

Zweitwohnungsbesitzer als Partner

Die Schweizer Denkfabrik Avenir Suisse (Zukunft Schweiz) hat in den letzten paar Jahren einige sehr bemerkenswerte Studien publiziert. Dazu gehört auch jene von Daniel Müller-Jentsch über neue Erfolgsfaktoren für Berggebiete.



HANSPETER DANUSER

Lapidar hält er zu Beginn fest, dass in den Schweizer Bergregionen gegenwärtig zentrale Quellen der Wertschöpfung massiv unter Druck geraten: der Tourismus, das Baugewerbe und die Energiewirtschaft. Von der Land- und Forstwirtschaft erwartete er keine Impulse. Als alternative Wertschöpfungsquelle empfiehlt Müller-Jentsch fürs Erste die vielen Zweitwohnungsbesitzer, eine «zentrale Ressource», die seit einigen Jahrzehnten da ist, aber weitgehend brachliegt: «In der Schweiz gibt es rund 520 000 Zweitwohnungen, die meisten davon im Alpenraum. In Graubünden, dem Wallis oder dem Berner Oberland liegt ihr Anteil bei über 40 Prozent, in vielen Tourismusgemeinden sogar weit darüber. Lange wurden Zweitwohnungsbesitzer von Einheimischen vor allem als Immobilienkäufer, Touristen und Steuerzahler geschätzt.» Und nun folgt eine Überlegung, die für jemanden wie mich, der lange gegen den überbordenden Zweitwohnungsbau angekämpft hat, innovativ und bedenkenswert ist: Zweitwohnungsbesitzer könnten ihrer Wahlheimat viel

mehr bringen als wirtschaftliche Impulse, nämlich neue Ideen, Investitionen und Unternehmertum: «Zweitwohnungsbesitzer sind häufig einkommensstark, vermögend, gut ausgebildet und mobil. Gemäss einer Erhebung in Davos hatten sie im Schnitt ein steuerbares Einkommen von 200 000 Franken im Jahr – gut das Dreifache des Bündner Durchschnitts. Unter ihnen finden sich viele Selbständige, Unternehmer und Personen mit wertvollen Netzwerken im In- und Ausland. Dank ihrem oft emotionalen Bezug zum Zweitdomizil haben sie eine grundsätzliche Bereitschaft, sich dort zu engagieren und einzubringen.»

Müller-Jentsch erinnert hier an die langfristigen Investitionen und Impulse von Zweitwohnungsbesitzern im Oberengadin (Familie Niarchos), Gstaadt, derzeit in Saas Fee und Disentis, etc. Dazu gibt es zahlreiche Engagements in Gastronomie und Hotellerie durch Unterländer im Alpenraum, bei denen ideelle Motive überwiegen, um das Umfeld am Zweitwohnungssitz zu verbessern. Diesen Investoren liegt ihre Ferienheimat am Herzen. Sie wollen mit ihren Beiträgen deren Lebensqualität und damit deren Marktwert erhöhen, nicht zuletzt auch mit Blick auf ihre Nachkommen.

Bergregionen können ihre Zweitwohnungsbesitzer aber nur dazu bewegen, sich finanziell und ideell mehr zu engagieren, wenn sie dieses nicht als Milchkühe, sondern als Partner behandeln. Dazu ist eine systematische Erfassung und regelmässige Kommunikation die Basisvoraussetzung. Destinationen mit mehr als 30 Prozent Zweitwohnungen sollten dafür meiner Meinung nach sowohl auf Seiten der politischen Gemeinde, wie auch der touristischen Organisation auf Geschäftsleitungsebene geeignete Chefs bestimmen, mit klaren Zielen und Strategien.

Und der Autor bringt weitere Vorschläge: «Eine Möglichkeit wäre es, den nicht stimmberechtigten Zweitwohnungsbesitzern über konsultative Gremien auf Gemeindeebene („Rat der Zweitwohnungsbesitzer“) ein Mitspracherecht über die Verwendung der Mittel aus der Zweitwohnungsabgabe zu geben. Über derartige Gremien könnten jene ihre Anliegen und Ideen in die Gemeindepolitik einbringen. Denkbar wäre es auch, gewisse Milizämter für Zweitwohnungsbesitzer zu öffnen. Ferner könnten Gebirgskantone Beauftragte für Zweitwohnungen benennen, die als Relationship-Manager fungieren ähnlich den Alumni-Beauftragten einer Universität. Unter anderem wäre es denkbar, dass sie sich aktiv darum bemühen, Zweitwohnungsbesitzer für bestimmte Projekte zu gewinnen. Steuerliche Anreize könnten helfen, Zweitwohnungsbesitzer zur Verlegung ihres Wohnsitzes zu bewegen. Dies brächte nicht nur Steuersubstrat ins

Berggebiet, es würde die Auswärtigen auch zu Stimmbürgern machen und für ein stärkeres persönliches oder unternehmerisches Engagement vor Ort motivieren. Eine grosse Chance ist dabei die Tatsache, dass die Babyboomer-Generation in den nächsten Jahren das Pensionsalter erreicht. Diese häufig wohlhabenden und gut ausgebildeten «Neurentner» sind frei in der Wohnortwahl, häufig kapitalstark, sehr aktiv und suchen nach dem Ausscheiden aus dem Berufsleben neue Betätigungsfelder. Diese Beispiele zeigen, dass es noch viel Potenzial gibt für die bessere Einbindung der Zweitwohnungsbesitzer und für ihr Engagement zur wirtschaftlichen Entwicklung im Alpenraum. Viel von diesem Engagement entsteht freiwillig und spontan. Aber auch die Gebirgskantone, Tourismusgemeinden und Einheimischen können ihren Teil dazu beitragen, das partnerschaftliche Verhältnis zu den Zweitwohnungsbesitzern weiterzuentwickeln.»

Ergänzend empfehle ich, für Zweitwohnungsbesitzer und andere Stammgäste in Hotels und Ferienwohnungen Präventions- und Reha-Angebote bereitzustellen, unter Einbezug der regionalen Ärzte, Kliniken und Spitäler. Geschätzte gut zwei Drittel dieses Gästesegments sind über 50 Jahre alt und zählen damit zum stark wachsendem Potenzial der Gesundheitstouristen, die ihr Wohlbefinden bevorzugt in der lieb gewordenen Ferienheimat sichern, wieder erlangen und geniessen wollen statt in irgendeiner üblichen Reha-Station. Gesundheitstourismus ist einer der wenigen Bereiche, der auch im Schweizer Tourismus seit Jahren zulegt – trotz teurem Schweizer Franken.