

Geschäftsstelle

Jungfraustrasse 38
Postfach 312
3800 Interlaken

T 033 822 43 72
F 033 821 08 67
region@oberland-ost.ch

Unsere Referenz Stefan Schweizer
Direkt T 033 822 43 72
E-mail stefan.schweizer@oberland-ost.ch
OS-Nr. 452\.\stn_rkoo_teg_20110210.doc

Beco Berner Wirtschaft
Vernehmlassung TEG
Münsterplatz 3
3011 Bern

Ort, Datum Interlaken, 10. Februar 2011

consultation@vol.be.ch

Kopie

Vernehmlassung zu den Änderungen im Tourismusentwicklungsgesetz TEG Stellungnahme

Sehr geehrter Herr Regierungsrat Rickenbacher,
sehr geehrte Damen und Herren

Für die Gelegenheit, zu den Änderungen des Tourismusentwicklungsgesetzes Stellung nehmen zu können, dankt Ihnen die Regionalkonferenz Oberland-Ost (RKOO) bestens.

Der Kanton Bern gehört zu den wichtigsten Tourismus-Kantonen und innerhalb des Kantons ist das Berner Oberland eine schweizweit herausragende Tourismusregion mit weltweit bekannten Sommer- und Winterferienorten und touristischen Marken. Vor dem Hintergrund der zentralen volkswirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus ist es deshalb gerechtfertigt, die Unterstützung der Tourismusbranche auf gesetzlicher Basis zu regeln und die für das adäquate Marketing notwendigen finanziellen Mittel zur Verfügung zu stellen.

Wir begrüßen die Stossrichtung der Änderungen und die Zielsetzung, das Tourismus-Marketing im Kanton Bern zu verbessern und die Zusammenarbeit zwischen den touristischen Destinationen zu fördern. Das beabsichtigte koordinierte "Basis-Marketing" mit Schweiz Tourismus können wir unterstützen, insbesondere, wenn sich dadurch die einzelnen Tourismusdestinationen stärker auf ihre spezifische Marktbearbeitung konzentrieren können.

Zu den einzelnen Artikeln äussern wir uns wie folgt:

Art. 2

Keine Bemerkung.

Art. 4a (neu)

Der Kanton Bern soll nicht alleiniger Auftraggeber sein für das Basis-Marketing. Die Einbindung der Tourismusdestinationen via Anhörung erachten wir als ungenügend. Gegenüber Schweiz Tourismus als Partner für die Basismarketing-Leistungserbringung sollte eine "Dachorganisation" auftreten, in welcher der Kanton und die Tourismusdestinationen vertreten sind. Die Tourismusdestinationen sollten dabei sowohl durch die operative wie auch die strategische Ebene vertreten sein.

Der Artikel 4 ist deshalb wie folgt zu ändern:

Abs. 1: Der Kanton beteiligt sich an einer aus den Destinationen gebildeten Dachorganisation, welche die allgemeine, destinationsübergreifende Marktbearbeitung für den Kanton Bern durch einen entsprechenden Auftrag an Schweiz Tourismus sicherstellt.

Abs. 2: Wie vorgeschlagen

Beatenberg
Bönigen
Brienz
Brienzwiler
Därigen
Gadmen
Grindelwald
Gsteigwiler
Gündlischwand
Guttannen
Habkern
Hasliberg
Hofstetten
Innertkirchen
Interlaken
Iseltwald
Lauterbrunnen
Leissigen
Lütschental
Matten
Meiringen
Niederried
Oberried
Ringgenberg
Saxeten
Schattenhalb
Schwanden
Unterseen
Wilderswil

Abs. 3: Streichen

Abs. 4: Wird zu Absatz 3

Art. 4b (neu)

Keine Bemerkung.

Art. 5

Die Reduktion des Anteils an den Beherbergungsabgaben von 85% auf 60%, welcher an die Destinationen zurückfliesst zur Wahrnehmung der eigenen Marketingaufgaben, scheint uns gerechtfertigt, schliesslich finanziert der Kanton neu das Basis-Marketing. Mit der gleichzeitig vorgesehenen Erhöhung der Beherbergungsabgabe sollte sich für die Destinationen keine reale Mittelkürzung ergeben. Der Grundsatz "Mittelherkunft = Mittelverwendung" wird beibehalten. Für eine Differenzierung dieses Anteils je nach Stand der Destinationsentwicklung haben wir zwar Verständnis, da damit ein gewisser Steuereffekt ermöglicht wird, sehen aber Schwierigkeiten bei der Umsetzung, weil zum heutigen Zeitpunkt keine konsolidierten Kriterien bekannt sind: Wie sieht eine optimale Destination aus? Welche Grössen und Eckwerte kennzeichnen sie? Der Artikel 5 ist deshalb wie folgt zu ändern:

In Abs. 2 ist der Satz "Dieser [Anteil] kann je nach Stand der Destinationsentwicklung differenziert werden." zu löschen.

Art. 6

Keine Bemerkung.

Art. 7

Einverstanden.

Art. 27

Die Erhöhung des Fondsbestands von bisher CHF 2 Mio. auf neu CHF 3 Mio. erachten wir als sinnvoll.

Ergänzender Hinweis

Die unter den Bemerkungen zu Art. 4a (neu) geforderte Dachorganisation ist nicht als neue Marketingorganisation zu verstehen, sondern als einfache Gesellschaft, welche den Basismarketing-Auftritt definiert und an Schweiz Tourismus zur Umsetzung vergibt.

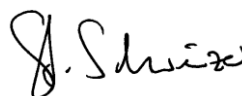
Allenfalls kann diese Gesellschaft auch die Marke "Berner Oberland", welche in einzelnen Zielmärkten immer noch grosse Bedeutung hat, in das Basis-Marketing integrieren.

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer Eingaben und sind gespannt auf die Ergebnisse dieser Vernehmlassung.

Freundlich grüssen



Peter Flück, Präsident
Regionalkonferenz Oberland-Ost



Stefan Schweizer, Geschäftsführer
Regionalkonferenz Oberland-Ost

- Kopie an:
- GL-Mitglieder RKOÖ
 - (per E-Mail) - Regionsgemeinden Oberland-Ost
 - Grossratsmitglieder Region Oberland-Ost
 - Tourismusdestinationen Oberland-Ost
 - Haslital Tourismus
 - Tourismusorganisation Interlaken TOI
 - Jungfrau Region Marketing AG JRM AG
 - Destinationen Berner Oberland, Jerun Vils, Präsident
 - Volkswirtschaft Berner Oberland
 - Netzwerk Berner Regionen