

26.11.2001 - 10:20 Uhr

Tourismus im Tessin - Strategische Anweisungen der kantonalen Politik

Bellinzona (ots) -

Der Verwaltungsrat von Ticino Turismo, der am 23.11 in Agno tagte, hat einstimmig die definitive Version der richtungsweisenden Urkunde "Tourismus im Tessin - strategische Anweisungen der kantonalen Politik" gutgeheissen. Das Dokument war im Vernehmlassungsverfahren seit dem 3. Juli 2001.

Die heute genehmigte endgültige Version, welche verschiedene während des Vernehmlassungsverfahrens gemachte Bemerkungen und Vorschläge enthält, wird demnächst dem Regierungsrat übergeben werden, damit dieser seine zuständigen Entscheidungen trifft. Auf dieser Grundlage wird die Regierung die Botschaft mit der Anforderung des ersten vierjährigen Rahmenkredits ausarbeiten, der dem Parlament unterbreitet wird. Der Rahmenkredit ist die neue, vom Tourismusgesetz vorgesehene Finanzierungsform vom 30. November 1998.

Das Dokument der kantonalen Tourismuspolitik ist in 8 Kapitel unterteilt:

1. Im ersten Kapitel wird der Tourismus in den kantonalen Kontext eingefügt, mit den Angaben über die gesetzlichen Grundlagen, die Kompetenzen des kantonalen Tourismusvereins, der lokalen Vereine und des Parlaments, den Verweisen auf die anderen Grundsatz- und Planungsdokumente (Weisses Buch, 101 Massnahmen, Leitplan) und die Koordination mit den anderen Bereichspolitiken (ökonomische Politik, regionale Politik, Landwirtschaftspolitik, Transportpolitik).

2. Im zweiten Kapitel wird das Bezugsszenarium auf Weltebene dargestellt, mit der Entwicklung der Anzahl Ankünfte, den Prognosen für die nächsten 20 Jahre, der Quantifizierung der Ressourcen, die jedes Land direkt oder indirekt im Tourismus anlegt: Diese Analyse zeigt, dass das Tessin, um auf dem Weltmarkt kompetitiv zu bleiben und wenigstens das zu machen, was die anderen Länder im Durchschnitt tun, deren Tourismus bereits eine reife Entwicklung erreicht hat, mindestens 350 Millionen Franken im Jahr (öffentlich und privat) investieren sollte.

3. Das dritte Kapitel stellt den Tourismus in der Schweiz detailliert, mit den Hauptangaben und mit der eidgenössischen Tourismuspolitik dar.

4. Das vierte Kapitel stellt den Tourismus im Tessin vor, mit detaillierten Angaben über die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus, die Tätigkeit des Staats, die Lage des Tessin im grenzüberschreitenden Zusammenhang, die Indikatoren für den kantonalen Tourismus, die Natur und das Benehmen des Touristen im Tessin, das heute in unserem Kanton existierende Angebot, die Qualität im Tourismus und den Vergleich mit der Konkurrenz.

5. Das fünfte Kapitel geht die strukturellen Probleme des Tourismus im Tessin an, mit den starken und schwachen Punkten, den Gelegenheiten und den Bedrohungen.

6. Das sechste Kapitel stellt die neue Strategie mit, den Zielen, den Vorschlägen um ein koordiniertes und integriertes Angebot zu schaffen, der Schaffung eines Zusammenarbeitsnetzes zwischen dem kantonalen Amt für Tourismus, den lokalen Vereinen und den Partnern, der Entwicklung neuer organisatorischer Strukturen vor.

7. Im siebten Kapitel werden die drei grossen Projekte auf mittlere und lange Sicht dargestellt, mit welchen man einen Qualitätssprung im kantonalen touristischen Angebot zu machen vermag; "Tessin Ereignisse und Architektur", "Tessin grüner Park" und "Tessin Wasserpark" mit der Bewertung der möglichen Szenarien.

8. Zum Schluss, werden im achten und letzten Kapitel die finanziellen Aspekte mit dem Vorschlag zum ersten Rahmenkredit dargestellt, den die Regierung und das Parlament umschreiben sollten, um das neue Tourismusgesetz anzuwenden. Das Dokument schlägt 30 Millionen Franken vor.

Die neue Strategie soll erlauben, die neuen im Dokument angegebenen Ziele zu erreichen:

- _ die touristische Industrie als Priorität für die wirtschaftliche Entwicklung im Tessin bewerten;
- _ die touristischen Flüsse so weit als möglich von der Saison abkoppeln;
- _ eine stabile Zunahme von 2% jährlich anregen, um die künftigen Investitionen im Angebot und im Marketing zu unterstützen;
- _ auf die Qualität des Angebots zielen;
- _ das integrierte Angebot des ganzen Kantons ins Netz setzen;
- _ die Treue des Touristen ankurbeln (heute ist sie bei 37%: Ziel ist 45% zu erreichen).

Um diese Ziele zu erreichen, schlägt das Dokument die Förderung eines starken territorialen Warenzeichens, neben den anderen bereits existierenden lokalen Warenzeichen vor (den "Bestimmungsort Tessin"), womit die jetzigen Splitterungen überwunden und auf internem sowie internationalem Markt, mittels eines geeigneten Managements zum "Warenzeichen Tessin", auf dieses gesetzt werden kann.

Die auf einem koordinierten und integrierten touristischen Angebot gründende Strategie beinhaltet:

- _ die Produkte;
- _ die Märkte an die sie sich wendet;
- _ die Kundensegmente an welche das Angebot gerichtet wird;
- _ die Marketingpolitik
- _ das Netz der Zusammenarbeit zwischen touristischen Ämtern und Partnern
- _ eine neue organisatorische Struktur

Die neue vorgeschlagene organisatorische Struktur ist besonders auf drei grosse Bestimmungsorte (Langensee; Bellinzona und Nordtessin; Lugano- und Mendrisiotto) sowie auf das Servicecenter des kantonalen touristischen Amtes gestützt.

Die Strategie zielt auf die Eroberung neuer Märkte auf der Grundlage existierender und neuer Produkte. Letztere werden auch für die Touristen als notwendig erachtet, die aus Märkten kommen, aus welchen der Tessiner Tourismus bereits reichlich schöpft (Schweiz und Deutschland). Das Dokument schlägt eine Bereicherung des touristischen Angebots im Tessin mit drei starken Projekten vor, zu deren Umsetzung in erster Linie die Privaten beitragen sollen. Auch die öffentliche Hand soll durch eigene gesetzliche Mittel das Ihrige dazu beisteuern. Die drei Projekte sind Tessin Ereignisse und Architektur, Tessin Grüner Park und Tessin Wasserpark.

Der Verwaltungsrat Ticino Turismo hat, angesichts der Anfrageergebnisse, die Zustimmung zum richtungsweisenden Dokument, mit den von der Direktion vorgeschlagenen Integrierungen bestätigt. Er erwartet nun die Entscheidungen der politischen Behörde, um der Strategie in enger Zusammenarbeit mit den Bereichsvereinen, den örtlichen touristischen Vereinen und den Reiseveranstaltern Folge zu leisten.

Kontakt:

TICINO TURISMO

Mariy Spelzini, Direktionsassistentin
Via Lugano 12
6501 Bellinzona
Tel. +41 91 821 53 12
E-Mail: spelzini@ticino-tourism.ch
[005]

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001962/100012710> abgerufen werden.