

Tourismusdirektoren. Politik. Gesetze, Vorschriften und Politiker können den Tourismusdirektoren das (Berufs-)Leben schwer machen. Doch nicht jede Destination ist gleich betroffen.



Gemeindepolitik und ihre Folgen: Gespielt von Mathias Gnädinger im Film «Der Gemeindepräsident» (Regie: Bernhard Giger).

Je nach Standort ändert der politische Goodwill

In Ferienregionen erhalten Tourismusedirektoren grundsätzlich mehr Rückenwind von Gemeinde und Volk als in den Städten. Allgemein wünscht man sich liberalere Gesetze.

GUDRUN SCHLENCZEK

Bei den politischen Rahmenbedingungen spielt der Standort eine wichtige Rolle. «In der Stadt ist das Verständnis, was alles zum Tourismus gehört, weniger hoch als in einer Region, die klar vom Tourismus lebt», meint Michael Meier, Tourismusedirektor in Chur. Es sei schwieriger, die Zustimmung für eine Finanzierung zu erlangen. Im Moment spüre man besonders den Spar-

«In der Stadt ist das Verständnis, was alles zum Tourismus gehört, weniger hoch.»

Michael Meier
Chur Tourismus

Chur Tourismus ab 2011 das Budget voraussichtlich um ein Viertel kürzen. «Es fehlt das Verständnis, dass diese Einsparung nicht ohne Folgen sein wird», so Meier. Um entsprechenden Goodwill zu schaffen, brauche es viel «internes Marketing»: Die politischen Ansprechpartner müssen überzeugt werden.

Anders in einer typischen Ferienregion: Dort ist es für einen Tourismusedirektor grundsätzlich leichter, sich auf dem politischen Parkett

zu bewegen. Denn die Bedeutung des Tourismus für die lokale Wirtschaft ist hier tief verankert. «In Arosa sind sich Politik und Bevölkerung bewusst, dass eine sehr hohe Abhängigkeit vom Tourismus besteht», verdeutlicht Pascal Jenny, Tourismusedirektor Arosa. In diesem Sinne mache es Arosa dem Tourismusedirektor leicht, immer wieder neue Ideen einzubringen.

Daniel Egloff schätzt in Basel die Professionalität der Politiker

Gewachsen scheint das touristische Bewusstsein in Randregionen. Seit ein paar Jahren stellt Sandro Agosti, Geschäftsführer Appenzellerland Tourismus, ein markant ge-

steigertes Interesse für seine Branche fest. Zumindest auf Kantons- und Gemeindeebene. «Mit neuen Anliegen stosse ich auf offene Ohren», freut sich Agosti. Anderssehees bei der Bevölkerung aus. «Hier ist das Bewusstsein für den Tourismus noch relativ tief», so Agosti. Für eine indirekte Tourismusabgabe sehe er in seinem Kanton zum Beispiel keine Chance.



Alain D. Boillat

bekommt, lediglich die Beherbergungstaxe.

Mitarbeit:
Christine Künzler

Daniel Egloff,
Basel.

Daniel Egloff, seit neun Jahren Tourismusedirektor in Basel und vorher mehrere Jahre in Sils-Maria, schätzt die Professionalität der Politik in seiner Stadt. «In Sils-Maria war Networking das Wichtigste, in Basel sind Fakten gefragt», sagt Egloff. Die Basler Politiker seien sehr gut informiert und erkennen durchaus eine touristisch attraktive Stadt als Standortvorteil, insbesondere für die Pharma-Industrie und deren Personalpolitik. Das wirkt sich auch finanziell aus. «Im Verhältnis zur Anzahl Logiernächte erhalten wir seitens öffentliche Hand überdurchschnittlich viele Zuschüsse», so Egloff.

«Das Bewusstsein für den Tourismus steigt. Ich stosse auf offene Ohren.»

Sandro Agosti
Appenzellerland Tourismus

Allgemein wünschen sich Tourismusedirektoren liberalere Rahmenbedingungen. Jenny übt leise Kritik am Gesetzgeber und stösst sich an formellen gesetzlichen Vorgaben wie dem Submissionsgesetz, das bei einem Bauvorhaben zu unnötigen Verzögerungen führen kann. Michael Meier stört sich am nächtlichen Trinkverbot auf öffentlichen Plätzen in Chur: «Eine Stadt darf kein Ort der Ruhe sein.»

Beat Anneler fehlt es an klaren politischen Entscheidungen

Beat Anneler, Chef von Thun und Thunersee Tourismus, tritt nächstes Jahr zurück. Sein Nachfolger wird nur noch Thunersee Tourismus leiten, die Stadt Thun verzichtet künftig auf einen Tourismusedirektor. Der politische Einfluss der heute beteiligten 15 Gemeinden mit ihren unterschiedlichen Playern sei eine Herausforderung, sagt Anneler. Weil die lokalen Interessen überwiegen, würden zu wenig Mittel in die Destination fließen. «Hier könnten die Politiker mit einem klaren Entscheid eine Lösung schaffen.» Eine solche Ausgangslage erzeuge viel Druck und administrativen Aufwand, so Anneler.

Die Marketingkooperation Berner Oberland, bei denen Thun und Thunersee Tourismus mitmachen, sei im Moment eine zusätzliche Belastung. Denn die finanzielle Starthilfe des Kantons ist bis 2011 limitiert. Erschwerend kommt dazu, dass Bern als einziger Tourismuskanton keine Finanzhilfe bekommt, lediglich die Beherbergungstaxe.

«Ich versuche, mich selber zu bleiben»

Wie ist es, die Nachfolge eines langjährigen Tourismusedirektors anzutreten? Jürgen Hofer, Direktor von Solothurn Tourismus, nimmt Stellung.

EVELINE SPAHR

Vor fast zwei Jahren ist Jürgen Hofer in die Fussstapfen von Erich Egli getreten, der während 30 Jahren als Tourismusedirektor von Solothurn tätig war. Erich Egli hat die Destination Solothurn über Jahrzehnte geprägt und war in der lokalen Gesellschaft etabliert. Der Präsident von

Solothurn Tourismus, René Hohl, nannte ihn einst «eine Ikone des Tourismus». Und auch Jürgen Hofer lobt seinen Vorgänger in den höchsten Tönen: «Erich Egli war ein Synonym für den Tourismus in Solothurn, er war quasi eine Marke, ein Brand.»

Wie ist es, die Nachfolge eines gestandenen Direktors anzutreten? «Die erste Zeit war anstrengend», sagt Jürgen Hofer. Anfänglich sei seine Arbeit einem Seiltanz gleichgekommen, einer Wanderung auf einem schmalen Grat. «Man muss einerseits den Mut haben, Neues anzupacken, ohne andererseits den Eindruck zu erwecken, alles über Bord werfen zu wollen», erklärt

Hofer die Schwierigkeit, den unterschiedlichen Erwartungen gerecht zu werden. Hinzu komme, sagt der 50-Jährige, dass er eine andere Generation vertrete als Erich Egli. Erich Egli sei ein Direktor der «alten Schule» gewesen, ein Direktor im buchstäblichen Sinn. Seither hätten sich die Aufgaben des Tourismusedirek-



«Erich Egli war ein Synonym für den Tourismus in Solothurn, er war quasi eine Marke.»

Jürgen Hofer
Solothurn Tourismus

tors jedoch stark verändert: «Damals war das Amt des Direktors eher repräsentativer Art. Die Stadt und Region sollten möglichst schön präsentiert werden», erklärt der studierte Historiker. Heute müsse sich der Direktor viel stärker um strategische Aufgaben, um den Verkauf und die Wertschöpfung kümmern als

noch vor einigen Jahrzehnten. Das erfordere andere Fähigkeiten, eine andere Ausbildung, betont Hofer. So seien Kenntnisse der Betriebswirtschaft und des Managements heute unabdingbar in dieser Funktion.

An seinem Beruf schätzt Hofer die Vielseitigkeit, den Raum für Kreativität und die Möglichkeit, aktiv zu gestalten: «Wenn ich durch Solothurns Strassen streife und die Touristen sehe, spüre ich, was ich geschaffen habe. Das ist ein gutes Gefühl.» Schwierig sei es hingegen, mit der öffentlichen Kritik umzugehen, Kritik, die teilweise auch unterhalb der Gürtellinie angesiedelt sei, so Hofer.

Hat sich das Leben von Jürgen Hofer seit dem Stellenantritt verändert? «Ich versuche, mich selber zu bleiben, ich will mich nicht zu sehr verändern», sagt Hofer, der zuvor während zwanzig Jahren das Kultur- und Kongresszentrum Altes Spital in Solothurn geleitet hat. Doher habe zur Kenntnis nehmen müssen, dass er nun viel stärker im Rampenlicht der Öffentlichkeit stehe und eben auch Konzessionen eingehen müsse: «Heute kleide ich mich beispielsweise anders, ich bewege mich bewusster in der Öffentlichkeit und gehe auch nicht mehr überall hin.» Und Jürgen Hofer resümiert: «Das Amt hat in der Tat vieles verändert.»