



Warum Der Schweizer Tourismus ist so stark von der Krise betroffen wie kaum eine andere Branche, das heisst flächendeckend, in allen Regionen, für Freizeit- und Geschäftsreisen, aus allen Herkunftsmärkten. Es werden Umsatzeinbußen von bis zu 35 % für das Jahr 2020 und eine Konkurswahrscheinlichkeit von ca. 25 % befürchtet.

Um die **Tourismusbranche nachhaltig zu unterstützen**, hat das Parlament auf Antrag der Tourismusallianz einen Beitrag von CHF 40 Mio. gesprochen. **CHF 20 Mio.** davon sollen zur **Entlastung der Tourismuspartner** eingesetzt werden. Sie sollen damit ihre Marketing-Beiträge an Schweiz Tourismus teilweise decken können.

Was Der **Verteilschlüssel der CHF 20 Mio.** wurde entsprechend dem Antrag an das Parlament auf **Basis der Marketingbeiträge aus dem Jahr 2019** festgelegt und ist breit abgestützt. Vertreter der Tourismusallianz der RDK, VSTM, Seilbahnen, Hotellerie und ST haben diesem am 13. Mai zugestimmt. Dabei wurden alle Beiträge der Tourismuspartner im Jahr 2019 (ohne nicht-kern-touristische Anbieter sowie ausländische Partner) berücksichtigt. So resultierten **982 bezugsberechtigte Tourismuspartner**, mit 2019 total gut CHF 24.2 Mio. Investitionen ins ST-Marketing. Die Entlastung durch den Bund (CHF 20 Mio.) entspricht somit 82.5 % dieses Betrags. Die Marketingbeiträge von 2019 wurden daher zu 82.5 % in Entlastungsbeiträge umgewandelt. Diese verstehen sich inklusive Mehrwertsteuer.

Beispielrechnung in CHF:

Investition 2019	Guthaben Umwandlung (82.5 %)	Guthaben 2020 (1/3)	Guthaben 2021 (2/3)
100'000	82'500 (inkl. MwSt)	27'500	55'000

Wie Die Entlastungsbeiträge für die Tourismuspartner entsprechen **Marketing-Guthaben**, welche die Tourismuspartner in den Jahren 2020 (ein Drittel) und 2021 (zwei Drittel) **für ST-Marketingleistungen** einlösen können. Dabei lassen sich die Guthaben entweder ins ordentliche ST-Marketing oder in den Recovery Plan investieren, in Hauptkampagnen oder in spezifische Märkteaktivitäten. Marketing-Guthaben, die bis Ende 2021 nicht beansprucht wurden, verfallen und gehen zurück an den Bund. Barauszahlung ist nicht möglich.

Wie weiter **ST schreibt alle 982 beitragsberechtigten Tourismuspartner** in den nächsten Wochen direkt an und informiert sie über deren spezifisches Marketing-Guthaben für 2020 und 2021. Die Partner können dann **drei Varianten** für die Kompensation wählen:

- Abziehen der **Gutschrift auf bestehenden oder künftigen ST-Rechnungen.**
- **Konkrete Investitionswünsche** aus dem Katalog von Hauptkampagne, Märkteaktivitäten, Recovery Plan, etc.
- **Individuelle Beratung** von ST beanspruchen.