

## Jahresbericht 2008 zum Projekt San Gottardo zu Handen seco

### 1 Übersicht und Anträge

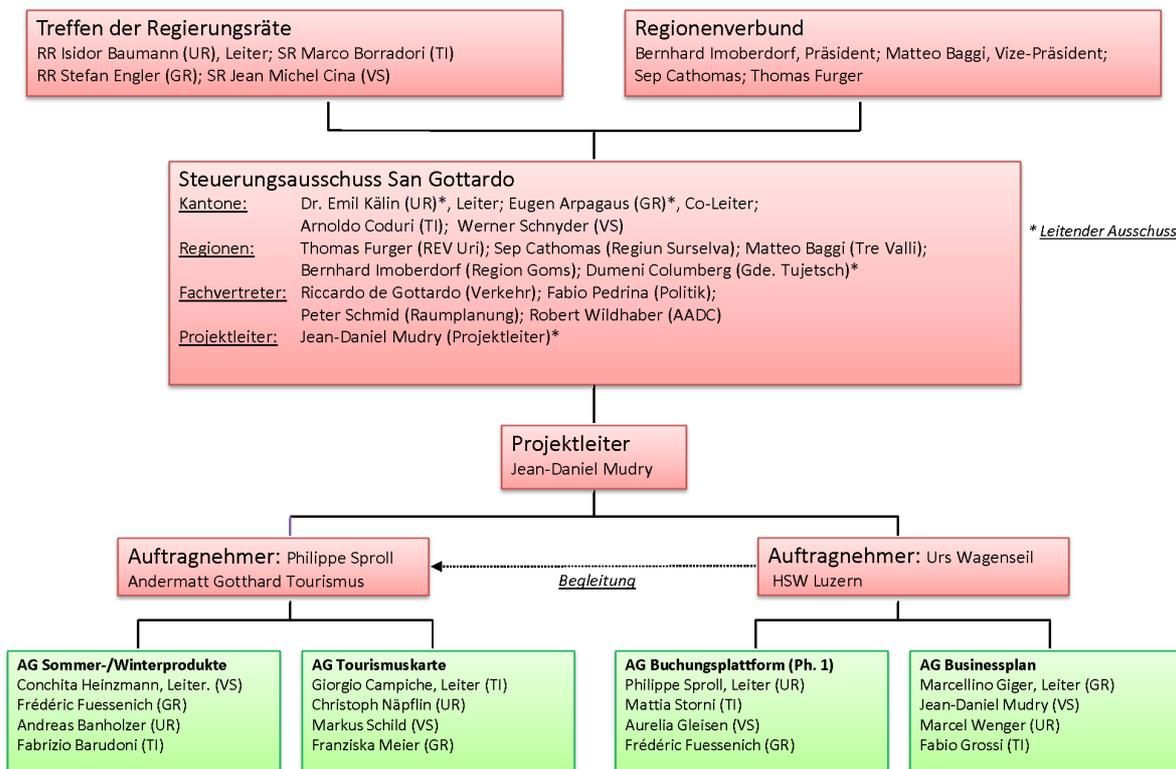
#### 1a. Zusammenfassende Beurteilung der Ergebnisse des Berichtsjahres

Seit Beginn der Arbeiten am gemeinsamen grenzüberschreitenden Projekt im August 2006 wurden bis Ende 2007 nebst den inhaltlichen und strategischen Arbeiten massgebliche Ressourcen für die Institutionalisierung eingesetzt. Mit der Ernennung von Jean-Daniel Mudry als Projektleiter und der Etablierung von Projekt-Arbeitsgruppen mit klaren touristischen Zielsetzungen als Schwergewicht konnte diese Phase im 1. Quartal 2008 erfolgreich abgeschlossen werden.



### Projektorganisation

Stand 02.04.2008



Die Arbeiten im Zusammenspiel der Gremien funktioniert gut. Der Steuerungsausschuss trifft sich monatlich um den Fortschritt zu kontrollieren und Inputs, die an ihn herangetragen werden zu beurteilen und dem Projektleiter zur Ausführung zu übergeben.

Der Fokus der Arbeiten im Jahre 2008 lag bei der

- Erarbeitung direkt wertschöpfungswirksamer Projekte im Tourismus (neue buchbare Sommer- und Winterpauschalen),
- Initiierung von Veranstaltungen durch Dritte (z.B. Gran Fondo San Gottardo organisiert durch Velo Club Lugano, z.B. MTB-Event Blenio-Lukmanier-Leventina),
- Grundlagenarbeiten und Konzeptionen im Tourismus, welche die Voraussetzungen schaffen (Businessplan, Buchungsplattform) für weitere wertschöpfungssteigernde Projekte,
- Kommunikation und Netzwerkarbeit,
- Koordination grenzüberschreitender gemeinsamer Anliegen (z.B. Fahrplanangebot, Öffnungszeiten Alpenpässe).

**Wichtigste Erfolge** im Jahr 2008 stellen dar:

- Am 1. September 2008 fand – u.a. im Beisein von Bundesrätin Leuthard – die 1. Gotthardkonferenz statt, an welcher 150 Parlamentarier aus allen vier Gotthard-Kantonen eine „Charta San Gottardo“ verabschiedeten. Dank einer guten Medienarbeit hat die Konferenz nicht nur regionales Echo gefunden. Die Konferenz war insbesondere wertvoll, um das Projekt im eigenen Perimeter besser kommunizieren und die Sensibilität für die Anliegen erhöhen zu können. Eine Zweitaufgabe im Kanton Tessin ist geplant (siehe unten).
- Im Tourismus wurden konkrete Projekte umgesetzt, an denen die Tourismusorganisationen im Gotthard-Raum aktiv beteiligt waren:
  - o *Schaffung einer gemeinsamen Tourismuskarte*: Diese wurde mit einer Auflage von 70'000 Exemplaren gestreut. Die Karte ist weniger ein Marketinginstrument gegen aussen als vielmehr ein identitätsstiftendes Element nach innen. Sie soll mitunter auch dazu dienen, den Perimeter San Gottardo besser eingrenzen und fassbarer machen zu können und die Umsetzung weiterer Ideen zu provozieren. Die Karte wurde von den Tourismuspartnern gut bis sehr gut aufgenommen und wird bereits aktiv eingesetzt.
  - o *Abstimmung der Tourismusorganisationen bezüglich Lösung der Schnittstellenprobleme zwischen den unterschiedlichen, vorhandenen Buchungsplattformen*: Die technischen Probleme sind zwischenzeitlich erkannt und die Lösung bekannt. Die Umsetzung wird 2009 stattfinden.
  - o *Schaffung grenzüberschreitender buchbarer Angebote*: Mit auf die Wintersaison 08/09 geschaffenen, buchbaren Ski- & Snowboardpauschalen sowie einer Langlaufpauschale (<http://www.ander matt.ch/de/winter/winterpauschalen-m746/>) und den bereits in der Sommersaison 2008 angebotenen 11 Sommer-

produkten (Wasserpauschalen zwischen 3 und 10 Tagen, <http://www.ander matt.ch/de/sommer/pauschalangebote-sommer-m635/>) kann das Projekt bereits konkrete Produkte vorweisen. Mit rund 5 Buchungen für die Sommerprodukte ist die Resonanz zwar noch bescheiden; die Winterprodukte wurden bereits 10-15 mal gebucht. Eine aktive Kommunikation zu den Produkten fand allerdings noch nicht statt. Gesteigerte Marketinganstrengungen sind notwendig, um diese noch besser auf den Markt zu bringen.

- *Arbeiten für einen gemeinsamen Businessplan der Tourismusorganisationen im Gotthard-Raum:* Der Businessplan für die Destinations-Management-Organisation DMO liegt vor. Dieser wurde durch die zukünftigen Träger der DMO erarbeitet (Präsidenten der Tourismusorganisationen). Der Businessplan wird durch den Steuerungsausschuss noch geprüft. Die Umsetzung durch die Tourismusorganisationen mit finanzieller Unterstützung durch das Projekt San Gottardo wird 2009 in Angriff genommen. Die Umsetzung gliedert sich in eine Aufbauphase 2008/09 (u.a. Verhandlungen mit Trägerschaftsmitgliedern, Gründung Aktiengesellschaft), in eine Wachstumsphase zwischen 2010 und 2014 und in eine Vollbetriebsphase ab 2015.
- Die obigen Tourismusprojekte hatten im Rückblick eine bedeutende Katalysatorfunktion, um die Zusammenarbeitsbasis für die beteiligten Tourismusorganisationen zu stärken.
- Die aus dem Kanton Tessin lancierte Idee einer „Landesausstellung“ zum Anlass der Eröffnung des Gotthard-Basis-Tunnels mit dem Namen „Gottardo 2020“ wurde vom Projekt San Gottardo sehr positiv aufgenommen. Zur Zeit werden in „Gottardo 2020“ Fragen bearbeitet, wie die wesentlichsten (im Rahmen von PREGO bereits erarbeiteten) Inhalte in Form einer „Landesausstellung“ umgesetzt werden können. „Gottardo 2020“ will auf nachhaltige Weise einen Meilenstein der Entwicklung setzen: 80% der Installationen sollen auch danach dauerhaft genutzt werden können. „Gottardo 2020“ bildet einen bedeutungsvollen Fixpunkt in der Zukunft auch für das Projekt San Gottardo. Die Zusammenarbeit zwischen den beiden Projekten wird deshalb eng gestaltet.
- Es ist gelungen, die Idee „San Gottardo“ in einem laufenden INTERREG-Projekt zu integrieren. Dieses sieht einen Schüleraustausch zwischen den Kantonen Wallis, Tessin und Graubünden und den italienischen Nachbarregionen vor. Die Projektleitung konnte erfolgreich vermitteln bzw. initiieren, dass unter Federführung des Kantons Tessin ein spezielles Bildungspaket mit den San Gottardo-Inhalten im San Gottardo-Perimeter umgesetzt wird.
- Ferner konnten die Gemeinden im Gotthard-Raum für eine Mitfinanzierung der Projektarbeiten überzeugt werden.

Die durch das Projekt San Gottardo initiierte grenzüberschreitende Zusammenarbeit im Tourismus trägt damit erste Früchte. Die Projektarbeiten haben die Vertrauensbasis auf operativer Stufe, aber auch in den Trägerschaften markant gestärkt. Als Erfolg ist festzuhalten, dass die vier Tourismusorganisationen im Gotthard-Raum zusätzliche Mittel für 2009 zum Teil bereits schriftlich zugesagt haben.

Die Projektleitung San Gottardo – mit den strategischen und politischen Gremien im Hintergrund - nimmt eine wichtige Motor- und Koordinationsaufgabe wahr, wenngleich davon auszugehen ist, dass das Projekt erst am Anfang steht (siehe Ausblick).

Sehr viele und positive Kontakte sind entstanden und müssen gepflegt werden. Aus den verschiedenen Rückmeldungen konnte mittlerweile ein reicher Ideenkorb geäufnet werden. Die Erwartungen gegenüber dem Projekt sind hoch. Der Informationsgrad an der Basis ist aber noch zu bescheiden. Der Kommunikation über das Projekt und zu seinen Facetten kommt weiterhin eine hohe Bedeutung zu.

**Hindernisfaktoren**, welche ein rascheres Vorgehen bisher erschwerten und den IST-Zustand dem SOLL-Zustand nachhinken lassen bildeten:

- Die Klärung der markenrechtlichen Fragen erwies sich als schwieriger als vorgesehen. Das Projekt und deren Gremien vertreten die klare Haltung, dass für die Übernahme von Markenrechten keine Abgeltungen bezahlt werden. Im schlechtesten Fall müssen die Fragen auf gerichtlichem Weg mit entsprechenden Aufwänden geklärt werden. Durch diese Erschwernis ergeben sich Folgewirkungen für den geplanten Dachmarkenprozess.
- Eine spezielle Studie setzte sich mit den Voraussetzungen zur Schaffung eines übergreifenden Tarifverbundes auseinander. Die Abklärungen mit den Bahnbetreibern und weiteren Involvierten brachten die hohe Komplexität zu Tage. Die Grundlagen sind insgesamt noch zu wenig stabil, als dass ein gebietsumfassender Tarifverbund in absehbarer Zeit eine Chance hätte. Fortsetzung folgt.
- Die Basis in Bevölkerung, Tourismus und übriger Wirtschaft ist bis heute noch zu ungenügend sensibilisiert und informiert, um sich für Umsetzungsprojekte begeistern zu können. Der Projektleiter musste bis anhin viel (und kurzfristig wenig produktive) Zeit aufwenden für Anfragen und Kontakte. Eine schickliche Behandlung der Interessenten braucht Zeit. Es ist nach wie vor feststellbar, dass die Akteure zu sehr eine Abwartehaltung einnehmen und auf vorwärtsgerichtete Projekte „von oben“ warten. Die Bedenkenträger sind noch weit verbreitet. Es braucht Zeit, um über politische Bekennnisse hinaus die Basis überzeugen und mobilisieren zu können. Der persönlichen Kommunikation durch den Projektleiter kommt hierbei eine entscheidende Bedeutung zu. Einer der wesentlichen Projektabsichten ist es, das Projekt „San Gottardo“ bekannt zu machen sowie die Begehrlichkeit und Neugier als Voraussetzung für

grössere Lösungen zu wecken. Dies ist als langfristige Daueraufgabe für das Projekt zu verstehen.

**Ausblick** auf das Folgejahr:

Der gegenseitige Austausch zwischen dem Tourismusresort Andermatt und dem Projekt San Gottardo ist durch die direkte Zusammenarbeit zwischen Projektleiter und CEO sowie durch die Vertretung in den Gremien sichergestellt. Die (hoch gesteckten) Erwartungen an das Projekt dürfen nicht davon ablenken, dass im Umfeld des Tourismusresorts Nachholbedarf besteht. Es betrifft dies die touristische Infrastrukturausstattung, Produkt- und Dienstleistungsinnovationen wie auch die Bündelung und der Verkauf. Es handelt sich dabei um Aufgaben, die im Wesentlichen durch die Akteure im Umfeld zu leisten sind. Rolle des Projektes ist es, gewisse Initiativen anzustossen, wo dies sinnvoll erscheint (z.B. Tarifverbund, Angebotspauschalen, Events).

Es bedarf Zeit, um die für die Umsetzung notwendigen Kapazitäten und Kompetenzen aufbauen und die Ressourcen für gemeinsame Projekte mobilisieren zu können. Es geht um Projekte, die mit anderen Worten nicht ein Mehr vom Bisherigen sind, sondern Neuerungen beinhalten und damit auch mit strukturellen, institutionellen Vereinfachungen verbunden sein müssen. Zeit braucht es ferner, damit in der kantonalen Politik und in den kantonalen Verwaltungen die Anreize so gesetzt werden, dass sie der Reformbereitschaft und dem Umsetzungswille förderlich sind.

Konkret wird sich das Jahr 2009 kennzeichnen durch die

- Intensivierung der Kommunikation auf Basis eines pragmatischen Kommunikationskonzeptes und dem Beizug externer Fachpersonen,
- Weiterentwicklung und Umsetzung der Wertschöpfungsprojekte im Tourismus,
- Netzwerkarbeit u.a. in Form der 2. Gotthardkonferenz, welche in Zusammenarbeit mit dem Projektleiter voraussichtlich im September 2009 durch den Kanton Tessin organisiert wird,
- Initiierung von weiteren Projekten aus dem reichhaltigen Ideenkorb,
- Aufstockung des Pensums des Projektleiters, damit notwendige Zeitressourcen für die Motor- und Koordinationsfunktion bereit gestellt werden können.

Die bisher geschaffene Glaubwürdigkeit und die Akzeptanz an der Basis sind durch direkte Kontakte und qualitativ hoch stehende Projekte weiter auszubauen. Dabei geht es vor allem darum, die Realisierung von Projekten mit einheimischen Leistungsträgern und der Basis (z.B. Sportvereine, Tourismusorganisationen) voranzutreiben. Dazu stehen weniger finan-

zielle Anreize als vielmehr die direkte Kommunikation und die Überzeugungsarbeit durch den Projektleiter im Vordergrund.

## **1b. Anträge**

Insgesamt befindet sich das Projekt San Gottardo auf Kurs, es sind aus unserer Sicht keine Änderungen an der Programmvereinbarung notwendig.

*Antrag 1: Wir beantragen, den vorliegenden Jahresbericht 2008 und damit auch die aktuellen Jahresbeiträge des Bundes zu genehmigen.*

Im Verlaufe des Jahres wurden verschiedene ursprüngliche Projektvorhaben im Sinne einer rollenden Planung anders gewichtet. So waren verschiedene Umschichtungen notwendig, da Projektideen wegfielen (z.B. Info-Points A5) oder andere mehr Mittel als eingeplant benötigten (z.B. Produkte Sommer-/Wintertourismus A2). Der „ANHANG 2: Ziele, Meilensteine, Indikatoren, Finanzierung“ gemäss Programmvereinbarung stimmt in der Folge nicht mehr vollumfänglich mit der Darstellung der Vertragsziele gemäss Kap. 2b überein. Wir gehen davon aus, dass sich auch in den Folgejahren Änderungen der Aktionsplanung ergeben werden. Aus unserer Sicht stellen dies keine Vertragsänderungen dar, die neu zu verhandeln wären.

*Antrag 2: Wir beantragen, die modifizierte Darstellung der Projekte bei gleichlautenden Vertragszielen zur Kenntnis zu nehmen.*

Ebenfalls als Ausfluss der rollenden Planung wurden die zur Verfügung stehenden Budgetmittel für das Jahr 2008 nicht vollumfänglich ausgeschöpft. Es wurden bisher zahlreiche Projekte angestossen, deren Mitfinanzierung erst in kommenden Umsetzungsphasen spruchreif wird. Die nicht beanspruchten Mittel werden folglich zu späteren Zeitpunkten benötigt.

*Antrag 3: Wir beantragen, den Übertrag der im Jahr 2008 nicht beanspruchten Bundesmittel (Anteile) ohne Ausgleich auf das Jahr 2009 zur Kenntnis zu nehmen.*

## **2. Kapitelweise Berichterstattung**

### **2a Gemäss Programmvereinbarung zwischen Seco und Kanton Uri**

Das Seco wünscht eine Berichterstattung, welche den Kapiteln der Programmvereinbarung folgt. Das Umsetzungsprogramm San Gottardo ist in den Vertrag zwischen dem Kanton Uri und dem Seco eingebettet; ein separater Vertrag besteht nicht.

Aus Sicht des Projekts Regio San Gottardo sind keine Abweichungen zum Vertrag zwischen seco und Kanton Uri festzuhalten.

Die nachfolgenden Ausführungen fokussieren deshalb auf Kapitel 6 der Programmvereinbarung inkl. dem Anhang 2: Ziele, Meilensteine, Indikatoren, Finanzierung (Anhang 2b San Gottardo).

### **2b Vertragsziele Projekt San Gottardo**

Vertragsziele	Meilensteine und Indikatoren	Abweichungen k/u = keine / unbedeutende; b = bedeutende	Beschreibung: Stand bzw. Abweichung, Begründung, weiteres Vorgehen
<b>Vertragsziel A: Entwicklung, Bündelung und Vermarktung von Tourismusleistungen</b>			
A1 Tarifverbund San Gottardo	Bekanntnis Transportunternehmen für Phase 2 liegt vor	b	Separate Studie hat Komplexität zum Ausdruck gebracht. Transportbetriebe sind z.Zt. wenig bereit, sich in einen umfassenden Tarifverbund einzulassen. Erste Erfolge sind lediglich in Teilsegmenten eines geografisch umfassend verstandenen Tarifverbundes erzielt worden.
A2 Produkte Sommer-/Wintertourismus	2-3 neue buchbare Produkte	k	Winter: buchbare Ski- & Snowboardpauschalen, Langlaufpauschale <a href="http://www.ander matt.ch/de/winter/winterpauschalen-m746/">http://www.ander matt.ch/de/winter/winterpauschalen-m746/</a> Sommer: 11 neue, buchbare Sommerprodukte (Wasserpauschalen zwischen 3 und 10 Tagen) <a href="http://www.ander matt.ch/de/sommer/pauschalangebot-e-sommer-m635/">http://www.ander matt.ch/de/sommer/pauschalangebot-e-sommer-m635/</a>
A3 Wort-Bild-Marke (wurde neu zu C4)	Bekanntnis der Basis zur neuen Dachmarke liegt vor		Markenbildungsprozess ist unter Vertragsziel C Kommunikation besser aufgehoben und deshalb dort integriert
A4 Verkaufsförderung/Synergien Tourismusresort Andermatt (wurde zu C2 zugeschlagen)	Koordination Markenarchitektur und Produktverkauf		Die Aktionen im Zusammenhang mit der Verkaufsförderung wurden auf die Schaffung (C2) einer Buchungsplattform konzentriert.
A5 Betrieb Infopoints	Betrieb Infopoints gesichert	b	Der federführende Verein San Gottardo wurde im Verlaufe des Jahres 2008 aufgelöst. Der geplante Infopoint auf dem Gotthard-Hospiz wird im Moment nicht

			<i>weiter verfolgt. Der Infopoint in Gletsch wird durch die Tourismusorganisationen getragen. Das Projekt San Gottardo wirkt über diesen Kanal mit.</i>
A6-A12 Realisierung von weiteren Produktideen	3 konkrete Projekte sind bestimmt und angelaufen	u	Vorerst zurückhaltende Beurteilung weiterer Projekte. Erst soll eine breite, solide Basis geschaffen werden. Einziges Projekt unter diesem Titel besteht in der Unterstützung des Outdoor-Forums (Auftrittsmöglichkeit, Zielpublikum angesprochen, minimaler finanzieller Beitrag)
<b>Vertragsziel B: Rahmenbedingungen für touristische Wertschöpfung</b>			
B1 Touristisches Potenzial Alpenpässe	Funktionierende Koordination	k	Die Koordination wird in zwei separaten Arbeitsgruppen erfolgreich vorangetrieben.
<i>B2 Umnutzung Militär Immobilien</i>	<i>Projektskizze und Start</i>	<i>b</i>	<i>Thema wurde aus Ressourcengründen in das Jahr 2009 verschoben</i>
B3 Sicherung Einzigartigkeit	<i>Projektskizze ausgeschrieben</i>	<i>k</i>	<i>Wesentliche Inhalte werden im separaten Projekt „Gottardo 2020“ bearbeitet. Mit Abgabe des Berichtes im 1. Q. 2009 ist eine detailliertere Ausgangslage vorliegend.</i>
<b>Vertragsziel C: Kommunikation und Identifikation</b>			
C1 Kommunikation/Dialog mit Regionsbevölkerung: Website/Internetauftritt	Mind. 3 Info-/ Diskussionsveranstaltungen in den Regionen	k	Kommunikation lief in erster Linie über die direkte Präsenz des Projektleiters an Dutzenden von Workshops, Sitzungen und Besprechungen. Als Werkzeug wurde am 1.9.2008 neu <a href="http://www.regiosangottardo.ch">www.regiosangottardo.ch</a> in drei Sprachen aufgeschaltet, was nicht zuletzt die Vernetzung und die Community in der Region unterstreichen und fördern soll. 2009 wird das vorliegende Kommunikationskonzept umgesetzt.

C2 Infrastrukturen (einheitlicher Auftritt): Buchungsplattform	Vernetzung der Angebote auf einer Buchungsplattform San Gottardo	k	Verschiedene technische Varianten wurden in einer Arbeitsgruppe, unter Beteiligung von Tourismusfachpersonen aus allen Gotthard-Regionen, geprüft. Die Lösung zur Behandlung der Schnittstellenprobleme zwischen den unterschiedlichen Buchungsplattformen ist erkannt. Die Umsetzung erfolgt 2009.
C3 Zusammengehörigkeit und Selbstbewusstsein: Tourismuskarte	Identitätsstiftende Aktionen (gemeinsame Tourismuskarte, Events etc.) sind durchgeführt	k	Wichtiges Produkt bildete die Erarbeitung und Publikation der Tourismuskarte (Sommerkarte, Winterkarte). Sie wurde als Vorabdruck in 1'000 Exemplaren verteilt. Nach Eingang und Bearbeitung der Korrekturanträge wurde über den definitiven Druck mit einer Auflage von 70'000 Exemplaren entschieden.
C4 Wort-/Bildmarke	Bekanntnis der Basis zur neuen Dachmarke liegt vor	b	Markenrechtliche Abklärungen zeigten, dass die Verwendung von „San Gottardo“ rechtlich heikel ist (eingetragene Schutzrechte). Die Regierungen haben ihre Ablehnung unterstrichen, für die Übernahme bestehender Marken (-rechte) Abgeltungen zu zahlen. Die Marke „Regione San Gottardo“ wurde in der Schweiz angemeldet. Eine Wort-Bild-Marke wird im 1. Halbjahr 2009 erarbeitet.
C4 Netzwerkbildung	Verbände/Vereine kooperieren über Grenzen hinweg, lösen gemeinsame Aktionen aus	k	Wichtiger Meilenstein bildete die Gotthard-Konferenz vom 1.9.2008 unter Beteiligung von BR Leuthard, an welcher 150 Parlamentarier der vier Gotthard-Kantone die „Charta San Gottardo“ verabschiedet haben. Im September 2009 ist in Bellinzona eine zweite Auflage, organisiert durch den Kanton Tessin, geplant.

<b>Vertragsziel D: Regionale Strukturen</b>			
D1 Umsetzungsstelle/Projektleitung	Projektleiter nimmt Arbeit auf und zeigt erste Wirkungen	k	Tätigkeitsaufnahme von Jean-Daniel Mudry als Projektleiter am 1.3.2008.
D2 Verkaufsförderung/Aufbau Destinations-Management-Gesellschaft	Tourismusorganisationen legen einen verlässlichen Kooperationsmechanismus dar	k	Tourismuspraktiker aller Gotthard-Regionen erarbeiten einen gemeinsamen Businessplan. Dieser liegt vor und legt die weitere Entwicklung für den Raum dar (Strategie, Massnahmen, Institutionelles, Organisatorisches, Finanzen ...). Er muss noch in der Steuerungsgruppe diskutiert und das weitere Vorgehen mit den Tourismusorganisationen festgelegt werden. Es folgt 2009 ein nahtloser Übergang von der Konzeptphase in die Umsetzungsphase.
<i>D3 Mittelbündelung im Tourismus: neu im Vorhaben D2 zusammengefasst</i>	<i>Tourismusorganisationen legen einen verlässlichen Kooperationsmechanismus dar</i>		<i>Siehe D2</i>

Die bisherigen Aktivitäten umfassten keine Projekte, die massgebliche Zielkonflikte zwischen wirtschaftlichen, ökologischen oder gesellschaftlichen Zielen aufweisen (siehe Art. 10.3. Programmvereinbarung Kanton Uri). Es wurde deshalb bis anhin noch keine Nachhaltigkeitsbeurteilung von einzelnen Projekten vorgenommen.

### 3 Finanzcontrolling

Total standen im Jahr 2008 folgende Mittel zur Verfügung:

Partner	Beitrag (Budget)	Beitrag (Rechnung)	Valuta	Bemerkungen
<b>Bund</b> seco (via Kt. Uri)	200'000.00	200'000.00	23.05.2008	NRP-Beitrag 2008
<b>Kantone</b> Graubünden Tessin Uri Wallis	50'000.00 50'000.00 50'000.00 50'000.00	50'000.00 50'000.00 50'000.00 50'000.00	21.07.2008 20.11.2008 17.06.2008 12.06.2008	Kt.Beitrag 08 Kt.Beitrag 08 Kt.Beitrag 08 Kt.Beitrag 08
<b>Regionen<sup>(1)</sup></b> Goms (VS) Surselva (GR) Tre Valli (TI) Uri	50'000.00	50'000.00	29.05.2008	Beitrag Berghilfe 08
<b>Tour. Organisationen</b> Alto Ticino Goms Surselva Uri	20'000.00 20'000.00 20'000.00 45'000.00	20'000.00 20'000.00 20'000.00 45'000.00	TA TA TA TA	Rechnung JDM Rechnung 31.01.09 Rechnung 31.01.09 Rechnung 31.01.09
<b>Weitere</b> Übertrag GR (Pilotphase)	117'164.15	117'164.15	21.07.2008	
<b>Summen</b>	672'164.15	672'164.15		

\* Regionenbeiträge werden erst für 2009 finanzrelevant; Beitrag der Schweiz. Berghilfe von Fr. 200'000 wird in vier Jahres-Tranchen zu Fr. 50'000.-- geleistet

Folgendes Bild zeigt die Mittelverwendung für das Jahr 2008:

## Übersicht San Gottardo 2008

Geplanter Aufwand für das Jahr 2008 = **Fr. 550'000.00**  
(gemäss Programmvereinbarung mit seco)



Konto	Wirkungsziel	Budget	verplant	Rechnung	Verbindlichkeiten	Verfügbar
A1	Tarifverbund San Gottardo	15'000.00	15'000.00	15'000.00	0.00	0.00
A2	Produkte Sommer-/ Wintertourismus	80'000.00	76'000.00	77'568.20	0.00	2'431.80
A6	Weitere Projekte	5'000.00	2'152.00	2'152.00	0.00	2'848.00
	Zwischensumme A	100'000.00				
B1	Touristisches Potenzial Alpenpässe/ Fahrplan	8'000.00	0.00	7'948.75	0.00	51.25
	Zwischensumme B	8'000.00				
C1	Webside / Internetauftritt	15'000.00	0.00	27'982.30	0.00	-12'982.30
C2	Buchungsplattform	80'000.00		81'821.55	0.00	-1'821.55
C3	Tourismuskarte	75'000.00		73'082.30	0.00	1'917.70
C4	Wort-/ Bildmarke	30'000.00		8'612.10	0.00	21'387.90
	Zwischensumme C	200'000.00				
D1	Projektleitung	150'000.00	115'000.00	112'500.00	37'500.00	37'500.00
D2	Businessplan	41'000.00		21'993.40	0.00	19'006.60
D3	Allgemeine Kosten Steuerungsausschuss	10'000.00		663.75	0.00	9'336.25
D4	Beratungen	30'000.00		22'106.60	0.00	7'893.40
	Zwischensumme D	231'000.00				
	<b>Summen A-D</b>	<b>539'000.00</b>		<b>451'430.95</b>		<b>87'569.05</b>
	Spesen			26.30		
	Zinsen			-576.30		
	VST			201.70		
	Reserve	11'000.00				
	<b>Total</b>	<b>550'000.00</b>				

### Kostenstruktur:

- A: Entwicklung, Bündelung und Vermarktung von Tourismusleistungen
- B: Rahmenbedingungen für Touristische Wertschöpfung
- C: Kommunikation und Identifikation
- D: Leitung/ Beratung/ Strukturen

Die dabei als „Budget“ in den einzelnen Zeilen genannten Mittel differieren gegenüber der Vertragsgrundlage „ANHANG 2: Ziele, Meilensteine, Indikatoren, Finanzierung“. So waren verschiedene Umschichtungen notwendig, da Projektideen wegfielen (z.B. Info-Points A5) oder andere mehr Mittel als eingeplant brauchten (z.B. Produkte Sommer-/Wintertourismus A2). Im Berichtsjahr wurden ausserdem zahlreiche Projekte angestossen, die vor allem Personaleinsatz aber wenig Finanzmittel erforderten. Die finanziellen Ressourcen werden zu einem späteren Zeitpunkt benötigt, wenn die Projekte in die Umsetzungsphase gelangen. An den Vertragszielen ändert sich dadurch jedoch nichts Wesentliches.

Den verfügbaren Mitteln von Fr. 672'164.15 stehen Aufwendungen von Fr. 451'430.95 gegenüber, woraus ein Überschuss von Fr. 220'733.20.- resultiert. Der Überschuss 2008 ist aus oben genannten Gründen auf das Jahr 2009 zu übertragen.

Mit Blick auf das Jahr 2009 kann die finanzielle Basis weiter verbreitert werden. Es ist gelungen, die Gemeinden im Gotthard-Perimeter für eine Mitfinanzierung (Pro-Kopf-Beiträge) zu überzeugen. Diese werden über die Regionen zusammen Fr. 180'000.- pro Jahr zusätzlich beisteuern.<sup>1</sup> Ebenfalls haben die Tourismusorganisationen in Aussicht gestellt, zusammen einen Beitrag von Fr. 200'000.- für das gemeinsame Marketing beizutragen. Drei von vier Tourismusorganisationen haben dies bereits schriftlich bestätigt. Zusätzlich stehen die Chancen gut, dass weiter private Geldgeber gewonnen werden können.

Die beteiligten Kantone Uri, Wallis, Tessin und Graubünden bedanken sich beim seco für die konstruktive Zusammenarbeit. Sie freuen sich auf die Weiterführung im Rahmen des NRP-Umsetzungsprogramms San Gottardo.

Altdorf/Airolo, 19. Februar 2009

Dr. Emil Kälin

Leiter Steuerungsausschuss San Gottardo

Sekretär Volkswirtschaftsdirektion Uri  
Klausenstrasse 4  
6460 Altdorf

Tel. 041 875 24 00  
Fax 041 875 24 12  
emil.kaelin@ur.ch

Jean-Daniel Mudry

Projektleiter

Progetto San Gottardo  
Punto d'appoggio Autostradale  
CP 199  
CH – 6780 Airolo

Tel.: 091 869 25 00 / 01  
Fax: 091 869 25 02  
info@regiosangottardo.ch

---

<sup>1</sup> Darin enthalten ist der jährliche Beitrag der Berghilfe von Fr. 50'000.-, der durch den Regionenverbund akquiriert werden konnte. Vertragspartner für diesen Beitrag ist der Regionenverbund.