

# «Nur eine gute Partnerschaft hilft uns weiter»

Einen weiten Bogen spannte der Sommeranlass der Stammgästevereinigung Viv Arosa im «Waldhotel National» am vergangenen Samstag – von der Tourismusfinanzierung in der Gemeinde Arosa über die Marketingstrategie von Arosa Tourismus bis zum Dauerbrenner Tourismusfinanzierung und Zweitwohnungen.

## ■ Uwe Oster

Nach dem Willkommen durch Christoph Sievers, Präsident von Viv Arosa, eröffnete Roman Kühne, Leiter der Ressorts Tourismus, öffentliche Sicherheit, Steueramt und Liegenschaftenverwaltung bei der Gemeinde Arosa, den Reigen der Referate. Sein Thema war die Tourismusfinanzierung in der Gemeinde Arosa. Dabei stand er gleich vor einem Dilemma: Nicht immer ist klar zu unterscheiden, welche Ausgaben ganz dem Tourismus zuzuordnen und welche «normale» Infrastrukturausgaben sind. Als ein Beispiel nannte er den Ortsbus. Weiter erläuterte er, aus welchen Töpfen der Tourismus in Arosa finanziert wird. Für die Zweitwohnungsbesitzer ist hier natürlich vor allem die Sport- und Gästetaxe von Bedeutung, die von Arosa Tourismus bei Beherbergern und eben den Zweitwohnungsbesitzern erhoben wird. «Diese Einnahmen dürfen nur für das Gästeangebot in Arosa verwendet werden», stellte Kühne klar und nicht etwa für das Marketing.



Roman Kühne – Gemeinde Arosa.

Bilder Uwe Oster

## Auch Gelder aus der Gemeindekasse

Die Tourismusförderungsabgabe wiederum wird ebenfalls durch Arosa Tourismus bei den Beherbergern und Gewerbebetrieben eingezogen. Sie wird für das Marketing verwendet, mit dem Ziel der Gewinnung neuer Arosa-Gäste. Auch aus der Gemeindekasse fließen Gelder in den Tourismus. Dies hauptsächlich an Arosa Tourismus, aber auch an die Verkehrsvereine im Schanfigg. Aus diesen Gemeindebeiträgen finanziert werden beispielsweise rein touristische Einsätze der Gemeindepolizei, Beiträge an die Pferderennen, den Schneesportverein (Weltcup-Anlässe), das Strandbad Untersee (kein Eintritt), die Schlittelbahn Prätschli, Langlauf, Spielplätze, Bärenhöhle und Camping. Weiters fließen die Gelder der Gemeinde in den Unterhalt der Wanderwege, den Gratisbus, Arena Obersee, All-inklusive und – leicht skurril – an die SBB als Beitrag für die Rolltreppe zum Arosa-Bahnsteig am Bahnhof in Chur. Dort hätten die SBB eigentlich keine Rolltreppe vorgesehen. «Aber wir wollten unseren Gästen nicht zumuten, dass sie mit ihren schweren Koffern die Treppe hochlaufen müssen». Schliesslich erwähnte Kühne noch den Tourismusförderungsbeitrag für Arosa Tourismus. Alles in allem summieren sich die jährlichen Gemeindebeiträge an die Tourismusfinanzierung auf ungefähr 3 Mio. Franken, davon 550 000 Direktbeiträge für das Marketing an Arosa Tourismus.

## Lenkungsabgabe für Infrastruktur

Ein weiterer Topf ist die Lenkungsabgabe, die in Arosa für neu geschaffene Zweitwohnungen bzw. Vergrößerungen von Zweitwohnungen erhoben wird. Diese Einnahmen müssen für die touristische Infrastruktur verwendet werden. Konkret nannte Kühne hier den Ausbau der Beschneiung, Verbesserungen am Golfplatz, die Urdenbahn, Förderbänder Innerarosa, Langlaufloipen und den Pumptrack. Ein weiterer wichtiger Punkt der Tourismusfinanzierung sind Beiträge von Sponsoren. Unter dem Strich ergibt das folgende jährliche Beiträge:

- Sport- und Gästetaxe ca. Fr. 4,0 Mio.

- Tourismusförderungsabgabe ca. 0,7 Mio.
- Gemeindebeiträge ca. 3,0 Mio.
- Sponsoring/Eigenbeiträge Arosa Tourismus ca. 1,8 Mio.
- Lenkungsabgabe (kumuliert seit 2011) ca. 3,3 Mio.

Die Gemeindekasse bekommt nicht nur im Rahmen der Tourismusfinanzierung Gelder von den Zweitwohnungsbesitzern. Diese entrichten zudem Einkommens- und Vermögenssteuern (jährlich), Liegenschaftsteuern (jährlich), Handänderungssteuern (bei Kauf oder Verkauf) und Grundstückgewinnsteuern (bei Verkauf). Das heisst konkret: Die Zweitwohnungsbesitzer leisten rund 25% der Einkommens- und Vermögenssteuern der Gemeinde Arosa, in Zahlen ausgedrückt circa 2 Mio. Franken. Von den eingenommenen Abgaben aus Liegenschafts-, Handänderungs- und Grundstückgewinnsteuern von etwa 3,5 Mio. Franken stammt ein beachtlicher Teil von den Zweitwohnungsbesitzern. Roman Kühne schätzt den Anteil auf etwa zwei Drittel.

## Arosa «verkaufen»

Was sind eigentlich die Aufgaben von Arosa Tourismus? Yvonne Wüthrich, Leiterin Kommunikation bei AT, fasste es in zwei prägnanten Worten zusammen: «Arosa verkaufen.» Ausformuliert heisst das: Bewerbung des Ortes und Bearbeitung der touristischen Märkte (Marketing), Verbesserung der touristischen Rahmenbedingungen von Arosa, Informationsübermittlung an die Gäste, Gästeprogramm vor Ort (kulturelle und sportli-



Yvonne Wüthrich – Arosa Tourismus.

che Veranstaltungen). Wie das «Verkaufen» von Arosa aussehen kann, das zeigte sie anhand einiger prägnanter Beispiele. Bewusst wolle man sich von der Darstellung anderer Destinationen abheben. Etwa durch die Nostalgieplakate, die auf eine sehr positive Resonanz gestossen seien. Manchmal muss man auch Glück haben: Etwa wenn die Arosa-Werbung auf «20 Minuten» genau über der Wahl von Donald Trump zum US-Präsidenten aufblinkt und damit eine entsprechend grosse Aufmerksamkeit erfährt.

Auch Yvonne Wüthrich versorgte die Mitglieder von Viv Arosa mit Zahlen. So etwa zur Gästetaxenrechnung. Woher kommen die Gelder? Der grösste Teil stammt aus Sport- und Kulturanlässen (36%), gefolgt von Beiträgen der Beherberger (26%) und der Zweitwohnungsbesitzer (18%). Dazu kommen Gelder aus Kongressen und Sportanlagen (8,5%) sowie Einnahmen aus diversen Quellen (11,5%). Unter dem Strich ergibt das einen Ertrag von rund 9,425 Mio. Franken und damit einen Ertragsüberschuss von knapp 64 000 Franken.

#### Wichtige Aufgabe: Marketing

Eine wichtige Aufgabe von Arosa Tourismus ist das Marketing. Im Vergleich zu den Mitbewerbern verfüge Arosa Tourismus über ein kleines Marketingbudget, stellte Yvonne Wüthrich anhand einiger Vergleichszahlen heraus. Die Marketing-Rechnung sieht Einnahmen in Höhe von 1,246 Mio. Franken. Der Kuchen teilt sich wie folgt auf: Marketingbeitrag Gemeinde 550 000 Franken, Tourismusförderungsabgabe Beherberger 300 000 Franken, Tourismusförderungsabgabe Handel und Gewerbe 250 000 Franken, Tourismusförderungsabgabe Wohnungsvermieter 81 000 Franken und Sponsoring durch Firmen 65 000 Franken. Der Grossteil dieser Summe fliesst in die klassische Werbung (755 000 Franken). Keinen Zweifel liess Wüthrich an ihrer Überzeugung, «dass Marketing wichtig ist». Man müsse «laut» sein, um Aufmerksamkeit zu erreichen. Für sie steht fest: «Es sind mehr Marketinggelder notwendig.» Generiert werden sollten diese Mehreinnahmen über die Tourismusförderungsabgabe, sprich die Erhöhung der Abgaben von Handel, Gewerbe, Gastronomie und Hotellerie, «die auch von den Gästen profitieren».

Neben der klassischen Werbung gebe es aber auch noch viele andere Möglichkeiten, Aufmerksamkeit zu erreichen. Als Beispiele führte sie das «Züri Fäscht» oder den Weihnachtsmarkt auf dem Sechseläutenplatz an. Durch die direkte Ansprache könne hier sehr effektiv Werbung für Arosa gemacht werden. Auch durch die Events würden nicht nur Logiernächte und Wertschöpfung generiert. So sei die Medienpräsenz durch die Events «unbezahllbar». Zudem seien die Events als Teil des Gästeprogramms von grosser Bedeutung. Und nicht zuletzt hätten

die Events eine integrierende Funktion für die ganze Destination, weil viele sich dabei einbrächten.

#### Tourismusgesetz im Mai 2019

Als grosse Herausforderung bezeichnete es Wüthrich, «den richtigen Marketingmix zu finden, um möglichst viele (potenzielle) Gäste anzusprechen. Natürlich ist das liebe Geld ebenfalls ein zentraler Punkt: Leider blieben die Budgets gleich, während die zu verkaufenden Angebote und Produkte zunähmen. Als Beispiele nannte sie das Novemberhoch. Aber auch den Umschwung von einer Zwei-Saison-Destination zu einer Destination mit zehn bis elf Monaten touristischen Angeboten. Da die Einnahmen für das Marketing abhängig von den Logiernächten sind, könne nur eingeschränkt geplant werden. Daher sprach sich Yvonne Wüthrich klar für eine Pauschalisierung aus. «Das würde unsere Arbeit erleichtern.» Zum Tourismusgesetz hatte zuvor schon Roman Kühne zum Stand der Dinge berichtet. Aktuell bereitet der Kanton ein Mustergesetz vor. Im Idealfall könne ein auf Arosa angepasstes Gesetz im Mai 2019 in Kraft treten. Eine Pauschalisierung sei dann möglich. Und die Gemeinde werde dieser Abrechnungsart wohl auch den Vorzug geben, kündigte Kühne an.

#### Einbindung der Zweitwohnungsbesitzer

Dritter im Bunde der Referenten war Heinrich Summermatter, Präsident der Allianz Zweitwohnungen Schweiz. Er widmete sich zunächst der Entstehungsgeschichte von Zweitwohnungen im alpinen Raum. Treiber dieser Entwicklung ab den 1960er-Jahren sei zum einen die zunehmende Mobilität durch das Auto gewesen, zum anderen die Bereitschaft der Einheimischen, Land zu verkaufen. Heute gibt es 400 000 von den Besitzern selbst genutzte Zweitwohnungen und -häuser in der Schweiz. Eine schwierige Herausforderung sei der Generationenwechsel. «Einem Ferienort fast ausschliesslich die Treue zu halten, wird für unsere Jungen immer seltener, zu gross sind die konkurrenzierenden, günstigen Angebote von nah und fern.

Keinen Zweifel liess Summermatter an dem «Nutzen des Zweitwohnungsparks für die Tourismuswirtschaft». Die Zweitwohnungsbesitzer seien gute Kunden beim Gewerbe und in den Läden der Destination. Studien zeigten, dass die Zweitwohnungsbesitzer zwischen 25 000 und 30 000 Franken pro Jahr in den Gemeinden ausgeben. Dennoch sei es in letzter Zeit «zu unschönen Friktionen» zwischen den Feriengemeinden und den auswärtigen Liegenschaftsbesitzern gekommen. Grund dafür sei die heutige, nicht einfache Situation im Tourismus, die finanziellen Mittel seien knapp. «Da ist die Versuchung gross, mit Zwangsabgaben und überhöhten Kurtaxen dem auswärtigen Besitzer noch einen zusätzlichen Obolus abzuzwa-



Heinrich Summermatter – Allianz Zweitwohnungen Schweiz.

cken.» Dieser Weg aber führt nach Überzeugung Summermatters «in eine Sackgasse». Die Teilzeitbewohner würden dadurch verärgert, «und verärgerte Kunden sind keine guten Kunden».

Vor diesem Hintergrund hat die Allianz Zweitwohnungen Schweiz sechs Empfehlungen für eine gute Partnerschaft erarbeitet:

- Zweitwohnungsbesitzende einbinden in die Gremien, die über die Mittelverwendung bestimmen.
- Zweitwohnungsbesitzende in Projekte am Ort einbeziehen.
- Nachrückende Generation in den Fokus nehmen und für diese den Tourismus am Ort neu erfinden.
- Verzicht auf Zweitwohnungssteuern und Augenmass bei der Festlegung der Kurtaxen. Faustregel beachten: Die Schmerzgrenze liegt bei pauschal 600 Franken für eine 3-Zimmer-Wohnung. Besser die Zweitheimischen als freiwillige Investoren gewinnen.
- Keinen Vermietungszwang ausüben – aber wer vermieten will, soll unterstützt werden.
- Upgrade des Zweitwohnungsparks als Chance für das örtliche Gewerbe wahrnehmen und unterstützen.

#### Kein Platz für Querelen

Heinrich Summermatters Fazit: «Die Herausforderungen im alpinen Tourismus der nächsten Jahre sind gross. Es hat keinen Platz für Querelen zwischen der Destination und den auswärtigen Liegenschaftsbesitzern. Nur eine gute Partnerschaft zwischen allen Beteiligten hilft uns weiter.»

Den Referaten schloss sich noch eine Diskussionsrunde an, die von Chrigel Junker, Präsident des Gemeindeparlaments Arosa, geleitet wurde. Mit einem Apéro wurde die Veranstaltungen im gemütlichen Rahmen abgeschlossen.