Reglement über die Förderung des Tourismus (Tourismusreglement, TourR)

Vom 18. September 2012 (Stand 1. Januar 2013)

Der Regierungsrat des Kantons Uri,

gestützt auf Artikel 21 des Gesetzes vom 23. September 2012 über die Förderung des Tourismus (Tourismusgesetz, TourG, RB 70.2411),

beschliesst:

1 Allgemeine Bestimmungen

Artikel 1 Gegenstand

[1] Dieses Reglement führt das Tourismusgesetz näher aus, indem es die Anerkennung der regionalen Tourismusorganisationen, deren Aufgaben, den Leistungs- und Wirksamkeitsnachweis und die Berechnung der finanziellen Beiträge der Gemeinden näher regelt.

2 Regionale Tourismusorganisationen

2.1 Anerkennung

Artikel 2 Statuten

[1] Die Tourismusorganisation muss in ihren Statuten die Tourismusförderung als Hauptzweck festschreiben.

Artikel 3 Personelle und finanzielle Ressourcen

[1] Die Führung der Tourismusorganisation muss zwischen einem Vorstand bzw. Verwaltungsrat (strategische Ebene) und einer Geschäftsleitung (operative Ebene) aufgeteilt sein, deren Verantwortlichkeiten und Kompetenzen klar geregelt sind.

* Änderungstabellen am Schluss des Erlasses

[2] Die Tourismusorganisation muss mit einem Businessplan nachweisen, dass sie über die zur Aufgabenerfüllung nötigen Mittel und Kompetenzen verfügt.

Artikel 4 Entscheidungsmacht

[1] Die Entscheidungsmacht innerhalb einer Tourismusorganisation muss breit gestreut sein, sodass keiner einzelnen Gemeinde oder keiner einzelnen natürlichen oder juristischen Person eine beherrschende Stellung zukommt.

[2] Namentlich darf keine Gemeinde und keine natürliche oder juristische Person über mehr als 30 Prozent der Stimmrechte einer Tourismusorganisation verfügen.

Artikel 5 Mindesteinnahmen

[1] Die Tourismusorganisation muss durch Vereinbarungen, Absichtserklärungen und/oder Erfahrungswerte glaubhaft machen, dass ihre Einnahmen ohne öffentliche Beiträge nach dem Tourismusgesetz drei Viertel des für die Region berechneten Kantonsbeitrags gemäss Artikel 16 des Tourismusgesetzes erreichen.

[2] Die Einnahmen umfassen:

a) die Umsätze aus Werbe- und Sponsoringverträgen
b) die Umsätze aus Dienstleistungen für Dritte mit touristischem Bezug (z.B. Geschäftsführung, Sekretariatsarbeiten, Leistungsvereinbarungen)
c) die Umsätze aus dem Verkauf von Produkten, in denen die Tourismusorganisation im eigenen Namen auftritt
d) die Kommissionserträge bei Dienstleistungen, indem die Tourismusorganisation als Vermittlerin auftritt

[3] Bezahlt eine Gemeinde mehr als den gesetzlich vorgesehenen Beitrag, weil sie beispielsweise von den touristischen Leistungsträgern und von Dritten eine Abgabe zur Förderung des Tourismus einzieht, zählt die Summe, die den gesetzlichen Beitrag übersteigt, ebenfalls zu den Einnahmen der Tourismusorganisation dazu.

Artikel 6 Entscheid bei mehreren Bewerbern

[1] Erfüllen in einer Region mehrere Bewerber die Voraussetzungen für die Anerkennung als regionale Tourismusorganisation, entscheidet die Volkswirtschaftsdirektion anhand von Umfang und Qualität, mit denen die Voraussetzungen erfüllt werden, wer die Anerkennung erhält.

[2] Sie kann die betroffenen Gemeinden und die touristischen Leistungsträger anhören.

Artikel 7 Entzug der Anerkennung

[1] Erfüllt eine Tourismusorganisation die Voraussetzungen der Anerkennung nicht mehr, setzt die Volkswirtschaftsdirektion eine Frist von höchstens vier Monaten, die Voraussetzungen wiederherzustellen, bevor sie die Anerkennung entzieht.

[2] Nimmt eine Tourismusorganisation ihre Aufgaben nicht oder ungenügend wahr oder kann sie den Leistungs- und Wirksamkeitsnachweis nicht erbringen, spricht die Volkswirtschaftsdirektion eine Verwarnung aus. Sie entzieht die Anerkennung, wenn der Mangel im Folgejahr immer noch besteht.

2.2 Aufgaben

Artikel 8 Planung

[1] Der Aufgabenbereich Planung umfasst:

a) die Erarbeitung und Realisierung eines Leitbilds / Strategie (inklusive Marketing) und
b) das Controlling der eigenen Tätigkeiten und Aktivitäten aufgrund der operativen und strategischen Zielsetzungen

Artikel 9 Interessenvertretung

[1] Der Aufgabenbereich Interessenvertretung umfasst:

a) die Förderung des Tourismusbewusstseins der Bevölkerung in der Region mit Informationen über den Tourismus (z.B. im Schulunterricht)
b) die Mitarbeit auf Kantons- und Gemeindeebene bei Themen / Geschäften, die den Tourismus direkt oder indirekt betreffen
c) den Betrieb einer Anlaufstelle für alle touristischen Anliegen / Angelegenheiten und Geschäfte in ihrer Region und

d) die Teilnahme / Pflege von regionalen Netzwerken, Lobbying

Artikel 10 Angebotsgestaltung

[1] Der Aufgabenbereich Angebotsgestaltung umfasst:

a) das Zusammenfügen von bestehenden Angeboten zu marktgerechten Produkten von touristischen Leistungsträgern (z.B. Übernachtungen, Veranstaltungen, Rundwege, Billette), Verbesserung der ganzen Dienstleistungskette und Abrechnung
b) die Organisation / Koordination / Durchführung von Gäste- / Gruppenanimation und -betreuung (z.B. Initiieren verschiedener Exkursionen und Führungen, massgeschneiderte Programme für z.B. Familien und Kinder, Gruppen, Incentives)
c) die Erarbeitung und Durchführung des Qualitätsmanagements in der Region
d) die Organisation / Unterstützung / Mithilfe bei Events und Anlässen
e) den Betrieb einer Anlaufstelle für Gästereklamationen / Ombudsstelle und
f) die Unterstützung von Initiativen zum Ausbau der touristischen Infrastrukturen (Beratungsleistung)

Artikel 11 Information

[1] Der Aufgabenbereich Information umfasst:

a) den Betrieb von Informationsstellen und eines Callcenters für die Region sowie das Beantworten der touristischen Anfragen (Auskünfte per Telefon, Fax, E-Mail, Prospektversand)
b) den Betrieb eines elektronischen Informations- und Reservationssystems (in Zusammenarbeit mit Destinationen oder anderen Partnern) inklusive der Erfassung und Bewirtschaftung aller relevanter Daten über das Leistungs- und Veranstaltungsangebot in der Region (z.B. Veranstaltungskalender)
c) die Präsenz auf Homepage und in Social Media und
d) das Content Management in elektronischen Informationsplattformen (externe)

Artikel 12 Marketing und Kommunikation

[1] Der Aufgabenbereich Marketing und Kommunikation umfasst:

a) das Erarbeiten / Umsetzen einer Corporate Identity / eines Corporate Design (z.B. Logo, Claim), Aufbau und Führen der Marke
b) das Erarbeiten / Umsetzen von mittelfristigen und jährlichen Marketing- und Kommunikationsplänen
c) die Distribution / den Verkauf von touristischen Angeboten und Packages
d) Verkaufsförderungsmassnahmen (z.B. Teilnahme an Messen)
e) die Produktion von Informationsmaterial und Prospekten über die Region
f) die Aktualisierung, Bewirtschaftung von Bildarchiven / -bearbeitung
g) die Medienbetreuung und Öffentlichkeitsarbeit (PR)
h) den Aufbau und die Pflege von Kooperationen inner- und ausserhalb der Branche
i) ein Direct-Marketing-System (Customer Relationship Management vor allem für Stammgäste, Newsletter, Mailings) und
j) den Betrieb von Marktmonitoring / Marktforschung

Artikel 13 Aufgabenerfüllung

[1] Innerhalb der gesetzlichen Aufgabenbereiche kann eine Tourismusorganisation bei der Aufgabenerfüllung eigene Prioritäten gemäss ihrer operativen und strategischen Ziele setzen und frei über die Verwendung der öffentlichen Gelder entscheiden.

[2] Vorbehalten bleibt der Leistungs- und Wirksamkeitsnachweis ihrer Tätigkeit.

2.3 Leistungs- und Wirksamkeitsnachweis

Artikel 14 Inhalt und Ablauf

[1] Die Volkswirtschaftsdirektion legt zusammen mit der Tourismusorganisation die Kriterien und Bestandteile sowie das Verfahren des Leistungs- und Wirksamkeitsnachweises im Detail fest. Als Grundlage dient das Modell der European Foundation for Quality and Management (EFQM) für Excellence 2010 (www.efqm.org).

[2] Der Leistungs- und Wirksamkeitsnachweis hat sich auf alle Bereiche der gesetzlichen Aufgaben zu erstrecken.

[3] Die Tourismusorganisation hat den Leistungs- und Wirksamkeitsnachweis jeweils bis Ende April des Folgejahrs bei der Volkswirtschaftsdirektion einzureichen.

3 Gemeindebeiträge

Artikel 15 Beitrag für die Wohn- und Standortattraktivität

[1] Der Anteil der Gemeindebeiträge, der die Wohn- und Standortattraktivität widerspiegelt, beträgt insgesamt 200'000 Franken.

[2] Die Volkswirtschaftsdirektion berechnet die Wohn- und Standortattraktivität auf Basis der Kantonssteuern der natürlichen und juristischen Personen inklusive Quellensteuern gemäss den Daten des vorangegangenen Jahrs. Sie addiert diese Beträge und rechnet den prozentualen Anteil jeder Gemeinde am Total dieser Steuern aus.

[3] Die einzelne Gemeinde entrichtet einen Anteil der 200'000 Franken entsprechend ihrem Anteil am Total der Steuern.

Artikel 16 Beitrag für den Anteil am Urner Tourismus

[1] Der Anteil der Gemeindebeiträge, der den Anteil am Urner Tourismus widerspiegelt, beträgt insgesamt 275'000 Franken.

[2] Die Volkswirtschaftsdirektion wählt eine dreiköpfige Kommission von Tourismusfachleuten, die allen Gemeinden entsprechend ihrem Anteil am gesamten Urner Tourismus einen Wert zwischen 1 und 20 zuweist, wobei einzelne Werte folgende Bedeutung haben:

a) 20 = sehr grosser Anteil am gesamten Urner Tourismus
b) 15 = grosser Anteil am gesamten Urner Tourismus
c) 10 = mittlerer Anteil am gesamten Urner Tourismus
d) 5 = kleiner Anteil am gesamten Urner Tourismus
e) 1 = sehr kleiner Anteil am gesamten Urner Tourismus

[3] Die Kommission setzt sich zusammen aus zwei verwaltungsexternen Tourismusfachleuten und einer Vertretung der Volkswirtschaftsdirektion, die den Vorsitz führt.

[4] Als Indikatoren für den Anteil am Tourismus dienen der Umfang des Angebots (Hotels, andere Unterkünfte, Bergbahnen, Ausflugsattraktionen, Veranstaltungen usw.) und der Umfang der Nachfrage (Logiernächte, Eintritte, Fahrten usw.).

[5] Bei wesentlichen Veränderungen auf der Angebots- und/oder Nachfrageseite erfolgt eine Neuzuteilung.

Artikel 17 Berechnung der Beiträge

[1] Die Volkswirtschaftsdirektion berechnet die einzelnen Gemeindebeiträge jährlich neu und teilt diese für das Folgejahr jeweils bis Ende Juli den Gemeinden und den Tourismusorganisationen mit.

4 Schlussbestimmungen

Artikel 18 Übergangsbestimmung

[1] Im Jahr des Inkrafttretens des Reglements kann die Volkswirtschaftsdirektion eine Tourismusorganisation anerkennen, auch wenn diese noch nicht alle Voraussetzungen vollumfänglich erfüllt. In diesem Fall gilt Artikel 7 Absatz 1 sinngemäss.

Artikel 19 Inkrafttreten

[1] Das Reglement tritt am 1. Januar 2013 in Kraft.

Änderungstabelle - Nach Beschluss

Beschluss	Inkrafttreten	Element	Änderung	CRS Fundstelle
18.09.2012	01.01.2013	Erlass	Erstfassung	AB 05.10.2012

Änderungstabelle - Nach Artikel

Element	Beschluss	Inkrafttreten	Änderung	CRS Fundstelle
Erlass	18.09.2012	01.01.2013	Erstfassung	AB 05.10.2012