

Sitzung vom 12. September 2012

921. Anfrage (Stärkung des Tourismus)

Kantonsrat Josef Wiederkehr, Dietikon, hat am 25. Juni 2012 folgende Anfrage eingereicht:

Seit 2009 ist die Zahl der ausländischen Touristen in der Schweiz rückläufig. Die Hotels hatten in den ersten drei Monaten 2012 gegenüber dem Vorjahresquartal 8,4% weniger Besucher (Quelle: Tages-Anzeiger, 7.3.12). Besonders Gäste aus der Europäischen Union kommen weniger häufig in die Schweiz. Gründe hierfür sind u. a. der starke Franken und wirtschaftliche Probleme vieler EU Länder. Darüber hinaus haben besonders die Deutschen – wie selbst Mitglieder des baden-württembergischen Landtages hinter hervorgehaltener Hand sagten – den Eindruck, in der Schweiz nicht mehr willkommen zu sein. Aber auch die beschlossenen Restriktionen für Taxiunternehmen aus Deutschland und Österreich zeugen von Abschottungstendenzen und erschweren die Vermarktung der Tourismusregion Zürich.

Im Gegensatz dazu sind grenzüberschreitende Tourismusprojekte wie z. B. das Projekt Erlebnisraum Hochrhein ein gutes Mittel, wie solchen Tendenzen entgegengewirkt werden kann. Das genannte Projekt soll neben der Förderung des Tourismus auch zu einer Stärkung des Wir-Gefühls der dort lebenden Deutschen und Schweizern beitragen. Leider wird eine grenzüberschreitende Förderung des Tourismus allzu oft vernachlässigt. Insbesondere der grenzüberschreitende Tagestourismus wird an vielen Orten, wie verschiedene Zeitungsartikel belegen, unterschätzt. Zahlreiche Vereine, Verbände und gemeinnützige Organisationen aus den deutschen Grenzregionen organisieren ihre Ausflüge an den Rheinfall oder haben im Rahmen eines Ferienlagers die Stadt Zürich als festen Programmpunkt eingebaut.

Fragen:

1. Wie beurteilt der Regierungsrat die Entwicklung der Tourismusbranche im Kanton Zürich in den letzten fünf Jahren? Gibt es markante Änderungen in Bezug auf Destination, Herkunft der Gäste und Anzahl der Hotelübernachtungen?
2. Welchen Stellenwert räumt der Regierungsrat einer grenzüberschreitenden Vermarktung des Tourismus ein? Welche Strategie sollte diesbezüglich verfolgt werden?

3. Welche Bedeutung hat der Tagestourismus aus Sicht des Regierungsrates?
4. Im Projekt Erlebnisraum Hochrhein ist der Kanton Zürich durch den Verein Züri Unterland Tourismus vertreten. Welche Aufgabe kommt dem Verein zu? Wie wird er dabei vom Kanton unterstützt?
5. Gibt es weitere kantonsübergreifende Tourismusprojekte?
6. Wäre ein Beitritt zum Naturpark Schaffhausen insbesondere für den nördlichen Kanton Zürich nicht ein Beitrag zur Tourismusförderung der Regionen Rheinau und Rheinflall?
7. Der Flughafen Zürich spielt eine wichtige Rolle für den grenzüberschreitenden Tourismus. Eine gemeinsame Vermarktung z. B. mit der Region Bodensee könnte auch die Akzeptanz bei den Deutschen für den Flughafen erhöhen, da dieser sich positiv auf die gesamte Region als Touristendestination auswirkt. Was unternimmt der Regierungsrat diesbezüglich? Gibt es hier eine Strategie?

Auf Antrag der Volkswirtschaftsdirektion

beschliesst der Regierungsrat:

I. Die Anfrage Josef Wiederkehr, Dietikon, wird wie folgt beantwortet:

Zu Frage 1:

Die Tourismusregion Zürich stand die letzten Jahre, wie die gesamte Schweizer Exportwirtschaft, unter dem Einfluss der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise. Die Zahl der Übernachtungen nahm in den letzten vier Jahren, trotz starkem Franken, leicht zu und lag stets deutlich über dem Schweizer Schnitt. 2011 stieg sie nochmals um 2,6% auf den Rekordwert von 5,2 Mio. Übernachtungen an. Gesamtschweizerisch war ein Rückgang der Übernachtungen um 0,2% zu verbuchen. In der Stadt Zürich stieg die Zahl der Logiernächte im ersten Halbjahr 2012 um 1,3% an (gesamtschweizerisch: Rückgang um 3,7%). Im Hinblick auf die Herkunftsländer der Gäste in der Region Zürich (Stadt Zürich, Flughafenregion und Limmattal) ist 2011 eine Abnahme der Zahl der Gäste aus traditionellen europäischen Märkten wie Deutschland, Österreich, den Niederlanden und Italien zu verzeichnen. Demgegenüber stieg die Zahl der Gäste aus China (einschliesslich Hongkong), Indien, Russland und Brasilien sowie der Schweiz weiter an.

Die Entwicklung der Tourismusbranche im Kanton Zürich in den letzten Jahren ist somit grundsätzlich positiv zu bewerten. Tiefgreifende Änderungen im Hinblick auf die gewählte Destination im Kanton Zürich oder die Herkunft der Gäste sind nicht ersichtlich.

Zu Fragen 2, 5 und 7:

Die Vermarktung des Raums Zürich als Tourismusstandort und die Pflege der strategischen Partnerschaften mit Vertretungen der Touristikbranche sowie branchennahen Unternehmen und Organisationen (sowohl strategisch wie operativ) erfolgt durch Zürich Tourismus, einer gemeinnützige Marketingvereinigung, die in Verbindung mit den Behörden, dem Gastgewerbe, den Kulturinstituten und anderen interessierten Kreisen den Tourismus für Stadt und Kanton sowie für die nahegelegene Region Zürich fördert. Zürich Tourismus ist zu wesentlichen Teilen privat finanziert, die öffentliche Hand stellt im Vorstand eine Minderheit (zwei Vertretungen der Stadt Zürich).

Da Tourismus naturgemäss an keine Kantonsgrenzen gebunden ist, arbeiten die meisten Tourismusorganisationen über ihre Regions- und Kantonsgrenzen hinaus zusammen. Zürich Tourismus pflegt Partnerschaften mit verschiedenen Unternehmen und Regionen. Auch die regionalen Tourismusorganisationen arbeiten mit wechselnden Partnern zusammen oder bündeln zumindest die Angebote.

Der Kanton unterstützt verschiedene Tourismus-Organisationen finanziell. Sodann arbeitet das zuständige Amt für Wirtschaft und Arbeit (AWA), Standortförderung, mit den regionalen Tourismus-Organisationen zusammen und pflegt einen regelmässigen Austausch. Für eine klare Positionierung und einen geeinten Markenauftritt des Standortes Zürich wurde von den drei Partnern Stadt, Kanton und Zürich Tourismus ein Integriertes Standort- und Destinationsmarketing (ISDM) geschaffen (RRB Nr. 836/2011). Damit sollen die Vorzüge des Wirtschafts-, Wissenschafts-, Tourismus- und Lebensstandortes Zürich unter Einbezug der massgeblichen Akteure wiedererkennbar und koordiniert vermarktet werden. Die Führung der Marke Zürich wird durch die ISDM-Partner wahrgenommen.

Es bestehen zahlreiche kantonsübergreifende Tourismusprojekte. Als Beispiele können genannt werden:

- Züri Unterland Tourismus pflegt ein kantonsübergreifendes Netzwerk mit Schaffhausen, Aargau und dem Süddeutschen Raum und ist auch am Projekt «Land am Rheinfall» beteiligt.
- ProWeinland pflegt regen Kontakt zum Nachbarkanton Schaffhausen und ist zusammen mit Züri Unterland Tourismus im Projekt Attraktivierung des Raums Schaffhausen Süd eingebunden.
- Pro Zürcher Berggebiet (PZB) ist ein Teilgebiet der Tourismus Region Zürcher Oberland TRZO, die sich als kantonsübergreifendes Freizeit- und Naherholungsgebiet der Städte Zürich, Winterthur, Frauenfeld und Rapperswil positioniert. Der Verein TRZO besteht aus 15 Mitgliedsgemeinden der Kantone Zürich, Thurgau und St. Gallen.

- Zürichseetourismus vermarktet neben der Zürichseeregion im engeren Sinn mit Zürich, St. Gallen und Schwyz u. a. auch die Regionen Walensee, Einsiedeln und Innerthal.
- Winterthur Tourismus beschränkt sein Angebot nicht auf die Region Winterthur, sondern schliesst auch Schaffhausen oder selbst die Bodenseeregion mit ein.
- Der Verein Metropolitanraum Zürich setzt sich für eine verstärkte Zusammenarbeit und eine bessere Vernetzung zwischen den Kantonen, Städten und Gemeinden des Metropolitanraums Zürich ein und fördert eine ganzheitliche und grossräumige Entwicklungsperspektive. Im Rahmen der Arbeitsgruppe Wirtschaft der Metropolitankonferenz Zürich soll die Idee einer kantonsübergreifenden Zusammenarbeit zwischen dem Knonaueramt, dem Zürcher Oberland und dem Limmattal in der regionalen Standortförderung konkretisiert werden.

Im Rahmen der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit ist der Kanton Mitglied der Internationalen Bodensee Konferenz (IBK). Die IBK ist die gemeinsame Plattform der Regierungen der Länder und Kantone Baden-Württemberg, Schaffhausen, Zürich, Thurgau, St. Gallen, Appenzell Ausserrhoden, Appenzell Innerrhoden, Fürstentum Liechtenstein, Vorarlberg und Bayern. Ziel der IBK ist es, die Bodenseeregion als attraktiven Lebens-, Natur-, Kultur- und Wirtschaftsraum zu erhalten und zu fördern und die regionale Zusammengehörigkeit zu stärken. Sie bildet den Kern eines breit gefächerten Netzwerks der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit in der Bodenseeregion. 2011 wurde unter dem Namen «Vierländerregion Bodensee» ein gemeinsames Dach geschaffen, um der Bodenseeregion ein aussagefähiges, starkes Gesicht nach innen und aussen zu geben. Es bestehen Ansätze für eine grenzüberschreitende inhaltliche Tourismus-Strategie. Damit besteht genügend Potenzial für eine Weiterentwicklung, die aber teilweise in Konkurrenz zu den Aktivitäten der Zürcher Akteure steht. Dass diese enge Zusammenarbeit in Deutschland die Akzeptanz für den Flughafen erhöht, hat sich bisher allerdings nicht bestätigt.

Zu Frage 3:

Der Tourismus ist für den Kanton ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Er schafft Arbeitsstellen für die lokale Bevölkerung, Einnahmen für die Unternehmen und trägt wesentlich zu Steuereinnahmen auf allen Ebenen bei. Pro Jahr reisen rund 23,4 Mio. Tagesgäste in den Kanton ein, von über 31 Mio. Gästen insgesamt. Die Einnahmen des Einreise-Tourismus führen zu einem Umsatzvolumen von rund 3,5 Mrd. Franken und lösen eine Bruttowertschöpfung von rund 2,8 Mrd. Franken aus. Gemessen am kantonalen Bruttoinlandprodukt sind dies 2,4%. Die Tages-

gäste geben zwar im Durchschnitt weniger aus als die übernachtenden Gäste (Tagesgast Fr. 71, übernachtende Gäste zwischen Fr. 67 und Fr. 408). Da der Tagestourismus aber einen grossen Anteil der einreisenden Gäste ausmacht, ist er für den Kanton von nicht zu unterschätzender volkswirtschaftlicher Bedeutung.

Zu Frage 4:

Die gemeinschaftliche grenzüberschreitende Nutzung des Hochrheins ist für die angrenzenden Schweizer Regionen (Züri-Unterland und Weinland) ein wichtiges touristisches Anliegen. Züri Unterland Tourismus begleitet im Rahmen des Projekts Erlebnisraum Hochrhein die von der Geschäftsstelle Erlebnis Hochrhein entwickelten bzw. vorgeschlagenen Projektbausteine direkt und genehmigt sie. Der Kanton ist weder finanziell, inhaltlich oder materiell am Projekt beteiligt. Die erforderlichen Mittel werden durch Züri Unterland Tourismus bereitgestellt.

Zu Frage 6:

ProWeinland wurde nach Rücksprache mit den südlich an den Rhein angrenzenden Gemeinden Einzelmitglied beim Verein Naturpark Schaffhausen. Damit sind die interessierten Gemeinden nach Einschätzung von Pro Weinland gut informiert und das Zürcher Weinland kann seine Ideen einbringen. Für Züri Unterland Tourismus steht ein Beitritt zum Naturpark Schaffhausen nicht zur Diskussion, da die Region nicht direkt angrenzend ist.

II. Mitteilung an die Mitglieder des Kantonsrates und des Regierungsrates sowie an die Volkswirtschaftsdirektion.

Vor dem Regierungsrat
Der Staatsschreiber:
Husi