

Evaluation Tourismusförderung AR

Schlussbericht

3. März 2025

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|--|-----------|
| | Inhaltsverzeichnis | 2 |
| 1 | Ausgangslage und Auftrag | 3 |
| | 1.1 Auftrag | 3 |
| | 1.2 Vorgehen | 3 |
| 2 | Erkenntnisse zur Tourismusedwicklung | 3 |
| | 2.1 Angebot & Entwicklung des Tourismus in AR..... | 3 |
| | 2.2 Relevante Trends für den Tourismus in AR | 5 |
| 3 | Erkenntnisse Evaluation Tourismusförderung | 6 |
| | 3.1 Übersicht zur Tourismuspolitik und -förderung | 6 |
| | 3.2 Evaluation ATAG | 7 |
| | 3.3 Evaluation Förderung Tourismusprojekte | 8 |
| | 3.4 Weiteres | 8 |
| 4 | Handlungsoptionen des Kantons AR | 9 |
| | 4.1 Handlungsoption 1 'Weiter wie bisher' | 9 |
| | 4.2 Handlungsoption 2 'Weiter wie bisher und strategisches Geschäftsfeld Identität' | 10 |
| | 4.3 Handlungsoption 3 'Synergiepotenzial ausschöpfen' | 10 |
| 5 | Empfehlung | 11 |

1 Ausgangslage und Auftrag

1.1 Auftrag

Evaluation der Tourismusförderung AR

Hanser Consulting AG (HCo) wurde vom Departement Bau und Volkswirtschaft (DBV) des Kantons Appenzell Ausserrhoden beauftragt, die Leistung der Tourismusförderung im Kanton AR gemäss der geltenden Leistungsvereinbarungen (abgeschlossen und laufend) im Zeitraum 01.01.2018-31.12.2023 zu evaluieren. Die Ergebnisse sollen genutzt werden, um die

- aktuelle **Strategie der Tourismusförderung zu charakterisieren** und
- **Vorschläge für** eine neue strategische Ausrichtung oder eine Verbesserung der aktuellen **strategischen Ausrichtung der Standortförderung** den Kantonsorganen vorzuschlagen.¹

1.2 Vorgehen

Interviews, Literaturrecherche, eigene Erfahrungen

Peder Plaz und Christian Schlatter (HCo) haben zu diesem Zweck Interviews mit mehr als ein Dutzend Vertreterinnen und Vertreter des Tourismus AR geführt sowie umfangreiche Dokumente (Leistungsaufträge, Geschäftsberichte, Studien) studiert und mit eigenem Fachwissen und eigenen Erfahrungen abgeglichen. Die Erkenntnisse und Feststellungen der Hanser Consulting aus Interviews, Dokumentenstudium und eigenen Erfahrungen wurden in mehreren Sitzungen mit Vertretern des DBV sowie der ATAG besprochen und beurteilt.

Inhaltlich wurden folgende Fragen beleuchtet:

- Wie hat sich der **Tourismus im Kanton Appenzell in den letzten rund 10 Jahren entwickelt** (Angebot, Nachfrage, Geschäftsfelder) und welche **Trends** spielen für die künftige Entwicklung eine Rolle?
- Wie hat der Kanton AR die **Tourismusförderung** gestaltet und wurde die Tourismusförderung entsprechend den politischen Vorgaben zweckmässig umgesetzt?
- Bestehen **Optimierungspotenziale** für die Ausrichtung des Tourismus und der kantonalen Tourismusförderung?

2 Erkenntnisse zur Tourismusentwicklung

2.1 Angebot & Entwicklung des Tourismus in AR

Verschiedene Tourismusformen in AR

Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für den Kanton AR mit rund 5 % Anteil an den Arbeitsplätzen ist zwar (verglichen mit anderen Kantonen) bescheiden. Dennoch wachsen die Arbeitsplätze des Tourismus gesamtkantonal stärker als die Gesamtheit der Arbeitsplätze, wodurch die Bedeutung für die Wirtschaft auf tiefem Niveau steigt. Weil der Kanton AR sich vermehrt als Wohnkanton sieht, nimmt die Bedeutung des Tourismus- bzw. Freizeitangebots als Teil der Wohnortattraktivität zu.

Das touristische Geschäft in AR ist heute, vereinfacht dargestellt, dreigeteilt:

- Einzelne Anbieter gehören zum **‘Erlebnis Appenzell’** und richten sich auf die Tages- und Übernachtungsgäste aus der Schweiz und teilweise Deutschland aus. Dazu gehören insbesondere die Säntisbahn mit der Schwägalp, die Destination Urnäsch mit dem REKA Feriendorf, die Schaukäserei in Stein, die Appenzeller Bahnen und das Angebot der Waldegg. Diese Anbieter sind gut aufgestellt und können sich entwickeln. Es handelt sich dabei um den Hauptteil der touristischen Aktivität im Kanton, die auch grosse Berührungspunkte mit dem Tourismus im Kanton AI aufweist.

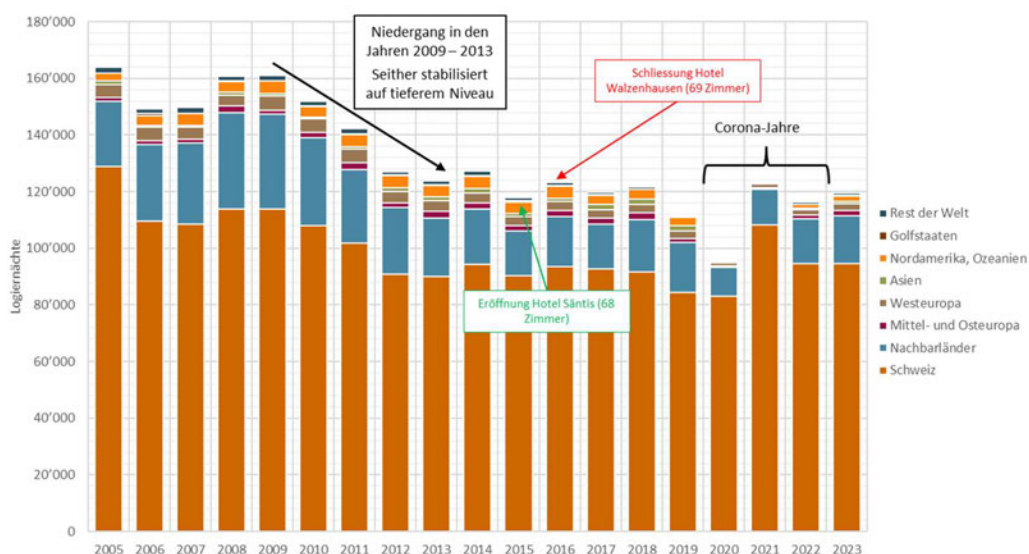
¹ Offertausschreibung

- Die Hotellerie im Mittelteil des Kantons ist primär auf den **Geschäftstourismus** und den 'Überlauf' aus der Stadt St. Gallen ausgerichtet. Die Nachfrage ist rückläufig, die oft (zu) kleinen Hotels stehen vor grossen Herausforderungen bezüglich der Nachfolgeregelung.
- Das Vorderland, insb. Heiden war einmal eine **gesundheitstouristische Destination**, die stagniert bzw. laufend an Nachfrage einbüsst. Einige Hotels kämpfen ums Überleben und mussten bereits finanziell saniert werden. Das Heilbad ist eher regional ausgerichtet.

Die Hotellogiernächte waren im ganzen Kanton in den letzten 10-15 Jahren rückläufig. Zudem liegt die Auslastung der Hotelbetten auf tiefem Niveau, deutlich unter dem Schweizer Durchschnitt. Die Anbieter von Tageserlebnissen (Waldegg, Bergbahnen, Bahnen, Appenzeller Park) hingegen, entwickeln sich stabil bis leicht positiv. Einzelne Anbieter verfolgen zudem spannende Angebots-Ausbauprojekte. Der Tourismus im Appenzellerland (AR und AI) ist stark vom Tagestourismus geprägt, den schätzungsweise 1.5 Mio. jährlichen Besuchern stehen ungefähr 165'000 übernachtende Gäste in Hotels gegenüber.

Abbildung 1

Entwicklung Hotellogiernächte Sommer / Winter im Kanton AR

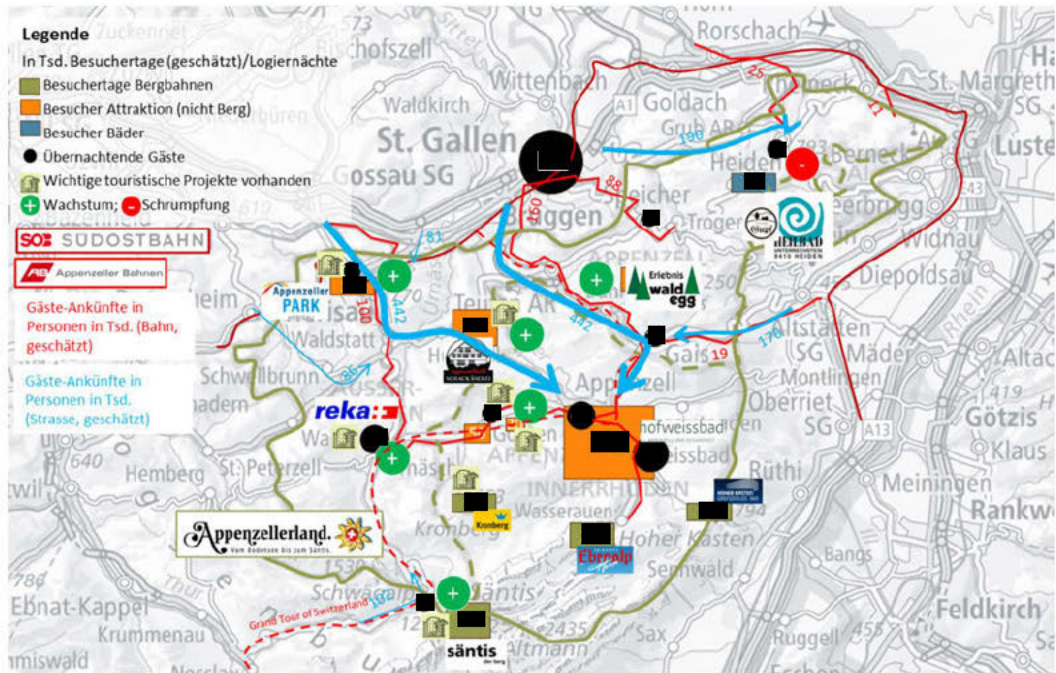


Quelle: Hanser Consulting AG, basierend auf BFS HESTA

Mit dem Appenzeller Park entsteht eine neue Attraktion, die jedoch eine untypische Positionierung für das Appenzellerland aufweist und sich vorerst primär an die lokale/regionale Nachfrage richtet und als Teil des Freizeitangebotes betrachtet werden kann.

Abbildung 2

Tourismus im Appenzellerland auf einen Blick



Quelle: Hanser Consulting AG, basierend auf verschiedenen Datenquellen und Schätzungen

Das Appenzellerland verfügt über eine sehr starke (konservative, identitätsstiftende) Markenkraft, die in der Appenzeller Tradition gründet (z.B. Häuser, naive Bauernbilder, Spezialitäten und Brauchtum) und durch Gäste nicht kantonsspezifisch (AI/AR) zugewiesen werden kann. Im ganzen Kanton stehen zudem rund 5'000 Zweitwohnungen, was einem Zweitwohnungsanteil von 16% entspricht. Gesamtkantonal blieb die Anzahl der Zweitwohnungen seit 2017 stabil; in den einzelnen Gemeinden fanden jedoch teilweise Verschiebungen statt. Die Zweitwohnungen sind gleichmässig auf alle Gemeinden des Kantons verteilt.

Fazit: Einige wenige Anbieter sind für den Tourismus AR entscheidend und entwickeln sich gut. Ihr Geschäft hat grosse Überlappungen mit dem Tourismusgeschäft im Kanton AI. Das Vorderland kämpft mit touristischen Entwicklungsschwierigkeiten und verliert an touristische Bedeutung. Das Freizeitangebot des Tourismus gewinnt für die Positionierung von AR als Wohnstandort an Bedeutung.

2.2 Relevante Trends für den Tourismus in AR

Nachfrage aus der Schweiz dürfte weiterwachsen

Die Trendanalyse zeigt, dass sich die Nachfrage aus dem **Schweizer Markt** für das Appenzellerland gut entwickelt. Der Markt wächst insbesondere in für das Appenzellerland interessanten Segmenten (ü50). Sofern das Appenzellerland attraktive Produkte für diese Segmente anbietet, kann es von einer grundsätzlich soliden Nachfrage sowohl im Freizeit- wie auch im Seminartourismus ausgehen.

Die ebenfalls grundsätzlich vorhandene und wachsende Nachfrage aus den **europäischen Nachbarländern** dürfte auch in Zukunft für die Schweizer Anbieter und für das Appenzellerland nur zu einem kleinen Teil abschöpfbar sein, weil die Schweiz für Gäste aus Europa zu teuer ist. Es ist auch für die Zukunft davon auszugehen, dass der **CHF/EUR-Wechselkurs** sich für die Tourismusanbieter nicht wesentlich verbessert.

Die Schweiz konnte im letzten Jahrzehnt insbesondere von der Tourismusanfrage aus den Fernmärkten (Asien, Nord- und Südamerika) profitieren. Das Appenzellerland hat bisher

bewusst auf einen Eintritt in die **Fernmärkte** verzichtet. Denn es besteht die Gefahr von massentouristischen Entwicklungen. Wir gehen davon aus, dass die Tourismusanbieter auch in Zukunft nicht im grossen Stil auf diese Märkte setzen werden / wollen.

Der zu erwartende **Klimawandel** dürfte insgesamt die Sommersaison positiv beeinflussen und den Anbietern ermöglichen, den Sommer zu verlängern. Gleichzeitig ist zu erwarten, dass die heisseren Temperaturen in den Städten im Hochsommer mehr Gäste in die Berge 'treiben'. Im Winter ist auf mittlerer Höhe im Appenzellerland mit einem zunehmend nasskalten Wetter ohne Schneelandschaft zu rechnen, was die Bedingungen für einen Outdoor-Wintertourismus erschwert.

Fazit: Das Appenzellerland muss künftig mehrheitlich von der inländischen Nachfrage leben. Diese zeigt sich robust und dürfte weiter anwachsen und für vielfältige Tourismusangebote (Naturtourismus, Familienangebote, Genuss, Sport, Wellness usw.) vorhanden sein. Eine Ausdehnung der Sommersaison dürfte aufgrund des Klimawandels wahrscheinlich sein. Die Aktivierung der Wintersaison dürfte herausfordernd bleiben und primär nach Indoor- bzw. Wellnessangeboten verlangen.

3 Erkenntnisse Evaluation Tourismusförderung

3.1 Übersicht zur Tourismuspolitik und -förderung

Juristischer Rahmen

ATAG und NRP als Kernmassnahmen der kantonalen Tourismuspolitik

Der Kanton AR fasst seine Tourismuspolitik im **Art. 1 des kantonalen Tourismusgesetzes** zusammen:

Art. 1 Zweck (Tourismusgesetz Kanton AR)

¹*Dieses Gesetz bezweckt die Förderung des Tourismus mit dem Ziel:*

- a) die Schönheiten der Natur sowie die Schätze der Geschichte, der Kultur und der Traditionen des Kantons zu nutzen und zu achten;*
- b) attraktive Ferien- und Freizeitangebote für Übernachtungsgäste, Tagesgäste sowie die einheimische Bevölkerung zu schaffen;*
- c) die Bekanntheit von Appenzell Ausserrhoden als Tourismusdestination im In- und Ausland zu erhöhen;*
- d) die Zusammenarbeit über politische und institutionelle Grenzen hinweg zu unterstützen und Kooperationen mit anderen Tourismusdestinationen zu nutzen;*
- e) die Wettbewerbsfähigkeit und die Wirtschaftlichkeit der Beherbergungswirtschaft zu verbessern.*

²*Die Förderung des Tourismus berücksichtigt die Interessen der einheimischen Bevölkerung und der Gäste sowie die Anforderungen an eine nachhaltige Entwicklung.*

Zusammengefasst lässt sich die heutige Tourismuspolitik/-förderstrategie des Kantons AR wie folgt charakterisieren:

De jure stellt der Kanton finanzielle Mittel für die Verbesserung des touristischen Angebots und für die Bekanntmachung des touristisch nutzbaren Angebots im Kanton AR zur Verfügung. Dabei will der Kanton, dass der Nachhaltigkeit und den Bedürfnissen der einheimischen Bevölkerung Rechnung getragen wird. Als Zielsegmente gelten sowohl Übernachtungs- und Tagesgäste sowie die einheimische Bevölkerung. Schliesslich will der Kanton im Besonderen die Beherbergungswirtschaft wo nötig unterstützen. Es werden im Gesetz keine spezifischen Input-, Output- oder Wirkungsziele genannt.

Instrumentell kann der Kanton

- I) Leistungsaufträge an Tourismusorganisationen vergeben sowie
- II) Finanzhilfen für die Förderung touristischer Grundlagen, für die Förderung touristisch bedeutsamer Geschäftsfelder und für die Förderung des Strukturwandels in der Beherbergungswirtschaft leisten. Weiter kann der Kanton die
- III) Erarbeitung von konzeptionellen Grundlagen veranlassen.

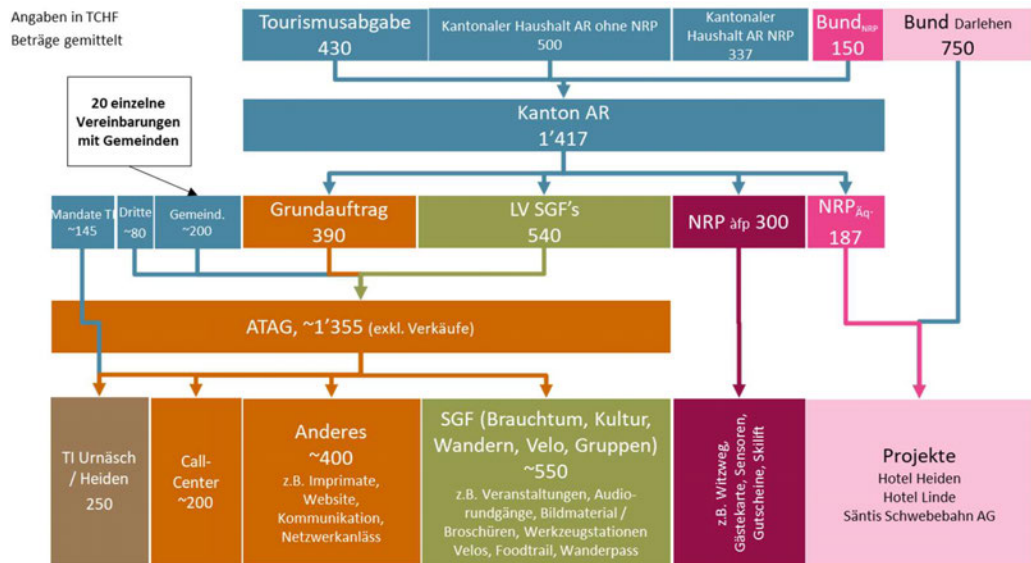
Schliesslich ermöglicht der Kanton den Gemeinden, Kurtaxen für die lokale Tourismusförderung zu erheben.

Aktuelle Umsetzung

De facto führt der Kanton AR derzeit jährlich rund CHF 1.25 Mio. Mittel dem Tourismus zu. Dies wird ergänzt mit TCHF 150 Bundesmitteln und mit TCHF 425 Mittel von Gemeinden und Unternehmen. Total stehen also Beiträge im Umfang von rund CHF 1.8 Mio. jährlich zur Verfügung. Hinzu kommen rund TCHF 750 Bundesdarlehen.

Abbildung 3

Aktuelle Mittelflüsse der Tourismusförderung im Kanton AR (2023)



Quelle: Hanser Consulting AG, basierend auf Angaben des AWA AR sowie Geschäftsbericht ATAG

Rund CHF 1.4 Mio. der Beiträge werden über die Plattform ATAG für Tourismusvermarktung, -information und Entwicklung eingesetzt. Die übrigen Gelder werden in Form von Beiträgen und Darlehen für die Unterstützung von touristischen Projekten vergeben.

Die Umsetzung der kantonalen Tourismuspolitik erfolgt heute also über die Instrumente Appenzellerland Tourismus AG (ATAG) sowie Neue Regionalpolitik (NRP). Allenfalls wirkt das Gesetz sekundär bei Raumplanungsfragen, da der Wille zu Verbesserungen des Tourismusangebots eindeutig stipuliert wird und damit bei Interessenabwägungen mitberücksichtigt werden muss.

3.2 Evaluation ATAG

ATAG zweckmässig aufgestellt, weist jedoch Überlappung zu VAT AI auf

Die ATAG wird zu rund einem Drittel (TCHF 540) aus dem kantonalen Haushalt finanziert. Die übrigen zwei Drittel tragen die Gemeinden (Beiträge und Leistungsaufträge) und Leistungsträger (KTX, Beiträge). Zu diesem Zweck erhebt der Kanton AR Tourismusförderungsabgaben bei den Leistungsträgern, welche einen Betrag von rund TCHF 400 erbringen. Im Vergleich zu anderen Kantonen erscheint die kantonale Finanzierung der ATAG in AR angemessen.

Die ATAG wird durch den Kanton über Leistungsaufträge gesteuert. Diese sind im Vergleich zu anderen Destinationen äusserst detailliert abgefasst und werden sehr eng überwacht.

Die Kosten für die Informationsstellen in Urnäsch und Heiden werden zu wesentlichen Teilen durch die entsprechenden Gemeinden gedeckt.

Aufgrund unserer Prüfungen kommen wir zum Schluss, dass die ATAG die kantonalen Vorgaben zweckmässig umsetzt und den Leistungsaufträgen nachkommt. Für allfällige geringfügige Abweichungen sind nachvollziehbare Gründe vorhanden. Sollte die ATAG weiterhin im heutigen Umfang geführt werden, so ist aufgrund der Teuerung und der Anpassung an zeitgemässe Instrumente (Digitalisierung) mit einer Jahresbudgeterhöhung von rund TCHF 200 zu rechnen. Ansonsten müsste der heutige Leistungsumfang tendenziell gekürzt werden.

Aber, mit den beiden Plattformen ATAG und VAT AI bestehen zwei Organisationen im Appenzellerland, die offensichtlich hohe Überlappungen aufweisen. Sofern der Kanton AR die Effizienz der Tourismusförderung erhöhen möchte, so müssten die Synergien zwischen ATAG und VAT AI besser ausgeschöpft werden. Dies dürfte nach unserer Ansicht nur möglich sein, wenn künftig der Leistungsauftrag zur Vermarktung von AR dem VAT AI vergeben wird. Ein solcher Weg würde vermutlich bis zu TCHF 500 Mittel pro Jahr freisetzen, die anderweitig eingesetzt werden könnten. Im Gegenzug müsste aber der Kanton AR auf eine eigenständige Vermarktung verzichten und sich derjenigen von AI vorbehaltlos anschliessen.

Sollte der Kanton AR weiterhin an einer eigenständigen Vermarktungsplattform festhalten wollen, so besteht nur ein sehr kleiner Verbesserungsspielraum bei der ATAG. Denn sofern der Leistungsumfang aufrechterhalten werden soll, bestehen kaum Einsparungs- oder Optimierungspotenziale, da die ATAG grundsätzlich gut und zweckmässig geführt ist. Auch eine Aufgabe der Informationsstellen bringt kaum Einsparungen, da diese primär von den Gemeinden finanziert und bestellt werden.

Sofern man Einsparungen durch die Reduktion des Leistungsumfangs der ATAG erzielen wollte, bestünde die Gefahr, dass die Plattform in eine unterkritische Grösse abrutscht und damit kaum noch Wirkung entfalten könnte. Dies würde wiederum die Frage aufwerfen, ob man überhaupt eine unterkritische Tourismusplattform betreiben will.

3.3 Evaluation Förderung Tourismusprojekte

Förderung im Rahmen NRP insgesamt angemessen und zweckdienlich

Der Kanton AR beteiligt sich derzeit am nationalen Förderprogramm «Neue Regionalpolitik» und wendet pro Jahr finanzielle Mittel aus dem Staatshaushalt von rund TCHF 120 auf. Ein ähnlicher Betrag stellt zusätzlich der Bund zur Verfügung. Der Bund stellt zudem jährlich NRP-Darlehen im Umfang von TCHF 300 zur Verfügung.

Unsere Prüfung der Projekte, zeigt, dass die in der Vergangenheit vom Kanton AR geförderten Projekte dem Ziel der NRP entsprechen und die Projekte insgesamt zweckmässig waren. Insbesondere hilft diese Art der Förderung den Zielen b, d und e gemäss Art. 1 Tourismusgesetz nachzuleben.

Derzeit stehen zudem einige spannende Investitionsprojekte bei den führenden Tourismusakteuren an (Urnäsch, Stein, Säntis), die optimal in das Schema der NRP-Förderung passen und eine höhere Wirkung als die bisher geförderten Projekte erwarten lassen.

Fazit: Mit der Projektförderung über die NRP kommt der Kanton seinen im Tourismusgesetz formulierten Ziele nach und die Projektförderung scheint heute zweckdienlich zu funktionieren.

3.4 Weiteres

Wohnortattraktivität, Identität und Zusammenhalt als Themen erkannt

Bei den Interviews mit den verschiedenen Akteuren wurde verschiedentlich das Thema 'Identität' aufgebracht. Man geht davon aus, dass allenfalls die Tourismuspolitik einen Teil zur Stärkung der Identität und des Zusammenhalts im Kanton beitragen könnte.

Im Regierungsprogramm 2024-2027 erwähnt der Regierungsrat den Tourismus nicht. Hingegen legt er zwei Tätigkeitsschwerpunkte fest, die durch den Tourismus mitgestaltet werden könnten:

- **Schwerpunkt Wohnen & Arbeiten:** Interessanterweise wird zu diesem Schwerpunkt das Freizeitangebot als Teil der Wohnattraktivität nicht erwähnt, wie das üblicherweise in anderen Standortstrategien von anderen Kantonen, Regionen oder Gemeinden getan wird. In AR wird das Schwergewicht einseitig auf 'günstige Steuern' und 'kostengünstigem Wohnraum' gelegt und implizit davon ausgegangen, dass das natürliche Freizeitangebot besteht und genügt.
- **Schwerpunkt Bildung & Kultur:** Unter diesem Titel will der Regierungsrat das Kulturerbe öffentlich zugänglich halten, damit es sich positiv auf den gesellschaftlichen Zusammenhalt auswirkt und eine gemeinsame Identität stiftet. Die Regierung hat dazu folgendes Ziel formuliert: *Ziel 5 - Bis 2027 wird geklärt, was Kulturgut von kantonaler Bedeutung ist, welchen Stellenwert es bei der Tätigkeit des Kantons hat und wie damit umgegangen wird. Das kulturelle Erbe von Appenzell Ausserrhoden wird langfristig und in Zusammenarbeit mit privaten Akteurinnen und Akteuren bewahrt, zugänglich gemacht und definiert. Diesbezügliche Rechtsgrundlagen sind erstellt.*

Beim Schwerpunkt Bildung & Kultur bestehen Anknüpfungspunkte mit dem Tourismus, welcher mithelfen kann, Museen, Ausstellungen und allfällige Veranstaltungen zu realisieren und die Kultur zu kommunizieren.

Bisher besteht keine konkrete Diskussion dazu, ob die Tourismuspolitik einen konkreten Beitrag zur Stärkung der Identität und des Zusammenhalts im Kanton oder zur Attraktivierung des Wohnstandortes bilden sollte. Mit dem Ziel b im Art. 1 des Tourismusgesetzes wird eine entsprechende Aufgabe des Tourismus zumindest angetönt.

Fazit: Der Kanton AR will sich offensichtlich verstärkt als attraktiven Wohnkanton positionieren und gleichzeitig die Identität und den Zusammenhalt der Bevölkerung stärken. Ob die Tourismuspolitik mit ihren Instrumenten einen Beitrag dazu leisten soll, wird derzeit nicht diskutiert.

4 Handlungsoptionen des Kantons AR

Wir sehen für den Kanton und die kantonale Tourismusförderung aufgrund unserer Analyse die folgenden Handlungsoptionen:

4.1 Handlungsoption 1 'Weiter wie bisher'

'Weiter wie bisher'
grundsätzlich machbar

Grundsätzlich verfügt der Kanton über zweckmässige Instrumente der Tourismusförderung und kann die Tourismusförderung im heutigen Stil und Umfang weiter betreiben. Bei dieser Handlungsvariante empfehlen wir dem Kanton, die Formulierung der Leistungsvereinbarungen offener zu gestalten und damit mehr Verantwortung und Gestaltungsspielraum für die Führung der ATAG dem Verwaltungsrat und der Geschäftsleitung zu übertragen. Damit können administrative Aufwände sowohl bei der ATAG wie auch beim Kanton reduziert werden.

Es ist zu prüfen, ob der ATAG mittelfristig eine Budgeterhöhung in der Grössenordnung TCHF 200 gewährt werden soll oder ob die Leistungen in diesem Ausmass reduziert werden sollen, damit die Organisation auch trotz Lohndruck und steigenden Kosten für die grundsätzlichen Instrumente einer Tourismusorganisation den Grundauftrag weiter erfüllen kann.

Die im Gesetz vorgegebenen strategischen Geschäftsfelder mögen in der Theorie richtig sein. Aufgrund der Kleinheit der Tourismuswirtschaft im Kanton AR erscheint uns eine so detaillierte Vorgabe im Gesetz aber nicht als notwendig. Die strategischen Prioritäten müssen die

Vertreter der Tourismuswirtschaft selbst definieren und verantworten können. Der Kanton hat mit der Möglichkeit, einen vergebenen Leistungsauftrag der ATAG wieder zu entziehen, eine genügend starke Verhandlungsposition, um zu reagieren, falls die ATAG offensichtlich nicht im Sinne des Tourismusgesetzes geführt würde.

Im Bereich der Projektförderung drängen sich keine Anpassungen auf, da es sich bei der NRP um ein etabliertes Instrument auf Bundesebene handelt, welches auch durch die anderen Kantone im Tourismus rege genutzt wird. Zudem besteht berechtigte Aussicht darauf, dass in den nächsten Jahren sinnvolle Tourismusprojekte vorhanden sind, die von einer NRP-Förderung profitieren könnten.

4.2 Handlungsoption 2 'Weiter wie bisher und strategisches Geschäftsfeld Identität'

Ausweitung der Funktionen der ATAG denkbar aber nicht zwingend

Im Rahmen der Evaluation wurden wir wiederholt mit dem Thema der Identitätsstärkung konfrontiert. Im Kern geht es darum, dass der Kanton AR als Wohnortkanton das Zusammengehörigkeitsgefühl aller Kantonsteile stärken will. Es ist denkbar, dass eine Tourismusorganisation dazu einen Beitrag leisten kann, wenn sie dafür eingesetzt wird. Beispielsweise könnte sie Veranstaltungen organisieren, um die Bevölkerung zusammenzubringen oder eine nach innen gerichtete Kommunikationskampagne umsetzen, die auf die Stärkung des Zusammengehörigkeitsgefühls abzielt.

Sollte der Kanton AR die ATAG für solche Funktionen einsetzen wollen, müsste ein entsprechendes Geschäftsfeld definiert und mit zweckmässigen Mitteln alimentiert werden. Wir gehen davon aus, dass dies ergänzend zur heutigen Alimentierung der ATAG stattfinden würde, weil sich die ATAG nur für diese Arbeit anbietet, wenn sie bereits über Grundfähigkeiten in der touristischen Kommunikation und Organisation verfügt, also eine gewisse Breite an Fähigkeiten bereits aufweist.

Es wäre auch denkbar die ATAG ad hoc mit entsprechenden Projekten zu beauftragen und zu alimentieren. Denkbar ist, dass solche Aufgaben aber auch durch andere Akteure wahrgenommen werden könnten.

4.3 Handlungsoption 3 'Synergiepotenzial ausschöpfen'

Näheres Zusammenrücken mit AI

Wenn der Kanton das in der Tourismusvermarktung offensichtlich vorhandene Synergiepotenzial ausschöpfen möchte, sehen wir eine Chance, indem der Kanton auf die Plattform ATAG verzichtet und einen Leistungsauftrag für die touristische Information und Vermarktung dem VAT AI überträgt. Wir gehen davon aus, dass bei einer radikalen Umsetzung, finanzielle Mittel im Umfang von TCHF 500/a freigespielt werden könnten. Dies erachten wir jedoch primär als realistisch, wenn der Kanton AR sich als 'Junior-Partner' dem VAT AI anschliesst und keine besonderen Anforderungen an den VAT AI formuliert, ausser, dass alle Leistungsträger in AR zu gleichen Rechten und Pflichten wie die Akteure im Kanton AI durch den VAT AI vertreten und mitgenommen werden.

Für den Einsatz der freigesetzten Mittel bestehen verschiedene Möglichkeiten: Sie könnten beispielsweise in einen Fonds für Tourismusentwicklung geleitet werden, der durch die Wirtschaftsförderung AR oder den Akteuren der Tourismuswirtschaft geführt wird. Aus diesem Fonds könnten (ergänzend zur NRP) Projekte zur Tourismusentwicklung in AR gefördert werden, die weniger rigide formale Kriterien als bei der NRP erfüllen müssten. Allenfalls könnte auch ein Teil der Mittel an Leistungsträger oder Gemeinden zurückgegeben werden.

Eine solche Lösung würde nicht nur Mittel bei der ATAG, sondern auch beim Kanton freisetzen indem verschiedene administrative Abläufe komplett aufgehoben werden könnten. Auch könnte eine solche Lösung mithelfen, die Zusammenarbeit zwischen den touristischen Akteuren in AR und AI zu verstärken, da die heute systembedingt bestehende leichte Rivalität zwischen ATAG und VAT AI aufgehoben würde.

Bei einer stärkeren Zusammenarbeit mit AI würde der Einsatz des Tourismus für die Identitätsstärkung in AR entfallen.

5 Empfehlung

Handlungsoption 3 Synergien ausschöpfen vielversprechend

Aus tourismus- und volkswirtschaftlicher Logik erachten wir die Handlungsoption 3 als zielführend.

Ob die Variante im Sinne unserer Ausführungen umgesetzt werden kann, hängt jedoch von der Bereitschaft der beiden Kantone AR und AI sowie der Akteure (ATAG, VAT AI und Leistungsträger) ab, sich in einer solchen Lösung wiederzufinden. Aufgrund erster Sondierungsgespräche gehen wir davon aus, dass eine entsprechende Dialogbereitschaft zurzeit besteht.

Vor diesem Hintergrund empfehlen wir dem Kanton AR, die Handlungsoption 3 'Synergiepotenzial ausschöpfen' im Detail auszuarbeiten und mit den Tourismusakteuren zu diskutieren bzw. zu verhandeln. Sofern sich eine gemeinsame Lösung entlang unserer Eckwerte ergeben sollte, empfehlen wir, diese umzusetzen.

Sollte keine gemeinsame Lösung zustande kommen, empfehlen wir die Handlungsoption 1 'Weiter wie bisher' zu verfolgen.

Eine Diskussion dazu, ob der Tourismus bei der Identitätsbildung und Standortattraktivität eine Rolle spielen soll, würden wir derzeit nicht aus tourismuspolitischer Sicht führen. Dazu eignet sich die Diskussion zum Ziel 5 gemäss Regierungsprogramm 2024-2027 besser.

Interviewverzeichnis (alphabetisch, Nachname)

- Sandro Agosti, Appenzeller Heilbad, Heiden, Geschäftsführer
- Ralph Böse, Appenzeller Schaukäserei, Stein, Geschäftsführer
- Remo Brülisauer, Hotel Säntis, Schwägalp, Leiter Gastro und Hotellerie Säntisbahn
- Guido Buob, Verein Appenzell Tourismus AI, Geschäftsführer
- Erich Dasen, Hotel Linde, Heiden, Direktor
- Oliver Engler, Fachstelle öV Kanton AR, Fachverantwortlicher
- Patrick Eugster, Waldegg, Teufen, Inhaber und Geschäftsführer
- Beatrice Forster, Hotel Heiden, Direktorin
- Andreas Frey, Appenzeller Tourismus AG (ATAG), Geschäftsführer
- Jakob Gülünay, Säntis Bahnen, Geschäftsführer
- Claudia Heldner-Lanker, Hotel zur Linde, Teufen, Geschäftsführerin und Mitinhaberin
- Walter Höhener, Hotel Krone, Urnäsch, Geschäftsführer
- Yvonne Hohl, Appenzeller Park, Herisau, Betriebsleiterin
- Daniel Lehmann, Amt für Wirtschaft und Arbeit, Kanton AR, Leiter
- Robert Meier, Skilift Urnäsch, Verwaltungsrat
- Damian Pfister, Reka Dorf, Urnäsch, Leiter Reka Ferien
- Diego Probst, Amt für Wirtschaft und Arbeit, Kanton AR
- Pascale Sigg, Appenzeller Tourismus AG (ATAG), Präsidentin

Verwendete Quellen

- Appenzeller Bahnen (2024): Frequenzstatistiken
- ATAG (2024): Diverse Geschäftsberichte
- ATAG (2023): Analyse Besucherströme
- ATAG (2024): Businessplan SGF Brauchtum 2024-2025
- ATAG (2024): Businessplan SGF Wandern 2024-2025
- ATAG (2024): Businessplan SGF Kultur 2024-2025
- ATAG (2024): Businessplan SGF Velo 2024-2025
- ATAG (2024): Businessplan SGF Seminar 2024-2025
- AWA / ATAG (2021): Leistungsauftrag 2021-2023, Brauchtum
- AWA / ATAG (2021): Leistungsauftrag 2021-2023, Seminar & Gruppen
- AWA / ATAG (2021): Leistungsauftrag 2021-2023, Kultur
- AWA / ATAG (2021): Leistungsauftrag 2021-2023, Velo
- AWA / ATAG (2021): Leistungsauftrag 2021-2023, Wandern
- AWA / ATAG (2022): Leistungsauftrag 2022-2025
- AWA (2024): Schlussberichterstattung über die Umsetzung der NRP 2020-2023
- BFS (2024): Diverse Statistische Grundlagen
- HTW Chur (2017): Touristische Wertschöpfung im Kanton Appenzell Ausserrhoden
- IDT-HSG (2021): Evaluation Leistungsauftrag ATAG
- Kanton SG (2024): Daten der Verkehrszählung
- Regierung AR (2024): Regierungsprogramm 2024-2027
- SGBT (2023): Diverse Geschäftsberichte
- VAT AI (2023): Diverse Geschäftsberichte