

# Die künftige Bedeutung von Zweit- und Ferienwohnungen für den Strukturwandel im Tourismus



# Kurzvorstellung

## Persönliches

### Domenico Ferrari

Leiter Kompetenzzentrum  
Management und Entrepreneurship,  
Scuola Universitaria Professionale  
della Svizzera Italiana (SUPSI)



### Forschungs- und Beratungsschwerpunkte:

- Accounting & Controlling in Nonprofit-Organisationen
- Organisation & Prozesse in öffentlichen Verwaltungen
- Leistungsvereinbarungen im sozialen Bereich

## Forschungs- und Dienstleistungsangebot «Leisure, Tourism & Experience Management»

Dr. Chiara Bernardi / Daina Matise Schubiger / Dr. Monica Mendini

- Analyse und Bewertung des Potenzials lokaler Tourismussysteme
- Entwicklung und Gestaltung von touristischen Destinationskonzepten
- Wertschöpfungsanalyse von spezifischen Sportbranchen
- Analyse lokaler Kultursysteme
- Analyse von Netzwerk- und Zusammearbeitssystemen im Kulturbereich
- Evaluation kultureller Angebotssysteme

# Drei Erfolgsebenen für Zweit- und Ferienwohnungen

Norbert Hörburger



## Die Zweitwohnenden

- Wirken nachfragestabilisierend auch in Krisenzeiten.
- Bedürfen angemessener Wertschätzung, denn sie sind mehr als nur Touristen. Dies fordert Gemeinden und DMO's, welche Systeminnovationen entwickeln und umsetzen müssen.
- Der demographische Wandel spielt eine wichtige Rolle. Menschen werden älter und bleiben lange fit.

## Die Multilokalität

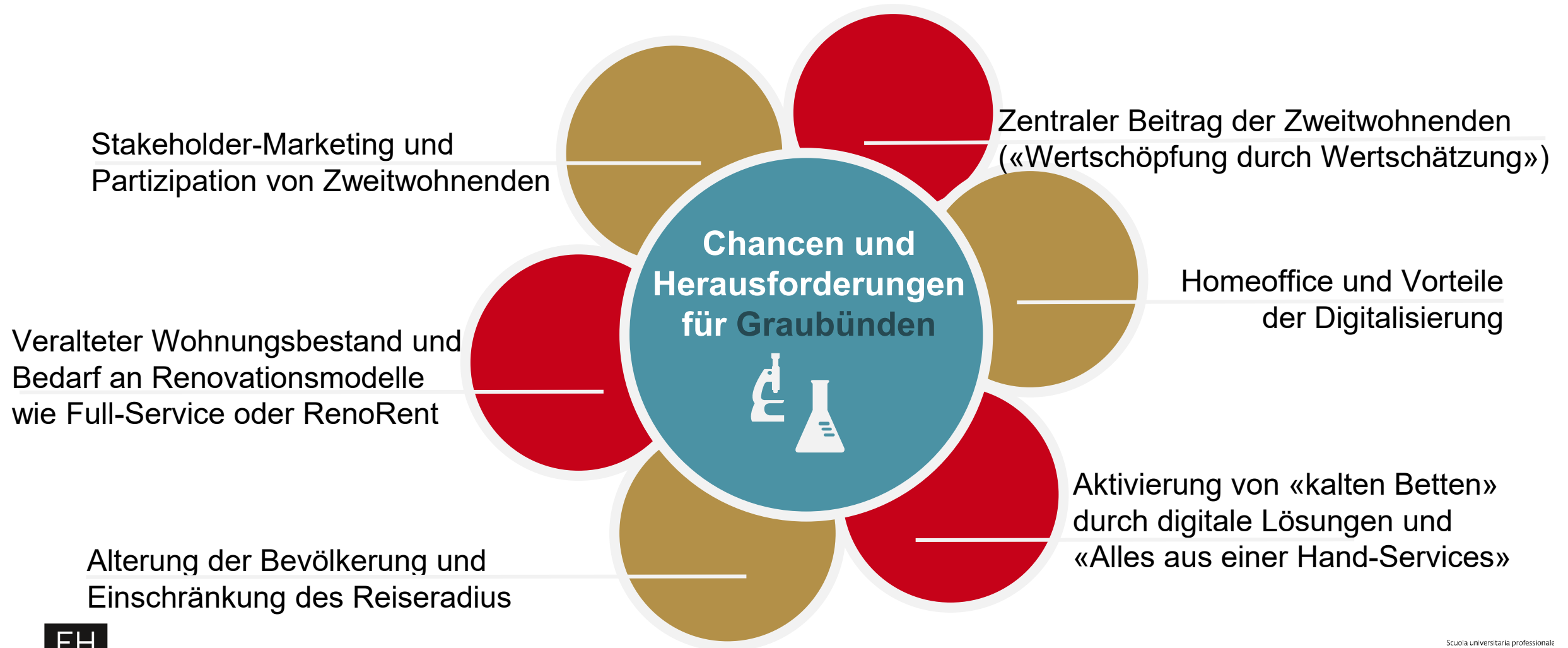
- Gute Erreichbarkeit ist wichtig, damit Multilokalität der Personen erleichtert wird.
- Ortsunabhängiges Arbeiten hat einen riesigen Entwicklungsschub erfahren und ist eine grosse Chance für periphere Regionen.
- Saisonalität wird damit keine so grosse Rolle mehr spielen.

## Die Immobilien

- Wertschöpfung entsteht v.a. dort, wo Gäste übernachten.
- Dies bedarf neben Hotels auch attraktive Wohnungen, d.h. Altbestand muss renoviert werden.
- All-in-one-Services im Bereich Bewirtschaftung und Renovation bieten gute Einkommensmöglichkeiten.
- Neue Beherbergungsformen spielen eine wichtige Rolle.

# Auftaktvortrag: Aufenthaltstourismus - Quo vadis?

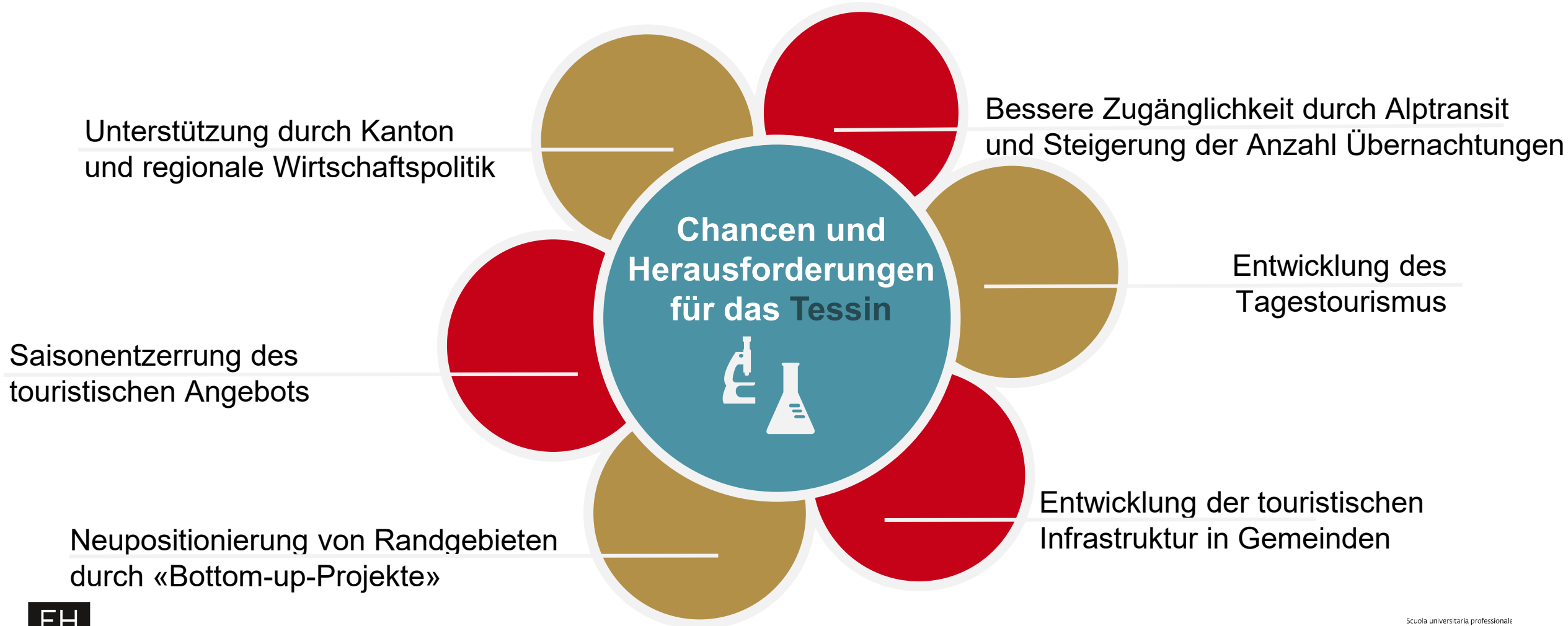
Marcus Caduff, Regierungsrat Kanton Graubünden,  
Vorsteher des Departements für Volkswirtschaft und Soziales





# Auftaktvortrag: Aufenthaltstourismus - Quo vadis?

Christian Vitta, Regierungsrat Kanton Tessin,  
Vorsteher des Departements für Finanzen und Wirtschaft



# Aufenthaltstourismus - Quo vadis?

## Kernbotschaften

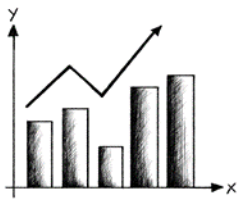


## Ein Strukturwandel in der Tourismusbranche findet sowohl in Graubünden als auch im Tessin statt

- Die Hotel-Landschaft ist durch eine geringere Anzahl von grösseren Hotels gekennzeichnet
  - Neue Hotels auf grüner Wiese zu bauen ist schwer möglich, u.a. wegen geringer Landverfügbarkeit und möglichen Einsprachen
  - Grössere Ferienresorts können nur bedingt entstehen
  - In peripheren Gebieten stehen wenige (finanzielle und Human-)Ressourcen zur Verfügung und Zweitwohnungen sollen immer mehr für den Tourismus aktiviert werden
  - Investorenmodelle für Ferienresorts finden mehr Verbreitung (z. B. «buy-to-use-and-let»)
  - Die Gastronomie ist meist unrentabel und wird schwierig aufrecht erhalten zu sein, aber sie ist für die Attraktivität des Angebots einer touristischen Destination unabdingbar
  - Das Verkehrsangebot ist für die Gestaltung eines integrierten Tourismussystems sehr wichtig
  - Der demographische Wandel in Richtung einer alternden Gesellschaft verkleinert den Reiseradius und erhöht die Nachfrage nach Altersdomizilen
- **Ferien- und Zweitwohnungen sind sehr bedeutend in Graubünden und im Tessin. Sie sollen eine Schlüsselrolle bei der Belebung des touristischen Angebots spielen**

# Fokusvortrag 1: Entwicklung auf dem Schweizer Zweitwohnungsmarkt

Maciej Skoczek, Ökonom und Real Estate Analyst bei UBS



## Corona-Krise

Mehr Freizeit  
Mehr Inlandreisen

## Homeoffice

Erlebnis in den Bergen  
Immobilien als sichere Investition

## Belebung der Auslandsnachfrage

Ferienwohnungen sind stark gefragt

## Begrenztes Angebot

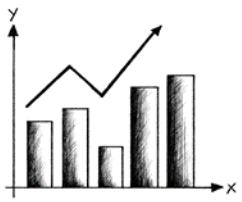
Geringe Bautätigkeit  
Verzögerter Verkauf

*Die Preise  
in Berggebieten  
steigen ...*

*... jedoch vergrößert  
sich die Kluft zwischen  
teuer und billig*

# Fokusvortrag 1: Entwicklung auf dem Schweizer Zweitwohnungsmarkt

Maciej Skoczek, Ökonom und Real Estate Analyst bei UBS



## Gestiegene Preise

Mehr Kapital und Einkommen werden benötigt

## Generationswechsel

40% der Zweitwohnungen wurden zwischen 1960-80 gebaut

## Normalisierung des Reiseverhaltens

Kurzaufenthalte und Auslandsreisen werden wieder im Mittelpunkt stehen

## Unterschätzte Kosten

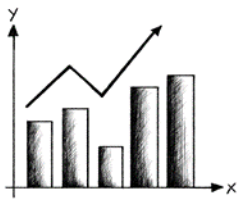
Die Betriebskosten eines Ferienhauses werden regelmässig unterschätzt

*Wird auf den Boom ein Absturz folgen?*



# Entwicklung auf dem Schweizer Zweitwohnungsmarkt

## Kernbotschaften



## Investitionen in Zweitwohnungen halten an

- Fortbestehen einer Phase von niedrigen Zinsen und mangelnden Anlagealternativen
- Das Angebot an bewirtschafteten Ferienwohnungen (*sharing*) stellt ein Wachstum dar
- Junge Familien schätzen die Bedeutung eines gesunden Lebens im Berggebiet und sind auch bereit, Hospitality-Leistungen zu erbringen
- Bewirtschaftete Ferienwohnungen haben bessere Renditeaussichten als Hotels (vgl. Studie «Design to cost» FHGR)

### Studie «Design to cost» (Deuber, Hörburger & Schläppi, 2015) – Gesamtfazit

- Kommerzielle Beherbergung in den saisonalen Feriengebieten Graubündens ist wirtschaftlich schwierig. Neue Vorhaben rechnen sich nur sehr selektiv.
- Neue Hotelprojekte sind, selbst ohne Einrechnung der Landkosten, nicht rentabilisierbar. Somit sind Umwegrenditen nötig, wie sie allerdings nach Annahme der Zweitwohnungsinitiative nur noch beschränkt möglich sind.
- Neue Projekte mit bewirtschafteten Appartements haben an guten Standorten eine Chance, aber es bleibt wenig Spielraum für den Kauf von Bauland.
- Um Investitionen im Beherbergungsbereich zu ermöglichen, muss Bauland generell sehr günstig oder unentgeltlich zur Verfügung stehen.
- Aufgrund der knappen Renditen kommt der Professionalität bei der Entwicklung von Projekten und bei deren Umsetzung generell hohe Bedeutung zu.

# Fokusvortrag 2: Diversifikation des touristischen Geschäftsfelds

Philipp Ries, Head of EMEA smart home partnerships (Google), VR-Präsident (Hapimag AG)



*Cooperative idea «own together - enjoy individually»*

Residence points ensure that all members can spend holidays according to their contribution

## Residence points are our currency



**Residence points**

For booking the holiday apartment

+



**Local charges**

Operating costs such as electricity, internet and cleaning

=



**Holiday apartment**

With personal support on site

# Fokusvortrag 2: Diversifikation des touristischen Geschäftsfelds

Philipp Ries, Head of EMEA smart home partnerships (Google), VR-Präsident (Hapimag AG)



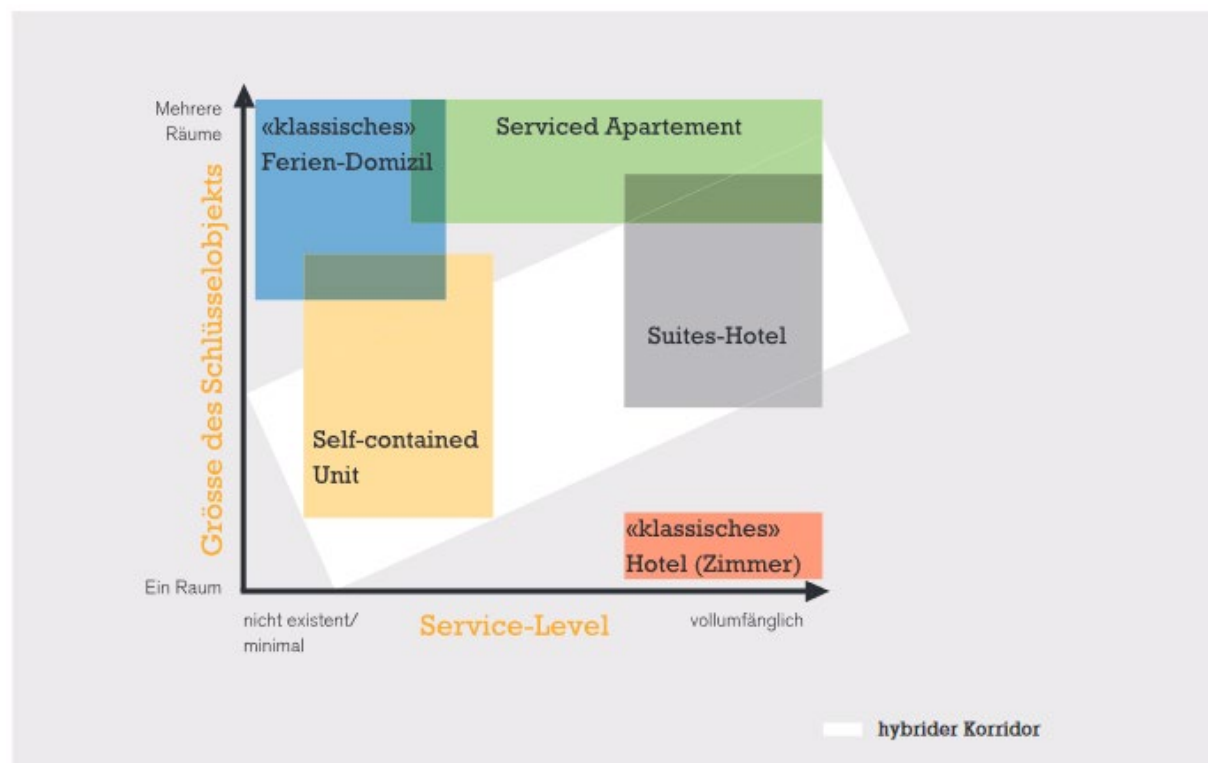
# Diversifikation des touristischen Geschäftsfelds

## Kernbotschaften



### Die Diversifikation ist für touristische Anbieter und Destinationen wichtig

- Eine stärkere Parahotellerie erhöht Resilienz bei Krisen
- Ein wachsendes Angebot an bewirtschafteten Wohnungen kann helfen, die Peripherie zu beleben, die Saisonalität zu entzerren und Erwerbsmöglichkeiten für Einheimische zu schaffen



# Kurzvorstellung

## Persönliches

### Norbert Hörburger

Stv. Leiter für Forschung und Dienstleistung und Leiter der Weiterbildung am Institut für Tourismus und Freizeit (ITF)



Forschungs- und Beratungsschwerpunkte:

- Hotels und Beherbergungsimmobilien
- Entwicklungen im Bereich Zweitwohnungen
- Tourismusinfrastrukturen
- Destinationsentwicklung
- Tourismusfinanzierung

## Forschungs- und Dienstleistungsangebot des ITF in folgenden Bereichen

- Tourismus Immobilien & Infrastrukturen
- Service Innovation
- Tourismus 4.0
- Nachhaltige Entwicklung



# Fokusvortrag 3: Tipps und Tücken beim Zweitwohnungsgesetz

Dr. iur. Reto Crameri, Rechtsanwalt, Notar und Grossrat GR



## Rahmen

- Entscheidendes Datum für viele Regelungen war das Datum der Annahme der Volksinitiative «Schluss mit uferlosem Bau von Zweitwohnungen!» am 11. März 2012
- Definition einer Wohnung ist aus juristischer Sicht nicht immer ganz klar
- Anwendungsbereich: Gemeinden mit einem Zweitwohnungsanteil von mehr als 20% (Art. 1 ZWG)
- Kanton und Gemeinden können Zweitwohnungsbau weiter einschränken (Art. 3 Abs. 2 ZWG), aber im Kanton GR gibt es keine kantonalen Einschränkungen, sondern der Kanton delegiert Kompetenz an Gemeinden (Art. 22a KRG): Bspw. Celerina/Schlarigna und Zuoz

## Regeln

- Keine begriffliche Unterscheidung im Gesetz zwischen Erst- und Zweitwohnungen, sondern nur zwischen Wohnungen mit Nutzungsbeschränkung und Wohnungen, welche frei in ihrer Nutzung sind
- Altrechtliche Wohnungen: Eine altrechtliche Wohnung im Sinne dieses Gesetzes ist eine Wohnung, die am 11. März 2012 rechtmässig bestand oder rechtskräftig bewilligt war (Art. 10 ZWG). Diese sind in der Nutzung frei und dürfen um max. 30% erweitert werden. Aber: Kein Ersatzneubau (gem. Bundesgerichtsentscheid)
- Sonderregelungen für Hotels (Umnutzung zu 50% der Hauptnutzfläche; Art. 8 Abs. 4 ZWG)
- Neue Wohnungen sind nur als Erstwohnung oder als touristisch bewirtschaftete Wohnungen möglich



# Tipps und Tücken beim Zweitwohnungsgesetz

## Kernbotschaften

- Wohnungen müssen rechtmässig bewilligt sein (betrifft v.a. altrechtliche Wohnungen).
- Rechtlich gesehen gibt es keine als Zweitwohnung bewilligte Wohnungen (sondern nur freie oder nutzungsbeschränkte Wohnungen).
- Bauliche Einheit ist zur Beurteilung vieler Fälle wichtig (Wohnung im engeren Sinne oder Vorliegen eines strukturierten Beherbergungsbetriebes).
- Durch die Umnutzung von altrechtlichen Erstwohnungen in Zweitwohnungen kann es für die einheimische Bevölkerung zu Verdrängungseffekten kommen, indem z.B. Einheimische aus gut und zentral gelegenen Erstwohnungen an peripherere Lagen verdrängt werden («Donut-Effekt»). Neue Erstwohnungen an peripheren Lagen können dabei den Zielen des ZWG zuwiderlaufen.
- Beweisrechtliche Frage beachten: Bei Wohnungserweiterung muss genau festgehalten werden, was zur Hauptnutzfläche zählt, damit die 30% verlässlich eingehalten werden können.

# Fokusvortrag 4: Aktivierung der Peripherie

Dr. Monica Mendini, Daina Matise Schubiger und Dr. Chiara Bernardi; SUPSI



Die künftige Entwicklung alpiner Destinationen wird geprägt sein von

- Alternativen Wintersportangeboten zusätzlich zum Skifahren/Snowboarding
- Mehr technische Beschneigung zur Aufrechterhaltung des Skibetriebs
- Notwendigkeit zur Entwicklung von Sommerangeboten
- Trend vom Kurzurlaub, welcher vielfältige Chancen bietet

Willkommenskultur ist zentral für die Attraktivität eines Ortes. Die Schwierigkeit besteht darin, diese bei allen zu verankern.

Nachlassendes Nutzungsinteresse der Zweitwohnungseigentümer schafft wachsendes Potential für die touristische Vermietung der Wohnungen

Lehren aus Covid19-Pandemie

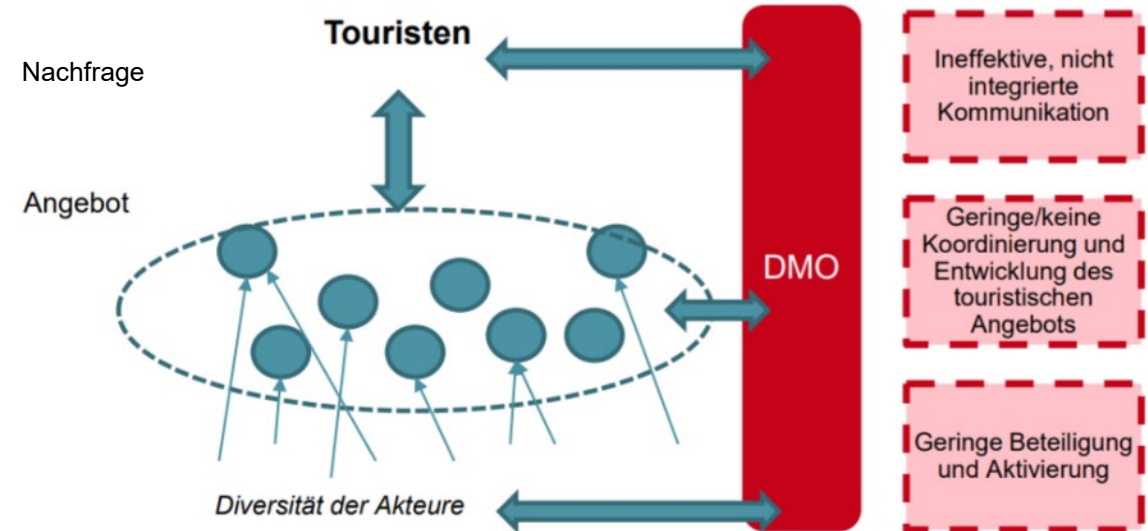
- Gesundheitliche Sicherheit wird hohen Stellenwert behalten
- Flexibilität bei den Betreibern bezüglich Stornierungs- und Buchungsbedingungen wird erwartet
- Digitale Kommunikation entlang der gesamten Customer Journey gewinnt an Bedeutung



# Fokusvortrag 4: Aktivierung der Peripherie

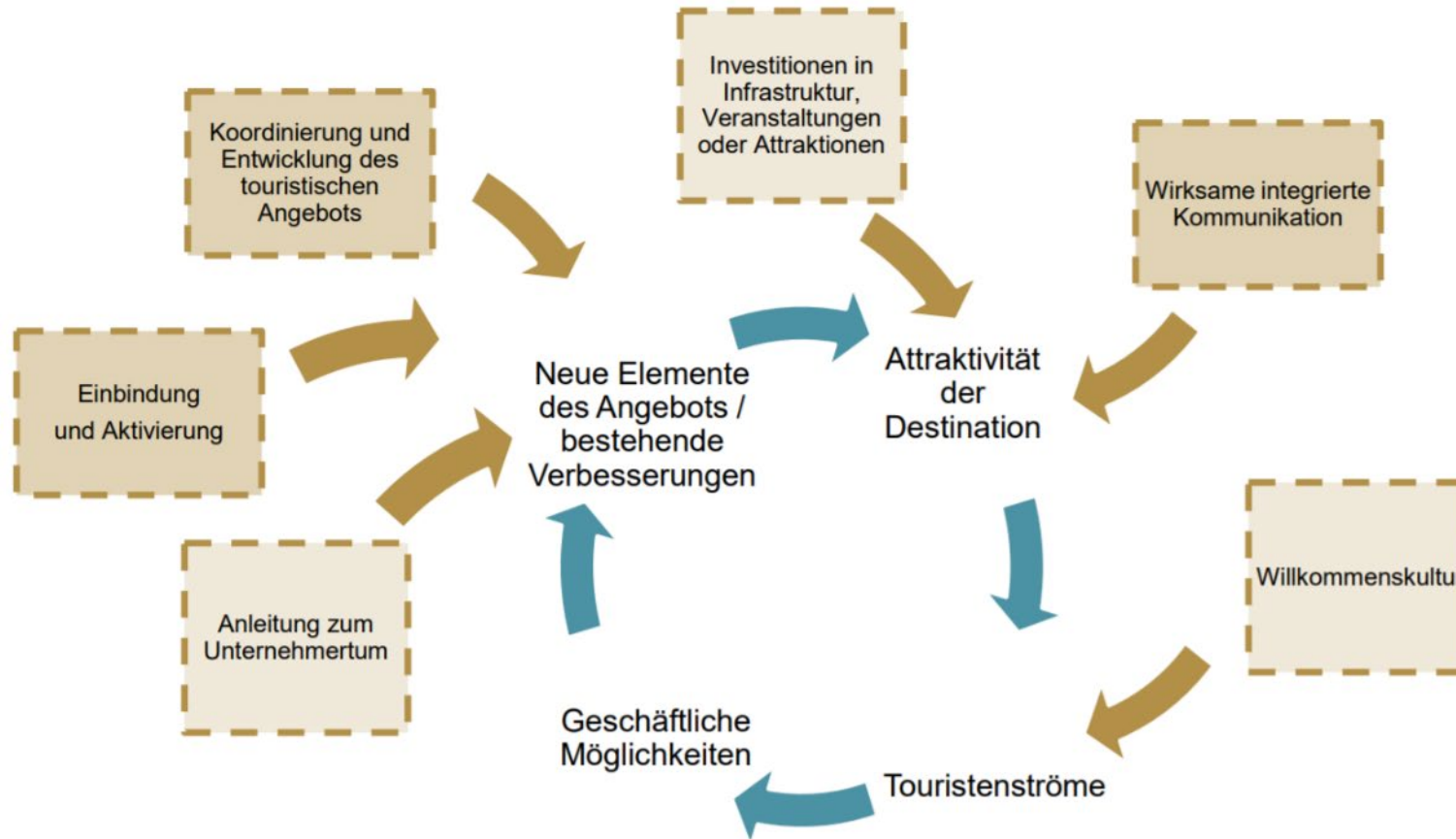
Dr. Monica Mendini, Daina Matise Schubiger und Dr. Chiara Bernardi; SUPSI

- Eine funktionierende Führung einer Destination (Governance) ist entscheidend, aber schwierig aufrechtzuerhalten, da periphere Destinationen mit geringen Ressourcen grosse Gebiete betreuen müssen
- Integrierte Marketing-Kommunikation wirkt auf drei Ebenen
  - Versenden von eindeutigen Botschaften (auf allen Kanälen)
  - Besser Positionierung der Marke
  - Schaffung einer langfristigen Vision, welche wertvolle Kundenerlebnisse ermöglichen

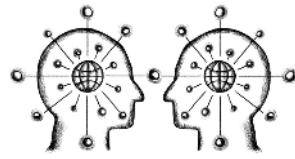


# Aktivierung der Peripherie

## Kernbotschaften







# Fokusvortrag 5: Vernetzung von Erstwohnern und Zweitwohnern

Stefan Kern, Chief Communication Officer bei Andermatt Swiss Alps (ASA), und  
Dr. Lena Pescia, Dozentin an der FH Graubünden

- Andermatt ist gekennzeichnet als Wohn- und Arbeitsort
- In Andermatt wurden über 1 Mrd. CHF investiert
- Infrastruktur in der Destination wurde erfolgreich modernisiert und Skigebiet erweitert
- Zehn Apartmenthäuser und zwei Hotels sind entstanden – 400 Wohnungen wurden bereits verkauft
- Vision der Prime Alpine Destination
- Unterschiedliche Käufertypologien nach Preislevels der Wohnungen
- Community Building ist in einer stark wachsenden Gemeinde wie Andermatt eine grosse Herausforderung (ca. 25% Einwohnerzuwachs in den letzten 13 Jahren).



Zusammenbringen von «Alt-Stadt» und «Neu-Stadt» muss durch Community Building Aktivitäten gelingen!

Bspw. durch Dialogveranstaltungen, Gemeindeversammlungen, Konzerte, Schaffung von Begegnungsmöglichkeiten.

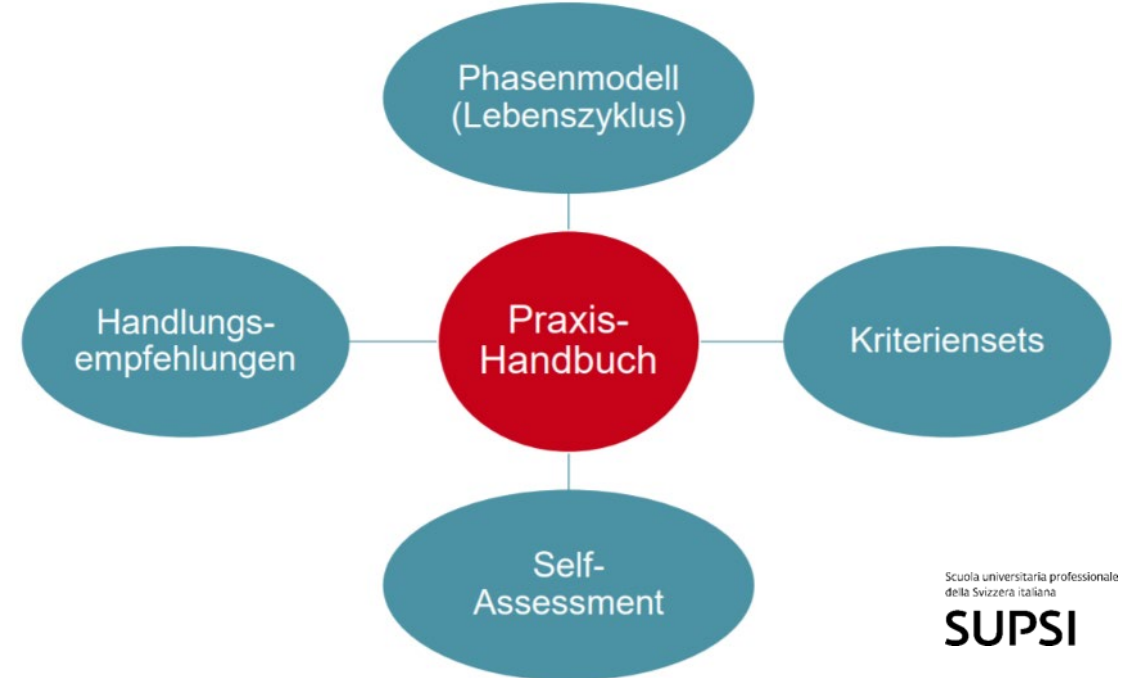


# Fokusvortrag 5: Vernetzung von Erstwohnern und Zweitwohnern

Stefan Kern, Chief Communication Officer bei Andermatt Swiss Alps (ASA), und  
Dr. Lena Pescia, Dozentin an der FH Graubünden

## Ziel des Projekts Community-Building in Andermatt

- Communities für die Praxis «greifbar» machen
- Unterstützung beim Aufbau von Communities
- Beitrag zur Belebung und Attraktivitätssteigerung des Lebensraumes





# Vernetzung von Erstwohnern und Zweitwohnern

## Kernbotschaften

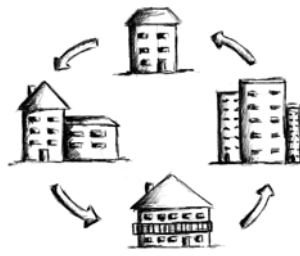
### Communities...

- sind sich permanent verändernde soziale Netzwerke
  - bestehen aus Einheimischen, Zweithemischen, Gästen, Arbeitnehmenden und Arbeitgebenden einer Destinationen
  - bilden die Basis zur Findung einer eigenen Identität
- Community-Building gelingt nur durch **Aktivierung und Einbezug aller** Anspruchsgruppen mit dem Ziel, einen nachhaltigen Lebensraum zu schaffen



# Fokusvortrag 6: Multilokalität und dessen Chance für den Tourismus

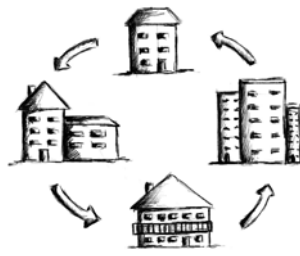
Onna Rageth, Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der FH Graubünden



- Phänomen der «amenity migration» nimmt zu, da Menschen sich nach einer besseren Lebensqualität und schöner Umgebung sehnen.
- Arbeitswelt verändert sich drastisch in Richtung mehr Freelancer, mehr Info-Workers.
- Durch Auflösung starrer Präsenzpflcht am Arbeitsplatz und guter Erreichbarkeit bleibt ein digitaler Lebensstil nicht nur den digitalen Nomaden vorbehalten.
- Mittels Workation (Verschmelzung von Arbeit und Ferien) können gerade periphere Destinationen von Gästen mit längeren Aufenthalten profitieren, da die Lebenshaltungskosten in der Peripherie i.d.R. günstiger sind, als in der Stadt.
- Städte bergen nicht mehr unbedingt die besseren Arbeits-Chancen, da Digitalisierung überall passiert.
- Corona-Krise hat ein Momentum geschaffen, das die Stadt-Flucht der Menschen beschleunigt hat. Sie entdecken nicht nur alpine Feriendestinationen für sich, sondern auch Randregionen der Städte, welche ein günstigeres und ausgeglicheneres Leben ermöglichen.

# Fokusvortrag 6: Multilokalität und dessen Chance für den Tourismus

Onna Rageth, Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der FH Graubünden



## Dienstleistungen für Ferien- und Zweitwohnungen

### Erfolgstreiber bei Concierge Services

- Individualität
- Personalisierung
- Vertrauen
- Sichtbarkeit
- vor Ort sein
- Besetzte Reception
- Full-Service
- Single-Point-of-Contact
- Kundenbedürfnisse besser verstehen
- Services bieten Wertschöpfungspotential

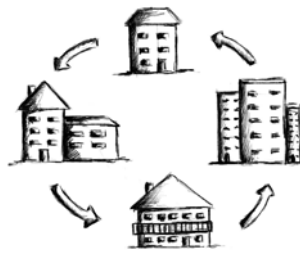
### Erfolgstreiber im Facility Management

- Zwischenreinigungen
- Reinigungsbereich stellt volumenbasiert eine Kernaufgabe dar
- 360° Full-Service
- Lokale Partner einbinden
- Nähe zu Hotels als Service-Hub von Vorteil
- Logistische Herausforderung (Reinigung dislozierter Objekte)
- Finanzielle Herausforderung (teilweise geringe Vermietungsmargen)



# Multilokalität und dessen Chance für den Tourismus in der Peripherie

## Kernbotschaften



- Eine sich verändernde Arbeitswelt ist der Treiber für die Multilokalität.
- Multilokaler Lebensstil der Gäste eröffnet interessante Erwerbs-Chancen für die heimische (Beherbergungs-)Wirtschaft (Serviced-Apartments, Co-Living- & Co-Working-Angebote).
- Rund um Zweit- und Ferienwohnungen entsteht damit ein Erwerbs-Ökosystem, dessen Vorhandensein es neuen Gästen erleichtert, ihren multilokalen Lebensstil auszuleben.
- Folgende Handlungsempfehlungen sollten von Leistungserbringern befolgt werden:
  - Full-Service sowie Single-Point-of-Contact bieten.
  - Convenience fördern – Vorlieben und Abneigungen der Gäste und Besitzer kennenlernen sowie in der Praxis mit entsprechenden Produkten und Dienstleistungen abdecken.
  - Synergien zur Hotellerie generieren, um logistischen Problemen hinsichtlich fehlendem (externen) Reinigungspersonal Abhilfe zu schaffen. Wenn möglich, Mitarbeiter-Sharing der Hotellerie für die Parahotellerie fördern (Wohnungsreinigung ist mit Abstand die meistgefragte Dienstleistung).

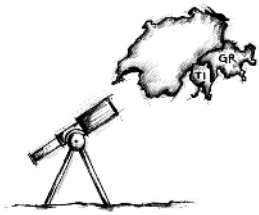
# Zweit- und Ferienwohnungen – Die neuen Stars im Aufenthaltstourismus

Fazit und Ausblick



# Zweit- und Ferienwohnungen – Die neuen Stars im Aufenthaltstourismus

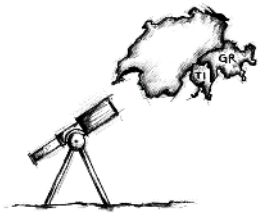
## Fazit und Ausblick



- Mit einem gelungenen Community-Building kann mehr Bezug zu Menschen und Ort hergestellt werden und so ein nachhaltigerer Tourismus in Graubünden und dem Tessin entstehen. Aber Zweitwohnungseigentümer sind keine homogene Gruppe. Nicht jeder lässt sich in gleichem Masse auf die Menschen vor Ort ein.
- Die junge Generation bei den Zweitwohnungseigentümern tendiert zum Sharing-Gedanken. Der Generationenwechsel bei den Wohnungen verbunden mit interessanten Angeboten vor Ort (z. B. Angebot RenoRent) bietet damit die Chance mit neuen, attraktiven Wohnungen am Markt aufwarten zu können und so auch internationale Gäste zu gewinnen. Die Mietpreise von Ferienwohnungen sind im alpinen Vergleich auf einem wettbewerbsfähigen Niveau.
- Attraktive Zweit- und Ferienwohnungen zusammen mit dem demographischen Wandel wirken sehr stabilisierend auf die touristische Nachfrage:
  - Nutzung von Zweit-/Ferienwohnungen auch in der Nebensaison durch zeitflexible Personen, die nicht mehr im Arbeitsprozess stehen bzw. nicht an die Schulferien gebunden sind.
  - Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist bei dieser Unterkunftsart höher.
- Ferienwohnungen/-häuser bieten für Neu-Gastgeber die Möglichkeit zum Einstieg in das Beherbergungsgewerbe (private Wohnungsvermieter, Bauernhöfe, Alphütten etc.)

# Zweit- und Ferienwohnungen – Die neuen Stars im Aufenthaltstourismus

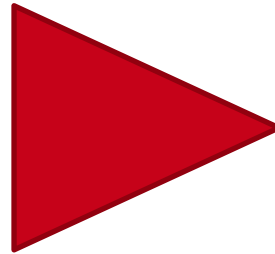
Fazit und Ausblick



## Paradigmenwechsel in der Denkweise des Tourismus in Graubünden und im Tessin

Im Fokus der  
Tourismusentwicklung standen  
in den vergangenen  
Jahrzenten v.a. Hotels und  
Bergbahnen.

Bei diesen Leistungsträgern  
ist – abgesehen von einem  
qualitativen Wachstum – das  
Wachstumspotential jedoch  
weitgehend ausgereizt.



Zweit- und Ferienwohnungen  
stellen dagegen ein  
interessantes Wachstumsfeld  
für den Tourismus dar.

Sie bieten Chancen, neue  
Erwerbsökosysteme  
aufzubauen und von der  
wachsenden Multilokalität der  
Menschen zu profitieren.



**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.**