



Postulat Hunkeler Yvonne namens der Kommission Wirtschaft und Abgaben (WAK) über kurzfristige Stützmassnahmen der Luzerner Tourismusbranche während der Corona-Krise

eröffnet am 18. Mai 2020

Auftrag:

Als Massnahme infolge der Corona-Krise hat der Regierungsrat am 21. April 2020 Mittel im Umfang von 700'000 Franken für die Sicherstellung der Luzerner Tourismusförderung gesprochen. Dabei sind 300'000 Franken für zusätzliche Marketingmassnahmen vorgesehen.

- Der Luzerner Regierungsrat wird aufgefordert, sicherzustellen, dass diese 300'000 Franken im Wesentlichen für die kurzfristige inländische Tourismuswerbung verwendet werden. Vor allem die ländlichen Regionen unseres Kantons haben kurzfristig grosse Chancen, neue Gäste zu gewinnen und sich mit den ländlichen Angeboten im Schweizer Tourismusmarkt nachhaltig zu positionieren. Deshalb sollen vor allem die Landregionen von den zusätzlichen finanziellen Mitteln profitieren.
- Da die Ausfälle bei den Beherbergungsabgaben grösser sein werden als im Vorfeld des Entscheides am 21. April 2020 angenommen, fordert die Kommission Wirtschaft und Abgaben (WAK) zudem eine Prüfung zur Aufstockung weiterer Mittel.

Begründung:

Die WAK hat sich an ihrer Videokonferenz vom 1. Mai 2020 eingehend mit den Folgen der Corona-Krise für Finanzen, Wirtschaft und Tourismus auseinandergesetzt. Hierfür fand ein sehr konstruktiver Dialog mit Regierungsrat Reto Wyss, Finanzdepartement, und Regierungsrat Fabian Peter, Bau-, Umwelt- und Wirtschaftsdepartement, statt.

Die Corona-Pandemie stellt den Tourismus vor immense Herausforderungen. Die Instrumente zur Krisenbewältigung (Kurzarbeit, Überbrückungskredite) wirken. Die aktuelle Situation darf jedoch nicht ausschliesslich als Krise wahrgenommen werden. Die sich ergebenden Chancen müssen erkannt und dringend genutzt werden. So soll sich der Kanton Luzern kurzfristig als nachhaltige Ferien- und Erholungsdestination Sommer/Herbst 2020 für die Schweizer Bevölkerung vermarkten.

Auch wenn die kurzfristigen Akzente vorwiegend bei den ländlichen Regionen gesetzt werden sollen, ist unbestritten, dass es ebenfalls Anstrengungen zur Wiederbelebung des internationalen Tourismus in der Stadt Luzern und rund um den Vierwaldstättersee braucht. Der ökologische und nachhaltige Aspekt kann bei den lancierten Werbekampagnen besonders hervorgehoben werden.

Ein Blick in die Zukunft: Die Tourismusbranche steht voraussichtlich noch länger vor grossen Herausforderungen, mittel- bis längerfristige strategische Implikationen auf die Positionierung des Luzerner Tourismus sind nicht auszuschliessen. Zudem werden die Ausfälle bei den Beherbergungsabgaben grösser sein als vermutet. Der Prüfauftrag soll zusätzlich Aufschluss darüber geben, ob es einer weitere Aufstockung der Mittel bedarf. Nicht zuletzt ist die schnellstmögliche Erholung im Tourismus auch eine Unterstützung für eine grosse Zahl von Zuliefererbetrieben. Insgesamt sind über 11'000 Vollzeitstellen betroffen (Wertschöpfungsstudie Tourismus Kanton

Luzern, 2015). Damit hilft die Tourismuswerbung mit, die Wiederbelebung der Konjunktur mit sehr breiter Wirkung zu stimulieren.

Hunkeler Yvonne namens der WAK