

Stadtratssitzung vom 17. November 2016

**Bericht Nr. 23/2016**

## **Verlängerung Leistungsvereinbarung mit Thun-Thunersee Tourismus**

Genehmigung einer Ausgabe von CHF 300'000 für das Jahr 2017

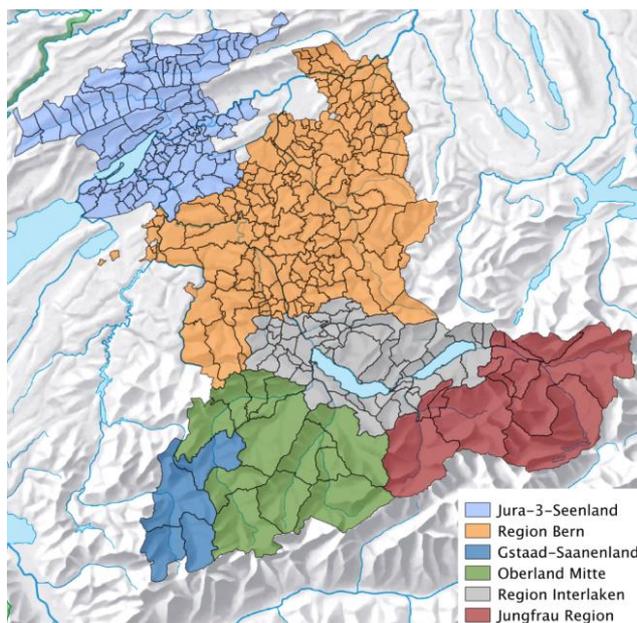
---

### **1. Das Wichtigste in Kürze**

Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Kanton Bern und in der Region Thunersee ist gross. Seit den Zusammenschlüssen verschiedener Tourismusorganisationen vor einigen Jahren erbringt der Verein Thun-Thunersee Tourismus (TTST) für die Stadt Thun Leistungen, um das touristische Angebot zu fördern. Die entsprechende Leistungsvereinbarung endet per 31. Dezember 2016. Die Eigenkapitaldecke des Vereins ist nach einem beträchtlichen Verlust im Vereinsjahr 2015 dünn. Mit diesem Bericht beantragt der Gemeinderat dem Stadtrat, die Ausgabe von CHF 300'000 zu genehmigen und den Gemeinderat zu ermächtigen, einen Folgevertrag um ein weiteres Jahr bis Ende Jahr 2017 abzuschliessen.

### **2. Tourismuspolitik Kanton Bern**

Die Zeiten der Alleingänge von kleinen und mittelgrossen Tourismusvereinen im Kanton Bern sind vorbei. Der hiesige Tourismus steht in Konkurrenz mit anderen alpenländischen Regionen. Unbestritten ist heute, dass Kooperationen und Auftritte in grösseren Destinationsräumen die Wettbewerbsfähigkeit stärken. Zur beschleunigten Einsicht hat der Kanton Bern beigetragen, indem er Zusammenschlüsse der Tourismusorganisationen durch finanzielle Anreize gezielt fördert. Unter dem Label „Made in BE! – Best of Switzerland“ vermarktet die Dachmarketingorganisation BE! Tourismus AG seit dem Jahr 2013 zusammen mit den sechs anerkannten Destinationen<sup>1</sup> den Tourismuskanton Bern (vgl. Abb. 1). Die Stadt Thun gehört zur Destination „Region Interlaken“.



**Abb. 1) Kantonale Tourismusdestinationen (Quelle: rütti soceco)**

<sup>1</sup> 935.211.1, Tourismusentwicklungsverordnung (TEV)

### 3. Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Kanton Bern<sup>2</sup>

Das kantonale Bruttoinlandprodukt (BIP) belief sich im Jahr 2013 auf rund 74 Mia CHF. Mit einem Anteil von knapp 6 % am BIP im selben Jahr hatten die touristischen Leistungsträger im Kanton Bern eine grosse Bedeutung. Bezogen auf die kantonale Beschäftigung ist die Bedeutung der touristischen Leistungsträger mit einem Anteil von rund 9 % noch deutlich grösser, weil sie im Vergleich zur Gesamtwirtschaft eine relativ niedrige Arbeitsproduktivität aufweisen.

Von den sechs Tourismusdestinationen ist - gemessen am Beitrag zum kantonalen BIP - die Region Bern am bedeutendsten: Zwei Drittel des kantonalen BIP fallen auf diese Destination. Dahinter folgen mit rund 18 % und 11 % die Destinationen Jura-3-Seenland und Interlaken. Die Destinationen Gstaad-Saanenland, Jungfrau Region und Oberland Mitte tragen deutlich weniger zum kantonalen BIP bei (jeweils 1 bis 2 %).

### 4. Entwicklung der Thuner Tourismusorganisationen

Im Jahr 2012 haben sich der Verein Thun Tourismus Organisation (TTO) und die regionale Vermarktungsorganisation Thunersee (TST) zusammengeschlossen. Seither tritt der fusionierte Verein Thun-Thunersee Tourismus (TTST) auf. Die Stadt Thun ist Mitglied von TTST, mit der Leiterin Stadtmarketing und Kommunikation im Vorstand vertreten und vertraglich mit einer Leistungsvereinbarung mit TTST verbunden. Diese Leistungsvereinbarung endet per 31. Dezember 2016.

Mit der Submarke „thunersee“ bildet TTST das touristische Dach der Region im Rahmen der Destination „Region Interlaken“. Insgesamt neun lokale Tourismusorganisationen<sup>3</sup> sind unter diesem Dach vereint. Dem Vorstand von TTST ist der Auftritt der Thunersee-Region als eigenständige Submarke (Abb. 2) wichtig.



Abb. 2) Logo Submarke „thunersee“

TTST ist die wichtigste einzelne Organisation unter dieser Submarke, und die Stadt Thun ist das grösste TTST-Mitglied. Thun passt gut zur Destination Interlaken. Touristen bietet die Stadt Thun mit ihren vielfältigen Möglichkeiten (historische Altstadt, Einkauf, Kultur, Parkanlagen, Gastronomie) ein ideales zusätzliches Angebot, wie es in seiner Dichte im gesamten Oberland nicht zu finden ist. Gäste, welche nebst den klassischen Touristen-Angeboten in den Alpen und auf den Seen Abwechslung schätzen, begrüssen die wetterunabhängig möglichen Aktivitäten in Thun. Zahlreiche Besuchergruppen wählen Thun als Ziel für ihre Veranstaltungen oder ihren Ausflug. Die Stadt ist damit eine wertvolle Ergänzung für die Destination Interlaken.

### 5. Kooperationen und Partnerschaften von TTST

TTST kooperiert mit zahlreichen Partnerorganisationen<sup>4</sup>. Die drei wichtigsten sind:

<sup>2</sup> „Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Kanton Bern“, rütti soceco Mai 2015

<sup>3</sup> Thun-Thunersee Tourismus, Heiligenschwendi Tourismus, Hilterfingen-Hünibach-Oberhofen Tourismus, Krattigen Tourismus, Leissigen Ferien, Merligen Tourismus, Sigriswil Tourismus, Aeschi Tourismus, Spiez Marketing AG

<sup>4</sup> Eine vollständige Übersicht bietet der Jahresbericht 2015 von TTST

a) Interlaken Tourismus

Seit 2013 führt TOI im Rahmen des Dachmarkenvertrages die Marketingaufgaben von TTST aus. Dies erfüllt die Vorgaben des Kantons hinsichtlich Destinationsverdichtung. Der entsprechende Kooperationsvertrag zwischen TOI und TTST wurde im Sommer 2016 neu verhandelt und wird im Herbst 2016 unterzeichnet. Seit 2015 hat TOI auch die Geschäftsführung von TTST inne. Die Geschäftsführung TTST umfasst das Welcome Center Thun mit 42'000 Schalterfrequenzen und rund 19'000 Telefon- und Mailkontakten (Stand Jahr 2015). Die Geschäftsführung durch TOI endet per Ende 2016 und wird ab 1. Januar 2017 durch den Delegierten des Verwaltungsrates Roger Friedli, derzeit Geschäftsführer der Niesenbahn AG, wahrgenommen.

Die Destination Interlaken mit TOI hat die Aufgabe, Gäste durch Vermarktung zu holen. Dies gelingt über geeignete Positionierung auf verschiedenen Plattformen wie bspw. Messeauftritte, Verkaufsfreisen, Medienarbeit und social media.

Die lokalen Tourismusstellen wie TTST haben die Aufgabe, die Gäste zu halten. Dies geschieht durch die Gestaltung der Angebote vor Ort wie bspw. Vermittlung von Hotelzimmern, Städteführungen (Jahr 2015: 255 Führungen), Beratung und Verkauf von touristischen Angeboten vor Ort.

b) Kooperationen durch PanoramaCard Thunersee

Die am Thunersee übernachtenden Gäste erhalten von ihren Beherbergern die PanoramaCard. Damit profitieren sie von vielen Vorteilen: kostenloser ÖV-Transport, gratis Stadtführungen, attraktive Rabatte auf Bergbahnen, Schifffahrten und Angeboten im kulturellen, sportlichen, Wellness- und kulinarischen Bereich. TTST schliesst mit den Leistungsträgern entsprechende Vereinbarungen ab. Der Erlebnisguide PanoramaCard stellt sowohl für Gastgeber wie Gäste ein beliebtes Extra dar, welches die Aufgabe von TTST, Gäste zu halten, ganz konkret erleichtert. Im Jahr 2015 wurden rund 110'000 Karten abgegeben. Eine Weiterführung und auch eine Erweiterung des Angebotes PanoramaCard ist erstrebenswert. Die entsprechenden Leistungen und Kosten müssen jedoch von TTST kritisch überprüft und angepasst werden, um ein finanziell tragbares Produkt zu führen. Ziel ist es, weiterhin eine attraktive Gästekarte anbieten zu können.

c) Werbepool Thunersee

Die Region Thunersee eignet sich auch für Tagesausflüge. Gemeinsam mit verschiedenen Partnern einschliesslich TOI gewinnt TTST unter dem Kooperationstitel „Werbepool“ auch Kurzaufenthalter mit besonderen Angeboten wie dem Ticket der Frühlings-Aktion „Drei aus fünf Ausflügen“ für CHF 45. Insgesamt wurden im Jahr 2015 rund 6'000 Vouchers verkauft.

## 6. Besucherzahlen und -herkunft

Tourismus ist ein volatiles und umkämpftes Geschäft. Gäste reagieren empfindlich auf Veränderungen von Wechselkursen, Konjunkturverläufe, Preisanpassungen und die Sicherheitslage. Die relativ hochpreisige Hotellerie in der Schweiz registrierte im Jahr 2015 einen Rückgang von -0,8 % bzw. -305'000 Logiernächten gegenüber dem Vorjahr. Dabei konnte der Verlust an ausländischen Gästen durch eine insgesamt leicht wachsende Anzahl Schweizer Gäste etwas abgefedert werden. Auch die Region TTST hat im vergangenen Jahr eine Einbusse von -2,7 % bzw. -11'800 Logiernächten realisiert (vgl. Abb. 3).

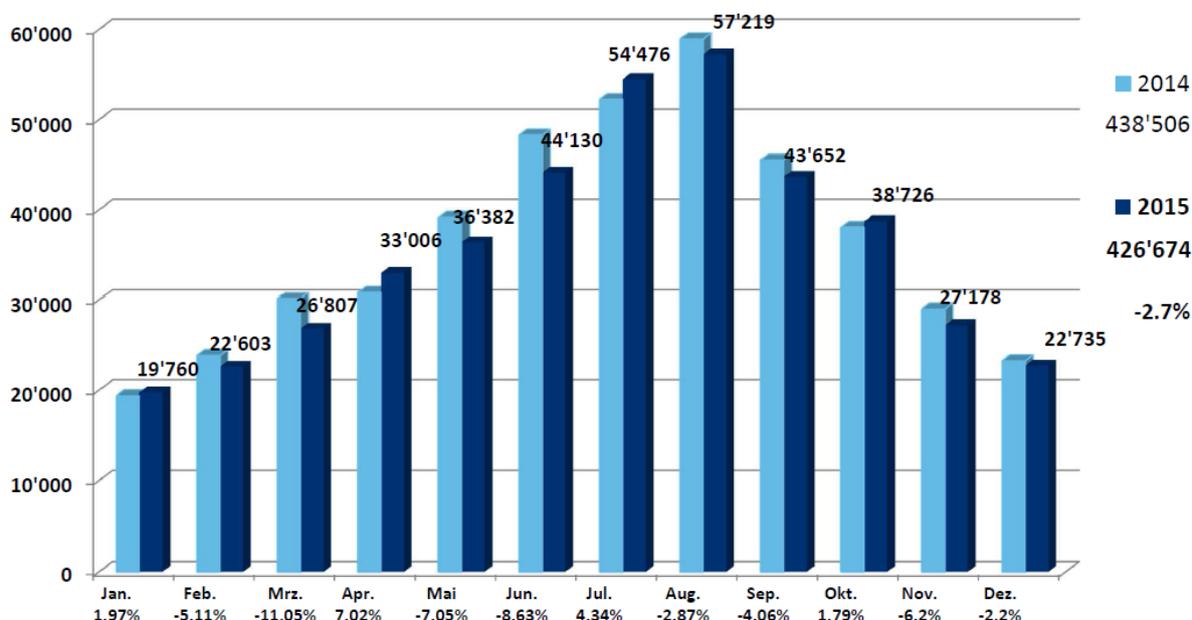


Abb. 3) Logiernächte im Raum TTST in den Jahren 2014 und 2015 (Quelle TTST)

Die Thunersee-Region ist bei Schweizern überdurchschnittlich beliebt. Die Gäste im Raum TTST stammen mehrheitlich aus der Schweiz: Mit einem Anteil von rund 67 % stellt dies im Vergleich zur schweizweiten inländischen Nachfrage von 45 %<sup>5</sup> eine deutlich höhere Nachfrage dar. Deutschland stellt am Thunersee die zweitwichtigste Besuchergruppe dar, während die Nachfrage aus China und v. a. aus den arabischen Ländern stark wächst.

Land	LN 2014	LN 2015	Veränderung %
1. Schweiz	303'972	286'048	-5.90%
2. Deutschland	43'782	32'825	-25.03%
3. China (ohne HKG)	24'525	25'052	+2.15%
4. Diverse Länder	20'074	23'697	+18.05%
5. Arabische Länder	12'205	16'663	+36.53%
6. Grossbritannien	13'567	12'794	-5.70%
7. Korea	-	7'502	-
8. Frankreich	5'846	4'674	-20.05%
9. Niederlande	4'316	4'585	+6.23%
10. USA	3'783	4'478	+18.37%

Abb. 4) Logiernächte nach Herkunftsländern im Raum TTST in den Jahren 2014 und 2015 (Quelle TTST)

### Stadt Thun

Die Hotels der Stadt Thun haben in den Jahren 2014 und 2015 im Gegensatz zur Region Thunersee die Besucherzahlen halten können mit gesamthaft je rund 103'000 bzw. 103'400 Logiernächten. Die wichtigsten drei Gästesegmente sind auch in der Stadt Thun die Schweiz, Deutschland und China.

Im ersten Halbjahr 2016 haben mehr Gäste in Thuner Hotels übernachtet als in den Vorjahren. In den ersten sechs Monaten wurden in den Jahren 2014 und 2015 rund zwei Fünftel der Logiernächte des ganzen Jahres registriert. Die umsatzstärksten Monate liegen in der Stadt Thun jeweils in der zweiten Jahreshälfte, v. a. in den beiden Monaten Juli und August.

<sup>5</sup> Quelle Bundesamt für Statistik, Logiernächte Jahr 2015, [www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/10/03/blank/key/02/01.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/10/03/blank/key/02/01.html)

Januar – Juni	2014		2015		2016	
Schweiz	28 219	63%	29 399	67%	30 904	67%
Deutschland	5 291	12%	3 775	9%	4 053	9%
China (ohne Hongkong)	3 298	7%	2 397	5%	2 026	4%
Vereinigtes Königreich	930	2%	1 692	4%	1 657	4%
Vereinigte Staaten / USA	527	1%	818	2%	1 155	3%
Italien	1 185	3%	690	2%	972	2%
Frankreich	688	2%	485	1%	577	1%
Niederlande	551	1%	406	1%	467	1%
Österreich	543	1%	276	1%	453	1%
Weitere Länder, Summe	3 283	7%	3 669	8%	3 873	8%
<b>Total Januar bis Juni</b>	<b>44 515</b>	<b>100%</b>	<b>43 607</b>	<b>100%</b>	<b>46 137</b>	<b>100%</b>
<b>Veränderung ggü. Vorjahresperiode</b>			<b>-2%</b>		<b>+6%</b>	

Abb. 5) Logiernächte nach Herkunftsländern in der Stadt Thun im ersten Halbjahr der Jahre 2014 bis 2016 (Quelle TTST)

## 7. Finanzstatus von TTST

TTST hat nach der Fusion von TTO und TST im Jahre 2012 die Zusammenarbeit mit TOI kontinuierlich weiterentwickelt. Das Ziel des Zusammenschlusses, am Markt einen starken Auftritt zu gewinnen, kann als erreicht bezeichnet werden. Das „Einpendeln“ der neuen Organisation und insbesondere auch das neue Angebot der PanoramaCard hatten ihren Preis. Insbesondere im Geschäftsjahr 2015 hat der Verein daraus bittere Lehren gezogen und eine beträchtliche finanzielle Einbusse realisiert. Die Geschäftsführung von TTST versichert, dass die Altlasten damit nun bereinigt sind. Sie hat das Finanzcontrolling, eng begleitet durch den Präsidenten von TTST, ab Januar 2016 verbessert und setzt nun geeignete Massnahmen um, damit das Geschäftsjahr 2016 und die Folgejahre mindestens ausgeglichen gestaltet werden. Die finanzielle Situation muss aktuell, aber auch durch den künftigen Geschäftsführer Roger Friedli weiterhin eng überwacht werden, da das Vereinsvermögen innerhalb des Jahres 2015 von CHF 204'400 auf CHF 23'100 geschmolzen ist.

Aus der Fusion mit TTO im Jahr 2012 besteht ein per Ende 2015 bilanziertes Fondsvermögen von CHF 156'300, welches ausschliesslich für besondere touristische Massnahmen in der Stadt Thun zur Verfügung stehen soll.

## 8. Wechsel im Vorstand von TTST

Der Vorstand des Vereins besteht aus 10 Personen: Peter Dütschler (Präsident), Mirko Plozza (Vizepräsident I), Philemon Zwygart (Vizepräsident II) und den Mitgliedern Urs Bircher, Barbara Frantzen Roth, Roger Friedli, Jürgen Kögler, Alfred Santschi, Thomas Wegmann und Andreas Willich. Die Herren Dütschler, Kögler, Santschi, Wegmann, Willich und Zwygart haben ihren Rücktritt per Ende 2016 bereits angekündigt. Damit steht auf Beginn der neuen Vertragsperiode ein bedeutender Wechsel in der Vereinsführung an.

## 9. Zusammenarbeit der Stadt Thun mit TTST / TOI

Zusätzlich zu den Zahlungen aus dem Leistungsvertrag fliessen die städtischen Kurtaxen<sup>6</sup> von rund CHF 300'000 jährlich zu TTST, welche dieser im Auftrag der Stadt Thun einkassiert.

<sup>6</sup> Kurtaxenreglement der Stadt Thun (KTR) 935.214

Thuner Hotelbetriebe und die Innenstadtgenossenschaft (IGT) begrüßen die Zusammenarbeit der Stadt mit TTST und damit TOI. Das vom Gemeinderat ernannte Steuerungskomitee zur regelmässigen Überprüfung der Leistungserfüllung durch TTST (bestehend aus dem Vize-Direktor der Hotelfachschule Thun, dem Präsidenten der IGT, dem Präsidenten des Hotelier-Vereins Berner Oberland und der Leiterin Stadtmarketing und Kommunikation) beurteilen die Zusammenarbeit mit TTST als gut. Als ungenügend hingegen beurteilen Seminarhotels und Thuner Kongresslokale die Erfolge im Bereich des geschäftlichen Tourismus (MICE). Der Bereich MICE wird durch die Firma Interlaken Congress & Events AG (IC&E) abgedeckt. TTST nimmt Einfluss auf die Marktbearbeitung, ist jedoch nicht selber aktiv.

Die Abteilung Stadtmarketing und Kommunikation pflegt einen regen Austausch mit dem Welcome Center und der Geschäftsführung von TTST. Gemeinsam werden massgeschneiderte Angebote für Besuchergruppen erarbeitet, Event-Organisatoren unterstützt und kulturelle Angebote wie die Thunerseespiele gefördert. Das Welcome Center verkauft im Auftrag der Stadt Thun ausserdem die beliebten SBB-Gemeindetageskarten für die Thuner Bevölkerung. Täglich sind 30 Karten verfügbar. Die separate, pauschale Entschädigung der Stadt Thun an TTST beträgt CHF 20'000 zuzüglich einem Bonus von CHF 5'000 bei guter Auslastung. In den Monaten Januar bis Juli 2016 wurden durchschnittlich 91 % der Karten verkauft.

## **10. Leistungen von TTST für das Jahr 2017**

Die geplanten Leistungsinhalte der Vereinbarung zwischen der Stadt Thun und TTST können der skizzierten Leistungsvereinbarung im Anhang entnommen werden. Folgende Positionierungsmerkmale sind für die Stadt Thun vorgesehen:

- Einzigartige Stadt an einem einzigartigen See (Thunersee, einer der saubersten Seen Europas) mit enormer Angebotsvielfalt und einem beeindruckenden Alpenpanorama.
- Thun-Thunersee ist die Sommerregion im Berner Oberland mit hohen Tagesgäste-Frequenzen und Ausgangspunkt für Ausflüge ins ganze Berner Oberland (Schweiz).
- Viele bedeutende Events an und auf einem stimmungsvollen See, insbesondere die Thunerseespiele.
- Durch einfach buchbare Angebote und ein gutes Preis/Leistungsverhältnis hebt sich Thun von der Konkurrenz ab (z. Bsp. Musical Package).
- Reichhaltige Kultur/Architektur (Schlösser, Museen, Schleusen, Altstadt, Shoppinginsel, etc.).

Diese Positionierung entspricht der Strategie Stadtentwicklung von Thun, insbesondere den Zielen „Touristisches Angebot verbessern“ und „Innenstadt lebendig erhalten“ sowie den Legislaturzielen 2015 bis 2018 mit dem Schwerpunkt „Thun als Stadt am Wasser stärken“.

Das Steuerungskomitee heisst die vorgesehene Leistungsvereinbarung wie auch den (jährlich neu zu vereinbarenden) Massnahmenplan für das Jahr 2017 gut. Der Beitrag der Stadt Thun soll unverändert CHF 300'000 jährlich betragen. Auf Wunsch von TTST soll der Leistungsvertrag nicht mehrjährig, sondern für ein Jahr abgeschlossen werden.

Der Betrag von CHF 300'000 ist im städtischen Budget 2017, Stand Antrag Gemeinderat an Stadtrat, bereits eingestellt.

## Antrag

Gestützt auf diese Ausführungen wird Zustimmung beantragt zu folgendem

### Stadtratsbeschluss:

Der Stadtrat von Thun, gestützt auf Artikel 40 Buchstabe a Stadtverfassung und nach Kenntnisnahme vom gemeinderätlichen Bericht vom 26. Oktober 2016, beschliesst:

1. Genehmigung einer Ausgabe von CHF 300'000 (Barbeitrag) an den Verein Thun-Thunersee Tourismus (TTST) zu Lasten der Erfolgsrechnung für das Jahr 2017.
2. Der entsprechende Betrag ist im Budget des Jahres 2017 bei der Produktgruppe 1.9 Stadtmarketing aufzunehmen.
3. Der Gemeinderat wird mit der Ausführung dieses Beschlusses beauftragt. Er wird insbesondere ermächtigt, mit dem Verein Thun-Thunersee Tourismus (TTST) eine Leistungsvereinbarung für das Jahr 2017 abzuschliessen.

Thun, 26. Oktober 2016

Für den Gemeinderat der Stadt Thun

Der Stadtpräsident  
Raphael Lanz

Der Stadtschreiber  
Bruno Huwyler Müller