

Vorlage Stadtparlament

Datum	5. Oktober 2021
Beschluss Nr.	960
Aktenplan	68 Wirtschaftsförderung

Verein St.Gallen-Bodensee Tourismus; Leistungsvereinbarung; Verlängerung des jährlichen Beitrages um ein Jahr bis Ende 2022

Antrag

Wir beantragen Ihnen, folgenden Beschluss zu fassen (die Stadtpräsidentin befindet sich als Vorstandsmitglied von St.Gallen-Bodensee Tourismus im Ausstand):

1. Für das Jahr 2022 wird der jährliche Betrag für den Verein St.Gallen-Bodensee Tourismus zur Erfüllung der Leistungen im Rahmen der Leistungsvereinbarung über CHF 880'000 beibehalten.
2. Es wird festgestellt, dass der Beschluss gemäss Ziff. 1 nach Art. 8 Ziffer 6 lit. b der Gemeindeordnung dem fakultativen Referendum untersteht.

1 Zusammenfassung

1890 wurde der Verkehrsverein gegründet, aus welchem 1999 der öffentlich-rechtliche Verein St.Gallen-Bodensee Tourismus (SGBT) hervorging. SGBT hat den Auftrag, den Tourismus im vom Kanton zugewiesenen Destinationsgebiet zu fördern und die Interessen gegenüber Leistungsträgern und Organisationen mit ähnlichen Zielsetzungen zu wahren. Zu diesem Zweck erfüllt SGBT einerseits zentralörtliche Aufgaben (z.B. Betrieb Tourist Info, Stadtführungen etc.), andererseits Destinationsaufgaben. Hinzu kommen die Vermarktung der Stadt St.Gallen als Kongressstandort und damit die Akquisition von Kongressen sowie die Betreuung von Verbänden, professionellen Kongressorganistoren oder von Unternehmen. Ebenso gehört die Vermarktung des Seminargeschäftes (z.B. Schulungen, Strategiesitzungen etc. in kleineren Gruppen als im Kongresswesen) im gesamten Destinationsgebiet zu den Kernaufgaben von SGBT.

SGBT finanziert sich aus verschiedenen Einnahmen und Beiträgen. Nebst Gasttaxen, Mitgliederbeiträgen und kommerziellen Erträgen (z.B. durch Stadtführungen, Kommissionen etc.) wird SGBT durch Beiträge von Kanton und Gemeinden unterstützt. Der Kanton bezahlt jährlich CHF 530'000 als sogenannten Sockelbeitrag plus darüber hinaus punktuelle und projektbezogene Beiträge von erfahrungsgemäss ca. CHF 100'000 pro Jahr. Die Stadt St.Gallen hat auf die Vertragsperiode 2018 bis 2021 den Beitrag pro Jahr von CHF 450'000 auf CHF 880'000 erhöht. Der Entscheid dafür war im Stadtparlament damals umstritten und knapp.

Mit der Erhöhung des Beitrages konnten fällige Investitionen in ein effektives Destinationsmanagement getätigt werden und die Löhne des Personals auf ein branchenübliches Niveau erhöht werden.

Die Pandemie hat SGBT jedoch wieder mit neuen Herausforderungen konfrontiert. Die Folgen von Covid-19 für den Tourismus generell und insbesondere für die Leistungsträger sind massiv. Durch den abrupten Wegfall von Tagesgästen und Übernachtungen in der Stadt St.Gallen (2019: 244'035, 2020: 144'212) brachen auch die Gasttaxen stark ein. Dies hatte zur Folge, dass der Betrieb und die Aktivitäten von SGBT reduziert bzw. umgestaltet werden mussten. Die Vernetzung von Mitgliedern und Hilfestellung nahm mehr Ressourcen in Anspruch. Zudem mussten insb. die Werbeaktivitäten angepasst werden (Inlandmarketing). Die mittel- bis langfristigen Folgen für die Organisation SGBT sind noch schwierig abzuschätzen bzw. sind von der generellen touristischen Entwicklung abhängig.

In den Diskussionen für die Erneuerung der Leistungsvereinbarung zwischen SGBT und der Stadt waren sich alle einig, dass sich die Lage zugespitzt hat und eine grundsätzliche Auseinandersetzung mit der strategischen Ausrichtung nötig ist. Zudem gab es und gibt es personelle Wechsel im Vorstand von SGBT, welche neue Impulse für die Organisation und die Ausrichtung von SGBT geben.

Vor diesem Hintergrund empfiehlt sich, mit der Ausarbeitung einer neuen Leistungsvereinbarung zu warten. Aus diesem Grund beantragt der Stadtrat die Verlängerung der aktuellen Leistungsvereinbarung um ein Jahr, um in diesem Zeitraum die neuen strategischen Weichen zu erarbeiten und zu stellen. Auf Basis der neuen Strategie soll im September 2022 eine neue, mehrjährige Leistungsvereinbarung für die Jahre 2023 bis 2026 im Stadtparlament behandelt werden.

2 Rückblick Leistungsvereinbarung 2018 bis 2021

Der Leistungskatalog¹ für die Jahre 2018-2021 zwischen der Stadt und SGBT definierte konkrete Leistungen in verschiedenen Modulen. Diese Leistungen wurden einmal jährlich auf ihre Umsetzung kontrolliert. Dazu diente ein einfaches, aber klares Reporting nach Ampelsystem. Das letzte Reporting vom Februar 2021 ist beigelegt.

SGBT verfolgte das Ziel, die Marktfähigkeit der Destination zu steigern und längerfristig die Eigenfinanzierung zu stärken. Die Organisation und die Strukturen des Vereins wurden in den letzten Jahren gestrafft und auf die veränderten Anforderungen des Marktes ausgerichtet. Dabei sind aber auch neue Aufgaben, bspw. im Produktmanagement, dazugekommen. Die strukturellen Veränderungen in der Branche bedingen Mittel und Ausgaben, welche bis Ende 2017 nicht genügend abgedeckt waren. Trotz stetig steigender Logiernächte in der Destination konnte SGBT seinen Leistungsauftrag nur erfüllen, indem in allen Bereichen mit Sparsamkeit gewirtschaftet wurde und beispielsweise dringende Investitionen in den Markt und in Arbeitsmittel sistiert und darüber hinaus die Personalkosten weit unter dem branchenüblichen Niveau gehalten wurden. Durch die Anpassung der Leistungsvereinbarung auf das Jahr 2018 konnten diese Mängel behoben werden und die fälligen Investitionen in ein effektives Destinationsmanagement getätigt werden.

Im Folgenden werden die relevantesten Massnahmen von SGBT während der Vertragsdauer 2018-2021 kurz zusammengefasst:

¹ Abrufbar auf <https://ftp-sg.oca.ch/stadtparlament/df310b4831714094bcef282e8794d4f1-332.pdf>

- Produktmanagement (jährlich): Eine neue Position konnte mit einer engagierten Mitarbeiterin besetzt werden, die dafür verantwortlich ist, neue Erlebnisse zu kreieren, bestehende zu überarbeiten, zu bündeln und für den Gast buchbar zu machen. Der jährliche Aufwand inkl. Vermarktungskosten liegt bei ca. CHF 800'000 (siehe Beilage Leistungskatalog). Der Fokus lag dabei stets auf kulturellen Erlebnissen wie zum Beispiel:
 - Kirchen Klöster Welterbe
 - Angebote für das UNESCO Welterbe Stiftsbezirk St.Gallen zusammen mit dem Verein «World Heritage Experience Switzerland»
 - «Städtehopping»: Pauschalangebote zusammen mit Bregenz und Konstanz
 - Kunstachse: Angebotskooperation mit den Städten Bregenz, Vaduz, Chur und St.Gallen
 - 10 verschiedene Pauschalangebote im Kulturbereich
 - Textilland Explorer Tour
- Mediale Präsenz (jährlich): Seit 2018 wurden durch SGBT pro Jahr rund 55 Medienreisen mit ca. 200 Medienschaffenden durchgeführt. Dies geschieht meist in enger Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus oder der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (IBT). Daraus entstehen diverse mediale Berichterstattungen über die Stadt St.Gallen in nationalen und internationalen Medien; jährlicher Aufwand ca. CHF 55'000.
- Professionalisierung der Partnerschaften (jährlich): Zusammenarbeit mit 52 Partnerinnen und Partner sowie deren Koordination; jährlicher Aufwand ca. CHF 40'000.
- Professionalisierung der Medienarbeit (jährlich): Einsetzen einer Medienagentur zur Verteilung von Mediengeschichten an und Pflege von Medien/Journalistinnen und Journalisten in für St.Gallen wichtigen Landesteilen der Schweiz, insbesondere der Westschweiz und dem Mittelland; jährlicher Aufwand ca. CHF 40'000.
- Partnerschaften mit Schweiz Tourismus (jährlich): Städtepartnerschaft in der höchsten Kategorie, vergleichbar mit Zürich, Bern, Luzern, Basel, Genf etc. plus eine Marktpartnerschaft Österreich für die Präsenz St.Gallens in Werbeaktivitäten in Österreich, sowie diverse Kooperationsprojekte: jährlicher Aufwand von CHF 130'000.
- Relaunch Website www.st.gallen-bodensee.ch (einmalig): Neugestaltung und volle Sprachintegration von zwei auf vier Sprachen (Deutsch, Französisch, Italienisch, Englisch). Integration sämtlicher Partner und Sehenswürdigkeiten (sogenannte «Points of Interest») der Region über ein einheitliches Produkt-Informationsmanagement-System (PIM); Aufwand von CHF 50'000.
- Aufbau und Betrieb digitaler Gästeempfang (jährlich): Installation eines Live-Chats auf www.st.gallen-bodensee.ch während der regulären Öffnungszeiten und Implementierung der Applikation «Guuru» als Erweiterung des Live-Chats auf 24 Stunden / 7 Tage sowie die Integration von lokalen Personen zur Auskunftsvermittlung; jährlicher Aufwand ca. CHF 15'000.
- Erstellen von neuen Printprodukten (jährlich): Erfolgreiche Etablierung des Magazins «612»² mit bislang dreimaliger Erscheinung in den Jahren 2019, 2020 und 2021 sowie Neugestaltung eines Reiseführers «Kompass»³ für Gäste und Einheimische. Plus diverse weitere Broschüren. Distribution in der gesamten Region St.Gallen-Bodensee und national/international über ein Versandhaus sowie Schweiz Tourismus; jährlicher Aufwand von rund CHF 150'000.
- Anpassung Salärstruktur (jährlich): Die Arbeitsbedingungen und Arbeitsmittel wurden verbessert, indem die ICT-Umgebung auf eine zeitgemässe Cloud-Lösung migriert werden konnte und die Löhne auf ein im Marktvergleich an der unteren Bandbreite liegendes Niveau angehoben wurden. Die Arbeitsbedingungen sind nun wieder branchenüblich; jährlicher Aufwand rund CHF 95'000.

² Abrufbar auf <https://st.gallen-bodensee.ch/de/magazin612.html>

³ Abrufbar auf https://issuu.com/st.gallen-bodenseetourismus/docs/kompass_2021_web_es

Der Nachweis des betriebs- und/oder volkswirtschaftlichen Nutzens der Massnahmen (Wertschöpfung, Ertragskraft) ist schwer abzuschätzen. Es gibt dazu keine Erhebungen bzw. Wirkungsanalysen. Fest steht aber, dass die Erhöhung der Mittel durch die Stadt St.Gallen auf die ablaufende Vertragsdauer bewirkt hat, dass die Destination St.Gallen-Bodensee bis zum Beginn der Pandemie stets durch eine überdurchschnittliche Logiernächte-Entwicklung im kantonalen Vergleich aufgefallen ist.

Im Anhang «Ausgabepositionen über CHF 30'000» sind die Ausgabepositionen über CHF 30'000 pro Jahr ausgewiesen und kurz erläutert.

3 Tourismusedwicklung während Covid-19

Die Entwicklung des Tourismus nahm im Frühjahr 2020 aufgrund der Covid-19 Pandemie eine abrupte Wendung. Die Branche war und ist noch heute nebst vielen anderen Wirtschaftsbereichen massiv unter Druck. Insbesondere Destinationen, welche stark von ausländischen Märkten und vor allem Fernmärkten (Übersee) abhängig sind, spürten dramatische Einbrüche. Die Unterstützungsmassnahmen durch den Bund und den Kanton St.Gallen (u.a. Härtefallgelder, Kurzarbeit) stützten die Betriebe bestmöglich, doch bis die Umsatzaufälle kompensiert werden können, benötigt es noch Jahre. Gleichzeitig entwickelte sich der Binnentourismus (Schweizerinnen und Schweizer) in vielen ländlichen Destinationen und Bergdestinationen positiv bzw. vermochte die Einbrüche manchmal sogar aufzufangen. Dies ist auch in der Ostschweiz gut zu beobachten. Der Kanton Appenzell Innerrhoden verzeichnete im Jahr 2020 ein Plus von 4.2 % Logiernächten⁴. Er war aber auch der einzige Schweizer Kanton, der einen Zuwachs verzeichnete. In den Schweizer Städten betrug die Einbrüche an Logiernächten bis zu 60 % über das Jahr 2020 hinweg. Sie sind besonders von internationalen Fernmärkten abhängig. Die Stadt St.Gallen verzeichnete im Jahr 2020 insgesamt 145'369 Übernachtungen, was einem Rückgang zum Vorjahr von 44 % entspricht. Folgende Abbildung zeigt einen Fünf-Jahres-Vergleich 2016 bis 2020 der Logiernächteentwicklung mit anderen Schweizer Städten.

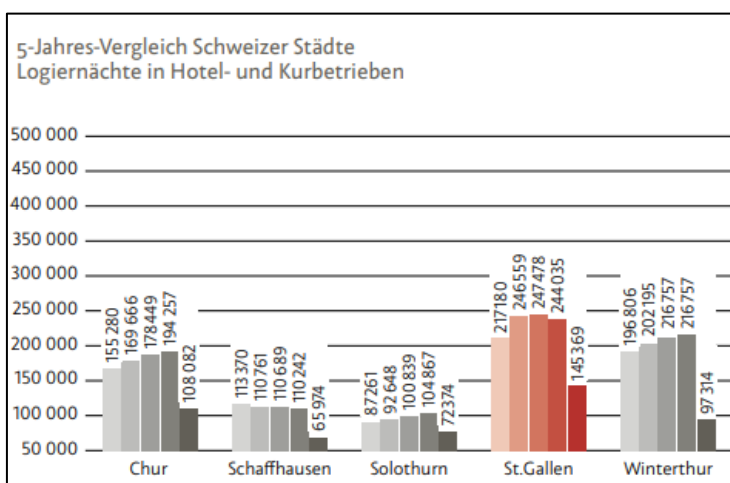


Abbildung 1: Fünf-Jahres-Vergleich mit anderen Städten (Quelle: Jahresbericht 2020 SGBT)

⁴ Abrufbar auf [Steigerung <https://www.htr.ch/story/steigerung-der-logiernaechte-in-appenzell-innerrhoden-31339.html> der Logiernächte in Appenzell Innerrhoden - htr.ch](https://www.htr.ch/story/steigerung-der-logiernaechte-in-appenzell-innerrhoden-31339.html)

Die nationalen und europäischen Gäste machen den Grossteil der Logiernächte in St.Gallen aus. Eine Erholung auf das Niveau von 2019 wird vermutlich bis zu vier Jahre dauern. Im Bereich der Geschäftsreisen sieht die Entwicklung etwas differenzierter aus. Während der Pandemie realisierten viele Unternehmen, wie einfach und vor allem günstig es ist, Sitzungen und Konferenzen digital abzuhalten. Aus diesem Grund wird sich der Geschäftstourismus nach Covid-19 anders entwickeln, als er davor war. Man geht davon aus, dass sich die Netzwerke durch physische Treffen wieder festigen müssen, und trotzdem sind die Vorteile von digitalen Veranstaltungen nicht spurlos an diesem Geschäftszweig vorbeigegangen. Durch die digitale Durchführung eines Kongresses erreicht der Veranstalter / die Veranstalterin ein grösseres, globales Publikum. Das hybride Veranstaltungsformat – also digital und physisch – wird sich dadurch stärker und voraussichtlich zum neuen Standard entwickeln.

Die Organisation SGBT sah sich aufgrund der wegfallenden Einnahmen durch Gasttaxen (vgl. Kapitel 4) gezwungen, rasche Sparmassnahmen einzuleiten und trotzdem die Marktpräsenz sicherzustellen. Denn insbesondere den Inlandtourismus, also Schweizerinnen und Schweizer, galt es nun verstärkt zu umwerben. Zudem verlangte die unsichere Lage aufgrund Covid-19 eine wesentlich stärkere Unterstützung der Mitglieder in Form von Vernetzung und Hilfestellung durch SGBT.

Von der vierjährigen Leistungsvereinbarung 2018-2021 herrschte knapp die Hälfte der Zeit eine ausserordentliche Lage für den Tourismus. Covid-19 verlangte ein sehr rasches Handeln in allen Bereichen. Die Aktivitäten mussten angepasst und die Ressourcen umgestellt werden. Diese Ausgangslage erschwerte eine breite Auseinandersetzung mit strategischen Fragen. Diese Fragen und auch die Folgen von Covid-19, wie sie weiter oben skizziert sind, sind zum heutigen Zeitpunkt nicht beantwortet und sollen dank des geplanten Strategieprozesses nun aufgearbeitet und beantwortet werden.

4 Finanzierung

Bezogen auf das Jahr 2019 (vor Covid-19) trägt die Stadt mit dem jährlichen Beitrag von CHF 880'000 rund 20 % an das Gesamtbudget von SGBT bei. Im Jahr 2020 ist der Einnahmeneinbruch der von der Anzahl Übernachtungen abhängigen Gasttaxe klar ersichtlich. Diese Einnahmen haben sich knapp halbiert. Hinzu kamen im Jahr 2020 die wegfallenden Erträge aus Dienstleistungen (z.B. Stadtführungen, die nicht stattfinden konnten, oder fehlende Kommissionen für den Verkauf von Veranstaltungstickets) in der Höhe von CHF 356'472 (-8.2 %).

Folgende Abbildung aus dem Jahresbericht 2020⁵ zeigt die Erfolgsrechnung von SGBT im Detail.

⁵ Abrufbar auf <https://st.gallen-bodensee.ch/de/ueber-uns.html>

	2020	2019
	CHF	CHF
Betriebsertrag		
Ertrag aus Beiträgen		
Kanton St. Gallen	725 600.00	580 000.00
Städte St. Gallen & Rorschach	1 005 000.00	945 000.00
Politische Gemeinden (ab 2018 inkl. Verein SG Rheintal)	88 400.00	79 850.00
Mitgliederbeiträge	143 036.00	147 605.00
	1 962 036.00	1 752 455.00
Ertrag aus erbrachten Leistungen		
Gasttaxen	597 576.91	1 035 754.51
Sponsorenbeiträge	596 120.01	559 340.02
Ertrag aus Dienstleistungen	466 792.90	823 264.85
Andere betriebliche Erträge	187 356.69	173 989.77
Ertragsminderungen / Veränderung Delkredere	10 491.19	-6 224.70
	1 858 337.70	2 586 124.45
Total Erträge	3 820 373.70	4 338 579.45
Aufwand für Waren und Dritteleistungen		
Wareneinkauf und Dritteleistungen (Dienstleistungen)	-257 806.72	-424 278.78
Stadtführungen / Stadtrundgänge	-12 739.23	-42 434.82
	-270 545.95	-466 713.60
Bruttoergebnis	3 549 827.75	3 871 865.85
Betriebsaufwand		
Personalaufwand		
Lohnaufwand	-1 577 311.55	-1 649 713.35
Sozialversicherungsaufwand	-278 280.30	-276 182.40
Kurzarbeitsentschädigungen	114 078.85	0.00
Übriger Personalaufwand	-48 940.65	-67 085.35
	-1 790 453.65	-1 992 981.10

	2020	2019
	CHF	CHF
Sonstiger Betriebsaufwand		
Raumaufwand	-210 328.67	-213 585.07
Unterhalt / Reparaturen / Ersatz	-3 456.12	-3 425.24
Sachversicherungen / Abgaben / Gebühren / Bewilligungen	-5 657.68	-10 721.38
Energie- und Entsorgungsaufwand	-6 038.76	-6 498.44
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-540 538.08	-403 226.38
Werbeaufwand	-935 177.25	-1 191 833.45
Übriger Betriebsaufwand	-81 313.83	-90 832.97
	-1 782 510.39	-1 920 122.93
Total Betriebsaufwand	-3 572 964.04	-3 913 104.03
Betriebsergebnis	-23 136.29	-41 238.18
Finanzerfolg		
Finanzertrag	79 350.49	45 567.01
Finanzaufwand	-5 271.50	-10 230.33
	74 078.99	35 336.68
Ausserordentlicher Erfolg		
Ausserordentlicher Ertrag	0.00	0.00
Ausserordentlicher Aufwand	-45 000.00	0.00
	-45 000.00	0.00
Jahresgewinn / -verlust	5 942.70	-5 901.50

Abbildung 4: Auszug aus der Erfolgsrechnung 2019 und 2020 (Quelle: SGBT Jahresbericht 2020)

Im Jahr 2020 löste SGBT Massnahmen in der Höhe von über CHF 700'000 aus, um die wegfallenden Erträge zu kompensieren (z.B. Reduktion von Werbeausgaben, Stellenabbau in Kongresswesen, Marketing und Gästeberatung)

Der zu erwartende Rückgang bei den Logiernächten und Mitgliederbeiträgen, der deutlich geringere Dienstleistungsertrag, das zurückhaltende Einbuchen bei Kooperationsmassnahmen sowie der Wegfall von Veranstaltungen im Geschäfts- wie auch im Freizeit-Bereich bildeten die Planungsgrundlage für 2021. Die budgetierten Erträge lagen für das Jahr 2020 noch bei CHF 4.5 Mio. Für das Jahr 2021 rechnet SGBT noch mit CHF 3.5 Mio. an Einnahmen. Die Erträge aus Gästefrequenzen werden mit -40 % bis -50 % gegenüber «vor-COVID-19» veranschlagt. Die Erholung der Frequenzen und Einnahmen auf das Niveau 2019 ist wie im Kapitel 3 erwähnt erst innerhalb von mehreren Jahren zu erwarten.

Trotzdem verlangte Covid-19 auch Investitionen, insbesondere in die Informatik, weshalb dieser Aufwand im Vergleich zu 2019 um knapp CHF 140'000 anstieg.

SGBT hat im Jahr 2020 einen verbürgten Covid-19-Kredit von CHF 0.2 Mio. in Anspruch genommen. Dieser wird aktuell zu 0.0 % verzinst. Diese Zinskonditionen können jeweils per 31. März durch den

Bundesrat angepasst werden. Die Laufzeit des Kredits beträgt fünf Jahre. Der Kreditbetrag ist spätestens am Ende der Laufzeit zusammen mit den dann zumal ausstehenden Zinsen vollständig zurückzuzahlen. Dieser Kredit wurde bisher noch nicht eingesetzt und ist in der Bilanz 2020 als langfristiges Fremdkapital hinterlegt. Das Eigenkapital von SGBT beträgt CHF 139'000.

Die Mittelherkunft (Ertrag) sieht im Detail wie folgt aus.

	Mittelherkunft 2020 Total in TCHF	Mittelherkunft 2020 in %	Mittelherkunft 2019 Total in TCHF	Mittelherkunft 2019 in %
Stadt St.Gallen	910*	23.41%	880	20.08%
Kanton St.Gallen	726	18.68%	580	13.23%
Stadt Rorschach	95	2.44%	65	1.48%
Politische Gemeinden	88	2.26%	80	1.83%
Mitgliederbeiträge	143	3.68%	147	3.35%
Finanzertrag	79	2.03%	45	1.03%
Gasttaxen	597	15.36%	1036	23.64%
Grand Casino	596	15.33%	559	12.75%
Kommission/Provision	68	1.75%	161	3.67%
Verkauf Souvenir/Broschüren	55	1.41%	62	1.41%
Stadtführungen	119	3.06%	326	7.44%
Erträge aus Dienstleistungen	411	10.57%	442	10.08%
Ertrag Total	3'820	100.00%	4338	100.00%

*Aufgrund der Corona-bedingten Einnahmeausfälle beantragte SGBT bei der Stadt im Jahr 2020 einen einmaligen, zusätzlichen Beitrag in der Höhe von CHF 30'000, um die Öffnung der Tourist Info bis Ende 2020 an den Wochenenden sicherzustellen. Diese wäre aufgrund von nötigen Sparmassnahmen reduziert worden.

5 Strategieprozess / Verlängerung der Leistungsvereinbarung

Die Covid-19-Krise hat die Tourismuskonsumnachfrage hin zu Reiseformen und Destinationen, welche Natur, Lebensqualität und Entschleunigung bieten, weiter verstärkt. So erleben beispielsweise verschiedene Beherbergungsformen im Parahotellerie-Sektor einen regelrechten Boom und ländliche Gebiete oder Bergdestinationen konnten zwischenzeitlich sogar von den Folgen der Pandemie profitieren. Für eine Stadt wie St.Gallen mit intakten Naturräumen, ihrer Nähe zu Berg und See sowie ihrer kompakten Grösse und Authentizität sind das spannende Potentiale für die zukünftige Entwicklung im Tourismus. Dennoch – und gerade in der Stadt – bleiben die ökonomischen Rahmenbedingungen wegen der Corona-Pandemie für lange Zeit herausfordernd. Eine Veränderung bei den sogenannten Megatrends⁶ ist spürbar. Hinzu kommen regionalökonomische Begebenheiten, welche sich nach und mit Covid-19 ebenfalls verändern. Die genaue Analyse der sogenannten Megatrends ist von zentraler Bedeutung. Die wichtigsten sind Sicherheit und Gesundheit, gefolgt von Vernetzung auf Basis digitaler Infrastrukturen, wie auch Individualisierung und Globalisierung. An diesen Entwicklungen wird sich die

⁶ Abrufbar auf <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/mit-den-megatrends-in-die-post-corona-zeit/>

Tourismusanbieter- und Partnerseite ist zu erkennen, dass deutlich mehr Unterstützung und Koordination gefragt sind. Ebenso ist eine stärkere Produkteorientierung gefragt. Somit wird der Wechsel von der Marketingorganisation hin zur Service-Organisation weiter verstärkt.

SGBT ist die Drehscheibe zur nachhaltigen Entwicklung der Tourismusregion und damit das führende Tourismus-Kompetenzzentrum der Ostschweiz. Die Stadt steht dabei im Mittelpunkt. Ein vitaler Tourismus im umliegenden Destinationsgebiet und in den Nachbardestinationen befruchtet die Stadt und umgekehrt. Die oben genannten Trends und die daraus entstehenden Wachstumstreiber gilt es zu nutzen und die Organisation St.Gallen-Bodensee Tourismus entsprechend darauf auszurichten. Daher sind Themen wie die integrierte Standortvermarktung zusammen mit der Stadt, aber auch die derzeit in Überarbeitung stehende Strategie der REGIO Appenzell AR St.Gallen Bodensee (bis November 2021) eng miteinander verknüpft und stehen in einem gegenseitigen Verhältnis mit der Zukunft der Tourismusstrategie der Stadt, der Region und deren Schlüssel-Leistungserbringer (Hotellerie, Olma Messen, Gastronomie, Gewerbe, Universität St.Gallen, Fachhochschule OST, Regionalflughafen Altenrhein, Wirtschaftsverbände etc.). Hinzu kommt der zunehmende nationale und internationale Wettbewerb. Marktveränderungen erfordern eine noch gezieltere Entwicklung der Angebots-, Erlebnis- und Servicequalität, damit man fortan noch profilierter, bedarfsgerechter und über Destinationsgrenzen hinausdenkend, in sogenannten funktionalen Räumen, agieren kann. Aber auch neue Infrastrukturen wie die Olma Halle 1 gilt es als Chance zu packen und erfolgreich am Markt zu positionieren.

Gleichzeitig gab und gibt es im strategischen Organ des Vereins, dem Vorstand von SGBT auch mehrere personelle Wechsel: neue Direktorin Olma Messen, neuer Stadtpräsident Rorschach, neue Leiterin Amt für Kultur des Kantons, neue Stadtpräsidentin St. Gallen und ab Frühling 2022 auch eine neue Vereinspräsidentin oder einen neuen Vereinspräsidenten. Die Änderungen verleihen der Organisation neue Impulse in der Organisation und Ausrichtung.

Aufgrund dessen erachten der Stadtrat und SGBT eine grundlegende Strategieüberarbeitung für eine neue touristische Vision 2030 der Destination St.Gallen-Bodensee zum jetzigen Zeitpunkt als sinnvoll und notwendig.

Ab Dezember 2021 bis April 2022 werden verschiedene Akteurinnen und Akteure von touristischen Leistungsträgern aus Politik, Kultur, Verbänden, Gewerbe, Verwaltung, Wirtschaft und Wissenschaft in die gemeinsame Entwicklung einer neuen touristischen Vision und daraus abgeleiteten Strategie für die Destination St.Gallen-Bodensee eingebunden. Aus diesem Grund ist es wenig sinnvoll, aktuell eine vierjährige Leistungsvereinbarung mit SGBT abzuschliessen, im Wissen, dass im Frühling 2022 eine neue Strategie vorliegt. Der Stadtrat beantragt deshalb eine Verlängerung der aktuell gültigen Leistungsvereinbarung um ein Jahr bis Ende 2022. Dadurch können Stadt und SGBT die nötigen Schritte zur Erarbeitung der Standortstrategie für den Bereich Tourismus einleiten und gleichzeitig die Erbringung der touristischen Basisleistungen (Betrieb Tourist Info, Informationskanäle, Stadtführungen, Promotion etc.) über das Jahr 2022 sichern.

Der Strategieprozess soll Ende März 2022 abgeschlossen sein. Der detaillierte Projektzeitplan inkl. Meilensteine und Massnahmen ist zum Zeitpunkt dieser Vorlage noch nicht bekannt. Die neue, mehrjährige Leistungsvereinbarung wird ab April 2022 auf Basis der neuen Strategie erarbeitet und soll im September 2022 im Stadtparlament behandelt werden.

Der Strategieprozess wird durch externe Unterstützung geführt, begleitet und moderiert. Nach einem Einladungsverfahren wird die geeignetste Agentur bzw. Institution durch den Vorstand von SGBT gewählt. Als Vorstandsmitglied ist die Stadt somit Teil dieses Verfahrens. Zudem wird die Stadt mit den entsprechenden Dienststellen danach aktiv in die Strategieerarbeitung involviert. Die Kosten für den Strategieprozess liegen bei rund CHF 150'000. Der städtische Anteil ist im städtischen Beitrag von CHF 880'000 inkludiert.

6 Fazit

Der Tourismus, insbesondere der Geschäftstourismus hat in St.Gallen eine lange Tradition und prägt die Stadt und deren Entwicklung. Für das wirtschaftliche und gesellschaftliche Zentrum der ganzen Ostschweiz darf der Tourismus als nicht unwesentlicher Wirtschaftsmotor in der Stadt betrachtet werden. SGBT ist das touristische Kompetenzzentrum der Stadt und der umliegenden Regionen, die in der Fachsprache als «funktionaler Raum» bezeichnet werden. Der Stadtrat erachtet es als zentral, SGBT in seinen Anstrengungen als touristische Marketing- und Serviceorganisation für den Tourismusstandort St.Gallen weiterhin zu unterstützen. Er setzt dabei auf eine enge Zusammenarbeit mit der Standortförderung. Diese Allianz ist wichtig, weil die Freizeit- und Tourismusbranche das Leben in der Stadt nicht nur wirtschaftlich nachhaltig prägt, sondern auch gesellschaftliche und ökologische Einflüsse hat. SGBT bekennt sich aktiv dazu⁷, diese Einflüsse im Rahmen verschiedener Ziele für eine nachhaltige Entwicklung positiv zu beeinflussen. Der Tourismus als Querschnittssektor will einen wichtigen Beitrag für eine gesellschaftsverträgliche, wirtschaftliche, soziale und ökologische Entwicklung leisten.

Eine neu erarbeitete Strategie ist auf Grund der veränderten Ausgangslage zentral. Es lohnt sich, diese abzuwarten, um eine neue Leistungsvereinbarung abzuschliessen.

Der Stadtpräsidentin-Stellvertreter:

Markus Buschor

Der Stadtschreiber:

Manfred Linke

Beilage:

- Vertrag zwischen Stadt St.Gallen und St.Gallen-Bodensee Tourismus 2022
- Leistungskatalog 2022
- SGBT Reporting Februar 2021
- Ausgabepositionen über CHF 30'000 (2018-2021)

Konto: 2099.36505

⁷ Abrufbar auf <https://st.gallen-bodensee.ch/de/ueber-uns/nachhaltigkeit.html>