

**Bericht und Antrag
des Regierungsrates des Kantons Schaffhausen
an den Kantonsrat betreffend Totalrevision des
Tourismusetzes**

07-119

Sehr geehrter Herr Präsident
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir unterbreiten Ihnen hiermit Bericht und Antrag betreffend Totalrevision des Tourismusetzes (SHR 935.200).

I. Ausgangslage

1. Der Tourismus im Kanton Schaffhausen

Der Tourismusbranche im Kanton Schaffhausen kommt eine beachtliche volkswirtschaftliche und regionalpolitische Bedeutung zu. Dank der schätzungsweise jährlich 3,5 Millionen Besucher, welche unseren Kanton als Ausflugs- und Reiseziel wählen, werden vom hiesigen Gast- und Hotelgewerbe jedes Jahr erhebliche Umsätze und eine bedeutende Wertschöpfung generiert. Knapp fünf Prozent¹ der Erwerbstätigen im Kanton Schaffhausen arbeiten im Gastgewerbe und in der Hotellerie - die indirekt vom Tourismus profitierenden Bereiche nicht mit eingerechnet.

¹ Quelle: Bundesamt für Statistik, Betriebszählung 2005

Der Tourismus im Kanton Schaffhausen kann wie folgt charakterisiert werden¹:

<i>Kennzahlen</i>	<i>2006</i>
Anzahl Hotelbetriebe	70
Anzahl Hotelbetten	2'270
Logiernächte pro Jahr	160'000
- Hotellerie	115'000
- Camping/Jugendherbergen	25'000
- sonstige Parahotellerie (Ferienwohnungen, B&B, Schlafen im Stroh)	20'000
Ø Übernachtungsdauer Hotellerie	1,7 Nächte
Schätzung Tagesgäste	3,5 Mio.
Verhältnis Logiernächte zu Tagesgästen	1 : 20
Geschätzte Umsätze im Hotel- und Gastgewerbe	210 Mio. Franken
Geschätzte Bruttowertschöpfung im Hotel- und Gastgewerbe	120 Mio. Franken

2. Charakteristik des Schaffhauser Tourismus

Touristische Destinationen erhalten ihren Charakter durch die zentralen touristischen Leistungsträger wie Hotels, Kureinrichtungen, Bahnen oder Erlebniszentren sowie durch herausragende Attraktionen. Die Destination Schaffhausen profiliert sich weniger durch aussergewöhnliche Leistungsträger als vielmehr durch Attraktionen, insbesondere mit dem Rheinfall als wichtigste touristische Attraktion mit jährlich rund einer Million Besuchern auf Schaffhauser Kantonsboden und einer halben Million Touristen auf Zürcher Boden, den Altstädten Schaffhausen und Stein am Rhein sowie der Schaffhauser Landschaft inklusive Weinbau.

¹ Quellen: Bundesamt für Statistik, Beherbergungsstatistik 2006; Schaffhausen Tourismus, Schätzungen 2006

Fast allen Attraktionen ist gemeinsam, dass sie nicht direkt zu Einnahmen führen, da man kein Eintrittsgeld verlangen kann oder will. Daher können diese Einrichtungen nicht als eigentliche Leistungsträger bezeichnet werden.

<i>Attraktionen / Kennzahlen</i>	<i>2006</i>
Rheinfall (Anzahl Besucher)	1'500'000
Rheinfall Infoshop (Frequenzen)	280'000
Tourist-Office Stein am Rhein (Anzahl Auskünfte)	25'000
Stein am Rhein (Anzahl Stadtführungen)	548
Tourist-Office Stadt Schaffhausen (Anzahl Auskünfte)	65'000
Stadt Schaffhausen (Anzahl Führungen)	720
Museum Allerheiligen (Anzahl Besucher)	30'000
Munot (Anzahl Besucher)	160'000

Quelle: Schaffhausen Tourismus/diverse, Schätzungen 2006

Zu den wichtigsten touristischen Leistungsträgern gehören:

- Schifffahrtsgesellschaft Untersee und Rhein AG: sechs Schiffe, Strecke Schaffhausen-Kreuzlingen, April und Oktober mehrmals täglich, 350'000 Fahrgäste im 2006.
- B-Casino Schaffhausen: Bruttospielertrag von 18,3 Millionen Franken und ca. 122'000 Besucher im Jahr 2006.
- Keine dominanten Leistungsträger in der Hotellerie und Gastronomie im Kanton Schaffhausen.

Gesamtschweizerisch erwirtschaftet das Beherbergungsgewerbe 31 Prozent der gesamten touristischen Wertschöpfung, das Gaststättengewerbe weitere 14 Prozent, der Passagierverkehr rund 20 Prozent und der Detailhandel 8 Prozent (Schweizer Tourismus-Verband; Schweizer Tourismus in Zahlen, Ausgabe 2007, Seite 10).

3. Entwicklung des Schaffhauser Tourismus

Der Tourismus im Kanton Schaffhausen entwickelte sich in den vergangenen Jahren entsprechend dem landesweiten Trend und wurde stark von weltpolitischen und weltwirtschaftlichen Geschehnissen geprägt. So begann sich der Schaffhauser Tourismus und im Speziellen die Hotellerie im Jahre 1997, nach zwei eher schlechten Jahren, sanft zu erholen. In den folgenden Jahren bis 2001 konnte ein erfreulicher Anstieg der Logiernächte festgestellt werden. Das Stocken der Weltkonjunktur ab

Anfang 2001 und die Terrorattacken vom 11. September 2001 liessen die Besucherzahlen aus Übersee in der Folge jedoch einbrechen. Auch bei wichtigen europäischen Herkunftsländern mussten aufgrund weiterer unerfreulicher Rahmenbedingungen, welche die Reiselust hemmten (ungünstige Wechselkursverhältnisse, politische Konflikte u.ä.), Einbusen hingenommen werden. Die Logiernächte in unserer Hotellerie brachen in den beiden folgenden Jahren (2002, 2003) um insgesamt über 15 Prozent ein. Hinzu kommt, dass der Kanton Schaffhausen den strukturell bedingten, starken Einbruch der Wirtschaft der vergangenen Jahre erst teilweise überwunden hat. Dies bekamen auch die touristischen Leistungsträger (vor allem Hotellerie und Gastgewerbe), welche stark auf die Gäste der lokalen Industrie angewiesen sind, schmerzlich zu spüren. Im Jahr 2006 konnten hauptsächlich dank der anhaltend günstigen Konjunkturlage im In- und Ausland sowie der Ansiedlung neuer Unternehmen erstmals wieder mehr Logiernächte verzeichnet werden (115'000). Dennoch war die Zahl der Übernachtungen in unserer Hotellerie nur rund 1,5 Prozent höher als 1997. Im selben Zeitraum wurde auf gesamtschweizerischer Ebene eine Zunahme von rund sechs Prozent verzeichnet.

Auch die Zahl der Tages- und Ausflugstouristen ist bei uns seit Jahren rückläufig. Die Besucherzahl am Rheinfluss nahm über 25 Jahre mehr oder weniger kontinuierlich ab und sank seit 1990 um ganze 35 Prozent. Im Zuge des allgemeinen wirtschaftlichen Aufschwungs und der weltweiten Reisefreudigkeit konnten im Jahre 2007 immerhin wieder Zuwachsraten am Rheinfluss verzeichnet werden. Ein markanter Besucherschwund wurde über die letzten Jahre auch bei zahlreichen weiteren Ausflugszielen registriert. Eine nachhaltige Trendumkehr ist dringend nötig. Vor allem das Verhältnis Logiernächte zu Tagesgästen (1 : 20) muss unbedingt verbessert werden.

4. Institutionelle Strukturen und Ressourcen

Der Verein „Schaffhausen Tourismus“ ist gemäss Statuten „die Dachorganisation aller am Tourismus interessierten und beteiligten Personen, Verbände und Organisationen im Kanton Schaffhausen sowie angrenzender Regionen“. Schaffhausen Tourismus betreibt und fördert die touristische Vermarktung und setzt sich für die permanente Verbesserung der touristischen Infrastruktur ein.

Der Verein wird über gesetzlich begründete Beiträge, jährliche Mitgliederbeiträge und weitere Einnahmen finanziert; letztere variieren zwi-

schen 100 Franken für Einzelmitglieder bis zu mehreren tausend Franken für direkte Nutznießer und machen rund 627'000 Franken aus. Davon zahlen Kanton und Stadt Schaffhausen sowie weitere Gemeinden aus dem Kanton Schaffhausen sowie dem angrenzenden In- und Ausland derzeit rund 405'000 Franken.

Zusammen mit den aus Leistungsverträgen (156'000 Franken) und den kommerziellen Tätigkeiten generierten Netto-Einnahmen (470'000 Franken) stehen Schaffhausen Tourismus somit jährliche Mittel von rund 1,253 Mio. Franken zur Verfügung. Nach Abzug des Personalaufwandes für den Betrieb der Tourist Offices in Schaffhausen (880 Stellenprozent, inkl. Geschäftsführung, Lernende und Praktikanten sowie Koordinationsstelle Untersee Schweizer Seite), Stein am Rhein (250 Stellenprozent) und am Rheinflall (320 Stellenprozent) und der allgemeinen Verwaltungskosten (inkl. Miete) verbleiben für die Vermarktung der Destination Schaffhausen weniger als 100'000 Franken. Mit diesem Geld können lediglich elementare Werbemittel wie z.B. der Basisprospekt, der Gastroführer, einzelne Informationsbroschüren über Führungen (z.B. Altstadtbummel) und die Pflege des Internet-Auftrittes www.schaffhausen-tourismus.ch finanziert werden.

5. *Bisher erreichte Resultate*

5.1 Destinationsbildung

Schaffhausen Tourismus ist es in den vergangenen Jahren gelungen, im Sinne des Tourismusgesetzes neue Strukturen zu schaffen sowie Kräfte in der Marktbearbeitung zu bündeln. Die vielen kleinen touristischen Anbieter wurden organisatorisch verknüpft und unter einer einheitlichen Führung mit einem gemeinsamen Budget zusammengefasst. Das dreigeteilte Kantonsgebiet (oberer Kantonsteil mit Stein am Rhein/ mittlerer Kantonsteil mit den Zentren Schaffhausen und Neuhausen am Rheinflall/ unterer Kantonsteil mit Buchberg-Rüdlingen) wurde geschlossen in die neue Destination Schaffhausen eingebunden. Zudem sind die deutschen Gemeinden Blumberg, Büsingen, Jestetten und Lottstetten sowie die drei Schweizer Gemeinden Diessenhofen (TG), Feuerthalen (ZH) und Rheinau (ZH) Mitglieder geworden.

5.2 Reorganisation der Tourismus-Informationsstellen

Auch die Organisation der Tourismus-Informationsstellen wurde neu geregelt. In den vergangenen Jahren wurden die drei örtlichen Tourismus-Informationsstellen in der Stadt Schaffhausen, am Rheinfluss und in Stein am Rhein vom Verein Schaffhausen Tourismus übernommen und unter dessen zentrale Führung gestellt.

5.3 Bündelung der Marketingaktivitäten

Mit einer markanten Bündelung der Kräfte soll die Wirkung der Marketingmassnahmen von Schaffhausen Tourismus, der Schifffahrtsgesellschaft Untersee und Rhein und dem Branchenverband Schaffhauser Wein inskünftig spürbar erhöht werden. Dies geschieht vor dem Hintergrund, dass die drei Organisationen einerseits vielfach identische Zielgruppen ansprechen, andererseits allesamt über finanziell nur sehr beschränkte Mittel verfügen. Zu diesem Zweck legten die Organisationen Schaffhausen Tourismus und Schaffhauser Blauburgunderland, welche bereits bisher intensiv zusammengearbeitet haben, ihre Geschäftsstellen per Mitte 2007 zusammen. Mit der Schifffahrtsgesellschaft Untersee und Rhein wird die Zusammenarbeit in den Bereichen Marktbearbeitung, Public Relations, Werbung, Produktentwicklung und Kommunikation verstärkt.

6. *Verpasste Chancen*

In den vergangenen Jahren wurden aufgrund der knappen finanziellen Marketingmittel von jährlich unter 100'000 Franken zahlreiche Aktivitäten eingestellt oder massiv redimensioniert. Zudem konnten mehrere interessante Möglichkeiten am Markt nicht genutzt werden. So wurde im Gegensatz zu anderen Regionen der Ostschweiz auf die Beteiligung an Marketingaktionen von Schweiz Tourismus (Themenrouten) oder Bodenseeturismus (Road Shows) verzichtet. Aktionen mit den Landkreisen Konstanz, Schwarzwald-Baar und Waldshut (Partner der Randenkommision) wurden aus finanziellen Gründen auf Eis gelegt (z.B. Auftritte in Shopping Center), und die Teilnahme an Ferien-Messen im In- oder Ausland mit einem eigenen Stand war nicht mehr möglich. Auch Aussen-Plakatierungen (ähnlich Appenzell und Heildiland), Teletext-Werbung, konzentrierte Werbeaktionen und eine Kooperation mit der SBB im Rahmen der RailAway Angebote konnten nicht oder nur sehr beschränkt realisiert werden.

Der von Ostschweiz-Tourismus im Aufbau befindlichen E-Marketing-Plattform konnte sich Schaffhausen Tourismus bislang nicht anschliessen, da die notwendigen Mittel dazu fehlen. In die gleiche Richtung geht die fehlende englische Version der Website von Schaffhausen Tourismus.

7. Neue Herausforderungen

7.1 Wachstumspotenziale

Die Prognosen der Welt-Tourismus-Organisation (WTO) gehen in Bezug auf die internationalen Ankünfte in der Schweiz für die nächsten zehn Jahre von einem durchschnittlichen Wachstum von jährlich 1,8 Prozent aus. Der Umsatz dürfte gemäss WTO noch stärker zunehmen.¹ Das touristische Potenzial und die Wachstumsaussichten für den Tourismus sind auch im Kanton Schaffhausen klar vorhanden. Dies wurde auch durch den vorstehend erwähnten FIF-Bericht untermauert. Als grösste Wachstumspotenziale werden im Bericht die folgenden genannt:

- Attraktivierung Rheinfluss
- Gruppen- und Tagungsgeschäft
- Verbesserung der touristischen Infrastruktur

In Anbetracht der erzielten positiven Wirkung, welche von Schaffhausen Tourismus initiiert wurde, bestehen berechtigte Hoffnungen, dass durch eine Verstärkung der Marktbearbeitung und verschiedene Angebotsverbesserungen, unterstützt durch eine Attraktivierung des Rheinflusses, der Tourismus des Kantons Schaffhausen nachhaltig gestärkt werden kann. Mit den geplanten Massnahmen soll der Tourismus für die Region an Bedeutung gewinnen und das Image der Destination weiter verbessert werden.

7.2 Neue Offensiven

Die operative Abwicklung kann Schaffhausen Tourismus insgesamt zufrieden stellend bewältigen. Hingegen fehlt es deutlich an der Offensivwirkung. Die 3,5 Mio. Tagesgäste weisen ein bedeutendes touristisches Potenzial auf, sie müssen aber adäquat erreicht und mittels geeigneter Angebote zum Verweilen angeregt werden können.

¹ Schweiz Tourismus, Der Tourismus in der Schweiz hat Zukunft, Seite 10.

Die Verfügbarkeit zusätzlicher finanzieller Mittel vorausgesetzt, will Schaffhausen Tourismus inskünftig in der Lage sein,

- a) Botschaften zu transportieren und touristische Angebote zu entwickeln, indem
 - die Botschaften erlebnisorientierter und effizienter übermittelt werden;
 - eine führende Rolle bei der Koordination der Entwicklung von touristischen Produkten übernommen wird;
 - die entwickelten Produkte in ein touristisches Gesamtangebot gepackt (Stichwort Erlebnisorientierung) und Schnittstellen zu anderen Angeboten optimiert werden.
- b) neue Inhalte festzulegen, um sich unter einer einheitlichen Marke (als Region zu verstehen) im Markt positionieren zu können.
- c) sich auf Zielgruppen und Marktgebiete zu konzentrieren, welche zu einer erhöhten Wertschöpfung beitragen (ausgabefreudige Gäste sind z.B. Business-Gäste, die sogenannten Golden Ages - Altersgruppe 50+ - oder Doppelverdiener ohne Kinder - DINK's).
- d) die Werbemittel in ein einheitliches Konzept zu integrieren, damit die Destination nach aussen getragen werden kann (vgl. auch das neue, an das Erscheinungsbild von Schweiz Tourismus angeglichene Prospektmaterial von Schaffhausen Tourismus unter dem Titel "Schaffhausen erfrischt").
- e) die eigenen Werbemittel in Richtung einer erlebnisorientierten Kommunikation auszubauen. Damit verbunden muss ein markanter Ausbau der Qualität des Bildmaterials sein, welches die touristischen Ziele in werbewirksamer Weise aufzeigt.
- f) umfassende Dienstleistungsangebote zu Handen der Marketingpartner und weiterer interessierter Organisationen zu erarbeiten.
- g) Unterstützungs-Leistungen für Grossanlässe aufzubauen.
- h) sich an der Entwicklung von neuen Angebots- und Vermarktungsformen zu beteiligen. Dabei sind systematische Kooperationen und Verkaufsaktivitäten mit nationalen und internationalen Vertriebspartnern zu festigen und auszubauen. Als Beispiel seien hier die E-Marketing-Projekte von Schweiz und Ostschweiz Tourismus als zukunftsweisende Vorhaben zu erwähnen. Mittels dieses Hilfsmittels können die Kundenbindung vertieft, Informationen über Gäste struk-

turiert zur Verfügung gestellt und damit die Kundenbetreuung verbessert werden.

Für die Geschäftsjahre ab 2008 könnte dies heissen:

Massnahmen zur Stärkung der Marketingoffensivkraft

A) ohne Tourismusgesetzrevision

<i>Aktion</i>	<i>Betrag in TCHF</i>
Personeller Ausbau Gruppengeschäft	20
Sicherung operative Stabilität (siehe personelle Ausfälle 2007)	30
Umsetzung Neuausrichtung Destination (inkl. Printmaterialien)	10
Neuaufgabe Basisprospekt und Steigerung auf 60'000 Stück (bisher 50'000)	34
Schaffung Gastroführer mit Auflage 60'000 Stück	20
Teilnahme an Messe Zug	20
Leistungsträger bezogene Werbung	18
Aufbau Marketingbeirat	2
Total zu finanzieren	154

B) mit Tourismusgesetzrevision, zusätzlich zu A)

<i>Aktion</i>	<i>Betrag in TCHF</i>
1. Konzeptionell	15
Rollende konzeptionelle Überarbeitung von Zielgruppen, Marke	5
Leitbild, Strategie, Marketingstrategie	10
2. Information der Gäste vor Ort	20
Ausbau Infopräsenz Bahnhöfe und Flughafen Zürich Kloten (kein Personal)	10
Ausbau Infopräsenz Schifflände (kein Personal)	10
3. Verbesserung Infomaterial (Basis für E-Bereich und Prospekte)	25
Projekt "Hot images" (Vorarbeiten, erste Wirkung Prospekte 2009)	25
4. E-Marketing	72
eCRM in Zusammenarbeit mit Ostschweiz Tourismus	7
Webmarketing in Zusammenarbeit mit Ostschweiz Tourismus	10
Enjoy Switzerland (CHF 15' erst ab 2009 oder 2010)	0
Englische Version Website	20
E-tools Website (Kurzfilm, Bilddatenbank, Bildschirmschoner, etc.)	20
Ausbau Content-Management	10
Abgleich mit Schweiz Tourismus / lokale Datenbanken	5
5. Prospekt-Marketing	0
Schaffung Themensprospekte	0
6. Distributionsverstärkung	70
Support-Leistungen für Grossanlässe (Personal)	0
Intensivierung Pressearbeit	20
Aufbau Arbeit mit Tour-Operators und Stärkung Gruppenreisen mit Nachfassen und Qualitätskontrolle (Personal)	10
Aufbau Zusammenarbeit mit Zürich Tourismus im Werbebereich	40
Total zu finanzieren	202
Finanzierung A) + B)	356
Mittel Schaffhausen Tourismus wie bisher	96
Mehrmittel touristische Leistungsträger und Mitglieder	120
Mehrmittel Kanton (Alt TCHF 210 / Budget 2008 TCHF 350)	140

II. Neue Finanzierungsformen gesucht

1. *Die aktuelle gesetzliche Grundlage der staatlichen Tourismusförderung*

Das Tourismusgesetz vom 2. Dezember 1996 hat zum Gegenstand, zur Förderung des Tourismus im Kanton Schaffhausen Staatsbeiträge an die kantonale Tourismusorganisation auszurichten. Der jährliche Staatsbeitrag richtet sich nach den von der kantonalen Tourismusorganisation im Vorjahr erzielten Bruttoeinnahmen, abzüglich des damaligen Staatsbeitrages. Der Staatsbeitrag beträgt 50 Prozent dieses Beitrages, maximal jedoch 200'000 Franken jährlich. Weitere Instrumente zur Förderung des Tourismus sind im Gesetz nicht vorgesehen.

2. *Freiwillige Mitgliedschaft*

Aufgrund der Freiwilligkeit der Mitgliedschaft stellt die Beschaffung von Mitteln bei direkten und indirekten Nutzniessern des Tourismus eine grosse Herausforderung für Schaffhausen Tourismus dar. Die verschiedenen Profiteure müssen einzeln von den Vorteilen einer Mitgliedschaft überzeugt werden. Dies hat einerseits den Vorteil, dass Schaffhausen Tourismus den Leistungsträgern stetig neue Innovationen bieten muss; andererseits birgt dies den Nachteil, dass aufgrund des Anreizes zum Trittbrettfahren auch heute noch nicht alle touristischen Leistungsträger optimal bei Schaffhausen Tourismus eingebunden sind.

3. *Motion Schläpfer*

Beim Tourismusgesetz wurde davon ausgegangen, dass es der kantonalen Tourismusorganisation gelingen werde, ohne Hilfe von staatlichen Zwangsabgaben wie Kurtaxen und Tourismusförderungsabgaben die notwendigen Mittel für die Tourismusförderung bei den direkten oder indirekten Nutzniessern einzutreiben. Die Erfahrungen der vergangenen Jahre haben allerdings gezeigt, dass dies nur bedingt der Fall ist. In seiner Motion vom 10. Januar 2003 forderte Kantonsrat Ernst Schläpfer deshalb die Einführung einer Abgabe für die Tourismusförderung, einer Kurtaxe oder anderer Förderinstrumente, um Schaffhausen Tourismus ein wirkungsvolles Marketing zu ermöglichen und das vorhandene Entwicklungspotenzial auszunutzen.

Das Kantonsparlament nahm dieses Anliegen auf und erklärte an seiner Sitzung vom 17. März 2003 die Motion von Ernst Schläpfer für erheblich (Motion Nr. 477).

4. Vorbereitende Arbeiten in Zusammenhang mit der Erfüllung der Motion Schläpfer

Nach Sichtung verschiedener Arbeitsgrundlagen setzte der Regierungsrat im Juni 2004 eine Arbeitsgruppe ein, welche die Vorgabe erhielt, das zukünftige Potenzial für die Tourismusregion Schaffhausen zu quantifizieren, die erwarteten Leistungs- und Wirkungsziele festzulegen und damit verbunden Vorschläge für eine Neuregelung der Finanzierung der kantonalen Tourismusorganisation zu machen.

Für die Erarbeitung der Grundlagen beauftragte die Arbeitsgruppe als Erstes Schaffhausen Tourismus, einen Grundlagenbericht über die Verwendung der zusätzlichen Gelder respektive die damit verbundenen Ziele zu erstellen. In diesem Zusammenhang beurteilte das FIF die Organisation Schaffhausen Tourismus. Es beurteilte in seinem Schlussbericht die Tourismusdestination Schaffhausen allgemein und die Organisation und den Grundlagenbericht von Schaffhausen Tourismus im Speziellen. Weiter wurden mögliche Förderinstrumente dargestellt.

Die Arbeitsgruppe kam im Januar 2005 basierend auf diesen beiden Berichten zum Schluss, dass vorerst mit einer weiter greifenden Strategie in einem modular umsetzbaren Gesamtkonzept aufzuzeigen ist, wie das Wertschöpfungspotenzial der Destination erhöht, ihr Image weiter gestärkt und sie ganzheitlich vernetzt vermarktet werden kann. Für die Erarbeitung eines solchen Konzeptes hätte jedoch professionelle Unterstützung angefordert werden müssen. Nach Einholung einer ersten Offerte für die Erstellung einer Wertschöpfungsstudie (Kosten je nach Detaillierungsgrad zwischen 75'000 und 100'000 Franken) und einer genauen Kosten-Nutzen Analyse kam das Volkswirtschaftsdepartement zum Schluss, dass auf eine solche Studie verzichtet werden soll. Um die Erarbeitung der Grundlagen der vorliegenden Gesetzesrevision kostengünstiger und effizienter zu gestalten, wurde in der Folge auf den Beizug von externen Experten verzichtet. So wurden die verschiedenen Förderinstrumente einer gründlichen Tauglichkeitsprüfung unterzogen und die Chancen für eine Einführung der verschiedenen Abgaben einzeln abgeklärt.

Im Verlaufe von 2005 und 2006 führte der damalige Präsident von Schaffhausen Tourismus mit den wichtigsten lokalen touristischen Leistungsträgern intensive Gespräche bezüglich die Einführung neuer Tourismusförderungsinstrumente. Schliesslich erklärten sich die Schaffhauser Hotellerie- und Parahotelleriebetriebe bereit, auf der Basis der verkauften Logiernächte eine Übernachtungsabgabe abzuliefern, dies jedoch auf freiwilliger und nicht auf gesetzlicher Basis. Diese Zusage in Verbindung mit den Resultaten aus den Abklärungen mit anderen lokalen Leistungsträgern veranlasste Schaffhausen Tourismus, zu Handen der Vereinsversammlung 2007 ein neues, weiterhin auf der Freiwilligkeit basierendes, Beitragsreglement zu verabschieden.

Schliesslich, im Frühjahr 2007, und nicht zuletzt angeregt durch die Gespräche rund um die Tourismusgesetz-Revision, kamen die Organisationen Schaffhausen Tourismus, Branchenverband Schaffhauser Wein (Schaffhauser Blauburgunderland) und Schifffahrtsgesellschaft Untersee und Rhein zum Schluss, dass ihre Marketingaktivitäten näher zusammengeführt werden sollen. Gemeinsam formulierten sie Ziele, wie sie sich spätestens ab 2008 neuen Offensiven stellen wollen.

5. Tourismuspolitische Förderinstrumente

5.1 Analyse der Instrumente

Im Schlussbericht des FIF wurden die verschiedenen möglichen kantonalen Förderinstrumente zur Finanzierung des Tourismus vorgestellt. Neben staatlichen Beiträgen sind häufig auch folgende Förderinstrumente anzutreffen:¹

- Tourismusförderungsabgabe / -taxe (auch Tourismusabgabe)
- Kurtaxe (auch Gäste- oder Aufenthaltstaxe)
- Beherbergungsabgabe / -taxe
- Patent- oder Gastwirtschaftsabgaben / -taxen
- Zweckgebundene Spielbankenabgabe (auch Casinoabgabe)

¹ Die Anzahl und die Namen dieser Förderinstrumente sind von Kanton zu Kanton sehr verschieden. Auch in der Art der Finanzierung unterscheiden sich die Instrumente stark. Je nach Förderinstrument sind alle Gewerbebetriebe, Hotellerie- und Parahotelleriebetriebe bzw. deren Gäste, Gastrobetriebe oder Casinos zahlungspflichtig.

Bei der **Tourismusförderungsabgabe** handelt es sich um das wirkungsvollste und situationsgerechteste Instrument, weil es keinen Unterschied zwischen Tages- und Übernachtungsgästen macht. Die Tourismusförderungsabgabe belastet umfassend alle selbstständig erwerbenden natürlichen und juristischen Personen, die in irgendeiner Form vom Tourismus profitieren. Bei diesem Instrument handelt es sich um eine kommunale Abgabe, die von Gemeinden freiwillig eingeführt werden kann, für die der Kanton aber die Rahmenbedingungen in einem Gesetz regeln muss. Da Schaffhausen nicht zu den typischen Tourisuskantonen zählt und in vielen Gemeinden der Tourismus eine geringe Bedeutung hat, dürfte eine solche Abgabe jedoch in den wenigsten Gemeinden auf Zustimmung stossen. Im Rahmen der Arbeiten innerhalb der Arbeitsgruppe Tourismusgesetz-Revision wurde auch ersichtlich, dass die Einführung einer Tourismusförderungsabgabe insbesondere bei indirekten Nutzniessern aus dem Kleingewerbe auf massive Widerstände stossen würde. Aus diesen Gründen wird auf die Einführung einer Tourismusförderungsabgabe verzichtet.

Kur- resp. Gästetaxen sind vom übernachtenden, nicht ortsansässigen Gast zu entrichtende öffentlich-rechtliche Geldleistungen. Sie müssen zwingend zur Deckung von Ausgaben, welche überwiegend den Gästen dienen, verwendet werden. In der Destination Schaffhausen werden neben Angebotsverbesserungen auch zusätzliche Mittel für das Marketing benötigt, um am Markt überhaupt wahrgenommen zu werden und das volkswirtschaftliche Entwicklungspotenzial zu nutzen. Ausserdem handelt es sich auch bei Kurtaxen um kommunale Abgaben, weshalb dieses Förderinstrument für Schaffhausen nicht geeignet ist.

Eine **Beherbergungsabgabe** entspricht im Grunde einer Kurtaxe. Im Gegensatz zur Kurtaxe werden die Erträge aus einer Beherbergungsabgabe jedoch überwiegend im Interesse der Beherberger (vor allem Tourismuswerbung) verwendet. Beherbergungsabgaben können zudem sowohl kantonale als auch kommunale erhoben werden, womit sich dieses Förderinstrument bei uns eignen würde. Da die Tourismusdestination Schaffhausen jedoch über die Kantons- und Landesgrenze hinausgeht, hätten mit einer gesetzlich gebundenen Beherbergungsabgabe nicht alle Beherbergungsbetriebe erfasst werden können. Des Weiteren akzeptierten es die Schaffhauser Hotellerie- und Parahotelleriebetriebe nicht, dass nur sie über eine gesetzliche Regelung an die Verbesserung der finanziellen Ausgangslage von Schaffhausen Tourismus hätten beitragen sollen, alle anderen touristischen Leistungsträger jedoch auf dem

System der Freiwilligkeit hätten weiter fahren können. Aus diesem Grund wurde dieses Instrumentarium verworfen.

In verschiedenen Kantonen haben Gastwirtschaftsbetriebe so genannte **Patent- oder Gastwirtschaftsabgaben** zu entrichten. Ein Teil dieser Erträge wird anschliessend zweckgebunden für die Tourismusförderung eingesetzt. Im Kanton Schaffhausen wurden solche Abgaben im Jahre 1996 abgeschafft. Eine Wiedereinführung wird aufgrund der schwierigen, aktuellen Rahmenbedingungen der Gastrobranche zurzeit nicht in Erwägung gezogen.

Standortkantone eines vom Bund konzessionierten Kursaals sind berechtigt, einen kantonalen Anteil an der dem Bund zustehenden **Spielbankenabgabe** zu erheben. Dieser kantonale Anteil wurde im Kanton Schaffhausen auf die maximal zulässige Höhe von 40 Prozent der gesamten Spielbankenabgaben festgelegt und betrug im Jahr 2006 rund 3 Mio. Franken. Davon ging ein Drittel an die Standortgemeinde und zwei Drittel an den Kanton. In anderen Kantonen fliessen diese Gelder oder zumindest Teile davon oft der kantonalen Tourismusorganisation zu. Im Kanton Schaffhausen ist im Zusammenhang mit dem Konzessionsantrag auf eine solche Zweckbindung verzichtet worden, obwohl das Casino Schaffhausen auch vom Tourismus und vom Destinationsmarketing profitiert. Eine nachträgliche Einführung einer zweckgebundenen Abgabe für den Tourismus gilt als politisch sehr schwierig umsetzbar. Das Casino Schaffhausen unterstützt Schaffhausen Tourismus seit dem Jahr 2002 auf freiwilliger Basis mit einem Jahresbeitrag (bis 2005 25'000 Franken / seit 2006 50'000 Franken).

5.2 Schlussfolgerung für den Kanton Schaffhausen

Nach einer sorgfältigen Untersuchung der verschiedenen Förderinstrumente und nach Konsultation der im Vorstand von Schaffhausen Tourismus vertretenen Leistungsträger (Hotelierverein, Gewerbe, Schaffhauser Wein, Gastro, verschiedene lokale Tourismusorganisationen) entschied der Regierungsrat, das System der Freiwilligkeit beizubehalten und mittels eines erhöhten, erfolgsabhängigen Staatsbeitrages ein Anreizsystem zu schaffen, um weitere Mittel von Leistungsträgern und weiteren am Tourismus interessierten Organisationen generieren zu können. Insbesondere die Schaffhauser Hotellerie- und Parahotelleriebetriebe werden mit ihrer Zusage, ihre Abgaben inskünftig an die Anzahl Übernachtungsgäste zu knüpfen, verstärkt zur Verbesserung der finanziellen Ausgangslage von Schaffhausen Tourismus beitragen. Der Vor-

teil einer auf freiwilliger Basis bestehenden Regelung besteht insbesondere darin, dass nicht nur lokale Leistungsträger durch eine zusätzliche Abgabe belastet werden, sondern auch die ausserkantonalen Tourismuspartner, die in besonderem Masse von der dargebotenen Infrastruktur und der Arbeit von Schaffhausen Tourismus profitieren (z.B. Seminarhotel Unterhof in Diessenhofen).

Dies veranlasste Schaffhausen Tourismus, ab 2008 ein neues Beitragssystem einzuführen, das es erlaubt, die Einnahmen aus Mitgliederbeiträgen - insbesondere bei den Hotellerie- und Gastrobetrieben - von zurzeit 75'000 (Budget 07) auf neu 164'000 Franken mehr als zu verdoppeln. Dazu werden drei Arten von Mitgliedschaften eingeführt, denen gemeinsam ist, dass eine definierte Werbeleistung seitens Schaffhausen Tourismus zu Grunde liegt: Basismitglieder zahlen 200 Franken im Jahr, Gastgeber 800 Franken und Partner 3'000 Franken. Dazu kommen je ein Franken pro Übernachtung von den Hotelbetrieben und 50 Rappen von den einfachen Unterkunftsbetrieben wie Campings, Jugendherbergen und Parahotelleriebetrieben (Ferienwohnungen, Schlafen im Stroh usw.). Auch die Stadt Schaffhausen und die Gemeinde Neuhausen am Rheinfall haben signalisiert, ihre Beiträge von drei auf neu vier Franken je Einwohner zu erhöhen. Insgesamt werden dank des neuen Beitragsmodells Mehreinnahmen von mindestens 120'000 Franken erwartet (exkl. Staatsbeitrag Kanton Schaffhausen).

III. Stossrichtungen der Gesetzesrevision

1. Gesetzte Ziele

1.1 Höhere Wertschöpfung für die Region

Das Ziel des Regierungsrates ist es, die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für unseren Kanton weiter zu erhöhen und bestehende Arbeitsplätze in der Tourismusbranche zu erhalten bzw. neue zu schaffen. Weiter sollen die geplanten Massnahmen im Rahmen der vorliegende Gesetzesrevision zu einer wesentlichen Steigerung der Anzahl Logiernächte - insbesondere über das Wochenende - und der Ausflugs-touristen beitragen und damit Umsätze für die touristischen Leistungsträger und das lokale Gewerbe generieren (ein europäischer Übernachtungsgast gibt im Schnitt 150 Franken aus, während die Touristen aus den Zukunftsmärkten China oder Golfstaaten bis zu 500 Franken je Übernachtung ausgeben). Um diese Ziele zu erreichen, sind ein Ausbau und eine Verbesserung des touristischen Leistungsangebotes sowie ein professionelles Destinationsmarketing nötig. Insbesondere sollen durch

den Ausbau der gemeinsamen Marktbearbeitung mit Nachbardestinationen und den wichtigsten touristischen Leistungsträgern aus dem Kanton Verbundsvorteile ausgenutzt und eine bessere Marktdurchdringung erreicht werden.

1.2 Klare Kriterien für die Tourismusförderung

Des Weiteren soll neu klar geregelt werden, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, damit die Förderungswürdigkeit einer kantonalen Tourismusorganisation gegeben ist. Eine kantonale Tourismusorganisation soll

- die wichtigsten touristischen Leistungsträger und Tourismusgemeinden des Kantons vertreten;
- von den touristischen Leistungsträgern sowie den tourismusinteressierten Dritten und Gemeinden Beiträge in Höhe von mindestens 300'000 Franken erwirken;
- über ein auf vier Jahre ausgerichtetes Marktbearbeitungskonzept verfügen, welches eine erhebliche Stärkung eines wertschöpfungsstarken und umweltschonenden Tourismus bewirkt;
- die erforderlichen professionellen Strukturen und fachlichen Fähigkeiten für die effiziente Umsetzung dieses Marktbearbeitungskonzepts aufweisen.

Die bisherigen Bestimmungen zur kantonalen Tourismusorganisation waren bedeutend weniger konkret. Die Tourismusförderung erfolgte aufgrund eines von der kantonalen Tourismusorganisation erstellten Leitbildes. Dieses besteht jedoch vorwiegend aus einem normativen Teil mit zehn Aussagen zur gewünschten touristischen Ausrichtung des Vereins. Touristische Schwerpunktbereiche, Stärken und Schwächen, konkrete Ziele und Strategien oder Kontrollmöglichkeiten werden nicht thematisiert.

1.3 Höhere Beiträge des Kantons

Um Schaffhausen Tourismus ein professionelles Marketing zu ermöglichen, beantragt der Regierungsrat eine Erhöhung des kantonalen Beitrags. Dieser soll an eine Leistungsvereinbarung geknüpft und erfolgsbezogen abgestuft werden.

a) Erfolgsabhängiger Staatsbeitrag

Der Tourismus im Kanton Schaffhausen soll durch gezielte Verbesserungen des touristischen Leistungsangebots und der Infrastruktur sowie

der Durchführung der geplanten Projekte gefördert und nachhaltig gestärkt werden. Der Kantonsbeitrag beträgt derzeit 210'000 Franken (200'000 Franken plus Teuerung). Aufgrund der gesteckten Ziele und der geplanten Massnahmen beantragt der Regierungsrat, mittels einer Leistungsvereinbarung mit der kantonalen Tourismusorganisation und einer Aufstockung der Mittel einen erfolgsorientierten Beitrag zur besseren Vermarktung der Tourismusregion zu leisten. Neu soll sich der jährliche Staatsbeitrag nach den von der kantonalen Tourismusorganisation im Vorjahr erzielten Beiträgen der touristischen Leistungsträger sowie der tourismusinteressierten Dritten und Gemeinden richten (bisher richtet sich der Staatsbeitrag nach den von den erzielten Bruttoeinnahmen, d.h. inklusive Einnahmen aus kommerziellen Tätigkeiten). Der zukünftig auszurichtende Kantonsbeitrag soll erfolgsabhängig sein: Für Beiträge bis 500'000 Franken soll sich der Staat mit 75 Prozent, für Beiträge über 500'000 Franken mit 100 Prozent beteiligen. Insgesamt soll die staatliche Unterstützung jedoch nicht mehr als 500'000 Franken betragen. Im Staatsvoranschlag 2008 ist - im Hinblick auf die Einführung des neuen Beitragsreglementes von Schaffhausen Tourismus sowie der neuen gesetzlichen Grundlage für die Tourismusförderung im Kanton Schaffhausen - die Entrichtung eines Kantonsbeitrages in Höhe von 350'000 Franken vorgesehen.

Abb.2: Berechnung neuer Staatsbeitrag

Abstufung in 50'000-er Schritten Fr.	Beiträge SH-Tourismus Fr.	Faktor Staatsbeitrag	Abstufung Staatsbeitrag Fr.	Staatsbeitrag total Fr.
300'000	300'000	0.75	225'000	225'000
50'000	350'000	0.75	37'500	262'500
50'000	400'000	0.75	37'500	300'000
50'000	450'000	0.75	37'500	337'500
50'000	500'000	0.75	37'500	375'000
50'000	550'000	1	50'000	425'000
50'000	600'000	1	50'000	475'000
50'000	650'000	1	50'000	525'000
50'000	700'000	1	50'000	575'000
50'000	750'000	1	50'000	625'000

b) Projektbezogene Beiträge

Neben der Ausrichtung des kantonalen Staatsbeitrages kann der Regierungsrat ausserordentlichweise an die Vermittlung kantonalen Werbebotschaften durch die kantonale Tourismusorganisation im Rahmen seiner Finanzbefugnisse gemäss Art. 66 Kantonsverfassung zusätzliche Beiträge sprechen. Beispielsweise wurde der Kanton Schaffhausen eingeladen, an der Zuger Messe 2008 als Gastregion aufzutreten. Auf Anfrage erklärte sich Schaffhausen Tourismus bereit, die Dienstleistungen für die Koordination und die Durchführung eines solchen Auftritts zu übernehmen. Selbstredend soll die kantonale Tourismusorganisation für solche Dienstleistungen inskünftig angemessen entschädigt werden können.

c) Abschluss einer Leistungsvereinbarung

Mit der kantonalen Tourismusorganisation soll neu eine Leistungsvereinbarung abgeschlossen werden. Das zuständige Departement lässt sich zudem jeweils im Rahmen eines Jahresgesprächs über das Erreichen der vorgegebenen Ziele informieren und überprüft Grundsätze und Strategien von Schaffhausen Tourismus.

In der vorstehend erwähnten Leistungsvereinbarung werden die von Schaffhausen Tourismus zu bearbeitenden Leistungsfelder und Aufgaben genau definiert. Ausserdem werden die jährlichen und langfristigen (bis 31. Dezember 2010), qualitativen und quantitativen Ziele festgelegt. Die Indikatoren sollen so definiert werden, dass bei Erreichung der gesetzten Ziele ein substantieller volkswirtschaftlicher Nutzen für die Leistungsträger und den Kanton Schaffhausen verzeichnet werden kann.

In der auszuarbeitenden Leistungsvereinbarung sind die folgenden Schlüsselindikatoren und zu erreichende Ziele vorgesehen:

- Steigerung der kantonalen Logiernächte sowie Mitwirkung in Projekten, welche dazu dienen, die Kapazitäten in Schaffhausen auszubauen;
- Steigerung der Besucherzahlen (z.B. Fahrgäste URh, am Rheinfluss oder an weiteren Ausflugszielen);
- Steigerung der Erträge aus kommerziellen Incoming Geschäften;
- Steigerung der Zugriffe auf der Homepage von Schaffhausen Tourismus;
- Steigerung des Vertriebes von Prospektmaterialien über die Leistungsträger in der Region;

- Steigerung der Berichterstattungen über touristische Angebote im Kanton Schaffhausen in Medien der Zielgruppen ausserhalb des Kantons;
- Steigerung des Nutzens aus der Mitwirkung in grenzüberschreitenden Projekten, indem die zu erreichenden Ziele im Vorfeld definiert werden und eine Konzentration auf wenige, jedoch erfolgversprechende Projekte vorgenommen wird.

IV. Die einzelnen Gesetzesbestimmungen

Um die vorstehend erwähnten Ziele zu erreichen, bedarf es der Änderung bzw. Ergänzung oder Präzisierung verschiedener Regelungen im geltenden Tourismusgesetz. Im Einzelnen handelt es sich um die folgenden:

Art. 1

Neben der Ausrichtung von Staatsbeiträgen sollen der kantonalen Tourismusorganisation inskünftig weitere Mittel zugesprochen werden können, sofern sie nicht für das allgemeine Destinationsmarketing, sondern gezielt für ausserordentliche, einmalige Projekte von kantonaler Bedeutung einzusetzen sind. Unter diesem Titel können insbesondere dann Sonderbeiträge gesprochen werden, wenn die kantonale Tourismusorganisation im Auftrag des Kantons an Messen im In- und Ausland teilnimmt oder in seinem Namen Werbebotschaften erarbeitet und dies mit einem ausserordentlichen Aufwand verbunden ist.

Art. 2

Bisher erfolgt die Tourismusförderung aufgrund eines von der kantonalen Tourismusorganisation erstellten Tourismusleitbildes, welches in angemessenen Zeitabständen zu überarbeiten ist. Dieses besteht ausschliesslich aus einem normativen Teil mit zehn Aussagen zur gewünschten touristischen Ausrichtung des Vereins. Touristische Schwerpunktbereiche, Stärken und Schwächen, konkrete Ziele und Strategien oder Kontrollmöglichkeiten werden nicht thematisiert.

Auch ist derzeit unklar, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, um die Bezeichnung einer kantonalen Tourismusorganisation erlangen zu können und in welchen Zeitabständen dies neu beurteilt werden muss. Diese Präzisierungen werden im Zuge der Gesetzesrevision nun ebenfalls nachgeholt. Eine Tourismusorganisation gilt dann als kantonal, wenn sie die wichtigsten touristischen Leistungsträger und Tourismusgemeinden des Kantons unter sich vereint, im Minimum Beiträge in Hö-

he von 300'000 Franken erwirkt, über ein längerfristig ausgerichtetes Marktbearbeitungskonzept verfügt, welches eine erhebliche Stärkung eines wertschöpfungsstarken und umweltschonenden Tourismus bewirkt und über die erforderlichen professionellen Strukturen und fachlichen Fähigkeiten verfügt, um das Marktbearbeitungskonzept auch effizient umsetzen zu können. Der Regierungsrat soll diese Voraussetzungen und deren Erfüllung inskünftig spätestens alle vier Jahre überprüfen.

Art. 3

Neu soll sich der Staatsbeitrag nach den von der kantonalen Tourismusorganisation im Vorjahr erzielten *Beiträgen* der touristischen Leistungsträger sowie der tourismusinteressierten Dritten und Gemeinden und nicht mehr nach den im Vorjahr erzielten *Bruttoeinnahmen* richten. Die Staatsbeiträge werden neu abgestuft: Für Beiträge bis 500'000 Franken erhält die kantonale Tourismusorganisation vom Kanton 75 Prozent je erwirktem Franken, für die Beiträge über 500'000 Franken beteiligt sich der Kanton im Verhältnis 1 : 1. Der Höchstbeitrag des Staates soll jedoch insgesamt nicht höher als 500'000 Franken ausfallen.

Im Staatsvoranschlag 2008 ist - im Hinblick auf die Einführung des neuen Beitragsreglementes von Schaffhausen Tourismus sowie der neuen gesetzlichen Grundlage für die Tourismusförderung im Kanton Schaffhausen - die Entrichtung eines Kantonsbeitrages in Höhe von 350'000 Franken vorgesehen.

Art. 4 und 5

Die Ausrichtung sowie die Verwendung des Staatsbeitrages soll neu an Auflagen und Modalitäten gebunden werden. Diese werden zwischen den beteiligten Parteien in einer Leistungsvereinbarung schriftlich festgehalten und sind an eine Rückerstattungspflicht geknüpft, falls die Mittel zweckentfremdet worden sind. Die Leistungsvereinbarung wird jeweils längstens für vier Jahre abgeschlossen.

Art. 6 und 7

Ziel ist es, das Gesetz wenn immer möglich auf Mitte 2008 in Kraft zu setzen. In diesem Einführungsjahr soll sich der Staatsbeitrag nach den von der kantonalen Tourismusorganisation in nämlichem Jahr erzielten Beiträgen richten und rückwirkend für das ganze Jahr ausbezahlt werden.

*Sehr geehrter Herr Präsident
Sehr geehrte Damen und Herren*

Aufgrund der vorstehenden Ausführungen beantragen wir Ihnen, auf die Vorlage einzutreten und dem im Anhang beigefügten Entwurf für eine Totalrevision des Tourismusgesetzes zuzustimmen.

Schaffhausen, 6. November 2007

Im Namen des Regierungsrates

Der Präsident:

Dr. Erhard Meister

Der Staatsschreiber:

Dr. Reto Dubach

vom

Der Kantonsrat Schaffhausen

beschliesst als Gesetz:

I. Allgemeine Bestimmungen

Art. 1

¹ Zur Förderung des Tourismus im Kanton Schaffhausen werden Staatsbeiträge an die vom Regierungsrat bezeichnete kantonale Tourismusorganisation ausgerichtet. Gegenstand

² Für ausserordentliche, einmalige Projekte von kantonaler Bedeutung können der kantonalen Tourismusorganisation weitere Mittel zugesprochen werden.

Art. 2

¹ Die Bezeichnung einer Tourismusorganisation als kantonal im Sinne von Art. 1 setzt voraus, dass diese Kantonale
Tourismus-
organisation

- a) die wichtigsten touristischen Leistungsträger und Tourismusgemeinden des Kantons vertritt,
- b) von den touristischen Leistungsträgern sowie den tourismusinteressierten Dritten und Gemeinden Beiträge in Höhe von mindestens 300'000 Franken erwirkt;
- c) über ein auf vier Jahre ausgerichtetes Marktbearbeitungskonzept verfügt, welches eine erhebliche Stärkung eines wertschöpfungsstarken und umweltschonenden Tourismus bewirkt,
- d) die erforderlichen professionellen Strukturen und fachlichen Fähigkeiten für die effiziente Umsetzung dieses Marktbearbeitungskonzepts aufweist.

² Der Regierungsrat überprüft diese Voraussetzungen in Zeitabständen von jeweils längstens vier Jahren.

II. Staatsbeiträge

Art. 3

Kantonale
Beiträge

¹ Der jährliche Staatsbeitrag richtet sich nach den von der kantonalen Tourismusorganisation im Vorjahr erzielten Beiträgen der touristischen Leistungsträger sowie der tourismusinteressierten Dritten und Gemeinden.

² Der Staatsbeitrag setzt jährliche Beiträge der touristischen Leistungsträger sowie der tourismusinteressierten Dritten und Gemeinden von mindestens 300'000 Franken voraus und beträgt

75 Prozent für Beiträge bis 500'000 Franken

100 Prozent für die Beiträge über 500'000 Franken

³ Der Staatsbeitrag beträgt insgesamt höchstens 500'000 Franken.

⁴ Der Höchstbetrag gemäss Abs. 3 basiert auf dem Landesindex der Konsumentenpreise, Stand Oktober 2007, und kann jeweils vom Regierungsrat der Entwicklung dieses Indexes angepasst werden, falls eine Veränderung von mindestens fünf Prozent eingetreten ist. Massgeblich ist der Indexstand Ende Dezember des Vorjahres.

Art. 4

Leistungs-
vereinbarung

¹ Die Ausrichtung des Staatsbeitrages erfolgt aufgrund einer Leistungsvereinbarung zwischen dem zuständigen Departement und der kantonalen Tourismusorganisation.

² Die Leistungsvereinbarung stellt die effiziente Umsetzung des Marktbearbeitungskonzepts durch die kantonale Tourismusorganisation sicher und regelt die Modalitäten der Leistungsabgeltung sowie das Berichtswesen und Controlling.

³ Die Leistungsvereinbarung wird für längstens vier Jahre abgeschlossen.

Art. 5

Verwendung
der Mittel

¹ Die kantonale Tourismusorganisation verwendet den Staatsbeitrag gemäss Leistungsvereinbarung.

² Bei Zweckentfremdung des Staatsbeitrages kann das zuständige Departement die Leistung weiterer Staatsbeiträge verweigern sowie bereits geleistete Staatsbeiträge teilweise oder ganz zurückfordern.

III. Inkrafttreten und Übergangsbestimmung

Art. 6

¹ Dieses Gesetz untersteht dem Referendum.

Inkrafttreten

² Der Regierungsrat bestimmt das Inkrafttreten.

³ Das Tourismusgesetz vom 2. Dezember 1996 wird aufgehoben.

⁴ Es ist im Amtsblatt zu veröffentlichen und in die kantonale Gesetzessammlung aufzunehmen.

Art. 7

Im Einführungsjahr dieses Gesetzes richtet sich der Staatsbeitrag nach den von der kantonalen Tourismusorganisation in nämlichem Jahr erzielten Beiträgen. Er wird rückwirkend für das ganze Jahr ausgerichtet.

Übergangs-
bestimmung

Schaffhausen,

Im Namen des Kantonsrates

Der Präsident:

Die Sekretärin: