

Auszug aus dem Protokoll des Regierungsrates des Kantons Zürich

Sitzung vom 26. April 2017

384. Verein Zürich Tourismus, Staatsbeitrag für die Jahre 2017–2020

Der Verein Zürich Tourismus (nachfolgend: Zürich Tourismus) mit Sitz in Zürich fördert in Verbindung mit den Behörden, dem Gastgewerbe, den Kulturinstitutionen und anderen interessierten Kreisen den Tourismus für die Tourismusregion Zürich. Seine Mittel schöpft er aus Mitgliederbeiträgen, Kooperationen, Logiernachtaxen, Erträgen aus kommerzieller Tätigkeit sowie freiwilligen Zuwendungen und Beiträgen der Stadt Zürich und des Kantons Zürich. Der Verein erhält seit 1928 einen jährlichen Staatsbeitrag, dessen Höhe in den letzten Jahren Fr. 270'000 betrug. Letztmals wurde der Beitrag für die Jahre 2013 bis 2016 gewährt (RRB Nr. 1082/2012) und soll nun für die nächsten vier Jahre erneuert werden.

Der Tourismus hat eine lange Tradition und ist für die Volkswirtschaft der Schweiz und insbesondere auch des Kantons Zürich von grosser Bedeutung. Gemäss einer Wirkungsanalyse des BAK Basel generierte der sogenannte Incoming-Tourismus im Jahr 2013 eine Bruttowertschöpfung von rund 2,6 Mrd. Franken, was 2,1% der Wirtschaftsleistung des Kantons Zürich entspricht. Auch die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus als Arbeitgebender fällt ins Gewicht. So sind 3,6% aller erwerbstätigen Personen unmittelbar oder mittelbar an der Erbringung der touristischen Dienstleistungen beteiligt (BAK Basel Economics AG, Die Bedeutung des Tourismus für die Zürcher Volkswirtschaft. Eine makroökonomische Wirkungsanalyse im Auftrag von Zürich Tourismus, 2005, S.4). Neben der Wertschöpfung und der Beschäftigung im regionalen Gastgewerbe bietet der Tourismus der Bevölkerung im Kanton Zürich auch einen wichtigen Einstiegs-Arbeitsmarkt und trägt zur Belebung der Zentren und des kulturellen Lebens in der Region bei. Zürich verzeichnet heute am meisten Übernachtungen in der Schweiz und die Tourismusregion Zürich konnte 2015 auch im schwierigen wirtschaftlichen Umfeld mit 5,6 Mio. Logiernächten erneut einen Rekord verzeichnen. Das zeigt, dass die Tourismusregion Zürich sehr gut positioniert ist. Die Tourismuswerbung kommt vermehrt auch der Standortförderung zugute. Waren früher das Führen von Auskunftsbüros und die direkte Gästebetreuung ausschlaggebend, wird der Tourismus heute vermehrt als Möglichkeit zur Vermarktung des Wirtschafts-, Wissens-, Kongress- und Tourismusstandortes und damit auch im Interesse der Standortförderung verstanden. Der Tourismus trägt dazu bei, das Produkt «Wirtschaftsstandort Zürich» im

globalen Standortwettbewerb bekannt zu machen und diversifiziert zu positionieren. So ist der Standort Zürich weltweit bekannt nicht nur für den Finanzplatz, sondern auch für die Forschung, für eine moderne Medizin und als attraktiver Standort für IT, Kreativwirtschaft und Life Science.

Angesichts des sich verschärfenden internationalen Standortwettbewerbs ist eine eindeutige und unverwechselbare Positionierung wichtig. Vor diesem Hintergrund hat der Regierungsrat mit Beschluss Nr. 836/2011 ein Integriertes Standort- und Destinationsmarketing (ISDM) beschlossen, in dessen Rahmen die Partner Zürich Tourismus, Stadt Zürich und Kanton Zürich ihre Kräfte bündeln, um die vorhandenen Qualitäten Zürichs als hervorragender Wirtschafts-, Wissenschafts-, Tourismus- und Lebensstandort sichtbar zu machen. Im Rahmen des ISDM entwickelten die drei Partner die Marke der Tourismusdestination Zürich «Zürich – World Class. Swiss Made». Mit dieser wirbt vor allem Zürich Tourismus im Bereich Freizeit- und MICE-Tourismus (Meeting, Incentives, Conventions, Events) in insgesamt 19 Märkten weltweit für die Tourismusregion Zürich. Aufgrund ihrer engen Verbindung zur Standortförderung fällt die Tourismusförderung in die Zuständigkeit der Volkswirtschaftsdirektion (Anhang 1 lit. D Ziff. 6 der Verordnung über die Organisation des Regierungsrates und der kantonalen Verwaltung, VOG RR).

Die Beiträge an Zürich Tourismus erfüllen verschiedene öffentliche Interessen. Deshalb und weil eine verursachergerechte Finanzierung durch die Nutzniesser faktisch unmöglich ist, unterstützen Bund und Kantone die Tourismuswerbung seit Langem. Bezuglich der angemessenen Beitragshöhe gilt nach wie vor der bereits im grundlegenden Regierungsratsbeschluss (RRB Nr. 2316/1989) festgehaltene Grundsatz, dass sich die bewährte Aufgabenteilung auch in der Bemessung des Staatsbeitrags widerspiegeln soll. Während die öffentliche Hand in erster Linie für die auch dem Tourismus dienende Infrastruktur (Strassen, öffentlicher Verkehr, Flughafen, kulturelle Einrichtungen, Sporteinrichtungen) aufkommt, sorgt die Privatwirtschaft vor allem für die Tourismusbereiche im engeren Sinn (Beherbergung, Werbung). Zürich Tourismus erbringt aufgrund seiner gut entwickelten Infrastruktur und seines Netzwerks wirksame Werbe- und Dienstleistungen zugunsten des ganzen Kantons. Das Gesamtbudget von Zürich Tourismus belief sich 2015 auf 19,2 Mio. Franken und ist zu über 92% privat finanziert, was in der Schweiz einzigartig ist. Für die Destinationswerbung erheben die Zürcher Hotels auf der Grundlage einer freiwilligen Vereinbarung mit dem Zürcher Hotelier-Verein eine City Tax von Fr. 2.50 pro Übernachtung. Der Totalbetrag aus diesen Beiträgen deckte 2015 51,3% des Gesamtbudgets von Zürich Tourismus. Die Stadt Zürich beteiligt sich jährlich mit einem zweckgebundenen Betrag von 1,22 Mio. Franken und der Kanton Zürich mit einem Betrag von Fr. 270 000.

Die bisherige jährliche Subvention durch den Kanton im Betrag von Fr. 270 000 erscheint daher weiterhin angemessen. Sie ist dem Verein Zürich Tourismus für 2017–2020 in diesem Betrag zuzusichern. Dazu ist eine neue Ausgabe von insgesamt Fr. 1 080 000 zu bewilligen. Sie geht zulasten der Leistungsgruppe Nr. 5300, Amt für Wirtschaft und Arbeit, und ist im Budget 2017 enthalten sowie für die Planjahre 2018–2020 im KEF 2017–2020 eingestellt.

Auf Antrag der Volkswirtschaftsdirektion
beschliesst der Regierungsrat:

I. Dem Verein Zürich Tourismus wird für die Jahre 2017–2020 eine jährlich auszuzahlende Subvention von Fr. 270 000, insgesamt Fr. 1 080 000, als neue Ausgabe zulasten der Erfolgsrechnung der Leistungsgruppe Nr. 5300, Amt für Wirtschaft und Arbeit, zugesichert.

II. Mitteilung an die Volkswirtschaftsdirektion.

Vor dem Regierungsrat
Der Staatsschreiber:



Husi