

# Wirtschaftliche Bedeutung von Resorts in Tourismus- destinationen

Inputreferat anlässlich des Behörden-Apéros vom 29. März 2011 in Lenzerheide

**Peder Plaz**, Geschäftsführer

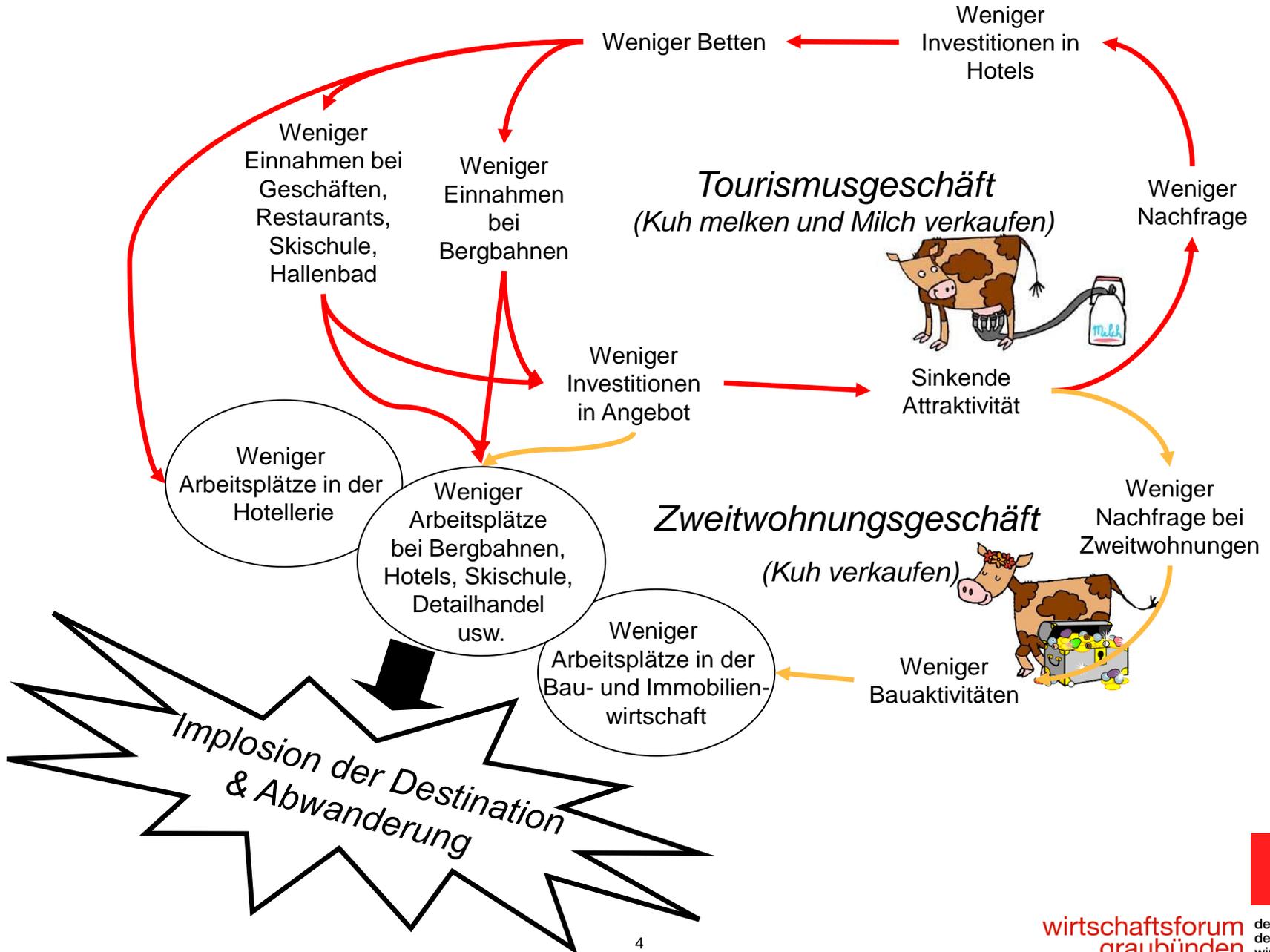
Lenzerheide, 29. März 2011

- 
- 1 Herausforderung Destinationsentwicklung
  - 2 Warum neue Resorts, Hotels und Feriendörfer
  - 3 Rolle der Gemeinde bei der Gestaltung der Rahmenbedingungen
  - 4 Die Krux mit den Feriendörfern
  - 5 Fazit

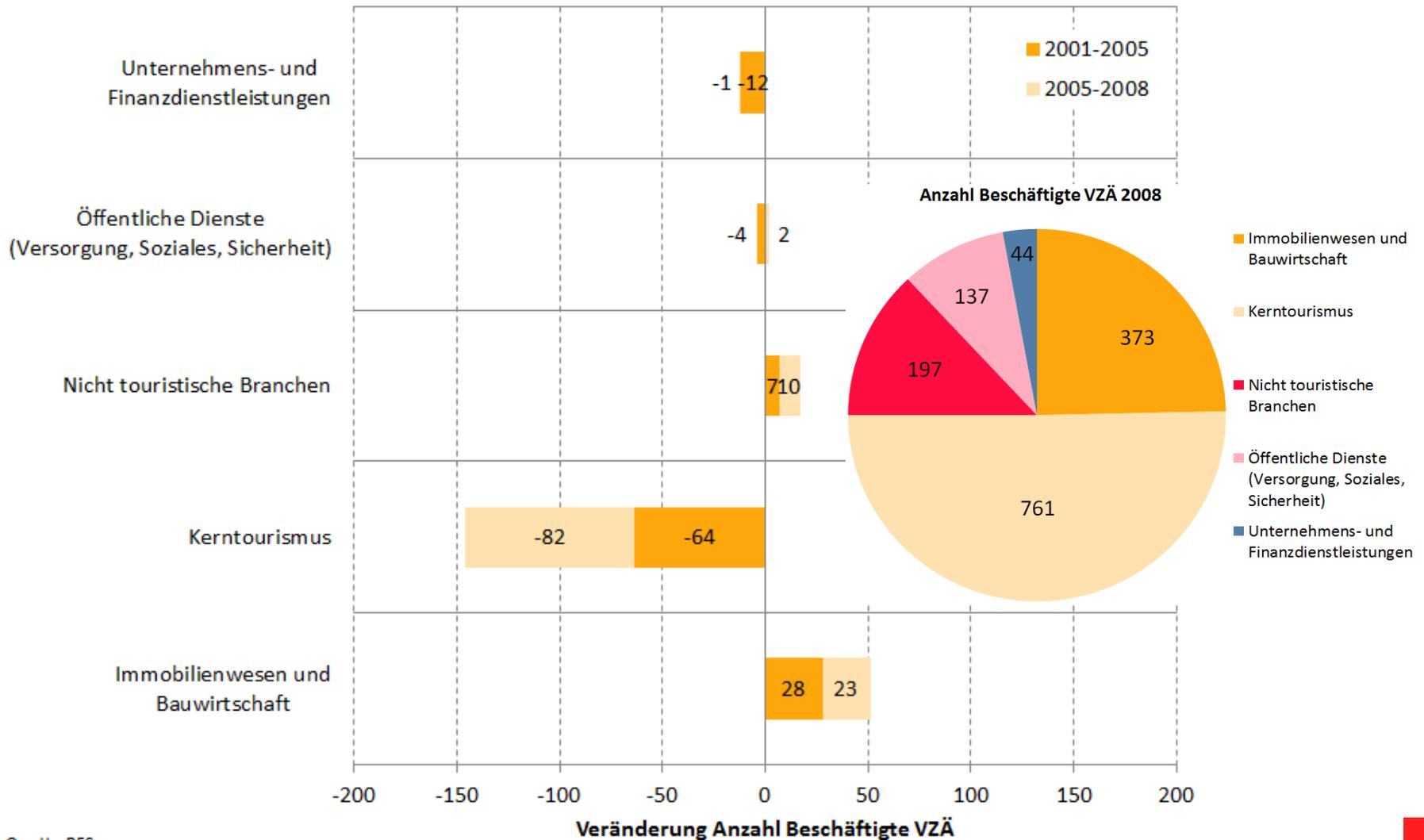
---

# 1 Herausforderung Destinationsentwicklung

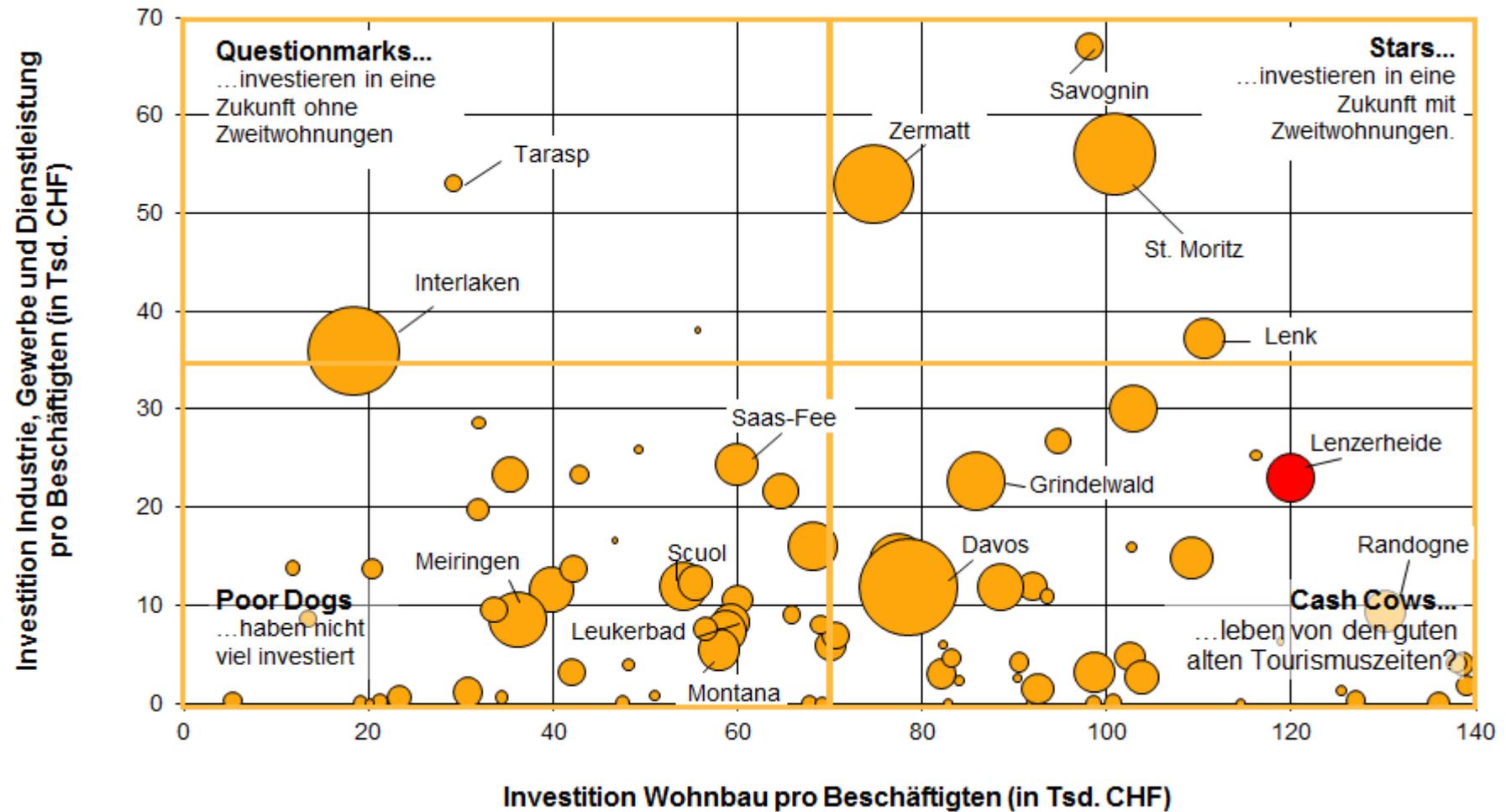
# Tourismusgeschäft - Zweitwohnungsgeschäft



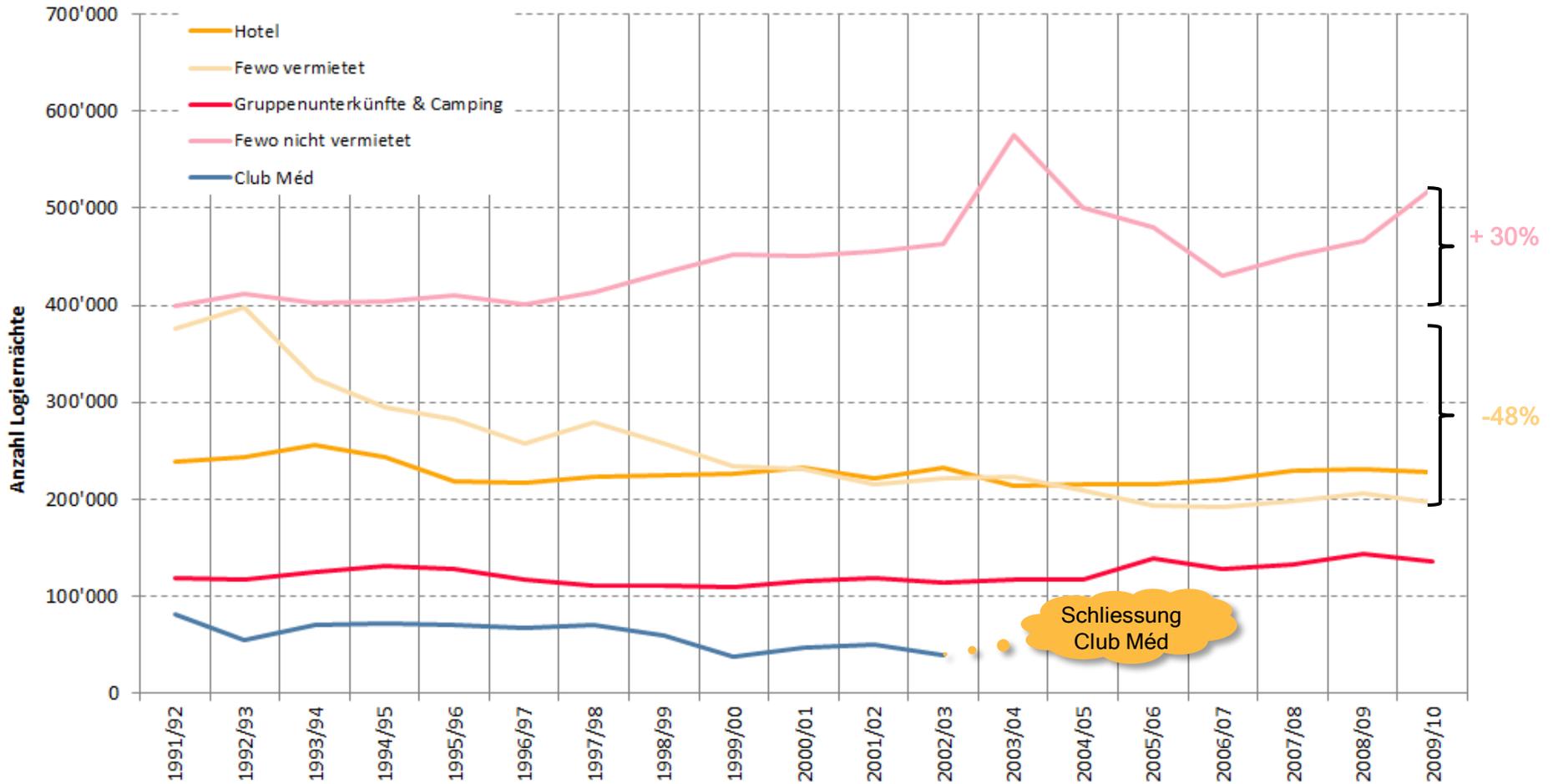
## Veränderung Beschäftigte VZÄ Vaz/Oberbaz 2001-2008



# Auch die „Heid“ lebt von den guten alten Tourismuszeiten



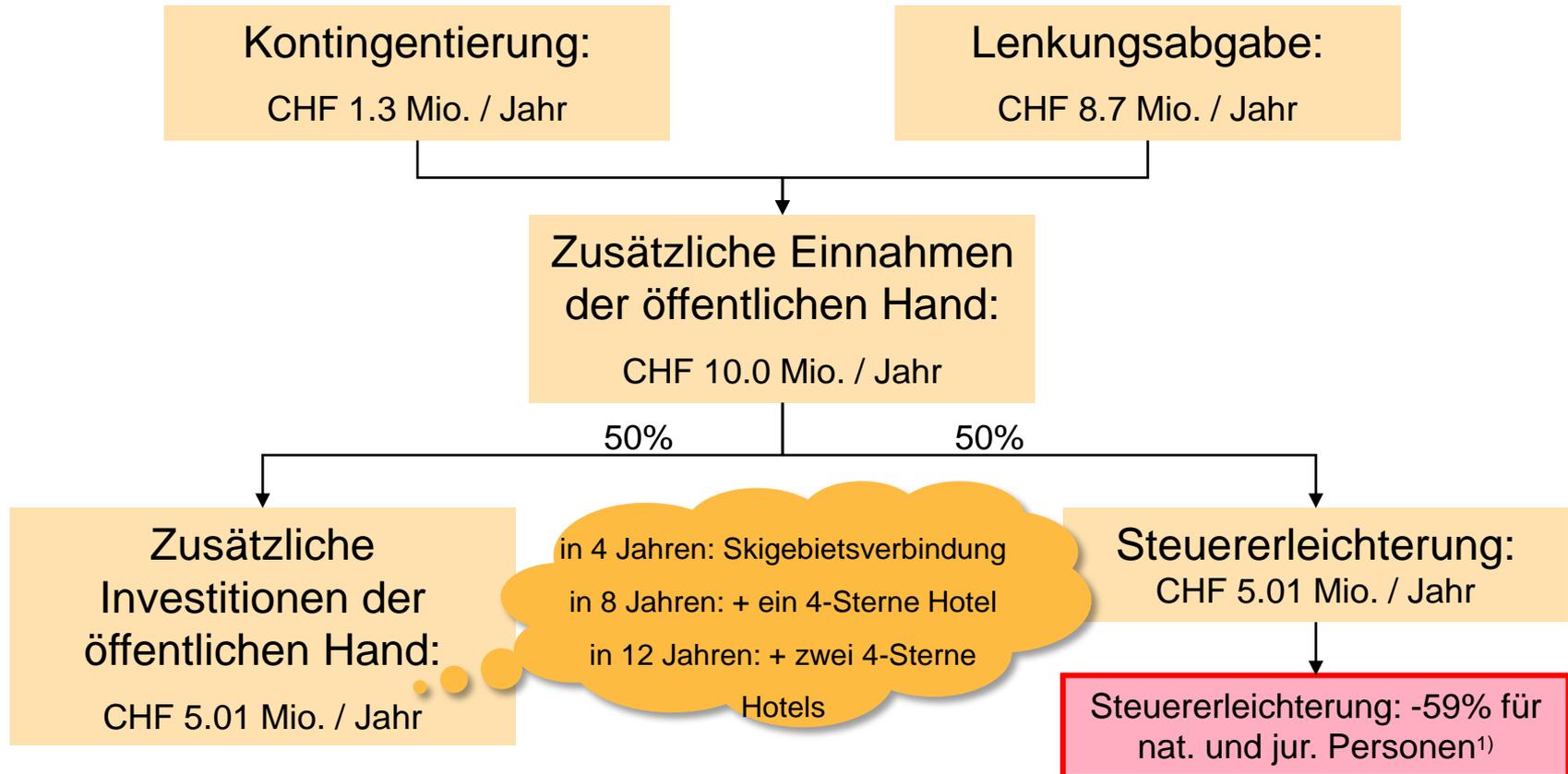
## Entwicklung Logiernächte Vaz/Oberbaz nach Art der Unterkunft 1991/92-2009/10



Quelle: Lenzerheide Marketing und Support AG

# Skizze Politikdesign

- Kontingentierung: einmalige Abgabe von CHF 1000/m<sup>2</sup> für Neubau Zweitwohnung (Modell Klosters)
- Lenkungsabgabe: jährliche Abgabe von CHF 2'500/Zweitwohnung (Modell Silvaplana)



<sup>1)</sup> Als Basis wurden die Einkommens- /Vermögenssteuern sowie die Ertrags- /Kapitalsteuererträge 2008 berücksichtigt

---

## 2 Warum neue Resorts, Hotels und Feriendörfer?



## Ansatzpunkte:

- Tagesgäste ⇨ kommen nur an schönen Tagen (Spitzenbelastung)
- Feriengäste Hotellerie ⇨ Betten gehen verloren
- Feriengäste Parahotellerie ⇨ Ferienwohnungen werden immer weniger vermietet
- Zweitwohnungseigentümer ⇨ kommen auch nur am Wochenende, wenn es schön ist (Spitzenbelastung)

## Probleme

- Problem Luxushotellerie: Immer mehr Wellness und weniger Skifahrer

# Welche Betten lassen sich realisieren?



## Feriendörfer

⇒ Zweitwohnungsgeschäft ermöglicht Investitionsschutz



## Rider's Palace, Jugendherbergen, Cube

⇒ zum Teil Mischrechnungen (Bergbahnen können anders kalkulieren als Hoteliers)



## Hotelketten (als Betreiber)

⇒ Wachstum notwendig, Investorenrendite oft fraglich (bzw. Quersubventionierung durch Zweitwohnungsgeschäft)

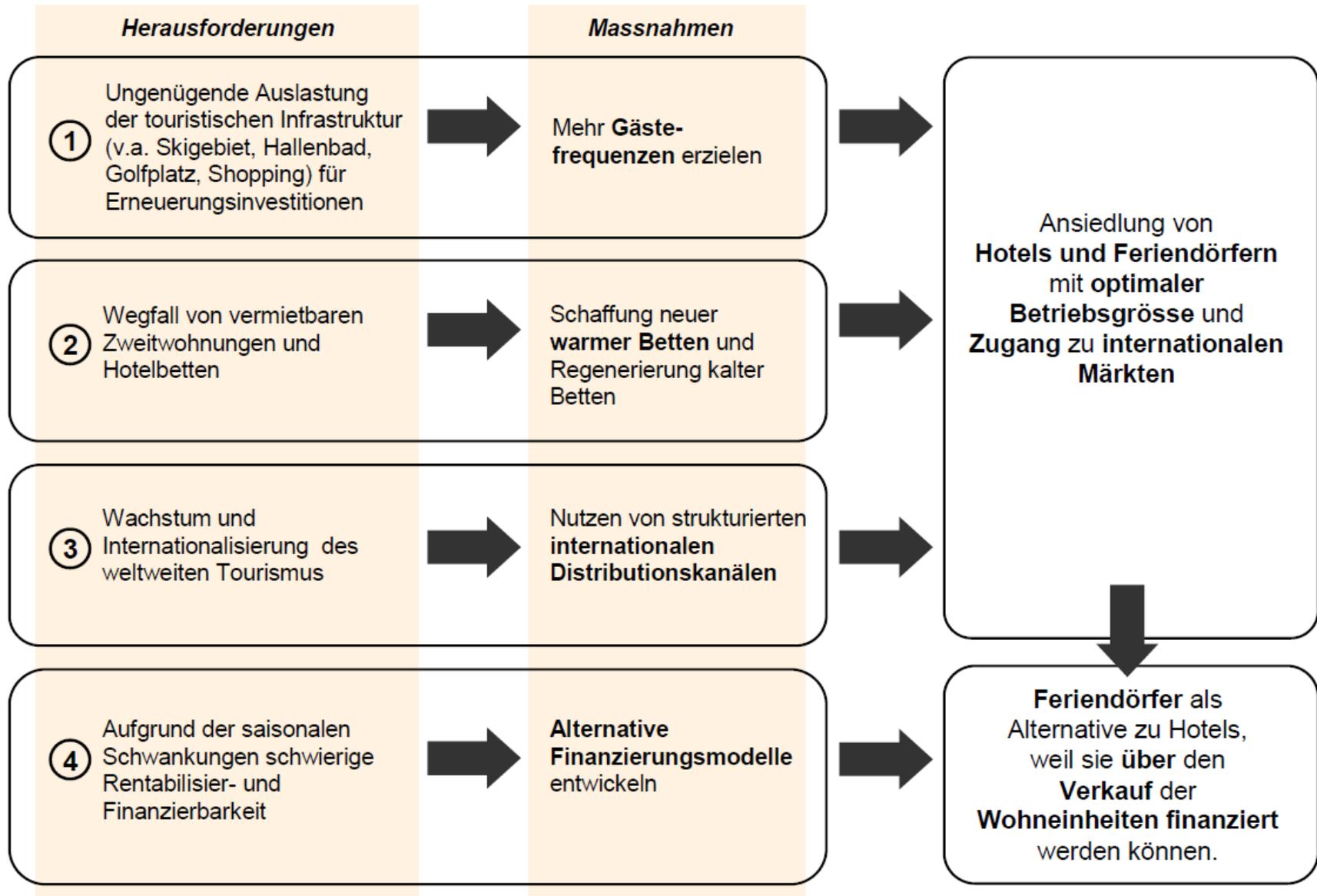


## „Mäzenatenhotels“

⇒ Freude am Produkt

**(Kommerzielle) Investitionen in klassische Individualhotels nicht in Sicht !!!!**

# Feriedörfer als vielversprechender Lösungsansatz



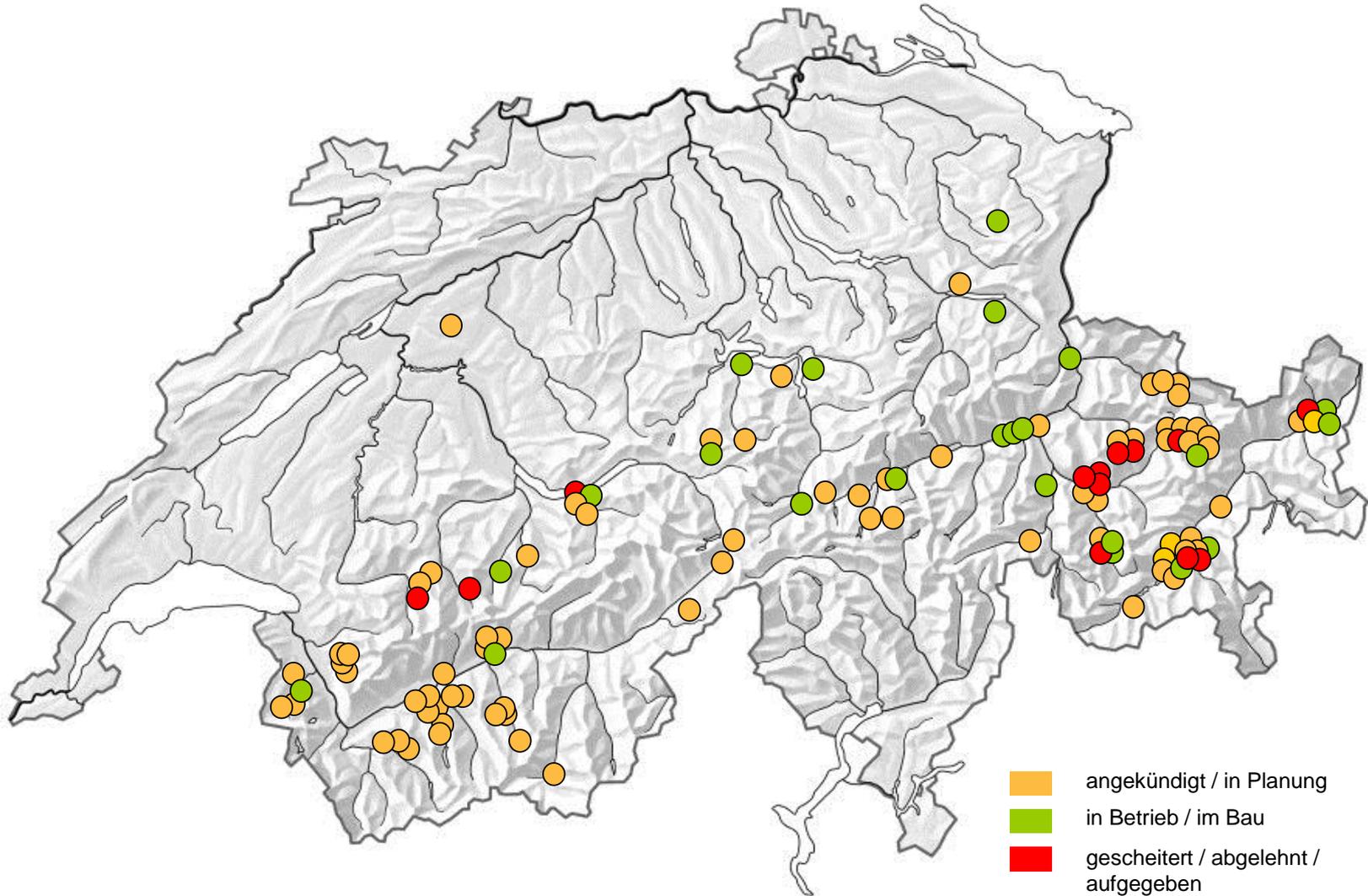
## Bespiel Arc 1950 (F):

Eröffnung 2003, 500 Wohnungen, Total 3'600 Betten, ca. 700'000 Logiernächte



# Hohe Planungsaktivitäten in der Schweiz

80 geplante Anlagen : CHF > 8 Mrd. / > 38'000 Betten;  
entspricht 18% der bestehenden Hotelbetten

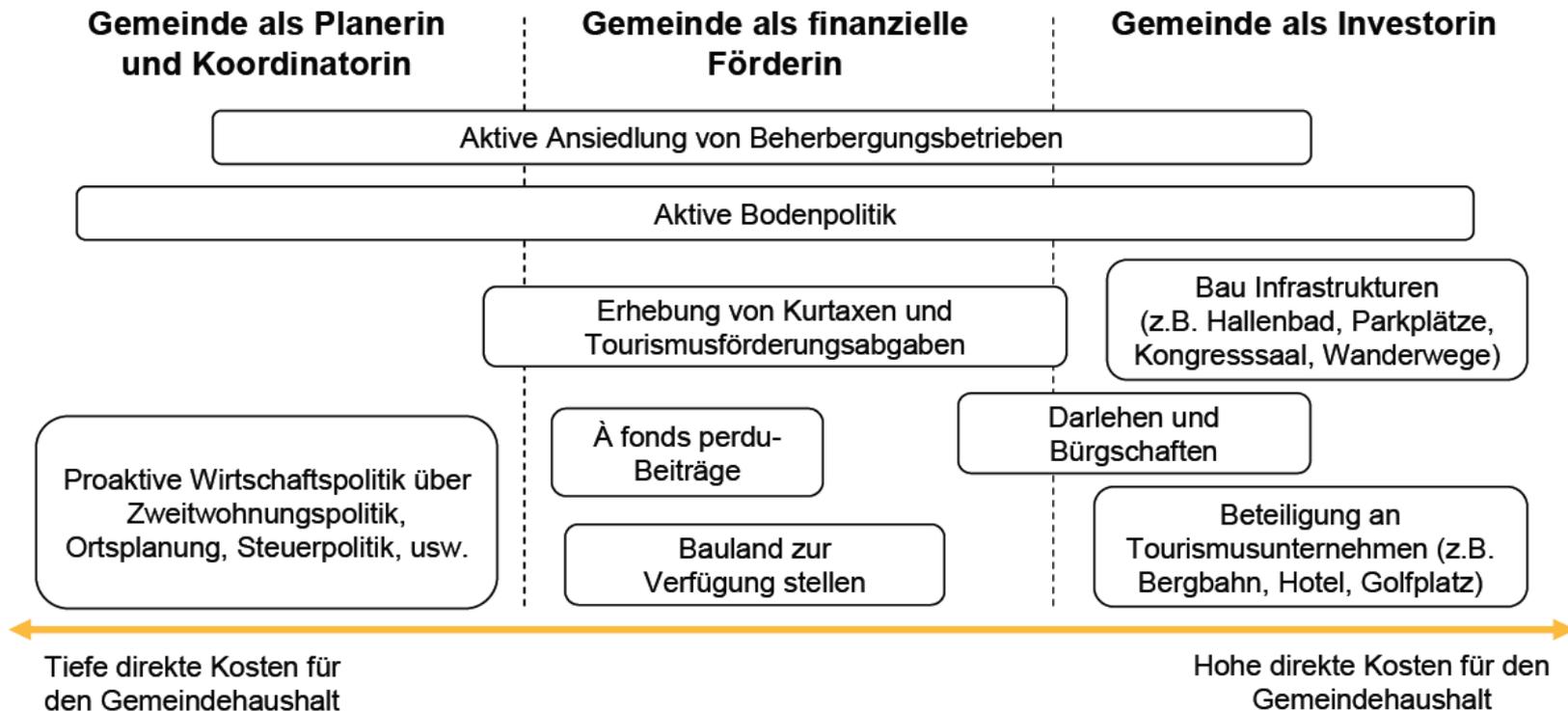


---

# 3 Rolle der Gemeinde bei der Gestaltung der Rahmenbedingungen

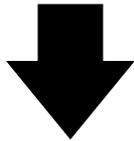
# Gemeinden spielen Schlüsselrolle in der Destinationsentwicklung

- Destinationsentwicklungskonzept
- Aktive Bodenpolitik
- Gezielte und zurückhaltende finanzielle Förderung



## Hohe Attraktivität

- Direkter Zugang zu touristischen Infrastrukturen (z.B. Skipisten, Bäderanlagen, Golfplatz)
- Attraktive Aussicht
- Geringe Lärmimmissionen
- Nähe zum touristischen Geschehen
- Gute Besonnung



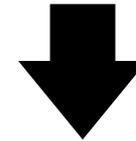
**Hohe Umsätze**



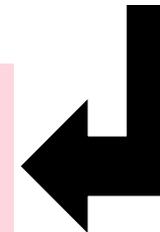
**Höhere Rentabilität**

## Synergien nutzen

- Parkplätze und Parkgaragen
- Wellnessanlagen und Hallenbäder
- Gastronomiebetriebe
- Personalunterkünfte
- Rezeption und Tourismusbüro
- Erschliessungsinfrastruktur (z.B. Wärmeverbund)

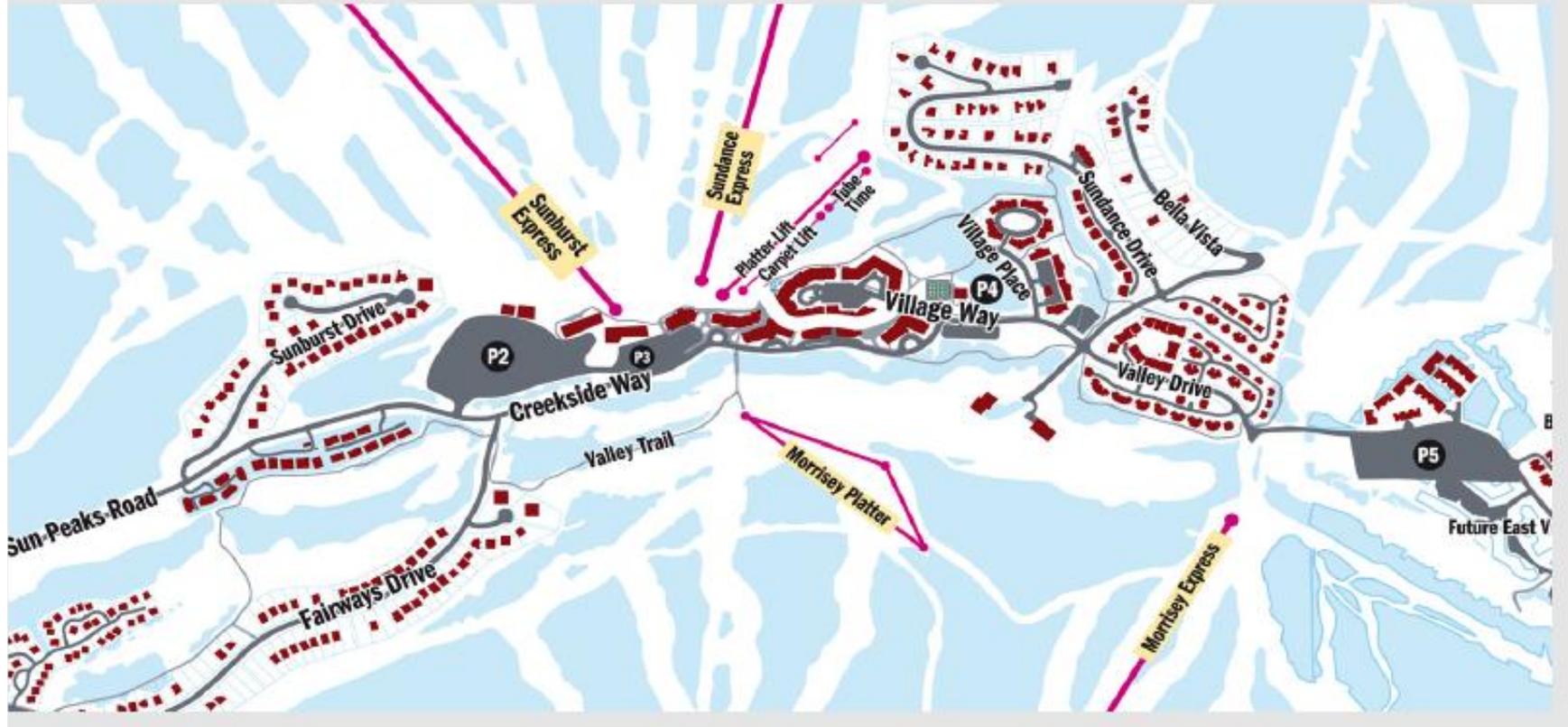


**Tiefe Kosten**



## Beispiel: Sun Peaks Resort (Kanada)

Sun Peaks Resort im Winter (Quelle: Ecosign)



# Standort als Erfolgsfaktor: Hohe Attraktivität

## Beispiel: Sun Peaks Resort (Kanada)

Sun Peaks Resort im Sommer (Quelle: Ecosign)



# Standort als Erfolgsfaktor: Hohe Attraktivität

## Beispiel: Sun Peaks Resort (Kanada)

(Quelle: Ecosign)



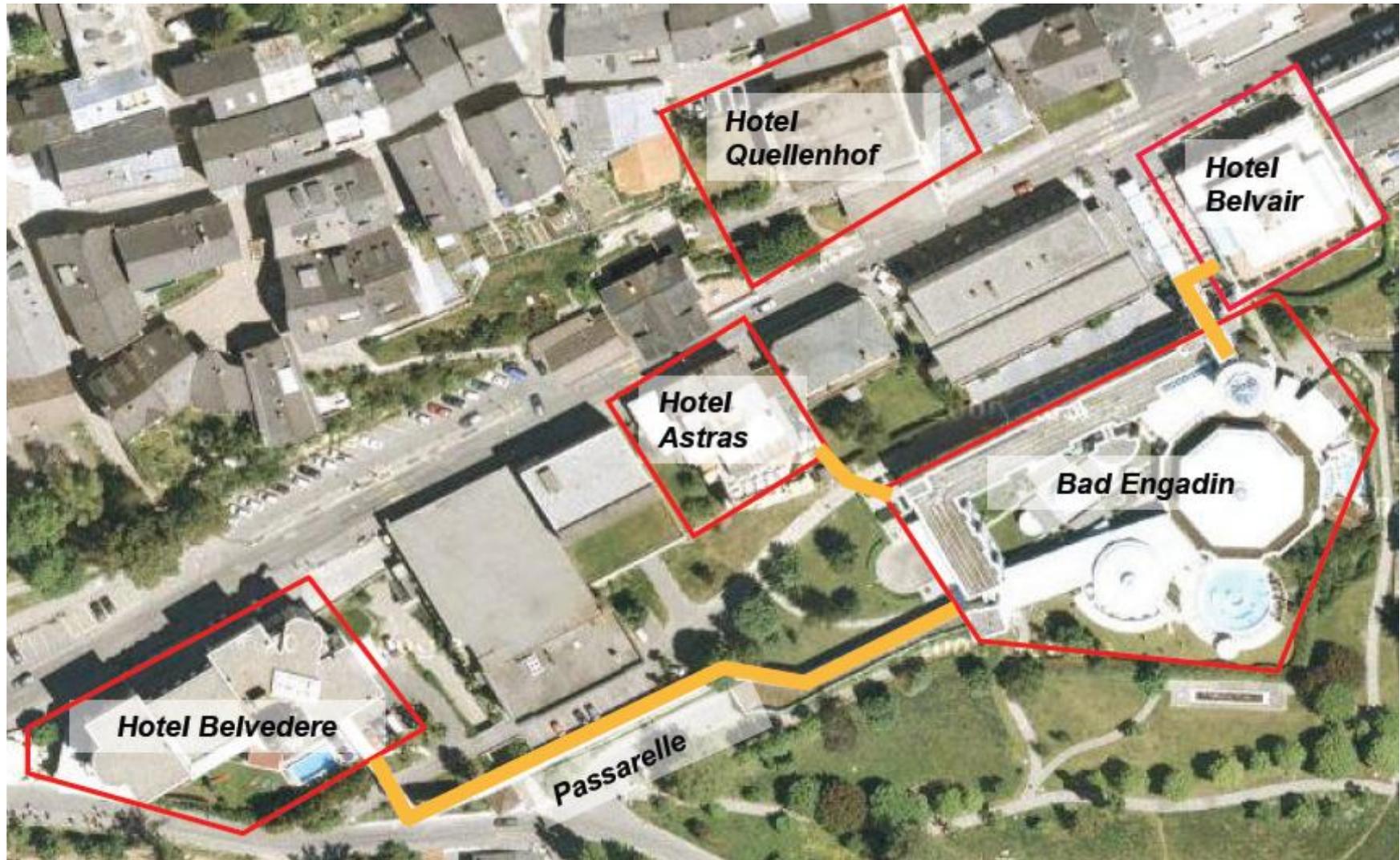
# Standort als Erfolgsfaktor: Hohe Attraktivität

## Beispiel: Sun Peaks Resort (Kanada)

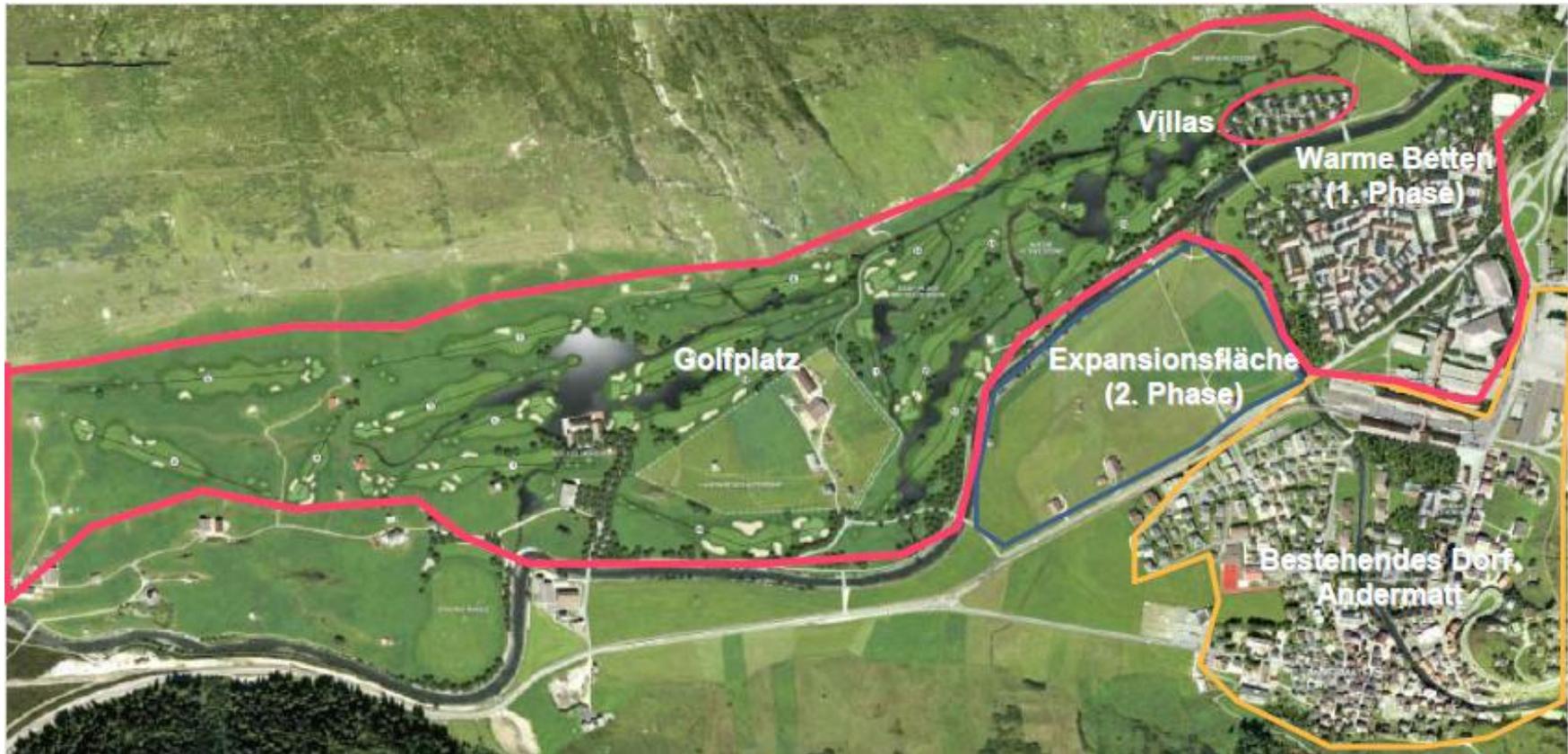
(Quelle: Ecosign)



## Beispiel: Belvédère Hotels in Scuol (GR)



# Destinationskonzept am Beispiel Andermatt Swiss Alps



Quelle: Orsacom Gruppe

## Phase 1 – Destinationsentwicklungskonzept ausarbeiten

### A) Diagnose

- Wo stehen wir?
- Was können wir?

### B) Ziele setzen

- Wo wollen wir hin?
- Was brauchen wir?

### D) Voraussetzungen schaffen

- Zonenplanung
- Tourismuspolitik
- Zweitwohnungspolitik
- Politische Akzeptanz
- Finanzpolitik
- Infrastrukturen
- Politischer Wille (Gemeinde u. Kanton)

### C) Destinationsentwicklungskonzept definieren

- Welche Projekte sollen angegangen werden?
- Welches sind die Prioritäten?
- Welche Standorte?
- Wer ist für welche Projekte verantwortlich?
- Welche Projekte schaffen wir aus eigener Kraft, für welche braucht es Partner?



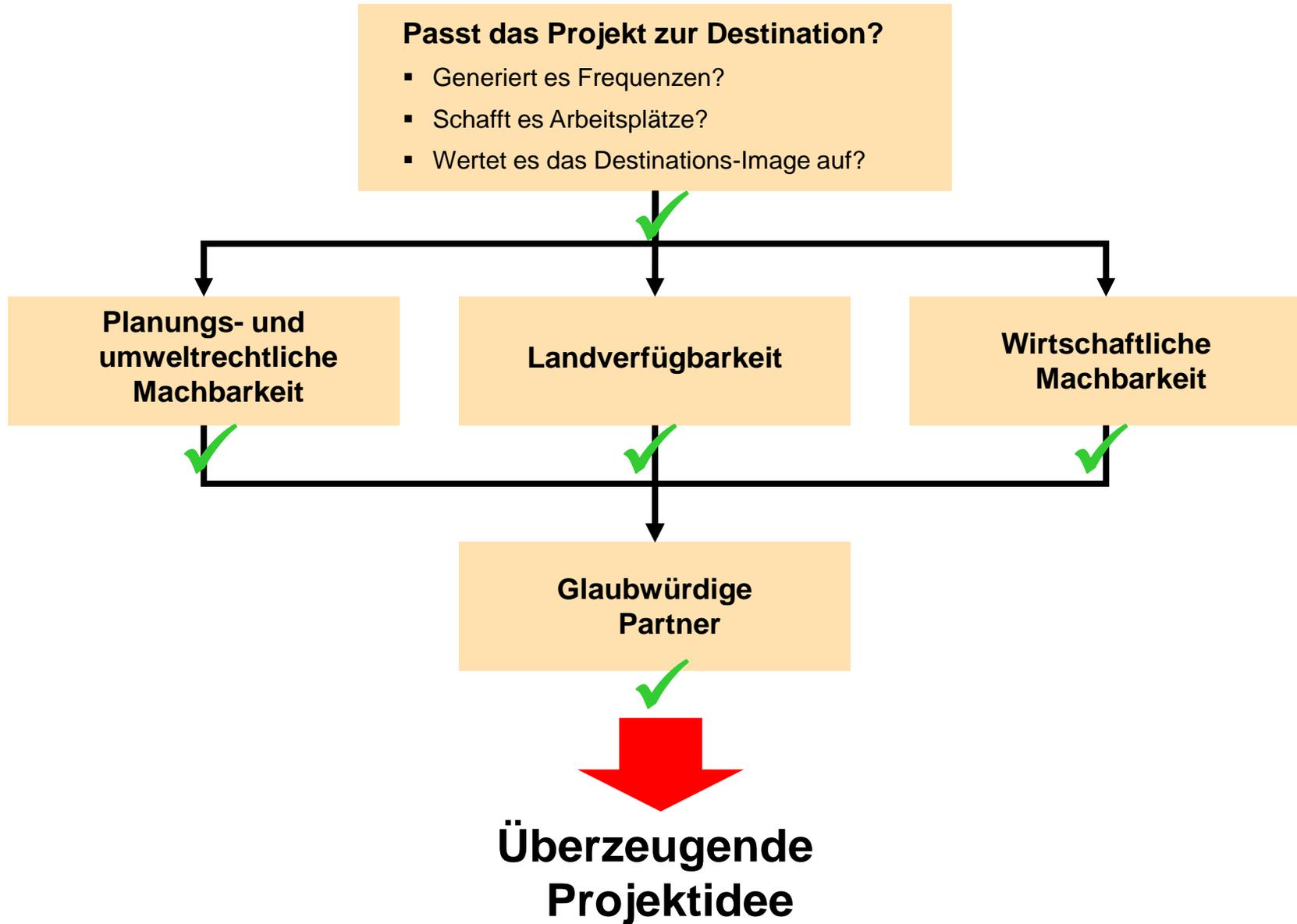
## Phase 2 – Projekte realisieren

Projekt 1

Projekt 2

Projekt 3

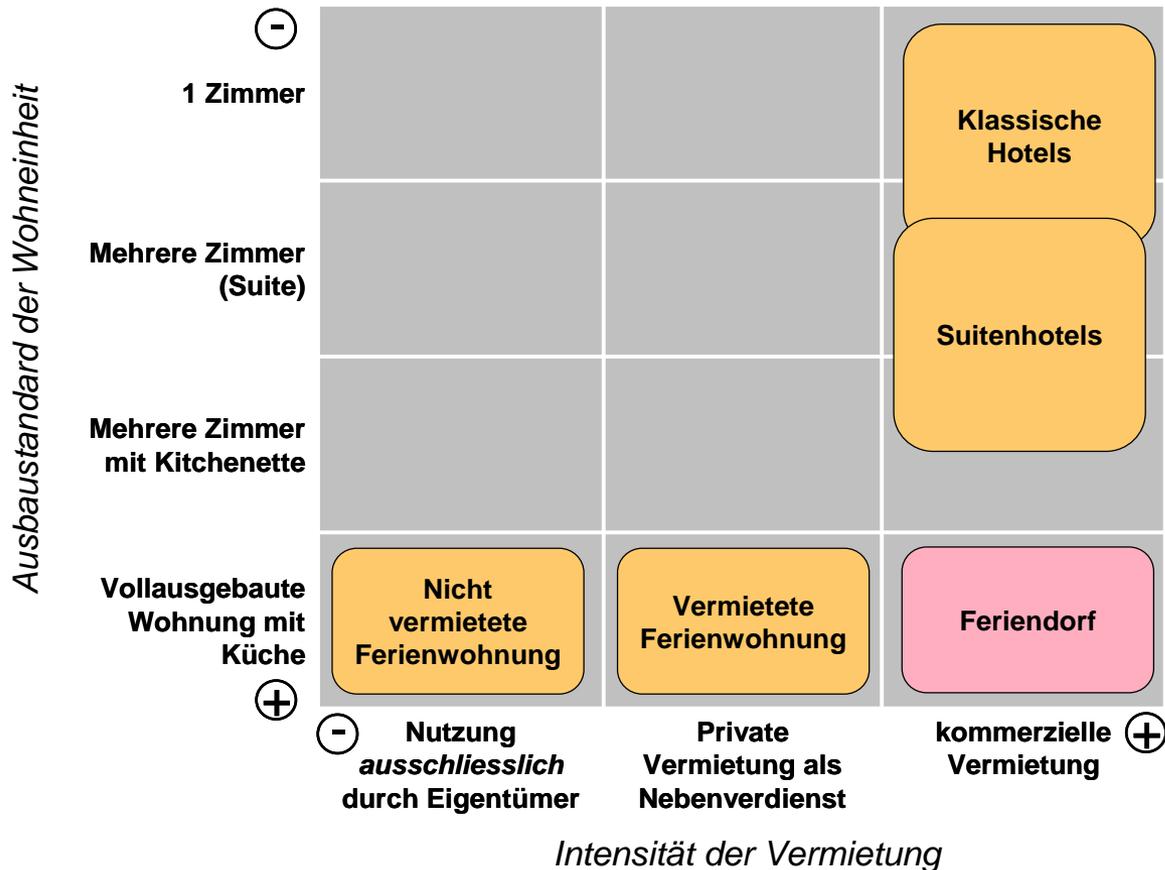
# Wann überzeugt eine Projektidee?



---

## 4 Die Krux mit den Feriendörfern

# Was ist ein Feriendorf?



## Hotel

- Zimmer und Suiten OHNE Küche
- umfassender Hoteldservice
- ein Gebäude oder wenige miteinander verbundene Gebäudeteile

## Feriendorf

- 50 ≤ ausgebaute Wohnungen MIT Küche
- ein oder mehrere Gebäude
- Anlage mit stimmigem Charakter
- kommerziell geführt und vermarktet
- marktgerechtes Mass an Serviceleistungen

Quelle: Leitfaden „Ansiedlung von Feriendörfern und Hotels“ (2010)

Die Kunst liegt darin, erwünschte warme Betten von als Feriendorf kaschierte kalte Zweitwohnungen zu unterscheiden.

# Geschäftsmodell wichtiger als rechtliche Bestimmungen



Quelle: Wirtschaftsforum Graubünden

Rechtliche Vorgaben können nicht bewirken, dass die Wohnungen am Markt auch tatsächlich nachgefragt und vermietet werden. Ein Feriendorf muss so konzipiert sein, dass **Eigentümer, Betreiber und Vermarkter langfristig** mit der **Vermietung** Geld verdienen können.

---

# 5 Fazit

- Alpine Feriendestinationen brauchen neue bewirtschaftete Betten
- Feriendörfer sind ein vielversprechender Ansatz zur Bewältigung mehrerer Herausforderungen in alpinen Destinationen
- Gemeinden spielen eine Schlüsselrolle in der Destinationsentwicklung und im Ansiedlungsprozess – Sie gestalten die Rahmenbedingungen (z.B. *Zweitwohnungskontingente, Lenkungssteuern für nicht vermietete Zweitwohnungen, Raumplanung, touristische Infrastruktur, Vermarktung*)
- Nicht überall wo „Feriendorf“ drauf steht, sind bewirtschaftete Betten drin
- Funktionierende Geschäftsmodelle und Anreize sind wichtiger als rechtliche Bestimmungen

**Gemeinden sollten attraktive Flächen für Hotels, Resorts und Feriendörfer verfügbar machen!**

---

# Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

(Dieses Referat kann von [www.wirtschaftsforum-gr.ch](http://www.wirtschaftsforum-gr.ch) heruntergeladen werden)