

TOURISMUSPOLITIK DES KANTONS WALLIS



CANTON DU VALAIS
KANTON WALLIS





INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	4
Einleitung	6
Ausgangslage	8
Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus	10
Erwartete Entwicklungen	12
Vision und Ziele	18
Vision	20
Tourismuspolitische Ziele	21
Wertehaltung	22
Marke Wallis	22
Schwerpunkte des Engagements der nächsten Jahre	24
Bundesaufgaben	27
Raumentwicklung	28
Wirtschaftsförderung	29
Bildung	30
Landwirtschaft, Natur und Landschaft	31
Verkehr	32
Kultur und kulturelles Erbe	33
Tourismusfinanzierung	34

VORWORT

Der Tourismus ist weltweit nach wie vor einer der stark wachsenden Sektoren. Die Walliser Tourismuswirtschaft steht jedoch unter grossem Anpassungsdruck. Die Veränderung des Informations- und Kaufverhaltens aufgrund des technologischen Fortschritts, die Annahme der Zweitwohnungsinitiative sowie die in den letzten Jahren gesehene dramatische Aufwertung des Schweizer Frankens zwingen viele im Tourismus tätige Unternehmen, sich grundsätzlich mit ihren Geschäftsmodellen auseinanderzusetzen.

Dem Staat Wallis ist es ein Anliegen, dass sich der Tourismussektor im Wallis weiterhin entfalten kann und insbesondere auch zum Erhalt der wirtschaftlichen Aktivitäten in den Seitentälern beiträgt. Dabei soll das qualitative vor einem quantitativen Wachstum stehen, was bedeutet, dass die Entwicklung der Tourismuswirtschaft primär über die Verbesserung der Produktivität erfolgen soll. Dies nicht zuletzt darum, weil 33% der Exportwertschöpfung des Kantons Wallis durch den Tourismus erarbeitet werden, wie dies durch die HES-SO Valais/Wallis im Rahmen des Satellitenkontos für den Walliser Tourismus errechnet wurde. Mit dem Projekt „Tourismus 2015“ und den damit verbundenen Anpassungen und Flexibilisierungen im Bereich des Tourismusgesetzes bzw. der Gründung der intersektoriellen Vermarktungsgesellschaft sowie der Verbesserung der statistischen und wissenschaftlichen Grundlagen für die Branche, hat der Kanton Wallis in den letzten Jahren die Rahmenbedingungen auf kantonaler Ebene deutlich verbessert. Hinzu kommen neue finanzielle Unterstützungsinstrumente wie der Tourismusfonds oder die Gewährung von Sicherheitsleistungen zu Gunsten von touristischen Unternehmen.

Mit der vorliegenden Tourismuspolitik will der Staat Wallis in seinem Einflussbereich dazu beitragen, dass der Tourismussektor seine Potenziale optimal ausschöpfen kann. Der Staat Wallis trägt deshalb bei seinem Handeln der Bedeutung des Tourismus auf allen Stufen und in allen Sektoralpolitiken Rechnung.

Mit einer proaktiven und zielgerichteten Auseinandersetzung mit den Herausforderungen und Unterstützung von Lösungsansätzen des Tourismussektors will der Staat Wallis den Tourismussektor bei der Bewältigung der aktuellen strukturellen Herausforderungen proaktiv unterstützen.

Das Wallis hat die allerbesten Voraussetzungen sowohl für den Sommer- als auch für den Wintertourismus. Die einzigartige, abwechslungsreiche Landschaft, die kulturelle Vielfalt und regionalen Besonderheiten, das südländische Klima sowie die stolze Bevölkerung sind erstklassige Argumente für einen erfolgreichen Tourismus.

Darum sind wir überzeugt, dass die Walliser Tourismusbranche - unterstützt durch die vorliegende Tourismuspolitik des Kantons - die aktuellen Herausforderungen meistern und künftig wieder am wachsenden Tourismusmarkt partizipieren wird.



Esther Waeber-Kalbermatten
Präsidentin des Staatsrates



Raymond Carrupt
Präsident der Walliser Tourismuskammer



EINLEITUNG



Das Tourismusgesetz vom 9. Februar 1996 beauftragt den Staat, in Zusammenarbeit mit dem Dachverband des Tourismus, eine kantonale Tourismuspolitik zu erarbeiten und deren Durchsetzung zu überwachen. Dabei bezweckt die kantonale Tourismuspolitik die Abstimmung der Massnahmen zur Entwicklung eines qualitativ hochstehenden Tourismus zwischen den am Tourismus interessierten Kreisen und den öffentlichen Körperschaften und trägt den sektoriellen Politiken Rechnung.

Die letzte Tourismuspolitik des Staates Wallis datiert aus dem Jahre 2003. Aufgrund der in den letzten Jahren gesehene Veränderungen ist eine Aktualisierung zwingend.

Mit dem Projekt „Tourismus 2015“ und den damit verbundenen Anpassungen und Flexibilisierungen im Bereich des Tourismusgesetzes bzw. der Gründung der intersektoriellen Vermarktungsgesellschaft sowie der Verbesserung der statistischen und wissenschaftlichen Grundlagen für die Branche, hat der Kanton Wallis in den letzten Jahren die Rahmenbedingungen auf kantonaler Ebene deutlich verbessert. Hinzu kommen neue finanzielle Unterstützungsinstrumente wie der Tourismusfonds oder die Gewährung von Sicherheitsleistungen zu Gunsten von touristischen Unternehmen.

Durch die proaktive Auseinandersetzung mit Chancen und Risiken sowie durch die zielgerichtete Unterstützung von Lösungsansätzen der Branche will der Staat Wallis den Tourismussektor bei der Bewältigung der aktuellen strukturellen Herausforderungen weiterhin unterstützen.

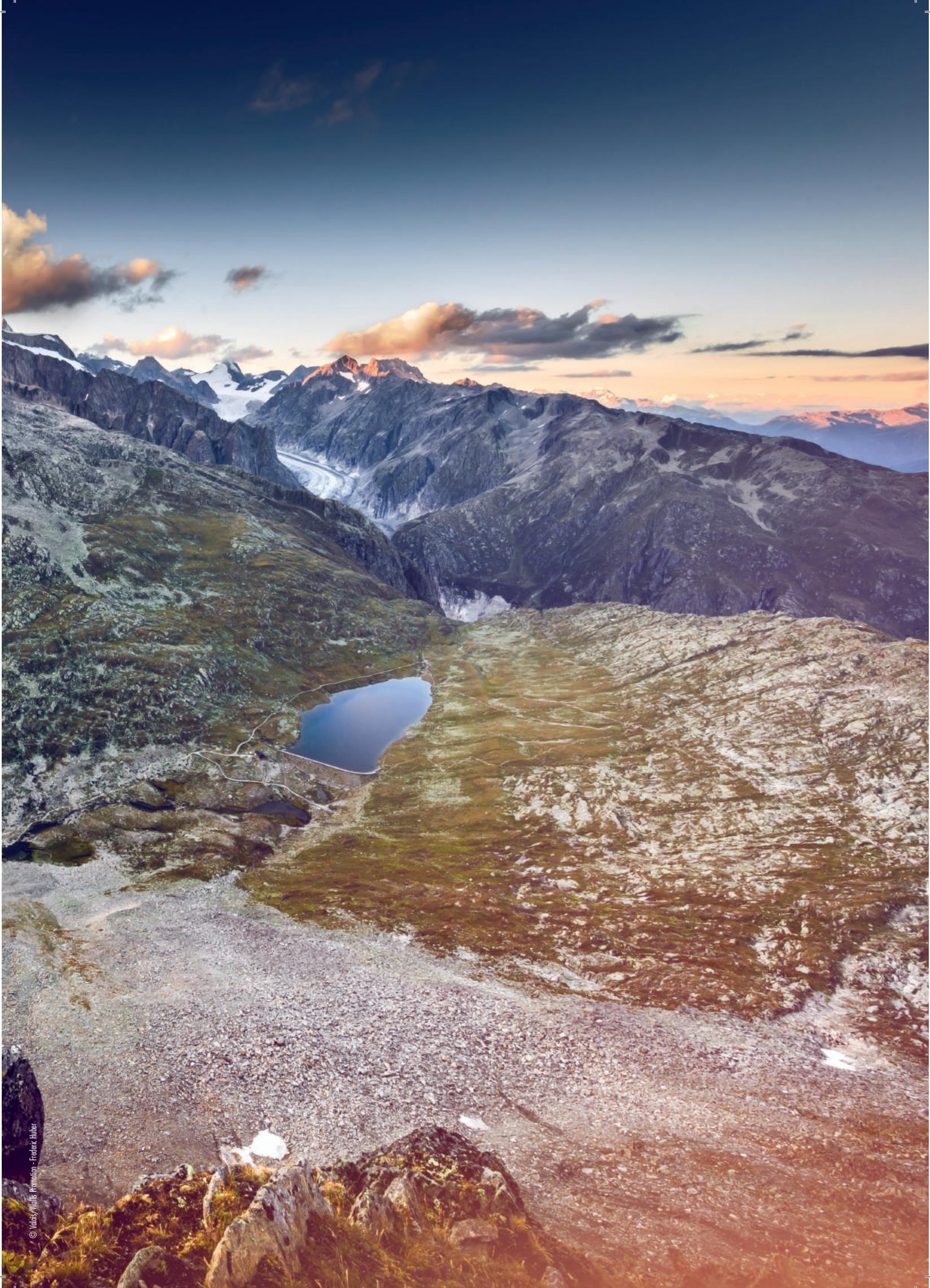
Die Tourismuspolitik beschreibt, wie der Staat Wallis die Branche in den nächsten 10 bis 15 Jahren unterstützt. Dazu umfasst der Bericht folgende Kapitel.

- **2. Ausgangslage:** Darin werden die heutige volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus für das Wallis sowie einerseits die erwarteten Entwicklungen bzgl. der Umfeldveränderungen und andererseits die erwarteten Reaktionen der Branche auf diese Veränderungen kurz analysiert und beschrieben. Das Verständnis der Ausgangslage und der erwarteten Entwicklungen sind von zentraler Bedeutung, damit die richtigen Schwerpunkte gesetzt werden können und der Staat die Branche zielführend unterstützen kann. In Zukunft dient dieses Kapitel auch als Erinnerung daran, unter welchen Prämissen die Tourismuspolitik entwickelt wurde. Sollten diese massgeblich von den heutigen Erwartungen abweichen, ist eine vorzeitige Aktualisierung der Tourismuspolitik vorzusehen.
- **3. Vision:** Dieses Kapitel bildet den Kern der Tourismuspolitik, indem es beschreibt, von welchen Zielen sich der Staat bei seinen Bemühungen die Branche zu unterstützen, leiten lässt.
- **4. Schwerpunkte des Engagements für die nächsten Jahre:** Darin werden die in den verschiedenen Sektorialpolitiken schwerpunktmässig umzusetzenden Massnahmenbereiche skizziert. Dabei werden sowohl Themenbereiche aufgeführt, in denen noch Handlungsbedarf besteht, als auch solche, in denen die aktuellen Massnahmen unbedingt beibehalten werden sollten.

Veränderungen der Rahmenbedingungen erfordern eine Aktualisierung der Tourismuspolitik

Berichtsaufbau





Bruttowertschöpfung
von CHF 2.4 Mia.

40% Exportwertschöpfung

33% der Exportwertschöpfung
entfallen auf den Tourismus

2.1 - Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

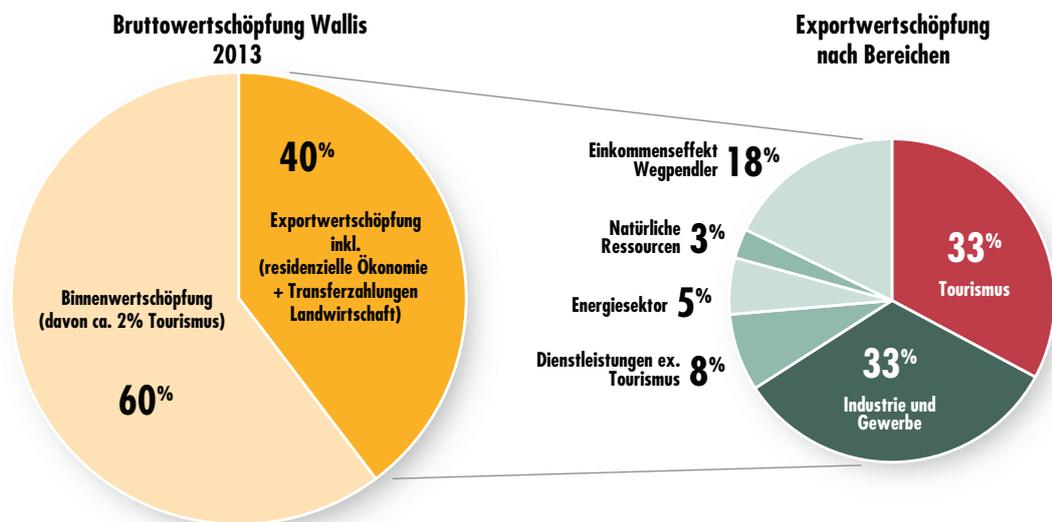
Der Kanton Wallis weist für das Jahr 2013 130'000 Beschäftigte (in Vollzeitäquivalenten) aus. Die Bruttowertschöpfung des Kantons Wallis im Jahr 2013 beläuft sich gemäss BFS auf rund CHF 16.5 Mia. Die HES-SO Valais/Wallis hat 2014 den Beitrag des Tourismus zur Wertschöpfung des Kantons Wallis analysiert. Dieser liegt insgesamt bei rund CHF 2.4 Mia. oder 15 Prozent der Wertschöpfung des Kantons Wallis.

Für die wirtschaftliche Entwicklung einer Region ist es entscheidend, dass Leistungen oder Produkte an Akteure ausserhalb der Region verkauft (exportiert) werden können, da primär der Zufluss von Mitteln von ausserhalb der Region zur Vermehrung des Wohlstandes beiträgt. Wie die nachfolgende Abbildung zeigt, sind 60% der Bruttowertschöpfung der Binnenwirtschaft zuzuordnen. 40% der Wertschöpfung entfallen auf die Exportwertschöpfung, d.h. Wertschöpfung, die durch den Austausch mit anderen Kantonen und Ländern entsteht, wobei die Transferzahlungen der Landwirtschaft sowie die residenzielle Ökonomie (d.h. Einkommenseffekte der Wegpendler) in der vorliegenden Betrachtung in die Exportwertschöpfung integriert wurden.

Eine Zuteilung der von der HES-SO Valais/Wallis ermittelten Tourismuswertschöpfung auf die Binnen- und Exportwertschöpfung zeigt, dass rund 33 Prozent der Exportwertschöpfung des Kantons Wallis durch den Tourismus erarbeitet wird. Dabei handelt es sich um die touristische Wertschöpfung, die durch ausserkantonale und internationale Gäste im Wallis generiert wird.

Die touristische Wertschöpfung, welche auf die Einwohner des Kantons Wallis zurückzuführen ist, wurde der Binnenwertschöpfung zugeordnet. Innerhalb der Binnenwirtschaft hat der Tourismus jedoch eine vergleichsweise geringe Bedeutung.

Abb. 1 - Schätzung der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus



Quelle: Schätzung BHP - Hanser und Partner AG mit Grundlagen des BFS und der HES-SO Valais/Wallis

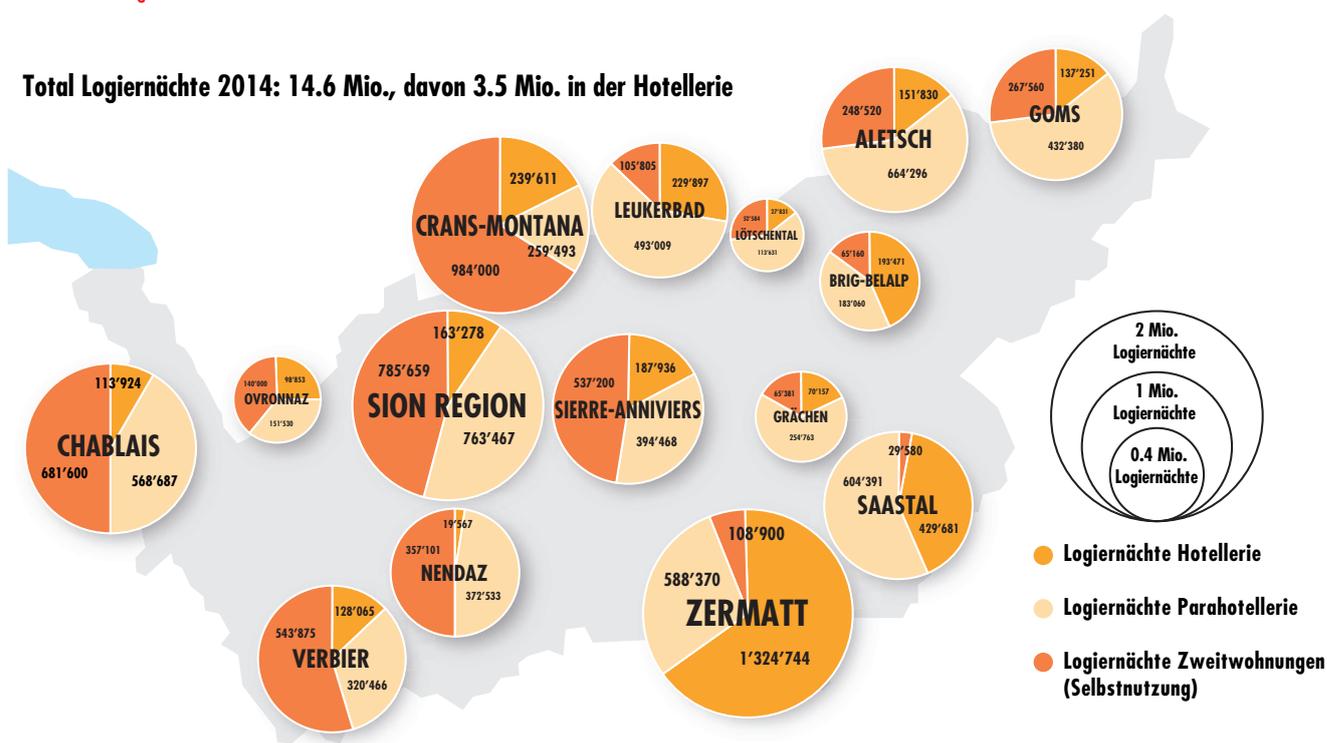
Eine vertiefte Analyse der touristischen Wertschöpfung zeigt, dass innerhalb des Tourismus zwei Drittel der Wertschöpfung im Zusammenhang mit Zweitwohnungen stehen. Diese Wertschöpfung ist auf den Bau und den Betrieb von Zweitwohnungen sowie den Konsum von touristischen und anderen Dienstleistungen durch die Zweitwohnungseigentümer und ihre Gäste zurückzuführen. Rund ein Drittel der touristischen Wertschöpfung wird durch den Konsum der Hotelgäste und der Tagesausflügler generiert.

Zweitwohnungen dominieren touristische Wertschöpfung

Wie die nachfolgende Abbildung zeigt, bestehen im Wallis beträchtliche regionale Unterschiede bzgl. des Aufkommens der touristischen Wertschöpfung. Da nur knapp 20 Prozent der Zweitwohnungen im Oberwallis stehen, ist davon auszugehen, dass der grosse Teil der von den Zweitwohnungen abhängigen Wertschöpfung in den Unterwalliser Destinationen anfällt. Gleichzeitig ist aufgrund der Verteilung der Hotelbetten anzunehmen, dass mehr als die Hälfte der durch die Hotellerie aufgelösten Wertschöpfung auf das Matter- und Saastal und nur ein Viertel auf die Destinationen im Unterwallis entfällt.

Ausgeprägte regionale Unterschiede vorhanden

Abb. 2 - Nachfragestruktur in den Destinationen



Quelle: BHP - Hanser und Partner AG mit Daten des BAK BASEL Economics

Druck auf die Tourismus-
unternehmen bleibt hoch

Tourismuskonsum wächst

2.2 - Erwartete Entwicklungen

Die Rahmenbedingungen der Schweizer Tourismuswirtschaft haben sich seit der Erarbeitung der letzten Walliser Tourismuspolitik (2003) massgeblich verändert und die Branche vor grosse Herausforderungen gestellt.

- ▲ Die Veränderung des EUR/CHF-Wechselkurses hat zu einer deutlichen Schwächung der preislichen Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Tourismusbetriebe geführt.
- ▲ Die internationale Mobilität der Gäste hat aufgrund der günstigen Flugpreise weiter stark zugenommen.
- ▲ Der Bau von Zweitwohnungen wurde durch das Zweitwohnungssetz stark eingeschränkt.
- ▲ Die Verbreitung des Internets hat die Preistransparenz und damit verbunden auch den Preiswettbewerb weiter verschärft und neuen Anbietern die Möglichkeit geboten, einen Teil der Marge der Tourismusanbieter für sich zu beanspruchen (z.B. Google, booking.com).

Zur Schaffung optimaler Rahmenbedingungen müssen bei der Neuausrichtung der Tourismuspolitik die in den letzten Jahren gesehenen Veränderungen berücksichtigt werden. Darüber hinaus sollten, soweit möglich, auch weitere bevorstehende Umfeldveränderungen und die zu erwartenden Strategieveränderungen der Branche antizipiert werden. Die der Tourismuspolitik zu Grunde gelegten Annahmen werden in den nachfolgenden Abschnitten kurz erläutert.

2.2.1 - Umfeldveränderungen

Für eine systematische Beurteilung der in naher Zukunft zu erwartenden Umfeldveränderungen wurden die aus Tourismussicht relevanten Aspekte in folgende drei Bereiche eingeteilt:

- ▲ Markt-/Nachfragebedingungen
- ▲ Wettbewerbssituation
- ▲ Produktionsbedingungen

In den nachfolgenden Abschnitten wird kurz auf die erwarteten Veränderungen in den einzelnen Bereichen eingegangen, bevor diese abschliessend zu einem Gesamtbild zusammengefügt werden (vgl. Abb. 3).

Markt-/Nachfragebedingungen

Die weltweite Reisetätigkeit hat in den letzten Jahrzehnten stark zugenommen. Während 1950 weltweit erst 25 Mio. grenzüberschreitende Reiseankünfte gezählt wurden, waren es nach Angaben der UNWTO 2015 bereits über 1.2 Milliarden. Bis 2020 geht die UNWTO von einem weiteren jährlichen Wachstum von 3.8% aus, was einer Zunahme der Ankünfte um über 40 Mio. pro Jahr entspricht.

Das Nachfragewachstum verteilt sich jedoch nicht gleichmässig auf die verschiedenen Weltregionen. Vielmehr sind, verbunden mit dem generellen Wachstumstrend, auch deutliche Marktanteilsverschiebungen festzustellen. Einerseits sind aufstrebende Länder als neue Destinationen hinzugekommen, wodurch die traditionellen Destinationen Marktanteile verlieren, andererseits hat sich auch das Reise- und Freizeitverhalten verändert.

Die Tourismuskonsum im Wallis hängt primär von der Entwicklung der touristischen Nachfrage im Alpenraum ab. Eine Betrachtung der Entwicklung der Hotellovernächte im ganzen Alpenraum zeigt, dass sich der Sommertourismus in den Alpen in den letzten 30 Jahren stagnierend bis leicht sinkend entwickelt hat. Der Wintertourismus hat im gleichen Zeitraum hingegen deutlich zugelegt. Werden jedoch nur die letzten 10 Jahre betrachtet, zeigt der Sommer eine leicht bessere Entwicklung als der Winter.

Bei einem Blick in die Zukunft werden primär folgende für das Wallis bedeutende Trends erwartet:

- ▶ Das Wintersportgeschäft im Alpenraum stagniert, bzw. zeigt bestenfalls leichte Wachstumsraten. Die Schweizer Wintersportdestinationen bekunden im aktuellen Wettbewerbsumfeld Mühe, weshalb für die nächsten Jahre bestenfalls von einer stagnierenden Wintersportnachfrage ausgegangen werden kann. Trotzdem dürfte das Wintersportgeschäft für die Walliser Destinationen entscheidend bleiben, weil die Wettbewerbsfähigkeit des Wallis auch künftig im Winter (aufgrund des beschränkten Angebots und der hohen Zahlungsbereitschaft) eher gegeben ist als im Sommer.
- ▶ Die meisten Europäer wünschen sich in den Sommerferien Sonne und Wärme, weshalb die traditionellen Sommerferien in den Bergen tendenziell durch Strandferien bzw. durch Sportferien in südlicheren Regionen ersetzt werden. Die Alpen werden stattdessen während eines kurzfristig, in Abhängigkeit des Wetters buchbaren Kurzaufenthaltes (verlängertes Wochenende), besucht. Solange preislich wettbewerbsfähige Angebote mit „Schönwettergarantie“ bestehen, dürfte es im Alpenraum schwierig bleiben, die Feriengäste zurückzugewinnen.
- ▶ In den Ländern mit rasanter wirtschaftlicher Entwicklung (insbesondere im Nahen Osten und in Asien) sind kaufkräftige Bevölkerungsschichten entstanden, welche sich für Reisen nach Europa und in die Schweiz interessieren. Die wirtschaftliche Entwicklung, die politische Öffnung (insbesondere Chinas) sowie die zunehmende Reiseerfahrung der Gäste aus diesen Ländern lässt ein weiteres Nachfragewachstum vermuten. Für Anbieter, die auf die Bedürfnisse der Gäste aus den Fernmärkten reagieren können, bieten sich neue Chancen.

Wettbewerbsituation

Hinweise auf eine Erholung des Euros auf das 2008 erlebte Niveau von CHF/EUR 1.60 werden vergebens gesucht. Vielmehr lassen die verschiedenen Prognosen zur Geldpolitik von SNB und EZB sowie zur allgemeinen Zins- und Wechselkursentwicklung vermuten, dass sich der EUR/CHF-Wechselkurs bestenfalls auf dem heutigen Niveau (CHF/EUR 1.10) halten dürfte. Dies führt dazu, dass die zwischen 2008 und 2015 gesehene Preisniveauinterindexveränderung von Gaststätten und Hotels in der Schweiz gegenüber den Nachbarländern von 115 auf fast 160 Prozentpunkte nicht durch Wechselkursveränderungen korrigiert wird, sondern die Akteure gefordert sind, ihre preisliche Wettbewerbsfähigkeit durch realwirtschaftliche Massnahmen zurückzugewinnen.

Kurzfristig bzw. allein auf Unternehmensebene dürften Kosteneinsparungen in diesem Ausmass kaum möglich sein, weshalb die Wettbewerbssituation für die Schweizer Tourismusdienstleister schwierig bleiben dürfte.

Langfristig ist zu erwarten, dass sich die aktuell gesehenen Wechselkursverwerfungen auspendeln werden und erneut eine Annäherung der Preisniveaus stattfinden wird. Gleichzeitig dürfte der Druck des internationalen Wettbewerbs kommen, getrieben durch die tiefen Preise für die Mobilität und die Möglichkeiten des Internets weltweite Transparenz über Preise und Angebote bereitzustellen, jedoch weiter hoch bleiben.

Produktionsbedingungen

Kostenseitig fallen im Tourismus primär die Personalkosten ins Gewicht, da die Lohnkosten in der Schweiz deutlich über denjenigen des Auslands liegen und Produktivitätssteigerungen in den heutigen Strukturen ohne Serviceabbau kaum möglich sind. Aufgrund der Entwicklung der übrigen Wirtschaft in der Schweiz ist davon auszugehen, dass die Personalkosten im Tourismus weiter steigen werden und sich der diesbezügliche Kostennachteil mindestens halten wird.

Aufgrund des zunehmenden politischen Gewichts der Stadtbevölkerung mit ihrem Bedürfnis nach Umwelt- und Landschaftsschutz im Berggebiet sowie wegen der allgemeinen Zunahme an Sicherheitsvorschriften für Gebäude und Anlagen ist davon auszugehen, dass die Regulierungen, von welchen auch der Tourismus betroffen ist, weiter zunehmen werden. Dies dürfte zur Folge haben, dass sich die Möglichkeiten des Schweizer Tourismus, überstrahlende Pionierprojekte umzusetzen, gegenüber Destinationen in aufstrebenden Ländern weiter verschlechtern werden.

Im Vergleich zu vielen anderen Alpendestinationen sind die meisten Walliser Tourismusdestinationen sowohl per Flugzeug, als auch per Bahn und per Auto gut erreichbar. Mit der sich im Oberwallis im Bau befindenden A9 sowie durch den Ausbau des Halbstundentakts des öffentlichen Verkehrs in einzelnen Seitentälern sowie mit der beabsichtigten besseren touristischen Nutzung des Flughafens Sion (internationale Flüge nach Vorbild Innsbruck) sind zudem weitere Verbesserungen geplant. Es kann deshalb erwartet werden, dass das Wallis (in den relevanten Märkten) seine Position im Wettbewerb um die wachsende Zahl der Kurzaufenthalter, welche der Erreichbarkeit einen besonders grossen Stellenwert beimessen, halten oder sogar leicht verbessern können wird.

Bei den übrigen Produktionskosten (insbesondere international gehandelte Güter) ist davon auszugehen, dass der Trend zu stetig sinkenden Preisen (bei gleicher Qualität) weiter anhalten wird, wodurch diese Kosten im Vergleich zu den Gesamtkosten weiter an Bedeutung verlieren dürften. Gleichzeitig dürften die Schweizer Tourismusbetriebe in diesem Bereich bei einer weiteren Schwächung des Euros einen kleinen kompensatorischen Effekt erzielen.

Wintersportgeschäft stagniert, bleibt aber vorerst wichtigster Markt

Traditionelle Sommerferien werden durch „Kurzaufenthalte“ ersetzt

Fernmärkte wachsen und bieten neue Chancen

Währung bleibt für CH-Tourismus schwierig

Internationaler Wettbewerbsdruck bleibt hoch

Personalkosten werden weiter steigen

Tourismusspezifische Regulierungen nehmen weiter zu

Mobilität und Erreichbarkeit verbessern sich weiter

Übrige Produktionskosten nehmen relativ ab

Übrige Produktionskosten nehmen relativ ab

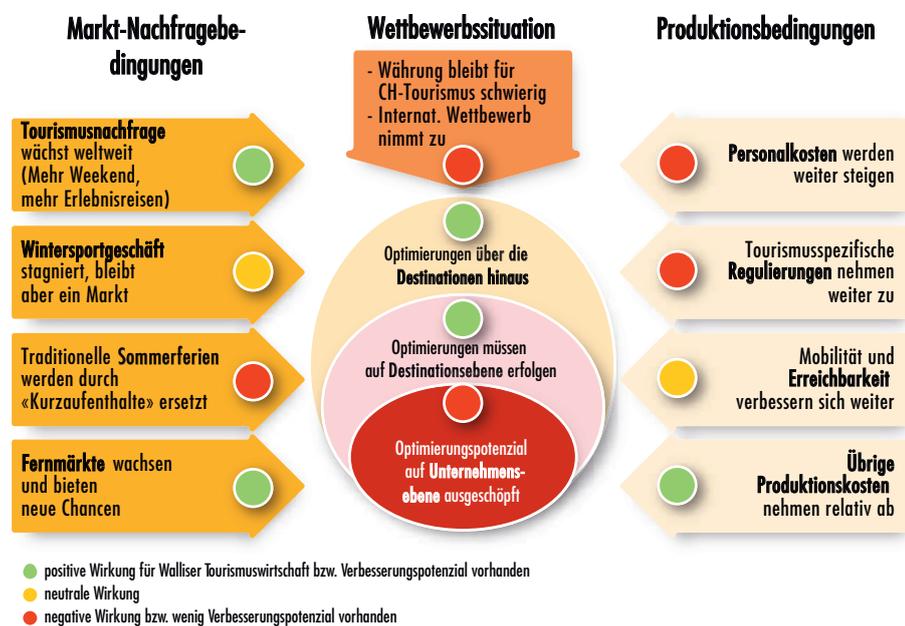
Zusammenfassender Überblick

Die nachfolgende Abbildung stellt die vorstehend beschriebenen Einschätzungen zu den erwarteten Umfeldveränderungen schematisch dar: Daraus geht hervor, dass im Tourismus durch das allgemeine Marktwachstum und die stark wachsende Nachfrage aus Asien neue Marktchancen entstehen dürften und gleichzeitig kostenseitig bei den übrigen Produktionskosten eine Entlastung möglich scheint.

Ob diese Chancen ausreichen werden, um den Wegfall der traditionellen Sommerferiengäste zu kompensieren und sich trotz weiter zunehmenden Personalkosten und Regulierungen in einem immer schärferen internationalen Wettbewerb zu behaupten, kann bezweifelt werden.

Druck auf die Tourismusunternehmen bleibt hoch

Abb. 3 - Erwartete Umfeldveränderungen



Quelle: BHP - Hanser und Partner AG

Aufgrund der schwierigen Wettbewerbssituation und den eher negativen Aussichten auf Seiten der Personalkosten und Regulierungen bleibt der Veränderungsdruck für die Unternehmen der Tourismuswirtschaft in den nächsten Jahren sehr hoch.

Es ist davon auszugehen, dass auf Unternehmensebene die Verbesserungspotenziale bereits weitgehend ausgeschöpft wurden. Um das Preis-Leistungs-Verhältnis weiter zu verbessern, dürften künftig insbesondere überbetriebliche Massnahmen auf Destinationsebene und darüber hinaus im Vordergrund stehen.

2.2.2 - Erwartete Strategieberhebungen der Akteure

Als Reaktion auf die im vorstehenden Kapitel beschriebenen Umfeldveränderungen ist davon auszugehen, dass im Tourismus weitgehende Strukturberhebungen notwendig werden und dass die Akteure insbesondere sich mit folgenden Herausforderungen beschäftigen werden:

- ▲ Angebot und Organisation
- ▲ Marketing und Vertrieb
- ▲ Märkte

In den nachfolgenden Abschnitten wird kurz auf die verschiedenen zu erwartenden Reaktionsweisen eingegangen.

Angebot und Organisation

Es wird erwartet, dass die Walliser Tourismusakteure zur Erreichung der vom Markt geforderten weiteren Verbesserungen des Preis-Leistungs-Verhältnisses insbesondere in folgenden Bereichen ansetzen werden:

- ▲ **Skigebiete optimieren:** „Um im internationalen Wettbewerb zu bestehen sind für die Skigebiete einerseits die Grösse und Attraktivität und andererseits der einfache Zugang der Gäste zum gewünschten Skierlebnis entscheidend.“ Es ist deshalb zu erwarten, dass die grösseren Bergbahnunternehmen - sofern mit vertretbarem Aufwand möglich - vermehrt Zusammenschlüsse von Skigebieten und Bergbahnunternehmen anstreben werden. Um den komfortablen Zugang der Gäste zu den Pisten zu verbessern und die logistischen Herausforderungen in den Destinationen zu lösen, dürften diese Betriebe beim Bau neuer Zubringeranlagen dem Ausbau der -Ski-in/Ski-out- Möglichkeiten einen wesentlichen Stellenwert beimessen. In den kleinen Skigebieten ohne Anschlussmöglichkeiten ist hingegen eher ein Rückbau bzw. eine konsequente Ausrichtung des Angebots auf die Bedürfnisse und Zahlungsbereitschaft der ansässigen Zweitwohnungsbesitzer und Einwohner zu erwarten.
- ▲ **Beherbergung neu strukturieren:** Durch die starke Einschränkung des Zweitwohnungsbaus ist zu erwarten, dass sich sowohl im Bestand als auch mit Blick auf Neubauprojekte neue Modelle entwickeln werden. In der Hotellerie wird eine Polarisierung Richtung international vertriebsfähige Strukturen (mind. 100 Betten) oder Exklusivität zur Behauptung in Nischenmärkten erwartet. Bei den Ferienwohnungen werden eine allgemeine Aufwertung des Wohnungsbestands (Renovation mit anschliessendem Verkauf oder kommerzieller Vermietung aus einer Hand), getrieben durch die Immobiliengesellschaften und neue Finanzierungsmodelle, sowie eine weitere Abnahme der Vermietungsbereitschaft der Zweitwohnungsbesitzer erwartet.
- ▲ **Vertikalisierung und Ausbau des Engagements der lokalen Gemeinschaft:** Um den Gästen ganzjährig ein attraktives Angebot bieten und dieses auch in den internationalen Märkten verkaufen zu können, dürften die starken Tourismusbetriebe eine Komplettierung des eigenen Angebots durch vertikale Integration zu umfassenden Tourismusdienstleistungen (Beherbergung, Infrastrukturen, Service aus einer Hand) anstreben. Dabei dürfte auch die Auslagerung von Kosten für touristische Infrastrukturen (Bäder, Sportanlagen, Beschneigung, Pisten, etc.) an die Gemeinden weiter voranschreiten. Zur Erschliessung neuer kommunaler Einnahmequellen wird die Antwort auf die Frage nach der geeigneten Einbindung der Zweitwohnungsbesitzer und Einwohner in die Finanzierung der touristischen Infrastrukturen entscheidend sein.
- ▲ **Produktentwicklung für neue Gäste:** Der Wegfall der traditionellen Sommerferiengäste kann nicht allein durch Kurzaufenthaltern aus der Schweiz kompensiert werden. Um im Sommer neue Märkte und Gäste-segmente erschliessen zu können, wird die Entwicklung neuer Angebote notwendig sein. Im Vordergrund der Produktentwicklung dürfte die Befriedigung der Bedürfnisse der neuen Gäste stehen.

*Strukturwandel,
um bei gleichen Kosten
die Leistung zu verbessern*

Erlebnis und Gästekomfort in den Vordergrund rücken

Marketing und Vertrieb

Die allgemeinen Marktentwicklungen lassen vermuten, dass die Gewinnung zusätzlicher Gäste in den herkömmlichen Segmenten und Märkten schwierig bleiben dürfte und die Walliser Tourismusdestinationen deshalb primär auf das Gewinnen von Erlebnis- und Kurzreisenden aus Europa sowie Touring-Reisenden aus Übersee setzen sollten. Es wird erwartet, dass dazu folgende Aspekte des Marketings und Vertriebs künftig mehr Gewicht erhalten:

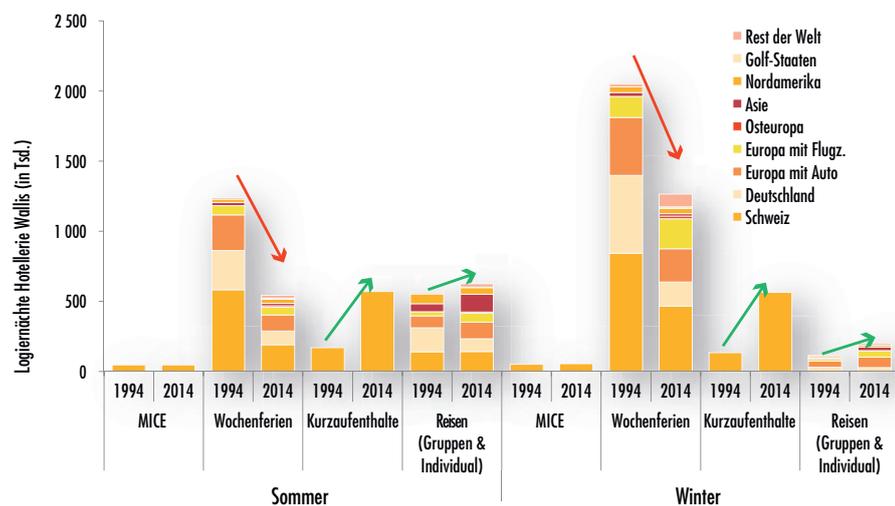
- **Erlebnismarketing stärken:** Statt einzelne Angebotsbestandteile zu bewerben, wird das Erlebnis als Ganzes in den Vordergrund gerückt. Voraussetzung dafür ist die Schaffung entsprechender Angebots- und Vermarktungsstrukturen und Produkte.
- **Mehr Einbezug von Reiseveranstalter:** Als Ergänzung zur Präsenz mit einzelnen Angebotsbestandteilen auf den gängigen Buchungsplattformen wird der Vertrieb inspirierender Gesamtangebote über etablierte Reiseveranstalter (Tour-Operator) in den internationalen Märkten an Bedeutung gewinnen.
- **Fluganbindung besser nutzen:** Zur Verbesserung der Erreichbarkeit insbesondere für Kurzaufenthalter aus den europäischen Metropolen wäre es wünschenswert, dass sich der Flughafen Sion als Landeplatz für internationale Flüge (insb. Chartergesellschaften) etabliert.
- **Chancen der Digitalisierung ausschöpfen:** Mit der Verbreitung des Internets hat sich der Vertrieb von Tourismusdienstleistungen grundsätzlich verändert. Bereits heute wird ein Grossteil der Flugtickets und Hotelübernachtungen kurzfristig und online gebucht. Die Anforderungen an die Durchlässigkeit und Verknüpfung der Systeme, die Erhöhung der Nutzerfreundlichkeit, die Auswertung und Nutzung der vielen digital gesammelten Kundendaten, etc. dürften in den kommenden Jahren weiter an Bedeutung gewinnen und durch weitere technologische Möglichkeiten ergänzt werden.

Allgemeines Nachfragewachstum aus Asien und Golfstaaten nutzen

Märkte

Trotz der in den letzten Jahren gesehenen Rückgänge ist die Nachfrage aus der Schweiz und den traditionellen europäischen Märkten (Deutschland, Frankreich, UK, BeNeLux, Italien) für die Tourismusnachfrage im Kanton Wallis nach wie vor entscheidend und es ist davon auszugehen, dass diese Märkte wichtig bleiben werden.

Abb. 4 - Herkunftsmärkte und Geschäftsfelder des Walliser Tourismus



Quelle: Grobschätzung BHP - Hanser und Partner AG

Basierend auf dem in Kapitel 2.2.1 beschriebenen erwarteten Nachfrageverhalten ist davon auszugehen, dass in den Nahmärkten (primär Schweiz) der in der vorstehenden Grafik visualisierte Trend, die Wochenferien durch Kurzaufenthalte zu ersetzen, anhalten wird. Eine Rückgewinnung der Wochenferiengäste wird im aktuellen Wettbewerbsumfeld als äusserst herausfordernd betrachtet.

Um den Nachfragerückgang aus Europa zu kompensieren, dürften die Walliser Tourismusakteure deshalb versuchen, künftig noch stärker am Nachfragewachstum aus Asien und den Golfstaaten zu partizipieren. Da das Wallis mit seiner Berg- und Gletscherwelt und den vorhandenen Infrastrukturen grundsätzlich über das von den Reisenden aus dem Osten gefragte Angebot verfügt, wird erwartet, dass der Erfolg in diesen Märkten primär von der Art der Angebotsbündelung, dem Pricing der verschiedenen Angebotsbestandteile und dem Geschick bei der Marktbearbeitung abhängen wird.

2.2.3 - Anpassungen auf das Zweitwohnungsgesetz

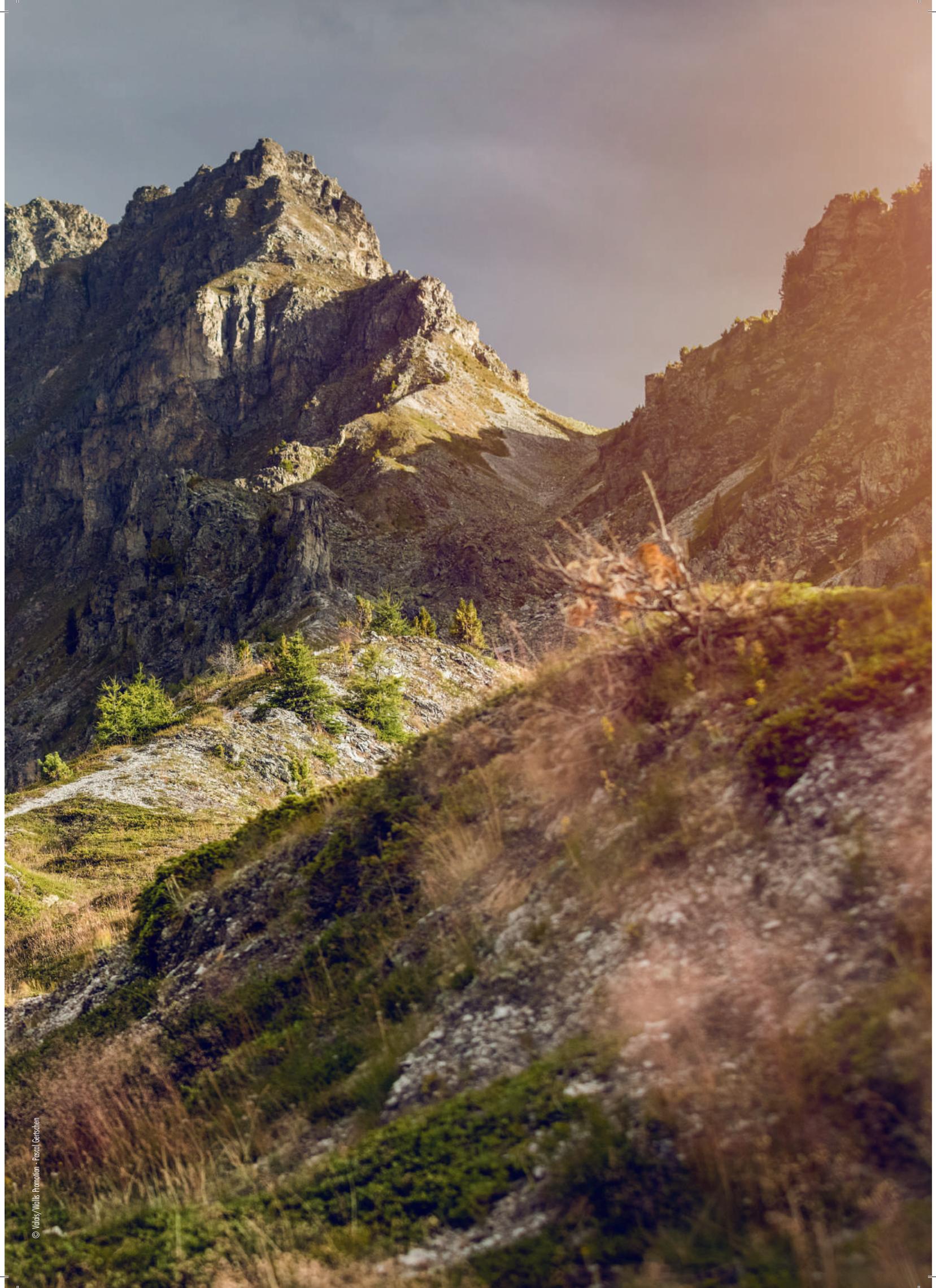
Das Zweitwohnungsgesetz hat die Möglichkeiten zum Bau weiterer Zweitwohnungen eingeschränkt. Dadurch wurden nicht nur die Spielregeln für die Bau- und Immobilienwirtschaft in den Tourismusorten verändert, sondern auch die Tourismuswirtschaft ist gefordert, sich an die neuen Rahmenbedingungen anzupassen.

Die Finanzierung der touristischen Infrastrukturen (insbesondere der Bergbahnen) basiert heute auf den Gästefrequenzen, da der Ertrag primär aus dem Umsatz der verkauften Tickets besteht. Da die Frequenzen aus dem bestehenden Zweitwohnungsbestand sich kaum massgeblich erhöhen werden, stehen den Tourismusorten zur Sicherung der Finanzierung der touristischen Infrastrukturen nun nur noch folgende Strategien offen:

- **Steigerung der Frequenzen durch den Bau kommerzieller Beherbergungsbetriebe:** Statt durch Bau von Zweitwohnungen neue Gäste zu gewinnen, könnten neue Hotels und Feriendörfer gebaut werden. Im Gegensatz zu den Zweitwohnungen verfügen die kommerziellen Beherbergungsbetriebe in der Regel über den Vorteil, dass sie über eine höhere Auslastung verfügen und deshalb pro Bett deutlich mehr Frequenzen bringen als die Zweitwohnungen. Die Herausforderung besteht jedoch aktuell darin, rentabilisierbare Beherbergungsprojekte zu entwickeln, weshalb nur wenige neue Beherbergungsbetriebe entstehen dürften.
- **Erhöhung der Auslastung des Bestandes:** Die Erhöhung der Auslastung des Bestandes erscheint auf den ersten Blick vielversprechend. Die Erfahrungen zeigen jedoch, dass dies mit grossen Herausforderungen verbunden ist. Im Gegensatz zu den kommerziell betriebenen Feriendörfern (REKA, Hapimag, etc.) stellt die Vermietung von Ferienwohnungen bisher für die (Unterwalliser) Agences eher ein Nebengeschäft (Hauptgeschäft ist die Verkaufsvermittlung) dar. Um die Auslastung der Wohnungen massgeblich zu erhöhen, müssten die Agences der Vermietung einen höheren Stellenwert einräumen, ihre der Wohnungen ganzjährig massgeblich Marketingfähigkeiten im Bereich der Ferienwohnungsvermietung weiterentwickeln und gezielt Partnerschaften mit etablierten Vertriebskanälen eingehen. Eine Zunahme der Auslastung durch Erhöhung der Vermietungsquote wird als herausfordernd erachtet, denn seit der Verknappung des Angebots durch die Zweitwohnungsinitiative spricht die Marktlogik eher dafür, dass die bestehenden Wohnungen weiter an Wert gewinnen und dadurch weniger in die Vermietung gegeben werden und auch die Begrenzung der Wohnungen in ausländischem Besitz (Lex Koller) trägt tendenziell zu einer tiefen Vermietungsquote bei. Eine Erhöhung der Auslastung des Bestandes durch vermehrte Nutzung durch die Eigentümer wäre bei Bereitstellung zusätzlicher attraktiver Angebote zwar denkbar. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass die Nutzung der Zweitwohnung durch den Eigentümer neben dem Angebot vor Ort auch von einer Vielzahl anderer, durch die Tourismusorte nicht beeinflussbarer Faktoren (verfügbare Freizeit, Anreisedauer, allgemeine Lebensumstände, attraktive Angebote am Wohnort, etc.) abhängt. Von daher ist eher damit zu rechnen, dass durch Massnahmen zur Verteuerung des Leerstandes, die Wohnungen an Eigentümer mit einer höheren Nutzungsintensität verkauft werden und durch diesen Wandel der Eigentümerstruktur tendenziell eine höhere Nutzung erwirkt wird.
- **Finanzierung der Tourismusinfrastrukturen durch Verteilung der Kosten auf alle Nutzniesser:** Durch Begrenzung des Zweitwohnungsbaus wurde das Zweitwohnungsangebot künstlich verknappt, wodurch der Wert der Zweitwohnungen gestiegen ist (exklusives Luxusprodukt). Da der Wert der Zweitwohnungen auch von der Attraktivität der touristischen Infrastrukturen und somit der Attraktivität der Destination abhängt, besteht seitens der Zweitwohnungseigentümer ein grosses Interesse, die touristischen Infrastrukturen notfalls auch unter Abschöpfung einer „Exklusivitätsrente“ zu erhalten. Wenn es nicht gelingt, die zur Finanzierung der touristischen Infrastrukturen notwendigen Frequenzen zu generieren, sind deshalb alternative Finanzierungsmodelle zu prüfen, welche die Finanzierung der touristischen Infrastrukturen durch Beiträge der Zweitwohnungseigentümer vorsehen. Werden die bei den Zweitwohnungseigentümern eingezogenen Beiträge konsequent in die Sicherung und Weiterentwicklung des touristischen Angebots vor Ort investiert, kann so zumindest die Attraktivität der Destination und der Immobilienwert der Zweitwohnungen erhalten werden. Allenfalls entsteht sogar ein Anreiz, dass die Zweitwohnungseigentümer ihre Wohnung häufiger nutzen (attraktiveres Angebot) oder an Dritte vermieten (Abwälzung der zusätzlichen Beiträge auf Dritte) und die Frequenzen indirekt gesteigert werden können.

Neue Spielregeln gezielt für die touristische Entwicklung nutzen





Die Tourismuspolitik hilft dem Tourismussektor zu gedeihen

3.1 - Vision

Der Walliser Tourismus ist von einer Vielzahl von Unternehmen geprägt, welche ihre eigenen Visionen und Strategien verfolgen. Während bei den Destinationsmanagementorganisationen die Erhöhung der Bekanntheit und die Stärkung der Destination im Vordergrund stehen, strebt die Mehrheit der Bergbahnen und Hotels primär nach der Optimierung des eigenen Betriebsgewinnes.

Abgeleitet aus der Wirtschaftsentwicklungsstrategie des Staatsrats kommt dem Tourismussektor aus Perspektive des Staates Wallis folgende Bedeutung zu:

Abb. 5 - Kantonale Vision

Vision
Das Wallis verfügt weiterhin über einen erfolgreichen Tourismussektor, der eine Hauptstütze der Walliser Wirtschaft bildet und auch in den Seitentälern weiterhin Leben und Arbeiten ermöglicht.

Wie aus der vorstehenden Vision hervorgeht, soll sich der Tourismussektor im Wallis **auch weiterhin** entfalten können und insbesondere auch zum Erhalt der wirtschaftlichen Aktivitäten in den Seitentälern beitragen. Dazu soll das qualitative vor einem quantitativen Wachstum stehen, was bedeutet, dass die Entwicklung der Tourismuswirtschaft primär über die Verbesserung der Produktivität erfolgen soll.

Der Fokus auf qualitatives Wachstum und Produktivitätssteigerung ist entscheidend, da die Tourismuswirtschaft nur so in der Lage sein wird, Arbeitsbedingungen anzubieten, welche im Vergleich mit den Arbeitsbedingungen anderer Branchen in der Schweiz bestehen können. Dies ist von zentraler Bedeutung damit die Tourismusunternehmen von den Einheimischen wieder vermehrt als attraktive Arbeitgeber betrachtet werden und die jungen, gut ausgebildeten Köpfe in den Tälern bleiben.

3.2 - Tourismuspolitische Ziele

Mit der Tourismuspolitik will der Staat Wallis in seinem Einflussbereich dazu beitragen, dass der Tourismussektor seine Potenziale optimal ausschöpfen und den dazu notwendigen Strukturwandel bewältigen kann. Dazu hat der Staat Wallis die in der folgenden Abbildung dargestellten Ziel- und Orientierungsgrößen für die sektoralpolitische Beurteilung von Anliegen der Tourismusakteure formuliert.

Mit einer proaktiven und zielgerichteten Auseinandersetzung mit den Herausforderungen und Unterstützung von Lösungsansätzen des Tourismussektors will der Staat Wallis den Tourismussektor bei der Bewältigung der aktuellen strukturellen Herausforderungen proaktiv unterstützen, insbesondere auch bei der Bewältigung der Konsequenzen der Zweitwohnungsinitiative.

Verbesserung der tourismuspolitischen Rahmenbedingungen in den betroffenen Sektoralpolitiken

Abb. 6 - Ziele der Tourismuspolitik nach Sektoralpolitiken

Bundesaufgaben	Der Kanton setzt sich zusammen mit anderen Kantonen auf Bundesebene proaktiv für die Verbesserung der Rahmenbedingungen für den alpinen Tourismus ein.
Raumentwicklung	Die Raumentwicklung des Kantons soll die Erneuerung, Verdichtung und Strukturanpassung im Tourismus proaktiv unterstützen.
Wirtschaftsförderung	Die kantonale Wirtschaftsförderung gibt Impulse und stellt mit Förderprogrammen und gemeinschaftlichen Plattformen (z.B. Valais/Wallis Promotion) Ressourcen für die Bewältigung der strukturellen Herausforderungen zur Verfügung.
Bildung	Der Staat unterstützt mit Aus- und Weiterbildungsangeboten Bestrebungen des Tourismussektors zur Qualifizierung der Mitarbeitenden und zur Sensibilisierung der Bevölkerung, insbesondere der Jugend.
Landwirtschaft	Die Landwirtschaftspolitik des Kantons unterstützt die Ausschöpfung von Synergien zwischen Landwirtschaft und Tourismus.
Verkehr	Der Kanton gewichtet bei der Entwicklung der Verkehrsinfrastruktur die Bedürfnisse des Tourismus in angemessener Weise.
Kultur	Die Kulturförderungspolitik des Kantons unterstützt die Ausschöpfung von Synergien zwischen dem kulturellen Erbe des Wallis und dem Tourismus.
Tourismusfinanzierung	Der Kanton stellt dem Tourismus Instrumente zur Finanzierung gemeinschaftlicher Aufgaben zur Verfügung, passt diese an oder entwickelt sie weiter.

Diese Schwerpunkte des Engagements des Kantons werden nachfolgend erläutert.

*Im Tourismus wird
ein qualitatives
Wachstum angestrebt*

3.3 - Wertehaltung

Die kantonale Tourismuspolitik stützt sich auf die in der „**Charta der nachhaltigen Entwicklung**“ festgehaltenen und vom Grossen Rat genehmigten Grundsätze für eine langfristige Entwicklung und bezweckt die Förderung eines kantonalen **Qualitätstourismus**, entsprechend der Absichtserklärung des Gesetzgebers im Tourismusgesetz. In diesem Zusammenhang zielen die vorgeschlagenen Massnahmen im Wesentlichen auf eine Erhöhung der durch die Branche generierten **Wertschöpfung** zur Steigerung des Wohlbefindens und des **Wohlstands der ansässigen Bevölkerung**.

Die Tourismuspolitik basiert auf den authentischen Werten und auf einem **respektvollen Umgang mit der Natur und der Umwelt**, indem sie den **Übergang vom Bautourismus zu einem Bewirtschaftungstourismus** fördert.

Sie berücksichtigt die **neuen Anforderungen und Bedürfnisse der Gäste**, sowohl unter dem Gesichtspunkt der Vielfalt, der Qualität als auch des Umweltschutzes und der Sicherheit. Hierbei wird ein Schwerpunkt auf die Erlebnisinszenierung und den Aufbau von vollständigen Wertschöpfungsketten gesetzt.

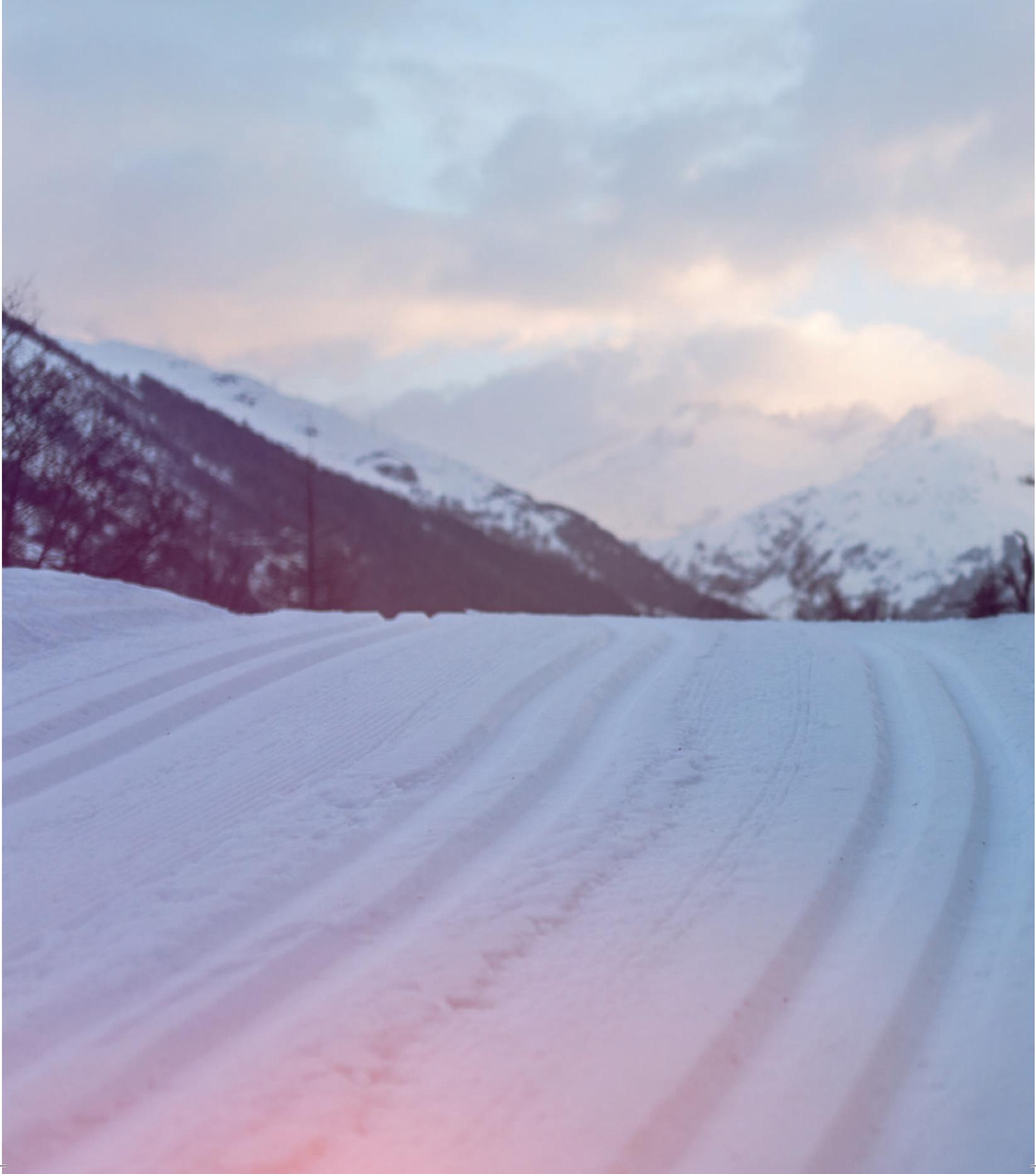
3.4 - Marke Wallis

Der Staat erachtet die Marke Wallis (im Eigentum des Kantons Wallis) als offizielle Wort-Bild-Marke für alle touristischen Plattformen und Bemühungen, die vom Staat massgeblich geprägt oder unterstützt werden.

Die Marke trägt zur Qualitätsförderung bei den touristischen Dienstleistungen und Produkten bei.



SCHWERPUNKTE DES ENGAGEMENTS DER NÄCHSTEN JAHRE





SCHWERPUNKTE DES ENGAGEMENTS DER NÄCHSTEN JAHRE

Grundsätzlich ist es Aufgabe der Tourismusunternehmen /-branche die anstehenden Herausforderungen zu bewältigen und den Walliser Tourismus weiterzuentwickeln. Der Staat Wallis möchte die Branche jedoch weiterhin proaktiv unterstützen und wird sich dazu in den nächsten Jahren insbesondere in folgenden Themenbereichen engagieren:

- **Erhalt des Wintergeschäfts** durch Unterstützung der Erneuerung der Anlagen in den Skigebieten: Da die Zahlungsbereitschaft der Gäste für Skiferien deutlich höher liegt als für Sommerferien und da viele Walliser Destinationen aufgrund ihrer Höhenlage im Winter über sehr gute Wettbewerbsbedingungen verfügen, wird das Wintergeschäft für die Walliser Tourismuswirtschaft trotz derzeit stagnierender Nachfrage und eines möglichen Einflusses des Klimawandels auf die Tourismuswirtschaft entscheidend bleiben. Der Kanton Wallis verfügt über sechs grosse (mehr als 0.5 Mio. Ersteintritte) und zehn mittelgrosse Skigebiete (100'000 - 500'000 Ersteintritte). Um die Wettbewerbsposition im Winter zu halten, müssen auch die grossen und mittelgrossen Skigebiete in den nächsten Jahren massgeblich in die Erneuerung der Infrastrukturen am Berg (fast 60% der Transportanlagen sind mehr als 25 Jahre alt) investieren und auch das Rahmenangebot in Abstimmung mit den Nachfragetrends laufend weiterentwickeln.
- **Ganzjährige Auslastung** durch Entwicklung von **Sommerprodukten**/Erlebnissen (lokal und destinationsübergreifend wie z.B. Bike, Oenogastronomie) fördern: Bei der aktuellen Kosten-/Margenstruktur sind Hotels in der Schweiz allein mit dem Wintergeschäft nicht lebensfähig. Im Gegensatz zu vielen Wettbewerbern in den österreichischen Alpen oder im Mittelmeerraum sind sie auf eine ganzjährige Auslastung angewiesen. Auch wenn die Bemühungen der letzten Jahre zeigen, dass die Entwicklung des Sommertourismus in der Schweiz aufgrund der Wetterunsicherheiten schwierig ist, ist es für die Lebensfähigkeit der Hotelbetriebe entscheidend, dass weiter in die Entwicklung von Sommerangeboten investiert wird. Da die Trends zeigen, dass die Nachfrage im Sommer vermehrt durch Kurzaufenthalter und Reisende geprägt sein wird, gilt es sich in Destinationen mit einem hohen Ferienwohnungsanteil auch mit der Frage der Bereitstellung geeigneter Beherbergungsangebote auseinanderzusetzen.
- **Flexibilität bei der Regulierung (Bauten, Personal)**: Die Regulierungen nehmen laufend zu, sei dies im Bereich der Raumplanung, der Arbeitsgesetze, Umweltschutz, Zweitwohnungsgesetz usw. Der Kanton ist dadurch gefordert, dafür zu sorgen, dass die Tourismuswirtschaft nicht übermässig durch Regulierungen belastet wird. Ansatzpunkte dazu sind die Ausschöpfung des gesetzlich eingeräumten Handlungsspielraums für die situative Auslegung von Regulierungen, die aktive Einbringung der Tourismusinteressen bei der Erarbeitung neuer Regulierungen, die rasche Löschung oder Anpassung von alten überholten Regulierungen sowie die proaktive Einflussnahme auf die Gestaltung allfälliger nationaler Regulierungen mit Relevanz für den Bergtourismus.
- **Sensibilisierung der Bevölkerung (insbesondere der Jugend)**: Ob sich die Gäste im Wallis wohl fühlen, hängt nicht nur vom Angebot der Tourismusunternehmen ab, sondern auch von der Art wie die Walliser Bevölkerung mit den Gästen umgeht. Der Tourismus kann nur weiterentwickelt werden, wenn die Bevölkerung den touristischen Projekten gegenüber positiv eingestellt ist. Durch Sensibilisierung soll das Bewusstsein für die Bedeutung und die Anliegen des Tourismus in der Walliser Bevölkerung gestärkt und die Gastfreundschaft gefördert werden.

In den nachfolgenden Abschnitten werden die Handlungsschwerpunkte in den verschiedenen Sektoralpolitiken erläutert.

4.1 - Bundesaufgaben

Die Verantwortlichen des Kantons Wallis setzen sich auf Bundesebene für die Verbesserung der Rahmenbedingungen für den alpinen Tourismus in Zusammenarbeit mit weiteren Gebirgskantonen ein. Dazu gehört in den nächsten Jahren insbesondere die aktive Mitarbeit in folgenden Themenbereichen:

Proaktive Interessensvertretung

- **Zweitwohnungsgesetz mit dazugehörigen Verordnungen:** Die Zweitwohnungsgesetzgebung wurde per 1. Januar 2016 in Kraft gesetzt. Das Gesetz sieht eine Evaluation der Wirkung 4 Jahre nach in Kraft treten des Gesetzes vor. Basierend auf den in den Tourismusorten in den nächsten Jahren gesammelten Erfahrungen soll im Rahmen der Evaluation und der daran anschliessenden Gesetzesanpassungen eine weitere Optimierung der Gesetzgebung im Sinne der Walliser Tourismuswirtschaft angestrebt werden.
- **Abstimmung von Lex Koller und Zweitwohnungsgesetz:** Die Lex Koller schränkt den Erwerb von Grundstücken durch Personen im Ausland ein. Das Zweitwohnungsgesetz schränkt den Bau von neuen Zweitwohnungen ein. Da Ferienwohnungen im Eigentum ausländischer Besitzer in der Tendenz häufiger vermietet werden und für eine touristische Entwicklung eine bestmögliche Belegung der Ferienwohnungen zentral ist, sollte die Frage geprüft werden, ob Gemeinden, welche vom Zweitwohnungsgesetz betroffen sind, von der Lex Koller befreit werden könnten. Zudem sollten die in den beiden Gesetzgebungen verwendeten Definitionen für die unterschiedlichen Beherbergungs- und Wohnungstypen aufeinander abgestimmt werden.
- **Raumplanungs-, Umwelt- und Baurecht:** Viele entscheidende Regeln im Bereich des Raumplanungs-, Umwelt- und Baurecht werden auf nationaler Ebene festgelegt. Diese Regeln tangieren den Tourismus insofern, dass diese Regeln oft vorwiegend aus der Optik der Bedürfnisse des urbanen Raums formuliert sind. Der Kanton Wallis wird sich auch künftig einsetzen, dass die Bedürfnisse des Bergtourismus in den entsprechenden Rechtsbereichen durch flexiblere Regulierungen Eingang finden.
- **Sonderregeln für Regulierungen mit hoher Tourismusrelevanz:** Sicherstellen, dass bei kommenden Regulierungen mit hoher Tourismusrelevanz die Interessen des Tourismus berücksichtigt werden oder dass für Tourismusgemeinden Sonderregeln gelten. Aktuell scheint es von zentraler Bedeutung, die Entwicklungen in folgenden Themenfeldern aktiv zu verfolgen: Ansiedlung von Hotels, Arbeitsrecht und GAV, Beschäftigung von Flüchtlingen, Rekrutierung von ausländischen Mitarbeitenden (Umsetzung Masseneinwanderungsinitiative).
- **Mitfinanzierung Verkehrsinfrastruktur:** Für die weitere Entwicklung des Tourismus insbesondere in den wirtschaftlich schwächeren Randregionen ist es wichtig, dass die grossen Tourismusorte gut erschlossen sind. Um die Finanzierung des Ausbaus der Zugangsstrassen sicherzustellen, wäre es aus Sicht der Bergkantone erstrebenswert, wenn die entsprechenden Strassen nationalisiert würden. Da verschiedene Strassen zu Walliser Tourismusdestinationen die Kriterien des Bundes erfüllen und auch im Sachplan enthalten sind, ist es wichtig, dass sich der Staat Wallis für dieses Anliegen einsetzt, auch wenn der Bund aktuell dazu tendiert, den Schwerpunkt für den Ausbau des nationalen Strassennetzes auf die Agglomerationsräume zu legen.

Ergänzend setzt sich der Kanton Wallis zusammen mit weiteren Gebirgskantonen dafür ein, dass die finanzielle Förderung des Strukturwandels im alpinen Tourismus im Rahmen der Neuen Regionalpolitik im heutigen Ausmass weitergeführt wird.

AKTUELLE KANTONALE INSTRUMENTE

Andere

- Politische Vorstösse auf Parlamentsebene
- Proaktive konzeptionelle Arbeit auf Fach- / Behördenebene

4.2 - Raumentwicklung

Die kantonale Raumentwicklung soll optimale Voraussetzungen schaffen, damit sich die touristischen Destinationen durch Erneuerung und Verdichtung der bestehenden Strukturen sowie der Realisierung neuer Projekte laufend an die Bedürfnisse des Marktes anpassen können, indem sie:

- Die Optimierung von **Skigebieten** zulässt (Zusammenschlüsse, Innere Verdichtung, Ski-in/Ski-out)
- Bei der Ausarbeitung der Richtplanung und der Genehmigung von Zonennutzungsplänen (ZNP) darauf achtet, dass neue **Beherbergungsprojekte** in Tourismusdestinationen an touristisch optimalen Standorten entstehen können. Dazu gehört neben einer optimalen Einbettung der Beherbergungsprojekte in die naturräumlichen Gegebenheiten auch die Ausschöpfung von Arealenergien (Kombination Infrastruktur und Tourismusangebote).
- Bei der Genehmigung von Zonennutzungsplänen (ZNP) darauf achtet, dass die bestehenden **touristischen Angebote** den sich verändernden Bedürfnissen angepasst, ergänzt und erweitert werden können.
- Bereits in der Richtplanung festlegt, dass **die Priorität bei der Weiterentwicklung/Anpassung** der bestehenden Tourismusdestinationen statt beim Aufbau neuer Destinationen liegt.
- Die notwendigen Kompetenzen aneignet, um sich **proaktiv am Entwickeln von Planungsgrundlagen und Lösungsansätzen** zu beteiligen und den offensichtlichen Bedürfnissen des Tourismus entgegenzukommen.

AKTUELLE KANTONALE INSTRUMENTE, WELCHE DIE TOURISTISCHEN ANLIEGEN BERÜCKSICHTIGEN

Gesetze und Verordnungen:

Andere

- Kantonaes Raumentwicklungskonzept
- Revision des kantonalen Richtplans und des Raumplanungsgesetzes im Rahmen des Projekts „Raumentwicklung 2020“
- Coaching und Beratung von Gemeinden im raumplanerischen Umgang mit Tourismusprojekten

4.3 - Wirtschaftsförderung

Die kantonale Wirtschaftsförderung gibt Impulse und stellt mit Sonderprogrammen Ressourcen für die Bewältigung der strukturellen Herausforderungen zur Verfügung. Im Vordergrund stehen dabei:

- Die Förderung der Bergbahnen und touristischen Beherbergung bei der Bewältigung des Strukturwandels durch spezifische Förderprogramme („Aktionsplan touristische Beherbergung“, „Förderpolitik Bergbahnen“).
- Die Nutzung der Möglichkeiten der neuen Regionalpolitik des Bundes für die gezielte finanzielle Förderung von Investitionen in touristische Projekte.
- Die Schaffung und Unterstützung von gemeinschaftlichen Plattformen für Entwicklung und Transfer von Know-How.
- Die Unterstützung von Bestrebungen der Tourismusunternehmen oder Destinationen zur stärkeren Kooperation und Integration.
- Die Unterstützung der Schaffung von neuen touristischen Produkten mit hoher Wertschöpfung und spill-over Effekten oder diversifizierendem Charakter.
- Die Förderung der Qualität bei den touristischen Leistungsträgern.
- Die Sensibilisierung der breiten Walliser Bevölkerung und insbesondere der Jugend für die Herausforderungen des Tourismus.

Impulse und Ressourcen zur Bewältigung struktureller Herausforderungen zur Verfügung stellen

AKTUELLE KANTONALE INSTRUMENTE

Gesetze und Verordnungen:

- Gesetz über die kantonale Wirtschaftspolitik (2000), Verordnung über die kantonale Wirtschaftspolitik (2000)
- Gesetz über die Regionalpolitik (2008), Verordnung zum Gesetz über die Regionalpolitik (2009)

Andere:

- Wirtschaftsentwicklungsstrategie des Staatsrates
- Aktionsplan touristische Beherbergung
- Förderpolitik Bergbahnen
- Walliser Tourismuskammer: Interessenvertretung
- Walliser Tourismus Observatorium: systematische Sammlung, Inventarisierung und Bereitstellung wichtiger Daten für die Tourismusakteure

Bestrebungen der Branche zur Mitarbeiterqualifizierung unterstützen

4.4 - Bildung

Der Staat unterstützt mit Aus- und Weiterbildungsangeboten sowie durch Sonderprogramme Bestrebungen des Tourismussektors zur Qualifizierung der Mitarbeitenden und zur Sensibilisierung der Bevölkerung. Dazu setzt er primär auf:

- Die Sicherstellung eines **angemessenen Ausbildungsangebots für die verschiedenen Tourismusberufe** (Berufliche Grundbildung, Bachelor- und Masterstudien-Lehrgang an der HES-SO Valais/Wallis, Universitäres Masterstudium in Tourismus an der Universität Lausanne am Standort Sitten der universitären Kurt-Bösch Stiftung).
- Die Garantie von optimalen Rahmenbedingungen für die Beibehaltung, bzw. die Entwicklung der Privatschulen auf dem Kantonsgebiet, namentlich der beiden anerkannten privaten Hotelfachschulen (César Ritz Colleges Switzerland und Les Roches International School of Hotel Management).
- Die Unterstützung von Aktivitäten der Branche zur **Erwachsenenweiterbildung** und dem gezielten Wissenstransfer in spezifischen Themenfeldern.
- Die Unterstützung von Bestrebungen zur **Attraktivierung der Tourismusberufe** und zur Verbesserung von deren Image bei der Bevölkerung.
- In den Schulen vermehrt den **Bergsport** gegenüber anderen Sportarten priorisieren und Anreize für die Ausübung desselben setzen (z.B. Lager, Bergsporttage, Exkursionen und ähnliches).
- Vermehrter Einbau von tourismusspezifischen Themen in den Unterricht in der Volksschule.

AKTUELLE KANTONALE INSTRUMENTE

Gesetze und Verordnungen:

- Verordnung zum Einführungsgesetz des Bundesgesetzes über die Berufsbildung (2011)
- Gesetz über das Bergführerwesen und Anbieten weiterer Risikoaktivitäten (2007)
- Gesetz über die Beherbergung, die Bewirtung und den Kleinhandel mit alkoholischen Getränken (2004)

Andere:

- Berufsfachschule Oberwallis: Gästeempfangsfachmann, Koch, Küchenangestellter
- HES-SO Valais/Wallis - Bildung: BSc. Tourismus, BSc. Hotellerie, MSc. Global Hospitality Business, EMBA Hospitality Administration
- Universitäre Masterausbildung in Tourismus der Universität Lausanne, Standort Sitten und universitäre Forschung im Bereich Tourismus
- Verschiedene Aus- und Weiterbildungen von privaten Hotelfachschulen auf der Tertiärstufe
- HES-SO Valais/Wallis - Forschung: Institut Tourisme

4.5 - Landwirtschaft, Natur und Landschaft

Die Landwirtschaftspolitik des Kantons soll die Pflege einer touristisch attraktiven Landschaft, den Erhalt von Wegen und Suonen sowie die Pflege der für die Skigebiete wichtigen Sömmerungsgebiete fördern und den öffentlichen Zugang zu den touristisch attraktiven Landschaften sichern.

Mit Blick auf eine optimale Abstimmung von Tourismus- und Landwirtschaftspolitik stehen primär folgende Themenbereiche im Fokus:

- **Ökologisierung:** Die jüngsten Agrarreformen zeigen, dass ein politischer Wille zur weiteren Ökologisierung der Landwirtschaft besteht. Bspw. sollen künftig Leistungen zur Offenhaltung der Kulturlandschaften, zur Förderung der Biodiversität und zur Erhaltung bzw. Erhöhung der Landschaftsqualität gezielt abgegolten werden. Aus touristischer Sicht scheint es wichtig, dass diese aufgewerteten Landschaften auch weiterhin zugänglich sind, damit sich die Gäste an den Natur- und Lebensräumen erfreuen können. Es stellt sich hierbei auch die Frage inwiefern Tourismusbetriebe Teile dieser Leistungen selber erbringen können.
- **Infrastrukturen:** Über die landwirtschaftliche Strukturpolitik werden grosse Investitionen zur Erschliessung von Sömmerungsgebieten und dezentralen Regionen sowie zum Bau von Infrastrukturen ausserhalb der Bauzone unterstützt. Um einerseits die Landschaft zu schonen und andererseits die öffentlichen Gelder bestmöglichst in Wert zu setzen, ist darauf hinzuwirken, dass die touristischen Bedürfnisse bei der Planung solcher Infrastrukturen (bspw. Strassen auch als Schlittelweg oder Trottinestpiste nutzbar) soweit mitberücksichtigt werden, dass mögliche Synergien, welche durch kooperative Nutzung der Infrastrukturen durch Landwirtschaft und Tourismus entstehen, ausgeschöpft werden.
- **Arbeitskräfte:** Viele Landwirte der Bergregionen arbeiten im Winter bei den Bergbahnen oder als Skilehrer. Da zu vermuten ist, dass bei ganzjähriger Pflege der Flächen (Sommer - Weide und Graswirtschaft; Winter - Pisten) die Nutzungskonflikte entschärft und die Qualität beider Nutzungen erhöht werden können, ist zu überlegen, wie die praktisch bereits gelebte agrartouristisch integrierte Denkweise vermehrt auch in den Unternehmensstrukturen Eingang finden kann.
- **Agritourismus:** Die Regelungen zum Agritourismus sind in der Schweiz sehr restriktiv und erschweren das Entstehen wertschöpfungsstarker Agritourismusbetriebe. Da die Zahl der Milchkuhalpen laufend abnimmt (zwischen 2004 und 2014 sank die Zahl der Betriebe, welche Sömmerungsbeiträge für gemolkene Kühe erhalten, im Kanton Wallis von 129 auf 56) und dadurch viele Betriebsgebäude im Sömmerungsgebiet ihre Funktion verlieren, gilt es zu überlegen, ob die Bestimmungen zum Nebenerwerb in der Landwirtschaft nicht dahingehend angepasst werden könnten, dass die Gebäude der bereits erschlossenen und für den Sommertourismus häufig sehr attraktiven Alpagebiete von Nicht-Landwirten erworben und in kommerzielle Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe umgenutzt werden könnten.
- **Produkte:** Die Walliser Land- und Ernährungswirtschaft stellt eine Vielzahl traditioneller mit der Region verbundener Lebensmittel (bspw. Raclettekäse, Trockenfleisch, Wein, Roggenbrot, etc.) her und bietet interessierten Gästen auch verschiedene Möglichkeiten die Produktionsstätten selber zu erleben. Da der Genuss der regionalen Kulinariik für viele Reisende zum Ferienerlebnis dazugehört, besteht in diesem Bereiche bei guter Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und Tourismus ein beträchtliches Wertschöpfungspotenzial. Mit der Strategie vom Rebstock bis zum Weinglas haben Weinbauern und Tourismusunternehmer bereits wertvolle Erfahrungen sammeln können, wie eine solche Zusammenarbeit erfolgreich ausgestaltet werden kann. Damit die Synergien zwischen Landwirtschaft und Tourismus weiter erschlossen werden können, ist es wichtig, dass die Zusammenarbeit zwischen der Ernährungswirtschaft und dem Tourismus durch Sensibilisierung aller involvierten Akteure weiterhin unterstützt wird.

Neben den landwirtschaftlich genutzten Gebieten stellen aber auch Naturräume und Landschaften wie Gletscher, Hochgebirge oder die beiden Naturpärke eine wichtige Ressource für den Tourismus dar. Der Kanton setzt sich deshalb im Rahmen der Koordination der verschiedenen Sektoralpolitiken dafür ein, dass der Erhalt der Landschafts- und Artenvielfalt durch geeignete Massnahmen unterstützt und der öffentliche Zugang zu den touristisch attraktiven Landschaften gesichert werden.

AKTUELLE KANTONALE INSTRUMENTE

Gesetze und Verordnungen:

- Gesetz über die Landwirtschaft und die Entwicklung des ländlichen Raumes (2007)
- Entscheid betreffend den Schutz des Gebietes von Pfyn in Siders, Salgesch, Varen und Leuk (1997)

4.6 - Verkehr

Der Staat Wallis hat seine Schwerpunkte für die Entwicklung der Verkehrsinfrastruktur im kantonalen Verkehrskonzept 2030 geregelt. Aus Sicht der Tourismusbranche ist es wichtig, dass der Staat bei der Entwicklung der Verkehrsinfrastruktur darauf achtet, neben den Bedürfnissen der Bevölkerung auch den Anforderungen der Tourismusbranche gerecht zu werden. Dies bedeutet, dass in den kommenden Jahren folgenden Themen der notwendige Stellenwert zukommen sollte:

- ▶ Prüfung der Möglichkeiten zur Steigerung der Flugbewegungen am Flughafen Sion durch touristische Charterflüge.
- ▶ Verstärkung des Angebots im regionalen Verkehr unter Mitberücksichtigung des touristischen Bedarfs.
- ▶ Ausweitung des Halbstundentakts beim öffentlichen Verkehr von der Hauptlinie (Lausanne-Sion-Visp-Lötschberg / Bern) auf die Seitentäler.
- ▶ Fertigstellung der Rhone-Autobahn (Nationalstrasse A9) zwischen Brig und Siders
- ▶ Adäquate Integration der Autoverlads an Lötschberg und Furka
- ▶ Entkoppelung des touristischen Langsamverkehrs (Fahrrad) vom übrigen Verkehr sowie Aufbau destinationsübergreifender Wegnetze für den touristischen Langsamverkehr (Fuss- und Wanderwege, Fahrradrouen, Mountainbike-Pisten, Schneeschuhwanderwege). Hierbei wird auch die Korrektur der Rhone wesentliche touristische Potenziale eröffnen, die es zu nutzen gilt.
- ▶ Vollausbau des Lötschberg-Basistunnels zur Erhöhung der Kapazitäten.
- ▶ Unterstützung innovativer Projekte, welche neuartige Verbindungen ermöglichen (wie bspw. die Vernetzung von alpinen Schmalspurbahnen durch Bau eines Grimseltunnels)

AKTUELLE KANTONALE INSTRUMENTE

Gesetze und Verordnungen:

- ▶ Gesetz über den öffentlichen Verkehr (1998)
- ▶ Beschluss betreffend die Kriterien zur Festlegung der Prioritäten für den Bau, die Korrektur und Wiederinstandstellung der Strassen und öffentlichen Verkehrswege (1993)
- ▶ Gesetz und Reglement über die Wege des Freizeitverkehrs (2011)

Andere:

- ▶ Richtplanung und Agglomerationsprogramme
- ▶ Verkehrskonzept 2030
- ▶ Planung Autobahn A9
- ▶ Bestellung der Leistungen bei den konzessionierten Transportunternehmungen

4.7 - Kultur und kulturelles Erbe

Das Wallis verfügt über eine lebendige Kultur und ein vielfältiges Kulturerbe mit hohem touristischem Potenzial. Obwohl viele kulturelle Veranstaltungen, Sehenswürdigkeiten, Museen, lokale Bräuche u.ä. das touristische Angebot in den Walliser Destinationen bereichern, wird das kulturelle Angebot bisher von den Gästen kaum genutzt.

Mit dem Ziel, die möglichen Synergien zwischen Tourismus und kulturellem Erbe zu erschliessen, soll die touristische Vermarktung des vielfältigen Kulturangebots durch die Tourismusdestinationen sowie deren Mitwirkung bei der Einbettung der verschiedenen Angebote in den Gesamtkontext der Destination durch Sensibilisierung aller involvierten Akteure weiter verstärkt werden. Die mit der Promotion beauftragten Organisationen der beiden Bereiche Kultur und Tourismus stellen sicher, dass die Informationen über das Kulturangebot optimal verbreitet und dadurch die Zusammenarbeit zwischen den beiden Bereichen gefördert wird.

Die Kulturpolitik verfügt im Rahmen des Kulturgesetzes mit dem „Fonds zur Förderung von kulturellen Veranstaltungen“ über ein spezifisches Instrument, mit dem auch Veranstaltungen unterstützt werden können, die der Entwicklung eines Kulturtourismus im Wallis zu Gute kommen. Im Vordergrund steht dabei die Unterstützung:

- ▲ einer begrenzten und sich ergänzenden Anzahl an **kulturellen und künstlerischen „Top Events“** in verschiedenen Bereichen (Musik, darstellende Kunst, Literatur, etc.), welche Künstler mit internationalem Ruf ins Wallis holen und ein Entwicklungspotential für den Walliser Tourismus mit sich bringen;
- ▲ der Inwertsetzung des kulturellen Erbes und der gelebten Traditionen;
- ▲ von Angeboten, welche auf das Erleben von Kunst und Kultur fokussieren, indem einheimische und andere Künstler eingebunden werden.

Eine interessante Möglichkeit besteht auch bei Filmrealisationen im Wallis, bei welchen die touristischen Infrastrukturen und landschaftlichen Vorzüge in Szene gesetzt werden. Bei diesen Projekten können auf die bestehenden Ressourcen und Kompetenzen von Walliser Akteuren im Bereich des Filmschaffens zurückgegriffen werden. Der Kanton ist bestrebt die Realisierung von **Filmprojekten im Wallis** durch ein geeignetes Anreizsystem zu fördern.

Zusammenarbeit zwischen
Kultur und Tourismus fördern

AKTUELLE KANTONALE INSTRUMENTE, WELCHE DIE TOURISTISCHEN ANLIEGEN BERÜCKSICHTIGEN

Gesetze und Verordnungen:

- ▲ Kulturförderungsgesetz (1996)
- ▲ Reglement zur Kulturförderung (2010)

Andere:

- ▲ Die Politik der Kulturförderung
- ▲ Kultur- und Tourismusfonds

4.8 - Tourismusfinanzierung

Der Staat Wallis stellt dem Tourismus Instrumente zur Finanzierung gemeinschaftlicher Aufgaben zur Verfügung und entwickelt diese periodisch weiter. Im Vordergrund stehen dabei Instrumente zur:

- Finanzierung von **Tourismusleistungen vor Ort**: Das Tourismusgesetz ermächtigt die Gemeinden Tourismustaxen (Kurtaxe, Beherbergungstaxe, Tourismusförderungstaxe) und zu erheben. Neben der Gästeinformation und -animation können daraus auch der Bau und Betrieb touristischer Infrastrukturen mit grosser Bedeutung für die Attraktivität der Destination finanziert werden.
- Finanzierung **kantonalen Plattformen**, welche gemeinschaftliche Leistungen im Bereich **Marketing, Forschung** und **Know-how-Transfer** erbringen. Voraussetzung für die Beteiligung des Kantons an solchen Plattformen sollte ein angemessenes Engagement der Tourismuswirtschaft sein.

AKTUELLE KANTONALE INSTRUMENTE, WELCHE DIE TOURISTISCHEN ANLIEGEN BERÜCKSICHTIGEN

Gesetze und Verordnungen:

- Gesetz über den Tourismus (1996), Verordnung zum Gesetz über den Tourismus (2014)
- Verordnung betreffend eine Befreiung von der Kurtaxe (1996)
- Gesetz über die kantonale Wirtschaftspolitik (2000), Verordnung über die kantonale Wirtschaftspolitik (2000)
- Verordnung über die Schaffung der Walliser Gesellschaft zur Standortpromotion (2012)



IMPRESSUM





IMPRESSUM

Auftraggeber	Kanton Wallis
Bearbeitung	Die Tourismuspolitik wurde vom Kanton Wallis in Zusammenarbeit mit der Walliser Tourismuskammer erarbeitet.
Arbeitsgruppe	Eric Bianco, Chef der Dienststelle für Wirtschaftsentwicklung (Präsident der Arbeitsgruppe) Raymond Carrupt, Präsident, Walliser Tourismuskammer Pierre-Yves Délèze, Generalsekretär, Departement für Volkswirtschaft, Energie und Raumentwicklung Luc Fellay, Delegierter des Vorstandes, Walliser Tourismuskammer Paul Schnidrig, Vizepräsident, Walliser Tourismuskammer Werner Zenhäusern, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Dienststelle für Wirtschaftsentwicklung Moderation: Sarah Schmid und Peder Plaz von BHP - Hanser und Partner AG
Veröffentlichung	16. Juni 2016
Offenlegung von Quellen	Die in diesem Dokument verwendeten Inhalte, Angaben und Quellen wurden mit grösster Sorgfalt zusammengestellt. Die Ausführungen beruhen teilweise auf Annahmen, die auf Grund des zum Zeitpunkt der Auftragsbearbeitung zugänglichen Materials für plausibel erachtet wurden Die verwendeten Quellen und wortwörtlichen Zitate werden offengelegt. Bei der Verwendung von theoretischen oder wissenschaftlichen Konzepten, welche den gegenwärtigen Erkenntnissen der Wissenschaft entsprechen, wird zur Wahrung der Lesbarkeit und Verständlichkeit auf eine explizite Quellenangabe verzichtet.



