

Auszug aus dem Protokoll des Regierungsrates des Kantons Zürich

Sitzung vom 22. April 2020

387. Verein Zürich Tourismus, Staatsbeitrag für die Jahre 2021–2024

Der Verein Zürich Tourismus (nachfolgend: Zürich Tourismus) mit Sitz in Zürich fördert zusammen mit den Behörden, dem Gastgewerbe, den Kulturinstitutionen und weiteren interessierten Kreisen den Tourismus für die Tourismusregion Zürich. Seine Mittel schöpft er aus Mitgliederbeiträgen, Kooperationen, Logiernachttaxen, Erträgen aus kommerzieller Tätigkeit sowie aus 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 2017 bis 2020 gewährt (RRB Nr. 384/2017) 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 diejenige des Kantons Zürich von grosser Bedeutung. Gemäss Berechnungen von BAK Economics erwirkte der Zürcher Tourismussektor 2017 (Betrachtungsweise umfasst die Teilmärkte Beherbergungen und Gastronomie) eine Bruttowertschöpfung von 2,34 Mrd. Franken, dies entspricht 1,72% der Wirtschaftsleistung des Kantons Zürich. Der Tourismussektor beschäftigte 2017 rund 48 000 Arbeitnehmende in Voll- und Teilzeitstellen (Quelle: Statistisches Amt des Kantons Zürich). In Vollzeitäquivalenten hat der Tourismussektor einen Anteil von 4,3% an der Gesamtbeschäftigung im Kanton Zürich (Quelle: BAK Economics). 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 2019 trotz schwierigem wirtschaftlichem Umfeld mit 6,53 Mio. Logiernächten (wovon 67% ausländische Gäste) erneut einen Rekord verzeichnen. Das zeigt, dass die Tourismusregion Zürich – zumindest vor der Corona-Pandemie – international sehr gut positioniert ist. Der Städtetourismus befindet sich weltweit im Wachstum und im schweizerischen Tourismussektor stellt er einen stabilisierenden Faktor dar.

Die Anzahl Hotelübernachtungen in Zürich ist zwischen 2013 und 2018 um durchschnittlich 4% pro Jahr gestiegen. Die Entwicklung bleibt jedoch unter vergleichbaren internationalen Städten wie München, Heidelberg oder Verona zurück. Das hohe Preisniveau des Schweizer Tourismus stellt einen Nachteil im internationalen Wettbewerb dar (BAK Econo-

mics AG, Tourismus Benchmarking, Februar 2020). Hinzu kommt die gegenwärtige Entwicklung infolge der Corona-Pandemie, von der die Tourismusbranche sehr stark betroffen ist. Zurzeit ist noch nicht absehbar, welche Auswirkungen die Pandemie auf die Branche mittelfristig hat.

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 nicht nur für den Finanzplatz weltweit bekannt, 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 von Zürich 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 Qualitäten Zürichs als hervorragenden Wirtschafts-, Wissenschafts-, Tourismus- und Lebensstandort sichtbar zu machen. Im Rahmen des ISDM nutzen die drei Partner die Marke der Tourismusdestination Zürich «Zürich, Switzerland». 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 Verordnung über die Organisation des Regierungsrates und der kantonalen Verwaltung, LS 172.11).

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. In Bezug auf eine angemessene Höhe des Beitrags gilt nach wie vor der bereits im RRB Nr. 2316/1989 festgehaltene Grundsatz, wonach 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 den Betrieb der Tourismusbereiche im engeren Sinn (Beherber-

gung, 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 2019 auf 22,7 Mio. Franken und ist zu über 93% privat finanziert, was in der Schweiz einzigartig ist. Für die Destinationswerbung erheben die Zürcher Hotels auf der Grundlage einer freiwilligen Vereinbarung mit dem Verein Zürcher Hoteliers eine City Tax von Fr. 2.50 pro Übernachtung. Der Totalbetrag aus diesen Beiträgen deckte 2019 55,1% 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 weiterhin angemessen und ist angesichts der gegenwärtigen Entwicklungen im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie von grosser Bedeutung. Die Subvention ist dem Verein Zürich Tourismus für 2021–2024 im jährlichen Betrag von Fr. 270 000 zuzusichern. Dazu ist eine neue Ausgabe im Sinne von § 3 Abs. 3 des Staatsbeitragsgesetzes vom 1. April 1990 (LS 132.2) von insgesamt Fr. 1 080 000 zu bewilligen. Sie geht zulasten der Leistungsgruppe Nr. 5300, Amt für Wirtschaft und Arbeit, und ist im Konsolidierten Entwicklungs- und Finanzplan (KEF) 2020–2023 mit Fr. 810 000 eingestellt. Für das Planjahr 2024 sind im KEF 2021–2024 Fr. 270 000 einzustellen.

Auf Antrag der Volkswirtschaftsdirektion

beschliesst der Regierungsrat:

I. Dem Verein Zürich Tourismus wird für die Jahre 2021–2024 eine jährlich auszahlende 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 Finanzdirektion und die Volkswirtschaftsdirektion.



Vor dem Regierungsrat
Die Staatsschreiberin:

Kathrin Arioli