

Der Regierungsrat des Kantons Thurgau an den Grossen Rat

Frauenfeld, 1. September 2015

694

GRG Nr.	12	EA 137	381
---------	----	--------	-----

Einfache Anfrage von Peter Gubser vom 1. Juli 2015 „Auftragsvergabe im Tourismusbereich“

Beantwortung

Sehr geehrter Herr Präsident
Sehr geehrte Damen und Herren

Mit der Einfachen Anfrage wird die Zusammenarbeit des Napoleonmuseums, des Historischen Museums und Thurgau Tourismus mit der deutschen PR-Agentur PR2 thematisiert. Die PR2 berät und betreut schon seit 1999 viele wichtige Dienstleistungserbringenden und -erbringer im Tourismusbereich, insbesondere auch solche rund um den Bodensee, und steht in engem Kontakt mit Schweiz Tourismus. Sie verfügt in den Hauptzielmärkten von Thurgau Tourismus über wirksame und bewährte Kontakte zu Journalistinnen und Journalisten insbesondere aus der Reisebranche, die zu hochwertigen redaktionellen Artikeln und Beiträgen in den Print- und elektronischen Medien führen. Sie hat sich auf kulturtouristische Angebote spezialisiert und in diesem Bereich ein Know-How aufgebaut. Dank ihrer Kontakte und überregionalen Vernetzung sorgt sie dafür, dass der Arenenberg mit dem Napoleonmuseum auch in den ausländischen Medien Beachtung findet. So wird der Arenenberg mit dem Napoleonmuseum zum Beispiel immer wieder in Dokumentarfilmen der Sender ORF, ARD, ARTE und 3SAT oder in Artikeln renommierter Magazine und Zeitungen wie Geo-Saison, FAZ oder NZZ erwähnt. Auch wird der Arenenberg häufig als Ziel für internationale Pressereisen ausgewählt. Es ist vor allem auch der guten Öffentlichkeitsarbeit der PR2 zuzuschreiben, dass ein reges Publikumsinteresse am Arenenberg mit dem Napoleonmuseum besteht.

Frage 1

Das Napoleonmuseum zahlte der PR2 Fr. 29'974.00 im Jahr 2010, Fr. 30'533.00 im 2011, Fr. 25'747.00 im 2012, 25'957.00 im 2013, Fr. 41'275.00 im 2014 und Fr. 9'550.00 im 2015. Die höhere Summe im Jahr 2014 ist auf eine Intensivierung der Medienarbeit im Zusammenhang mit dem Konziljubiläum zurückzuführen. Das Historische Museum arbeitete lediglich im Jahr 2014 mit der PR2 zusammen. Dabei ging es

um die Präsentation der Mitra im Konzilgebäude in Konstanz. Da Konstanz für die Medienarbeit betreffend die Konzilsaktivitäten die PR2 beauftragt hatte, war es naheliegend, dass das Historische Museum diese Synergien nutzte. Das Historische Museum zahlte der PR2 im Jahr 2014 Fr. 14'770.00.

Fragen 2 und 3

Thurgau Tourismus berücksichtigt bei der Vergabe von Marketing- und Druckaufträgen abgestützt auf entsprechende Offerteneinladungsverfahren nach Möglichkeit immer Thurgauer Unternehmen. Massgebend ist das Preis-/Leistungsverhältnis. 2014 vergab Thurgau Tourismus 70.1 % des gesamten Auftragsvolumens von total Fr. 252'544.65 an thurgauische Unternehmen, 14.9 % an Schweizer Firmen ausserhalb des Kantons Thurgau und 15 % an deutsche Firmen. Die Zusammenarbeit von Thurgau Tourismus mit der PR2 basiert auf einem im Jahr 2007 durchgeführten Offerteneinladungsverfahren, zu dem auch drei thurgauische Agenturen eingeladen worden waren. Diese verzichteten damals trotz Nachfrage seitens Thurgau Tourismus auf eine Offertenabgabe. Es besteht kein Grund, Thurgau Tourismus weitergehende Anweisungen zu geben, als die bisher bewährte Vergabepraxis fortzuführen.

Auch bei den oben erwähnten Auftragsvergaben des Napoleonmuseums und des Historischen Museums, die kulturtouristisches Spezialwissen erforderten, das die PR2 für jährlich durchschnittlich Fr. 33'000.00 erbringen konnte, ist davon auszugehen, dass es für die in Frage kommenden Thurgauer Agenturen nicht interessant genug gewesen wäre, sich um einen Auftrag mit diesen hohen Vergabeanforderungen und zu einem solchen Preis zu bewerben.

Frage 4

Eine persönliche Beziehung zwischen Anbieter oder Anbieterin und Vergabestelle darf kein Vergabekriterium sein. Wo eine persönliche Beziehung besteht, sind die Ausstandsregeln zu beachten. Dies gilt auch im vorliegenden Fall.

Der Präsident des Regierungsrates

Dr. Jakob Stark

Der Staatsschreiber

Dr. Rainer Gonzenbach