



Die Auswirkungen von Zweitwohnungen sind schon seit den Achtzigerjahren bekannt. Monika Bandi mit dem Buch «Alpsegen – Alptraum» des Berner Ökonomen Jost Krippendorf.

«Die Bewertungsportale haben die Macht»

Onlineportale haben die Hotellerie in der Schweiz umgekrempelt. Nach anfänglicher Skepsis nutze die Branche dieses Instrument nun erfolgreich, sagt die Ökonomin und Tourismus-expertin Monika Bandi. Den Einfluss der «Lex Booking» auf den Markt schätzt sie langfristig als gering ein. *Nicole Tesar*

Frau Bandi, wohin gehen Sie als Tourismus-expertin in die Winterferien?

Auch ich bin Touristin und suche die Berge und den Schnee. Über Neujahr war ich in einem neuen Resort in Vercorin im Wallis.

Im Vergleich zu den vorhergehenden Jahren startete diese Saison mit viel Schnee über Weihnachten.

Vom Image her ist das sicher wertvoller als Bilder von braunen Destinationen über Weihnachten. Das Weihnachtsgeschäft als Saisonauftakt ist für Tourismusorte sehr wichtig.

Ein Blick auf die Logiernächte in der Hotellerie zeigt: Nach zwei negativen Jahren resultierte 2017 ein positives Wachstum. Die Trendwende ist geschafft. Woran liegt das?

Tourismus ist ein Wohlstandsphänomen. Dies sieht man beispielsweise beim Markt Asien. In China und Südkorea können sich immer mehr Leute eine Reise in die Schweiz leisten. Hinzu kommt: Die Visaprobleme, mit denen einige asiatische Gäste 2016 konfrontiert waren, konnten entschärft werden, indem mehr Visastellen geschaffen wurden. Auch das deutliche Plus aus den USA ist mitunter konjunkturbedingt.

Die Trendwende hat also mit der Wirtschaftslage im Ausland zu tun?

Ja. Eine Rolle spielte auch die damit verbundene Frankenabwertung im Sommer. So kamen erstmals seit Längerem wieder mehr deutsche Gäste. Das ist jedoch relativ, da wir zuvor aus den Nachbarländern hohe Einbrüche hatten verzeichnen müssen.

Asiatische Gäste sind in erster Linie Gruppentouristen. Ist das erwünscht?

Ja und nein. Individualtourismus ist in der Tendenz attraktiver als Gruppentourismus. Einerseits ist er lukrativer für Hotelanbieter, die höhere Preise verlangen können als bei Gruppenreisen, die von Touroperatoren durchgeführt werden. Andererseits gliedern sich Individualtouristen sanfter in die Ortschaften ein als

grosse Gruppen, die in Cars anreisen. Interessanterweise kann sich das Verhalten im Laufe der Zeit ändern, wie die Erfahrung bei japanischen Touristen zeigt: Nachdem diese anfänglich hauptsächlich in Gruppen gereist sind, sind sie nun vermehrt individuell unterwegs.

Wer profitiert am meisten von den asiatischen Touristen?

Asiatische Gäste geben gerne Geld aus für Attraktionen wie beispielsweise die Jungfrau-bahn. Auch Statussymbole wie Uhren und

Airbnb scheint in Genf das Übernachtungsangebot eher zu ergänzen.

Wie sieht es in Zürich aus?

In den Sommermonaten resultiert ein negativer Effekt. In dieser Jahreszeit konkurrenzieren sich Airbnb und Hotels tendenziell. Der Grund dafür könnte sein, dass dann die Nachfrage nach Unterkünften in Zürich jeweils klein ist. Durch Airbnb kommt es so zu einem Überangebot.

Wie wirkt sich Airbnb auf die Preise aus?

Kurzfristig sinken die Preise, wie eine Studie zu Skandinavien zeigt. Das entspricht der ökonomischen Theorie. Während die Touristen von Airbnb profitieren, geraten traditionelle Hotels unter Druck. Hotels unterliegen zudem strengeren Vorschriften und Meldepflichten im Vergleich zu Airbnb-Anbietern. Dies sorgt für Unmut. Die klassische Tourismusindustrie fordert deshalb einen Abbau der Regulierungen.

Airbnb scheint für Besitzer von Zweitwohnungen attraktiv.

Ja. Einem Zürcher, der unter der Woche in Genf arbeitet und dort eine Zweitwohnung hat, bringt Airbnb die Möglichkeit für ein willkommenes Zusatzeinkommen – nicht zuletzt angesichts der steigenden Mietzinse. Die Vermittlungsgebühr der Plattform ist relativ bescheiden. Aber es sind nicht nur Zweitwohnungen betroffen. Bei Airbnb und ihren Vermittlern sind zusehends kommerzielle Interessen im Spiel: Airbnb-Anbieter

«Tourismus ist ein Wohlstandsphänomen.»

Schmuck lassen sie sich etwas kosten. Demgegenüber sparen asiatische Touristen oft bei der Übernachtung und beim Essen. Sie kochen gerne selber und haben bescheidene Ansprüche an das Hotelzimmer. Die klassischen Tourismuszweige wie Hotellerie und Gastronomie profitieren also relativ wenig.

Welchen Einfluss hat die Onlineplattform Airbnb auf die Logiernächte der Hotels?

Das ist regional unterschiedlich. Stark verbreitet ist Airbnb in grossen Städten wie Zürich, Genf und Basel. Als beinahe einzige ländliche Region ist der Kanton Wallis stärker betroffen. Anhand einer ökonometrischen Studie haben unsere Studierenden den Einfluss von Airbnb auf die Logiernächte in Genf und Zürich untersucht: Für Genf zeigt die Auswertung, dass die Bettenauslastung in der Hotellerie trotz Airbnb gestiegen ist.

Was sind mögliche Gründe?

Für Genfer Hotels sind Diplomaten und Geschäftsreisende wichtige Gäste – diese weichen nur teilweise auf Airbnb aus. Hingegen kann die Webplattform ein neues Segment ansprechen: Touristen, die ein individuelles Erlebnis in einer Privatunterkunft suchen.

Monika Bandi Tanner

Die 35-jährige Ökonomin Monika Bandi Tanner leitet seit Februar 2012 die Forschungsstelle Tourismus im Zentrum für Regionalentwicklung der Universität Bern. Sie doktorierte im Jahr 2010 an der Universität Bern. Jüngste Forschungsprojekte hat sie unter anderem zu Online-Bewertungsportalen und zur Wirkung des Zweitwohnungsgesetzes veröffentlicht: «Qualitätsanalyse von Bewertungsportalen in der Hotellerie» (2015) und «Das Zweitwohnungsgesetz und seinen Einfluss auf lokale Wachstumskoalitionen» (2018).

mieten gezielt leere Wohnungen. Das unterstützt steigende Mietpreise – indirekt trifft dies dann auch die Hotellerie und den Detailhandel, da dadurch die Liegenschaftspreise in den Städten nochmals unter Druck kommen.

Gibt es Schätzungen, wie viele Logiernächte in der Schweiz durch Airbnb generiert werden?

Im Jahr 2016 waren das rund 5 Prozent der Hotellognächte. Das entspricht knapp 2 Millionen Übernachtungen.

In einer aktuellen Studie haben Sie die Gastfreundlichkeit in der Schweiz untersucht. Was bringt ein freundlicher Empfang im Hotel?

Freundlichkeit ist eine Grundbedingung im Tourismus. Unsere Untersuchungen zeigen, dass die Gäste einem freundlichen Gastgeber mehr verzeihen – seien dies kleine Zimmer oder eine altmodische Lobby. Es gibt Hotels, welche die Gastfreundschaft als Begeisterungsmerkmal gezielt einsetzen. In den alpinen Gebieten, wo beispielsweise die

Freundlichkeit fliesst in die Gesamtbewertung ein. Diese Entscheidungshilfe in Form von Sternchen oder Smileys ist sicher zentral. Ein noch grösserer Einfluss ist beim Preis beobachtbar. Denn Preise sind durch Portale noch einfacher vergleichbar als subjektive Merkmale wie Freundlichkeit. Dank den Onlineportalen ist die Transparenz gestiegen – die Information ist nun anbieterunabhängig. Statt Reiseprospekte lesen wir Bewertungen im Internet. Und früher waren Empfehlungen von Freunden und Familie zentral – heute nimmt die Internet-Community diese Rolle ein.

Sind Onlinebewertungen für die Hotels ein Fluch oder ein Segen?

Die Bewertungen sind vor allem eine Chance für die Hotellerie. Das ist nämlich kostenlose Werbung. Studien zeigen, dass im Schnitt mehr Positives als Negatives geschrieben wird. Und: Kritik hilft den Betrieben, sich zu verbessern. Nach anfänglicher Skepsis nutzt die Hotellerie das Bewertungsinstrument heute erfolgreich. Das Problem liegt nicht bei den Bewertungen, sondern bei den Buchungen über Onlinekanäle.

Was meinen Sie damit?

Mit den Buchungsplattformen entstehen Kommissionsgebühren und Preisbindungen. Dadurch gehen den Hotels Margen verloren. Im Herbst hat das Parlament entschieden, die sogenannte Best-Preis-Klausel einzuschränken. Hotels dürfen in Zukunft auf der eigenen Website einen tieferen Preis anbieten als beispielsweise auf Booking.com. Dank der Lex Booking erlangen die Hotels die Preishoheit wieder zurück.

Die Lex Booking geht wohl Ende Jahr in die Vernehmlassung. Ist sie also eine Chance für die Branche?

Die Hoteliers betrachten die Lex Booking als Segen – was vielleicht etwas kurzfristig gedacht ist. Denn langfristig muss man sehen: Die global agierenden Bewertungsportale haben auch in Zukunft die Macht. Sie könnten sich auch je nach Gesetzeslage aus einem Land zurückziehen. Es ist zudem denkbar, dass die Portale in Zukunft andere Entschädigungsmodelle einsetzen.

An welche Modelle denken Sie?

Heute ist eine Aufschaltung auf Booking.com kostenlos, und ein Hotel bezahlt nur, wenn jemand bucht. Die Plattform könnte nun Gebühren einführen, wenn bereits jemand auf einen Hoteleintrag klickt. Schon heute ist das Erscheinen eines Hotels auf der Startseite mit Gebühren verbunden.



«Preise sind einfacher vergleichbar als subjektive Merkmale wie Freundlichkeit.»

Aufenthaltsdauer länger ist, kann man so bei den Gästen punkten. Aber ein Businessgast im Ibis-Hotel in Bern wünscht dies vermutlich weniger. Er kommt am Abend müde in sein Hotelzimmer und erwartet kaum einen intensiven Austausch mit dem Personal. Der Service inklusive Freundlichkeit muss aber trotzdem stimmen.

Hat die Schweiz hier Aufholbedarf gegenüber Österreich?

Das ist ein Klischee. Einerseits gilt: Die Preise in der Schweiz sind höher als in Österreich und Deutschland, deshalb erwartet der Gast auch in Bezug auf die Gastfreundlichkeit mehr. Andererseits gibt es, wie gesagt, unterschiedliche Gästebedürfnisse. Wir haben durchaus tolle Gastgeber in der Schweiz. Diese finden sich aber vielfach an Orten, die weniger im Rampenlicht stehen. Ein Beispiel ist Pontresina im Oberengadin.

Hat der Freundlichkeitsaspekt durch die Bewertung auf den Onlineportalen an Bedeutung gewonnen?

Ist die geplante Gesetzgebung auf den zweiten Blick für Hoteliers gar negativ?

Die Auswirkung der Lex Booking ist wohl gering. Denn ein Hotel kann sich kaum erlauben, auf der eigenen Seite einen viel tieferen Preis anzubieten als auf Booking.com, da es dadurch im Ranking nach hinten rutscht. Hinzu kommt die Bequemlichkeit: Ein Gast muss dann zuerst wegen einer Reduktion von zehn Franken eine E-Mail an ein Hotel schreiben oder ein hoteleigenes Webformular ausfüllen. Es ist auch in Zukunft viel einfacher, direkt auf der Plattform zu buchen. Die Chance für die Hotels liegt vielmehr bei eigenen Erlebnis-Packages, die sie auf der eigenen Seite exklusiv und attraktiv anbieten. Ein solches Angebot enthielte beispielsweise Übernachtung, Abendessen und einen Wellness-Gutschein. Das erhöht die Attraktivität, ist aber mit Aufwand für das Hotel verbunden. Kleinere Betriebe könnten daher überfordert sein. Für sie könnte es sogar einfacher und günstiger sein, keine eigene Website mehr zu betreiben und alles über Booking.com zu machen.

Seit Anfang 2016 ist das Zweitwohnungsgesetz in Kraft. Sie haben dazu eine Studie gemacht: Hat sich die Problematik entschärft?

Kaum. In vielen Touristenorten wird weiterhin gebaut. Das sind Gemeinden, die den



«Während die Touristen von Airbnb profitieren, geraten traditionelle Hotels unter Druck.»

Gefahren der Ferien- und Zweitwohnungen sind schon seit den Achtzigerjahren bekannt. Im Buch «Alpsegen – Alptraum» machte beispielsweise der Berner Ökonom Jost Krippendorf bereits auf die Gefahr aufmerksam, dass der Tourismus Boden verbraucht.

Was heisst das?

Beispielsweise, dass der Flächenbedarf in einer Ferien- und Zweitwohnung klar grösser ist als bei einem Hotelbett. Trotzdem hat man in den vergangenen Jahrzehnten in den Touristenorten wacker weitergebaut. Davon profitierte ein Netzwerk von Akteuren: Bauunternehmer erhielten Aufträge, Hotelbesitzer konnten Ausbauprojekte querfinanzieren, und der Gemeindeverwaltung hat die Handänderungssteuer willkommene Gelder in die Kasse gespült. In unserer Studie haben wir untersucht, ob das Zweitwohnungsgesetz diese sogenannte Wachstumskoalition aufbrechen könnte.

Was haben Sie herausgefunden?

Das Zweitwohnungsgesetz kann die Wachstumskoalition kaum verändern. Die boden- und baugetriebene Entwicklung besteht weiterhin. Das lokale Netzwerk sucht nun einfach nach anderen Wegen, um weiterhin bauen zu können.

Interview: Nicole Tesar, Co-Chefredaktorin «Die Volkswirtschaft»

maximal zulässigen Anteil von 20 Prozent Zweitwohnungen noch nicht erreicht haben oder wo es durch eine der Ausnahmen noch erlaubt ist.

Viel ist im Vorfeld der Inkraftsetzung des Gesetzes gebaut worden.

Ja. Das war ein richtiger Endspurt. Landeigentümer haben noch schnell ihr Bauland veräussert oder geplante Projekte vorangetrieben. Trotzdem: In Hotspots wie Zermatt, Leukerbad und St. Moritz sind die Preise von Zweitwohnungen um über 10 Prozent gesunken. Das war ein Anliegen der Initianten, da Wohneigentum für die lokale Bevölkerung kaum mehr bezahlbar war. Eine weitere Auswirkung der Initiative sind andere Bauformen: In Vercorin, wo ich über

Weihnachten war, wurden auf einen Schlag über 100 bewirtschaftete Ferienwohnungen gebaut. Im Unterschied zu herkömmlichen Zweitwohnungen werden diese vermietet, da ein Bau nur unter diesen Bedingungen erlaubt ist. Dies stellt natürlich eine Konkurrenz für die vorhandenen Ferienwohnungen in Vercorin dar.

Das Angebot an Ferien- und Zweitwohnungen wurde also erweitert.

Auf dem Markt gibt es ein grosses Angebot, das in den letzten Jahren noch gewachsen ist. Viele Ferienwohnungen, die in den letzten 30 Jahren gebaut wurden, sind heute alt und kaum mehr zeitgemäss. Sie entsprechen kaum mehr den Ansprüchen der Gäste und stören eher das Landschaftsbild. Die