

Jahresrückblick 2016
Programm San Gottardo 2020





1	Zusammenfassung	2
1.1	Vorstellung von PSG 2020	2
1.2	Integraler Entwicklungsansatz	2
1.3	Organisation	3
1.4	Gremien	3
1.5	Schwerpunkte	4
2	Berichterstattung nach Programmzielen	5
2.1	Allgemeines	5
2.2	Programmziel «Zusammenarbeit im Tourismus»	5
2.3	Programmziel «Touristische Infrastruktur»	6
2.4	Programmziel «Touristische Produktentwicklung»	8
2.5	Programmziel «Identität und Eigeninitiative»	8
2.6	Erbrachte Projektvorleistungen	8
2.7	Projekt-Aktivitäten	9
3	Weiteres und Besonderheiten	11
3.1	Organisatorisches	11
3.2	Ausblick 2017	11



1 Zusammenfassung

1.1 Vorstellung von PSG 2020

Das Programm San Gottardo (PSG 2020) ist ein Gemeinschaftsprojekt des Bundes sowie der Kantone Uri, Graubünden, Tessin und Wallis. Es dient als politisches Instrument zur Regionalentwicklung des Gotthardraumes. Mit dem NRP-Umsetzungsprogramm San Gottardo 2016 bis 2019 (UP PSG 2016–2019) haben die vier Kantone beim Staatssekretariat für Wirtschaft SECO ein gemeinsames, Kantonsgrenzen überschreitendes Vierjahresprogramm eingereicht. Mit dieser gemeinsamen Strategie unterstreichen die vier Kantone ihren Willen, gemeinsam das Gebiet um den Gotthard zu einem zusammenhängenden Lebens- und Wirtschaftsraum zu entwickeln. Der übergreifende Charakter macht dieses Umsetzungsprogramm zu einem Modellfall im Rahmen der Neuen Regionalpolitik des Bundes (NRP).

Der Schwerpunkt liegt auf einem Konzept zur wirtschaftlichen Entwicklung, welches den Grundsätzen der NRP folgt:

- Ausschöpfung der eigenen Potentiale
- Innovations- und Wertschöpfungsorientierung
- Grenzüberschreitende Zusammenarbeit sowie Nachhaltigkeit

Hierzu wurden im UP PSG 2016–2019 die folgenden Handlungsfelder und Prioritäten definiert:

- 1) Entwicklung und Umsetzung einer gemeinsamen Vorgehensstrategie
- 2) Produkte und Infrastrukturen
- 3) Wettbewerbsfähige Aufgabenteilung und Vermarktung
- 4) Industrie, Gewerbe und Landwirtschaft
- 5) Regionalmanagement

1.2 Integraler Entwicklungsansatz

Im Sinne einer integralen Entwicklung fördert PSG 2020 nicht nur Infrastrukturen („Hardware“) sondern investiert auch Zeit und Ressourcen in die Entwicklung der „Software“ (Kooperationsfähigkeit, gemeinsame Vorgehensstrategie, Produktentwicklung, Vermarktung, Aufgabenteilung etc.). Die folgenden Handlungsfelder bilden die elementaren Säulen des integralen Entwicklungsansatzes ab:

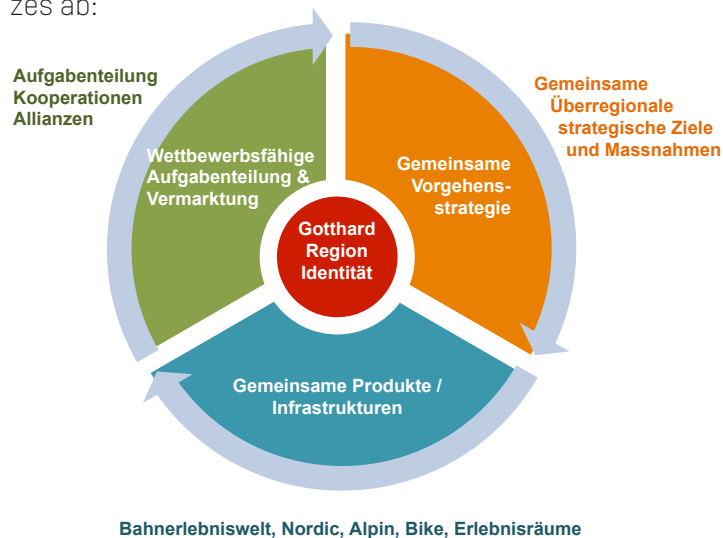


Abbildung 1: integraler Entwicklungsansatz

Die Elemente beeinflussen sich dabei gegenseitig und entfachen die notwendige Wirkung, wenn es gelingt, in allen Handlungsfeldern Projekte zur Umsetzung zu bringen.



1.3 Organisation

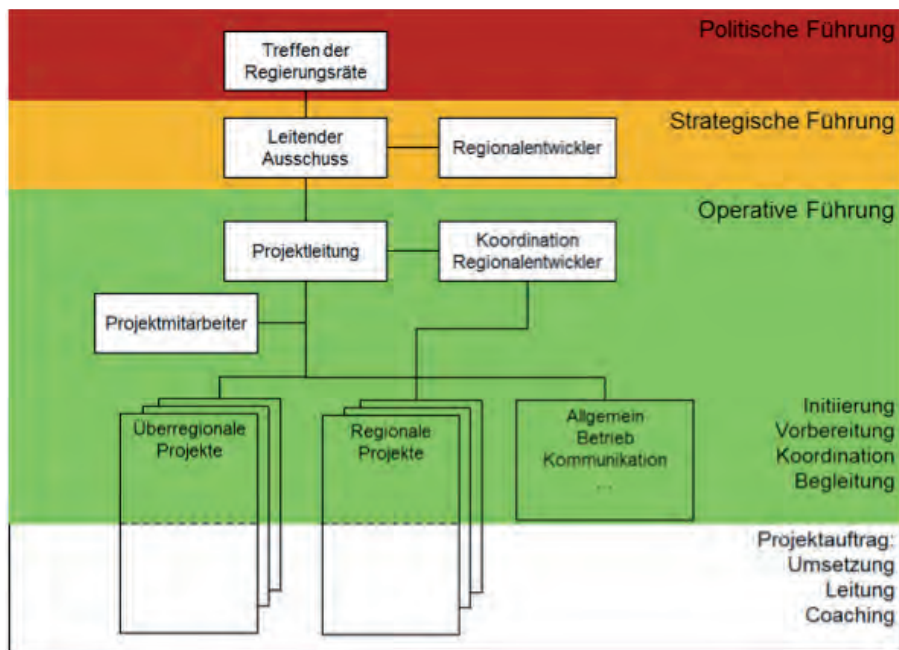


Abbildung 2: Organisation

1.4 Gremien

Treffen der Regierungsräte

UR: Urban Camenzind, Volkswirtschaftsdirektor

GR: Jon-Domenic Parolini, Departement für Volkswirtschaft und Soziales

TI: Christian Vitta, Dipartimento delle finanze e dell'economia

VS: Jean-Michel Cina, Departement Volkswirtschaft, Energie, Raumentwicklung

Kantonsvertreter (im Leitenden Ausschuss)

UR: Emil Kälin, Volkswirtschaftsdirektion, Vorsitzender

GR: Eugen Arpagaus, Amt für Wirtschaft und Tourismus, Co-Vorsitzender

TI: Ruth Nydegger, Dipartimento delle finanze e dell'economia

VS: Helmut Ritz, Dienststelle für Wirtschaftsentwicklung

Regionenvertreter (im Leitenden Ausschuss ohne Stimmrecht)

UR: Christian Mattli, Geschäftsleiter, Urner Gemeindeverband

GR: Urs Giezendanner, Regionalentwickler, Region Surselva

TI: Raffaele De Rosa, Geschäftsführer, Ente regionale per lo sviluppo Bellinzonese e Valli

VS: Roger Michlig, Geschäftsführer, Region Oberwallis (RW0)

Vertreterin des Bundes (im Leitenden Ausschuss)

Annette Spörri, Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

Projektleitung

Dieter Bogner, Projektleiter 100% | Simon Coray, Projektmitarbeiter 100% | Hubert Gross Projektmitarbeiter 70%

1.5 Schwerpunkte

Die folgende Abbildung veranschaulicht die Ziele und Schwerpunkte von PSG 2020 und zeigt den Gesamtzusammenhang der Aktivitäten.

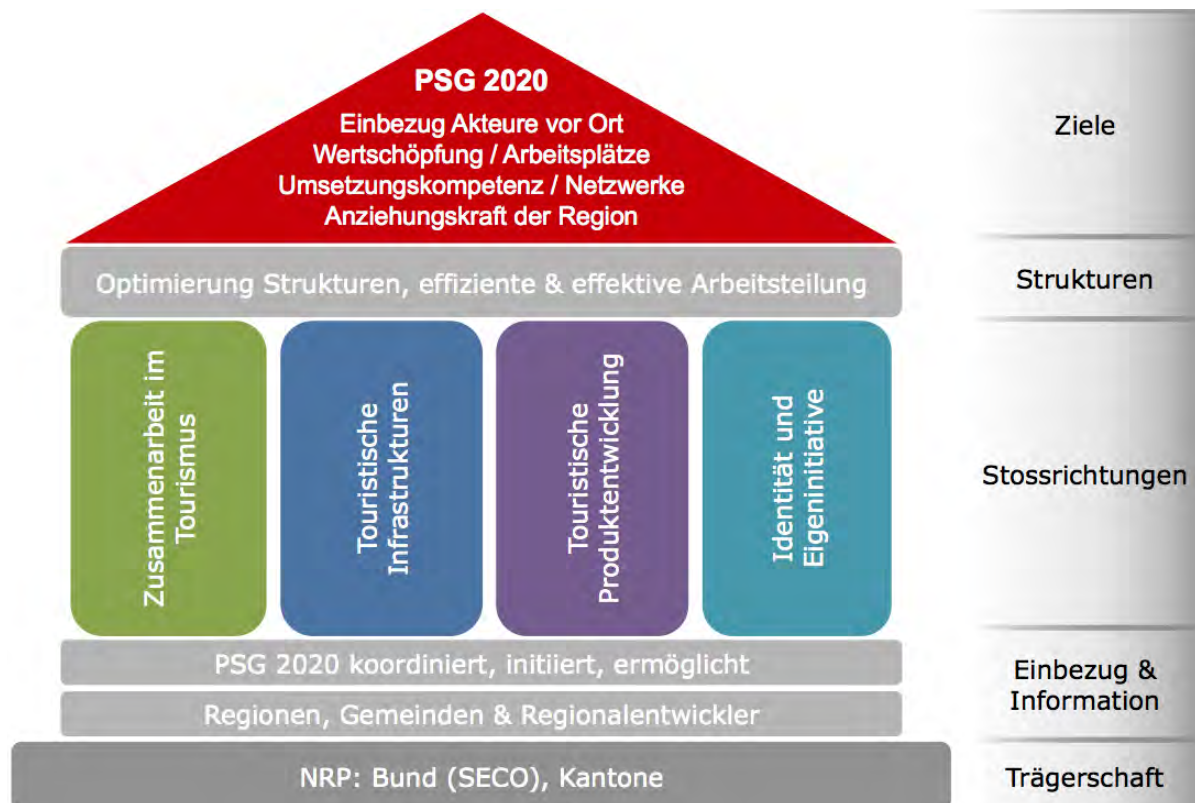


Abbildung 3: Strategiehaus mit Schwerpunkten



2 Berichterstattung nach Programmzielen

2.1 Allgemeines

Der Gotthardraum schaut grundsätzlich auf ein erfolgreiches 2016 zurück. Insbesondere die Gotthard-Basistunnel Eröffnung brachten der Region grosse mediale Publizität, so dass der Bekanntheitsgrad der Gotthardregion dadurch über die Landesgrenzen hinaus gesteigert werden konnte. Wichtig ist, dass dieser Schwung in die Zukunft mitgenommen werden kann und auf den erreichten Erfolgen weiter aufgebaut wird.

Im Berichtsjahr hat sich PSG 2020 auf die Umsetzung der Massnahmen im Zusammenhang mit den in der letzten Programmperiode erarbeiteten Projektgrundlagen konzentriert. Dabei wurden verschiedene Projekte vorangetrieben und abgeschlossen sowie diverse neue Projekte aufgegleist. PSG 2020 wurde aber auch mit verschiedenen Herausforderungen in der Umsetzung konfrontiert, so dass sich bei einigen Vorhaben Verzögerungen ergeben haben. Trotzdem ist es PSG 2020 immer wieder gelungen, zusammen mit den Akteuren die Hürden zu meistern und Projektfortschritte zu erzielen.

PSG 2020 stellt fest, dass sich auf regionaler und kommunaler Ebene der Wille einer vertieften Zusammenarbeit unter den Akteuren zum Teil positiv entwickelt hat. Dem gegenüber wird aber auch festgestellt, dass bei den Akteuren, oft die Kompetenzen und Kapazitäten fehlen, um Vorleistungen und Grundlagen für Projekte zu schaffen.

Auf kantonaler Ebene besteht eine hohe Sensibilität gegenüber PSG 2020. Diese geht einher mit einer tendenziell unterschiedlichen Verankerung von PSG 2020 in den kantonalen Politiken. Obwohl bei den Kantonen unterschiedliche Interessen am Gotthardraum vorhanden sind, zeigen die erreichten Meilensteine in den laufenden Projekten auf, dass eine Zusammenarbeit unter den vier Gotthardkantonen im Sinne eines funktionalen Raumes St. Gotthard möglich ist und positive Resultate, die auf die Region einzahlen erzielt werden können.

Im Gotthardraum bestehen nach wie vor Potentiale in vielen Bereichen. Diese dürften angesichts aktueller Trends, insbesondere im Tourismus noch mehr an Bedeutung gewinnen. Damit diese Potentiale ausgeschöpft werden können, bedarf es einer konsequenten Verfolgung gemeinsamer Strategien sowie einer Kontinuität in der gemeinsamen Bearbeitung der Massnahmen. Vor diesem Hintergrund ist es daher opportun,

dass PSG 2020 in bestehender Form langfristig weitergeführt werden kann.

2.2 Programmziel «Zusammenarbeit im Tourismus»

Touristische Produktentwicklung /St.Gotthard

In Zusammenarbeit mit PSG 2020 haben Tourismusorganisationen (TO) aus dem Perimeter dieses Projekt in der letzten Programmperiode gestartet. Die TO entwickeln damit zu speziellen Themen gemeinsame überregionale touristische Produkte. Jede TO kommuniziert dann in all seinen Kanälen dasselbe Produkt, anstatt dass jede für sich ein eigenes Produkt entwickelt und kommuniziert und damit viel Ressourcen einsetzen muss. Mit diesem Projekt werden personelle und finanzielle Mittel gebündelt. Gemeinsame Produkte wurden bisher zu den Themen Wandern, Bike und Nordic geschaffen. Im Berichtsjahr musste aufgrund von Ressourcenproblemen ein Marschhalt eingeschaltet werden. Dieser wurde genutzt, um die bestehende Organisationsstruktur zusammen mit den Akteuren zu hinterfragen und zu optimieren. Die überarbeitete Produktentwicklungsstrategie mit einer verbesserten und schlagkräftigeren Struktur sowie einer sichergestellten Finanzierung konnte per Ende Jahr in die Vernehmlassung bei den Tourismusorganisationen geschickt werden.

Gotthard-Basistunnel Eröffnung

Die Teilnahme an der «Gotthard-Basistunnel Eröffnung» konnte erfolgreich durchgeführt werden. Erstmals in der Geschichte von PSG 2020 ist es gelungen, fünf Tourismusorganisationen aus dem Gotthard Perimeter (Uri Tourismus, Andermatt Urserntal Tourismus, Disentis Sedrun Tourismus, OTR Bellinzonese e Alto Ticino und Obergoms Tourismus) für einen gemeinsamen Auftritt zu gewinnen. Im Rahmen des Projektes «interne und externe Kommunikation» nahm auch PSG 2020 die Chance wahr, die Besucher über die Aktivitäten von PSG 2020 zu informieren, um damit an der Basis mehr Aufmerksamkeit zu schaffen. Die zweitägige Präsenz von PSG 2020 zusammen mit den touristischen Partnern fand grossen Anklang und stiess auf positive Feedbacks von Seiten der zahlreichen Besucher.

Bündelung der Vermarktungsaktivitäten

Im Gotthardraum liegen grosse Kooperationspotentiale brach. Rund 60 kleinere und grössere Organisationen setzen sich im Gotthardraum individuell mit der Förderung des Tourismus auseinander (Gesamtbudget von ca. 10 Mio. Franken). Deshalb hat PSG 2020 zusammen mit SBB/RailAway das Projekt «Bündelung der Vermarktungsaktivitäten» gestartet. Dabei werden verschiedene touristische Angebote in der Gotthardregion (Uri, Goms, Surselva und Bellinzonese e Alto Ticino) und die Marke /St.Gotthard über nationale und internationale Kanäle verknüpft und kombiniert mit dem öffentlichen Verkehr unter einem Dach vermarktet. Dadurch profitieren die Beteiligten von einer starken Präsenz auf den Kanälen der SBB und ihrer Partner und von gegenseitigen Synergien. Die Marke /St.Gotthard wird gestärkt und die Gotthardregion wird sich so als Destination in der Wahrnehmung der Zielgruppen positionieren können. Im Sommer 2016 konnte das Projekt gestartet werden. Die Gotthard-Basistunnel Eröffnung diente dabei als Kick-off Event, bei dem die gebündelten /St.Gotthard Angebote den potentiellen Kunden unter anderem in Form eines Internet-Auftrittes (www.mythos-gotthard.ch) sowie einer reichhaltigen Broschüre vorgestellt werden konnten.

2.3 Programmziel «Touristische Infrastruktur»

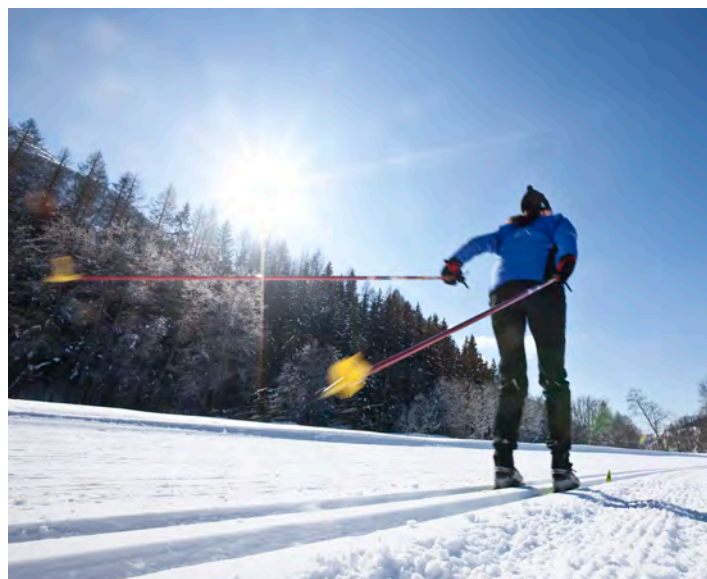
Skigebietsverbindung Andermatt-Sedrun-Disentis

Das Gesamtprojekt der «Skigebietsverbindung Andermatt-Sedrun-Disentis» umfasst den Bau von insgesamt 14 Transportanlagen, davon 10 Anlagen in der ersten (4 Neubauten, 5 Ersatzanlagen und 1 Umbau) und 4 Anlagen in der später folgenden zweiten Etappe (3 Neubauten, 1 Ersatzanlage). Gleichzeitig werden auch die Beschneiungsanlagen, Pisten und Restaurants ausgebaut. Die Verhandlungen zwischen der Trägerschaft und PSG 2020 zur NRP-Förderung konnten im Sommer 2016 abgeschlossen werden. Die Regierungen der Kantone Uri und Graubünden haben die entsprechenden Beschlüsse dazu im Juni 2016 gefasst. Die Vertragsunterzeichnung fand am 24. Juni 2016 in Andermatt statt. Die Verbindung der beiden Skigebiete Andermatt und Sedrun stellt für die Region Andermatt-Sedrun eine grosse Chance dar. Dadurch wird der Tourismus (Sommer und

Winter), die mit Abstand wichtigste Einnahmequelle der Region, weiter nachhaltig gefördert. Das Projekt schafft direkte aber auch indirekte Arbeitsplätze bei den bestehenden Mittel-, Klein- und Kleinstbetrieben, welche als direkte oder indirekte Zulieferer im Tourismus vom Projekt profitieren. Das Projekt leistet damit einen substantiellen Beitrag zur nachhaltigen volkswirtschaftlichen Stärkung der Gotthardregion und ist insbesondere ein wichtiger Impulsgeber für Ursern und die Surselva.

Nordic /St.Gotthard

Das Projekt «Nordic /St.Gotthard» verfolgt das Ziel, die Region St. Gotthard zu einer Top Nordic Destination zu entwickeln. In der letzten Programmperiode hat die Berner Fachhochschule im Auftrag von PSG 2020 analysiert, ob die Gotthardregion über Potential für die Entwicklung einer international wettbewerbsfähigen Top Nordic Destination verfügt und welche Grundvoraussetzungen dafür gegeben sein müssen. Das Fazit daraus zeigt, dass die Gotthardregion über die Grundvoraussetzungen und das Potential verfügt, dafür aber diverse Massnahmen im Bereich Infrastruktur eingeleitet werden müssen. Zwischenzeitlich wurden von den lokalen Akteuren zusammen mit PSG 2020 im Goms (VS) und Campra (TI) sowie in der Surselva (GR) verschiedene dezentrale Massnahmen angestossen und teilweise bereits in die Umsetzung gebracht.



Bike /St.Gotthard

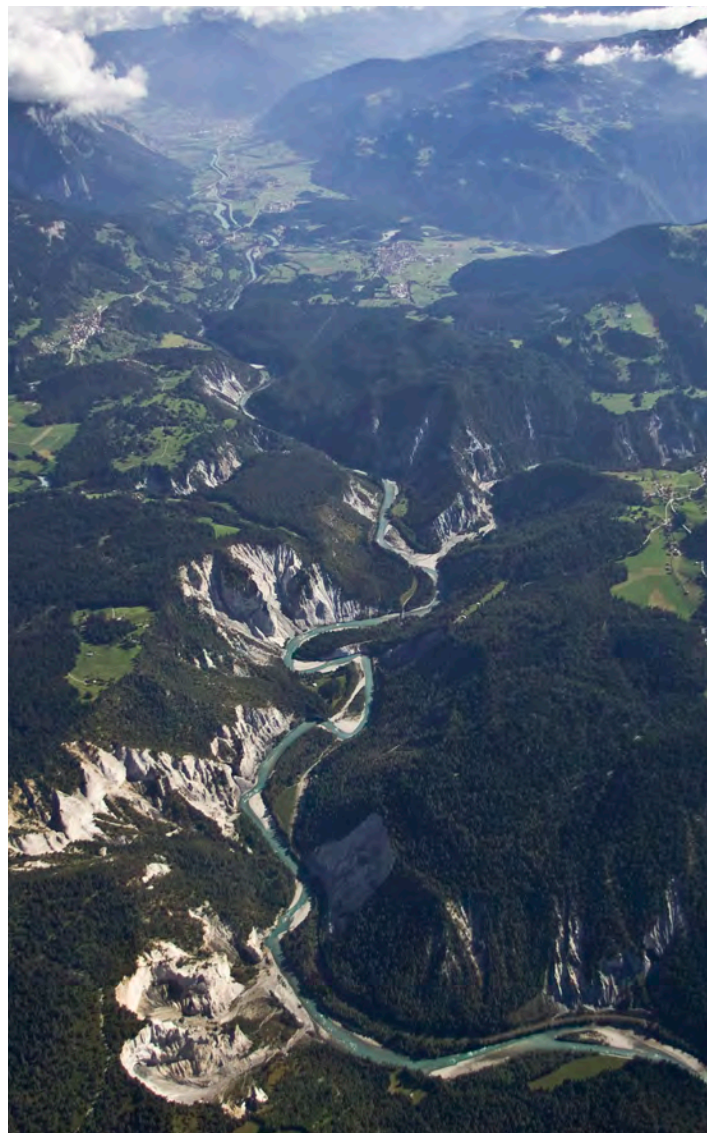
In den einzelnen Subregionen des Gotthardraumes laufen verschiedene Projekte zur Entwicklung des Bike-Tourismus. Um diese Projekte aufeinander abzustimmen, hat PSG 2020 in Absprache mit den Bike-Verantwortlichen und Regionalentwicklern aus den vier Regionen die Entwicklung eines überregionalen Bike-Projektes gestartet. Dieses soll den laufenden, geplanten und kommenden Bike-Projekten in den einzelnen Subregionen als Grundlage dienen. Das Ziel ist, dass die Regionen und Akteure sich in Zukunft als eine einzige Bike-Region entwickeln und vermarkten und eine durchgängige und attraktive Bike-Region St. Gotthard entsteht. In diesem Zusammenhang konnte im Jahr 2016 die erste Phase abgeschlossen werden. Dabei ging es darum, mittels einer Bestandsaufnahme in der Gotthardregion, die Gemeinsamkeiten herauszukristallisieren und basierend darauf die Positionierung und die Handlungsempfehlungen für die gemeinsame Entwicklung der Bike-Region Gotthard zu definieren.

Erlebnisräume /St. Gotthard

Bei diesen Räumen handelt es sich um Naturlandschaften mit Einrichtungen die schon vorhanden sind, wie Festungsanlagen, Transportbahnen und Kraftwerke – wichtige Zeugen der menschlichen Präsenz im Gebirge. Die schönen Naturlandschaften, die verschiedenen Geschichten und Mythen sowie die unterschiedlichen Kulturen in den jeweiligen Regionen haben diese Räume geprägt. Durch eine nachhaltige in Wertsetzung der verschiedenen Erlebnisräume werden den Gästen Naturnahe, nachhaltige Erlebnisse der besonderen Art angeboten und somit die Wertschöpfung in der Region gesteigert. Dabei ist es wichtig, verschiedene Themen die mit dem Gotthardraum in Verbindung kommen, für die jeweiligen Räume aufzunehmen, zu inszenieren, miteinander zu verknüpfen und zu koordinieren. Die Erlebnisräume müssen gegen aussen, als eine Einheit auftreten und als solche wahrgenommen werden. Diesbezüglich wurden von den lokalen Akteuren und Trägerschaften zusammen mit PSG 2020 im Goms (Erlebnisraum RhoneGLETSCHer), im Urserntal (Erlebnisraum Schöllenen-schlucht) sowie im Tessin (Erlebnisraum Ritom-Piora) verschiedene Massnahmen eingeleitet oder teilweise in die Umsetzung gebracht.

Hotel Impulsprogramm

Bei diesem durch PSG 2020 ermöglichten Projekt hatten die teilnehmenden Beherbergungsbetriebe die Möglichkeit, den eigenen Betrieb zusammen mit Fachleuten der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredite (SGH) auf Herz und Nieren zu prüfen. Die erste Phase konnte mit 26 teilnehmenden Hotelbetrieben abgeschlossen werden. Ziel war es, mit diesen oder zumindest einem Teil davon in die zweite Phase zu starten und die aus der ersten Phase errungenen Erkenntnisse zusammen mit der SGH in die Umsetzung zu bringen. Leider konnten für die zweite Phase keine Hotels gefunden werden, die bereit waren die anfallende Kostenbeteiligung zu leisten.



2.4 Programmziel «Touristische Produktentwicklung»

Swiss Railpark / St.Gotthard

In diesem Projekt geht es um den Erhalt und die Förderung der Gotthard-Bergstrecke. Ziel ist, die Gotthard-Bergstrecke nach der Eröffnung des Gotthard-Basistunnels mit attraktiven Bahnerlebnissen in Wert zu setzen. Mittels Verknüpfung bestehender sowie neuer Angebote sollen Bahn-Erlebnisfahrten sowie weitere Aktivitäten miteinander verknüpft und vermarktet werden. Dadurch werden neue Gäste die Gotthardregion frequentieren und Wertschöpfung auslösen. In diesem Zusammenhang wurde von den Projektträgerschaften SBB Historic und Club del San Gottardo ein gemeinsames Bahnerlebnis-fahren-Konzept erstellt. Ab Frühjahr 2017 kann nun ein erstes Angebot an Bahn-Erlebnisfahrten auf der alten Gotthard-Bergstrecke auf der Nord- sowie der Südseite angeboten werden. Parallel dazu bietet die Uri Tourismus AG ab dem 1. Februar 2017 täglich zwei Führungen zum Tunnelfenster beim NEAT-Zugangsstollen in Amsteg sowie Depotführungen in der Remise Erstfeld an.

2.5 Programmziel «Identität und Imageinitiative»

Marke / St.Gotthard

Die Resonanz auf die «Marke / St.Gotthard» ist bei den meisten von PSG 2020 kontaktierten Akteuren grundsätzlich positiv ausgefallen. Aufgrund der intensivierten Akquisitionsanstrengungen, konnten einige neue Partner aus Tourismus sowie anderen Bereichen als Markenpartner gewonnen werden. Die Marke / St.Gotthard wurde im Jahr 2016 europaweit im Markenschutzregister eingetragen und geschützt. Um die Marke zukünftig im Markt erfolgreich aufzubauen, muss nach einer griffigen Lösung in Bezug auf die Markenführung nachgedacht werden. Damit soll sichergestellt werden, dass diese in der Region sowie darüber hinaus bekannt gemacht, gepflegt und stetig weiterentwickelt wird.

Expo Milano / Gotthard Monolith

Der Auftritt der vier Gotthardkantone an der «EXPO Milano» konnte erfolgreich durchgeführt werden. Der Schweizer Pavillon verzeichnete 2.1 Millionen Besucherinnen und Besucher. Aufgrund der Inhalte und des Konzeptes, konnte ein positives Image der Schweiz vermittelt werden. Insbesondere die Ausstellung der vier Gotthardkantone zum Thema «Acqua per l'Europa» war bei den Besucherinnen und Besuchern sehr beliebt. Der

darin ausgestellte Gotthard Monolith gewann den Award des «Best Exhibit». Von Juni bis Oktober 2016 wurde der Gotthard Monolith in Leihgabe dem Verkehrshaus der Schweiz für die Ausstellung «NEAT das Tor zum Süden» zur Verfügung gestellt. Seit Dezember 2016 steht der Gotthard Monolith in Dauerleihgabe im Landesmuseum Zürich und wird in der Ausstellung «Ideen Schweiz» präsentiert.

Interne und externe Kommunikation

Bei der «internen und externen Kommunikation» wurde von Seiten PSG 2020 im Rahmen von Veranstaltungen, Pressearbeit sowie mit weiteren Aktivitäten wie z.B. Präsentationen «Bewusstsein» an der Basis geschaffen. Zuzüglich wurde der Schlussbericht der Programmperiode 2012–2015 im dritten Quartal veröffentlicht und gezielt unter den Partnern, Akteuren und Gemeinden in der Gotthardregion gestreut sowie auf der Webseite aufgeschaltet. Nun gilt es, den eingeschlagenen Weg konsequent weiter zu verfolgen und die Basis in regelmässigen Abständen über Projektstände, Erfolge und Neuigkeiten mittels verschiedenen Kanälen zu informieren.

2.6 Erbrachte Projektvorleistungen

In folgenden Projekten hat PSG 2020 im Berichtsjahr Vorleistungen erbracht, indem Projektträgerschaften in der Vorbereitung und Entwicklung ihrer Projekte unterstützt und begleitet wurden.

- Erlebnisräume & -Routen / St.Gotthard
 - Erlebnisraum Ritom Piora
 - Erlebnisraum Schöllenen Schlucht
 - Erlebnisraum Gotthardpass
 - Pilgerweg Rhein - Rohne
 - Grosser Walserweg
- Bike / St.Gotthard
- Nordic / St.Gotthard
 - Nordic Surselva (GR)
 - Nordic Campa (TI)
- Touristische Produktentwicklung / St.Gotthard
- Wertschöpfung Milch/Käse / St. Gotthard
- Swiss Railpark / St.Gotthard
- Umbau Bahnhof Niederwald
- Marke / St.Gotthard

2.7 Projekt-Aktivitäten

Strategische Ziele	Outputs/Meilensteine	Kommentar
Zusammenarbeit im Tourismus	– gemeinsame Umsetzungsstrategie liegt vor	Vorbereitende Arbeiten geleistet.
	– Vereinbarung touristische Produktentwicklung liegt vor	Die Vereinbarung liegt unterschrittsreif vor, konnte aber noch nicht unterzeichnet werden, da die Strategie von den TO's formell noch nicht verabschiedet wurde. Die Unterzeichnung der Vereinbarung wird im ersten Quartal 2017 erwartet.
	– Förderleistungen für touristische Produktentwicklung	Die entsprechenden Ressourcen wurden von den TO's zur Verfügung gestellt.
		Im Rahmen der bereits bestehenden Zusammenarbeit aus der letzten Programmperiode ist die Partnerschaft entsprechend weitergeführt worden.
	– Teilnahme Gotthard-Basistunnel Eröffnung	Die Aktivität konnte erfolgreich umgesetzt und abgeschlossen werden.
	– 50 Partner für Projekt "Bündelung Vermarktungsaktivitäten"	Das Potential an Marktpartnern konnte von SBB/RAW nicht ausgeschöpft werden. Im ersten Jahr wurden 28 Partner für ein Mitmachen gewonnen. Für die Zukunft müssen Lösungen gefunden werden, um mehr Partner gewinnen zu können.
Touristische Infrastrukturen	– Unterzeichnung Darlehensvertrag Skigebietsverbindung Andermatt - Disentis	Unterzeichnung am 24. Juni 2016; erste plangemässe Darlehens-Ziehung im August 2016 erfolgt.
	– Sprechen von Förderleistungen für Nordic /St.Gotthard	Es haben noch keine Umsetzungen stattgefunden, da die Trägerschaften in den Regionen VS, GR und TI noch mit Abklärungen beschäftigt sind. Konkrete Anträge auf Förderleistungen werden im 2017 erwartet.
	– Förderleistungen für Erlebnisräume	Im Projekt Erlebnisraum RohneGLETSCHer wurde die Umsetzung durch die Trägerschaft zurück gestellt, da andere Prioritäten im Vordergrund standen. Im Projekt Erlebnisraum Schöllenen wurde mit der Ausarbeitung des Masterplanes begonnen. Das Projekt Erlebnisraum Ritom Piora liegt für weitere Abklärungen beim Kanton Tessin.
	– Phase 2 Hotelimpulsprogramm mit min. 5 Betrieben abgeschlossen	Da sich die Hotelbetriebe mit einem minimalem Anteil an den Kosten für die Umsetzung der Phase 2 hätten beteiligen müssen, konnten keine Partner gefunden werden, die gewillt waren, das Projekt um zusetzten.

Strategische Ziele	Outputs/Meilensteine	Kommentar
Touristische Produktentwicklung	– Förderleistungen für überregionale Massnahmen Bike und Nordic gesprochen (für 50% der Massnahmen)	Die Evaluationsphase in diesen beiden Projekten dauert länger als erwartet. Diverse Verzögerungen aufgrund von Abklärungen der Projektträger in den Regionen müssen vorerst getätigt werden.
	– Unterstützung und Ermöglichen für Swiss Railpark (Projektträgerschaft, Förderleistungen für historische Fahrten)	Das Umsetzungskonzept «Fahrten» wurde von den Trägerschaften erarbeitet; die Vorhaben der beiden Projektträger wurden untereinander koordiniert.
		Erste historische Fahrten ab Sommer 2017 werden durch SBBH realisiert. Es kann davon ausgegangen werden, dass auch der CSG ab Herbst 2017 Fahrten anbieten kann.
	– Förderentscheid Grimselbahn liegt vor	Es muss bei der Projektierung des Tunnels mit Verzögerungen gerechnet werden, da weitere Abklärungen von Seiten der Trägerschaft nötig wurden.
Identität und Eigeninitiative	– erfolgt v.a. über die Erreichung der anderen drei Vertragsziele	Auf der Basis von konkreten, umgesetzten Projekten in allen Teilregionen soll in Zukunft die Eigeninitiative und Identität gestärkt werden.
	– 12 lokale Akteure als Markenpartner /St.Gotthard gewonnen	13 lokale Akteure setzten die Marke /St.Gotthard in der Kommunikation im Print- oder Internetbereich ein.
	– überregionale Produkte treten im CI/CD der Marke /St.Gotthard auf	Bei allen überregionalen touristischen Produkten und Angeboten kommt die Marke zur Anwendung.
	– das Projekt Bündelung Vermarktungsaktivitäten erfolgt konsequent im CI/CD der Marke /St.Gotthard	Eine Vollintegration des CI/CD /St.Gotthard wird aufgrund der SBB-eigenen CI/CD-Richtlinien nicht umgesetzt. Die Marke /St.Gotthard wird aber gut integriert und konsequent angewendet.
	– interne / externe Kommunikation zu PSG sowie Projekten	Das Unternehmertum von Seiten Akteure insbesondere überregional ist noch nicht im angestrebten Masse ausgebildet. Durch konsequente Kommunikation soll dies weiter gefördert werden.
		PSG 2020 ist an der Basis noch zuwenig bekannt. Mit konsequenter Kommunikation sowie einem gesteigerten Leistungsausweis an umgesetzten Projekten soll dies verbessert werden.

3 Weiteres und Besonderheiten

3.1 Organisatorisches

Nach einer drei monatigen Einarbeitungszeit hat Dieter Bogner die Geschäftsleitung PSG 2020 per 1. Januar 2016 von Marc Tischhauser vollumfänglich übernommen. Der Leitende Ausschuss PSG 2020 hat sich im Frühling 2016 neu konstituiert. Der Beirat wurde aufgehoben und neu wurden die Regionalentwickler der vier Gotthardkantone ohne Stimmrecht in den Leitenden Ausschuss PSG 2020 berufen. In den Monaten Juli bis September 2016 konnte die Programmvereinbarung für die Periode 2016 - 2019 von den Kantonen sowie dem Bund unterzeichnet werden. Der Leitende Ausschuss PSG 2020 tagte zu den Geschäften im 2016 viermal jeweils in Zürich. Die Geschäftsstelle konnte bei der Region Surselva im April grössere Büroräumlichkeiten beziehen. Dadurch war es möglich, einen dritten Arbeitsplatz einzurichten und Hubert Gross besser ins Team zu integrieren. Der Arbeitsvertrag von Hubert Gross wurde um ein weiteres Jahr verlängert und von 50% auf 70% aufgestockt.

3.2 Ausblick 2017

Die Herausforderungen für die lokalen Akteure, die beteiligten Regionen, die Kantone sowie PSG 2020 bleiben weiterhin hoch. Es gilt nach wie vor die Optimierung und Konsolidierung der touristischen Strukturen im Blick zu behalten, damit die Region in Zukunft im internationalen Wettbewerb wahrgenommen wird und für die Zukunft erfolgreich bestehen kann. Dafür bedarf es neben gemeinsamen überregionalen Produkten und buchbaren Angeboten die konsequente Bündelung der Kräfte sowie eine effiziente und effektive Aufgabenteilung.

In Bezug auf die Akzeptanz und die Glaubwürdigkeit von PSG 2020 auf regionalpolitischer Ebene, ist PSG 2020 gefordert. Da Akzeptanz und Glaubwürdigkeit sehr gut über den Leistungsausweis an umgesetzten Projekten erarbeitet werden kann, ist es wichtig, dass PSG 2020 kurz- und mittelfristig Projekte in Teilregionen fördern und umsetzen kann, die bis anhin weniger von Fördermitteln profitieren konnten.

Der Fokus von PSG 2020 richtet sich auch in den kommenden Umsetzungsjahren auf die Vertragsziele «Produkte und Infrastrukturen», «wettbewerbsfähige Aufgabenteilung und Vermarktung» sowie «Regionalmanagement». Komplementär soll im Vertragsziel «Industrie, Gewerbe und Landwirtschaft» insbesondere im

Cluster «Landwirtschaft» mit einem Projekt «Wertschöpfung Milch/Käse» die übergreifende Zusammenarbeit der Produzenten gefördert und gestärkt werden.

Im Rahmen des Vertragszieles «Entwicklung und Umsetzung einer gemeinsamen Vorgehensstrategie», sind durch die lokalen Akteure gemeinsame überregionale strategische Ziele zu definieren sowie festzuhalten, mit welchen Massnahmen sie diese erreichen wollen. Des Weiteren müssen darin überregionale Geschäftsfelder (Bahnerlebnisswelt, Nordic, Alpin, Bike und Erlebnissräume), Positionierungsmerkmale, Zielgruppen, Zielmärkte sowie Massnahmen zur Zielerreichung festgelegt und priorisiert werden.





Herausgeber

Programm San Gottardo 2020
Glennerstrasse 22
7130 Ilanz
Tel. 081 926 25 08
info@gottardo.ch
www.gottardo.ch

Mai 2017