



**Stadt
Luzern**

Stadtrat

Bericht und Antrag

an den Grossen Stadtrat von Luzern
vom 14. September 2005 (StB 920)

B+A 34/2005

Luzern Tourismus

- **Leistungsauftrag an die Luzern
Tourismus AG für die Jahre
2006 bis 2010 und Finanzierung**
- **Änderung Kurtaxenreglement**

**Vom Grossen Stadtrat mit
Änderungen beschlossen am
24. November 2005
(Definitiver Beschluss des Grossen
Stadtrates am Schluss dieses Dokuments)**

Bezug zur Gesamtplanung 2006–2010

Leitsatz D: Luzern stärkt sich finanziell

Stossrichtung D1: Die Stadt entwickelt zu ihrer finanziellen Stärkung ein klares Wirtschaftsprofil. Im Zentrum stehen Tourismus, Kultur, Sport, Gesundheit und der Marktplatz.

Fünfjahresziel D1.1: Die Stadt etabliert sich national und international als Kongress-Standort.

Projektplan: 04/830.03

Übersicht

Die Kundenbedürfnisse ändern sich laufend. Andere touristische Destinationen – insbesondere in Osteuropa – positionieren sich neu und entwickeln sich. Es ist deshalb unerlässlich, dass sich die Destination Luzern und damit das touristische Produkt „Luzern“ für die Zukunft weiterentwickelt. Luzern hat gute Voraussetzungen, sich auf dem wichtigen Tourismusmarkt zu stärken. Um den Tourismus wirksam zu fördern, sind neben einer Strukturreform auch mehr finanzielle Mittel notwendig. Gemeinsam mit den Touristikunternehmen wurde eine stufenweise Erhöhung der Kurtaxen und damit verknüpft eine Erhöhung der städtischen Beiträge in Aussicht genommen. In einer Leistungsvereinbarung zwischen Stadt und Luzern Tourismus AG sollen die gegenseitigen Rechte und Pflichten festgehalten werden. Zur teilweisen Finanzierung der städtischen Beiträge sollen Aktien der Kursaal-Casino AG verkauft werden.

Inhaltsverzeichnis	Seite
1 Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus	5
2 Tourismusförderung	5
2.1 Aktuelle Förderung	5
2.2 Gründe für die Ausrichtung von öffentlichen Mitteln für das touristische Marketing	6
3 Leistungsauftrag LT AG – Rückblick	6
4 Standortbestimmung der LT AG	7
4.1 Finanzierung der Luzern Tourismus AG	7
4.2 Businessplan Luzern Tourismus AG für die Jahre 2005 bis 2008	7
5 Städtische Tourismusinitiative	9
5.1 Erneuerung der Tourismusinfrastruktur	9
5.2 Masterplan Stadt Luzern – Strategie für die wirtschaftliche Entwicklung	9
5.2.1 Freizeit- und Ausflugstourismus	10
5.2.2 Kongressstadtentwicklung	10
5.2.3 Gesundheitstourismus	10
5.3 Projekt „Tourismusfinanzierung“	10
5.3.1 Ziel: Verbesserung der finanziellen Ressourcen	10
5.3.2 Ablehnung einer Tourismusabgabe	10
5.3.3 Lösungsvorschlag	11
5.3.3.1 Kurtaxen	11
5.3.3.2 Öffentliche Beiträge	11
5.3.3.3 Freiwillige Beiträge des Tourismus Forums Luzern an die LT AG	12
5.4 Projekt „Kongressstadtentwicklung“ / „Lucerne Convention Bureau“ (LCB)	12
5.5 Luzern.ch	13
5.6 Förderung von Events und Kongressen	13
5.7 Touristische Innenstadtentwicklung	14

6 Finanzierung der Leistungsvereinbarung	15
6.1 Der finanzpolitische Handlungsspielraum	15
6.2 Bildung einer Rückstellung im Bereich Tourismus	15
7 Kurtaxenreglement	16
8 Leistungsvereinbarung mit der Luzern Tourismus AG	17
8.1 Allgemeine Bemerkungen	17
8.2 Vertragsbestimmungen	18
8.2.1 Leistungsauftrag an die Luzern Tourismus AG	18
8.2.2 Betriebsbeiträge des Partners	18
8.2.3 Dauer der Vereinbarung	18
8.2.4 Berichterstattung	19
8.2.5 Vertretung der Stadt im Verwaltungsrat	19
8.2.6 In-Kraft-Treten	19
9 Zuständigkeit	19
9.1 Leistungsvereinbarung	19
9.2 Änderung des Kurtaxenreglements	19
9.3 Verkauf von Aktien	20
10 Antrag	20

Anhang

- Aufstellung der finanziellen Engagements der Stadt im Bereich Tourismus
- Beitragswesen Tourismus und Events

Beilage

- Geschäftsbericht 2004 der Luzern Tourismus LT AG

Der Stadtrat von Luzern an den Grossen Stadtrat von Luzern

Sehr geehrter Herr Präsident
Sehr geehrte Damen und Herren

1 Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Acht Prozent der arbeitenden Bevölkerung der Schweiz sind direkt oder indirekt im Tourismus tätig – in den Bergregionen bedeutend mehr. Die Stadt Luzern gehört zu den führenden Schweizer Tourismusdestinationen. Luzern hat dank der Erlebnisdichte, die in der Zentralschweiz geboten wird, gute Chancen für eine Weiterentwicklung als Tourismusstandort. Die Wertschöpfung beläuft sich für die Stadt Luzern auf rund 545 Mio. Franken, was einem Anteil am Bruttoinlandprodukt der Stadt von 8,7 % entspricht. Zusammen mit der Agglomeration beträgt die Wertschöpfung 715 Mio. Franken. Das touristische Angebot hat auch positive Effekte im Freizeit- und Kulturangebot. Diese Bereiche stellen wichtige Faktoren im Gesamtangebot des Lebens- und Wirtschaftsstandortes Luzern dar.

(Studie „International Benchmark Report für den Schweizer Tourismus“, Dezember 2003).

2 Tourismusförderung

2.1 Aktuelle Förderung

Der Tourismus gehört weltweit zu den Branchen, welche Finanzierungsbeiträge der öffentlichen Hand erhalten.

Die Luzern Tourismus AG erzielte im Jahr 2004 39 % der Einnahmen aus öffentlichen Geldern. Davon sind der grösste Teil zweckgebundene Beherbergungsabgaben sowie Kurtaxen, die in der Branche erwirtschaftet wurden. Die Stadt leitet sämtliche Kurtaxen und Abgaben an die LT AG weiter. Mit der Gründung der Luzern Tourismus AG (LT AG) konnte die finanzielle Beteiligung von Akteuren aus der Tourismusbranche gesteigert werden. Dies und die Integration von „Zentralschweiz Tourismus“ führte zu einem markanten Anstieg der finanziellen Mittel. Trotz diesen Anstrengungen ist der Mitteleinsatz im Quervergleich tief.

2.2 Gründe für die Ausrichtung von öffentlichen Mitteln für das touristische Marketing

Aus folgenden vier Gründen wird in der Schweiz das touristische Marketing mit öffentlichen Mitteln unterstützt:

- Der Tourismus ist ein wertschöpfungsschwacher Wirtschaftszweig. Eine grosse Anzahl von Unternehmungen konkurrenzieren sich stark. Eine unbefriedigende Auslastung und Rendite sind die Folge. Aufgrund des hohen Nachholbedarfs bei den Investitionen ist die Branche nicht in der Lage, das übergeordnete Destinationsmarketing im ausreichenden und notwendigen Ausmass selber zu finanzieren.
- Obwohl der Tourismus weltweit eine Wachstumsbranche ist, stagnieren die Umsätze in der Schweiz. Durch die gesunkenen Reisekosten werden weit entfernte Destinationen zu direkten Konkurrenten. Durch die politischen Veränderungen in Europa und Übersee entstehen zudem neue Reiseziele. Dies führt zu einem breiteren Angebot für die Kundschaft. Luzern und die Schweiz befinden sich in einem härteren Marktumfeld.
- Die Beeinflussung der einzelnen Branchen durch den Tourismus ist sehr unterschiedlich. Eine gemeinsame Strategie und Konzeption im Bereich des Destinationsmarketings sind daher schwierig. Es sind sehr viele kleine und mittlere Anbieter am Markt.
- Ganze Regionen weisen eine hohe Abhängigkeit vom Tourismus auf. Zahlreiche Wirtschaftszweige profitieren vom Tourismus direkt oder indirekt. Im öffentlichen und politischen Bereich besteht eine hohe Sensibilität für die Anliegen des Tourismus. Dadurch ist die gesellschaftliche Akzeptanz für das Tourismusmarketing bzw. die Finanzierung mit öffentlichen Geldern vorhanden.

3 Leistungsauftrag LT AG – Rückblick

Am 26. Oktober 2000 hat der Grosse Stadtrat dem B+A 33/2000 vom 30. August 2000: Leistungsauftrag Luzern Tourismus LT AG zugestimmt. Der Leistungsauftrag ist auf fünf Jahre festgelegt worden. Der Beitrag von Fr. 360'000.– ist seit 1993 unverändert und ist auf Grund des umfassenden finanziellen Engagements im Bereich der Tourismusinfrastruktur in den neunziger Jahren und dem Ausbau des Kultur- und Festivalbereichs nicht angepasst worden. Die Aufnahme der operativen Geschäftstätigkeit der LT AG am 1. Januar 2001 konnte von den guten Frequenzen der Tourismusjahre 2000 und 2001 profitieren. Äussere Umstände wie die Terroranschläge vom September 2001 sowie die Verunsicherung durch die Krankheit Sars in dem für Luzern wichtigen Zielmarkt Fernost haben zu einem deutlichen Einbruch der Zahlen in den Tourismusjahren 2002 und 2003 geführt. Diese Abkühlung hat innerhalb der Branche zu einer kritischen Grundstimmung geführt, von welcher die LT AG stark betroffen war. Die Organisationsstruktur und die Idee der Bündelung von Marketingaktivitäten waren auch in dieser schwierigen Phase nie bestritten. Dieser Vertrauensbeweis gegenüber der Gesell-

schaft wird dadurch bestätigt, dass sämtliche Leistungsvereinbarungen mit den Aktionären für eine weitere Periode erneuert worden sind. Trotz dieser positiven Grundhaltung sind sich alle Akteure bewusst, dass an der weiteren Optimierung der Zusammenarbeit aller Akteure auch in Zukunft gearbeitet werden muss.

Das schwierige Umfeld machte es erforderlich, dass sich der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung der LT AG intensiv und kritisch mit der Überarbeitung des bisherigen Businesskonzepts auseinander gesetzt haben. In einem ersten Schritt ging es darum, den Anteil des Marketingbudgets an den Gesamtaufwendungen der LT AG zu erhöhen. Diese Zielsetzung ist durch eine Anpassung der bestehenden Organisation und Struktur vorgenommen worden. Ein Abbau personeller Ressourcen war unumgänglich. In einem zweiten Schritt musste das bestehende Marketingbudget kritisch analysiert werden. Eine geografische und thematische Neuausrichtung, geordnet nach Zielmärkten, sowie die Verlagerung vom indirekten zum direkten Marketing waren Folgen dieser Reorganisation. Um die Akzeptanz – insbesondere in einem schwierigen Marktumfeld – für die Zukunft zu sichern, ist es unumgänglich, Reporting und Monitoring gegenüber Aktionären und Leistungsträgern zu intensivieren.

4 Standortbestimmung der LT AG

4.1 Finanzierung der Luzern Tourismus AG

Die detaillierten Zahlen sind aus dem Geschäftsbericht 2004 ersichtlich. Zusammenfassend bestehen folgende Ertragsgruppen:

Ertragsart (Mittelherkunft)	Betrag	Anteil
Kommerzielle Erträge (Aktionäre, Leistungsträger, Eigenleistungen, Kooperationsbeiträge):	Fr. 2,825 Mio.	56 %
Freiwillige Beiträge von Privaten/Wirtschaft (TFL):	Fr. 0,27 Mio.	5 %
Staatliche Gebühren und Abgaben (Hotellerie, Gastronomie):	Fr. 1,192 Mio.	24 %
Beiträge der Stadt und Kantone (öffentliche Gelder):	Fr. 0,76 Mio.	15 %

Der Eigenfinanzierungsgrad beträgt 61 %.

4.2 Businessplan Luzern Tourismus AG für die Jahre 2005 bis 2008

Das Tourismusjahr 2003 war für die LT AG, aber auch für zahlreiche Luzerner Tourismusbetriebe, geprägt von schwierigen Marktverhältnissen. Zudem sah sich die LT AG gezwungen, den Betriebsverlust des Geschäftsjahres 2002 zu tilgen. Dies führte im Herbst 2003 dazu, dass

der Verwaltungsrat ein Reformprojekt startete, aus welchem ein überarbeiteter Businessplan für die Jahre 2005 bis 2008 resultierte. Folgende Schwerpunkte standen im Fokus dieser Planungsphase:

- **Vom Namen zur Marke:** Professionelle Imagebildung für die Dachmarke Luzern. Der Ausbau und die Intensivierung der PR- und Verkaufsförderungsaktivitäten sollen zu einer Verlagerung des bisherigen Marketing-Mix führen. Dank starker Markenführung der Destination Luzern sind die Verkaufsaktivitäten zukünftig besser zu koordinieren, was schlussendlich zu mehr Effektivität und Effizienz führt.
- **Gästesegmente/Quellmärkte:** Klare Potenzial- und Ertragsorientierung. Daraus resultiert eine Konzentration der eingesetzten Marketinginstrumente und -mittel auf weniger Märkte (geografische Fokussierung).
- **Konsequente Ausrichtung der LT AG auf den Markt:** Die Einsparungen durch betriebliche Optimierungen werden vollumfänglich für die Vermarktung der Destination Luzern eingesetzt. Dadurch erhöhen sich der finanzielle und prozentuale Anteil der Marketingaktivitäten am Gesamtaufwand der Gesellschaft.
- Die Arbeitsteilung zwischen der LT AG und den Leistungsträgern wird neu abgestimmt. Zur Messung der Wirksamkeit der Marketingstrategie und -aktivitäten wird ein **Monitoring** eingerichtet.
- Bis 2008 besteht das Ziel, die Marketingaufwendungen durch Kostenreduktion und höhere Einnahmen von 1,5 Mio. Franken (2005) auf 3,0 Mio. Franken (2008) zu verdoppeln. Dies ist einerseits infolge des zunehmend anspruchsvolleren Wettbewerbs und andererseits wegen der deutlich schlagkräftigeren Aktivitäten verschiedener Mitbewerber im In- und Ausland erforderlich.

Diese Schwerpunkte sind im Marketingkonzept 2005 bis 2008 zusammengefasst, welches die Bereiche „Essenz der Schweiz“, „Festival City“ und „Shopping Boutique“ beinhaltet. Bei der „Essenz der Schweiz“ geht es um die Positionierung der einmaligen Natur-Arena um den Vierwaldstättersee mit seinen umfassenden Möglichkeiten an Ausflugserlebnissen. „Festival City“ bezweckt, Besucher auf unser reichhaltiges Veranstaltungsangebot aufmerksam zu machen. „Shopping Boutique“ umfasst die Positionierung der Luzerner Innenstadt als Einkaufsort.

Der Verwaltungsrat hat im Frühjahr 2004 den Businessplan 2005 bis 2008 auf dieser Basis verabschiedet und die Umsetzung in die Wege geleitet. Wesentlich war der breite Miteinbezug der Aktionäre und Leistungsträger. An einer Aktionärstagung im Oktober 2004 ist das Resultat des überarbeiteten Businessplans vorgestellt worden. Die Intensivierung dieses Dialogs

war Basis dafür, dass sämtliche auslaufenden Vereinbarungen mit den Aktionären für eine weitere Periode erneuert bzw. verlängert worden sind.

5 Städtische Tourismusinitiative

5.1 Erneuerung der Tourismusinfrastruktur

Luzern hat in den letzten Jahren im Tourismus- und Kulturbereich bedeutende Investitionen realisiert. Der Bau und die Inbetriebnahme des Kultur- und Kongresszentrums Luzern (KKL) haben dem Tourismus in Luzern Impulse verliehen. Eine grosse Anzahl Hotels wurde erneuert. Bei der Erneuerung der Infrastruktur machten auch verschiedene Bergbahnen in der Zentralschweiz mit. Die Schifffahrtsgesellschaft Vierwaldstättersee (SGV) verbesserte ihre Flotte. Die Gründung der Luzern Tourismus AG führte zu einer Konzentration von Marketingorganisationen in Luzern und der Zentralschweiz. Trotz schwierigem Marktumfeld in den Jahren 2002 und 2003 ist diese Aufbruchstimmung weiterhin spürbar. Sie manifestiert sich in verschiedenen Neubau- und Sanierungsprojekten in der Hotellerie. Mit der Gründung des „Lucerne Convention Bureau“ (LCB) sollen neue Zusammenarbeitsmodelle im Bereich des Kongresstourismus in die Wege geleitet werden. Die Volksabstimmung vom Frühjahr 2005 für das neue Kongresshotel Astoria hat gezeigt, dass die Akzeptanz und Aufbruchstimmung von einer grossen Mehrheit der Bevölkerung mitgetragen werden.

5.2 Masterplan Stadt Luzern – Strategie für die wirtschaftliche Entwicklung

Der Stadtrat liess 2003 eine Strategie für die wirtschaftliche Entwicklung ausarbeiten. Der so genannte Masterplan zeigte die wirtschaftlichen Entwicklungspotenziale auf und entwickelte konkrete Lösungsansätze zur Ausschöpfung vorhandener Potenziale.

Obwohl der Tourismus nicht zu den wertschöpfungsintensiven Branchen und Wirtschaftszweigen zählt, hat er in Luzern auf Grund des bedeutenden infrastrukturellen Engagements und der daraus resultierenden Aufbruchstimmung in der Branche einen hohen Stellenwert. Drei von acht Stossrichtungen des Masterplans haben touristische Bedeutung. Bestehende Stärken sollen weiter gefördert werden. Im Vordergrund steht die qualitative Entwicklung. Die Resultate der Vernehmlassung zum Masterplan haben im Januar 2004 bestätigt, dass die Strategie der touristischen Entwicklung eine breite und der Kultur- und Kongresstourismus sogar eine vorbehaltlose Akzeptanz aufweisen. In der überarbeiteten Marketingplanung der LT AG wird diese Fokussierung durch eine Bündelung und Konzentration von für Luzern interessanten geografischen Zielmärkten und -segmenten bestätigt.

Der Stadtrat hat im B+A 3/2004 vom 4. Februar 2004: Wirtschaftspolitische Stossrichtungen das weitere Vorgehen unterbreitet. Er hat zudem angeordnet, die prioritären Stossrichtungen auf Machbarkeit, Plausibilität und Verträglichkeit zu überprüfen und vorwärts zu treiben:

5.2.1 Freizeit- und Ausflugstourismus

Die Verstärkung und Fokussierung der Vermarktung von Luzern sind Gegenstand dieser Vorlage. Die LT AG wird unter anderem die Promotion über verschiedene Medien und durch auf Kundensegmente zugeschnittene „Packages“ lancieren. Die Zusammenarbeit über politische Grenzen hinweg wird angestrebt. Die Innovationsfähigkeit ist zu verbessern. Die Bekanntheit der Marke Luzern soll gesteigert werden.

5.2.2 Kongressstadtentwicklung

Im Bereich Ausbau des Kultur- und Kongresstourismus wird das von der Stadt im September 2004 initiierte Projekt „Kongressstadtentwicklung“ demnächst abgeschlossen. Eine Benchmarkanalyse, marktseitige Bedürfnisklärung sowie die seit Jahren geforderte gemeinsame Plattform im Bereich des Kongresswesens sind gemeinsam mit Leistungsträgern der Branche erarbeitet worden (siehe Kapitel 3.4).

5.2.3 Gesundheitstourismus

Die im Masterplan skizzierte Stossrichtung „Entwicklung von Gesundheitsdienstleistungen“, welche ebenfalls Synergien zum Tourismus aufweist, ist ein Schwerpunkt der städtischen Massnahmen für das Jahr 2006. Eine Analyse zu den mittelfristigen Marktpotenzialen soll erstellt werden. Auf Grund der Resultate aus der Analyse wird sich zeigen, welche Stossrichtung im Bereich „Entwicklung von Gesundheitsdienstleistungen“ weiterverfolgt werden kann.

5.3 Projekt „Tourismusfinanzierung“

5.3.1 Ziel: Verbesserung der finanziellen Ressourcen

Um den Tourismus wirksam zu fördern, sind nebst effizienteren und effektiveren Strukturen bei den Institutionen auch mehr finanzielle Mittel notwendig. In Absprache mit dem Verwaltungsrat der LT AG hat die Finanzdirektion ein Projekt „Tourismusfinanzierung“ initiiert, welches sich mit der Generierung zusätzlicher finanzieller Ressourcen für den Tourismus befasst.

5.3.2 Ablehnung einer Tourismusabgabe

In der Schweiz und im Ausland existieren verschiedene Modelle und Systeme einer Tourismusabgabe (TFA), welche die unterschiedliche Abhängigkeit der verschiedenen Branchen vom Tourismus berücksichtigen. Die heutige Finanzierung der LT AG basiert zu einem wesentlichen Teil auf Abgaben, welche durch Touristen, die in Luzern übernachten, erbracht werden. Diejenigen, die vom Tagestourismus profitieren, haben nichts beizutragen. Einige wenige leisten Beiträge auf freiwilliger Basis.

Die Beratungen innerhalb der Arbeitsgruppe haben gezeigt, dass eine Tourismusabgabe keine Akzeptanz findet, insbesondere weil die Wirtschaftsregion Luzern – im Gegensatz zu reinen Tourismusregionen in Berggebieten – nur zum Teil vom Tourismus abhängig ist. Dies hätte für städtische Betriebe zu Wettbewerbsnachteilen gegenüber von Mitbewerbern in der Agglomeration und Region geführt. Das Projekt fokussiert darauf, den höheren finanziellen Mittelbedarf durch zusätzliche Leistungen der Hotellerie (Kurtaxen), der Wirtschaft, des Gewerbes (freiwillige Beiträge an das Tourismusforum Luzern TFL) und der öffentlichen Institutionen (Beitrag der Stadt Luzern an die LT AG) gemeinsam zu generieren.

5.3.3 Lösungsvorschlag

Das folgende Paket für eine Finanzierung der LT AG, an dem sich die Branche und die Stadt beteiligen, konnte, vorbehaltlich der Zustimmung der zuständigen Instanzen, ausgehandelt werden: Erhöhung der Kurtaxen, des städtischen Beitrages und der freiwilligen Beiträge des Gewerbes.

5.3.3.1 Kurtaxen

Eine ausserordentliche Generalversammlung vom Dezember 2004 von Luzern Hotels (LH) hat dem Antrag des Vorstands für eine Erhöhung der bisherigen Kurtaxenansätze um Fr. –.50 pro Nacht/Gast per 1. Januar 2006 zugestimmt. Weitere gestaffelte Erhöhungen während der Laufzeit der Leistungsvereinbarung zwischen der LT AG und der Stadt um je Fr. –.25 per 1. Januar 2008 und 1. Januar 2010 sind nach Absprache mit dem Vorstand von Luzern Hotels möglich.

5.3.3.2 Öffentliche Beiträge

Eine Anpassung des städtischen Subventionsbeitrags um Fr. 50'000.–, von Fr. 360'000.– auf Fr. 410'000.– wird 2006 vorgenommen. Die beantragte gestaffelte Annäherung der Kurtaxen an das schweizerische Mittel zieht eine weitere Anpassung des städtischen Beitrags um je Fr. 25'000.– pro Erhöhung der Kurtaxe um Fr. –.25 pro Nacht nach sich. Das Inkasso der Kurtaxen wird inskünftig nicht mehr durch die LT AG, sondern durch die städtische Verwaltung (Steueramt, ohne Ausbau des Stellenplans) vorgenommen. Dadurch werden bei der LT AG Ressourcen von geschätzt Fr. 60'000.– frei, welche zu Gunsten der eigentlichen Kernaufgabe, des Destinationsmarketings, eingesetzt werden können.

Der finanzielle Beitrag der Stadt ist seit 1993 unverändert. Im Vergleich zu anderen Destinationen ist dieser Beitrag relativ gering. Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Stadt beträchtliche infrastrukturelle und betriebliche Beiträge zu Gunsten der Tourismusinfrastruktur (KKL) und zur Unterstützung von Kultur- und Festivalaktivitäten leistet. Dieses Engagement, von dem auch die Tourismusbranche profitiert, wird in der Branche anerkannt. Zur Verbesserung der Transparenz ist als Anhang zum Bericht und Antrag eine entsprechende Aufstellung enthalten.

5.3.3.3 Freiwillige Beiträge des Tourismus Forums Luzern an die LT AG

Aus Anlass des 100-Jahr-Jubiläums des damaligen Verkehrsvereins Luzern (VVL) wurde eine Donatorenvereinigung gegründet. Auf freiwilliger Basis werden von ihr finanzielle Mittel bei der lokalen Wirtschaft und dem Zuliefergewerbe beschafft. Ein wichtiger Bestandteil der Vereinsaktivitäten besteht darin, das gesellschaftliche Umfeld durch ein attraktives Rahmenprogramm zu fördern. Dadurch erhöhen sich der gesellschaftliche Zusammenhalt und die Sensibilisierung für die Anliegen und Bedürfnisse des Tourismus. Das Tourismusforum Luzern (TFL) ist Kernaktionär der LT AG. Es hat sein Engagement gegenüber der Wirtschaft und dem Zuliefergewerbe durch die Errichtung einer weiteren Organisation (Tourismusforum Luzern 30), welcher auch die Stadt angehört, intensiviert. Dabei handelt es sich um eine Donatorenvereinigung, welche höchstens 30 Mitglieder zählt. Dadurch kann der Mitteleinsatz zu Gunsten der LT AG verstärkt werden.

5.4 Projekt „Kongressstadtentwicklung“ / „Lucerne Convention Bureau“ (LCB)

Eine Massnahme im B+A 2/2004: Wirtschaftspolitische Stossrichtungen, sah vor, dass die im Masterplan vorgeschlagene Stossrichtung Nr. 2, „Ausbau des Kultur- und Kongresstourismus“, zu vertiefen ist. Damit soll eine Entscheidungsgrundlage für die weitere Entwicklung vorliegen. Unter Leitung der Finanzdirektion ist im September 2004 ein Projekt initiiert worden, welches sich mit den aufgeworfenen Fragestellungen auseinander setzt. Der Projekteinhalt umfasst die Hauptbereiche Marktpotenziale, benötigte Kongressinfrastruktur sowie operative Abwicklung von Kongressveranstaltungen in Luzern:

- **Marktpotenziale, Kongressinfrastruktur:** Als Entscheidungsgrundlage für den weiteren infrastrukturellen Ausbau der Kongressdestination gibt eine Marktanalyse darüber Auskunft, in welchen Bereichen sich angebotsseitig Potenziale befinden. Unter Berücksichtigung der vorhandenen Kongressinfrastruktur resultieren daraus infrastrukturelle Defizite und Bedürfnisse. Diese Erkenntnisse sollen Investoren und Betreibern zur Verfügung stehen und eine Entscheidungsgrundlage für den weiteren Ausbau und die Entwicklung der Kongressdestination Luzern darstellen. Zielsetzung ist, weitere Investitionsentscheide zu fördern und zu initiieren.
- Ein zweiter Aspekt des Projekts hat sich umfassend mit den Fragestellungen der **optimalen Vermarktung und Abwicklung von Kongressveranstaltungen** befasst. Dabei geht es um die Errichtung einer Kongressplattform, an welcher sich der an Luzern interessierte Kunde rasch und umfassend über das vorhandene Angebot informieren kann und seine Dienstleistung aus einer Hand (sogenannter „One-Stop-Shop“) erhält. Getragen werden soll die Kongressplattform „Lucerne Convention Bureau“ (LCB) von der LT AG, auf Grund ihrer Positionierung ausgewählten Hotels sowie den Veranstaltungszentren wie beispiels-

weise das KKL Luzern, das Verkehrshaus, die Messe Luzern AG, die Grand Casino Luzern AG und die Swiss Life Arena. Dabei kommt dem KKL eine besondere Rolle zu. Die Verantwortlichen von KKL und LT AG sowie die Luzerner Hotellerie sind derzeit in intensiven Verhandlungen über eine Modelllösung, die den Interessen der Leistungsträger (Veranstaltungszentren, Hotellerie) nach Kundenpflege, eigenem Marktauftritt, konsequentem Corporate Identity auf der einen und den übergeordneten Zielen des Kongressmarketings für die Stadt Luzern, die eine Konzentration und Koordination der agierenden Kräfte erforderlich machen, auf der anderen Seite Rechnung trägt. Für den Stadtrat ist dieses Ziel von hoher Bedeutung. Ein solches LCB muss aus Sicht der Stadt getragen sein vom Gedanken der Partnerschaft und dem Willen der Zusammenarbeit im Interesse Luzerns. Es muss gelingen, noch vor In-Kraft-Treten des neuen Leistungsauftrages die Verhandlungen erfolgreich zum Abschluss zu bringen.

5.5 Luzern.ch

Die Bedeutung der elektronischen Kommunikations- und Informationsmittel nimmt dauernd zu. Dies trifft in besonderem Mass für den Tourismus zu, wo die potenziellen Kunden mit einem attraktiven und aussagefähigen Internetauftritt auf das Angebot hingewiesen und zu einem Besuch animiert werden sollen. Eine Arbeitsgruppe bestehend aus Vertretern der Luzern Tourismus AG, den bedeutenden Medienhäusern sowie der Stadt ist mit der Entwicklung eines entsprechenden Informationsportals beschäftigt. Durch den Miteinbezug der LT AG soll sichergestellt werden, dass das touristische Angebot von Stadt und Region Luzern gezielt eingebracht wird. Wichtig ist, dass die Angebote auch online gebucht werden können.

5.6 Förderung von Events und Kongressen

Die Stadt engagiert sich finanziell und ideell in hohem Mass im Bereich der Förderung von Kulturanlässen, Events und Festivals. Seit der Eröffnung des KKL hat sich ergänzend das Engagement für Kongressveranstaltungen erhöht. Um sich nicht zu verzetteln, sind für die Förderung von Kongressen Richtlinien erarbeitet worden. Primär sollen mehrtägige national und international ausgerichtete Veranstaltungen mit öffentlichen Geldern gefördert werden. Diese müssen mehrmals und in einem regelmässigen Turnus stattfinden und Logiernächte generieren. Das Engagement hat sich seit der Eröffnung des KKL erhöht. Der Tourismus als Teil der Wirtschaft profitiert in einem hohen Ausmass. Die Details der Förderung sind aus dem Anhang ersichtlich.

5.7 Touristische Innenstadtentwicklung

Die Attraktivität einer Destination wird in einem hohen Ausmass durch die Attraktivität und Einmaligkeit des Umfelds geprägt. Nebst der landschaftlichen Schönheit zählt dazu eine attraktive und lebendige Innenstadt. Die Aufenthaltsqualität sowie das qualitativ überdurchschnittliche Angebot im Detailhandel sind – unter Berücksichtigung unserer Gästesegmente – wichtige touristische Bestandteile. In der Beantwortung des Postulats 17, Pius Suter namens der CVP-Fraktion, vom 22. Oktober 2004: „Für die Förderung einer attraktiven Luzerner Innenstadt“, hat der Stadtrat angekündigt, diese Thematik mit dem vorliegenden Bericht aufzugreifen. Folgende Massnahmen stehen dabei im Vordergrund:

- Erarbeitung eines „Plan lumière“, welcher Grundlagen schafft, um die Innenstadt in ein attraktiveres und stimmungsvolles Nachtlcht zu setzen. Diese Attraktivierung wird sich positiv auf die Bereiche des Detailhandels, des Tourismus und der Innenstadtarchitektur auswirken.
- Kontinuierliche Weiterführung der infrastrukturellen Sanierung des öffentlichen Raums. Dazu zählen nebst Strassen und Plätzen auch historische Sehenswürdigkeiten wie die vor einigen Jahren renovierte Hofkirche oder die Museggmauer, welche saniert und begehbar gemacht wird. Zahlreiche Beispiele in der Innenstadt zeigen, dass sich ein attraktives öffentliches Umfeld positiv auf die Entwicklung in den Bereichen Detailhandel, Hotellerie und Gastronomie auswirkt.
- Die einmalige Ambiance und der Charme der Innenstadt sind durch unkonventionelle Massnahmen weiter zu verstärken. Der zwei- bis dreijährige Versuchsbetrieb „Sommerleben Mühlenplatz“ sowie die Intensivierung der Kommunikation, welche sich vermehrt mit der Positionierung unserer Stärken auseinander setzt, stellen entsprechende Massnahmen dar.
- Intensivierung der Marketingaktivitäten im Bereich der Innenstadt. Dazu sind höhere finanzielle Ressourcen notwendig. Bisher wird das Innenstadtmarketing mit 10 % aus dem Nettoertrag der Parkingmeter finanziert (ALI-Fonds). Dieser prozentuale Anteil könnte zu Lasten der Spezialfinanzierung Parkraum erhöht werden, was einen gesonderten Bericht und Antrag notwendig machen würde.
- Die Aktivitäten der zahlreichen Innenstadtorganisationen im Bereich des Detailhandels und des Gewerbes sind auf gemeinsame Strategien und Ziele auszurichten. Dabei soll der Marktplatz Innenstadt nach aussen vermehrt als Einheit auftreten. Die Initiative dieser Neuausrichtung sowie die Fokussierung von Aktivitäten und Massnahmen haben primär durch involvierte und betroffene private Akteure zu erfolgen.

6 Finanzierung der Leistungsvereinbarung

6.1 Der finanzpolitische Handlungsspielraum

Der enge finanzpolitische Handlungsspielraum sowie die Auswirkungen des in die Wege geleiteten Entlastungs- und Überprüfungsprojekts 2006–2010 haben den Stadtrat gezwungen, sich einlässlich mit Finanzierungsfragen, welche durch den Abschluss der Leistungsvereinbarung in den Jahren 2006 bis 2010 entstehen, zu befassen.

6.2 Bildung einer Rückstellung im Bereich Tourismus

Die Stadt Luzern besitzt 14'250 Namenaktien der Kursaal-Casino AG und ist mit einem Anteil von 22,26 % an der Gesellschaft beteiligt. Damit ist sie die grösste Aktionärin der Gesellschaft. Der städtische Aktienbesitz war immer volkswirtschaftlich-touristisch begründet.

Dividendenpolitik: 1998, 1999 und 2000 je 8 %, 2001 10 % und seit 2002 Verzicht auf Auszahlung einer Dividende.

Das hohe Engagement der öffentlichen Hand besteht seit 1954 und ist auf damalige strukturelle und wirtschaftliche Probleme der Gesellschaft zurückzuführen. Vor dem Hintergrund der heutigen Positionierung des Betriebs als lizenzierter Spielbetrieb und Anbieter von gastronomischen Leistungen ist das Engagement in diesem hohen Umfang nicht mehr notwendig. Deshalb beabsichtigt der Stadtrat, seinen Anteil am Gesellschaftskapital zu reduzieren. Er möchte den Anteil, welcher 10 % des Gesellschaftskapitals übersteigt, mittel- und langfristig veräussern.

Mit dem dadurch realisierten Ertrag soll das öffentliche Engagement im Bereich des Tourismus und des Kongresswesens finanziert werden. Die aus dem Verkauf resultierenden Buchgewinne sind einer zweckgebundenen Rückstellung „Tourismus“ gutzuschreiben. Die Mittel werden somit weiterhin für volkswirtschaftlich-touristische Zwecke eingesetzt. Der Verkauf soll kontinuierlich in Absprache mit der Gesellschaft erfolgen, um dadurch grössere Kurschwankungen zu vermeiden. Aus dem Anhang „Beitragswesen Tourismus und Events“ ist ersichtlich, dass in der Periode von 2006 bis 2012 der Finanzierungsanteil aus ordentlichen Steuermitteln von 80 % (2006) auf 50 % (2012) reduziert werden kann. Demgegenüber erhöht sich der Finanzierungsanteil aus Mitteln der Rückstellung von 20 % (2006) auf 50 % (2012). Die Finanzierung des Tourismusbeitrags ist somit bis Ende der Leistungsvereinbarung aus Mitteln der Rückstellung Tourismus möglich. Die Bedingungen für eine weitere Periode (Laufzeit 2011 bis 2015) sind im Kalenderjahr 2010 zwischen der LT AG und der Stadt Luzern auszuhandeln. Es ist dannzumal erneut zu überprüfen, wie weit der Einsatz von Steuergeldern ordnungspolitisch gerechtfertigt ist.

Die Mittelflussrechnung Rückstellung Tourismus zeigt, dass der kalkulierte Buchgewinn aus den Aktienverkäufen von Fr. 2'545'800.– über das Jahr 2012 hinaus ausreicht.

Die Erträge, welche aus den Verkäufen resultieren, sollen für finanzielle Leistungen zur Verfügung stehen, welche bisher mit öffentlichen Mitteln zu Gunsten der Tourismusbranche geleistet worden sind. Somit kann durch den Verkauf der Aktien bezüglich Geldfluss ein System „Vom Tourismus – zum Tourismus“ umgesetzt werden, was die ordentliche Rechnung entlastet. Konkret soll die Rückstellung „Tourismus“ für folgende Beiträge (Budget 2006) zur Verfügung stehen: Kongresswesen (Kto. 880.365.03), LT AG (Kto. 880.365.01), Luzern Event (Kto. 880.365.04) sowie Grossveranstaltungen (Kto. 880365.30). Vorgesehen ist, den Finanzierungsanteil dieser Beiträge aus Steuermitteln in den Jahren 2006 bis 2010 sukzessive zu Lasten der Rückstellung Tourismus zu verlagern. Eine detaillierte Übersicht ist aus dem Anhang ersichtlich.

Unter Berücksichtigung des bestehenden Buch- sowie des aktuellen Kurswerts stehen mittelfristig folgende finanzielle Mittel für die Rückstellung „Tourismus“ zur Verfügung:

Berechnungsgrundlage

Aktuelle Preise:

Geldkurs: Fr. 280.–, Briefkurs: Fr. 370.–, Steuerwert: Fr. 170.–. Angenommener Mittelkurs für Berechnung: Fr. 330.–.

Berechnung

14'250 Namenaktien 22,26 % Beteiligungsquote (nominal pro Stück Fr. 100.–)

–6'402 Namenaktien 10 % Beteiligungsquote (verbleibende Beteiligung)

7'848 Namenaktien zur Veräusserung à Fr. 330.–	Fr. 2'589'840.–
Anteil Buchwert	Fr. <u>–44'040.–</u>
Buchgewinn in Rückstellung	Fr. 2'545'800.–

7 Kurtaxenreglement

Bestandteil einer verbesserten Tourismusfinanzierung ist die Anhebung der Kurtaxe. Diese soll per 1. Januar 2006 um 50 Rappen pro Nacht und Gast angehoben werden.

Weitere Erhöhungen um je 25 Rappen sind per 1. Januar 2008 und per 1. Januar 2010 vorgesehen. Der Stadtrat beantragt eine gleichmässige Erhöhung um 50 Rappen bei allen Tarifstufen. Die Kurtaxe wird somit ab 1. Januar 2006 neu zwischen Fr. 1.30 und Fr. 1.80 pro Person und Nacht betragen. Die Eigentümer oder Dauermieter von Ferienhäusern und -wohnungen bezahlen neu eine Jahrespauschale von Fr. 300.– statt Fr. 200.–. Der Stadtrat soll die Kompe-

tenz erhalten, diese Ansätze im Einvernehmen mit Luzern Hotels in zwei Schritten um je 25 Rappen zu erhöhen.

Die Absicht des Stadtrates, die Veranlagung der Kurtaxe in Zukunft nicht mehr an die LT AG zu delegieren, hat keine Reglementsänderung zur Folge. Artikel 5 des bisherigen Reglements beinhaltet eine „Kann“-Formulierung. Der Stadtrat kann den Bezug der Abgabe einer örtlichen oder regionalen Tourismus- oder Gewerbeorganisation übertragen. Ebenso kann er auf eine Delegation verzichten.

8 Leistungsvereinbarung mit der Luzern Tourismus AG

8.1 Allgemeine Bemerkungen

- Die Aufgaben des Marketings der Stadt Luzern werden in den verschiedenen Bereichen wie Bürger-, Wirtschafts- und Tourismusmarketing durch verschiedene Organisationen und Institutionen wahrgenommen. Die Stadt ist bei diesen in unterschiedlicher Form involviert. Der vorliegende Leistungsauftrag bezieht sich ausschliesslich auf das touristische Marketing der Destination Luzern.
- Die Luzern Tourismus AG (LT AG) ist in drei Bereiche, „Marketing & Sales“, „Tourist Information, Deskline“ sowie „Finanzen, Personal, Administration“, aufgeteilt. Der Marketingbereich, welcher primär die touristische Vermarktung des Namens „Luzern“ sicherstellt, wird durch die öffentliche Hand (Subventionen, Beherbergungsabgaben und Kurtaxen) sowie fixe Mitgliederbeiträge durch touristische Leistungsträger finanziert. Andererseits ist für den „Sales-Bereich“ primär eine Finanzierung durch private Investoren (Aktionäre, Leistungsträger usw.) vorgesehen. Diese haben ein wirtschaftliches Interesse und erfolgen durch gezielte Beiträge pro Kundensegment von privaten Leistungsträgern.
- Die Kooperationsbereitschaft und das partnerschaftliche Auftreten mit und gegenüber den übrigen Leistungsträgern und Partnern in Luzern und der Zentralschweiz wird vorausgesetzt.
- Der Tourismusbegriff, welcher der Luzern Tourismus AG zu Grunde liegt, wird umfassend verstanden. Insbesondere zählen dazu Gruppen- und Individualtourismus, Kultur-, Tagungs- und Kongresstourismus (sog. MICE-Bereich, MICE = meeting / incentive / congress / event).
- Die vorliegende Leistungsvereinbarung versteht sich als Leistungsauftrag für ein effizientes Tourismusmarketing.

8.2 Vertragsbestimmungen

8.2.1 Leistungsauftrag an die Luzern Tourismus AG

Die Gesellschaft bezweckt die touristische Vermarktung der Destination Luzern. Insbesondere betreibt sie eine Promotion, welche zu einem wertschöpfungsintensiven und dadurch nachhaltigen Verkauf des touristischen Angebots führt und fördert die Gästebetreuung vor Ort. Dadurch stärkt sie die Tourismuswirtschaft und damit die Gesamtwirtschaft der Region.

Folgende Teilbereiche zählen dazu:

- Sicherstellung eines touristischen Marketings für die Leistungsträger zu Gunsten einer touristisch attraktiven Region Luzern–Zentralschweiz.
- Koordination von Interessen und Aktivitäten der am Tourismus involvierten Kreise und Branchen.
- Vermittlung, Unterstützung und Durchführung von Veranstaltungen sowie eigenständigen Promotionsaktivitäten im Interesse des Tourismus.
- Öffentlichkeitsarbeit nach innen und aussen im Sinne einer konstanten Imagepflege der Destination Luzern.
- Betrieb von Informations- und Verkaufsstellen sowie weiterer, den Tourismus fördernder Profitzentren, welche am Markt funktionieren.
- Intensivierung und Koordination des übergeordneten Brandmarketings (Förderung der Marke „Luzern“).

8.2.2 Betriebsbeiträge des Partners

- Zur Sicherstellung der Erfüllung des Leistungsauftrages verpflichtet sich die Stadt Luzern, der Luzern Tourismus AG einen auf fünf Jahre befristeten Beitrag in der Höhe von je Fr. 410'000.– zu leisten. In diesem Beitrag ist ab Geschäftsjahr 2006 das kostenlose Inkasso der Kur- und Beherbergungsabgaben bei Beherbergungsbetrieben, welche dem städtischen Kurtaxenreglement unterstehen, eingeschlossen.
- Unter den Voraussetzungen, dass per 1. Januar 2008 sowie 1. Januar 2010 die für das Jahr 2006 gültigen Ansätze der Kurtaxen um je Fr. –.25 erhöht werden, wird der Beitrag um je Fr. 25'000.– angehoben. Somit beträgt dieser für die Geschäftsjahre 2008 und 2009 je Fr. 435'000.– und für das Geschäftsjahr 2010 Fr. 460'000.–.

8.2.3 Dauer der Vereinbarung

Die vorliegende Vereinbarung wird für die Vertragsperiode vom 1. Januar 2006 bis 31. Dezember 2010 abgeschlossen. Nach Ablauf der Vertragsdauer sind eine allfällige Fortführung und die entsprechenden Konditionen für eine weitere Vertragsperiode unter den Parteien neu auszuhandeln.

8.2.4 Berichterstattung

Die Luzern Tourismus AG verpflichtet sich, dem Partner jeweils umgehend nach Vorliegen den Jahresbericht und die Jahresrechnung, den Bericht der Kontrollstelle sowie das Budget zur Verfügung zu stellen. Auf Verlangen ist ihm Einsicht in die Buchhaltung zu gewähren.

8.2.5 Vertretung der Stadt im Verwaltungsrat

Die Luzern Tourismus AG anerkennt den Anspruch der Stadt Luzern auf einen ständigen Sitz im Verwaltungsrat (Entsendungsrecht).

8.2.6 In-Kraft-Treten

Diese Vereinbarung tritt unter der Bedingung der Genehmigung des Grossen Stadtrates sowie des Verwaltungsrates der LT AG per 1. Februar 2006 in Kraft.

9 Zuständigkeit

9.1 Leistungsvereinbarung

Folgende Bestimmungen über die Finanzkompetenzen sind anwendbar:

Gemäss Art. 58 Abs. 1 GO entspricht die massgebende Höhe einer Ausgabe dem Gesamtbetrag des Kredites, welcher für einen bestimmten Zweck zu bewilligen ist. Bei wiederkehrenden Ausgaben ist der Gesamtbetrag der einzelnen Betreffnisse und, wenn sich dieser nicht feststellen lässt, der zehnfache Betrag einer Jahresausgabe massgebend (Art. 58 Abs. 2 GO). Vorliegend soll eine Leistungsvereinbarung auf fünf Jahre abgeschlossen werden. Demzufolge hat die Stadt Luzern einen jährlichen Beitrag von mindestens Fr. 410'000.– zu leisten. Unter Berücksichtigung einer Erhöhung der geltenden Kurtaxen um je Fr. –.25 per 1. Januar 2008 erhöht sich der Beitrag für die Jahre 2008, 2009 und 2010 auf je Fr. 435'000.–. Falls eine weitere Erhöhung der geltenden Kurtaxen um Fr. –.25 per 1. Januar 2010 beschlossen wird, erhöht sich der Beitrag für das Jahr 2010 auf Fr. 460'000.–. Die massgebende Höhe der Ausgabe beträgt somit je nach Vornahme der Erhöhungen Fr. 2'050'000.–, Fr. 2'125'000.– oder Fr. 2'150'000.–. Kreditrechtlich ist für diese Vorlage demzufolge ein Beschluss des Grossen Stadtrates notwendig. Der Beschluss unterliegt dem fakultativen Referendum (Art. 68 Ziff. 2 lit. a in Verbindung mit Art. 13 Abs. 1 Ziff. 2 GO).

9.2 Änderung des Kurtaxenreglements

Gemäss Art. 28 Abs. 1 der Gemeindeordnung ist der Grosse Stadtrat unter Vorbehalt des Referendums zuständig für die Rechtsetzung. Die Reglementsänderung untersteht dem fakultativen Referendum (Art. 13 Abs. 1 der Gemeindeordnung).

9.3 Verkauf von Aktien

Der Grosse Stadtrat ist abschliessend zuständig für die Übertragung von Beteiligungen an Kapitalgesellschaften, sofern eine Mehrheitsbeteiligung der Stadt Luzern entfällt oder mehr als 10 % des Gesamtkapitals betroffen sind (GO Art. 69 lit. b Ziff. 11). Der Verkauf von 12,26 % der Aktien der Kursaal-Casino AG steht in der Zuständigkeit des Grossen Stadtrates.

10 Antrag

Gestützt auf diese Ausführungen beantragt der Stadtrat dem Grossen Stadtrat,

- der Leistungsvereinbarung zwischen der Luzern Tourismus AG und der Stadt Luzern zuzustimmen. Der Stadtrat soll zur Vertragsunterzeichnung ermächtigt werden;
- der Änderung des Kurtaxenreglements vom 25. April 1996 zuzustimmen;
- dem Verkauf einer Beteiligung von 12,26 % der Aktien der Kursaal-Casino AG zuzustimmen.

Er unterbreitet Ihnen einen entsprechenden Beschlussvorschlag.

Luzern, 14. September 2005

Urs W. Studer
Stadtpräsident



Toni Göpfert
Stadtschreiber

Der Grosse Stadtrat von Luzern,

nach Kenntnisnahme vom Bericht und Antrag 34/2005 vom 14. September 2005 betreffend

Luzern Tourismus

**Leistungsauftrag an die Luzern Tourismus AG für die Jahre 2006 bis 2010 und Finanzierung;
Änderung Kurtaxenreglement,**

gestützt auf den Bericht der Geschäftsprüfungskommission,

in Anwendung von Art. 13 Abs. 1 Ziff. 1 und 2, Art. 28 Abs. 1, Art 58 Abs. 2, Art 61 Abs. 1, Art. 68 Ziff. 2 lit. a und Art. 69 lit. a Ziff. 3 der Gemeindeordnung der Stadt Luzern vom 7. Februar 1999,

beschliesst:

I.

1.

Der Leistungsvereinbarung zwischen der Luzern Tourismus LT AG und der Stadt Luzern wird zugestimmt. Der Stadtrat wird zur Vertragsunterzeichnung ermächtigt.

2.1

Das Kurtaxenreglement vom 25. April 1996 wird wie folgt geändert:

Art. 3 Höhe der Kurtaxe / Beherbergungsabgabe

¹ Die Kurtaxe beträgt pro Gast und Logiernacht:

- a. Fr. 1.80 in den Hotelbetrieben der 5- und 4-Stern-Kategorie;
- b. Fr. 1.50 in den Hotelbetrieben der 3-, 2- und 1-Stern-Kategorie;
- c. Fr. 1.40 in den Fremdenpensionen, Jugendherbergen und anderen Beherbergungsbetrieben;
- d. Fr. 1.30 in Fremdenzimmern, Ferienwohnungen, Ferienhäusern, auf Camping- und Caravanningplätzen.

² Eigentümer oder Dauermieter von Ferienhäusern und -wohnungen bezahlen eine Jahrespauschale von Fr. 300.– pro Wohnung oder je Fr. 1.40 pro Logiernacht und Person für sich, ihre Familie und Gäste.

³ Der Stadtrat kann im gegenseitigen Einvernehmen mit Luzern Hotels die Ansätze der Kurtaxe gemäss Abs. 1 und 2 um je Fr. –.25 per 1. Januar 2008 und 1. Januar 2010 erhöhen.

⁴ (bleibt unverändert)

2.2

Diese Änderung tritt am 1. Februar 2006 in Kraft.

II.

Dem Verkauf von 12,26 % des Aktienkapitals der Kursaal-Casino AG wird zugestimmt.

III.

Der Beschluss gemäss Ziffer I unterliegt dem fakultativen Referendum. Er ist zu veröffentlichen.

Beiträge für Tourismus

(Auswahl von relevanten Beiträgen für
Übernachtungs- und Tagestourismus;
Stichjahr 2004)

Anhang zu B+A Leistungsvereinbarung LT AG / Stadt Luzern

1. Infrastruktur- und Betriebskostenbeiträge im Zusammenhang mit Tourismus

1.1 Infrastruktur- und Betriebskosten an das Kultur- und Kongresszentrum (KKL)

Investitionskostenbeitrag von rund 123 Mio. Franken ³⁾

(Fr. 122'978'600.– zu 4 % Kapitalkostenanteil) Fr. 4'919'144 ¹⁾

Jährlicher Betriebskostenanteil Fr. 4'200'000.– ¹⁾

1.2 Infrastrukturkosten an das Bourbaki-Panorama

Investitionskostenbeitrag von rund 28 Mio. Franken

(Fr. 28'024'005.– zu 4 % Kapitalkostenanteil) ³⁾ Fr. 1'120'960 ¹⁾

(inkl. Fr. 9'460'000.– Stadtbibliothek + Raum f. junge Kunst)

2. Beiträge Bereich Kongresse & Events

Beitrag	2004	2005
Beitrag an Luzern Events (4 Jahre total Fr. 400'000.–)	Fr. 75'000.–	Fr. 75'000.–
Beitrag Rose d'Or (3 Jahre total Fr. 340'000.–)	Fr. 200'000.–	Fr. 100'000.–
Beitrag Rose d'Or ²⁾	Fr. 40'000.–	Fr. 30'000.–
Europa Forum ²⁾	Fr. 20'000.–	Fr. 20'000.–
Defizitgarantie von Fr. 50'000.–	Fr. 37'750.–	
Seenachtsfest	Fr. 20'000.–	Fr. 20'000.–
Seenachtsfest ²⁾	Fr. 10'000.–	Fr. 10'000.–

3. Beiträge Bereich Sport

Beitrag	2004	2005
Eidg. Schwing- und Älplerfest (2004)	Fr. 357'000.–	---
Regattaverein	Fr. 40'000.–	Fr. 40'000.–
Regattaverein (erfolgsabhängig)	Fr. 1'753.95	Fr. 2'000.–
Regattaverein ²⁾	Fr. 15'000.–	Fr. 15'000.–
Verein Pferderennen (erfolgsabhängig)	Fr. 5'000.–	Fr. 5'000.–
Verein Pferderennen	Fr. 70'000.–	Fr. 70'000.–
CSIO Luzern (erfolgsabhängig)	Fr. 4'101.55	Fr. 7'000.–
CSIO Luzern	Fr. 70'000.–	---
Leichtathletikclub Luzern (erfolgsabhängig)	Fr. 3'754.90	Fr. 5'000.–
Leichtathletikclub Luzern	Fr. 15'000.–	Fr. 15'000.–

4. Beiträge Bereich Kultur

Beitrag	2004	2005
Kunstmuseum 1)	Fr. 360'000.–	Fr. 360'000.–
Stiftung Rosengart 1)	Fr. 120'000.–	Fr. 120'000.–
Stiftung Rosengart 2)	Fr. 30'000.–	Fr. 30'000.–
Lucerne Festivals 1)	Fr. 400'000.–	Fr. 500'000.–
Lucerne Festivals (erfolgsabhängig)	Fr. 768'869.10	Fr. 750'000.–
Lucerne Festivals 2)	Fr. 150'000.–	Fr. 150'000.–
Festival Strings	Fr. 85'000.–	Fr. 85'000.–
Verkehrshaus der Schweiz 1)	Fr. 366'784.–	Fr. 370'000.–
Verkehrshaus der Schweiz (erfolgsabhängig)	Fr. 567'826.45	Fr. 600'000.–
Gletschergarten Luzern 1)	Fr. 100'000.–	Fr. 100'000.–
Gletschergarten Luzern (erfolgsabhängig)	Fr. 55'032.65	Fr. 56'000.–
Bourbaki-Panorama (erfolgsabhängig)	Fr. 13'980.–	Fr. 17'000.–
Luzerner Theater 1)	Fr. 10'232'750.–	Fr. 9'445'000.–
World Band Festival	Fr. 80'000.–	Fr. 100'000.–
Fumetto Comix Festival	Fr. 150'000.–	Fr. 200'000.–
Fumetto Comix Festival 2)	Fr. 10'000.–	Fr. 10'000.–
Gwand	Fr. 195'000.–	Fr. 150'000.–
Blue Balls	Fr. 50'000.–	Fr. 100'000.–
Blue Balls 2)	Fr. 5'000.–	Noch offen
Lucerne Blues Festival	Fr. 50'000.–	Fr. 50'000.–
Design Biennale Luzern 2004 1)	Fr. 40'000.–	---

Legende

- 1) Relevanz und Abhängigkeit zur Tourismusbranche (insbesondere zum Tagestourismus) sind vorhanden. Diese sind für die einzelnen Leistungsempfänger unterschiedlich.
- 2) Finanzierung aus Mitteln der Kurtaxen.
- 3) 4 % entspricht dem Mittelwert der langfristigen Passivzinsen (gem. Gesamtplanung).

Beitragswesen Tourismus und Events

Finanzierungsplan

Leistungen LTAG / Kongresse / Luzern Events

Beitrag	2005	2006	80%	20%	2007	75%	25%	2008	70%	30%	2009	65%	35%	2010	60%	40%	2011	55%	45%	2012	50%	50%
Kongresswesen 880.365.03		90'000	72'000	18'000	90'000	67'500	22'500	90'000	63'000	27'000	90'000	58'500	31'500	90'000	54'000	36'000	90'000	49'500	40'500	90'000	45'000	45'000
Luzern Tourismus AG 880.365.01	360'000	410'000	328'000	82'000	410'000	307'500	102'500	435'000 1)	304'500	130'500	435'000	282'750	152'250	460'000 2)	276'000	184'000	460'000 4)	253'000	207'000	460'000 4)	230'000	230'000
Luzern Events 880.365.04	75'000	100'000	80'000	20'000	100'000	75'000	25'000	100'000	70'000	30'000	100'000	65'000	35'000	100'000 3)	60'000	40'000	100'000 3)	55'000	45'000	100'000 3)	50'000	50'000
Grossveranstaltungen 880.365.30	200'000	200'000	160'000	40'000	200'000	150'000	50'000	200'000	140'000	60'000	200'000	130'000	70'000	200'000	120'000	80'000	200'000	110'000	90'000	200'000	100'000	100'000
	635'000	800'000	640'000	160'000	800'000	600'000	200'000	825'000	577'500	247'500	825'000	536'250	288'750	850'000	510'000	340'000	850'000	467'500	382'500	850'000	425'000	425'000

Bemerkung

1) Erhöhung Kurtaxe per 1.1.2008 (Fr. --.25)

2) Erhöhung Kurtaxe per 1.1.2010 (Fr. --.25)

3) Lucerne event ab 2010 noch offen / Annahme Engagement wird fortgeführt

4) Neuer Leistungsvertrag 2011–2015

Beitragswesen Tourismus und Events

a) Finanzierungsanteile in % und Franken

Jahr	Anteil zu Lasten Steuerertrag	Anteil zu Lasten RST Tourismus
2006	Fr. 640'000 (80%)	Fr. 160'000 (20%)
2007	Fr. 600'000 (75%)	Fr. 200'000 (25%)
2008	Fr. 577'500 (70%)	Fr. 247'500 (30%)
2009	Fr. 536'250 (65%)	Fr. 288'750 (35%)
2010	Fr. 510'000 (60%)	Fr. 340'000 (40%)
2011	Fr. 467'500 (55%)	Fr. 382'500 (45%)
2012	Fr. 425'000 (50%)	Fr. 425'000 (50%)

b) Mittelflussrechnung RST Tourismus

Jahr	Betrag
2006	SFr. 160'000.00
2007	SFr. 200'000.00
2008	SFr. 247'500.00
2009	SFr. 288'750.00
2010	SFr. 340'000.00
2011	SFr. 382'500.00
2012	SFr. 425'000.00
Beanspruchte Mittel	SFr. 2'043'750.00
kalkulierter Buchgewinn (gemäss B+A S. 16)	SFr. 2'545'800.00
Seite 1	
2013 / ff Reserve	SFr. 502'050.00

Definitiver Beschluss des Grossen Stadtrates

zu B+A 34/2005 Luzern Tourismus, Leistungsauftrag an die Luzern Tourismus AG für die Jahre 2006 bis 2010 und Finanzierung; Änderung Kurtaxenreglement (unter Berücksichtigung der im Grossen Stadtrat beschlossenen Änderungen)

Der Grosse Stadtrat von Luzern,

nach Kenntnisnahme vom Bericht und Antrag 34/2005 vom 14. September 2005 betreffend

Luzern Tourismus

**Leistungsauftrag an die Luzern Tourismus AG für die Jahre 2006 bis 2010 und Finanzierung;
Änderung Kurtaxenreglement,**

gestützt auf den Bericht der Geschäftsprüfungskommission,

in Anwendung von Art. 13 Abs. 1 Ziff. 1 und 2, Art. 28 Abs. 1, Art 58 Abs. 2, Art 61 Abs. 1, Art. 68 Ziff. 2 lit. a und Art. 69 lit. a Ziff. 3 der Gemeindeordnung der Stadt Luzern vom 7. Februar 1999,

beschliesst:

I.

1.

Der Leistungsvereinbarung zwischen der Luzern Tourismus LT AG und der Stadt Luzern wird zugestimmt. Der Stadtrat wird zur Vertragsunterzeichnung ermächtigt. Eine Zusatzvereinbarung zur Konkretisierung dieser Leistungsvereinbarung mit Wirkung ab 1. Januar 2008 wird dem Parlament vorgelegt.

2.1

Das Kurtaxenreglement vom 25. April 1996 wird wie folgt geändert:

Art. 3 *Höhe der Kurtaxe / Beherbergungsabgabe*

¹ Die Kurtaxe beträgt pro Gast und Logiernacht:

- a. Fr. 1.80 in den Hotelbetrieben der 5- und 4-Stern-Kategorie;
- b. Fr. 1.50 in den Hotelbetrieben der 3-, 2- und 1-Stern-Kategorie;
- c. Fr. 1.40 in den Fremdenpensionen, Jugendherbergen und anderen Beherbergungsbetrieben;

- d. Fr. 1.30 in Fremdenzimmern, Ferienwohnungen, Ferienhäusern, auf Camping- und Caravanningplätzen.
- ² Hotelbetriebe ohne offizielle Stern-Kategorie werden von der Veranlagungsbehörde aufgrund ihrer jeweiligen eigenen Qualitätsangaben im Markt einer Stern-Kategorie zugeordnet. Die Kurtaxe richtet sich nach den Ansätzen von Abs. 1 lit. a oder b.
- ³ Eigentümer oder Dauermieter von Ferienhäusern und -wohnungen bezahlen eine Jahrespauschale von Fr. 300.– pro Wohnung oder je Fr. 1.40 pro Logiernacht und Person für sich, ihre Familie und Gäste.
- ⁴ Der Stadtrat kann im gegenseitigen Einvernehmen mit Luzern Hotels die Ansätze der Kurtaxe gemäss Abs. 1 und 2 um je Fr. –.25 per 1. Januar 2008 und 1. Januar 2010 erhöhen.
- ⁵ Anstelle einer Erhöhung der Kurtaxe kann der Stadtrat auch die Einführung einer Beherbergungsabgabe beschliessen. Die Bestimmungen über die Kurtaxe sind in diesem Fall sinngemäss anwendbar.

2.2

Diese Änderung tritt am 1. Februar 2006 in Kraft.

II.

Dem Verkauf von 11,26 % des Aktienkapitals der Kursaal-Casino AG wird zugestimmt.

III.

Der Beschluss gemäss Ziffer I unterliegt dem fakultativen Referendum. Er ist zu veröffentlichen.

Luzern, 24. November 2005

Namens des Grossen Stadtrates von Luzern

Gudio Durrer
Ratspräsident

Toni Göpfert
Stadtschreiber

