat im Rahmen des EP 15 beschlossen, den Förderbeitrag an die ATAG ab 2015 um Fr. 50'000 pro Jahr zu kürzen. Bei einer stärkeren Kürzung der kantonalen Fördermittel wäre zu befürchten, dass auch die Gemeinden und die touristischen Leistungsträger nicht mehr bereit sind, ihre aufgestockten Beiträge zu entrichten. Ein kleineres Tourismusbudget hätte zur Folge, dass Stellen reduziert und damit weniger Marketingaktivitäten umgesetzt, weniger Angebote gestaltet und der aktive Verkauf reduziert werden müssten. Mit anderen Worten könnten die touristischen Leistungsträger nur noch ungenügend in ihren Bestrebungen unterstützt werden, das Appenzellerland als Ferien- und Ausflugsregion zu vermarkten. Appenzell Ausserrhoden würde an Attraktivität und Bekanntheit einbüßen. Die Stellung der ATAG als attraktive und verlässliche Partnerin für Tourismusprojekte und Kooperationen würde geschwächt.

## D. Finanzierung

Der Förderbeitrag für das Jahr 2014 in der Höhe von Fr. 990'000 ist im vom Kantonsrat genehmigten Voranschlag 2014 eingestellt. Der Förderbeitrag für das Jahr 2015 in der Höhe von Fr. 940'000 ist in den Voranschlag 2015 aufzunehmen. Die Beitragszusicherung des Kantons steht unter dem Vorbehalt der Genehmigung des Voranschlags 2015 durch den Kantonsrat (vgl. Ziff. 9.4 der Leistungsvereinbarung).



## E. Antrag

Der Regierungsrat beantragt Ihnen,

1. auf die Vorlage einzutreten;
2. dem Kredit zur Finanzierung von Beiträgen an die Appenzellerland Tourismus AG für die Jahre 2014 und 2015 von insgesamt 1'930'000 Franken zuzustimmen. Der Kredit wird aufgeteilt in:
  - Jahr 2014: 990'000 Franken
  - Jahr 2015: 940'000 Franken

Im Namen des Regierungsrates

sign. Marianne Koller-Bohl, Landammann / 26.02.2014

sign. Roger Nobs, Ratschreiber / 26.02.2014

Marianne Koller-Bohl, Landammann

Roger Nobs, Ratschreiber

### Beilagen

Beilage 1      Leistungsvereinbarung 2014/2015

Beilage 2      Geschäftsbericht 2012 Appenzellerland Tourismus AG

Beilage 3      Kurzbeitrag Beritelli/Laesser „Destination Management Organisation“