



Regierungsrat, 9102 Herisau

---

An die Mitglieder  
des Kantonsrates

Herisau, 22. September 2015 / aje

**1500.243**

**Appenzellerland Tourismus AG (ATAG), Förderbeiträge 2016–2017, Verpflichtungskredit;  
Genehmigung**

**Bericht und Antrag des Regierungsrates vom 22. September 2015**

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

#### **A. Ausgangslage**

Die Appenzellerland Tourismus AG (ATAG) ist die vom Regierungsrat von Appenzell Ausserrhoden anerkannte Tourismusorganisation nach Art. 1 Abs. 3 lit. c des Gesetzes über die Förderung des Tourismus (Tourismusgesetz; bGS 955.21). In dieser Funktion hat die ATAG per 1. Januar 2011 sämtliche touristische 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 die Jahre 2014 und 2015 endet am 31. Dezember 2015. Sie bildet die Grundlage für eine Anschlussvereinbarung für die Jahre 2016 f.

Der Regierungsrat beantragt dem Kantonsrat zur Finanzierung der Förderbeiträge an die ATAG für die Jahre 2016 und 2017 einen Verpflichtungskredit in der Höhe von insgesamt Fr. 1'880'000. Dieser Kredit wird aufgeteilt in je zwei Tranchen für die Jahre 2016 und 2017 in der Höhe von Fr. 940'000.



## B. Erwägungen

### 1. Gesetzliche Grundlagen

Nach Art. 1 Abs. 3 lit. c 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 Tourismusgesetz). Die Ausrichtung von Beiträgen ist an eine Leistungsvereinbarung zu knüpfen (Art. 5 Abs. 2 Tourismusgesetz).

Nach Art. 6 Abs. 2 des 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 Regierungsrats übersteigen. Über den beantragten Förderbeitrag in der Höhe von insgesamt Fr. 1'880'000 hat nach Art. 76 Abs. 2 lit. a der Kantonsverfassung (KV; bGS 111.1) der Kantonsrat zu beschliessen (1–5% einer Steuereinheit = Fr. 420'001 bis Fr. 2'099'800).

### 2. Tourismusvermarktung im Kanton

Der Regierungsrat von Appenzell Ausserrhoden hat die ATAG am 30. November 2010 als kantonale Tourismusorganisation anerkannt (RRB-2010-612). Die ATAG ist die Nachfolgeorganisation des Verbandes Appenzellerland Tourismus AR (VAT AR). Per 1. Januar 2011 hat die ATAG sämtliche touristische 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.

### 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 Säntis-Schwebebahn AG, die Gemeinde Herisau, die Appenzeller Bahnen AG, der Kurverein Heiden, die Mineral- und Heilbad Unterrechtestein 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) Gesundheit, Wellbeing, Prävention und Rehabilitation 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: Betreuung von Medienfachleuten, Pressedienst für Zielmärkte, Medienbeobachtung
- Öffentlichkeitsarbeit: 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. An der Sitzung vom 24. März 2014 hat der Kantonsrat dem Kredit zur Finanzierung von Beiträgen an die ATAG für die Jahre 2014 und 2015 von insgesamt Fr. 1'930'000 zugestimmt. Gestützt darauf hat der Regierungsrat wiederum eine zweijährige Leistungsvereinbarung für die Jahre 2014 und 2015 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 <small>(Beherbergungstaxen, Tourismusabgabe)</small>	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	-	415'000	575'000
2012	990'000	200'000	347'000	643'000
2013	990'000	200'000	362'000	618'000
2014	990'000	200'000	368'000	622'000
2015 (Voranschlag)	940'000	200'000	400'000	540'000
2016 (Voranschlag)	940'000	200'000	400'000	540'000
2017 (geplant)	940'000	200'000	400'000	540'000

Tab. 1



Die Reduktion der kantonalen Förderbeiträge um Fr. 50'000 ab 2015 ist Folge des kantonalen Entlastungsprogramms.

## 5. Finanzielle Situation von Appenzellerland Tourismus

In den vergangenen Jahren betrug der Anteil des kantonalen Förderbeitrags an den Gesamterträgen der ATAG jeweils 54%. Darüber hinaus beteiligen sich die Gemeinden mit 13% am Budget der ATAG. Die Erträge aus Eigenleistungen und Mandaten sowie Projektbeiträgen der Leistungsträger sanken insgesamt leicht auf rund 33%. Auf der Aufwandseite schlagen die Kosten für den Personalaufwand mit 39% zu Buche. 23% aller Ausgaben der ATAG sind für Marketing und Kommunikation bestimmt. Das Engagement im Projekt Aktiver Verkauf beläuft sich auf 6% des Aufwands. 9% werden für die Produktgestaltung ausgegeben. 14% des Aufwands fällt für Organe, Mandatsführung, allgemeine Administration und Steuern an. Restliche Aufwände: 2% Kürzung Vorsteuer und 7% Gruppengeschäft.

Gemäss Budget 2016 der ATAG werden die Aktivitäten wie folgt finanziert:

<b>Finanzierung (Ertrag)</b>	<b>(in Franken)</b>	<b>(in Prozent)</b>
Förderbeitrag Kanton Appenzell Ausserrhoden	940'000	58
Förderbeiträge Gemeinden Appenzell Ausserrhoden (inkl. Bezirk Oberegg AI)	200'000	12
Touristische Leistungsträger	111'390	7
selbst erwirtschaftete Mittel	221'000	13
Mandate	145'413	9
Diverse	5'000	0
<b>Total</b>	<b>1'622'803</b>	<b>100</b>

Tab. 2

Die Mittel werden gemäss Budget 2016 der ATAG wie folgt verwendet:

<b>Mittelverwendung (Aufwand)</b>	<b>(in Franken)</b>	<b>(in Prozent)</b>
Organe, Mandate, Verwaltung, Steuern	217'400	13
Einkauf, Angebotsgestaltung	274'500	17
Werbung, Werbemittel	374'500	23
Verkaufsförderung, Aktiver Verkauf	90'000	6
Personalaufwand	616'650	38
Abschr. Kürzung MWST Vorsteuer	53'000	3
<b>Total</b>	<b>1'626'050</b>	<b>100</b>

Tab. 3



Der Personalaufwand verteilt sich auf die folgenden Aufgabenbereiche:

<b>Aufgabenbereiche</b>	<b>Stellenprozente</b>
Geschäftsführung	40%
Tourist-Info	180%
Vermarktung	170%
Angebotsgestaltung	90%
Verkaufsförderung	100%
Administration, Finanzen	80%
<b>Total</b>	<b>660%</b>

Tab. 4

Zusätzlich zu den 660 Stellenprozenten kommen zwei Stellen für Auszubildende sowie drei Mitarbeitende im Stundenlohn für sporadische Einsätze in den Tourist-Info Heiden und Urnäsch dazu.

## 6. Leistungsbeurteilung des Regierungsrates

### a) Allgemeine Beurteilung

Mit der ATAG verfügt Appenzell Ausserrhoden über eine schlanke und professionelle Tourismusorganisation, welche 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 selbst erwirtschafteten Mitteln gesichert. Das Budget von rund Fr. 1.6 Mio. 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, Heidiland Tourismus), sowie mit Ostschweiz- und Schweiz Tourismus zusammen.

Zum umfangreichen Leistungsnachweis der ATAG im Jahre 2014 kann auf den entsprechenden Geschäftsbericht (Beilage 3) verwiesen werden.

### b) Projektaufträge Leistungsvereinbarung 2014–2015

Gemäss Leistungsvereinbarung 2014–2015 hat die ATAG folgende Projekte mit entsprechender Erfolgsmessung zu verfolgen:

#### **Entwicklung Geschäftsfeldstrategie (Ziff. 5.1.1)**

Auftragsgemäss hat sich die ATAG seit Januar 2014 intensiv mit der Erarbeitung von strategischen Geschäftsfeldern (SGF) auseinandergesetzt. Mit einer Begleitgruppe bestehend aus touristischen Leistungsträgern und Partnern wurden folgende vier SGF evaluiert: Wandern, Lebensart, Business/Events und Gesundheit. Die



ATAG wurde im ganzen Prozess durch eine externe Fachperson begleitet mit regelmässigem Austausch zu Prof. Dr. Pietro Beritelli, Mitbegründer des St.Galler Modells für Destinationsmanagements (Destinationsmanagement der dritten Generation).

Seit 2015 ist die ATAG dabei, die SGF „Wandern“ und „Lebensart“ umzusetzen. Sowohl Marketing und Kommunikation als auch Produktemanagement sind dabei SGF-orientiert. Der Projektlead im SGF „Business/Events“ mit dem „Aktiven Verkauf“ wurde von der Appenzeller Bahnen AG übernommen. Das Geschäftsfeld „Gesundheit“ wird ab 2016 bearbeitet.

Fazit: Die Meilensteine/Vorgaben gemäss Leistungsvereinbarung wurden erfüllt.

### **Umsetzung neue Angebote (Ziff. 5.1.2)**

Im Rahmen des Projektes „Enjoy Appenzellerland“ mit Schweiz Tourismus hat die ATAG seit Mai 2014 im SGF „Wandern“ neue Produkte gestaltet bzw. bestehende Wanderwege optimiert. Ziel ist es, zwei bis vier Wanderwege gemäss dem Konzept der Erlebnisinszenierung so aufzuwerten, dass die Wege mittelfristig nationale Bekanntheit erlangen. Durch die Investitionen sollen die Frequenzen auf den Wegen gesteigert und die Wertschöpfung für die touristischen Leistungsträger erhöht werden.

Nach einer Analyse des Wanderwegnetzes wurden die folgenden Wanderrouten als „Schaufenster-Wanderwege“ bestimmt: Witzweg (Heiden-Wolfhalden-Walzenhausen), Eggen-Höhenweg (Teufen-Speicher) und Gäbristour (Gais-Sommersberg-Gäbris-Gais). Für alle drei Wege liegen seit Frühling 2015 konkrete Aufwertungs-Konzepte vor. Beim Witzwanderweg konnten im Mai 2015 erste Neuerungen (Tafeln, „Witzchischtä“) umgesetzt werden. Herausforderung bei den anderen beiden Wanderwegen ist derzeit die Mitfinanzierung durch Dritte. Ziel ist es, im Frühling 2016 die Wege erfolgreich aufgewertet zu haben. Kommunikativ fokussiert sich die ATAG bereits heute auf diese Wege (neue Wanderbroschüre).

Fazit: Die Meilensteine/Vorgaben gemäss Leistungsvereinbarung werden Ende 2015 erreicht.

### **Einführung Dynamic Packaging (Ziff. 5.1.3)**

In Zusammenarbeit mit der Tourismus Service Ostschweiz AG hat die ATAG auf Oktober 2015 das Buchungssystem TOMAS im Kanton Appenzell Ausserrhoden installiert. Ab diesem Zeitpunkt sind Hotelbetriebe und B&B's über [www.appenzellerland.ch](http://www.appenzellerland.ch), [www.ostschweiz.ch](http://www.ostschweiz.ch) sowie weitere Internet-Kanäle je nach Wahl der Betreiberinnen und Betreiber online buchbar. Ein wichtiger Meilenstein in den Bestrebungen, mehr Logiernächte für Appenzell Ausserrhoden generieren zu können, soll damit erreicht werden. Zahlreiche Betriebe sind bereits in das System integriert, weitere werden folgen.

Fazit: Die Meilensteine/Vorgaben gemäss Leistungsvereinbarung wurden erfüllt.

## **7. Eigenbeurteilung von Appenzellerland Tourismus**

Zur Eigenbeurteilung der ATAG zur Leistungsperiode 2014–2015 kann auf Beilage 4 verwiesen werden.



## 8. Leistungsvereinbarung 2016–2017

Grundlage für die Leistungsvereinbarung 2016–2017 (Beilage 1) bildet die geltende Leistungsvereinbarung 2014–2015 (Beilage 2) mit der ATAG. Die geltende Vereinbarung wurde punktuell ergänzt. So wird unter Ziff. 4 (strategische Ziele) neu präzisiert, dass die ATAG ihre Tätigkeiten an den Grundsätzen des Destinationsmanagements der dritten Generation auszurichten hat. Dabei ist die Gestaltung und Vermarktung der touristischen Angebote anhand der festgelegten strategischen Geschäftsfelder vorzunehmen. Neu erwähnt ist auch die konsequente Ausrichtung ihrer Tätigkeiten an den Kunden- und Gästeströmen. Die Leistungsziele bestehen wie bereits in den Jahren zuvor aus einem Grundauftrag, der die klassischen Vermarktungsaktivitäten enthält (Ziff. 5.1.2–5.1.5), sowie aus drei spezifischen Projektaufträgen im Sinne einer Schwerpunktbildung mit Erfolgsmessung (Ziff. 5.2.1–5.2.3). Der Grundauftrag wurde mit einer neuen Ziff. 5.1.1 ergänzt, wonach die ATAG zuständig ist für die generelle Organisation destinationsrelevanter kollektiver strategischer Geschäftsfeld-Prozesse (Destinationsplanung und –management). Die ATAG ist weiterhin verpflichtet, eine Sparten-/Produktrechnung zu führen (Ziff. 8 Abs. 2), was die Erfolgs- und Wirkungsmessung der öffentlichen Förderbeiträge erleichtert.

Der Grundauftrag umfasst:

- die Destinationsplanung und das Destinationsmanagement (Ziff. 5.1.1)
- die Angebots- und Produktgestaltung (Ziff. 5.1.2)
- die Vermarktung (Marketing und Kommunikation) und den Verkauf (Ziff. 5.1.3)
- die Gästebetreuung und die Beratung (Ziff. 5.1.4)
- die Öffentlichkeitsarbeit /das Lobbying (Ziff. 5.1.5)

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

- Entwicklung geschäftsfeldspezifischer Businesspläne (Ziff. 5.2.1)
- Projektkoordination nationale Angebote (Ziff. 5.2.2)
- Neue Wanderangebote (Ziff. 5.2.3)

Es ist vorgesehen, Grundauftrag und Projekte für die Leistungsperiode 2016–2017 wie folgt zu unterstützen:

Position	2016	2017
Grundauftrag	790'000	790'000
geschäftsfeldspezifische Businesspläne	75'000	75'000
Projektkoordination nationale Angebote	35'000	35'000
neue Angebote SGF „Wandern“	40'000	40'000
<b>Total</b>	<b>940'000</b>	<b>940'000</b>

Tab. 5

Der Regierungsrat beantragt mit dem vorliegenden Verpflichtungskredit daher eine Summe von insgesamt Fr. 1'880'000 bzw. je Fr. 940'000 für die Jahre 2016 und 2017. Nach Bewilligung des Kredits wird der Regierungsrat die Leistungsvereinbarung für den Kanton unterzeichnen.



## C. Verhältnis zur Totalrevision des Tourismusgesetzes

Die Totalrevision des Tourismusgesetzes wird in erster Lesung an der Sitzung des Kantonsrates vom 26. Oktober 2015 gleichzeitig mit dem vorliegenden Geschäft behandelt. Die zweite Lesung im Kantonsrat ist im Frühjahr 2016 vorgesehen. Das neue Tourismusgesetz soll auf den 1. Januar 2017 in Kraft gesetzt werden. Auf Basis des neuen Tourismusgesetzes sollen ab 2018 die neuen Leistungsvereinbarungen im Bereich der kollektiven Destinationsaufgaben/“Service Public“ (z.B. zentrale Homepage, zentrale Buchungssysteme, Destinationsplanung und -management nach dem Destinationsmanagement der dritten Generation) einerseits sowie der Vermarktung von strategischen Geschäftsfeldern andererseits umgesetzt werden. Für die dafür notwendigen Vorbereitungsarbeiten ist eine zweijährige Übergangsfrist mit einer zweijährigen Leistungsvereinbarung für die Jahre 2016–2017 erforderlich und zweckmässig.

## D. Finanzierung

Der Förderbeitrag für das Jahr 2016 in der Höhe von Fr. 940'000 ist im Voranschlag 2016 eingestellt. Der Förderbeitrag für das Jahr 2017 in der Höhe von ebenfalls Fr. 940'000 ist in den Voranschlag 2017 aufzunehmen. Die Beitragszusicherung des Kantons steht unter dem Vorbehalt der Genehmigung des Voranschlags 2016 durch den Kantonsrat (vgl. Ziff. 9.4 der Leistungsvereinbarung).

## 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 2016 und 2017 von insgesamt Fr. 1'880'000 zuzustimmen. Der Kredit wird aufgeteilt in:
  - Jahr 2016: Fr. 940'000
  - Jahr 2017: Fr. 940'000

Im Namen des Regierungsrates

sign. Matthias Weishaupt

sign. Roger Nobs

Matthias Weishaupt, Landammann

Roger Nobs, Ratschreiber

## Beilagen

Beilage 1	Leistungsvereinbarung 2016–2017
Beilage 2	Leistungsvereinbarung 2014–2015
Beilage 3	Appenzellerland Tourismus, Jahresbericht 2014
Beilage 4	Eigenbeurteilung Appenzellerland Tourismus AG