

An aerial photograph of a river valley, likely the Flims Laax Falera region. The river flows through a valley, with a bridge visible in the distance. The surrounding mountains are covered in dense forest, and the foreground shows rocky terrain. The entire image has a blue tint.

Studienpräsentation

Beziehung der Erst- und Zweitheimischen in Flims Laax Falera

Flims Laax Falera, 30. September 2024

Agenda

- 1) Begrüssung und Vorstellung Patrick Seliner
- 2) Präsentation Studie Dr. oec. HSG Aristid Klumbies und Dr. oec. HSG Florian Gasser
- 3) Aktivitäten IG Flims Laax Falera Daniel J. Schwarzenbach
- 4) Fragerunde / Diskussion
- 5) Zusammenfassung

Datenschutzinformation:

Die Agendapunkte 1 bis 3 werden live übertragen und aufgezeichnet.

Daher Fragen notieren und im Agendapunkt 4 stellen, ab welcher keine Aufzeichnung mehr stattfindet.

Relevanz Zweitwohnungen Flims Laax Falera



Aufteilung der Übernachtungsgäste nach Unterkunftsart in 1'000 Übernachtungsfrequenzen

	Übernachtende Gäste	Hotel	Eigengenutzte Ferien- wohnungen	Übrige Para- hotellerie*	Bei Verwandten / Bekannten
Kanton Graubünden	19'090	5'515	8'270	4'065	1'240
Region Surselva	3'880	825	2'220	695	140
Disentis Sedrun	580	145	285	130	20
Flims Laax	1'805	505	995	255	50
Mittlere Surselva	1'495	175	940	310	70

* Inklusive vermietete Ferienwohnungen

Quelle: BFS (HESTA, PASTA); Befragungen EBP • [Daten herunterladen](#) • Erstellt mit [Datawrapper](#)

Einordnung im Kontext ZWE FLF:

- In FLF entstehen fast 1 Mio. Übernachtungsfrequenzen in eigengenutzten Ferienwohnungen.
- Dies entspricht rund 12% aller ZW-Übernachtungsfrequenzen im Kanton.

Gründe

- Sachliche, unabhängige Themenaufstellung
- Weil
 - Professionell erstellt
 - Einheimische und Zweitheimische (Unternehmer, Vereinspräsidenten usw. – breit abgestützt)
- Verwendungszweck / Nutzen
 - Verwendung für uns und unsere Ansprechpartner
 - Diskussionsgrundlage
 - Agenda / Themendefinition

An aerial photograph of a river valley, likely the Flims Laax Falera region. The river flows through a valley, with a bridge visible in the distance. The surrounding mountains are covered in dense forest, and the overall scene is bathed in a blue light, giving it a cool, ethereal appearance.

Zusammenfassung der Studie

Beziehung der Erst- und Zweitheimischen in Flims Laax Falera

Flims Laax Falera, 30.09.2024 und 1.10.2024

Untersuchung für die IG FLF

IG FLF hat das Forschungsteam gebeten, die unterschiedlichen Arten der Behandlung zwischen EWB und ZWB in FLF in 3 Dimensionen zu untersuchen

Projekthintergrund & Projektabgabe

Hintergrund



Interessengemeinschaft Flims Laax Falera – Zweitwohnungseigentümer/-innen und Interessierte ("IG FLF") will besser verstehen worin **Unterschiede in der Behandlung von Erst- und Zweitheimischen** in der Destination Flims Laax Falera ("FLF") liegen. In diesem Kontext werden die **unterschiedlichen Möglichkeiten der Vergünstigungen** mit Gründen zwischen Erst- & Zweitheimischen ("EWB" & "ZWB") geklärt



Darüber hinaus wird ein **Kommunikationsleitfaden** erstellt, der **als Orientierungshilfe** für eine Diskussion der Unterschiede mit Destinationsvertretern dienen soll

Projektabgabe

Schriftlicher Report, der die Erkenntnisse der Untersuchung in zwei Bereichen konsolidiert:

Status Quo Assessment:

1 "Potenziale Portfolio"

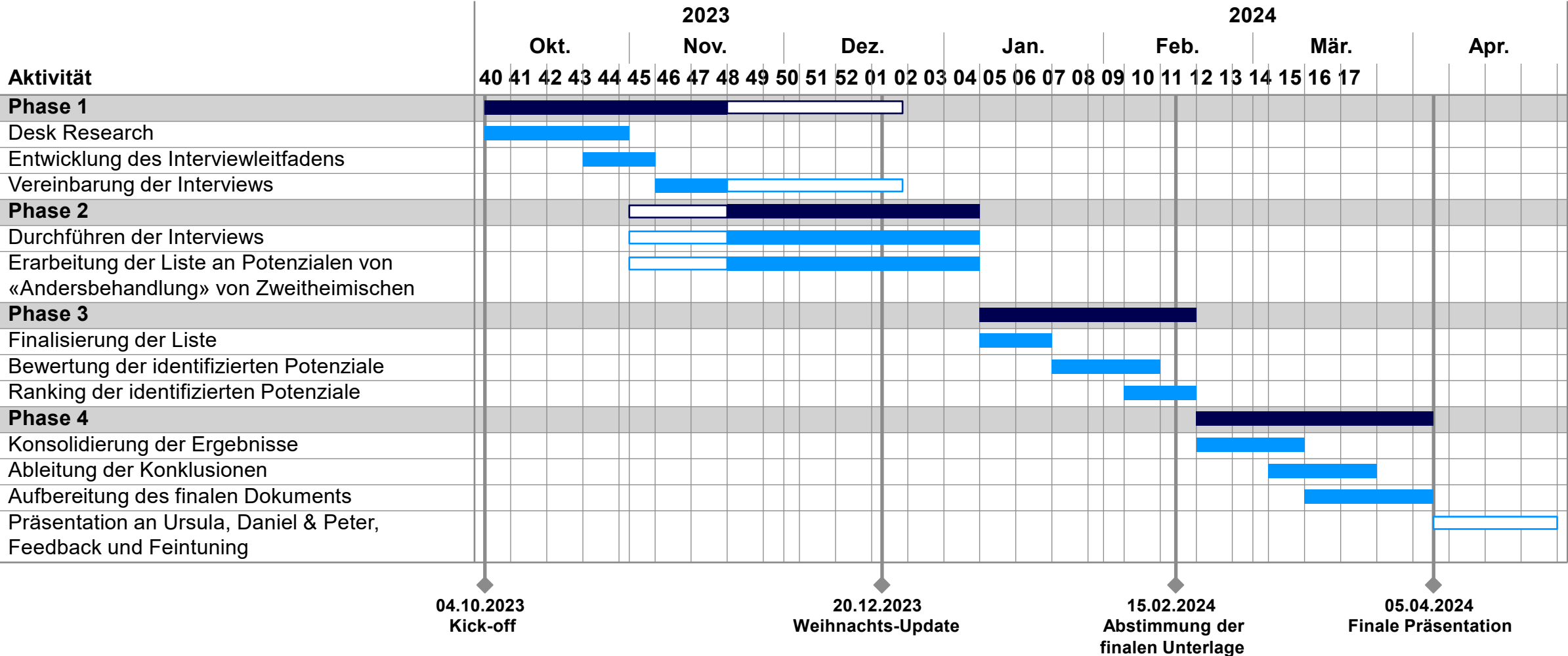
- Untersuchung der Andersbehandlung in drei Dimensionen (ökonomisch, politisch, soziokulturell)
- Abdeckung von FLF, Fokus auf Erst- & Zweitheimische in FLF
- Identifikation und Zusammenstellung der "Potenziale", Clusterung der Potenziale & Profile aller Potenziale

2 Kommunikationsleitfaden: "Potenziale Bewertung"

- Bewertung der "Potenziale" anhand zweier Kriterien:
 - Attraktivitätsgrad, um die Potenziale zu schliessen
 - Realisierbarkeitsgrad, um die Potenziale zu schliessen

Das Projekt lief auf einer flexiblen Zeitleiste – Präsentation der finalen Ergebnisse und Projektabschluss am 05.04.2024

Projekt Zeitleiste



Der Report basiert auf Desk Research sowie einer Vielzahl an Interviews mit Stakeholdern der Destination FLF – Sowohl EWB als auch ZWB wurden interviewt

Forschungsansatz & Quellen

IG FLF will besser verstehen, worin Unterschiede in der Behandlung der Zweitheimischen in der Destination FLF liegen – Ziel: Objektive Erfassung des impliziten Diskurses

Um die damit verbundenen Fragestellungen zu beantworten, wurden folgende Aufgaben erfüllt

- Desk Research inkl. Hintergrundgesprächen
- Stakeholder Interviews mit EWB und ZWB in FLF
- Konsolidierung des finalen Reports mit Kernerkenntnissen

Das Projekt wurde im Zeitraum 04.10.2023 – 05.04.2024 durchgeführt

1 Desk Research ¹⁾

Marktberichte & Artikel



- Baublatt
- Hotelrevue (HTR)
- Neue Zürcher Zeitung (NZZ)
- Tages-Anzeiger
- Universität St. Gallen (HSG)
- Webseiten der Destinationen Flims, Laax, Falera

Statistische Datenbanken



- FedLex (Die Publikationsplattform des Bundesrechts)
- Statista
- Webseiten des Kantons Graubünden (insb. Departement für Volkswirtschaft & Soziales)

Hintergrundgespräche



- **Hintergrundgespräche** mit den Ansprechpartnern der Auftraggeber
- **Zwischenpräsentationen** der Zwischenergebnisse

Destinations Informationen



- Destinations Webseiten (FLF)
- LinkedIn
- Presse Artikel
- Google Maps/Store Finders
- Destinationsbesuch am 27.01.2024

2 Stakeholder Interviews ¹⁾

Befragung



Interviews durchgeführt im Zeitraum vom 01.11.2023 bis zum 23.01.2024 in Flims,

• **Einschlusskriterien:**

- Entweder erst- oder zweitheimisch in der Destination FLF (oder alternativ in einem Fall: eine enge, langjährige berufliche Bindung zu FLF)

• **Valide Interviews** abgeschlossen

- 22 Fragen zu den Kernbereichen
- Ökonomische Bedeutung
- Politische Teilhabe
- Soziokultureller Stellenwert

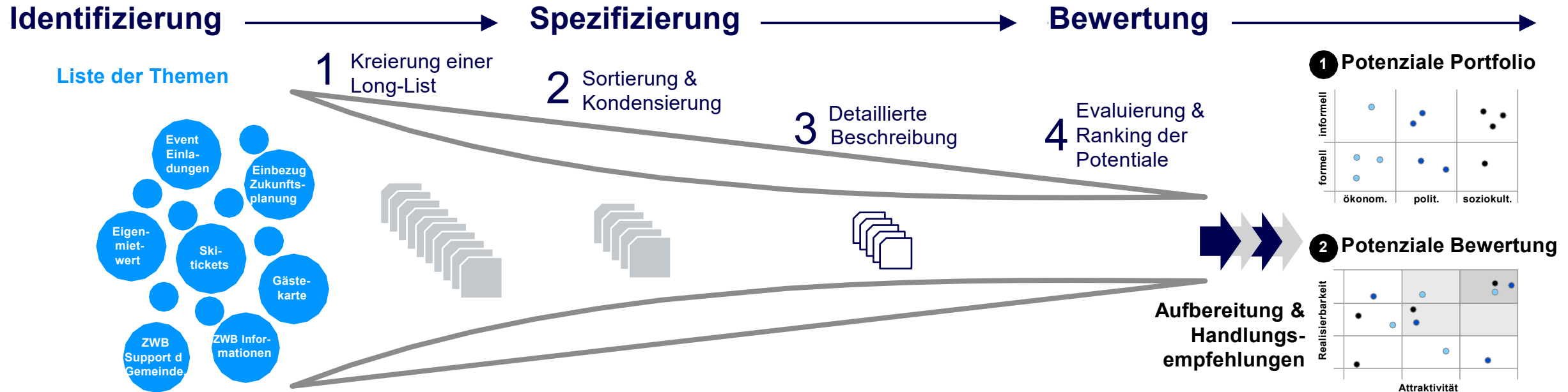
• **Durchschnittliche Interviewdauer:**

40-45 Minuten

1) Untersuchung im Zeitraum 04.10.2023-05.04.2024 durchgeführt; neuste verfügbare Informationen zu diesem Zeitpunkt im Report enthalten.

Wir folgen einem bewährten Prozess, um die erhobenen qualitativen Interviewdaten auszuwerten und strukturiert aufzubereiten

Unser Ansatz zur Datenauswertung



Identifizierung einer holistischen **Sammlung möglicher Potentiale** in der Behandlung zwischen EWB und ZWB in der Destination Flims, Laax, Falera, v.a. basierend auf:

- Desk Research
- Interviews

Aufbereitung der Daten mit dem Ziel, **spezifische, aussagekräftige Aussagen** zu den Potenzialen treffen zu können, v.a. durch

- Eliminierung von Redundanzen
- Nachträgliche Recherchen von Unklarheiten
- Ausdetaillierung

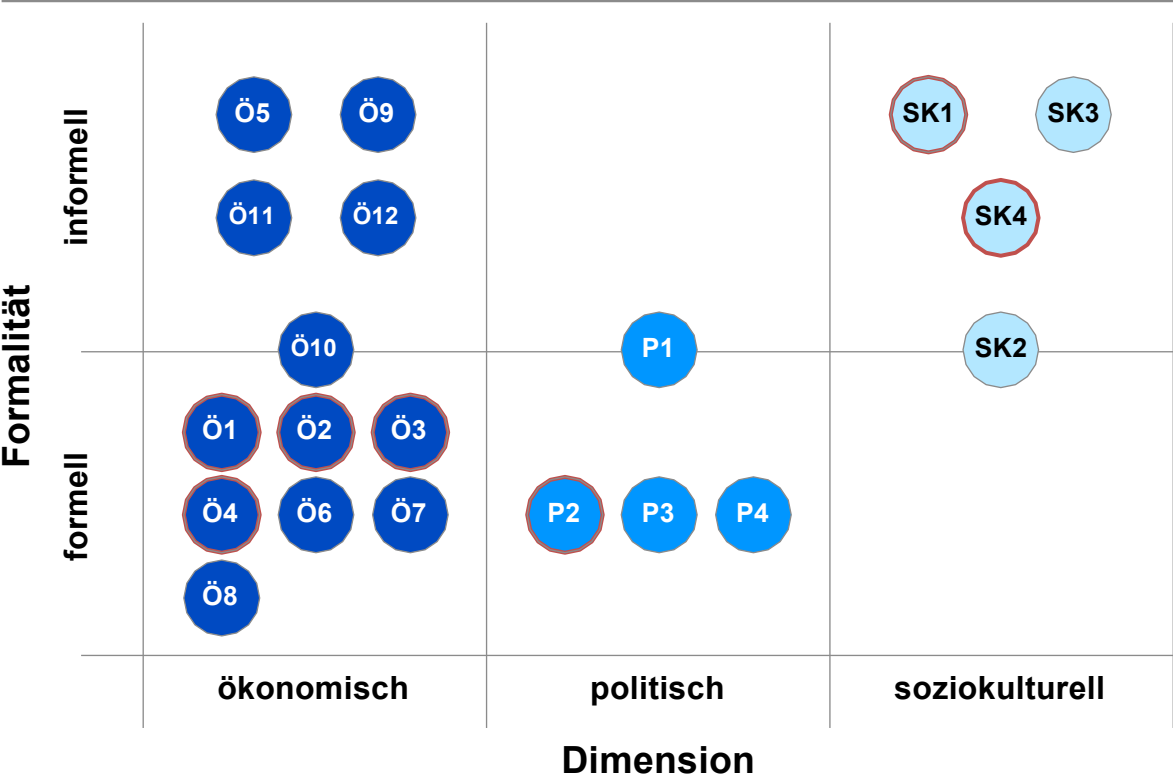
Bewertung der Potentiale anhand von zwei Kriterien sowie Ableitung von **Handlungsempfehlungen**

- Attraktivitätsgrad, um die Potentiale zu schliessen
- Realisierbarkeitsgrad, um die Potentiale zu schliessen

Die Datenauswertung hat insgesamt 20 Potenziale in der Behandlung von EWB und ZWB in der Destination FLF ergeben – Schwerpunkt auf formellen ökonomischen Potenzialen

Potenzial Portfolio

Matrix der Potenziale



● Ökonomisch ● Politisch ● Soziokulturell

○ Im Fokus der heutigen Präsentation

Anmerkung: Die identifizierten Potenziale stammen aus den geführten Interviews und sind subjektive Einschätzungen der interviewten Personen ("Interviewees"). Sie spiegeln nicht die Meinung der Autoren wider

Potenziale nach Dimensionen

Ökonom.	Ö1) Vergünstigte Saisontickets der Bergbahnen	Ö7) Handänderungssteuer/ Liegenschaftssteuer
	Ö2) Auf ZWB speziell ausgerichtete Kundenkarte	Ö8) Wasser-, Kehrlicht-, Abfuhr-Gebühren
	Ö3) Transparenz bei der Tourismusabgabe - Höhe der Abgabe	Ö9) Vergünstigungen bei Brennholz
	Ö4) Transparenz bei der Tourismusabgabe - Transparenz über	Ö10) Unterstützung der lokalen Wirtschaft/Wertschöpfung in FLF
	Ö5) Unterschiedliche Handwerkerpreise	Ö11) Entwicklung der Wohnungspreise
	Ö6) Eigenmietwert	Ö12) (Treue-)Rabatte
Polit.	P1) Meinungseinbringung bei Gemeindeversammlungen	P3) Einsitz im VR der Weissen Arena AG
	P2) Einsitz in Tourismusorganisation FLF Management AG	P4) Zugang zu Informationen über politische Geschäfte & Abstimmungen
Sozio-kult.	SK1) Events speziell für ZWB	SK3) Integration
	SK2) Beitrag für die Gesellschaft	SK4) Ansicht/Wirkung/Image der IG

Aus den 12 identifizierten ökonomischen Potenziale stechen 4 aufgrund ihrer häufigen Nennungen heraus

Übersicht der Top-4 ökonomischen Potenziale

Ausgangslage

- Die wohl **wichtigste Komponente der Interviews** war der Fragenblock zu den **ökonomischen Potenzialen**
- Das **diffuse Gefühl, dass ökonomische Potenziale** in der Behandlung von EWB und ZWB in der Destination FLF **beständen**, war u.a. einer der **ausschlaggebenden Faktoren** für die IG FLF, um die **Studie in Auftrag** zu geben
- Die Studie hat insgesamt 12 ökonomische Potenziale identifiziert, wovon **4 eine sehr exponierte, prominente Stellung** inne hatten –alleine durch die Häufigkeit ihrer Nennungen

Ökonomische Potenziale

- 1 **Vergünstigte Saisontickets der Bergbahnen**
- 2 **Auf ZWB speziell ausgerichtete Kundenkarte**
- 3 **Transparenz bei der Tourismusabgabe – Höhe der Abgabe**
- 4 **Transparenz bei der Tourismusabgabe – Transparenz über Mittelverwendung**

Vergünstigte Saisontickets sind prominentestes Beispiel für Ungleichbehandlung von EWB und ZWB in FLF – Situation jedoch durch politische Verträge manifest

Ökonomisches Potenzial Ö1: Vergünstigte Saisontickets der Bergbahnen

Steckbrief

Name: Vergünstigte Saisontickets der Bergbahnen

Dimension: Ökonomisch

Formalität: Formell

Geltungsbereich:   

Hintergrund

Beschreibung:

- ZWB erhalten möglicherweise keine vergünstigten Saisontickets für die Bergbahnen wie EWB – ZWB zahlen für das gleiche Saisonticket der Bergbahnen mehr als EWB

Vorteile für EWB:

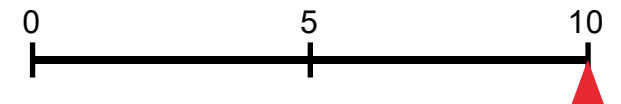
- Günstigerer Zugang zu Bergbahnen

Nachteile für ZWB:

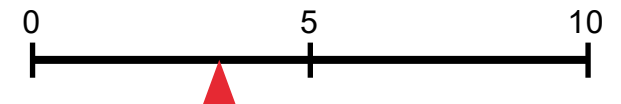
- Höhere Kosten für Bergbahntickets

Bewertung

Attraktivität: 10



Realisierbarkeit: 3



Handlungsempfehlung:

Bereitstellung vergünstigter ZWB-Saisontickets könnte das Gefühl der Gleichbehandlung stärken. Dies ist de facto kaum realisierbar. Das Potenzial scheint eher ein "unlösbarer Dorn im Auge" der IG und ZWB zu sein, da sie auf Grundlage politischer Verträge zw. WAAG & Gemeinden für Überfahrtsrechte der Bergbahnen besteht

Eine speziell auf ZWB ausgerichtete Kundenkarte wäre eine attraktive Option, um das Angebot für ZWB zu verbessern

Ökonomisches Potenzial Ö2: Auf ZWB speziell ausgerichtete Kundenkarte

Steckbrief

Name: Auf ZWB speziell ausgerichtete Kundenkarte

Dimension: Ökonomisch

Formalität: Formell

Geltungsbereich:   

Hintergrund

Beschreibung:

- ZWB haben keinen Zugang zu speziell auf sie ausgerichteten ZWB-Kundenkarten mit Vergünstigungen, sondern nur zu den generell existierenden Gästekarten, die auch jeder Hotelgast in FLF erhält – ZWB werden hier nicht gegenüber EWB anders behandelt, sondern gegenüber anderen Übernachtungsgästen in der Destination FLF
- Denkbar wäre eine separate Kundenkarte für jene, welche den Eigenmietwert zu 100% zahlen (= ZW-Besitzer) (und nur diese, keine Mieter usw.) – Ausgestaltung als eine Art "Treue-Pass"

Vorteile für EWB:

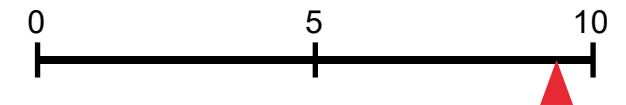
- EWB erhalten keine Gästekarten und haben somit auch keinen Vorteil

Nachteile für ZWB:

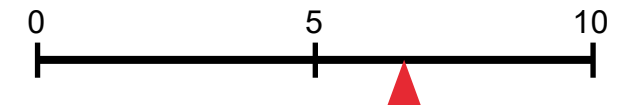
- Fehlender Zugang zu speziellen Vergünstigungen, die massgeschneidert für ZWB wären
- Semantische Gleichstellung der ZWB mit anderen Gästen der Destination FLF als "Gäste"

Bewertung

Attraktivität: 9



Realisierbarkeit: 7



Handlungsempfehlung:

Die Einführung einer speziellen Kundenkarte für ZWB könnte die Attraktivität der Leistungen für ZWB in der Destination FLF und

Gefühl der Wertschätzung fördern

Interviewees haben vehement mehr Transparenz bei der Tourismusabgabe gefordert – Sowohl bei der Festlegung der Höhe der Abgabe ...

Ökonomisches Potenzial Ö3: Transparenz bei der Tourismusabgabe – Höhe der Abgabe

Steckbrief

Name: Transparenz bei der Tourismusabgabe - Höhe der Abgabe

Dimension: Ökonomisch

Formalität: Formell

Geltungsbereich: 

Hintergrund

Beschreibung:

- In den Interviews wurde erwähnt, dass es teilweise an Transparenz bei der Festlegung und der Verwendung der Tourismusabgabe fehlt
- Bei manchen ZWB kann dies zu Unsicherheiten führen

Vorteile für EWB:

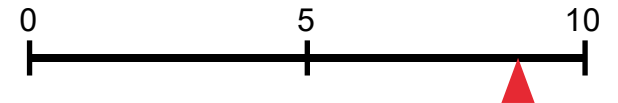
- Partizipation an Leistungen und Services, die durch die Tourismusabgabe finanziert werden

Nachteile für ZWB:

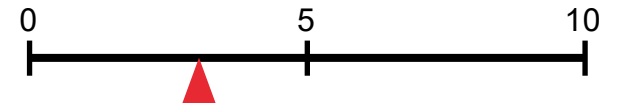
- ZWB müssen Tourismusabgabe leisten, über deren Höhe und Verwendung sie nicht entscheiden dürfen
- Beides ist i.d.R. jedoch der Normalfall, da es sich um eine Quasi-Besteuerung handelt, bei der Höhe und Verwendung nicht bestimmt werden können
- Als problematisch wird vielmehr die mangelnde Transparenz bei der Abgabenverwendung gesehen, d.h. nicht die Verwendung der Mittel an sich, sondern die Auskunft darüber wofür

Bewertung

Attraktivität: 8



Realisierbarkeit: 3



Handlungsempfehlung:

Eine transparente Kommunikation und etwaige partizipative Konsultationsverfahren der Gemeinden mit den ZWB über die Höhe der Tourismusabgabe könnten das Vertrauen der ZWB in die Gemeindeverwaltung stärken

... als auch bei der Mittelverwendung wurde mehr Transparenz eingefordert – Angemerkt wurde, dass Mittelverwendung aus öffentl. Budgets ersichtlich sei

Ökonomisches Potenzial Ö4: Transparenz bei der Tourismusabgabe - Transparenz über Mittelverwendung

Steckbrief

Name: Transparenz bei der Tourismusabgabe - Transparenz über Mittelverwendung

Dimension: Ökonomisch

Formalität: Formell

Geltungsbereich: 

Hintergrund

Beschreibung:

- Es mangelt möglicherweise an Transparenz darüber, wie die Einnahmen aus der Tourismusabgabe verwendet werden

Vorteile für EWB:

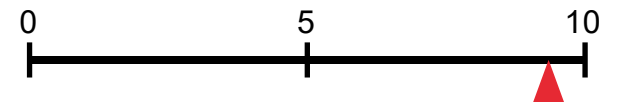
- Teilweise auch Unklarheit über die Verwendung der Abgabegelder
- Jedoch Wahlmöglichkeit der Gemeindevertreter und damit indirekte Beeinflussung des Ausgabeverhaltens und der Verwendungszwecke der Gemeindeverwaltung

Nachteile für ZWB:

- Unklarheit über die Verwendung der Abgabegelder

Bewertung

Attraktivität: 9



Realisierbarkeit: 6



Handlungsempfehlung:

Eine transparente Darstellung der Verwendungszwecke der Tourismusabgabe könnte das Vertrauen der ZWB in die Gemeindeverwaltung stärken und die Akzeptanz erhöhen – Hier sollte geprüft werden, ob sich mehr Transparenz aus der Sichtung der öffentl. Gemeindebudgets gewinnen lässt (laut Interviewee möglich)

Der Einsitz in Tourismusorganisation FLF Management AG ist eine attraktive Möglichkeit, um Einfluss auf die Tourismusentwicklung in FLF zu nehmen

Politisches Potenzial P2: Einsitz in Tourismusorganisation FLF Management AG

Steckbrief

Name: Einsitz in Tourismusorganisation FLF Management AG

Dimension: Politisch

Formalität: Formell

Geltungsbereich:   

Hintergrund

Beschreibung:

- ZWB haben derzeit keinen Einsitz im Vorstand der Tourismusorganisation FLF Management AG

Vorteile für EWB:

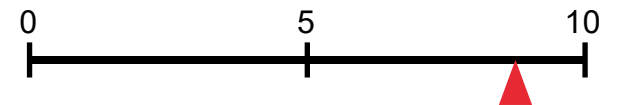
- Einzelne EWB haben keinen direkten Einsitz, aber sind durch gewählte EWB-Gemeindevertreter im Vorstand vertreten
- Einflussnahme auf die Tourismusentwicklung

Nachteile für ZWB:

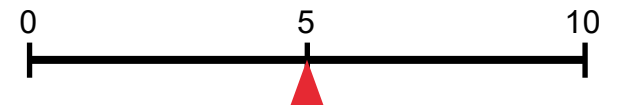
- Fehlende Vertretung in der Tourismusorganisation
- Keine Möglichkeit für Meinungsäusserungen und zur Einflussnahme auf Entscheidungen der Tourismusentwicklung in FLF (vergleichbare Situation mit ausserparlamentarischer Opposition)

Bewertung

Attraktivität: 8



Realisierbarkeit: 5



Handlungsempfehlung:

Die Einbeziehung von ZWB-Vertretern von der IG FLF in die Entscheidungsprozesse der Tourismusorganisation könnte die ZWB-Interessen besser berücksichtigen und das Gefühl der Gleichbehandlung stärken

Wurde durch EWBs eingebracht!

Spezielle Events für ZWB stärken das Gemeinschaftsgefühl innerhalb der ZWB-Community, können aber auch Austauschforen für den Kontakt mit EWB sein

Soziokulturelles Potenzial SK1: Events speziell für ZWB

Steckbrief

Name: Events speziell für ZWB

Dimension: Soziokulturell

Formalität: Informell

Geltungsbereich:   

Hintergrund

Beschreibung:

- Es werden möglicherweise keine speziellen Veranstaltungen in den einzelnen Destinationen für ZWB organisiert bzw. zu selten, unregelmässig und nur auf Nachfrage, was zu einem Gefühl der Ausgrenzung führen kann

Vorteile für EWB:

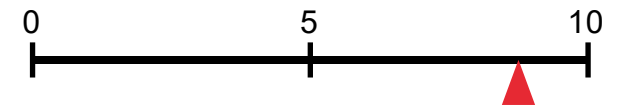
- Regelmässige Events, die primär EWB offen stehen – Dadurch Gefühl der Zugehörigkeit zur Destination und Verbindung zum Ort und Wertschätzung
- Förderung der Integration und des Gemeinschaftsgefühls

Nachteile für ZWB:

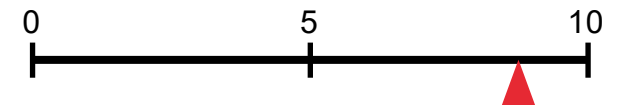
- Mögliches Gefühl der sozialen Ausgrenzung bzw. Nichtbeachtung

Bewertung

Attraktivität: 8



Realisierbarkeit: 8



Handlungsempfehlung:

Die Organisation von Veranstaltungen speziell für ZWB könnte die Integration und das Zusammengehörigkeitsgefühl erhöhen. Zusätzlich sollten vermehrt aktiv Veranstaltungen organisiert werden, die EWB und ZWB aktiv zusammenbringen, um den Austausch und den Prozess der Integration zu fördern

Potenzial 4 beschreibt, dass die Aussenwirkung der IG nicht bei allen EWB einen positiven Effekt auf die Wahrnehmung der ZWB hat

Soziokulturelles Potenzial SK4: Ansicht/Wirkung/Image der IG

Steckbrief

Name: Ansicht/Wirkung/Image der IG

Dimension: Soziokulturell

Formalität: Informell

Geltungsbereich:   

Hintergrund

Beschreibung:

- EWB könnten sich von den Meinungen und Entscheidungen der Interessengemeinschaft (IG) ausgeschlossen oder abgestossen fühlen

Vorteile für EWB:

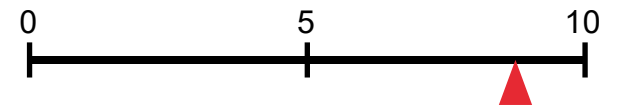
- Einfache Entschuldigung für Nichtbeachtung oder für das "Belächeln" der ZWB-Anliegen aufgrund wie auch immer gearteter nicht positiver Aussenwirkung der IG

Nachteile für ZWB:

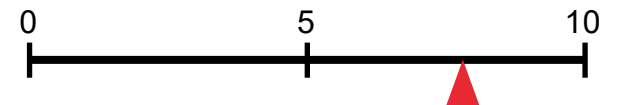
- EWB haben keine positiven Assoziationen mit ZWB –Die IG kann keine positiven Effekte kreieren und hat keinen klaren Leistungsauftrag

Bewertung

Attraktivität: 8



Realisierbarkeit: 7



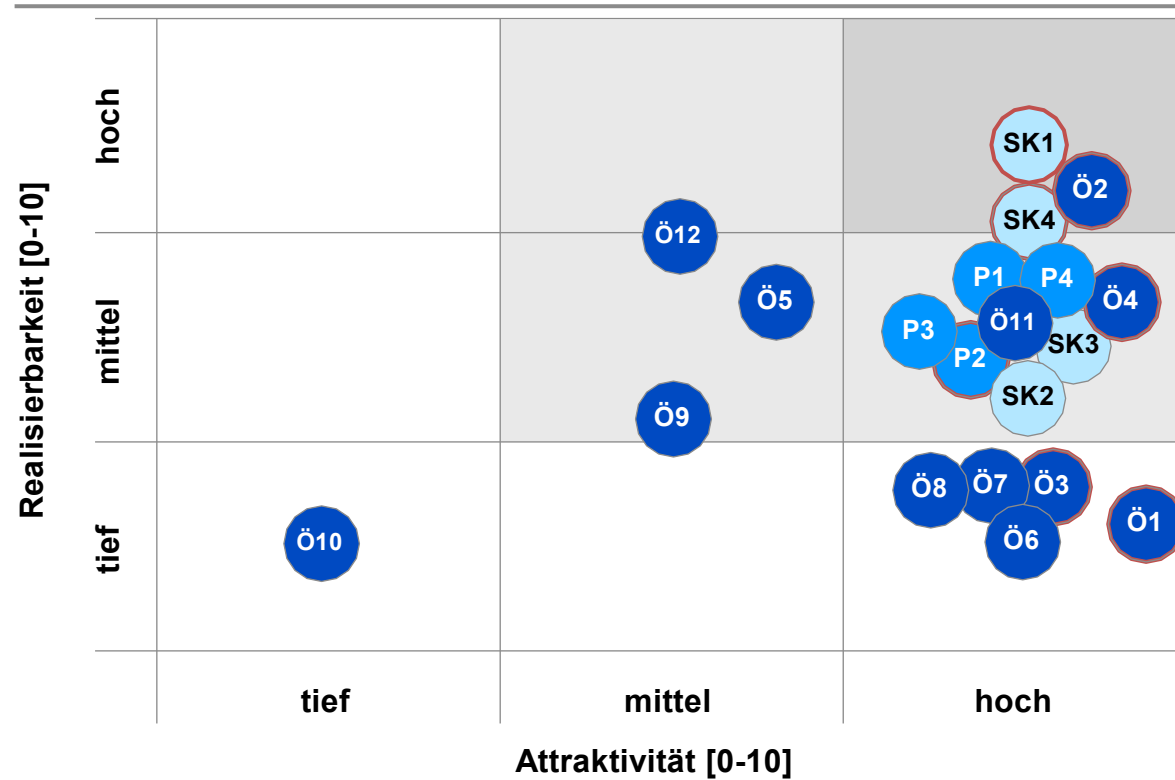
Handlungsempfehlung:

Die Förderung einer offenen und inklusiven Kommunikation von Seiten der IG könnte das Gefühl der Zugehörigkeit und der Gleichberechtigung zwischen EWB und ZWB stärken – Voraussetzung: Überarbeitung und klar geschärfte Strategie und Leistungsauftrag der IG, inkl. Vision, Mission, Werten und Zielen

Alle 20 Potenziale wurden in bezug auf ihre Attraktivität zu schliessen und ihre Realisierbarkeit zu schliessen hin bewertet – 3 Potenziale als Priorität 1

Potenziale Bewertung

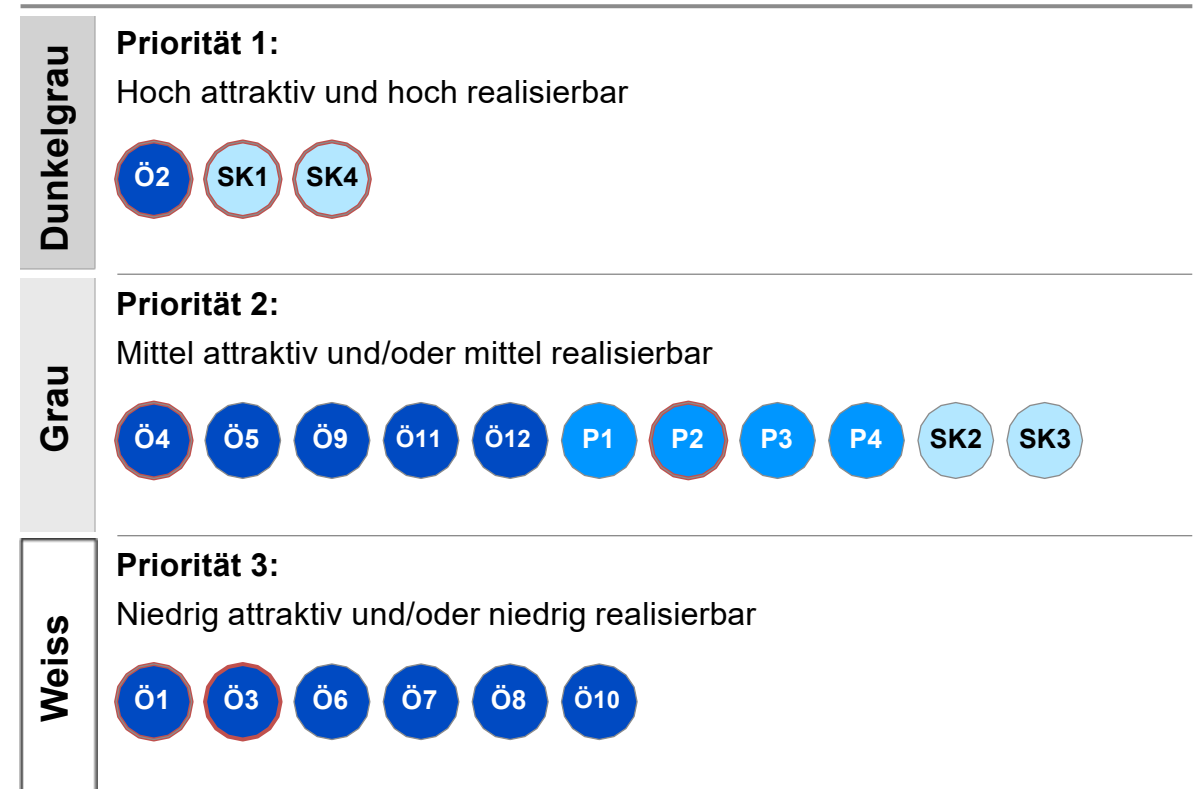
Matrix der Bewertung der Potenziale



■ Priorität 1 ■ Priorität 2 □ Priorität 3 ● Ökonomisch ● Politisch ● Soziokulturell

○ Im Fokus der heutigen Präsentation

Priorisierung



Integration von ZWB erfordert fein abgestimmte Kommunikationsstrategie, während unerkannte EWB-Vorteile & proaktive Zusammenarbeit betont werden

Zwischenergebnis

Kommunikationsstrategie

Zentral über alle 3 Dimensionen: Durch eine koordinierte & integrative Kommunikationsstrategie lassen sich Konfrontationen mit Unterschiedlichen Anspruchsgruppen vermeiden neue Mitglieder gewinnen und insgesamt ein positiver Eindruck in FLF fördern

Quick Win: Definition der zentralen Gesprächspartner & koordinierter Austausch

Verborgene EWB-Vorteile

Rabatte häufig unerkannt: EWB profitieren unausgesprochen von täglichen Interaktionen wie verstärktem lokalen Einkauf und engeren Beziehungen zu Dienstleistern

Quick Win: Vorteile könnten teilweise auch erhalten werden durch stärkere Interaktion und aktive Kommunikation sowie des Aufbaus einer "Stammkunden"-Rolle



Integration & Mitbestimmung

Proaktivität: EWB befürworten stärkere Integration von und mit ZWB, betonen jedoch klare Proaktivität von ZWB und schlagen persönliche Initiativen für indirekten Einfluss vor

Quick Win: Gemeinsame Organisation von Events mit anderen Vereinen & Implementierung von Informationszeitschrift(en) in den Newslettern

Vergleich von Perceived Equality und NPS

Einordnung: Differenzen im Net Promoter Score zwischen EWB und ZWB sind strukturell nicht stark ausgeprägt. Beide Gruppen würden den ZWB in FLF im Mittel sehr stark weiterempfehlen. Unterschiede bei den wahrgenommenen Gleichbehandlungen, wobei bei den ZWB zwei Lager gibt (grössere Ungleichheit vs. keine grösseren Ungleichheiten)

IG FLF sollte sich auf die Schliessung der Potenziale konzentrieren, die attraktiv als auch umsetzbar sind – Etwaige Vorstands Re-Evaluation der Potenziale nötig

Zwischenergebnis

1

Mehrwert durch Fokussierung auf bestimmte Potenziale

- Potenzial für Mehrwert durch Schliessung bestimmter ökonomischer und soziokultureller Potenziale durch die IG FLF

2

Definition der Rolle der IG FLF in Bezug auf politische Potenziale

- Beibehaltung einer Beobachterposition und gezielte Inputlieferung bei politischen Potenzialen
- Definition eines eigenen Standpunktes und gezielte Suche des Dialogs und Austauschs

3

Identifikation des "Sweet Spots" an Potenzialen

- Lediglich drei Potenziale bieten im initialen Assessment sowohl hohe Attraktivität als auch Realisierbarkeit für die Schliessung
- Die Frage stellt sich, ob eine Re-Evaluation durch die Vorstandsmitglieder der IG FLF eine veränderte Bewertung der Potenziale ergibt

4

Hürden bei der Realisierbarkeit von Potenzialen

- Die meisten Potenziale sind mit Realisierbarkeitshürden versehen
- Hier sollte Zeit investiert werden, um zu überlegen, a) ob das wirklich für alle Potenziale so ist und b) ob und wie sich die Realisierbarkeit bestimmter Potenziale verbessern lässt?
- Ziel sollte auf realistischer Re-Evaluation der Potenziale liegen, um Umsetzbarkeit erneut zu prüfen.

An aerial photograph of a river valley, likely the Flims Laax Falera region. The river flows through a valley, with a bridge visible in the distance. The surrounding mountains are covered in dense forest, and the overall scene is bathed in a blue light, giving it a cool, ethereal appearance.

Zusammenfassung der Studie

Beziehung der Erst- und Zweitheimischen in Flims Laax Falera

Flims Laax Falera, 30.09.2024 und 1.10.2024

Untersuchung für die IG FLF

An aerial photograph of a river valley, likely the Flims Laax Falera region, showing a river winding through a forested valley with rocky slopes. The entire image is covered with a semi-transparent blue overlay.

Fokusthemen IG FLF aus der Studie Einheimische / Zweitheimische

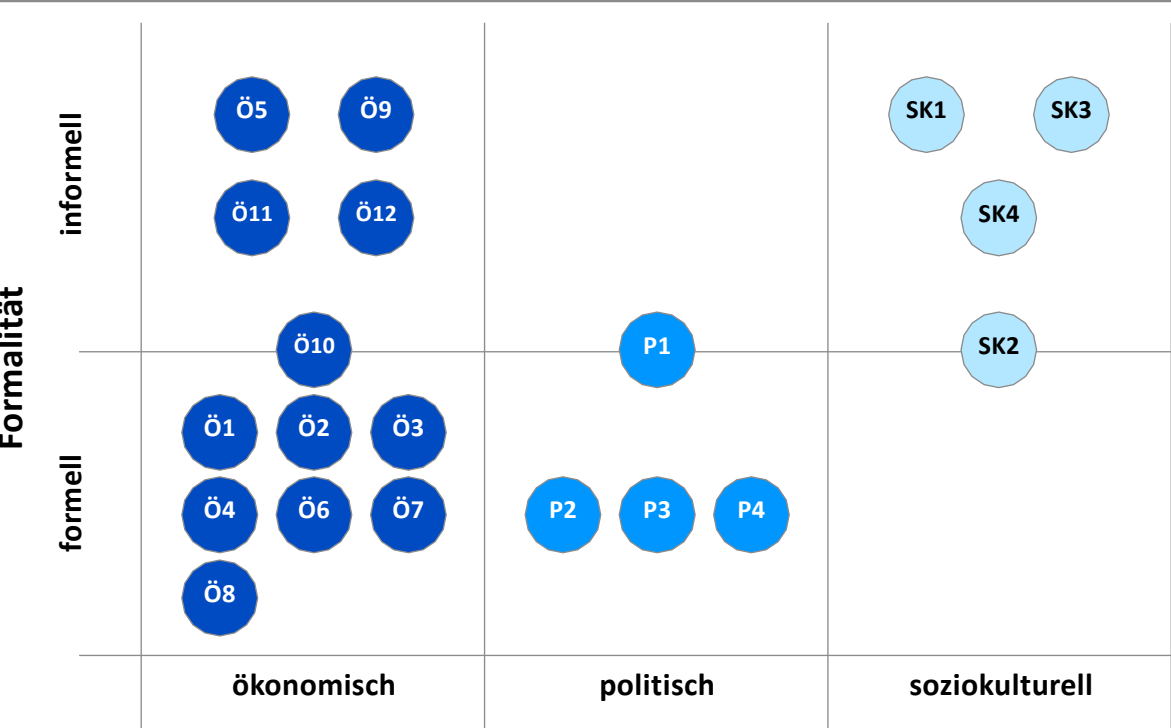
Flims Laax Falera/Zürich, 01.06.2024/Ende September 2024 – aus den Vorstandsworkshops

Beziehung der Erst- und Zweitheimischen in Flims Laax Falera –
Untersuchung für die IG FLF

Die Datenauswertung hat insgesamt 20 Potenziale in der Behandlung von EWB und ZWB in der Destination FLF ergeben – Schwerpunkt auf formellen ökonomischen Potenzialen

Potenzial Portfolio

Matrix der Potenziale



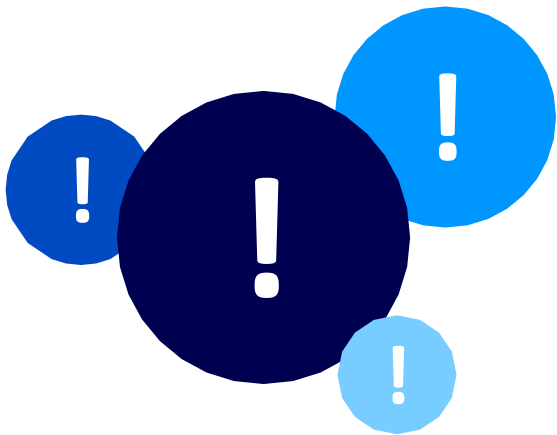
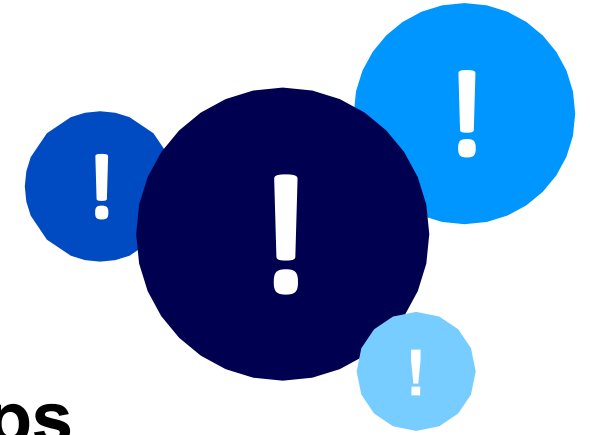
● Ökonomisch ● Politisch ● Soziokulturell

Potenzial nach Dimensionen

Ökonom.	Ö1) Vergünstigte Saisontickets der Bergbahnen	Ö7) Handänderungssteuer/ Liegenschaftssteuer
	Ö2) Auf ZWB speziell ausgerichtete Kundenkarte	Ö8) Wasser-, Kehr-, Abfuhr-Gebühren
	Ö3) Transparenz bei der Tourismusabgabe - Höhe der Abgabe	Ö9) Vergünstigungen bei Brennholz
	Ö4) Transparenz bei der Tourismusabgabe - Transparenz über Mittelverwendung	Ö10) Unterstützung der lokalen Wirtschaft/Wertschöpfung in FLF
	Ö5) Unterschiedliche Handwerkerpreise	Ö11) Entwicklung der Wohnungspreise
	Ö6) Eigenmietwert	Ö12) (Treue-)Rabatte
Polit.	P1) Meinungseinbringung bei Gemeindeversammlungen	P3) Einsitz im VR der Weissen Arena AG
	P2) Einsitz in Tourismusorganisation FLF Management AG	P4) Zugang zu Informationen über politische Geschäfte & Abstimmungen
Sozio-kult.	SK1) Events speziell für ZWB	SK3) Integration
	SK2) Beitrag für die Gesellschaft	SK4) Ansicht/Wirkung/Image der IG

Anmerkung: Die identifizierten Potentiael stammen aus den geführten Interviews und sind subjektive Einschätzungen der interviewten Personen ("Interviewees"). Sie spiegeln nicht die Meinung der Autoren wider

Der Vorstand der IG FLF hat sich in Workshops darauf fokussiert, Themen aus der Studie zu wählen, welche kurz- und mittelfristig und vor allem umsetzbar sind.



Fokusthemen des IG FLF Vorstandes – Kurz- und mittelfristig, welche eine hohe Realisierbarkeit aufweisen.

Potenzial 4 beschreibt, dass die **Aussenwirkung der IG** nicht bei allen EWB **einen positiven Effekt** auf die Wahrnehmung der ZWB hat

Der **Einsatz in Tourismusorganisation FLF Management AG** ist eine attraktive Möglichkeit, um Einfluss auf die Tourismusentwicklung in FLF zu nehmen

Spezielle Events für ZWB stärken das Gemeinschaftsgefühl innerhalb der ZWB-Community, können aber auch Austauschforen für den Kontakt mit EWB sein

Eine speziell auf **ZWB ausgerichtete Kundenkarte** wäre eine attraktive Option, um das Angebot für ZWB zu verbessern

Potenzial 4 beschreibt, dass die Aussenwirkung der IG nicht bei allen EWB einen positiven Effekt auf die Wahrnehmung der ZWB hat

Soziokulturelles Potenzial SK4: Ansicht/Wirkung/Image der IG

Steckbrief

Name: Ansicht/Wirkung/Image der IG

Dimension: Soziokulturell

Formalität: Informell

Geltungsbereich:   

Hintergrund

Beschreibung:

- EWB könnten sich von den Meinungen und Entscheidungen der Interessengemeinschaft (IG) ausgeschlossen oder abgestossen fühlen

Vorteile für EWB:

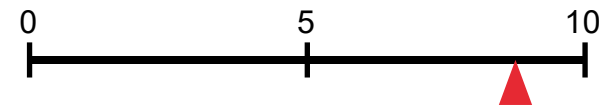
- Einfache Entschuldigung für Nichtbeachtung oder für das "Belächeln" der ZWB-Anliegen aufgrund wie auch immer gearteter nicht positiver Aussenwirkung der IG

Nachteile für ZWB:

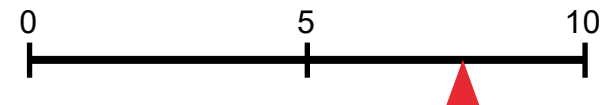
- EWB haben keine positiven Assoziationen mit ZWB – Die IG kann keine positiven Effekte kreieren und hat keinen klaren Leistungsauftrag

Bewertung

Attraktivität: 8



Realisierbarkeit: 7



Handlungsempfehlung:

Die Förderung einer offenen und inklusiven Kommunikation von Seiten der IG könnte das Gefühl der Zugehörigkeit und der EWB und ZWB stärken –
Voraussetzung: Überarbeitung und klar geschärfte Strategie und Leistungsauftrag der IG, inkl. Vision, Mission, Werten und Zielen

Der Einsitz in Tourismusorganisation FLF Management AG ist eine attraktive Möglichkeit, um Einfluss auf die Tourismusentwicklung in FLF zu nehmen

Politisches Potenzial P2: Einsitz in Tourismusorganisation FLF Management AG

Steckbrief

Name: Einsitz in
Tourismusorganisation FLF
Management AG

Dimension: Politisch

Formalität: Formell

Geltungsbereich:   

Hintergrund

Beschreibung:

- ZWB haben derzeit keinen Einsitz im Vorstand der Tourismusorganisation FLF Management AG

Vorteile für EWB:

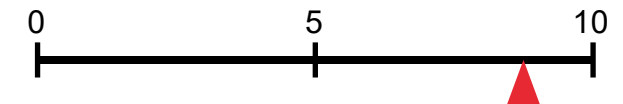
- Einzelne EWB haben keinen direkten Einsitz, aber sind durch gewählte EWB-Gemeindevertreter im Vorstand vertreten
- Einflussnahme auf die Tourismusentwicklung

Nachteile für ZWB:

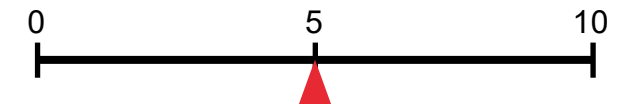
- Fehlende Vertretung in der Tourismusorganisation
- Keine Möglichkeit für Meinungsäusserungen und zur Einflussnahme auf Entscheidungen der Tourismusentwicklung in FLF (vergleichbare Situation mit ausserparlamentarischer Opposition)

Bewertung

Attraktivität: 8



Realisierbarkeit: 5



Handlungsempfehlung:

Die Einbeziehung von ZWB-Vertretern von der IG FLF in die Entscheidungsprozesse der Tourismusorganisation könnte die ZWB-Interessen besser berücksichtigen und das Gefühl der Gleichbehandlung stärken

Wurde durch EWBs eingebracht!

Spezielle Events für ZWB stärken das Gemeinschaftsgefühl innerhalb der ZWB-Community, können aber auch Austauschforen für den Kontakt mit EWB sein

Soziokulturelles Potenzial SK1: Events speziell für ZWB

Steckbrief

Name: Events speziell für ZWB

Dimension: Soziokulturell

Formalität: Informell

Geltungsbereich:   

Hintergrund

Beschreibung:

- Es werden möglicherweise keine speziellen Veranstaltungen in den einzelnen Destinationen für ZWB organisiert bzw. zu selten, unregelmässig und nur auf Nachfrage, was zu einem Gefühl der Ausgrenzung führen kann

Vorteile für EWB:

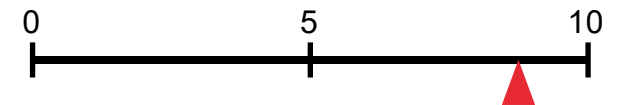
- Regelmässige Events, die primär EWB offen stehen – Dadurch Gefühl der Zugehörigkeit zur Destination und Verbindung zum Ort und Wertschätzung
- Förderung der Integration und des Gemeinschaftsgefühls

Nachteile für ZWB:

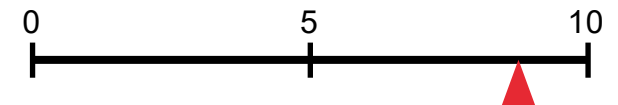
- Mögliches Gefühl der sozialen Ausgrenzung bzw. Nichtbeachtung

Bewertung

Attraktivität: 8



Realisierbarkeit: 8



Handlungsempfehlung:

Die Organisation von Veranstaltungen speziell für ZWB könnte die Integration und das Zusammengehörigkeitsgefühl erhöhen. Zusätzlich sollten vermehrt aktiv Veranstaltungen organisiert werden, **die EWB und ZWB aktiv zusammenbringen**, um den Austausch und den Prozess der Integration zu fördern

Eine speziell auf ZWB ausgerichtete Kundenkarte wäre eine attraktive Option, um das Angebot für ZWB zu verbessern

Ökonomisches Potenzial Ö2: Auf ZWB speziell ausgerichtete Kundenkarte

Steckbrief

Name: Auf ZWB speziell ausgerichtete Kundenkarte

Dimension: Ökonomisch

Formalität: Formell

Geltungsbereich:   

Hintergrund

Beschreibung:

- ZWB haben keinen Zugang zu speziell auf sie ausgerichteten ZWB-Kundenkarten mit Vergünstigungen, sondern nur zu den generell existierenden Gästekarten, die auch jeder Hotelgast in FLF erhält – ZWB werden hier nicht gegenüber EWB anders behandelt, sondern gegenüber anderen Übernachtungsgästen in der Destination FLF
- Denkbar wäre eine separate Kundenkarte für jene, welche den Eigenmietwert zu 100% zahlen (= ZW-Besitzer) (und nur diese, keine Mieter usw.) –A usgestaltung als eine Art "Treue-Pass"

Vorteile für EWB:

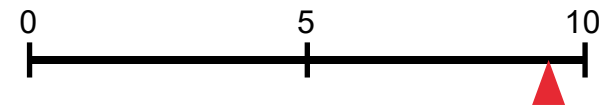
- EWB erhalten keine Gästekarten und haben somit auch keinen Vorteil

Nachteile für ZWB:

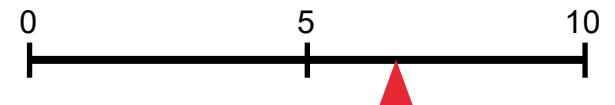
- Fehlender Zugang zu speziellen Vergünstigungen, die massgeschienidert für ZWB wären
- Semantische Gleichstellung der ZWB mit anderen Gästen der Destination FLF als "Gäste"

Bewertung

Attraktivität: 9



Realisierbarkeit: 7



Handlungsempfehlung:

Die Einführung einer speziellen Kundenkarte für ZWB könnte die Attraktivität der Leistungen für ZWB in der Destination FLF und Gefühl der Wertschätzung fördern

Für die kurz- und mittelfristigen Fokusthemen haben wir auch schon Vorschläge ausgearbeitet.

Mögliche Themenbereiche, in welchen die **Kundenkarte** für alle einen zusätzlichen Nutzen bringen könnte.

	Gastro	Bau / Renovation / Handwerker	Ladengeschäfte	Bahnen	Medien	Allg. Dienstleistungen	Benefit für Gewerbe
Ideen (welche weiter zu diskutieren sind)	• In flauen Zeiten Vergünstigungen z.B. Apéro, Nachspeise, ... • ... • ...	• Wenn Umbau, etc. 12 Monate vor Ausführung in Auftrag gegeben wird, Spezialpreis • Längere Garantie-Dauer • Auto in Wartung geben und man braucht keinen Ersatzwagen • ... • ...	• Zusatzrabatt	• Vergünstigung bei Blue Line • Günstigere Tageskarten • Abo Modelle • ... • ...	• Spezialpreis für Ruinaulta (e-Paper) • ... • ...	• Günstigere Versicherung • Spezialpreis für Golf Fee • ... • ...	• Unterstützung bei der Personalsuche → Kommunikation an Zweitheimische. Ev. frühpensionierte Fachleute welche meist in der Region temporär einsetzen (Aufgabe nach Pensionierung) • Vermitteln von Lehrlingen • ... • ...



Von Zweitheimischen zu Einheimischen - Im Dialog

Wir setzen uns für die Interessen der Zweitwohnungseigentümer ein.
Wir engagieren uns aktiv für die Entwicklung der Destination.

Gerne diskutieren wir die Themen 1:1 mit den entsprechenden Organisationen und definieren weiterhin gemeinsame Ansatzpunkte.

Wir erwarten jedoch, und sind zuversichtlich, dass danach auch **Taten folgen**.

An aerial photograph of a river valley, likely the Flims Laax Falera region. The river flows through a valley floor covered in light-colored gravel and sand. The surrounding mountains are steep and covered in dense green forests. A small bridge crosses the river in the middle distance. The overall scene is captured from a high vantage point, looking down into the valley.

Fokusthemen IG FLF aus der Studie Einheimische / Zweitheimische

Flims Laax Falera/Zürich, 01.06.2024/Ende September 2024 – aus den Vorstandsworkshops

Beziehung der Erst- und Zweitheimischen in Flims Laax Falera –
Untersuchung für die IG FLF

Zusammenfassung

- Relevanz: Ca. 2/3 der Übernachtungsfrequenzen basieren auf Zweitwohnungen
- unabhängige professionelle Studie
- Vielseitige und umfangreiche lokale Themen
- Aktuell 4 Fokusthemen – Gespräche mit HGVA bereits gestartet
- Gemeinsame Vorteile in den Vordergrund stellen
- **WICHTIG:** Attraktivität und Realisierbarkeit durch Einheimische und Zweitheimische
- Weiterführung der bisherigen Gespräche mit unseren wichtigen Ansprechpartnern der Destination

An aerial photograph of a river valley, likely the Flims Laax Falera region. The river flows through a deep, V-shaped valley, surrounded by steep, rocky slopes and dense forests. The water is a light blue-grey color, and the surrounding landscape is a mix of green forest and grey rock. The text is overlaid on the left side of the image.

Vielen Dank

Beziehung der Erst- und Zweitheimischen in Flims Laax Falera

Flims Laax Falera, 30. September 2024