



Das neue Modell der Tourismusfinanzierung

Pressekonferenz am 5. April 2012



Ausgangssituation → Warum ein neues Finanzierungsmodell?

Südtirol muss sich als Urlaubsdestination im härter werdenden Wettbewerb behaupten. Dabei geht es nicht mehr nur um einen Wettbewerb mit drei, vier ähnlichen Destinationen, sondern es drängen auch bislang unbekannte Urlaubsziele immer professioneller auf den Markt, um sich zu behaupten. Seit Jahren wird deshalb, zu Recht, eine Aufstockung des Marketingbudgets gefordert.

Südtirol hat das Glück, auf treue Gäste zählen zu können. Doch auch Gästetreue bedarf intensiver Betreuung vor Ort. Der Gast sucht nach attraktiven und authentischen (sprich: begehrlichen) Produkten und gibt dafür auch gerne viel Geld aus. Als Wettbewerbsfaktor schlägt deshalb Begehrlichkeit den niedrigen Preis um Längen. Südtirol ist heute schon eine der begehrlichsten Destinationen, hat aber noch Verbesserungspotential. Um dieses zu nutzen, braucht es in vielerlei Hinsicht mehr Kreativität, die bekanntlich meist Freiräumen entspringt. Solche Freiräume ergeben sich durch Planung und Planungssicherheit, wobei letztere wiederum eine Frage der finanziellen Mittel ist.

Südtirol ist keine Billigdestination, sondern zieht immer mehr anspruchsvolle Gäste an. Da muss das Angebot eines Tourismusvereins schon mehr umfassen, als übliche Festveranstaltungen oder Gästeehrungen. Und Informationsleistungen vor Ort können sich nicht auf grafisch mittelmäßig aufbereitetes Informationsmaterial beschränken. Vieles ist deshalb auf den Prüfstand zu stellen, um den laufenden Strukturwandel zu beschleunigen.

Heute werden die Tourismusorganisationen durch Landesmittel, freiwillige Beiträge, die Unterstützung von Gemeinden und Leistungsentgelte aus Veranstaltungen finanziert. Das freiwillige System funktioniert zwar gut, birgt aber ein offensichtliches Risiko.

Freiwillige Beiträge an TV [Datengrundlage: Bilanzen der 80 Tourismusvereine 2010]	
Hotellerie	78,3%
Gastronomie	4,2%
Privatzimmervermieter	8,8%
Handel	3,6%
Handwerker	1,6%
Dienstleister	1,6%
Andere	1,9%
SUMME	ca. 18,3 Mio.€

Neun von zehn Gastwirten leisten heute freiwillig ihren Beitrag, auch wenn sie nicht immer jenen Beitrag leisten, den sie leisten sollten. Im Handel zahlen ca. 3,6 Prozent und im Handwerk ca. 1,6 Prozent der Betriebe. Insgesamt ist die Tendenz abnehmend. Es besteht keine gesetzliche Verpflichtung einen Beitrag zu zahlen. Somit sind die freiwilligen Beiträge von heute keine Garantie für morgen. Laut jüngsten Erhebungen des ASTAT hängt nahezu jeder fünfte Arbeitsplatz in Südtirol direkt oder indirekt am Tourismus. Angesichts dieses Stellenwertes ist dieses Risiko nicht hinnehmbar.



Heutige Situation der Finanzierung

Freiwillige Beiträge	ca. 18 Mio.€
Land Südtirol (SMG ca. 12 Mio., TO ca. 8 Mio. €)	ca. 20 Mio.€
Gemeinden	ca. 5 Mio.€
SUMME	ca. 43 Mio.€
<i>Zusätzlich eigene Einnahmen aus Veranstaltungen etc.</i>	

Im Tourismusjahr 2007/08 betrugen die täglichen Pro-Kopf-Ausgaben der Touristen 119 Euro, wobei fast die Hälfte der Ausgaben (48,6%) im Beherbergungsbetrieb blieb. Weitere wichtige Ausgabenposten stellten der Erwerb von Gütern (20,7%), die Gastronomie (18,3%) und die interne Beförderung (8,5%) dar, deren Anteil besonders im Winter aufgrund der Kosten für den Skipass zu Buche schlägt.

Grobe Schätzung zum touristischen Umsatz

[Datengrundlage: Pro-Kopf-Ausgabe 2007/08 | Nächtigungen 2010/11]

Unterkunft	48,6%
Gastronomie	18,3%
Interne Beförderung	8,5%
Erwerb von Gütern	20,7%
Dienstleistungen	3,9%
SUMME	ca. 3,4 Mrd.€

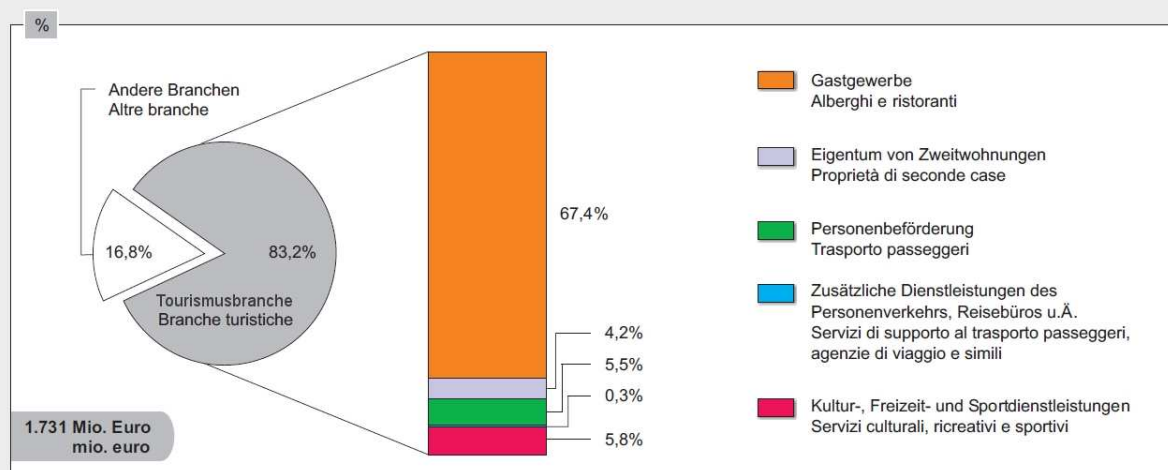
Die Daten dieser Tabelle wurden erst kürzlich durch die Erhebungen des ASTAT zu den Auswirkungen des Tourismus auf die Wirtschaft bestätigt und fallen mit 3,7 Mrd. € Konsumausgaben der Touristen sogar etwas höher aus.

Tourismuswertschöpfung nach Wirtschaftsbranche - 2008

Prozentuelle Verteilung

Valore aggiunto del turismo per branca di attività economica - 2008

Composizione percentuale





Diese 3,7 Mrd. € bilden auch die Auswirkungen der Tagesbesuche und Übernachtungen in Zweitwohnungen bzw. bei Freunden ab. Sie aktivieren direkt eine Wertschöpfung von 1,7 Mrd. € (=11,2% der Bruttowertschöpfung). Berücksichtigt man auch die indirekten und induzierten Effekte des touristischen Konsums, steigt die Tourismuswertschöpfung auf 16,2% der Bruttowertschöpfung. Die Wirtschaftsbranchen, welche die größten Vorteile aus dem Tourismus ziehen, sind neben dem Gastgewerbe (63,7% der Wertschöpfung werden vom Tourismus aktiviert) die Branchen Immobiliengeschäfte und Vermietung beweglicher Sachen (20,9%), Verkehr, Lagerung und Kommunikation (16,8%) sowie Handel (12,3%).

Aufgrund der unumstrittenen Bedeutung des Tourismussektors für die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung unseres Landes ist das Risiko einer rein freiwilligen Finanzierung nicht tragbar. Darüber hinaus ist eine Aufstockung der Mittel seit Jahren notwendig. Das vorgeschlagene Finanzierungsmodell kann in Verbindung mit klar definierten Qualitätskriterien für die Tourismusorganisationen auf allen Ebenen zu einer wesentlichen Verbesserung des Status Quo beitragen.

Finanzierungsmodell → Drei Säulen für langfristige Stabilität

Der Vorschlag zur Finanzierung des Tourismus sieht ein Drei-Säulen-Modell vor. Die Gelder sollen von den Gästen (Gästebeitrag), von der Allgemeinheit (Beiträge von Land und Gemeinden), sowie von den Betrieben (über einen Marketingbeitrag) kommen, die vom Tourismus profitieren. Insgesamt würden dadurch die Mittel für den Tourismus um über ein Drittel aufgestockt, ohne Mehrbelastungen für jene Betriebe, die heute einen freiwilligen Beitrag leisten.

Geplante Situation der Finanzierung	
Gästebeitrag (bezahlt der Gast)	ca. 23 Mio.€
Land Südtirol & Gemeinden (bezahlen alle)	ca. 23 Mio.€
Marketingbeitrag (bezahlen Betriebe)	ca. 21 Mio.€
SUMME	ca. 67 Mio.€
<i>Zusätzlich eigene Einnahmen aus Veranstaltungen etc.</i>	

Das Land Südtirol würde den Schlüsselbeitrag an die Tourismusvereine weiterhin gewährleisten, ebenso wie die Gemeinden die Abgeltungen von erbrachten Leistungen. Die 12 Mio. €, mit denen heute zu nahezu 100% die Tätigkeit der SMG von der Allgemeinheit finanziert wird, sollen auch in Zukunft gewährleistet werden und könnten bei Notwendigkeit zudem über den Marketingbeitrag der Betriebe aufgestockt werden.

Der Gästebeitrag (Kurtaxe) würde auf Gemeindeebene eingehoben, und zwar im Ausmaß zwischen 0,5 und maximal 2 Euro pro Gast und Nacht. Laut aktuellen Überlegungen würde eine Staffelung von 0,5 bis max. 1,5 Euro vorgesehen, und auch die Möglichkeit von Befreiungen (z. B. für Kinder oder Übernachtungen in Schutzhütten) ausgenutzt. Die gesamten Einnahmen aus dieser Abgabe werden von Seiten der Gemeinden den örtlichen und überörtlichen Tourismusvereine zugewiesen und bleiben somit vor Ort.



Geplante Mittelverwendung	
Gästebeitrag (Einhebung durch Gemeinde)	Die Mittel gehen zu 100% an örtliche und überörtliche Tourismusvereine
Land Südtirol	Land Südtirol garantiert die Finanzierung der SMG und die Schlüsselbeiträge an Tourismusvereine
Gemeinden	Gemeinden gelten weiterhin Leistungen der Tourismusvereine über entsprechende Konventionen ab
Marketingbeitrag (Einhebung durch Land)	Verwendung für Marketing-Sondermaßnahmen und Aufstockung des SMG-Budgets
SUMME	ca. 67 Mio.€

Der Gästebeitrag wird, als Kurtaxe, im Großteil Europas eingehoben und ist dem Gast bekannt. Vom Fischerdorf Greetsiel an der Nordsee, über Urlaubsorte in den Bergen, bis hin zu Kulturstädten wie Rom oder Florenz werden vom Gast, zusätzlich zum Übernachtungspreis, Gästebeiträge in der Höhe von 0,25 bis 5 € eingehoben. Der Gästebeitrag zählt dabei steuerlich nicht zu den Einnahmen der Beherbergungsbetriebe. Er stellt einen reinen Durchlaufposten dar, da er an die Gemeinde weitergegeben wird, welche die Mittel den örtlichen und überörtlichen Tourismusvereinen zuführt. Der heute freiwillig bezahlte Mitgliedsbeitrag muss hingegen von den versteuerten Einnahmen abgezweigt werden.

Von den Betrieben, die aus dem Tourismus einen direkten oder indirekten Nutzen ziehen, ist hingegen der Marketingbeitrag an das Land zu bezahlen. Der Beitrag wird einmal jährlich über das Mod. F24 eingezahlt. Diese Art der Einhebung ist unbürokratisch und auch der jährliche Handelskammerbeitrag wird in dieser Form eingehoben.

Für den Marketingbeitrag sind verschiedene Pauschalbeträge laut Umsatzklassen geplant, wobei laut dem aktuellen Gesetzentwurf eine Deckelung sowie auch Ausnahmen und Staffelungen zwischen den direkt und indirekt Beteiligten vorgesehen sind. Im vorliegenden Gesetzesentwurf sind ein Mindestbetrag von 100,00 Euro, ein Maximalbetrag von 40.000,00 Euro (soll auf 30.000 Euro festgeschrieben werden) und die Möglichkeit zur Befreiung für Betriebe mit Umsätzen unter 10.330,00 Euro (wird auf 20.660 Euro erhöht) vorgesehen. Auch hier werden sämtliche Detailregelungen in der Durchführungsverordnung festgelegt und sind mit den Sozialpartnern und den betroffenen Berufsverbänden zu besprechen.

Sowohl die Verwendung der Mittel aus dem Gästebeitrag als auch jene aus dem Marketingbeitrag der Betriebe unterliegen den von der Landesregierung zu erlassenden Qualitätskriterien. Dadurch wird eine optimale und effiziente Verwendung der generierten Mittel gewährleistet. Jedenfalls ist Südtirols Auftritt nach außen sowie Sondermaßnahmen für den Tourismus im Lande bzw. im touristischen Werbebereich der ausschließliche Verwendungszweck dieser Einnahmen. Es gilt festzuhalten, dass es sich um ein Rahmengesetz handelt, das nur die Grundsätze festlegt. Die Detailregelungen der Durchführungsverordnung sind mit dem Rat der Gemeinden und den repräsentativsten Berufsorganisationen sowie dem repräsentativsten Verband der Tourismusorganisationen zu besprechen und stehen somit noch nicht im Detail fest.



Durch die gesetzliche Beitragsverpflichtung wäre eine langfristige Finanzierungs- und Planungssicherheit erreicht, und durch die Verteilung auf drei tragende Säulen würde das aktuelle Risiko gemindert. Aufgrund der bisherigen Erfahrungen sind diese Elemente von grundlegender Bedeutung, um den laufenden Strukturwandel und die ständige Professionalisierung zu beschleunigen.

Marketingbeitrag der Betriebe → Vorschlag für die Pauschalbeiträge nach Umsatzklassen und verschiedenen Beitragskategorien

Der geplante Marketingbeitrag ist ein Beitrag der Betriebe, die direkt oder indirekt vom Tourismus profitieren. Es sind verschiedene **Pauschalbeträge** laut Umsatzklassen geplant. Der aktuelle Gesetzentwurf sieht zudem eine Deckelung, sowie die Möglichkeit unterschiedlicher Beitragskategorien und Befreiungen vor. Sämtliche Detailregelungen werden in der Durchführungsverordnung festgelegt und sind mit den Sozialpartnern und den betroffenen Berufsverbänden zu besprechen.

Die nachfolgenden Vorschläge sind als Diskussionsgrundlage für die Gespräche zur Durchführungsverordnung gedacht und geben einen Hinweis auf die mögliche Höhe der geplanten Pauschalbeiträge. Für viele Betriebe, die bereits heute ihren freiwilligen Beitrag leisten, wäre der geplante Marketingbeitrag keine zusätzliche Belastung, da er in der Regel sogar niedriger ausfällt als aktuell gezahlte Summen. Bisherige Trittbrettfahrer müssten hingegen eine Zusatzbelastung tragen.

Beitragskategorie A

[z.B. Beherbergung, Skischulen, Bergführer, Aufstiegsanlagen]

Umsatzklassen			Pauschale in €
20.000	bis	26.000	160
26.001	bis	33.000	200
33.001	bis	43.000	260
43.001	bis	56.000	340
56.001	bis	73.000	440
73.001	bis	96.000	580
96.001	bis	126.000	760
126.001	bis	166.000	1.000
166.001	bis	216.000	1.300
216.001	bis	283.000	1.700
283.001	bis	366.000	2.200
366.001	bis	483.000	2.900
483.001	bis	633.000	3.800
633.001	bis	833.000	5.000
833.001	bis	1.100.000	6.600
1.100.001	bis	1.466.000	8.800
1.466.001	bis	1.950.000	11.700
1.950.001	bis	2.600.000	15.600
2.600.001	bis	3.466.000	20.800
3.466.001	bis	4.616.000	27.700
	über	4.616.000	30.000



Beitragskategorie B

[z.B. Handel, Reiseveranstalter]

Umsatzklassen			Pauschale in €
20.000	bis	73.000	150
73.001	bis	96.000	200
96.001	bis	126.000	270
126.001	bis	166.000	350
166.001	bis	216.000	460
216.001	bis	283.000	600
283.001	bis	366.000	770
366.001	bis	483.000	1.020
483.001	bis	633.000	1.330
633.001	bis	833.000	1.750
833.001	bis	1.100.000	2.310
1.100.001	bis	1.466.000	3.080
1.466.001	bis	1.950.000	4.100
1.950.001	bis	2.600.000	5.460
2.600.001	bis	3.466.000	7.280
3.466.001	bis	4.616.000	9.700
	über	4.616.000	10.000

Beitragskategorie C

[z.B. Handwerk u.ä.]

Umsatzklassen			Pauschale in €
20.000	bis	126.000	100
126.001	bis	166.000	120
166.001	bis	216.000	160
216.001	bis	283.000	210
	über	283.000	250

DER LANDESRAT

- Hans Berger -