

Tourismusleitbild Kanton Luzern 2009: Umsetzungs- und Wirkungsanalyse

Luzia Zimmermann, Jürg Stettler
Institut für Tourismus und Mobilität ITM
Hochschule Luzern – Wirtschaft
Rösslimatte 48
Postfach 2940
6002 Luzern

September 2021

Kurzfassung

Ausgangslage

Das Tourismusleitbild des Kantons Luzern ist das strategische Instrument für die Tourismuspolitik im Kanton. Das aktuell gültige Leitbild wurde 2009 vom Regierungsrat verabschiedet und vom Kantonsrat zur Kenntnis genommen. Da seither diverse Massnahmen umgesetzt wurden, hat die Dienststelle Raum und Wirtschaft (rawi) das Institut für Tourismus und Mobilität der Hochschule Luzern (ITM) mit einer Umsetzungs- und Wirkungsanalyse beauftragt, welche den ersten Schritt zur Neuentwicklung des Tourismusleitbilds darstellt.

Das Tourismusleitbild ist wie folgt aufgebaut: Unter der Vision sind drei strategische Schwerpunkte definiert. Diese gliedern das Leitbild in drei Kernanliegen, welche die Anpassung der tourismusrelevanten Voraussetzungen, die (Weiter-) Entwicklung von Angeboten und die wirkungsvolle Vermarktung umfassen. Unter den Schwerpunkten sind acht Teilstrategien definiert, welche jeweils ein bis vier Handlungsfelder umfassen, die wiederum aus mehreren Massnahmen (insgesamt 80 Massnahmen) bestehen.¹

Abbildung 1: Übersicht Tourismusleitbild des Kantons Luzern 2009 (Quelle: rawi (2009))

Vision	Die zentrale Bedeutung des Tourismus im Kanton Luzern, verbunden mit dem intensiven nationalen und internationalen Wettbewerb, erfordert eine Weiterentwicklung von attraktiven, qualitätsorientierten und nachhaltigen Angeboten sowie eine profilierte Marktbearbeitung, die auch zukünftige Gästegenerationen aus der ganzen Welt stets zahlreich nach Luzern führen.		
	Diese Vision wird von der Politik des Kantons Luzern, touristischen Leistungserbringern und Organisationen getragen und wie folgt konkretisiert		
	↓	↓	↓
Strategische Schwerpunkte	Anpassung der tourismusrelevanten Voraussetzungen	(Weiter-) Entwicklung von kunden- und qualitätsorientierten, wertschöpfungsstarken sowie nachhaltigen Tourismusangeboten	Sicherstellung einer wirkungsvollen Vermarktung
Teilstrategien	<ol style="list-style-type: none"> 1. Etablierung der politischen Rahmenbedingungen zur Förderung des Tourismus 2. Bildung und Betrieb von wettbewerbsfähigen Destinations-Management-Organisationen (DMO) 3. Effizienter Einsatz der Finanzmittel 4. Bündelung der touristischen Kräfte der Zentralschweiz 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Marktgerechte Angebotsgestaltung durch Leistungserbringer und DMO's 6. Gezielte Förderung von naturnahen und nachhaltigen Angeboten im ländlichen Raum durch Politik, Leistungserbringer und DMO's 7. Stärkung von Nutzung der Aus- und Weiterbildung in Tourismus 	<ol style="list-style-type: none"> 8. Fokussierte Markenstrategie unter der Dachmarke Luzern und intensive Marktbearbeitung auf der Basis von Marketingstrategien, Marketingkonzepten sowie Strategischen Geschäftsfeldern

Methodik

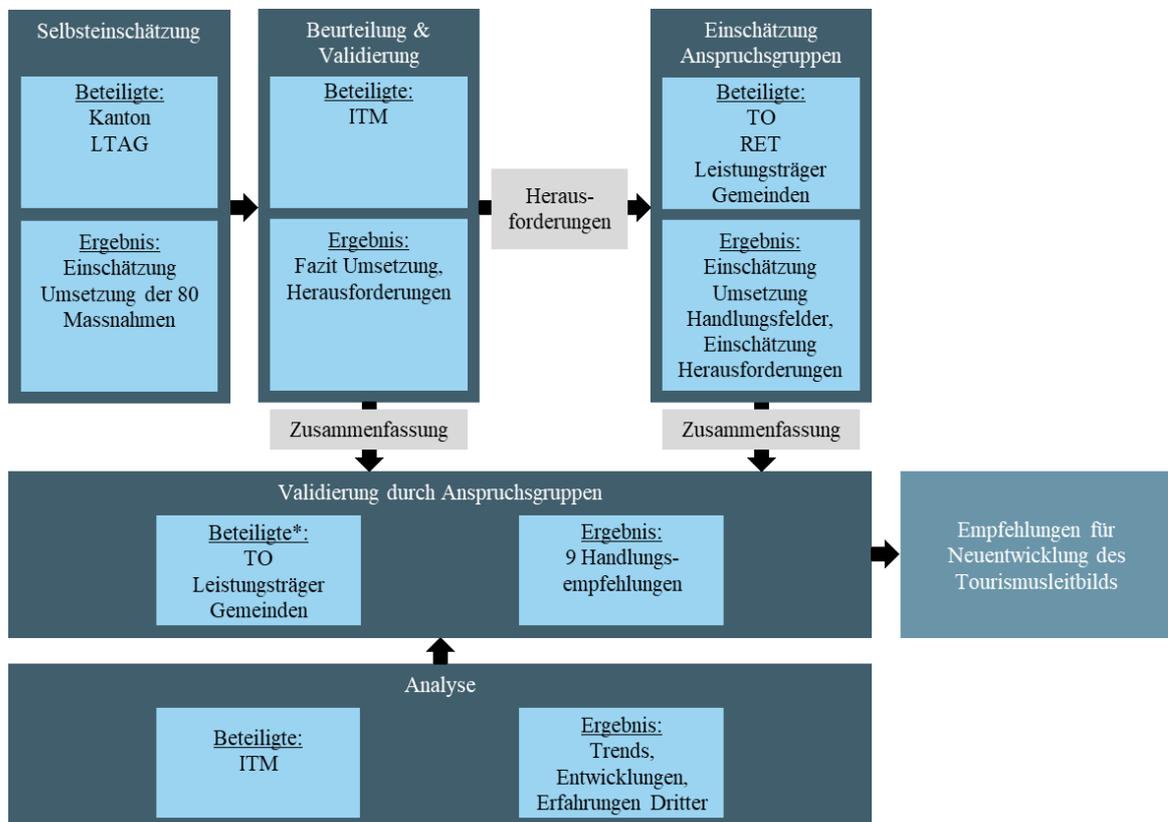
Für die Analyse wurde ein mehrstufiges Vorgehen gewählt (vergleiche Abbildung 2).

In einem ersten Schritt erfolgte eine Einschätzung der Umsetzung der einzelnen Massnahmen durch den Kanton Luzern und die Luzern Tourismus AG (LTAG). Aus dieser Selbsteinschätzung wurde ein erstes Fazit sowie zukünftige Herausforderungen abgeleitet. Mittels Onlinebefragung wurde anschliessend die Einschätzungen ausgewählter Akteure der Tourismusbranche zur Umsetzung des Tourismusleitbilds abgeholt. Dabei wurden alle Tourismusregionen berücksichtigt und Vertreterinnen und Vertreter von Tourismusorganisationen (TO), regionalen Entwicklungsträgern (RET), Leistungsanbietern und Gemeinden zur Teilnahme eingeladen. In einem vierten Schritt wurden zukünftige Trends und Entwicklungen sowie

¹ rawi (2009)

Erfahrungen anderer Tourismusdestinationen analysiert. Im Workshop wurden die Ergebnisse der Selbsteinschätzung und der Befragung verglichen und validiert. Zudem wurden mögliche Stossrichtungen für ein neues Leitbild diskutiert.

Abbildung 2: Vorgehen bei der Analyse des Tourismusleitbilds des Kantons Luzern 2009



* Die Inputs der RET wurden (basierend auf der Selbsteinschätzung und den provisorischen Resultaten der Einschätzung der Anspruchsgruppen) separat abgeholt.

Die Empfehlungen für die Neuentwicklung des Tourismusleitbilds leiten sich aus den Erkenntnissen der unterschiedlichen Analyseschritte ab.

Folgerungen und Empfehlungen

Aus den Ergebnissen der unterschiedlichen Analyse-Elementen ergeben sich neun Empfehlungen, welche bei der Entwicklung des neuen Tourismusleitbilds berücksichtigt werden sollten. Abbildung 3 gibt einen Überblick über die Folgerungen und Empfehlungen. In den folgenden Abschnitten werden sie genauer beschrieben. Detailliertere Informationen zur Herleitung der Empfehlungen sind im Kapitel 7 dargelegt.

Abbildung 3: Folgerungen und Empfehlungen für die Neuentwicklung des Tourismusleitbilds



Einordnung des Tourismus des Kantons Luzern in die Erlebnisregion LuV

- Vision und Strategie der Erlebnisregion LuV als Grundlage für neues Leitbild
- Leitbild des Kantons Luzern soll Position der (ländlichen) Regionen stärken
- Leitbild als strategisches Instrument des Kantons beibehalten

Der Kanton Luzern soll auf ein Tourismusleitbild setzen, das nur die Rahmenbedingungen des Tourismus im Kanton festlegt. Grundlagen und Strategien in der Erlebnisregion LuV werden für das neue Leitbild berücksichtigt. Ein eigenes Leitbild gibt dem Kanton die Möglichkeit, die Rahmenbedingungen für den kantonalen Tourismus festzulegen.

Klare Profilierung und Positionierung des Tourismus im Kanton Luzern abgestimmt auf LuV-Vision/Strategie

- Vernetzung der Regionen über einen zentralen Hub analog zur Strategie der Erlebnisregion LuV
- Stadt als Hub und Verbindung der Seeregion mit Luzern Land
- Weggis, Vitznau, Rigi als See- und Bergerlebnis
- UBE als Anbieter eines konsequent naturnahen und nachhaltigen Tourismus
- Willisau, Sempachersee und Seetal als Freizeitregionen

Da die Tourismusregionen im Kanton Luzern ebenso vielfältig sind wie in der gesamten Erlebnisregion LuV, kann der Grundgedanke einer Vernetzung der Regionen mit der Stadt Luzern als Zentrum übernommen werden. Die Stadt als Hub kann die Seeregion mit den Landregionen verbinden. Letztere können sich entsprechend ihrer Stärken als Anbieter von konsequent nachhaltigem Tourismus (UBE) oder auch als Freizeitregionen positionieren.

Tourismusstrategie: Schwerpunkte, messbare Ziele und regelmässige Überprüfung

- klare Schwerpunkte setzen
- wenige, aber konkret messbare Massnahmen formulieren
- regelmässige Überprüfung von Strategie und Massnahmen

Die zukünftige Strategie im Tourismus soll wenige, aber klare Schwerpunkte setzen. Bereits bei der Erarbeitung der Massnahmen soll deren Überprüfbarkeit beachtet und die verantwortlichen Stellen definiert werden. Messbare Ziele erlauben anschliessend eine regelmässige Überprüfung der Strategie. Grundsätzlich soll der Zeithorizont der Strategie auf die Entwicklungen und Trends abgestimmt werden. Dies ermöglicht eine Anpassung der Strategie bei sich ändernden Rahmenbedingungen.

Tourismusregionen als Lebensräume betrachten

- Zusammenspiel von Tourismus, Lebensraum für Bevölkerung und Umwelt
- Umgang mit politischen Grenzen bleibt zu klären

Der Tourismus soll nicht isoliert, sondern als Teil des gesamten Lebensraums betrachtet werden. Die Zusammenhänge zwischen der Bevölkerung, der Umwelt und dem Tourismus müssen bei der Weiterentwicklung des Tourismus berücksichtigt werden. Da dieser gesamte Lebensraum politische Grenzen überschreitet, ist noch zu klären, wie bei der Umsetzung mit diesen Grenzen umgegangen wird.

Abstimmung der Tourismus- und Regionalentwicklung

- Tourismus ist Teil der Regionalentwicklung und muss als solcher betrachtet werden
- Abstimmung der Tourismus- und Regionalentwicklungsräume
- die bestehende Zusammenarbeit soll gefördert und gestärkt werden

Die Tourismus- und Regionalentwicklungsräume sind aufeinander abzustimmen, da der Tourismus einen wichtigen Teil der wirtschaftlichen Entwicklung in den Regionen darstellt. Dieser Grundgedanke soll bei der Entwicklung des neuen Tourismusleitbilds miteinbezogen werden.

Die bestehende Zusammenarbeit ist noch deutlich zu verbessern, insbesondere was die Kooperation der Tourismusorganisationen mit den regionalen Entwicklungsträgern betrifft. Die gesamtheitliche Betrachtungsweise, welche den Tourismus und die Regionalentwicklung vereint, ist bei allen betroffenen Akteuren zu verankern.

Primat der Nachhaltigkeit

- Potenzial für naturnahen und nachhaltigen Tourismus konsequent nutzen
- Tourismus konsequent nachhaltig weiterentwickeln
- Herausforderung: Zahlungsbereitschaft der Touristen

Im Kanton Luzern ist ein grosses Potenzial für naturnahen und nachhaltigen Tourismus vorhanden, welches konsequent genutzt werden soll. Gleichzeitig soll sich auch die Weiterentwicklung des Tourismus an der Nachhaltigkeit ausrichten. Die Umsetzung ist aktuell herausfordernd, da die Zahlungsbereitschaft der Touristen für nachhaltige Angebote noch zu wenig vorhanden ist. In Zukunft ist ein solches Angebot aber zentral.

Digitalisierung und Daten nutzen

- Potenzial der Digitalisierung und Datenverfügbarkeit nutzen
- Kompetenzzentrum: digitale Kompetenzen der Akteure stärken und verknüpfen
- Gemeinsamer digitaler Vertrieb und gemeinsame Förderung

Die Digitalisierung ist ein Kernthema und bietet viel Potenzial für die zukünftige Entwicklung des Tourismus. Dieses muss genutzt werden. Aufgrund der Komplexität des Themas ist eine Zusammenarbeit aller touristischen Akteure sinnvoll. In einem Kompetenzzentrum kann das Wissen gebündelt und allen Akteuren in der Region zur Verfügung gestellt werden. Der gemeinsame digitale Vertrieb und gemeinsame Förderprogramme sind zentrale Elemente in dieser Entwicklung.

Professionalisierung und Stärkung des Produktmanagements

- Kompetenzen in Landregionen besser verknüpfen
- Kompetenzzentrum: Wissen regionenübergreifend zugänglich machen

Um die Wettbewerbsposition der gesamten Region zu stärken, sollen die Landregionen besser miteinander verbunden werden. Mit der Weiterentwicklung des Produktmanagers Luzern Land zu einem Kompetenzzentrum, kann das Wissen der unterschiedlichen Akteure gebündelt und für alle zugänglich gemacht werden. Wichtig dabei ist eine klare Definition der Rollen, Aufgaben und Form der Zusammenarbeit.

Überprüfung der zukünftigen Steuerung der Vermarktung: Berücksichtigung eines gemeinsamen digitalen Vertriebs

- gemeinsame Digitalisierung und gemeinsamer digitaler Vertrieb (Marktplätze)
- Rollen- und Aufgabenteilung definieren
- Vernetzung über den Kanton hinaus mit der gesamten Erlebnisregion LuV

Eine gemeinsame Digitalisierung des Tourismussektors kann einerseits administrative Prozesse erleichtern, andererseits aber auch den gemeinsamen digitalen Vertrieb ermöglichen und voranbringen. Die raschen Entwicklungen in diesem Bereich sprechen für einen gemeinsamen Aufbau dieser Kompetenzen. Wichtig dafür ist eine klare Rollen- und Aufgabenverteilung zwischen den Akteuren. Die Entwicklungen in der Erlebnisregion LuV sollen diesbezüglich berücksichtigt und das Wissen mit weiteren Akteuren vernetzt werden.