

Beschluss vom 23. April 2013

**Kleine Anfrage 2013/7
betreffend Ausgaben im Tourismusbereich**

In einer Kleinen Anfrage vom 23. Februar 2013 stellt Kantonsrat Jürg Tanner Fragen zu den Ausgaben im Bereich des Standortmarketings und der Tourismusförderung.

Der Regierungsrat

a n t w o r t e t :

1. Die Grundsätze für die PR-Strategie zum Standortmarketing und zur Tourismusförderung sind im regierungsrätlichen Legislaturprogramm 2013 bis 2016 festgehalten, das insbesondere für die Tätigkeiten der Wirtschaftsförderung eine übergeordnete Rolle spielt. Wichtig dabei sind die konsequente Vermarktung des Standorts Schaffhausen und das damit verbundene Ziel eines moderaten Wachstums der Kantonsbevölkerung. Mittels geeigneter Werbemassnahmen sollen eine grössere Bekanntheit und ein besseres Image bei den primären Zielgruppen Unternehmen und jungen Paaren/Familien erreicht werden. Zudem sollen Touristen, Investoren und qualifizierte Arbeitskräfte beworben werden, um zusätzliche Kaufkraft an den Standort Schaffhausen zu bringen. Ein gesamthaftes PR-Konzept im engeren Sinne gibt es indessen nicht.

Alle involvierten Behörden und Institutionen koordinieren entlang der Vorgaben des Legislaturprogrammes ihren Marketing-Mix. Dazu müssen verschiedene, teilweise unter der Aufsicht der öffentlichen Hand agierende aber auch private Akteure eng zusammenspielen. Im Einzelnen sind dies:

- Der Regierungsrat sowie die einzelnen Departemente;
- Die vom Kanton gemäss Wirtschaftsförderungsgesetz beauftragte und finanzierte Wirtschaftsförderungsstelle des Kantons Schaffhausen (zuständig für Wirtschaftsförderung inkl. Wohnortmarketing / Imagekampagne / Geschäftsstelle für Regional- und Standortentwicklung; nachfolgend "Standortmarketing")
- Der vom Kanton gemäss Tourismusgesetz subventionierte Verein Schaffhauserland Tourismus (Werbung für das touristische Angebot, Bewirtschaftung des touristischen Angebots; nachfolgend "Tourismusförderung")

- Die private Organisation Branchenverband "Schaffhauser Wein" (Marketingorganisation Blauburgunderland; nachfolgend "BBL")
- Die private Organisation Verein SchaffhausenTotal (Betrieb der Informations- und Dienstleistungszentrale im Haus der Wirtschaft am Herrenacker Schaffhausen, nachfolgend "shtotal").

2. Die Mittel für das Standortmarketing und die Tourismusförderung werden im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen jährlich vom Regierungsrat beim Kantonsrat neu beantragt und von diesem mit dem Staatsvoranschlag bewilligt. Für das Jahr 2013 sind dies für das Standortmarketing 3,65 Mio. Franken (3,25 Mio. Franken für die Führung der Wirtschaftsförderungsstelle inkl. Wohnortmarketing, 250'000 Franken für die Imagekampagne, 150'000 Franken für die Führung der Geschäftsstelle für Regional- und Standortentwicklung). Für die Tourismusförderung wurde ein Staatsbeitrag von 500'000 Franken bewilligt. Die privaten Organisationen BBL und shtotal werden über ihre Partner respektive Mitglieder finanziert.

Im Bereich Standortmarketing werden jährlich Aufträge mit einem Gesamtvolumen von knapp 700'000 Franken zuzüglich Mehrwertsteuern extern vergeben. Dieses Auftragsvolumen verteilt sich auf rund 200 Einzelaufträge an über 100 Auftragnehmerinnen und Auftragnehmer. Sämtliche Lieferantenaufträge bleiben bei ihren Auftragswerten über das Jahr betrachtet deutlich unter den submissionsrechtlichen Schwellenwerten.

Gleich verhält es sich bei der Tourismusförderung: Jährlich werden Aufträge mit einem Gesamtvolumen von knapp 1,5 Mio. Franken zuzüglich Mehrwertsteuern extern vergeben. Dieses Auftragsvolumen verteilt sich auf über 1'500 Einzelaufträge an über 260 Auftragnehmerinnen und Auftragnehmer. Auch hier werden die submissionsrechtlichen Bestimmungen stets eingehalten.

3. Das Einführungsmarketing für den integralen Tarifverbund Schaffhausen (ITV Flextax) kostete rund 125'000 Franken. Der Anteil des Kantons Schaffhausen betrug 58'000 Franken und wurde als Pauschale an den Tarifverbund Schaffhausen (Flextax) geleistet. Der Rest ging zulasten der Verbundrechnung und der beteiligten Transportunternehmen. Geschäftsstelle und geschäftsführendes Transportunternehmen des Tarifverbundes Schaffhausen sind die Verkehrsbetriebe Schaffhausen (VBSH), die mit der operativen Abwicklung gemäss Tarifverbundvereinbarung betraut sind. Auch die Auf-

tragsvergabe obliegt der Geschäftsstelle des Tarifverbundes Schaffhausen. Der Regierungsrat hat keinen direkten Einfluss auf das Vergabeverfahren.

Die genannten Kosten beinhalten die Produktion eines neuen Flextax-Prospektes, die Überarbeitung des Internet-Auftritts unter www.flextax.ch, das Flextax-Magazin, die Produktion von Hängekartons in den Bussen und die Beschriftung von insgesamt drei Bussen der VBSH, der RVSH und von Postauto mit sogenannten Traffic-Boards sowie die Entwicklung des neuen Logos samt Bildbearbeitung und Bildrechten für die Einführungskampagne. Mit den einzelnen Aufträgen wurden rund 20 Firmen und Personen beauftragt. Die einzelnen Aufträge kamen überwiegend dem lokalen und regionalen Gewerbe zu Gute. Die Richtlinien für das öffentliche Beschaffungswesen wurden eingehalten.

Im Verhältnis zum geleisteten Beitrag erachtet der Regierungsrat das Einführungsmarketing für den ITV Flextax als zweck- und verhältnismässig. Die Kampagne wird bis zum heutigen Datum wahrgenommen und hat ihre Wirkung nicht verfehlt. Der Tarifverbund Schaffhausen hat ein neues Gesicht und vor allem einen neuen Tarif erhalten, der auf allen Verkehrsmitteln und -trägern gültig ist. Dadurch wurde die kantonsübergreifende Verknüpfung mit dem Zürcher Verkehrsverbund (ZVV) zum integralen Tarifverbund Z-Pass ermöglicht.

4. Die Berichterstattung erfolgt regelmässig im Geschäftsbericht des Kantons. Die Fakten, Daten und Indikatoren können dort über Jahre zurück nachgeschlagen werden. Beispielsweise wird in der aktuellen Ausgabe über das Jahr 2012 festgehalten, dass sich aus den durch die Wirtschaftsförderungsstelle aktiv betreuten Ansiedlungen seit 1998 insgesamt 2'919 neue Arbeitsplätze im Kanton Schaffhausen ergeben haben oder dass die für das Jahr 2011 ausgewiesenen Steuereinnahmen auf Kantonebene, resultierend aus den seit 1997 bis heute angesiedelten juristischen Personen, 20,4 Mio. Franken betragen.

Zwischen dem Kanton Schaffhausen und Schaffhauserland Tourismus wurde für die Jahre 2009 bis 2013 ebenfalls eine Leistungsvereinbarung abgeschlossen. Als Basis für die Erfolgskontrolle dient ein für verschiedenste Bereiche (z.B. Kommunikation, Gästeinformation, Marketing & Produktmanagement, Organisationseffizienz usw.) festgelegtes Indikatorensystem. Die für die Öffentlichkeit bestimmte Berichterstattung erfolgt über den von Schaffhauserland Tourismus publizierten Jahresbericht. Hier werden unter anderem Zahlen zu den Rheinfal-Besuchern, zu Gästekontakten in der

Altstadt Schaffhausen, in Stein am Rhein und im Blauburgunderland, zur Schifffahrt auf dem Untersee und Rhein oder zur Hotellerie und Parahotellerie wiedergegeben.

Auch der Verein shtotal erarbeitet jährlich einen ausführlichen Jahresbericht. Diesen erhält der Kanton als Mitglied jeweils zugestellt. Der Branchenverband Schaffhauser Wein informiert seine Mitglieder ebenfalls mittels Jahresbericht. Hier ist der Kanton Schaffhausen weder finanziell noch sonst irgendwie involviert und er hat deshalb keine Kenntnis vom Inhalt.

5. Der Regierungsrat hat die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Kanton Schaffhausen sowie dessen Potenzial im Rahmen einer im August 2011 veröffentlichten Wertschöpfungsstudie einer vertieften Abklärung unterzogen. Diese ist im Internet unter http://www.sh.ch/fileadmin/Redaktoren/Dokumente/Wirtschaftsamt/Wertschoepfungsstudie__Stand_August_2011_.pdf abrufbar und gibt Auskunft zur Ausgangslage und zu den Zielen der Studie, zum methodischen Vorgehen, zur Entwicklung des touristischen Angebots, der Nachfrage sowie den Gästefrequenzen und dem Potenzial des Tourismus im Kanton Schaffhausen. Um die Vorlage des Regierungsrats über die Beiträge an die kantonale Tourismusorganisation ab dem Jahr 2014 möglichst kurz und prägnant zu halten, wurde auf die Wiedergabe von Einzelheiten aus der Wertschöpfungsstudie verzichtet und mittels Fussnoten auf die Quelle verwiesen.

6. Im Bereich des Standortmarketings hat der Kanton Schaffhausen als Auftraggeber ein umfassendes Weisungsrecht. Er nimmt dieses im Rahmen einer Vierjahresplanung mittels jährlicher Zielvereinbarungen wahr. Mittels dieser werden jeweils Zielsetzungen und Leistungen in den Bereichen Standortmarketing, Betreuung ansässiger Unternehmen, Ansiedlung neuer Unternehmen, Technologietransfer, Jungunternehmerförderung und Wohnortmarketing festgesetzt.

Im Bereich der Tourismusförderung tritt der Kanton als Subventionsgeber auf. Die staatlichen Zuschüsse sind von Gesetzes wegen an den Abschluss einer Leistungsvereinbarung gebunden. Diese stellt die effiziente Umsetzung des Marktbearbeitungskonzepts durch die kantonale Tourismusorganisation sicher und regelt die Modalitäten des Berichtswesens und des Controllings.

Der Inhalt aller Ziel- und Leistungsvereinbarungen wird durch die Legislaturziele des Regierungsrats bestimmt. Der Kantonsrat kann sich zu diesen durch seine verfassungsmässigen Kompetenzen äussern.

7. Das Standortmarketing rapportiert seine Tätigkeiten monatlich an die Regierung und zwei Mal pro Jahr an die GPK. Zudem findet bei allen mit Bundesgeldern mitfinanzierten Projekten ein Reporting an den Bund statt, das periodisch durch das seco und punktuell durch die eidgenössische Finanzkontrolle überprüft wird. Die Tourismusförderung rapportiert regelmässig und umfassend über die erreichten Ziele und Leistungen. Die durch das Standortmarketing ausgelösten Zahlungen (Finanzpositionen 2405, 2406 und 7004) werden überdies über die kantonale Finanzverwaltung abgewickelt und werden demgemäss auch von der Finanzkontrolle von Stadt- und Kanton Schaffhausen überwacht. Diese amtet zudem als Revisionsstelle für den Verein Schaffhauserland Tourismus.
8. Dank der räumlichen Verbindung und personellen Überschneidungen beim Standortmarketing, Schaffhauserland Tourismus, BBL und shtotal sowie mittels gezielter und grösstmöglich aufeinander abgestimmter Auftragsvergaben können die Vermarktungsbestrebungen des Kantons Schaffhausen sehr kostengünstig und effektiv umgesetzt werden. Dass die verschiedenen Beauftragten und Organisationen wo möglich und sinnvoll zusammenarbeiten und Synergien nutzen, ist nicht nur erfreulich, sondern erwünscht. Trotz Beachtung der gesetzlichen Vorgaben und insbesondere der Vergaberichtlinien führt dieses Vorgehen leider vereinzelt zu Irritationen und Kritik.
9. Der Regierungsrat ist der Ansicht, dass die in Antwort zu Fragen 6 und 7 umschriebenen Aufsichts- und Kontrollmechanismen genügend sind.
10. Das Foyer im Haus der Wirtschaft wird von shtotal als Informations- und Dienstleistungszentrale betrieben. Vereinsmitglieder mit jährlich je 1'000 Franken Mitgliederbeitrag sind der Kanton Schaffhausen, die Stadt Schaffhausen, die Industrie- und Wirtschaftsvereinigung Region Schaffhausen IVS, der Kantonale Gewerbeverband Schaffhausen KGV, der Branchenverband Schaffhauser Wein BBL sowie Schaffhauserland Tourismus. Der Mietaufwand insgesamt, bezahlt durch shtotal, beträgt rund 120'000 Franken. Dieser Aufwand wird mittels Einnahmen aus Untermietverträgen (30'000 Franken Schaffhauserland Tourismus, 15'000 Branchenverband Schaffhauser Wein BBL) sowie aus Raumvermietungen an diverse Veranstalter und dem Verkauf von Werbeflächen gedeckt.

Schaffhausen, 23. April 2013

DER STAATSSCHREIBER:


Dr. Stefan Bilger