

Begriffsdefinitionen Resort und Feriendorf

Die vom Bundesamt für Raumentwicklung (ARE) herausgegebene und von Rütter + Partner verfasste Studie „Ferienresorts – Nachhaltigkeit und Anforderungen an die Raumplanung“ (2008, S. 27f.) unterteilt den Begriff Resorts in vier Kategorien und definiert diese wie folgt:

- **Typ 1 Komplexe Tourismusresorts** (grosses, stark diversifiziertes Serviceangebot): Ferienanlagen bestehend aus Hotels und bewirtschafteten Apartments. Die Apartments werden nach der Erstellung an verschiedene Eigentümer verkauft. Sie stehen jedoch unter einem einheitlichen Management. Die Vermietung der Apartments und der entsprechende Service sind dabei Bestandteil des Konzeptes und mit entsprechenden Verträgen (in unterschiedlicher Verbindlichkeit und Dauer) geregelt. Um eine hohe Vermietbarkeit der Apartments zu gewährleisten, sind diese i.d.R. nicht individuell möbliert. Die Eigentümer haben nur ein beschränktes Nutzungsrecht.
- **Typ 2 Hotelresorts** (Hotelservice): Grosse 4- oder 5-Sterne Hotels, die über weitere Angebote wie Wellness- und Kongresseinrichtungen verfügen. Diesen Hotels sind oftmals Zweitwohnungen angegliedert, die zur Finanzierung des Hotels (Erstellung oder Renovation) an Dritte verkauft wurden. Den Wohnungseigentümern steht der Hotelservice auf Wunsch zur Verfügung. Eine Bewirtschaftung der Zweitwohnungen ist in der Regel nicht Teil des Konzeptes. Die Zweitwohnungen sind meist individuell möbliert und es besteht ein unbeschränktes Nutzungsrecht zu Gunsten der Eigentümer.
- **Typ 3 Apartment-Resorts** (hotelähnlicher Service nach Wunsch): Die Überbauungen, die oft den Charakter von Dörfern haben, werden von Tourismusentwicklern geplant und betrieben, die einzelnen Apartments teilweise oder gänzlich an Dritte verkauft. Die Vermietung der Objekte ist bei diesem Typ ausschlaggebend für das Funktionieren des Konzeptes. Die Apartments sind daher einheitlich gestaltet und die Eigentümer haben nur ein beschränktes Nutzungs- und Mitbestimmungsrecht. Die entsprechenden Verträge sind je nach Projekt unterschiedlich verbindlich.
- **Typ 4 Feriendörfer/-Parks** (Restaurantservice, evt. Sport- und Spielangebote, sonst Selbstversorgung der Gäste): Grössere Komplexe (Chalets, grössere Häuser, ganze Siedlungen) mit professionell vermieteten Ferienwohnungen. Die in der Schweiz verbreiteten Formen sind in Bezug auf die Bettenzahl eher klein bis mittel und stützen sich auf das bestehende Angebot in der Standortgemeinde ab, oder sind sogar, in Zusammenarbeit mit der Standortgemeinde, zum Zweck der besseren Auslastung der bestehenden touristischen Infrastruktur entwickelt worden (REKA-Dörfer, Bsp. Urnäsch, Surses Alpin, Savognin)

Begriffsdefinitionen

Nachfolgende Abbildung typisiert geplante und bestehende Resorts/Feriendörfer in der Schweiz nach Serviceangebot und Anzahl Betten (Stand 2008).

	Projekte			
	<300 Betten	300-499 Betten	500-999 Betten	mehr als 1000 Betten
Komplexe Tourismusresorts (Hotels und Apartments mit Hoteldienstleistung, grosses Dienstleistungsspektrum)	Revers Moubra, Montana Mélèzes, Lens		Maisons de Biaritz Champéry Hameau des Bains, Grimentz Médran, Bagnes/Verbier Le Parc, Ollon Rothorn Resort, Lenzerh. Thermes parc, Val d'Illeaz	Andermatt Resort Les hameaux d'Anzère, Ayent Castle Radons, Savognin Village Royal, Mollens
Hotelresorts (mit/ohne angegliederte Zweitwohnungen)	Alpenbad, Adelboden Club Med, Verbier Vallée de Conches, Energalen Hotel Alpina, Gstaad Mérignou, Lens Hotel Schatzalp, Davos Kurhaus Melchsee Frutt, Kerns Hotel Orsellina Petit Cervin, Zermatt	Stilli Park, Davos Bürgenstock Hotels, Bürgenstock	Hotel Prättschli, Arosa	
Apartment-Resort (mit hotelähnlichem Service und grossem Dienstleistungsspektrum)		Village valaisan au col des planches, Vollèges	Walenseeresort, Quarten	The Rocks, Laax Mayens-de-Bruson, Bagnes/Bruson
Feriendorf (Professionell vermietete Ferienwohnungen)	Aclas Heinzenberg, Oberurmein	Rueras Alpin, Sedrun Scuol Alpin, Scuol Parsenn Alpin, Davos	Dieschen Alpin, Lenzerheide Aclas Ela, Lantsch Acher, Engelberg	Landal Greenpark, Klosters
Zweitwohnungs-Resort (evt. Wartung/Empfang)				

	Bestehende Betriebe			
	<300 Betten	300-499 Betten	500-999 Betten	mehr als 1000 Betten
Komplexe Tourismusresorts (Hotels und Apartments mit Hoteldienstleistung, grosses Dienstleistungsspektrum)		Villars - Chalet Royal, Ollon	Swiss Holiday Park, Morschach	
Hotelresorts (mit/ohne angegliederte Zweitwohnungen)	Riffelalp Resort, Zermatt Kurhaus, Cademario	Grand Hotels, Bad Ragaz Therme, Vals		
Apartment-Resort (mit hotelähnlichem Service und grossem Dienstleistungsspektrum)				Alpvision, Nendaz
Feriendorf (Professionell vermietete Ferienwohnungen)	Reka, Montfaucon Reka, Albonago Reka, Wildhaus Reka, Albonago Villa Saleggi & Spa, (Hapimag) Ascona	Reka, Urnäsch Reka, Disentis Reka, Hasliberg Reka, Pany Surses Alpin, Savognin	Vitget Alpin (Hapimag), Flims	
Zweitwohnungs-Resort (evt. Wartung/Empfang)	Residenza Plaz, Bivio			

* Logiernacht

Quelle: Ruetter + Partner, Arcalpin, Universität Bern (Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus; FIF)

Öffentliche Kontaktstellen

Finanzielle Förderung auf Ebene Kanton

Kanton Bern

beco Berner Wirtschaft
Tourismus und Regionalentwicklung
Münsterplatz 3
3011 Bern
www.vol.be.ch/beco
Tel: +41 (0)31 633 40 77
Fax: +41 (0)31 633 40 88

Kanton Graubünden

Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden
Grabenstrasse 1
7000 Chur
www.awt.gr.ch
Tel: +41 (0)81 257 23 42
Fax: +41 (0)81 257 21 92

Kanton Wallis

Dienststelle für Wirtschaftsentwicklung
Maison de Courten, Place St-Théodule
1950 Sion
www.vs.ch
sde@admin.vs.ch
Tel: +41 (0)27 606 73 55
Fax: +41 (0)27 606 73 56

Raumplanung

Kanton Bern

Amt für Gemeinden und Raumordnung
Orts- und Regionalplanung
Nydegasse 11/13 3
3011 Bern
www.jgk.be.ch/oundr
Tel: +41 (0)31 633 73 20
Fax: +41 (0)31 633 73 21

Kanton Graubünden

Amt für Raumentwicklung
Graubünden
Grabenstrasse 1
7000 Chur
www.are.gr.ch
Tel: +41 (0)81 257 23 23
Fax: +41 (0)81 257 21 41

Kanton Wallis

Dienststelle für Wirtschaftsentwicklung
Maison de Courten, Place St-Théodule
1950 Sion
www.vs.ch
sde@admin.vs.ch
Tel: +41 (0)27 606 73 55
Fax: +41 (0)27 606 73 56

Lex Koller
(Erwerb von Grundstücken durch Ausländer)

Kanton Bern

beco Berner Wirtschaft
Marktaufsicht
Laupenstrasse 22
3011 Bern
www.vol.be.ch/beco
info.arbeit@vol.be.ch
Tel: +41 (0)31 633 57 75
Fax: +41 (0)31 633 58 02

Kanton Graubünden

Grundbuchinspektorat und Handelsregister
Graubünden
Rohanstrasse 5
7000 Chur
www.giha.gr.ch
Tel: +41 (0)81 257 24 85
Fax: +41 (0)81 257 21 44

Kanton Wallis

Dienststelle für Wirtschaftsentwicklung
Maison de Courten, Place St-Théodule
1950 Sion
www.vs.ch
sde@admin.vs.ch
Tel: +41 (0)27 606 73 55
Fax: +41 (0)27 606 73 56

Öffentliche Kontaktstellen

Schweizerische
Gesellschaft für
Hotelkredit
(SGH)

Die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) operiert auf der Basis des Bundesgesetzes über die Förderung der Beherbergungswirtschaft und bietet Unterstützung bei der Finanzierung von Beherbergungsbetrieben. Neben der konkreten Finanzierungshilfe bietet sie auch Beratungen rund um die Finanzierung von Beherbergungsbetrieben.

Die wichtigsten Förderinstrumente sind:

- **Nachrangige Darlehen** zur Ergänzung von Eigenkapital und Bankkrediten.
- **Zinsvergünstigungen und Vorzugskonditionen** in der Startphase.

Weitere Informationen zur SGH und Kontaktdaten finden sie unter: www.sgh.ch

Übersicht typische Beherbergungsbetriebe

Ein **Feriedorf** mit rund **50 Wohnungen** beansprucht eine Fläche von **15'000 m²** bis **25'000 m²** und kostet je nach zusätzlicher Infrastruktur (z.B. Hallenbad, Parkplätze) zwischen **CHF 15 Mio. und CHF 30 Mio.**, generiert einen Umsatz von über CHF 2 Mio. und bietet rund **3-5 Vollzeitstellen**.

Feriedörfer verfügen über ein standardisiertes Angebot und sprechen in der Regel Familien mit Kindern an. In den letzten Jahren wurden in der Schweiz einige Feriedorf-Projekte in mittelgrossen Destinationen erfolgreich realisiert. Diese weisen teilweise eine sehr hohe Jahresauslastung aus und haben sich als Frequenzenbringer für Bergbahnen und die übrige touristische Infrastruktur bewährt. Die aktuellen Entwicklungen zeigen, dass sich immer öfter auch ausländische Betreiber und Anbieter von Feriedörfern für Schweizer Destinationen interessieren.

Reka-Feriedorf in Disentis (GR)



Neubau: CHF 28 Mio. Investition, 52 Wohnungen, ca. 54'000 Logiernächte

Quelle: REKA

Ein typisches **Luxushotel (5-Sterne)** beansprucht durchschnittlich eine Fläche von **30'000 m²**, verfügt über **200 Zimmer** und kostet rund **CHF 50-70 Mio.** Es generiert einen Umsatz von CHF 15-25 Mio. und stellt rund **100-150 Vollzeit Arbeitsplätze**.

In den Schweizer Wintersportorten wurden in den letzten Jahren wegen ungenügender Rendite-Risiko-Profile kaum neue Luxushotels erstellt. Einzelne Projekte wurden durch Umbauten von bestehenden Hotels realisiert (z.B. Kempinski St. Moritz, Lenkerhof Lenk, Ferienart Saas-Fee). Die besten Voraussetzungen für die Realisierung von Luxushotels weisen Destinationen mit einer starken Marke und bestehender „passender Kundschaft“ auf. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass manchmal Luxushotels auch an abgelegenen Orten entstehen können (z.B. St. Vigilius Resort in Lana, Südtirol).

Hotel Lenkerhof, Lenk (BE)



Umbau: CHF 35 Mio. Investition, 80 Zimmer, ca. 25'000 Logiernächte

Quelle: Lenkerhof

Ein typisches **4-Sterne Hotel** beansprucht eine Fläche von **10'000 m² bis 15'000 m²**, verfügt über **70-150 Zimmer** und kostet **CHF 25-45 Mio.** Es generiert einen Umsatz von ca. CHF 5-15 Mio. und stellt rund **50-100 Vollzeit-arbeitsplätze**. In den letzten Jahren wurden in den Schweizer Alpen kaum neue 4-Sterne Hotels gebaut. Hingegen haben viele bestehende Betriebe stark expandiert (zusätzliche Zimmer) und ihr saisonales Angebot durch zusätzliche Wellness- und Seminarinfrastrukturen zu Jahresangeboten ausgebaut.

Frutt Lodge & Spa, Melchsee-Frutt (OW)



Neubau: CHF 35 Mio. Investition, 58 Zimmer und 3 Suiten, Eröffnung 2010

Quelle: Eberli Partner Generalunternehmung AG

Typische **Low-Cost Hotelbetriebe** beanspruchen eine Fläche von **ca. 5'000 m²**, verfügen über **80 bis 200 Zimmer** und kosten je nach Ausbaustandard **zwischen CHF 10 und 20 Mio.** Sie generieren einen Umsatz von CHF 6-8 Mio. und bieten **rund 20 Vollzeitstellen**. Diese Beherbergungsbetriebe mit standardisierten Angeboten im unteren Preissegment sind primär Frequenzbringer für Bergbahnen und die übrige touristische Infrastruktur.

In den letzten Jahren konnten zahlreiche solcher Betriebe (z.B. CUBE Savognin, Jugendherbergen in verschiedenen Destinationen, Rider's Palace Laax) realisiert werden.

Cube Hotel, Savognin (GR)



Neubau: CHF 20 Mio. Investition, 76 Zimmer, ca. 40'000 Logiernächte

Quelle: cube-savognin.ch

Übersicht typischer Feriendörfer

Reka-Feriendorf Lenk (CH)



Die 50 Wohnungen im 1975 eröffneten Reka-Feriendorf Lenk sind auf 6 Ferienhäuser verteilt. Die Ferienanlage umfasst ein Hallenbad sowie diverse Freizeitspielanlagen für Kinder.

Hapimag „Vitget Alpin“ Flims (CH)



Das Ferienresort Vitget Alpin in Flims umfasst 120 Wohnungen mit rund 550 Betten und generiert damit jährlich über 130'000 Logiernächte. Die Ferienanlage umfasst ein Erlebnisbad, eine Tiefgarage und das Restaurant „Ustria Vitget Alpin“. Es wurde 2003 eröffnet und kostete CHF 55 Mio.

Aclas Heinzenberg (CH)



Das Maiensässresort wurde 2008 eröffnet und verfügt über 126 Betten in 21 alleinstehenden, modern ausgestatteten Häusern. Im ersten Betriebsjahr generierte es 13'000 Logiernächte und kostete CHF 5.5 Mio. Die Anlage befindet sich unmittelbar im Skigebiet und in der Nähe von Verpflegungs- und Einkaufsmöglichkeiten.

Landal Ferienpark Morschach (CH)



Landal GreenParks vermietet im Ferienpark Morschach rund 300 Betten in 42 Ferienwohnungen und betreibt den Ferienpark in Verbindung mit dem Angebot des Swiss Holiday Parks.

TUI Dorfhof Fleesensee (D)



Das TUI Dorfhof in Fleesensee (D) besteht aus 71 Häusern mit 192 Apartments und verfügt über Sport-, Freizeit- und Wellnessanlagen sowie Dorfläden und zwei Restaurants. Es befindet sich direkt an einem See.

Pierre et Vacances Avoriaz (F)



Avoriaz liegt im französischen Teil des Skigebiets „Portes du Soleil“ und wurde Anfangs der 60er Jahre erbaut. Das Resort umfasst knapp 17'000 Gästebetten in mehreren Hotels und einigen hundert Ferienwohnungen. Dazu gehören ein umfassendes Sport- und Freizeitangebot sowie mehrere Restaurants und Geschäfte.

Übersicht aktueller Vermarkter von Feriendörfern



Vermarktungsgesellschaft für Feriendörfer in Europa

Das holländische Unternehmen *Landal GreenParks* ist spezialisiert auf Management, Verwaltung und Vermietung von Ferienparks und Campingplätzen. Mit 45 Ferienparks ist Landal GreenParks führender Anbieter in den Niederlanden und verfügt über weitere Parks in Deutschland (7), Österreich (6), Belgien (3), Schweiz (2) und Tschechien (1). Mit den Total 11'000 Ferienwohnungen generiert Landal durchschnittlich 11 Mio. Logiernächte pro Jahr und erwirtschaftete 2008 einen Umsatz von rund CHF 420 Mio. Das Unternehmen beschäftigt gesamthaft etwa 2'500 Personen. Zu seinen Partnern gehören unter anderem die Organisation „Villa Kunterbunt“ und das Niederländische Büro für Tourismus und Convention (NBTC).

Zielgruppe von Landal GreenParks sind Familien mit Kindern aus den Niederlanden (85%), Deutschland (9%), Grossbritannien (7%) und Belgien (5%).

In der Schweiz wurde im Jahr 2007 der Ferienpark in Morschach (SZ) und 2009 das Resort Walensee in Unterterzen (SG) eröffnet. Derzeit sind weitere Ferienanlagen in der Schweiz geplant.

Landal sucht: Attraktive Standorte zur Realisierung von Feriendörfern oder attraktive Feriendorfprojekte zur Beteiligung an der Vermarktung



Vermittler von Ferienhäusern und -wohnungen

Interhome ist auf die Vermittlung von Ferienhäusern und -wohnungen fokussiert und zählt in diesem Geschäft zu den grössten in Europa. Das Angebot umfasst gesamthaft rund 46'000 Unterkünfte in 24 europäischen Ländern und den USA. Das Unternehmen vermittelt die Feriendomizile über ein weltweites Reservierungsnetz, Kataloge in elf Sprachen und einer Auflage von 1.5 Millionen Exemplaren und Internetportale.

Die wichtigsten Gäste Märkte mit den höchsten Zuwachsraten im Jahr 2008 sind Russland, Deutschland, Polen und Frankreich sowie die Schweiz. Das zur Hotelplan Gruppe gehörende Unternehmen erzielte 2008 einen konsolidierten Umsatz von CHF 211.8 Mio. und beschäftigt rund 300 Mitarbeitende. Interhome vermittelt jährlich rund 530'000 Gäste.

Interhome sucht: Vermittelbare Ferienhäuser und -wohnungen in der gesamten Schweiz und im Ausland.



Projektentwickler, Investor, Betreiber- und Vermarktungsgesellschaft von Feriendörfern in der Schweiz

Die *Schweizer Reisekasse Reka* ist führende Anbieterin von Familienferien in der Schweiz. Im Angebot stehen Ferienwohnungen, Mobilhomes, Zelte und Hotels für Familien in der Schweiz und in Europa. Reka ist genossenschaftlich organisiert. Die wichtigsten Mitglieder sind Arbeitgeberfirmen, Arbeitnehmerorganisationen sowie touristische Organisationen und Unternehmen.

Reka erwirtschaftete im Jahr 2008 einen Gesamtumsatz von CHF 680 Mio., davon stammen CHF 40 Mio. aus der Vermietung von Ferienwohnungen. Mit den insgesamt 2'517 Ferienwohnungen generiert Reka 1.4 Mio. Übernachtungen, davon rund 1.06 Mio. Logiernächte in der Schweiz.

Das Unternehmen beschäftigt gesamthaft rund 180 Personen. Partner von Reka sind unter anderem Coop, Manor, SBB, Schweiz Tourismus, Verband öffentlicher Verkehr (VöV), Schweizer Seilbahnen (SBS).

12 der 15 Reka-Feriendörfer in der Schweiz sind in vollem Besitz der Reka. An den übrigen drei ist Reka finanziell beteiligt. Die Feriendörfer mit gesamthaft 637 Wohnungen stehen in Albonago (TI), Bergün (GR), Disentis (GR), Hasliberg (BE), Lenk (BE), Leysin (VS), Magadino (TI), Montfaucon (JU), Morschach (SZ), Pany (GR), Rougemont (VD), Urnäsch (AI), Wildhaus (SG) und Zinal (VS).

Reka sucht: Geeignete Standorte zur Realisierung von Feriendorfprojekten, Ferienwohnungen/-Häuser zur Vermittlung



Projektentwickler, Investor, Betreiber- und Vermarktungsgesellschaft von Ferienresorts weltweit

Hapimag ist führend im europäischen Markt für Ferienwohnrechte (Timesharing). Die 58 eigenen und vier zugemieteten Resorts in Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Grossbritannien, Italien, Marokko, Niederlande, Österreich, Portugal, Schweiz, Spanien, Tschechien, Türkei, Ungarn und den USA stehen ausschliesslich den Hapimag- Aktionären offen. Der Standard der Ferienanlagen liegt im 3- bis 4-Sterne-Bereich. Hapimag übernimmt die Entwicklung, den Bau und die Vermarktung der Resorts selbst. Die Zielgruppen sind Familien mit Kindern, Ehepaare und Senioren aus dem deutschsprachigen Europa.

Das Unternehmen mit Sitz in der Schweiz erwirtschaftete 2008 einen Umsatz von rund CHF 240 Mio. Mit weltweit über 5'400 Wohnungen generierte Hapimag rund 3.1 Mio. Logiernächte, davon über 250'000 in den fünf Schweizer Resorts. Die Aktiengesellschaft zählt 140'000 Aktionäre und beschäftigt gesamthaft mehr als 1'300 Personen.

Die fünf Resorts in der Schweiz befinden sich in Andeer (GR), Ascona (TI), Flims (GR), Interlaken (BE), Sörenberg (LU).

Hapimag sucht: Attraktive Standorte zur Realisierung von Ferienresorts



Investor, Betreiber- und Vermarktungsgesellschaft von Ferienanlagen in Deutschland und Österreich

Die TUI AG ist Europas führender Touristikonzern. *TUI Dorfhoteles* ist eine ihrer Marken im Bereich TUI Hotels & Resorts. Die 5 Dorfhoteles liegen in Deutschland und Österreich. Sie bieten komplett ausgestattete Ferienwohnungen und den Komfort eines modernen Ferienhotels an. Die Anlagen sind in die Natur eingebunden und in einer dorfähnlichen Architektur gestaltet. Zielgruppe sind Familien mit Kindern.

Die zwei Dorfhoteles in Österreich (Schönleithn, Seeleithn) sind im Besitz der TUI, die drei Resorts in Deutschland (Fleesensee, Sylt, Boltenhagen) werden im Management von TUI geführt.

TUI Dorfhotel sucht: Attraktive Standorte zur Realisierung von Dorfhoteles.



Französischer Investor, Betreiber und Vermarkter

Die französische *Pierre & Vacances Group* betreibt in der Sparte Tourismus die Vermietung von Ferienwohnungen und in der Sparte Immobilien die Entwicklung und den Bau von Ferienanlagen.

Die Pierre & Vacances ist europaweit führend in der Vermarktung von Ferienwohnungen in Ferienanlagen und -dörfern und vertreibt diese unter den Namen von acht Marken: Pierre & Vacances (92 Ferienanlagen), Maeva (170 Timesharing- Ferienanlagen), Sunparks (8 Ferienanlagen), Center Parks (14 Ferienparks), Citéa, Résidences MGM, Latitudes Hotels, Adagio.

Die Unternehmenssteile Pierre & Vacances Développement und Pierre & Vacances Conseil Immobiliers sind für Projektierung und Bau sowie Verkauf der Wohnungen und Häuser zuständig.

Die Gruppe erwirtschaftete 2008 einen Umsatz von rund CHF 2.2 Mrd. Davon stammen CHF 390 Mio. aus dem Vermietungsgeschäft und CHF 1.8 Mrd. aus dem Immobiliengeschäft. Weltweit beschäftigt der Konzern über 9'000 Mitarbeitende.

Pierre & Vacances Groupe sucht: Attraktive Standorte zur Realisierung von Ferienanlagen oder geeignete Beherbergungsbetriebe zur Vermarktung.

Anforderungen an einen Standort

Übliche Kriterien	Unser Standort			
	Sehr gut	Erfüllt	Nicht erfüllt	Kommentar
▪ Fläche von 10'000 m ² – 30'000 m ²	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
▪ Preis des Baulands beträgt maximal 5% der gesamten Anlagekosten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____
▪ Infrastruktur- Synergien mit umliegenden Betrieben vorhanden (z.B. Hallenbad, Wellness, Parkplätze, Gastronomie, Erschliessungsinfrastruktur)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____ _____
▪ Direkter Zugang zu den Skipisten im Winter (Ski-in/Ski-out) oder Sommerangebot (Golfplatz o.ä.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____
▪ Attraktive Aussicht vom Standort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
▪ Ruhige Lage mit geringen Lärmimmissionen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
▪ Nähe zum touristischen Geschehen (z.B. Skischule, Restaurants)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____
▪ Standort mit guter Besonnung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
▪ Verkaufsbereitschaft der Landeigentümer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
▪ Zone lässt Hotel/Feriendorf zu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
▪ Gemeinde ist bereit umzuzonen und es bestehen keine Ausschlussgründe (unüberwindbare Konflikte oder andere grundsätzliche Hindernisse, siehe Checkliste „Typische Nutzungskonflikte“)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____ _____
▪ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
▪ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____

Notizen

Typische Nutzungskonflikte

Typische Konfliktbereiche	Unser Standort		
	Relevant für Standort	Nicht relevant für Standort	
<input type="checkbox"/> Siedlungsentwicklung (z.B. Zersiedelung, vorhandene Baulandreserven)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____
<input type="checkbox"/> Landwirtschaft (z.B. Fruchtfolgeflächen, ebene Flächen im Berggebiet, langjährige Pachtverträge)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____ _____
<input type="checkbox"/> Kultur, Natur und Umwelt (z.B. Inventare geschützter oder schützenswerter Objekte und Gebiete wie Landschaften, Moore, Auen, Trockenwiesen, Schutzzonen, geschützte Bauten und Anlagen, Tiere oder Pflanzen, Objekte oder Gebiete von archäologischem oder kulturhistorischem Interesse)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____ _____ _____ _____ _____
<input type="checkbox"/> Freizeit und Erholung (z.B. Grünflächen, Freihaltezonen, Parks, Wintersportanlagen [Beschneigung, Skipisten, Langlaufloipen, Schlittelbahnen, Skischulgelände], Wassersportanlagen, öffentliche Naherholungsgebiete)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____ _____ _____
<input type="checkbox"/> Gewässer (z.B. Auen, Teiche, Seeufer, Quellen, Grundwasserschutzzone, Gewässerraum)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____
<input type="checkbox"/> Gefahren (z.B. Gefahrenzonen, Gefahrenkarten für Lawinen, Murgänge, Überschwemmungen, Erdbeben usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____ _____
<input type="checkbox"/> Stromerzeugung und -verteilung (z.B. Starkstromleitungen, Unterwerke, geplante Speicherseen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____ _____
<input type="checkbox"/> Kataster (z.B. Lärm, Emissionen, Altlasten)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____

Symptome von „kranken“ Destinationen

Typische Symptome				Unsere Destination
	😊	😐	☹️	Kommentar
▪ Logiernächte sind rückläufig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
▪ Abnehmende Ersteintritte bei den Bergbahnen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
▪ Andere Destinationen entwickeln sich besser.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
▪ Durchschnittliche Zimmerauslastung der Hotels geht zurück und/oder liegt unter den betriebswirtschaftlich notwendigen 60%.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____ _____
▪ Rückläufiger Cashflow bei den Hotels und/oder im Detailhandel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____
▪ Hotels sind finanziell nicht in der Lage zu renovieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____
▪ Bergbahnen können die notwendigen Investitionen in Beschneiungs- und Transportanlagen nicht finanzieren und schieben diese vor sich hin.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____ _____ _____
▪ Unterdurchschnittliche Immobilienpreise und sinkende Nachfrage nach Zweitwohnungen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____
▪ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
▪ _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____

Notizen

Haben wir die richtigen Partner?

				Unser Projekt
				Kommentar
	Sehr gut	Erfüllt	Nicht erfüllt	
Kriterien Vermarkter				
<input type="checkbox"/> Der Vermarkter kann eine hohe Auslastung gewährleisten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Vermarktungsgesellschaft hat potente Vertriebskanäle in den vorgesehenen Zielmärkten und verfügt über ausreichend Finanzmittel, um eine nachhaltige Vermarktung zu gewährleisten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Die vom Vermarkter bearbeiteten Märkte und Gästesegmente sind für die Destination relevant.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Der Vermarkter kann einen überzeugenden Leistungsausweis vorweisen und verfügt über einwandfreie Referenzen sowie eine vielversprechende Marktposition.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Der Vermarkter ist bereit, in diesem Projekt Risiken zu übernehmen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Kriterien Projektentwickler				
<input type="checkbox"/> Der Projektentwickler handelt im Auftrag eines Vermarkters.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Kriterien Promotoren				
<input type="checkbox"/> Die Interessen der Vermarktungsgesellschaft und der Projektpromotoren sind gleichgerichtet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Das Geschäftsmodell ist nachweislich auf die nachhaltige Vermietung der Ferienwohnungen ausgelegt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____

Eine überzeugende Projektidee

Kriterien	Unseres Projekt			
	Sehr gut	Erfüllt	Nicht erfüllt	Kommentar
Passt das Projekt zur Destination?				
<input type="checkbox"/> Projekt generiert hohe Gästefrequenzen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Projekt schafft primär Arbeitsplätze.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Projekt ermöglicht Zugang zu neuen Märkten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Projekt erzeugt einen positiven Imagetransfer auf Destination	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____
Planungs- und umweltrechtliche Machbarkeit				
<input type="checkbox"/> Gewählter Standort ist für den Bau eines Beherbergungsbetriebes technisch geeignet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____
<input type="checkbox"/> Am gewählten Standort muss nicht mit kritischen Einsparungen der Anwohner gerechnet werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____
<input type="checkbox"/> Der gewählte Standort ist umweltrechtlich unproblematisch oder die Konflikte sind lösbar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____
Landverfügbarkeit				
<input type="checkbox"/> Die betreffenden Landparzellen sind verfügbar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Die Übernahmekonditionen können getragen werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____
Wirtschaftliche Machbarkeit				
<input type="checkbox"/> Geplante Investitionskosten entsprechen den maximal tragbaren Investitionskosten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____
<input type="checkbox"/> Es sind genügend glaubwürdige Investoren vorhanden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____
Glaubwürdige Partner				
<input type="checkbox"/> Die gewählten Partner können den Bau sowie den langfristigen kommerziellen Betrieb des Hotels oder Feriendorfes aufgrund ihrer bisherigen Geschäftstätigkeit gewährleisten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____ _____ _____ _____

Dossier für potenzielle Betreiber und Vermarkter

Inhalte	Unser Dossier	
	Wer?	Bis wann?
Projektbeschreibung		
<input type="checkbox"/> Grobkonzept (Projektträger, Ausgangslage, Zielsetzung, Standort, Anzahl Zimmer/Betten, Synergiepotenzial usw.)	_____	_____
<input type="checkbox"/> Hinweis auf mögliche Investoren	_____	_____
<input type="checkbox"/> Resultate aus erster Machbarkeitsprüfung (Investitions- und Planerfolgsrechnung)	_____	_____
Destination		
<input type="checkbox"/> Umschreibung der Positionierung der Destination (Destinationsranking)	_____	_____
<input type="checkbox"/> Beschreibung der Alleinstellungsmerkmale der Destination	_____	_____
<input type="checkbox"/> Destinationsentwicklungskonzept (Ziele, Massnahmen, geplante Investitionen in touristische Infrastruktur)	_____	_____
<input type="checkbox"/> Touristische Kennzahlen, u.a. Gästestruktur (Herkunft, Alter, Aufenthaltsdauer, Bedürfnisse), Entwicklung Logiernächte und Auslastungszahlen	_____	_____
<input type="checkbox"/> Marktanalysen und Resultate von Gästebefragungen	_____	_____
<input type="checkbox"/> Auflisten der wichtigsten touristischen Leistungsträger der Destination und deren Investitionstätigkeiten (Beherbergung, Bergbahnen, Detailhandel, Skischule usw.)	_____	_____
<input type="checkbox"/> Kennzahlen zum bestehenden Beherbergungsangebot (Anzahl Betriebe, vorhandene Zimmer/Betten, Auslastungszahlen, Preise)	_____	_____
<input type="checkbox"/> Angaben zu bestehender touristischer Infrastruktur (z.B. Freizeit- und Sportanlagen, Badeseen)	_____	_____
<input type="checkbox"/> Anfahrtswege- und -zeiten aus europäischen Ländern	_____	_____
<input type="checkbox"/> Informationen zu Klima und Wetter (insb. Sommermonate)	_____	_____
Anlagen / Dokumente		
<input type="checkbox"/> Auflisten der Kontakt- und Ansprechpersonen	_____	_____
<input type="checkbox"/> Destinationsentwicklungskonzept	_____	_____
<input type="checkbox"/> Zonenplan	_____	_____
<input type="checkbox"/> Diverse Angebots-Prospekte des touristischen Angebots	_____	_____

Dossier für potenzielle Investoren

Inhalte	Unser Dossier	
	Wer?	Bis wann?
Projektbeschreibung		
<input type="checkbox"/> Grobkonzept (Projektträger, Ausgangslage, Zielsetzung, Standort, Anzahl Zimmer/Betten, Synergiepotenzial usw.)	_____	_____
<input type="checkbox"/> Grobes Finanzierungskonzept und Investitionsbedarf	_____	_____
<input type="checkbox"/> Hinweis auf mögliche Partner, Betreiber und Vermarkter	_____	_____
<input type="checkbox"/> Resultate aus erster Machbarkeitsprüfung (Investitions- und Planerfolgsrechnung)	_____	_____
<input type="checkbox"/> Aufzeigen von Chancen und Risiken	_____	_____
Destination		
<input type="checkbox"/> Umschreibung der Positionierung und Alleinstellungsmerkmale der Destination (Destinationsranking)	_____	_____
<input type="checkbox"/> Destinationsentwicklungskonzept (Ziele, Massnahmen, geplante Investitionen in touristische Infrastruktur)	_____	_____
<input type="checkbox"/> Analyse Immobilienmarkt in der Destination	_____	_____
<input type="checkbox"/> Geplante und kürzlich getätigte Investitionen in die Beherbergung	_____	_____
Anlagen / Dokumente		
<input type="checkbox"/> Auflisten der Kontakt- und Ansprechpersonen	_____	_____
<input type="checkbox"/> Destinationsentwicklungskonzept / Zonenplan	_____	_____
<input type="checkbox"/> Diverse Angebots-Prospekte des touristischen Angebots	_____	_____

Notizen

Absichtserklärung (Letter of Intent, LOI)

Wichtige Punkte

Ausgangslage

- Sind der aktuelle Stand der Gespräche sowie die Gründe für den Bau eines Hotels/Feriedorfes erfasst?
- Ist die Interessenslage der verschiedenen Parteien beschrieben?

Ziele der Zusammenarbeit

- Sind der Zweck der Zusammenarbeit und die übergeordneten Projektziele beschrieben?

Rollen und Aufgaben der Projektpartner

- Sind die für die weitere Projektentwicklung einzuhaltenden Rahmenbedingungen vorgegeben?
 - ⇒ z.B. *Umfang und Standard der Bauten, Parkplätze, Baurecht, Betreiberkonzept, Verkauf der Wohnungen, Vermarktung, etc.*
- Sind die daraus resultierenden weiteren Arbeitsschritte inkl. Terminplan für die Projektpartner ersichtlich?
 - ⇒ z.B. *Ausarbeitung von Verträgen, Konzepten, Abmachungen mit weiteren Akteuren (Einzonung durch Gemeinde, etc.)*
- Ist die Kostenfrage für die weitere Projektbearbeitung geregelt?
- Ist eine gemeinsame Kommunikationsstrategie definiert?
- Sind allfällige offene Fragen zur weiteren Abklärung festgehalten?

Weitere formelle Bestimmungen

- Sind die Vertragspartner im Detail bezeichnet (inkl. Unterschriftenhalter am Ende des Dokuments)?
- Sind Vertraulichkeitsbestimmungen (z.B. Herausgabe- oder Vernichtungsanspruch von erhaltenen Dokumenten) enthalten?
- Wird auf das anwendbare Recht hingewiesen?

Notizen

Checkliste für „warme Betten“ in Feriendörfern

Indikatoren	Projekt			
	Sehr gut	Erfüllt	Nicht erfüllt	Kommentar
Betriebs- und Vermarktungskonzept				
<input type="checkbox"/> Eigentümer, Betreiber und Vermarkter verdienen ihr Geld mit der Ferienwohnungsvermietung und es kann eine vernünftige Rendite erzielt werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Betrieb und Vermarktung sind durch glaubwürdige Firmen professionell organisiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Es werden marktgerechte Serviceleistungen angeboten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Die finanziellen Mittel für eine zeitgerechte Renovierungen der Anlage und Wohnungen sind mittels eines Renovationsfonds sichergestellt und für den Betreiber verfügbar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Die Entscheidungsprozesse zur Durchführung der Renovationsarbeiten sind definiert und räumen dem Betreiber ausreichend Handlungsspielraum ein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Architektonisches / bauliches Konzept				
<input type="checkbox"/> Die Qualität und Ausstattung der Wohnungen (inkl. Mobiliar) ist einheitlich („löffelfertig“) bzw. folgt einem vorgegebenen Konzept (d.h. keine individuelle Einrichtung bzw. keine Rückschlüsse auf Eigentümer möglich)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Grösse und Struktur der Anlage lässt eine professionelle / gewinnbringende Vermarktung zu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Feriendorf umfasst Zugang zu Freizeitinfrastruktur (z.B. Hallenbad).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Die Anlage ist so konzipiert, dass sie im Markt langfristig wettbewerbsfähig bleiben kann.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
Rechtliche Bestimmungen				
<input type="checkbox"/> Es wird kein Stockwerkeigentum begründet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Es besteht eine Vermietungspflicht für die Wohnungen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Wohnungen können von den Eigentümern zeitlich nur eingeschränkt genutzt werden (i.d.R. 6 Wochen pro Jahr, davon 3 in der Hochsaison).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____
<input type="checkbox"/> Zone schreibt kommerzielle Nutzung der Liegenschaft vor, d.h. die Wohnungen können nicht in herkömmliche Zweiwohnungen umgenutzt werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	_____

Projektentwicklungsvertrag

Der Projektentwicklungsvertrag wird zwischen den Projektinitianten (z.B. Gemeinde, Vermarkter, Investoren, Bergbahnen) und dem Projektentwickler abgeschlossen. Der Projektentwickler wird mit der Entwicklung, dem Bau und allenfalls mit der Finanzierung bzw. dem Verkauf eines Feriendorfes beauftragt. Neben den Rechten und Pflichten der Vertragsparteien enthält der Vertrag insbesondere die Vorgaben des Auftraggebers. Die wichtigsten Punkte eines Projektentwicklungsvertrages sind:

- **Projekt- bzw. Bauvorgaben:** Die Ansiedlung und der Bau eines Feriendorfes ist ein komplexes Unterfangen, in welches eine Vielzahl von Akteuren involviert ist. Der Vertrag sollte daher die wichtigsten Vorgaben und Bedingungen für die Entwicklung des Feriendorfes enthalten. Neben den Bau- und Kostenvorgaben (z.B. des Vermarkters oder Betreibers) sind dies insbesondere Bedingungen, welche erfüllt sein müssen, damit der Vertrag überhaupt rechtskräftig wird (z.B. Einzonung des entsprechenden Grundstücks, Erteilung der Baubewilligung).
- **Verkauf der Wohneinheiten:** Soll der Projektentwickler die Finanzierung bzw. den Verkauf der Wohneinheiten organisieren, müssen Überlegungen in Bezug auf die Nutzung der Wohnungen und die entsprechenden Investoren angestellt werden. Dabei geht es um Themen wie Art der Investoren bzw. Umgang mit der Lex Koller, Beschränkung der Nutzung durch den Wohneigentümer und Renovationsfonds.
- **Kosten:** Die Arbeit des Projektentwicklers wird in der Regel erst mit der Realisierung des Feriendorfes entschädigt. Der Vertrag sollte Aussagen dazu enthalten, wer bis zu welchem Zeitpunkt welche Kosten trägt.

Wichtige Vertragspunkte

- Ausgangslage, Zweck und Parteien des Vertrages
- Grundlagen und Vertragsbestandteile
- Bedingungen
 - Unter welchen aufschiebenden, kumulativ zu erfüllenden Bedingungen wird der Vertrag abgeschlossen (z.B. Rechtskräftige Einzonung des entsprechenden Grundstücks, Erteilung Baubewilligung, Anteil der verkauften Wohnungen vor Baubeginn)?
- Bau und Leistungsbeschreibung Feriendorf
 - Welche Vorgaben bestehen für Gebäude, Baubestandteile und Werke (z.B. Anzahl Gebäude und Wohnungen, Erschliessungsanlagen, Gemeinschaftsanlagen, Energieversorgung, Baustandard)?
 - Welche Dokumente, Pläne und Unterlagen sind vom Projektentwickler zu erstellen (z.B. Situationsplan, Grundrisspläne, Schnittpläne, Fassadenpläne, Baubeschriebe)?
 - Wie wird mit Änderungen der ursprünglichen Vorgaben umgegangen (Entscheidung, Kommunikation, Mehrkosten usw.)?
 - Welches sind die geschätzten Projektkosten (aus Machbarkeitsstudie)? Welches sind die Zielgrößen der Gesamtkosten bzw. Kosten pro Bett?
- Kontrolle der Bauarbeiten
 - Wer darf was während den Bauarbeiten auf dem Baugelände prüfen?
 - Finden regelmässige Bausitzungen zwischen den Vertragsparteien und Dritten statt? In welcher Periodizität finden solche Sitzungen statt?

- Terminplanung und Bauausführungsentscheid
 - Wie sieht der Projektfahrplan aus und welches sind die wichtigsten Meilensteine (Abstimmung Umzonung, Einreichung und Entscheid Baugesuch, Vertragsabschlüsse, Baubeginn, Eröffnung usw.)?
 - Wer trifft wann und unter welchen Bedingungen den definitiven Bauausführungsentscheid?
- Verkauf der Stockwerkeinheiten
 - Welche Art der Nutzung ist für die Ferienwohnungen vorgesehen (Ausschluss der Nutzung als Haupt- oder Zweitwohnung durch Eigentümer sowie Eigentumseinschränkung durch Grundbucheintrag)?
 - An welche Art Käufer (viele Privatinvestoren oder ein kommerzieller Grossinvestor) soll die Ferienanlage verkauft werden? Wie wird der Verkauf organisiert?
 - Welche Verträge müssen vor oder gleichzeitig mit dem Verkauf der Stockwerkeinheiten unterzeichnet werden (z.B. Pachtvertrag mit Betreibergesellschaft)?
 - Wie wird mit den Bestimmungen der Lex Koller im Zusammenhang mit dem Verkauf der Stockwerkeinheiten umgegangen (Betriebsstätte versus Bewilligungen)? Wer ist für die Einholung allfälliger Bewilligungen zuständig?
 - Wie wird mit dem Thema „Renovationsfonds“ umgegangen (vgl. Seite 72)?
 - Wer trägt das Risiko mit dem Verkauf der Wohnungen?
- Garantien seitens Projektentwickler
 - Welche Garantien muss der Projektentwickler im Rahmen der Planung, Konstruktion, Ausführung und Materialverwendung gegenüber wem leisten (SIA-Normen, Finanzierungsnachweis, Auflagen Baubewilligung, termingerechte Fertigstellung usw.)?
 - Bestehen Vereinbarungen und Auflagen bezüglich Vergabe von Aufträgen beim Bau (z.B. Berücksichtigung des regionalen Gewerbes)?
 - Welche Versicherungen müssen vor Baubeginn abgeschlossen und darüber der Nachweis erbracht werden?
- Wer übernimmt bis oder ab einem bestimmten Zeitpunkt welche Kosten?
- Wie wird die Kommunikation intern und extern organisiert und wer ist für die Kommunikation zuständig?
- Besteht eine Geheimhaltungs- und Vertraulichkeitsvereinbarung?
- Wo ist der Gerichtsstand und welches gilt als das anwendbare Recht? (⇒ Immer Schweiz)

Notizen

Pachtvertrag

Mittels eines Pachtvertrages erlaubt der Wohnungseigentümer (Verpächter) dem Betreiber (Pächter) die Nutzung der Wohnung zum Zweck der Vermietung an Feriengäste. Der Vertrag enthält die Rechte und Pflichten der Vertragsparteien sowie die Bedingungen, zu welchen der Pächter die Wohnungen nutzen darf.

Einer der wichtigsten Bestandteile sind die Bestimmungen zum Nutzungsrecht durch den Verpächter. Die Beschränkungen dieses Rechts sollen eine möglichst hohe Verfügbarkeit der Wohnungen für die Vermietung ermöglichen. Der Betreiber muss sich daher gemeinsam mit dem Vermarkter überlegen, an welche Bedingungen das Eigennutzungsrecht geknüpft werden soll. Dabei sind folgende Themen zu berücksichtigen:

- **Nutzung in der Hochsaison:** Während den Feiertagen und Schulferien in den wichtigsten Quellmärkten besteht die grösste Nachfrage nach Übernachtungskapazitäten in den Bergen. Weil der Betreiber in dieser Zeit eine hohe Auslastung bei maximalen Mietpreisen erreichen kann, ist es wichtig, dass er in der Hochsaison während möglichst vieler Wochen über die Wohnungen verfügen kann. Erreichen kann er dies mit einer Beschränkung der Eigennutzung in der Hochsaison, welche abhängig von den Schulferien jährlich neu zu definieren ist.
- **Tage- oder wochenweise Nutzung:** Häufige Wohnungswechsel generieren zusätzlichen Aufwand für den Betreiber (z.B. Reinigung, Rezeption) und Kurzaufenthalte können sich negativ auf die Auslastung auswirken. Daher ist festzulegen, ob Eigentümer und Gäste die Wohnungen nur wochenweise oder auch tageweise nutzen bzw. buchen können.
- **Buchungsbedingungen für Eigentümer:** Gäste buchen ihre Ferien manchmal ein Jahr im Voraus und manchmal ganz spontan. Um den Vertrieb planen zu können, müssen Betreiber und Vermarkter frühzeitig wissen, wann die Wohnungen durch die Eigentümer belegt sind. Die Buchungsbedingungen sollten darum die Planungszyklen des Vermarkters berücksichtigen und Bestimmungen zur kurzfristigen Buchbarkeit bzw. von kurzfristiger Annullierung durch den Eigentümer enthalten.

Wichtige Vertragspunkte

- Vertragsparteien, Pachtgegenstand (Stockwerkeigentum inkl. Parkplatz und damit verbundenem Recht an gemeinschaftlichen Teilen sowie sämtlichem Mobiliar)
- Ausgangslage und Zweck des Vertrages
- Grundlagen und Vertragsbestandteile (z.B. Bedingt effektiver Bau des Feriendorfes, Abschluss Managementvertrag, Vertragsbestandteile)
- Vormerkung im Grundbuch (Zweck, Zeitpunkt, Kostenübernahme, Dauer)
- Gerichtsstand und anwendbares Recht (immer Schweiz)
- Verhältnis zwischen Wohnungseigentümer, Pächter und Nachfolgpächter
 - Wann und unter welchen Bedingungen beginnt der Pachtvertrag?
 - Was geschieht, wenn Managementvertrag mit Betreibergesellschaft aufgelöst wird? Gibt es einen Nachfolgpächter (z.B. Vermarktungsgesellschaft) und zu welchen Bedingungen wird der Vertrag weitergeführt?
 - Welche Haftungsbedingungen bestehen zwischen Wohnungseigentümer, Pächter und Nachfolgpächter?

- Nutzung des Pachtgegenstandes durch den Verpächter
 - Wie gestaltet sich das Eigennutzungsrecht gemäss gesetzlicher und vertraglicher Vorgaben (Anz. Wochen pro Kalenderjahr, Beschränkung in der Hochsaison)? ⇒ Detaillierte Bestimmungen im Anhang
- Vermietung der Wohnung an Drittgäste (Unterverpachtung)
 - Nach welchen Bestimmungen ist der Pächter dazu ermächtigt, den Pachtgegenstand an Drittgäste zu vermieten (Zustimmung Verpächter, siehe Obligationenrecht Art. 291)?
- Pachtzins und Tilgung
 - Wie wird der Pachtzins bzw. der Anteil an den Mieterträgen berechnet?
 - Welches sind die Zahlungsbedingungen und -fristen für den Pachtzins?
- Unterhalts-, Instandstellungs- und Erneuerungsarbeiten
 - Nach welchen Grundsätzen und Regelungen hat der Pächter den Pachtgegenstand instand zu halten, zu unterhalten und zu erneuern (siehe Obligationenrecht Art. 279 und 284)?
 - Wer kommt für die Kosten von allfälligen Unterhalts-, Instandhaltungs- und Erneuerungskosten auf (z.B. aus den Mieteinnahmen gespiesener Renovationsfonds) und wie sehen die Entscheidungsprozesse im Renovationsfall aus? (⇒ *Speisung Renovationsfonds und Entscheidungsprozess muss Bestandteil der Vereinbarungen zur Stockwerkgemeinschaft bzw. des Kaufvertrages sein*)
- Nebenkosten, Versicherungen und Steuern?
 - Wer kommt für die Nebenkosten des Pachtgegenstandes auf?
 - Wer schliesst zu welchem Zeitpunkt welche Versicherungen ab und hat dafür die Kosten zu tragen?
 - Von wem werden im Zusammenhang mit dem Pachtgegenstand anfallende Steuern beglichen?
- Wer haftet für welche Ansprüche?
- Vertragsdauer
 - Wie lange dauert der Pachtvertrag und an welche Bedingungen ist er geknüpft?
 - Was passiert nach Ablauf des Vertrages? Bestehen Verlängerungsoptionen?
 - Welches sind die Kündigungsbedingungen (Gründe, Fristen, Form)?
 - Was passiert, wenn der Pächter Konkurs anmeldet oder im Zahlungsrückstand ist?
 - Was passiert, wenn der Pachtgegenstand vom Eigentümer veräussert wird (z.B. Übertragungspflicht)?

Notizen

Betriebsmanagement- und Vermittlungsvertrag

Der Management- und Vermittlungsvertrag wird zwischen der Betreibergesellschaft und der Vermarktungsgesellschaft geschlossen. Er enthält neben den Rechten und Pflichten der Vertragsparteien die Bedingungen und Konditionen der Zusammenarbeit. Die wichtigsten Themen sind:

- **Dauer des Vertrages:** Management- und Vermittlungsverträge dauern in der Regel zwischen 2 und 20 Jahren. Das Ziel ist der langfristige kommerzielle Betrieb eines Feriendorfes. Um diesen sicherzustellen, ist eine möglichst lange Vertragslaufzeit mit glaubwürdigen Partnern zu vereinbaren. Je vielversprechender das Produkt, desto bereitwilliger werden Betreiber und Vermarkter längeren Vertragslaufzeiten zustimmen. Zentral sind in diesem Zusammenhang auch Überlegungen zur Frage, was nach Ablauf der vereinbarten Festlaufzeit oder bei Ausfall des Betreibers bzw. Vermarkters geschieht.
- **Marketing und Verkauf:** Die zentrale Aufgabe des Vermarkters ist der Vertrieb des Angebots in den Zielmärkten. Um eine ausreichende Präsenz in den Zielmärkten sicherzustellen, kann im Vertrag festgehalten werden, mit welchen finanziellen Mitteln und Vertriebsmassnahmen das Angebot vermarktet wird.
- **Entschädigung und Provisionen:** Es gibt unterschiedliche Entschädigungs- bzw. Provisionierungsmodelle, welche zwischen Betreiber und Vermarkter zum Einsatz kommen. Über diese Vereinbarung lassen sich Risiken sowie Anreize für die jeweiligen Partner steuern. Der Betreiber sollte sich beispielsweise überlegen, mit welchen Anreizen er den Vermarkter zu einem möglichst hohen Vermittlungsumsatz (=Auslastung) motivieren kann.
- **Risiken der Vertragsparteien:** Mittels Vertragsvereinbarungen können die einzelnen Parteien ihre Risiken steuern. Wird das Risiko der einen Partei durch eine spezifische Klausel begrenzt, erhöht sich das Risiko für eine andere Partei. Damit keine Partei benachteiligt wird, ist bei den Vertragsverhandlungen auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Vertragslaufzeit, Entschädigung und Risiko zu achten.

Wichtige Vertragspunkte

- Art des Vertrages (z.B. Management-, Franchise-Vertrag)
- Grundlagen und Vertragsbestandteile (z.B. bedingt effektiver Bau des Feriendorfes, Abschluss Pachtvertrag mit Wohnungseigentümer, Vertragsbestandteile)
- Welches sind die grundsätzlichen Rechte und Pflichten der Vertragsparteien?
- Dauer des Vertrages
 - Wie lange dauert die Festlaufzeit (z.B. 20 Jahre)?
 - Welches sind die Kündigungsbedingungen (Gründe, Fristen, Form)?
 - Gibt es eine Verlängerungsoption und wie lautet diese (Dauer, Fristen, Form)?
 - Welches sind die Bedingungen bei vorzeitiger Vertragsauflösung bei Beschädigung, Zerstörung, Betriebsunterbruch infolge höherer Gewalt (Wiederherstellung, Entschädigung, Kündigung, Versicherung)?
 - Bestehen andere Fristen (z.B. Vorlaufzeit bei Eröffnung)?

- Operative Betriebsführung
 - Hat der Vermarkter ein Mitspracherecht und wie sieht dieses aus?
 - Wie sind die Bedingungen für den Betreiber bezüglich Nutzung von Name, Konzept und Marke des Vermarkters?
- Finanzielle Betriebsführung und Buchhaltung
 - Welche Vorgaben bezüglich Betriebsbudgetierung und -buchhaltung (Budget, Liquiditäts- und Investitionsplanung) macht der Vermarkter gegenüber dem Betreiber geltend?
 - Welche Bestimmungen (z.B. Regeln, Fristen, Inhalt, System) bestehen für die Betriebsbuchhaltung und Rechnungslegung?
- Marketing und Verkauf
 - Wie hoch ist das Budget für die Marketingaktivitäten und wer gibt dieses vor?
 - Welches sind die Rechten und Pflichten der Vertragsparteien?
- Entschädigungen und Provisionen
 - Wie werden die Leistungen des Vermarkters entschädigt?
 - Wie gestaltet sich das Entschädigungs- und Provisionierungsmodell (z.B. Basisentschädigung CHF 150'000 pro Betriebsjahr + Erhöhung um 2% pro Betriebsjahr und Provision für vermittelte Umsätze 25%)
 - Wie werden die Leistungen des Betreibers abgegolten (Managemententschädigung)?
 - Übernimmt der Vermarkter auch das Inkasso der vermittelten Umsätze und welches sind die Bedingungen?
 - Welche Zahlungsbedingungen bestehen zwischen Vermarkter und Betreiber?
- Wer haftet für welches Risiko (z.B. Immobilien- und Betriebsrisiko) und wie sind die Risiken zu versichern?
- Wie sind die Kontroll- und Informationsrechte der Vertragsparteien angelegt?
- Bestehen ein Wettbewerbsverbot und Vertraulichkeitsbestimmungen?
- Wo ist der Gerichtsstand und welches gilt als das anwendbare Recht (immer Schweiz)?

Notizen
