Gegen Stromausfall
Die Gemeinde Stetten hat einen Stromgenerator angeschafft und ihn nun erstmals öffentlich präsentiert. / 17

Schaffhausen hat fünf Touri-Leuchttürme

Wohin soll sich der Tourismus im Kanton Schaffhausen entwickeln? Der Kanton soll nicht zu einem zweiten Graubünden werden, so viel ist klar. Doch neben dem Hotspot Rheinfall soll auch der ländliche Tourismus gestärkt werden – vorerst ohne zusätzliches Geld.

Dario Muffler

Schaffhausen ist nicht Graubünden. Was ebenso doof wie einleuchtend klingt, geht aus der Tourismusstrategie des Kantons Schaffhausen hervor. «Wir sind keine Feriendestination», räumt der zuständige Regierungsrat Dino Tamagni ein. Deshalb will sich Schaffhausen als Naherholungs- und Kurzferiendestination etablieren. Die SN haben die wichtigsten Fakten zum 30-seitigen Dokument zusammengetragen.

Der Rheinfall sorgte schon für viele Fragen im Kanton Schaffhausen, Er und vier weitere Tourismusziele sollen künftig die Schaffhauser Leuchttürme sein. BILD MELANIE DUCHENE

1. Was ist das Ziel der neuen Strategie?

Die erste Tourismusstrategie für Schaffhausen hält fest, dass der Regierungsrat einen sanften Tourismus will, was heisst, dass es auch «ein Beitrag zur Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung» ist. Das Ziel ist es, die Region als 300-Tage-Destination und die Stadt als 360-Tage-Destination zu vermarkten. Schaffhausen soll *die* Naherholungs- und Kurzferiendestination werden. Volkswirtschaftsdirektor Dino Tamagni bezeichnet die Strategie als Rucksack, in dem alles Nötige gebündelt werde, um in die touristische Zukunft des Kantons zu laufen. «Es ist nicht alles neu, was in dieser Strategie steht, doch erstmals strukturiert festgehalten.»

2. Wie soll das Ziel erreicht werden?

Sieben Ziele wurden in der Strategie für die Jahre 2024 bis 2030 festgelegt. So wurden fünf touristische Leuchttürme bestimmt, die weiterentwickelt werden sollen: der Rheinfall, die Schaffhauser Altstadt, Stein am Rhein, die Rheinschifffahrt sowie Wein und Genuss. Dabei soll die Customer Journey verbessert werden. «Die Herausforderung ist, dass der Besucher eines Leuchtturms auch anderswo hingeht», sagt Projektleiter Daniel Fischer.

Die Region soll besser vermarktet werden. Es gebe noch Potenzial, wie es Fischer ausdrückt. Angepackt werden sollen auch das Finanzierungsmodell und die Instrumente, mit denen Projekte gefördert werden können. Die Finanzierung sei nicht per se falsch aufgestellt, aber vorhandenes Geld werde teils zu wenig genutzt. Touristische Infrastrukturen wie Velowege sollen ebenfalls weiterentwickelt werden. Auch sollen vermehrt Kooperationen mit anderen Organisationen eingegangen werden.

VIDEO
«Hüt im Gschpröch» mit den Verantwortlichen Dino Tamagni und Daniel Fischer unter **www.shn.ch/click**

3. Wer hat diese Tourismus strategie entwickelt?

Die Strategie wurde unter der Leitung von Daniel Fischer entwickelt. Der promovierte Ökonom war Kurdirektor in Saas Fee und ist seit über 30 Jahren als Berater tätig. Im Projektteam waren das Bau- und Volkswirtschaftsdepartement, die Geschäftsstelle Regional- und Standortentwicklung und Schaffhauserland Tourismus vertreten. Das Team wurde von einem Gremium mit Vertretern verschiedener Gemeinden sowie Verantwortlichen für touristische Attraktionen begleitet.

4. Wer soll von dieser Strategie profitieren?

Ein Ziel ist es, innovative Übernachtungsmöglichkeiten zu entwickeln und leer stehende Gebäude touristisch zu nutzen. Dabei hat die Regierung vor allem auch die ländlichen Gemeinden im Blick. Schaffhauserland Tourismus sei offen für Ideen, doch hinter der Idee müsse auch ein unternehmerischer Plan stehen, sagt Regierungsrat Tamagni. Erste Gespräche zum Thema Agrotourismus starten in Kürze, heisst es. Zum Teil gehe es auch darum, bereits bestehende Angebote «aufzufrischen», wie es Tamagni nennt.

Weil in der neuen Strategie der kantonalen Tourismusorganisation Schaffhauserland Tourismus eine wichtige Rolle als Innovationstreiberin zukommen soll, ist es nicht ausgeschlossen, dass das kantonale Tourismusgesetz, das die Finanzierung regelt, angepasst werden muss.

5. Es gibt eine eigene Strategie für den Rheinfall. Wieso ist das so?

Der Rheinfall spielt im Kanton Schaffhausen eine besondere Rolle. «Er ist eine Destination für sich und muss separat geführt werden», sagt Daniel Fischer. Die Rolle des Kantons ist hier auch eine andere als sonst: Am Rheinfall ist er Eigentümer der Immobilien. «Der Kanton alleine kann nicht gleichzeitig die Interessen des Gastes wahrnehmen, eine Bestellung durchführen, entscheiden, investieren und am Schluss alles betreiben», analysiert Fischer. Diese Rollen müssen auseinandergenommen werden. Und klar ist hier auch: Der Kanton wird viel Geld in die Hand nehmen, um den Rheinfall attraktiver zu machen.

Nachgefragt

«Es braucht ein Gesamtpaket um den Rheinfall»

Bevor der Schaffhauser Regierungsrat seine Tourismusstrategie vorgestellt hat (siehe Text oben), hat er aufgezeigt, wie er den Rheinfall weiterentwickeln will. Und zwar in einem ersten Schritt, indem er eine Management-Organisation schafft. Der Tourismus-Experte Florian Eggli schätzt die Pläne ein.

Der Kanton Schaffhausen will den Rheinfall attraktiver machen. Ein wichtiger Zwischenhalt auf diesem Weg ist die Schaffung einer neuen Dachorganisation. Wie sinnvoll ist das?
Florian Eggli: Viele Destinationen kranken daran, dass nicht klar ist, wer wofür zuständig ist und wie etwas finanziert wird. Deshalb ist es ein wichtiger Schritt, dass der Kanton Schaffhausen für den Rheinfall hier Klarheit schaffen will und eine klare Organisationsstruktur schaffen möchte. Wichtig ist, dass diese nah am Markt ist und auf die Kundenperspektive ausgerichtet ist – es darf kein rein politisches Gremium sein.

Weshalb muss der Staat überhaupt eine Rolle spielen?
Eggli: Tourismus ist eng mit den Aufgaben der öffentlichen Hand verknüpft. Denn Tourismus spielt sich ja im Lebensraum der Bevölkerung ab. Deshalb muss der Kanton ein Leitbild vorgeben. Zudem muss der Staat die Aufgaben übernehmen, die sich nicht finanzieren lassen. Das können beispielsweise Koordinationsaufgaben sein, die sich für einzelne Betriebe nicht rechnen, aber in der Gesamtheit allen Leistungsträgern zugutekommen.

Was ist wichtig für die neue Organisationsform am Rheinfall?
Eggli: Es braucht eine Anschubfinanzierung und auch weiterhin die Unterstützung des Staats. Die Perspektive der Organisation sollte mindestens zehn Jahre betragen. So lange gehts, um eine Destination längerfristig umzugestalten. Erste Ergebnisse müssen natürlich schon früher kommen. Doch einfach ein Gebäude neu anmalen und dann später merken, dass das Gebäude nicht mehr gebraucht wird, macht keinen Sinn.

Ein Problem am Rheinfall ist, dass die Aufenthaltsdauer kurz ist und wenig Geld ausgegeben wird. Wie löst man dieses Problem?
Eggli: Es wird schwierig, die Aufenthaltsdauer am Rheinfall isoliert zu verlängern. Wichtig ist eine umfassende Angebotsgestaltung. Es braucht ein Gesamtpaket um den Rheinfall herum. Die verschiedenen touristischen Magnete der ganzen Region müssen verknüpft und gemeinsam vermarktet werden.

Florian Eggli forscht an der Hochschule Luzern zu Tourismus. BILD MARK NIEDERMANN

Es gibt doch bestimmt Konzepte, um die Aufenthaltsdauer an einem Ort zu verlängern?
Eggli: Daran arbeiten alle Tourismusdestinationen, es gibt kein allgemeingültiges Rezept. Es geht im Grunde darum, die Wertschöpfungskette auszubauen. Besucherzentren wären beispielsweise eine Möglichkeit dazu. Viel wichtiger ist es aber, eine umfassende und in sich schlüssige Geschichte zu erzählen und so ein Bedürfnis für einen längeren Aufenthalt zu schaffen.

Wie meinen Sie das?
Eggli: Es geht darum, die Touristen durch eine Geschichte mit Anfang und Ende, eine sogenannte Costumer Journey, zu begleiten. Erlebnisse müssen geschaffen und kommuniziert werden. Das wird von allen Erlebnis- und Markenwelten heute erwartet. Ein Naturschauspiel bietet dazu die perfekte Ausgangslage: Der Rheinfall ist der Star, aber er muss richtig in Szene gesetzt werden.

Können Sie ein gelungenes Beispiel dafür geben?
Eggli: Mir kommt spontan die Rigi in den Sinn. Dort wird zurzeit in einem Projekt das kulturelle Erbe der Region aufgearbeitet. Die Besucherinnen und Besucher sollen die Vergangenheit erleben können – es soll aber keine Show sein. Das ist teils eine Gratwanderung, aber wenn die Geschichte richtig erzählt wird, ist es für Besuchende wie auch Einheimische ein Gewinn.

Bringt man so auch die einheimische Bevölkerung dazu, den Rheinfall zu besuchen?
Eggli: Als Luzerner geht man immer auf die Rigi, es ist ein wichtiger Ort für die Bevölkerung. Für mich ist es ein Warnsignal, wenn Einheimische nicht vor Ort sind. Es ist ja schliesslich ihr Erholungsraum. In Schaffhausen ist es nicht anders.

Interview: Dario Muffler