

Medienmitteilung

Volkswirtschaftsdepartement / Telefon 041 819 16 13 / Telefax 041 819 16 19 / E-Mail wwd@sz.ch

Montag, 12. April 2010



Neue kantonale Tourismusstrategie

Gefordert wird eine Bündelung der Kräfte

(VD/i) 50 Vertreter der Tourismusbranche haben zusammen mit dem Volkswirtschaftsdepartement eine Tourismusstrategie für den Kanton Schwyz erarbeitet. Die Strategie setzt die Schwerpunkte der zukünftigen touristischen Entwicklung und fordert strukturelle Anpassungen bei den Tourismusorganisationen. Mit der Bildung einer zentralen Destinations-Management-Organisation (DMO) soll sich die Branche auf die neue Marktsituation sowie die veränderten Bedürfnisse der Gäste ausrichten.

Im Schwyzer Tourismus haben sich über die letzte Dekade grosse Veränderungen ergeben. Die stetig steigende Zahl der Logiernächte bei sinkenden Bettenzahlen lässt die Dynamik des Schwyzer Tourismus erkennen. Beträchtliche Zunahmen verzeichnet insbesondere der Seminar- und Tagestourismus mit seinen vier Standbeinen in Brunnen, Morschach, Feusisberg und Pfäffikon. Aber auch der Tagestourismus konnte in den vergangenen Jahren zulegen. Zunehmend an Bedeutung gewinnt der Eventtourismus. Eine Vielzahl von Grossveranstaltungen führt zu neuen Wertschöpfungsmöglichkeiten, insbesondere im ländlichen Raum.

Die Analyse zeigt, dass sich der jährliche Umsatz des Schwyzer Tourismus auf eine geschätzte halbe Milliarde Franken beläuft, wovon die Tages- und Freizeitgäste 82 % beitragen und die restlichen 18 % von Übernachtungsgästen generiert werden. Die Anzahl Logiernächte erhöhte sich in den vergangenen Jahren auf 620 000 (2009), jene der Tagestouristen liegt bei rund 6 Millionen.

Schwyz benötigt kritische Grösse

In den vergangenen Jahren hat der Wettbewerb zwischen verschiedenen Destinationen national wie international stetig zugenommen. Die klassischen Kommunikationsmedien wie Broschüren und Messen haben an Bedeutung verloren und werden zunehmend durch neue Informationsquellen ersetzt. Zudem hat sich die Informationsfülle für die Konsumenten erhöht, was dazu führt, dass die Platzierung von Botschaften schwieriger und kostenintensiver wird. Erkennbarkeit am Markt wird zu einem kritischen Erfolgsfaktor. Für den Kanton Schwyz ist deshalb das Erreichen einer kritischen Grösse für die Marktbearbeitung und die Definition einer eindeutigen Positionierung von zentraler Wichtigkeit um wettbewerbsfähig zu bleiben und um Marktanteile dazuzugewinnen.

Suboptimale Strukturen und Aufgabenteilung

Momentan zeigt sich sowohl auf kantonaler Ebene wie auch auf der Ebene der Gemeinden eine Parallelität von Organisationen und Leistungsanbietern, die sich mit der touristischen Entwicklung und Vermarktung des Kantons Schwyz befassen. Diese Struktur führt zu Überschneidungen in den Zuständigkeiten und erschwert eine einheitliche Positionierung des Kantons und seiner Schwerpunktregionen.

Gemeinsam erarbeitete Strategie

Vor diesem Hintergrund hat das Volkswirtschaftsdepartement die Erarbeitung einer neuen Tourismusstrategie für den Kanton Schwyz an die Hand genommen. Wichtige Tourismusakteure wurden eingeladen, sich an der Diskussion und Entwicklung der Strategie zu beteiligen. An insgesamt drei Workshops

sowie der Schlusspräsentation beteiligten sich jeweils rund 50 Teilnehmende aus der gesamten Tourismusbranche.

Die nun vorliegende Tourismusstrategie setzt räumliche Schwerpunkte, fordert Verbesserungen im Angebot sowie eine koordiniertere Marktbearbeitung. Angestrebt wird eine Erhöhung der betrieblichen und regionalen Wertschöpfung durch den Tourismus. Der Strategieprozess brachte das Bedürfnis der Branche nach einer Bündelung der Kräfte deutlich zum Ausdruck. Gefordert wird eine zentrale Destinations-Management-Organisation (DMO). Eine DMO bietet die Chance, touristische Angebote aufeinander abzustimmen, Leistungspakete zu schnüren und neue Produkte zu entwickeln. Gleichzeitig sollen die Mittel für die Marktbearbeitung gebündelt eingesetzt werden, was die Schlagkraft des Marketings erhöht.

Die neue Strategie klärt die Zuständigkeiten, Kompetenzen, die Zusammenarbeit sowie den Mittelfluss der lokalen und regionalen Tourismusorganisationen sowie der DMO. Gleichzeitig werden die überkantonalen Anbindungen Richtung Luzern und Zürich geregelt, welche wiederum das Bindeglied zu Schweiz Tourismus bilden.

Anspruchsvolle Umsetzungsarbeiten

Der Regierungsrat befürwortet die Tourismusstrategie sowie die strukturellen Anpassungen und die Aufgabenteilung. Er ist bereit, sich an einer kantonalen DMO finanziell verstärkt zu beteiligen. Er setzt aber voraus, dass die lokalen Tourismusorganisationen eine DMO mittragen, die Strukturreformen unterstützen und mit der DMO Leistungsvereinbarungen abschliessen.

Die vorliegende Strategie wurde gemeinsam mit der Branche erarbeitet und findet breite Zustimmung. Dieser konzentrierte Prozess ist für den Kanton Schwyz einmalig und zeigt, wie wichtig ein solcher Austausch ist. Die aktuelle Dynamik und Offenheit der Branche für Veränderungen gilt es nun zu nutzen. Das Volkswirtschaftsdepartement hat den Tourismusverband des Kantons Schwyz mit der Bildung der künftigen DMO beauftragt.

Volkswirtschaftsdepartement

Auskunft: Joana Filippi, Vorsteherin Amt für Wirtschaft, Tel. 041 819 16 13 (ab 10.30 Uhr)