

HTW Chur

Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

Plattform Wellenberg, Fachgruppe SÖW

Abschätzung allfälliger Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers Wel- lenberg auf die regionale Tourismus- wirtschaft

Beantwortung der Zusatzfragen zur sozioökonomisch –
ökologischen Wirkungsstudie SÖW

Chur, 31.03.2015

Auftraggeber

Plattform Wellenberg, Fachgruppe SÖW

Projektleitung

Dr. Jan Mosedale, HTW Chur, Institut für Tourismus und Freizeit (ITF)

Projektteam HTW Chur

Dr. Nicole Greuter

Norbert Hörburger

Roger Walser

Silke Zöllner

Inhalt

1. Kurzfassung	6
2. Einleitung	8
2.1. Ausgangslage	8
2.2. Fragestellung	8
2.3. Aufbau des Berichtes	9
3. Übersicht zur wirtschaftlichen Bedeutung der Tourismuswirtschaft.....	10
3.1. Wirtschaftsstruktur	11
3.2. Touristische Wertschöpfung	12
4. Teilfrage a) Wirtschaftliche Auswirkungen eines eintägigen Unterbruchs der Verkehrswege nach Engelberg auf den Tourismus	17
4.1. Methodisches Vorgehen.....	17
4.2. Tagesausgaben	17
4.3. Gästezahl	18
4.4. Touristische Umsatzeinbussen aufgrund eines eintägigen Unterbruchs der Verkehrswege nach Engelberg	20
4.5. Vergleich der erwarteten Umsatzeinbussen in verschiedenen Studien.....	25
5. Teilfrage b) Möglicher Gästerückgang aufgrund eines Tiefenlagers.....	26
5.1. Methodisches Vorgehen.....	26
5.2. Faktoren, die einen Gästerückgang aufgrund eines geologischen Tiefenlagers beeinflussen könnten.....	28
5.3. Engelberg.....	30
5.4. Vierwaldstättersee-Gebiet	37
6. Teilfrage c) Mögliche Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation und Investitionstätigkeit.....	41
6.1. Methodisches Vorgehen.....	41
6.2. Wirtschaftliche Auswirkungen auf die Bergbahnen	42
6.3. Wirtschaftliche Auswirkungen auf die Beherbergungsbetriebe	54
7. Zusammenfassung und Beantwortung der Fragen.....	63
8. Literatur.....	67
9. Anhang.....	69

Abbildungen

Abbildung 1: Wirtschaftsstruktur Engelberg	11
Abbildung 2: Wirtschaftsstruktur Kanton Nidwalden.....	12
Abbildung 3: Beitrag Tourismus zum BIP der Region Nidwalden/Engelberg	13
Abbildung 4: Direkte und Indirekte Anteile an der BWS	14
Abbildung 5: Beitrag Wirtschaftssektoren zur touristischen BWS in Nidwalden (2013)	15
Abbildung 6: Beitrag Wirtschaftssektoren zur touristischen BWS in Engelberg (2013).....	15
Abbildung 7: Tagesausgaben nach Gästekategorien in Engelberg	18
Abbildung 8: Anzahl Medienberichte in sieben Schweizer Printmedien, 1995-2013	31
Abbildung 9: Anzahl Medienberichte in sieben Printmedien aus Deutschland, 1995-2013....	31
Abbildung 10: Einnahmen Titlis Bergbahnen.....	34

Tabellen

Tabelle 1: Tourismusanteil am Umsatz der touristischen Leistungsträger	16
Tabelle 2: Anteile Gästetage der jeweiligen Gästekategorien für die Region Wellenberg.....	19
Tabelle 3: Umsatzverlust bei Unterbruch (Jahresdurchschnitt)	20
Tabelle 4: Umsatzverlust bei Unterbruch (Guter Tag Sommer)	21
Tabelle 5: Umsatzverlust bei Unterbruch (Guter Tag Winter)	21
Tabelle 6: Umsatzverlust bei Unterbruch (Spizentag).....	22
Tabelle 7: Umsatzverlust bei Unterbruch (Übersicht)	22
Tabelle 8: Auswirkungen Umsatzverlust bei Unterbruch auf die touristische Bruttoproduktion:	24
Tabelle 9: Übersicht des Umsatzverlustes gemäss verschiedener Studien	25
Tabelle 10: Einstellung zu radioaktiven Abfällen und Kernkraftwerken.....	33
Tabelle 11: Ergebnisse eine Studie zur Markenidentität von Engelberg	34
Tabelle 12: Geschätzter Gäste-Rückgang (SÖW- Studie Teil 1/HTW Chur).....	35
Tabelle 13: Quellmärkte des Vierwaldstättersee-Gebiets	39
Tabelle 14: Erfolgsrechnung Titlis AG Geschäftsjahr 2012-13.....	43
Tabelle 15: Durchschnittsausgaben pro Besucher (Sparten Bahnbetrieb und Gastronomie) ..	44
Tabelle 16: Geschätzter Umsatzrückgang aufgrund Tiefenlager nach SÖW-Studie Teil 1	45
Tabelle 17: Geschätzter Umsatzrückgang aufgrund Tiefenlager nach eigener Schätzung	46
Tabelle 18: Auswirkungen Umsatzrückgang.....	47
Tabelle 19: Erfolgsrechnung Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG (5-Jahresschnitt und Jahr 2012).....	49
Tabelle 20: Durchschnittsausgaben Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG	50
Tabelle 21: Umsatzrückgang aufgrund Tiefenlager nach Schätzung SÖW-Studie Teil 1	51
Tabelle 22: Umsatzrückgang aufgrund Tiefenlager nach Schätzung HTW Chur	52
Tabelle 23: Auswirkungen Umsatzrückgang auf Betriebsergebnis gemäss Geschäftsjahr 2012	53
Tabelle 25: Planungsprämissen für weitere Umsatzkomponenten.....	55
Tabelle 26: Jährliche Umsätze in CHF nach Betrieben und Erlössegmenten.....	57
Tabelle 27: Umsatzrückgang gemäss SÖW-Studie Teil 1	57
Tabelle 28: Umsatzrückgang gemäss Einschätzung HTW Chur.....	58
Tabelle 29: Vergleich Umsatzrückgänge	59

1. Kurzfassung

Zusatzfrage a) Wie gross wären die wirtschaftlichen Auswirkungen auf den Tourismus in Engelberg, wenn die Verkehrswege nach Engelberg für einen Tag vollständig unterbrochen wären? (Diese Teilfrage konzentriert sich auf die Tourismuswirtschaft. Es geht somit nicht um Fragen der Versorgung.)

Die Betrachtung von Tagen mit unterschiedlichem Wetter in den verschiedenen Saisons ergibt für den Umsatzverlust im Tourismus aufgrund eines eintägigen Unterbruchs der Verkehrswege eine Bandbreite zwischen CHF 259'000 und CHF 1.1 Mio. Im Vergleich zu vorhergehenden Studien (Arbeitsgruppe Volkswirtschaft des Steuerungsausschuss Bund/Kantone 1998 und SÖW-Studie Teil 1) fällt die höhere Variante um etwa CHF 170'000 höher aus, liegt aber in derselben Grössenordnung.

Bei Berücksichtigung der gesamten touristischen Bruttonproduktion würde ein eintägiger Unterbruch der Verkehrswege für Engelberg einen Verlust von CHF 340'000 (Minimalvariante an einem Durchschnittstag) bis CHF 1.48 Mio. (Maximalvariante an einem Spitzentag) ergeben.

Zusatzfrage b) Die SÖW-Studie Teil 1 geht allgemein (bzw. regionsunabhängig) davon aus, dass ein Tiefenlager zu einem Rückgang der Gäste mit Hauptinteresse „Wellness, Sport, Natur“ von rund 5% und der Gäste mit Hauptinteresse „Sehenswürdigkeiten“ sowie „Kultur, Events“ von 1% führen würde (vgl. BFE (Juni 2012): Sozioökonomisch-ökologische Wirkungsstudie SÖW für den Standortvergleich in Etappe 2, Teil 1 (Zwischenbericht), S. 229). Vor diesem Hintergrund sind folgende Teilfragen zu beantworten:

I. Sind diese Annahmen auch für eine ausgeprägte Tourismusregion wie Engelberg sachgerecht?

In einigen der Gästekategorien könnte ein höherer Gästerückgang als der in der SÖW-Studie Teil 1 geschätzte Rückgang stattfinden. Dieser höhere Gästerückgang basiert auf dem Einbezug des lokalen Kontexts des Tourismus in Engelberg im Allgemeinen und auf spezifischen Faktoren wie eine erhöhte Wahrnehmung des geologischen Tiefenlagers durch eine weitreichende Medienberichterstattung, die Einstellung der Menschen in den Hauptmärkten Engelbergs zur Kernenergie, die Positionierung Engelbergs als alpine Destination mit Fokus auf Natur und Landschaft und die Bedeutung von Reiseveranstaltern für die Destination.

II. Wie sind diese Annahmen vor dem Hintergrund, dass die Oberflächenanlage bei der Fahrt nach Engelberg aus geringer Distanz einsehbar ist, zu bewerten?

Die Oberflächenanlage des geologischen Tiefenlagers Wellenberg wäre von Engelberg aus nicht sichtbar; es besteht deshalb keine optische Beeinträchtigung der Gästeaktivitäten in Engelberg selber. Allerdings führt die Anreise nach Engelberg, mit Strassen- oder Schienenverkehr, am möglichen Standort der Oberflächenanlage des Tiefenlagers Wellenberg vorbei; wobei die sichtbaren Gebäude nicht von anderen Industriebauten zu unterscheiden sind. Ausschlaggebend ist deshalb die grundsätzliche Wahrnehmung eines mög-

lichen geologischen Tiefenlagers, die durch die Sichtbarkeit und eventuelle Beschilderung der Oberflächenanlage steigen könnte.

III. Die Untersuchungen der SÖW zum Tourismus konzentrieren sich auf das Engelberger Tal. Welche Auswirkungen eines Tiefenlagers sind auf den Tourismus im BLN-Gebiet Vierwaldstättersee zu erwarten?

Die möglichen Auswirkungen auf das Vierwaldstättersee-Gebiet sind aufgrund der unterschiedlichen Charakteristiken der Region differenziert zu betrachten, da sich die touristischen Regionen in verschiedenen Faktoren unterscheiden. Aufgrund der durchgeführten Analyse können keine genauen Zahlen für das Vierwaldstättersee-Gebiet geschätzt und berechnet werden.

Zusatzfrage c) Welche Auswirkungen hat der erwartete Gästerückgang auf die wirtschaftliche Situation und die Investitionstätigkeit der Bergbahnen und Beherbergungsbetriebe in Engelberg?

Ein Tiefenlager Wellenberg hätte bedeutende finanzielle Auswirkungen auf die zwei Bergbahnen in Engelberg. Die erfolgreiche und finanziell überdurchschnittlich gesunde Unternehmung Titlis AG könnte heute einen derartigen Umsatzrückgang besser verkraften als eine kleinere Unternehmung wie die Brunni AG.

Je nach Umfang des Gästerückgangs würden noch zwischen zwei und fünf Beherbergungsbetriebe ein positives Jahresergebnis erzielen können. Hinsichtlich des Cash-Flows wären im worst case und ohne Anpassungsmassnahmen der Betriebe noch vier Betriebe kurz- bis mittelfristig finanziell aktionsfähig, während bei einem Gästerückgang gemäss SÖW-Studie Teil 1 noch elf Einzelbetriebe sowie die als Gruppe zusammengefassten „restlichen Vermieter“, auf überschaubare Zeit über einen finanziellen Spielraum verfügen würden.

Je nach Szenario wären aufgrund des negativen Cash-Flows bis zu 18 von 22 Einzelbetrieben einem laufenden Eigenkapitalverzehr ausgesetzt. Je nach Eigenkapitaldecke und Ausschöpfungsgrad von bestehenden Kreditlimiten würde sich diese geänderte Cash-Flow-Situation bei den Betrieben unterschiedlich stark auf die Investitionsfähigkeit und damit auf den langfristigen Unternehmensfortbestand auswirken.

2. Einleitung

2.1. Ausgangslage

In der Schweiz läuft derzeit das Standortauswahlverfahren für ein geologisches Tiefenlager zur Lagerung der in der Schweiz erzeugten radioaktiven Abfälle. In einem ersten Schritt (Etappe 1) wurden 2011 sechs potenzielle Standortregionen für ein geologisches Tiefenlager ausgewiesen. Die Standortgemeinden sowie weitere betroffene Gemeinden wurden zu Standortregionen zusammengefasst. Diese sind Jura Ost, Jura-Südfuss, Nördlich Lägern, Südranden, Wellenberg und Zürich Nordost.

In Etappe 2 werden die verschiedenen Standortregionen nach sozio-ökonomischen und ökologischen Kriterien verglichen. Dazu wurde vom Bundesamt für Energie (BFE) die sozioökonomisch-ökologische Wirkungsstudie (SÖW) in Auftrag gegeben. In einem Zwischenbericht von Juni 2012 (SÖW-Studie Teil 1) wurden erste Ergebnisse zu wirtschaftlichen Indikatoren vorgestellt. Im November 2014 wurde der Schlussbericht zur SÖW (Bundesamt für Energie 2014a) sowie der Regionsbericht Wellenberg publiziert (Bundesamt für Energie 2014b). Die Standortregionen haben die Möglichkeit, zusätzlich zur SÖW-Studie bestimmte Zusatzfragen unter Berücksichtigung von weiteren regions- und standortspezifischen Aspekten zu klären.

Die Standortregion Wellenberg umfasst die Nidwaldner Gemeinden Wolfenschiessen, Dallenwil, Oberdorf und die Obwaldner Gemeinde Engelberg. Die Standortregion Wellenberg ist die einzige potenzielle Standortregion im Alpenraum, weshalb dem Tourismus eine grosse regionalwirtschaftliche Bedeutung zukommt (Rütter + Partner 2004). Die möglichen Auswirkungen eines allfälligen geologischen Tiefenlagers auf die Tourismuswirtschaft im Engelberger Tal sind deshalb für die Standortregion Wellenberg von besonderem Interesse.

2.2. Fragestellung

Die in diesem Bericht zu klärende Zusatzfrage soll die Effekte eines allfälligen Tiefenlagers auf die regionale Tourismuswirtschaft für die Standortregion Wellenberg als Vertiefung zur SÖW-Studie Teil 1 detaillierter abschätzen.

Zusatzfragen:

- a) Wie gross wären die wirtschaftlichen Auswirkungen auf den Tourismus in Engelberg, wenn die Verkehrswege nach Engelberg für einen Tag vollständig unterbrochen wären? (Diese Teilfrage konzentriert sich auf die Tourismuswirtschaft. Es geht somit nicht um Fragen der Versorgung.)
- b) Die SÖW-Studie Teil 1 geht allgemein (bzw. regionsunabhängig) davon aus, dass ein Tiefenlager zu einem Rückgang der Gäste mit Hauptinteresse „Wellness, Sport, Natur“ von rund 5% und der Gäste mit Hauptinteresse „Sehenswürdigkeiten“ sowie „Kultur, Events“ von 1% führen würde (vgl. BFE (Juni 2012): Sozioökonomisch-ökologische Wirkungsstudie SÖW für

den Standortvergleich in Etappe 2, Teil 1 (Zwischenbericht), S. 229). Vor diesem Hintergrund sind folgende Teilfragen zu beantworten:

- I. Sind diese Annahmen auch für eine ausgeprägte Tourismusregion wie Engelberg sachgerecht?
- II. Wie sind diese Annahmen vor dem Hintergrund, dass die Oberflächenanlage bei der Fahrt nach Engelberg aus geringer Distanz einsehbar ist, zu bewerten?
- III. Die Untersuchungen der SÖW zum Tourismus konzentrieren sich auf das Engelberger Tal. Welche Auswirkungen eines Tiefenlagers sind auf den Tourismus im BLN-Gebiet Vierwaldstättersee zu erwarten?

c) Welche Auswirkungen hat der erwartete Gästerückgang auf die wirtschaftliche Situation und die Investitionstätigkeit der Bergbahnen und Beherbergungsbetriebe in Engelberg?

2.3. Aufbau des Berichtes

Der vorliegende Bericht zieht Schlüsse zur Beantwortung der oben genannten drei Teilfragen. Im zweiten Kapitel wird eine allgemeine Übersicht zur wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus in Engelberg und im Kanton Nidwalden gegeben, unter anderem werden die Wirtschaftsstruktur und die touristische Wertschöpfung dargestellt.

Im Zentrum des Berichts steht die Beantwortung der drei Teilfragen. Das methodische Vorgehen für die Beantwortung der Fragen wird am Anfang des jeweiligen Kapitels erläutert.

Im dritten Kapitel werden die wirtschaftlichen Auswirkungen eines eintägigen Unterbruchs der Verkehrswege nach Engelberg auf den Tourismus dargelegt (Teilfrage a), wobei auf verschiedene Varianten hinsichtlich der Aufenthaltsdauer eingegangen wird. Im vierten Kapitel wird ein möglicher Gästerückgang für die Destination Engelberg und das Vierwaldstättersee-Gebiet aufgrund eines geologischen Tiefenlagers Wellenberg diskutiert (Teilfrage b), wobei generelle Faktoren aufgezeigt werden, die das Gästeverhalten aufgrund eines geologischen Tiefenlagers beeinflussen könnten. Im fünften Kapitel werden, auf Basis der Ergebnisse aus Teilfrage b), mögliche Auswirkungen eines geschätzten Gästerückgangs auf die wirtschaftliche Situation und Investitionstätigkeit von Bergbahnen und Beherbergungsbetrieben erörtert.

Das abschliessende Kapitel fasst die zentralen Ergebnisse zur Beantwortung der Teilfragen zusammen und erörtert weitere notwendige methodische Schritte, um die Schätzungen sowohl aus diesem Bericht als auch aus der SÖW-Studie Teil 1 zu verifizieren.

3. Übersicht zur wirtschaftlichen Bedeutung der Tourismuswirtschaft

Die in diesem Kapitel vorgestellten Ergebnisse basieren auf einer vorausgehenden Wertschöpfungsstudie zum Tourismus im Kanton Nidwalden und in Engelberg (Rütter + Partner 2005a und Rütter + Partner 2004), wobei die damaligen Zahlen für 2013 teuerungsbereinigt wurden. Die hier verwendeten Begriffe beziehen sich deshalb auf die in Rütter + Partner (2005a) definierten Begriffe. Um die Verständlichkeit der gemachten Aussagen zu erhöhen, werden vorausgehend einige Definitionen aufgeführt (Rütter + Partner 2005a, S. 22-28):

Touristische Leistungsträger: Als touristische Leistungsträger werden die Unternehmen bezeichnet, deren Leistungen unmittelbar zu einem Gastaufenthalt beitragen. Dies sind das Beherbergungsgewerbe, das Gaststättengewerbe, die Bergbahnen, der öffentliche Personennahverkehr, die Reisebüros und Tourismusorganisationen und der Wirtschaftszweig Sport, Kultur und Unterhaltung.

Wirtschaftszweige mit touristischem Anteil: Zusätzlich zu den touristischen Leistungsträgern profitieren auch andere Wirtschaftszweige von der touristischen Nachfrage. Bedeutende Beiträge zur touristischen Wertschöpfung in Engelberg lösen insbesondere der Handel (10%) und das Baugewerbe (5%) aus (Rütter + Partner 2005a).

Vorleistungen: Die Güter und Dienstleistungen von Drittfirmen, die von touristischen Leistungsträgern und anderen Wirtschaftszweigen, die auch von der touristischen Nachfrage profitieren, bezogen werden.

Direkte Wertschöpfung: Die Wertschöpfung, die unmittelbar im Unternehmen (z.B. Hotel, Bergbahn) aufgrund der Zahlungen der Gäste entsteht. Die direkte touristische Wertschöpfung besteht aus dem touristischen Umsatz abzüglich den Vorleistungen.

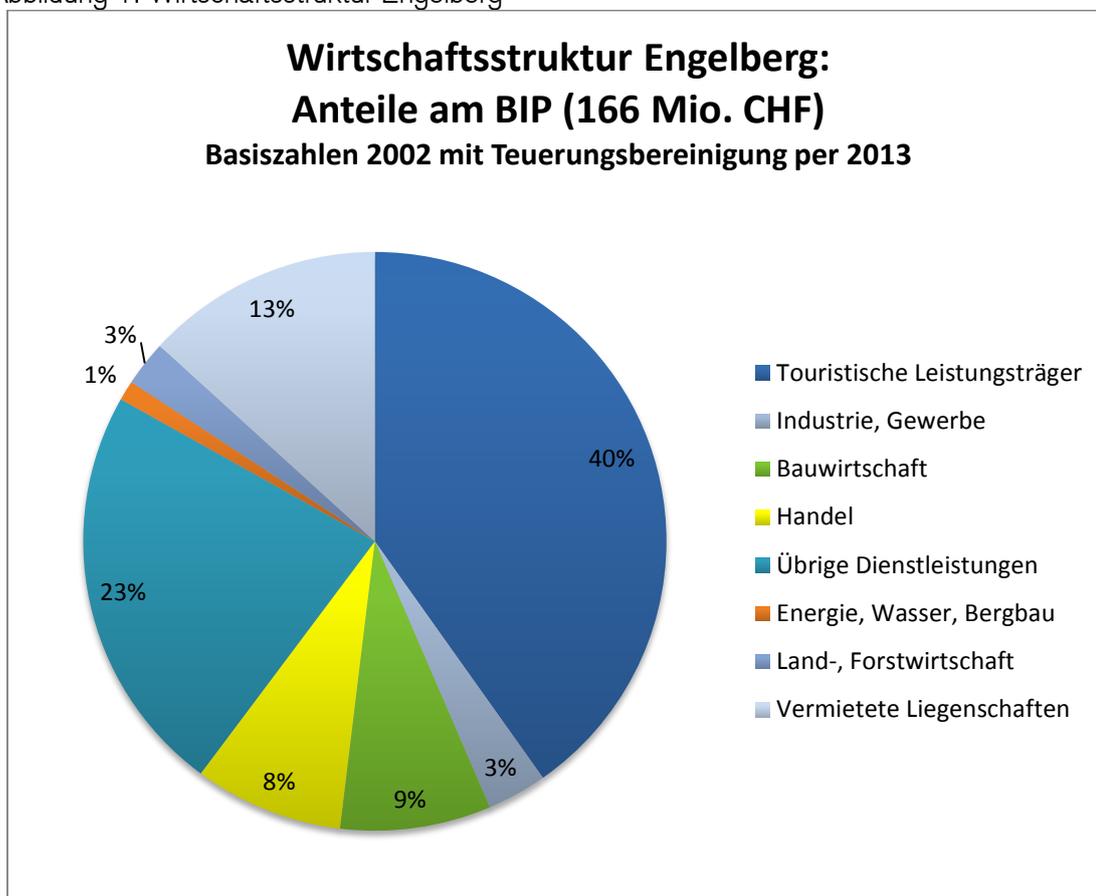
Indirekte Wertschöpfung: Die indirekte Wertschöpfung umfasst

- erstens die Wertschöpfung der Vorleistungen, die bei den Zulieferern, deren Lieferanten etc. der Unternehmen entstehen, die von der touristischen Nachfrage profitieren;
- zweitens die Wertschöpfung der touristischen Investitionen, zum Beispiel durch den Bau neuer touristischer Infrastrukturen;
- drittens durch den Tourismus ausgelöste Einkommen, die in der Region ausgegeben werden und wiederum zu einem zusätzlichen Umsatz führen.

3.1. Wirtschaftsstruktur

Die touristischen Leistungsträger erwirtschaften in Engelberg rund 40% des regionalen Bruttoinlandproduktes (BIP)¹.

Abbildung 1: Wirtschaftsstruktur Engelberg

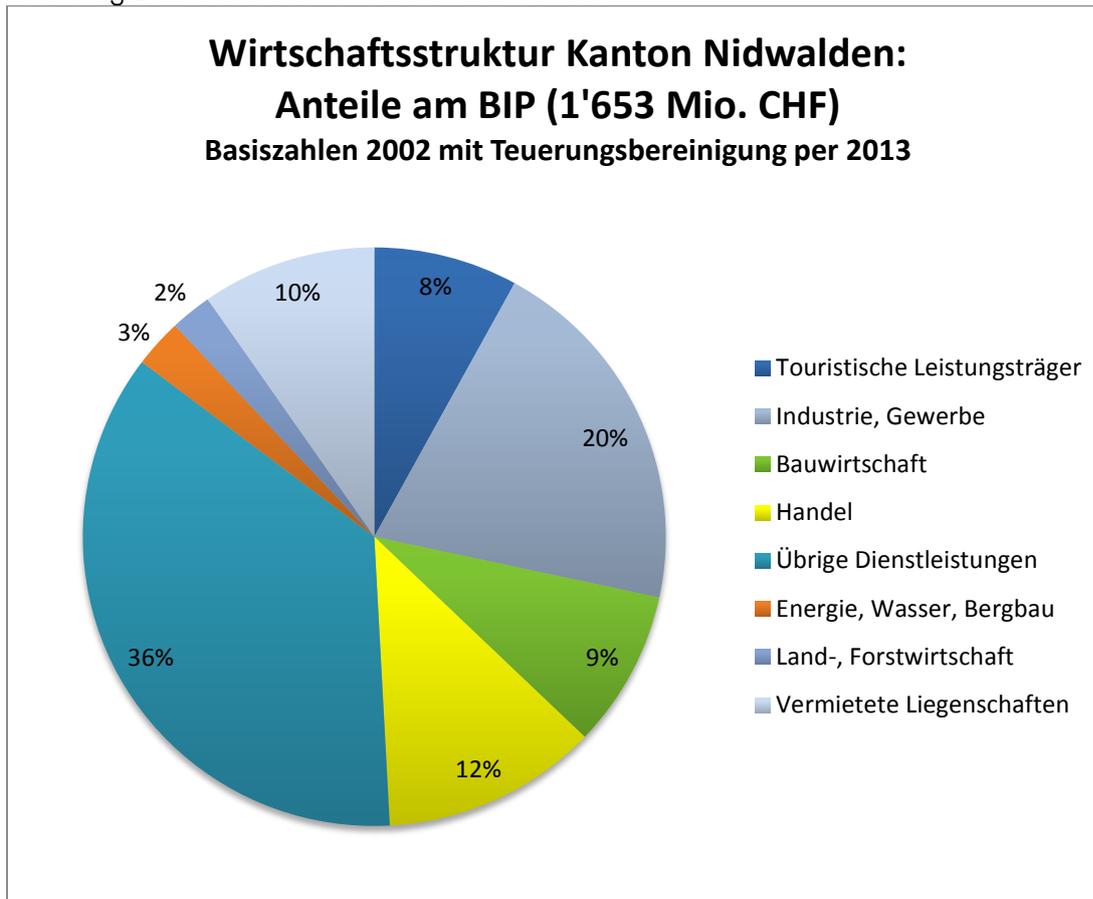


Quelle: eigene Berechnungen basierend auf BFS und Rütter + Partner 2004

Der Kanton Nidwalden weist einen tieferen Beitrag der touristischen Leistungsträger zum kantonalen BIP auf. Nur rund 8% des BIP werden von den touristischen Akteuren erwirtschaftet. Auf nationaler Ebene werden rund 3% des BIP von touristischen Leistungsträgern erwirtschaftet (BFS 2008).

¹ Die Zahlen aus dem Jahr 2002 wurden für das Jahr 2013 mit Hilfe des Landesindex der Konsumentenpreise LIK des Bundesamts für Statistik (BFS) teuerungsberreinigt (6,5%).

Abbildung 2: Wirtschaftsstruktur Kanton Nidwalden



Quelle: eigene Berechnungen basierend auf BFS und Rütter + Partner 2004

Im Kanton Nidwalden und in Engelberg kommt dem Wirtschaftszweig „Vermiete Liegenschaften“ eine bedeutende Rolle zu. Laut Rütter + Partner (2005a, S. 27) werden im Kanton Nidwalden ca. 1'200 Wohnungen an Feriengäste vermietet (7% aller Wohnungen) und in Engelberg gar 2'000, was zwei Drittel aller Wohnungen entspricht.

3.2. Touristische Wertschöpfung

Die Ausführungen zur touristischen Wertschöpfung basieren auf den Berechnungen von Rütter + Partner (2004). Die in der Studie ermittelten Anteile der einzelnen Wirtschaftszweige am Umsatz, der Anteil der touristischen Bruttowertschöpfung (BWS) am BIP und die Verteilung zwischen direkter und indirekter BWS werden nachfolgend dargestellt.

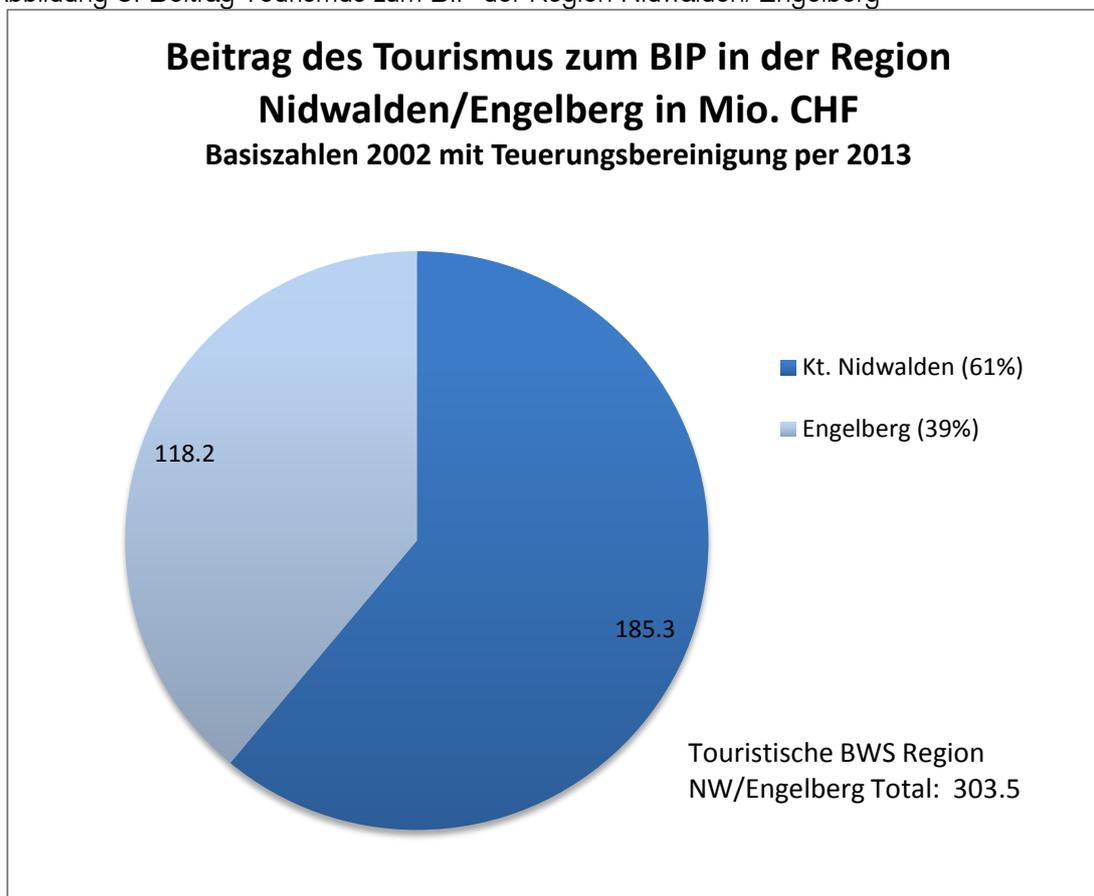
Wirtschaftliche Leistung des Tourismus

Der Tourismus löst in der Region Nidwalden/Engelberg eine BWS von CHF 303.5 Mio. aus. Der Kanton Nidwalden trägt mit CHF 185.3 Mio. knapp zwei Drittel bei. Rund 39% des touristischen Beitrags zum BIP stammen aus der Gemeinde Engelberg (CHF 118.2 Mio.).

Die vergleichsweise hohe Bruttowertschöpfung im Kanton Nidwalden ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass je grösser eine Region ist, desto grösser grundsätzlich auch die indirekten Umsätze sind (Vorleistungen, Investitionen und Einkommenseffekt). Im Kanton Nidwalden wer-

den neben den direkt mit Gästen erwirtschafteten Umsätzen in der Beherbergung oder in Gaststätten auch mehr Waren und Dienstleistungen im Kanton selbst eingekauft, als dies in Engelberg der Fall ist. Investitionen von Hotels können bei der lokalen Baubranche zusätzliche Umsätze auslösen und die im Tourismus beschäftigten Arbeitskräfte konsumieren zu einem grösseren Teil im Kanton selbst und nicht ausserhalb (Rütter + Partner 2005a, S. 6-7).

Abbildung 3: Beitrag Tourismus zum BIP der Region Nidwalden/Engelberg

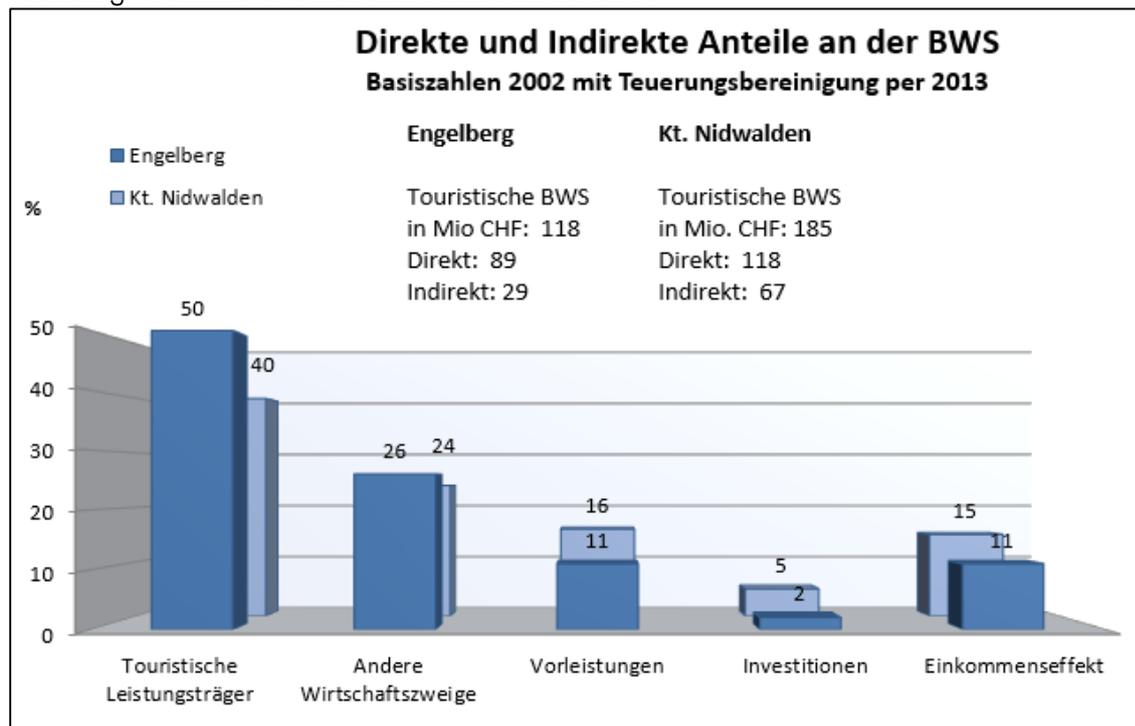


Quelle: eigene Berechnungen basierend auf Rütter + Partner 2004

Wie setzt sich der touristische Beitrag zusammen?

In Engelberg entspricht der direkte Beitrag zur touristischen Bruttowertschöpfung 76% (CHF 89 Mio.) und der indirekte Beitrag 24% (CHF 29 Mio.). Die Hälfte der touristischen Wertschöpfung wird jeweils durch die touristischen Leistungsträger und durch andere Wirtschaftszweige wie beispielsweise durch die Baubranche oder durch den Detailhandel getragen. Im Kanton Nidwalden ist der direkte Anteil an der touristischen BWS etwas geringer (CHF 118 Mio.). Wie oben erwähnt, wird in Nidwalden ein grösserer Anteil der indirekten BWS im Kanton selbst erwirtschaftet.

Abbildung 4: Direkte und Indirekte Anteile an der BWS



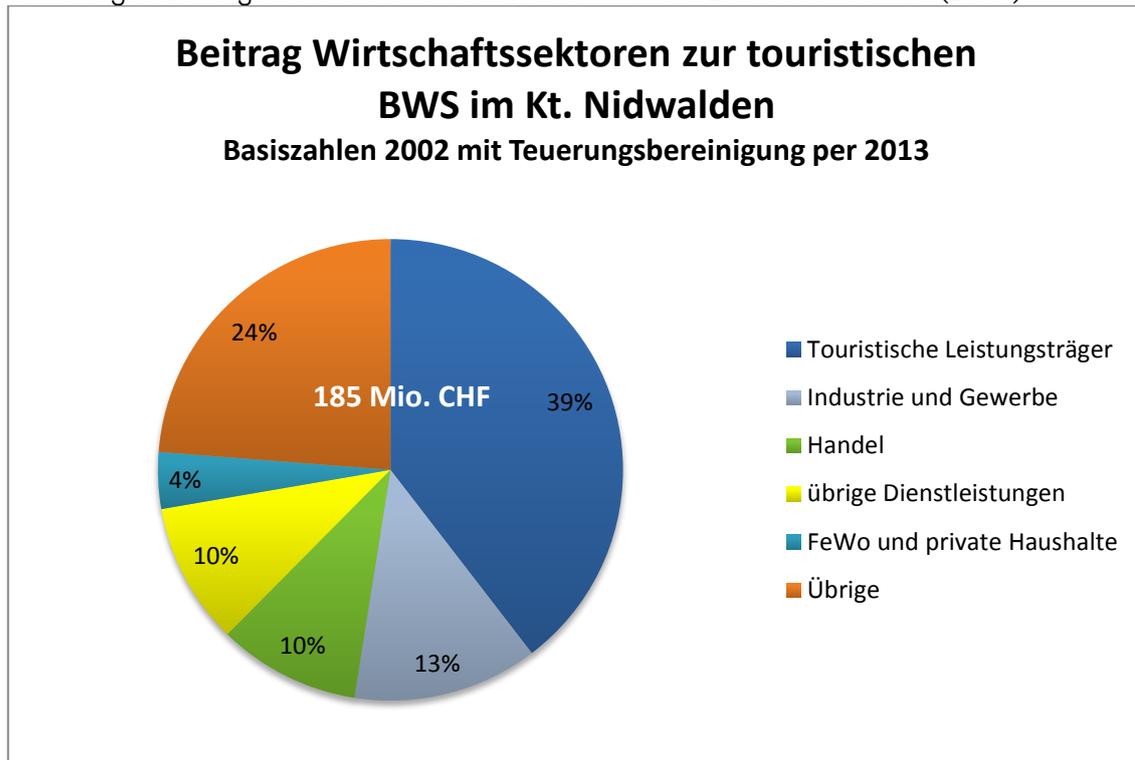
Quelle: eigene Berechnungen basierend auf Rütter + Partner 2004

Welche Wirtschaftssektoren tragen zur touristischen BWS bei?

Im Kanton Nidwalden werden knapp 40% der touristischen Wertschöpfung durch die touristischen Leistungsträger erwirtschaftet. In Engelberg tragen die Leistungsträger zehn Prozent mehr bei. Auch spielt in Engelberg die Vermietung von Ferienwohnungen eine grössere Rolle (10%), während in Nidwalden dieser Anteil unter 5% liegt. Wie bereits erwähnt sind im Kanton Nidwalden die Beiträge von Industrie, Gewerbe und Handel mit rund einem Viertel zur touristischen BWS nicht zu unterschätzen. In Engelberg fällt dieser Anteil kleiner aus (13%).

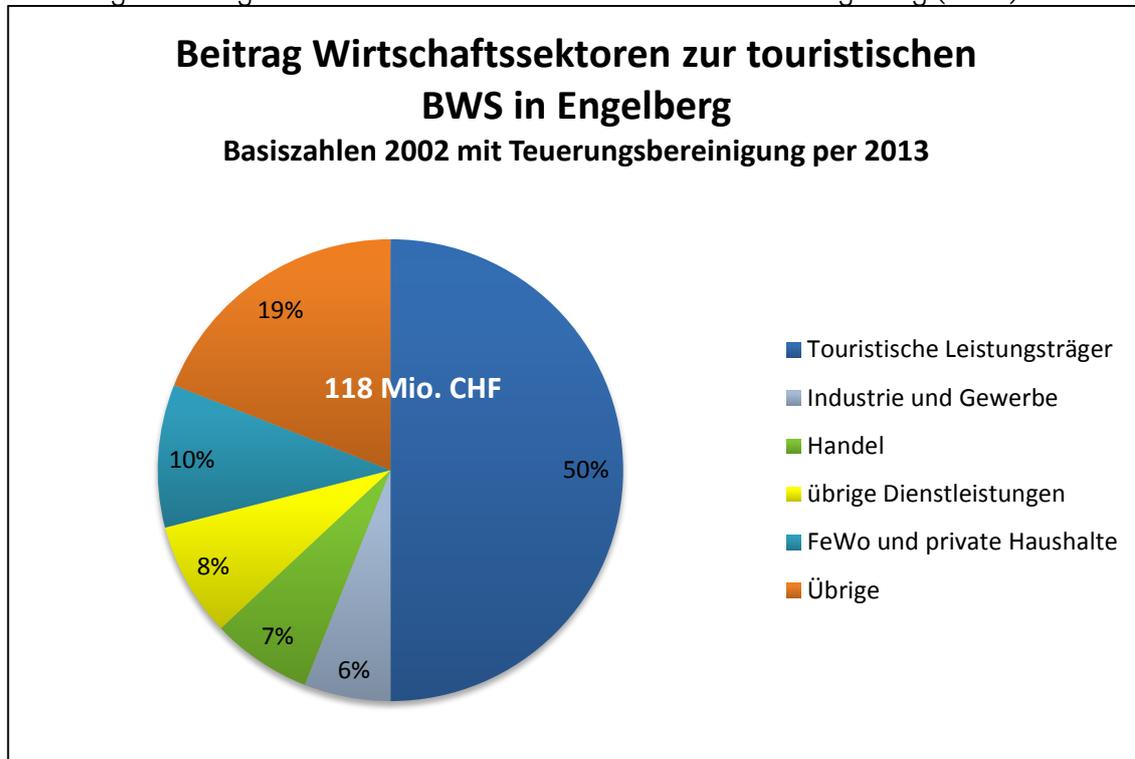
Einen gewissen Anteil tragen in beiden Regionen übrige Akteure bei (Nidwalden: 24%, Engelberg: 19%). Eine Vielzahl von Wirtschaftszweigen, die nur indirekt mit dem Tourismus verbunden sind, tragen somit in Nidwalden und Engelberg zur touristischen BWS bei.

Abbildung 5: Beitrag Wirtschaftssectoren zur touristischen BWS in Nidwalden (2013)



Quelle: eigene Berechnungen basierend auf Rütter + Partner 2004

Abbildung 6: Beitrag Wirtschaftssectoren zur touristischen BWS in Engelberg (2013)



Quelle: eigene Berechnungen basierend auf Rütter + Partner 2004

Wer profitiert vom Tourismus?

Die Anteile an der touristischen BWS lassen vermuten, dass eine Vielzahl von Wirtschaftszweigen vom Tourismus profitiert. Die touristischen Anteile am Umsatz in einer Auswahl von Wirtschaftszweigen bestätigen dieses Bild. Laut Rütter + Partner (2005a) gibt es in Engelberg praktisch keinen Wirtschaftszweig, der nicht vom Tourismus profitiert (S. 10). Erwartungsgemäss haben das Beherbergungsgewerbe, die Gaststätten und die Bergbahnen einen hohen touristischen Anteil am Umsatz. Auch im Kanton Nidwalden spielt der Tourismus bei den Bergbahnen eine bedeutende Rolle, bei der Beherbergung und den Gaststätten ist der Anteil aber tiefer. Die Autoren erklären dies damit, dass diese Lokaltäten auch stark von Einheimischen frequentiert werden. Im Vergleich zu Nidwalden profitieren in Engelberg zudem die Verkehrsbetriebe in einem grossen Ausmass vom Tourismus. Zu erwähnen ist weiter, dass in Engelberg der Tourismusanteil am Umsatz bei Wirtschaftszweigen wie dem Detailhandel (68%), dem Baugewerbe (43%), der Holzindustrie (38%) oder der öffentlichen Verwaltung (40%) von grosser Bedeutung ist. Im Kanton Nidwalden liegen die entsprechenden Anteile nur zwischen 5 und 13% (Rütter + Partner 2005a, S.10).

Tabelle 1: Tourismusanteil am Umsatz der touristischen Leistungsträger

Tourismusanteil am Umsatz der touristischen Leistungsträger Basiszahlen 2002 mit Teuerungsberreinigung per 2013				
	Kanton NW		Engelberg	
	in %	in Mio. CHF	in %	in Mio. CHF
Beherbergung	75	90.6	94	41.2
Gaststätten	24	13.9	81	23.7
Eisenbahnen	38	5.5	85	2.1
Bergbahnen	85	9.3	92	23.8
Übriger Personenverkehr	10	0.9	65	1.1
Reisebüros, Tour Operator	84	2.3	89	4.0
Unterhaltung, Kultur, Sport	45	5.3	73	3.5
Total touristische Leistungsträger	56	127.9	89	99.6

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf Rütter + Partner 2004

4. Teilfrage a) Wirtschaftliche Auswirkungen eines eintägigen Unterbruchs der Verkehrswege nach Engelberg auf den Tourismus

4.1. Methodisches Vorgehen

Die Beantwortung der Teilfrage basiert auf bereits bestehenden Studien, insbesondere:

- Steuerungsausschuss Bund/Kantone (1998): Die volkswirtschaftlichen Auswirkungen eines SMA Lagers Wellenberg.
- Rütter + Partner (2005a): Der Tourismus im Kanton Nidwalden und in Engelberg.

Die Ergebnisse dieser Studien wurden mit aktuellen Statistiken und bei ungenügender Datenlage (z.B. Tagesgäste und Statistiken auf Tagesbasis) mit gewissen Annahmen (Validierung mit lokalen Leistungsträgern) weiter differenziert.

In einem ersten Schritt wurden die Tagesausgaben und die Wertschöpfung basierend auf den Werten von Rütter + Partner (2004) per 2013 teuerungsbereinigt. Dazu wurde der Landesindex der Konsumentenpreise LIK des Bundesamts für Statistik (BFS) verwendet.

In einem zweiten Schritt wurde der Umsatzverlust auf Grundlage aktueller Gästezahlen und den teuerungsbereinigten Tagesausgaben berechnet. Zur Ermittlung des Umsatzverlustes eines eintägigen Unterbruchs der Verkehrswege nach Engelberg wird die touristische Nachfrage berechnet. Die touristische Nachfrage entspricht annähernd dem mit dem Tourismus erzielten Umsatz (SÖW-Studie Teil 1, S. 225). Für die touristische Nachfrage werden die Gästefrequenzen mit den Tagesausgaben multipliziert.

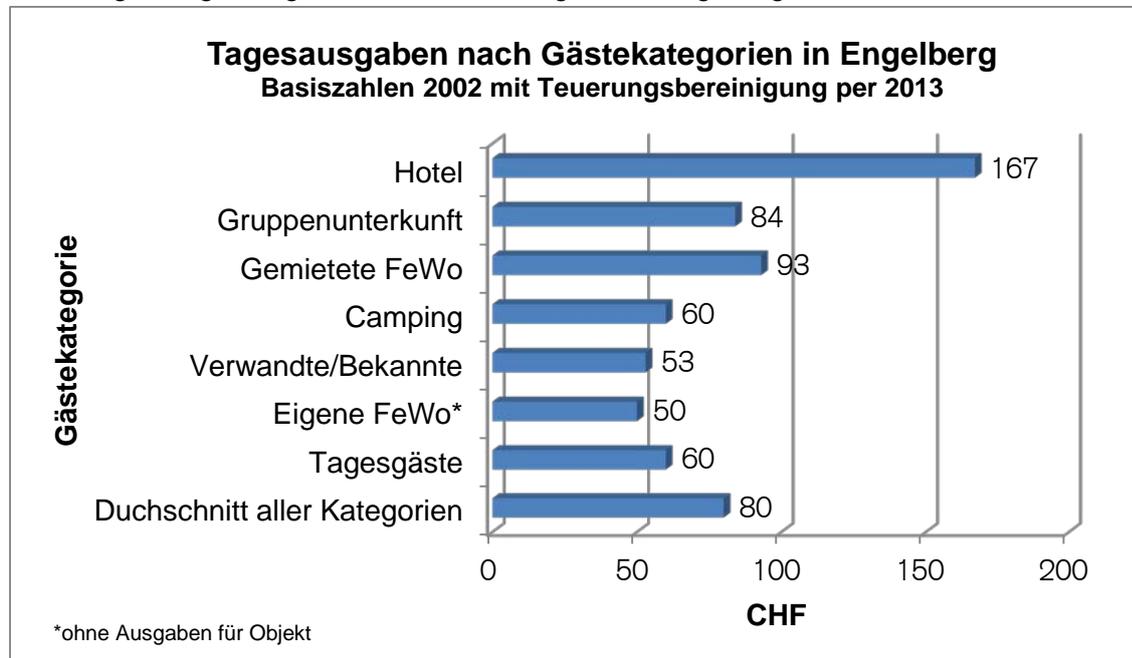
In einem dritten Schritt wurden die Ergebnisse des zweiten Schrittes in leitfaden-gestützten Interviews mit lokalen touristischen Leistungsträgern validiert und anschliessend mit den vorliegenden Schätzungen zum Umsatzverlust verglichen (SÖW-Studie Teil 1, Steuerungsausschuss Bund/Kantone 1998).

4.2. Tagesausgaben

Die in der SÖW-Studie Teil 1 für die Region Wellenberg verwendeten Tagesausgaben basieren auf einer Wertschöpfungsstudie im Kanton Schaffhausen aus dem Jahr 2010 mit einer zusätzlichen Pauschale von CHF 6 für Bergbahnausgaben (S. 224). Die letzten primär erhobenen Tagesausgaben für Engelberg stammen aus dem Winter 2001/02 und dem Sommer 2002 (Rütter + Partner 2004). Obwohl diese Werte relativ alt sind, basieren sie auf primär erhobenen Tagesausgaben der Gäste für Engelberg. Deshalb wurden die Tagesausgaben in Engelberg gemäss der Studie von Rütter + Partner (2004) für das Jahr 2013 teuerungsbereinigt.

Generell sind die Ausgaben im Winter auf Grund der Bergbahntickets höher als im Sommer. Bei den übernachtenden Gästen kommt die Unterkunft hinzu (Rütter + Partner 2004, S. 13). Ein grosser Teil der Gäste besucht Engelberg des Titlis wegen, somit kommt zu den Durchschnittsausgaben der Betrag für die Bergbahnen hinzu (Engelberg-Titlis Tourismus AG, 2014).

Abbildung 7: Tagesausgaben nach Gästekategorien in Engelberg¹



Quelle: eigene Berechnungen basierend auf Rütter + Partner (2004, S. 90)

4.3. Gästezahl

Die Anzahl Gäste ist natürlich nicht gleichmässig über das Jahr verteilt. Um einen differenzierten Eindruck der Spanne eines möglichen Umsatzverlustes aufgrund eines eintägigen Unterbruchs der Verkehrswege nach Engelberg zu gewinnen, wird der Umsatzrückgang für verschiedene Tage berechnet. Hierfür wurden ein Durchschnittstag, ein guter Tag im Sommer und im Winter sowie der Spitzentag des Jahres ausgewählt. Obwohl die Begriffe sich auf die Anzahl Gäste beziehen, besteht eine gewisse Korrelation zu den Wetterverhältnissen. Je nach dem an welchem Tag ein Verkehrsunterbruch stattfindet, betrifft es eine unterschiedliche Anzahl Tages- und Übernachtungsgäste, und es entsteht ein anderer Umsatzrückgang.

Da Gästezahlen ausser bei der Hotellerie nicht statistisch erhoben werden, wird für die Kategorien Parahotellerie und Verwandtschaftsbesuche auf die Verteilung der Übernachtungskategorien gemäss SÖW-Studie Teil 1 zurückgegriffen (siehe Tabelle 2). Dabei dient die Verteilung der Gästetage für Übernachtungsgäste in der Region Wellenberg als Basis für die Destination Engelberg.

¹ In der SÖW-Studie Teil 1 werden andere Tagesausgaben verwendet, basierend auf den Tagesausgaben im Kanton Schaffhausen im Jahr 2010 und einer zusätzlichen Pauschale von CHF 6 für zusätzliche Bergbahnausgaben. Die hier verwendeten Tagesausgaben beruhen zwar auf Werten von 2001 und 2002 (teuerungsbereinigt für 2013), aber beziehen sich spezifisch auf Engelberg.

Tabelle 2: Anteile Gästetage der jeweiligen Gästekategorien für die Region Wellenberg

Anteile der Gästekategorien für die Region Wellenberg	
	Anteile Gästetage
Übernachtungsgäste	38%
Hotellerie	15%
Parahotellerie, FeWo, Landwirtschaft	21%
Verwandtschaftsbesuche	2%
Tagesgäste	62%
Gesamt	100%

Quelle: SÖW-Studie Teil 1 S. 229

Das Bundesamt für Statistik erhebt zur Anzahl der Tagesgäste keine Daten und zur Zahl der Übernachtungsgäste nur Daten auf monatlicher Basis. Daher wird von den Ersteintritten der Bergbahnen auf die Anzahl Tagesgäste geschlossen. Die SÖW-Studie Teil 1 geht davon aus, dass 30% der Gäste die Region Wellenberg wegen Sehenswürdigkeiten besuchen, explizit erwähnt wird der Titlis. Die Hälfte der Tagesgäste kommt zum Wandern, für die Natur, für Sport und Wellness (SÖW-Studie Teil 1, S. 229). Es ist somit davon auszugehen, dass ein Grossteil der Gäste in Engelberg die Bergbahnen nutzen. Diese Aussage wird auch von Engelberg-Titlis Tourismus gestützt. Als touristische Leistungsträger mit der höchsten Anzahl an Tagesgästen haben die Bergbahnen die Anzahl Ersteintritte für die guten Tage (Sommer und Winter) sowie für einen Spitzentag zur Verfügung gestellt. Die Definition eines „guten Tages“ bzw. des „Spitzentages“ lag im Ermessen der Bergbahnen. Um von den Ersteintritten auf die Anzahl der Tagesgäste zu kommen, wird vorliegend davon ausgegangen, dass 15% der Tagesgäste und 5% der Übernachtungsgäste überhaupt nicht mit den Bergbahnen fahren (basierend auf den Anteilen der Gästekategorie für 'Freizeitgast – Kultur und Events' und 'Freizeitgast – Shopping & Gourmet' gemäss SÖW-Studie Teil 1) und dass die Übernachtungsgäste, welche die Bergbahnen benutzen, dies an zwei von drei Tagen tun. Bei den Hotelgästen wurde als Grundlage ein Durchschnittstag des Monats der jeweiligen Saison, der am meisten Gäste aufweist, verwendet. Dies ist im Sommer 2013 der August und in den Wintermonaten 2013 der März. Die Aufenthaltsdauer der Hotelgäste wurde stellvertretend für alle Übernachtungskategorien übernommen. Für die guten Tage und den Spitzentag wurde die jeweilig höchste durchschnittliche, monatliche Aufenthaltsdauer verwendet (Februar im Winter und Mai im Sommer).

4.4. Touristische Umsatzeinbussen aufgrund eines eintägigen Unterbruchs der Verkehrswege nach Engelberg

Bei einem Unterbruch der Verkehrswege können Tagesgäste Engelberg an dem betreffenden Tag nicht erreichen und entfallen deshalb als Gäste. Die Anzahl der Tagesgäste variiert je nach Wetter und Saison zwischen Null (miserables Wetter) und etwa 14'500 (Spitzentag im Winter). Gleichzeitig können neu eintreffende Übernachtungsgäste (Ankünfte) Engelberg nicht erreichen. Sie haben die Wahl, ihren Urlaub in Engelberg einen Tag später anzutreten (was einen minimalen Umsatzverlust pro Gast bedeuten würde) oder sie verzichten komplett auf ihren Urlaub in Engelberg (was einen maximalen Umsatzverlust pro Gast bedeuten würde). Bereits anwesende Übernachtungsgäste reisen entweder vorher ab oder verlängern ihren Aufenthalt um einen Tag. Vereinfachend wird hier angenommen, dass sich die vorzeitigen und die verzögerten Abreisen die Waage halten. In den Berechnungen des Umsatzverlustes werden sowohl die minimale Variante (Berechnung basiert nur auf Ankunftsdaten) als auch die maximale Variante (Berechnung schliesst die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste mit ein) berücksichtigt, um eine mögliche Bandbreite darzulegen.

Da die Zahl der Tagesgäste nicht erfasst wird und Übernachtungsgäste nur auf monatlicher Basis erhoben werden, basieren die Berechnungen auf gewisse Annahmen und Schätzungen. Die hier genannten Zahlen dürfen deshalb nicht als exakte Werte, sondern können nur als Rahmengrösse verstanden werden.

Betrachtet man einen Durchschnittstag in 2013, beträgt der Umsatzverlust bei einem Ausfall von etwa 3'400 Gästen zwischen etwa CHF 259'000 und CHF 374'000 je nachdem, wie viele Gäste verspätet anreisen oder vollständig auf ihren Urlaub in Engelberg verzichten.

Tabelle 3: Umsatzverlust bei Unterbruch (Jahresdurchschnitt)

Umsatzverlust bei eintägigem Unterbruch der Zufahrtswege nach Engelberg: Durchschnittstag 2013					
	Ankünfte	Tagesausgaben	Umsatzverluste (Ankünfte)	Aufenthaltsdauer ¹ (in Tagen)	Umsatzverlust (Ankünfte * Aufenthaltsdauer)
Übernachtungsgäste	1'124		CHF 121'987		CHF 237'875
Hotellerie	444	CHF 167	CHF 74'148	1.95	CHF 144'589
Parahotellerie, FeWo, Landwirtschaft	621	CHF 72	CHF 44'712	1.95	CHF 87'188
Verwandtschaftsbesuche	59	CHF 53	CHF 3'127	1.95	CHF 6'098
Tagesgäste	2'276	CHF 60	CHF 136'545	-	CHF 136'545
Gesamt	3'400		CHF 258'532		CHF 374'420

¹ Aufenthaltsdauer der Hotellerie wurde für alle Übernachtungskategorien übernommen

An einem guten Tag im Sommer würde ein eintägiger Unterbruch der Verkehrswege nach Engelberg einen Verlust von knapp über 5'500 Gästen bedeuten und zu einem Umsatzverlust von zwischen etwa CHF 421'000 und CHF 580'000 führen.

Tabelle 4: Umsatzverlust bei Unterbruch (Guter Tag Sommer)

Umsatzverlust bei eintägigem Unterbruch der Zufahrtswege nach Engelberg: Guter Tag Sommer 2013					
	Ankünfte	Tagesausgaben	Umsatzverluste (Ankünfte)	Aufenthaltsdauer^{1,2} (in Tagen)	Umsatzverlust (Ankünfte * Aufenthaltsdauer)
Übernachtungsgäste	1'806		CHF 195'962		CHF 354'691
Hotellerie ³	713	CHF 167	CHF 119'071	1.81	CHF 215'519
Parahotellerie, FeWo, Landwirtschaft	998	CHF 72	CHF 71'856	1.81	CHF 130'059
Verwandtschaftsbesuche	95	CHF 53	CHF 5'035	1.81	CHF 9'113
Tagesgäste	3'748	CHF 60	CHF 224'897	-	CHF 224'897
Gesamt	5'554		CHF 420'859		CHF 579'588

¹ Wert für Monat mit höchster durchschnittlicher monatlicher Aufenthaltsdauer im Sommer (Mai).

² Aufenthaltsdauer der Hotellerie für alle Übernachtungskategorien übernommen.

³ Durchschnittstag vom August, dem Sommermonat mit den meisten Ankünften pro Tag.

Quellen: eigene Berechnungen basierend auf BFS 2014, Aussagen Bergbahnen, SÖW-Studie Teil 1

Der Umsatzverlust an einem guten Tag im Winter wäre mit etwa CHF 658'000 bis knapp über CHF 872'000 wesentlich höher wegen der höheren Anzahl Tagesgäste, die trotz niedrigerer Tagesausgaben die geringere Anzahl an Übernachtungsgästen mehr als ausgleichen.

Tabelle 5: Umsatzverlust bei Unterbruch (Guter Tag Winter)

Umsatzverlust bei eintägigem Unterbruch der Zufahrtswege nach Engelberg: Guter Tag Winter 2013					
	Ankünfte	Tagesausgaben	Umsatzverluste (Ankünfte)	Aufenthaltsdauer^{1,2} (in Tagen)	Umsatzverlust (Ankünfte * Aufenthaltsdauer)
Übernachtungsgäste	1'066		CHF 115'683		CHF 329'697
Hotellerie ³	421	CHF 167	CHF 70'307	2.85	CHF 200'375
Parahotellerie, FeWo, Landwirtschaft	589	CHF 72	CHF 42'408	2.85	CHF 120'863
Verwandtschaftsbesuche	56	CHF 53	CHF 2'968	2.85	CHF 8'459
Tagesgäste	9'046	CHF 60	CHF 542'771	-	CHF 542'771
Gesamt	10'112		CHF 658'454		CHF 872'468

¹ Wert für Monat mit höchster durchschnittlicher monatlicher Aufenthaltsdauer im Winter (Februar).

² Aufenthaltsdauer der Hotellerie für alle Übernachtungskategorien übernommen.

³ Durchschnittstag vom März, dem Wintermonat mit den meisten Ankünften pro Tag.

Quellen: eigene Berechnungen basierend auf BFS 2014, Aussagen Bergbahnen, SÖW-Studie Teil 1

An einem Spitzentag, der laut Aussagen der Bergbahnen etwa ein- bis zweimal im Winter vorkommt, führt eine eintägige Strassensperre zu den grössten Gäste- und Umsatzausfällen. Die Destination Engelberg muss auf etwas über 14'000 Gäste verzichten. Auch an einem Spitzentag im Winter gibt es zwar weniger Übernachtungsgäste als im Sommer, aber die hohe Anzahl Tagesgäste führt zu einem Umsatzverlust zwischen etwa CHF 914'000 und rund CHF 1.1 Mio.

Tabelle 6: Umsatzverlust bei Unterbruch (Spitzentag)

Umsatzverlust bei eintägigem Unterbruch der Zufahrtswege nach Engelberg: Spitzentag 2013					
	Ankünfte	Tagesausgaben	Umsatzverluste (Ankünfte)	Aufenthaltsdauer ¹² (in Tagen)	Umsatzverlust (Ankünfte * Aufenthaltsdauer)
Übernachtungsgäste	1'066		CHF 115'683		CHF 329'697
Hotellerie ³	421	CHF 167	CHF 70'307	2.85	CHF 200'375
Parahotellerie, FeWo, Landwirtschaft	589	CHF 72	CHF 42'408	2.85	CHF 120'863
Verwandtschaftsbesuche	56	CHF 53	CHF 2'968	2.85	CHF 8'459
Tagesgäste	13'301	CHF 60	CHF 798'071	-	CHF 798'071
Gesamt	14'367		CHF 913'754		CHF 1'127'768

¹ Wert für Monat mit höchster durchschnittlicher monatlicher Aufenthaltsdauer (Februar).

² Aufenthaltsdauer der Hotellerie für alle Übernachtungskategorien übernommen.

³ Durchschnittstag vom März, dem Wintermonat mit den meisten Ankünften.

Quellen: eigene Berechnungen basierend auf BFS 2014, Aussagen Bergbahnen, SÖW-Studie Teil 1

Die Höhe eines Umsatzverlustes bei eintägigem Unterbruch der Zufahrtswege ist sehr vom Tag abhängig, an dem der Verkehr nach Engelberg unterbrochen ist. Folgende Faktoren könnten die Anzahl Gäste beeinflussen: Wochentag, Saison, Ferienzeit in den Quellmärkten, Wetter etc. Über alle Varianten ergibt sich ein direkter Umsatzverlust von CHF 258'000 bis CHF 1.1 Mio.

Tabelle 7: Umsatzverlust bei Unterbruch (Übersicht)

Umsatzverlust bei eintägigem Unterbruch der Zufahrtswege nach Engelberg, 2013				
	Jahresdurchschnitt	Guter Tag Sommer	Guter Tag Winter	Spitzentag
Tagesgäste	2'276	3'748	9'046	13'301
Übernachtungsgäste	1'124	1'806	1'066	1'066
Umsatzverlust (Ankünfte)	CHF 258'532	CHF 420'859	CHF 658'454	CHF 913'754
Umsatzverlust (inkl. Aufenthaltsdauer)	CHF 374'420	CHF 579'588	CHF 872'468	CHF 1'127'768

Quellen: eigene Berechnungen basierend auf BFS 2014, Aussagen Bergbahnen, SÖW-Studie Teil 1

Wenn man zu den direkten noch die indirekten Umsatzeinbussen (geringere Umsätze von Vorleistungsbezügen, geringere Ausgaben der Mitarbeitenden der Tourismuswirtschaft) mit einberechnet, ergibt dies eine Umsatzeinbusse zwischen CHF 340'000 und CHF 1.48 Mio.

Tabelle 8: Auswirkungen Umsatzverlust bei Unterbruch auf die touristische Bruttoproduktion

Auswirkungen eines Umsatzverlustes bei eintägigem Unterbruch der Zufahrtswege nach Engelberg auf die touristische Bruttoproduktion								
Verlust	Durchschnittstag		Guter Tag Sommer		Guter Tag Winter		Spitzentag	
	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Direkt	CHF 258'532	CHF 374'420	CHF 420'859	CHF 579'588	CHF 658'454	CHF 872'468	CHF 913'754	CHF 1'127'768
Indirekt ¹	CHF 81'642	CHF 118'238	CHF 132'903	CHF 183'028	CHF 207'933	CHF 275'516	CHF 288'554	CHF 356'137
Gesamt	CHF 340'174	CHF 492'658	CHF 553'762	CHF 762'616	CHF 866'387	CHF 1'147'984	CHF 1'202'308	CHF 1'483'905

¹ Grundlage für die Berechnung der indirekten touristischen Bruttoproduktion ist der indirekte Beitrag zur touristischen Bruttowertschöpfung in Engelberg (24%).

Quellen: eigene Berechnungen basierend auf BFS 2014, Aussagen Bergbahnen, SÖW-Studie Teil 1

4.5. Vergleich der erwarteten Umsatzeinbussen in verschiedenen Studien

An einem Samstag im Winter hat die Arbeitsgruppe Volkswirtschaft des Steuerungs Ausschusses Bund/Kantone (1998) bei 8'700 Gästen mit durchschnittlichen Tagesausgaben von CHF 107.5 bei einem eintägigen Unterbruch der Zufahrt einen Umsatzverlust von CHF 828'000 errechnet. Die SÖW-Studie Teil 1 rechnet an einem Samstag im Februar bei 18'000 Gästen mit einem Umsatzverlust von CHF 960'000. Im Vergleich zu vorhergehenden Studien ergibt die vorliegende Studie einen Umsatzverlust in derselben Grössenordnung. Dabei fällt der Umsatzverlust für die Minimalvariante (nur Ankünfte) eines Verkehrsunterbruchs an einem Spitzentag mit etwa CHF 914'000 etwas niedriger aus als bei der SÖW-Studie Teil 1.

Wenn man die gesamte Aufenthaltsdauer der Gäste berücksichtigt, erhöht sich der mögliche Umsatzrückgang an einem Spitzentag auf CHF 1.1 Mio.

Tabelle 9: Übersicht des Umsatzverlustes gemäss verschiedener Studien

Umsatzverlust bei eintägigem Unterbruch der Zufahrtswege nach Engelberg, Spitzentag			
	Steuerungsausschuss Bund/Kantone (1998)	SÖW-Studie Teil 1 (2012)	HTW Chur
Übernachtungs-gäste	8'700	7'000	1'066
Tagesgäste		11'000	13'301
Umsatzverlust (Ankünfte)	CHF 828'000	CHF 960'000	CHF 913'754 (Ankünfte)
Umsatzverlust (inkl. Aufenthaltsdauer)			CHF 1'127'768 (inkl. Aufenthaltsdauer)

Quellen: Steuerungsausschuss Bund/Kantone (1998), SÖW-Studie Teil 1, eigene Berechnungen

Zusätzlich zum Umsatzverlust kommt vor allem auch dem Imageverlust im Wettbewerb zwischen alpinen Destinationen grosse Bedeutung zu. Zum einen besteht die Gefahr, dass bei wiederkehrenden Unterbrüchen Reiseveranstalter auf vergleichbare, aber ‚beständige‘ Destinationen ausweichen. Die folgende Tatsache unterstreicht die Bedeutung dieser „Verlässlichkeit“: Die Engelberg-Trübsee-Titlis AG hat aktuell Schwierigkeiten bei sogenannten ‚Windtagen‘, an denen die Bergbahn aus Sicherheitsgründen nicht funktionsfähig ist, und bei technischen Störungen. Um etwaige Ausfälle zu vermeiden und für Reiseveranstalter attraktiv zu bleiben, ist die Engelberg-Trübsee-Titlis AG dabei, in ein zweites Bahnsystem zu investieren.

Zum anderen reagieren auch Individualreisende sensibel auf Verkehrsunterbrüche. Die gute Erreichbarkeit von Engelberg ist ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal für Engelberg (51.09% der Gäste stimmen zu) und ein Entscheidungsfaktor für 16% der Gäste (Engelberg-Titlis Tourismus AG 2013). Individualreisende, die aufgrund eines Unterbruchs der Verkehrswege nicht nach Engelberg fahren konnten, könnten deshalb nicht wiederkehren und stattdessen in Zukunft andere alpine Destinationen besuchen.

5. Teilfrage b) Möglicher Gästerückgang aufgrund eines Tiefenlagers

In der SÖW-Studie Teil 1 wird der erwartete Gästerückgang infolge eines geologischen Tiefenlagers für alle potenziellen Standorte in allgemeiner Form abgeschätzt. Die Ergebnisse der SÖW-Studie Teil 1 sollen in der vorliegenden Studie vertieft für die Destination Engelberg und das Vierwaldstättersee-Gebiet untersucht und validiert werden.

Die Herausforderungen sind wie folgt:

- Es gibt derzeit keine vertiefenden Studien zu möglichen Auswirkungen von geologischen Tiefenlagern auf den Wirtschaftszweig Tourismus, die als Ausgangspunkt und Vergleich dienen könnten. Zwar existieren Umweltverträglichkeitsstudien, die Ergebnisse zur Einstellung von Gästen zu neuen oder geplanten Erweiterungen von Kernkraftwerken präsentieren, diese sind aber nicht mit geologischen Tiefenlagern vergleichbar. Auch Studien zu anderen negativen Einflüssen auf den Tourismus können nur als Anhaltspunkt dienen.

Es gibt deshalb keine Erfahrungsberichte über mögliche Auswirkungen von geologischen Tiefenlagern auf den Tourismus, die direkt auf Engelberg und das Vierwaldstättersee-Gebiet übertragen werden können.

- Da sich die potenziellen Tiefenlager-Standorte in ihren touristischen Eigenschaften (wie zum Beispiel die Struktur der Wertschöpfungskette, Gästezusammensetzung, Grad der touristischen Entwicklung und Art des Tourismus) unterscheiden, sind kontext-spezifische Ansätze angebracht, um fundierte Prognosen zu zukünftigem Gästeverhalten zu geben. Entscheidend ist es, die Eigenschaften des lokalen und regionalen Tourismus einzubeziehen, da geologische Tiefenlager in unterschiedlichen Destinationen verschiedene Auswirkungen nach sich ziehen könnten.

Es ist davon auszugehen, dass die Intensität, die Wettbewerbsfähigkeit und der lokale und regionale Kontext des Tourismus in Engelberg und des Vierwaldstättersee-Gebietes von Bedeutung sind.

5.1. Methodisches Vorgehen

Zum einen muss der lokale und regionale Kontext des Tourismus der Destination Engelberg und des Vierwaldstättersee-Gebietes erfasst werden. Zum anderen ist es notwendig, die Einstellung der Gäste zur geologischen Tiefenlagerung von schwach- und mittelradioaktiven Abfällen und mögliche Auswirkungen auf ihre Destinationswahl zu untersuchen, um begründete quantitative Aussagen zu einem möglichen Gästerückgang machen zu können.

Um den lokalen und regionalen Kontext zu erfassen und gleichzeitig die möglichen Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers auf Engelberg und das Vierwaldstättersee-Gebiet zu ermitteln, wurden 18 leitfaden-gestützte Interviews mit lokalen und regionalen touristischen Leistungsträgern, nationalen Fachleuten aus der Tourismusdienstleistung und der Tourismusförderung sowie einem internationalen Reiseveranstalter durchgeführt (siehe Anhang 1 für eine Liste der Interviewteilnehmer). Es ist darauf hinzuweisen, dass einige der kontaktierten Leistungsträger und nationalen Fachleute sich nicht,

oder nur anonym, zu einem Interview bereit erklärten, was auf die Unwägbarkeit oder auch die politische Natur der Diskussionen um die Lagerung radioaktiver Abfälle in der Schweiz hindeutet. Es ist zu beachten, dass die in diesem Bericht präsentierten Einschätzungen nicht mit den Meinungen aller Interviewpartner gleichzusetzen sind. Die Interviews wurden vom Projektteam interpretiert und ausgewertet.

In einem ersten Schritt wurden Faktoren, die sich auf einen Gästerückgang auswirken könnten, diskutiert. In einem zweiten Schritt wurde abgeschätzt, ob und in welchem Masse diese Faktoren für Engelberg zutreffen und welche Auswirkungen diese haben könnten. In einem dritten Schritt wurden mit den lokalen, touristischen Leistungsträgern die Annahmen der SÖW-Studie Teil 1 zum Gästerückgang unter Einbezug der Ergebnisse der folgenden bestehenden Studien und den hieraus gewonnenen Erkenntnissen beurteilt.

- Studien zu den Auswirkungen von Meeresabfall in Südafrika (Ballance *et al.* 2000) und Schweden (Ten Brink *et al.* 2009) haben ermittelt, dass unsaubere Strände in der Cape Peninsula (Südafrika) einen wirtschaftlichen Verlust von 52% bedeuten könnten und in Schweden die Touristenzahlen einen Rückgang von 1-5% erfahren können.
- Laut Studien für ein mögliches Endlager für hoch-radioaktive Abfälle in Olkiluoto (Finnland) würde zum Beispiel eine Mehrheit der Befragten ihre Ferientage lieber nicht in der Nähe eines Endlagers verbringen (Quelle in Rütter + Partner 2005b).
- Ein Umweltverträglichkeitsbericht für die Erweiterung eines Kernkraftwerks in Olkiluoto, Finnland (TVO 2008) schätzt, dass für 27% der Ferienwohnungsbesitzer der Umzugswunsch steigen wird. Allerdings wird die Wahrscheinlichkeit eines Umzugs nicht näher erörtert.
- Eine Masterarbeit der Universität Bern, betreut von Prof. Dr. Donato Scognamiglio, legt dar, dass Liegenschaften in der Nähe von Kernkraftwerken im Vergleich zu ähnlichen Objekten einem erheblichen Werteverlust ausgesetzt sind (bis zu 21%) (Ballmer 2011)¹. Obwohl die Studie zeigt, dass Liegenschaften in der unmittelbaren Nähe einen geringeren Werteverlust erfahren (vielleicht aufgrund der Nachfrage von Angestellten des Kernkraftwerks), ist nicht anzunehmen, dass dieser Effekt auch für die Tourismuswirtschaft gilt.

In einem vierten Schritt wurden die Schätzungen eines möglichen Gästerückgangs mit nationalen Experten aus dem Tourismusbereich diskutiert.

Aufgrund der besonderen, politischen und emotionalen Aspekte der Entsorgung radioaktiver Abfälle und fehlender Erfahrungswerte, die direkt auf Engelberg übernommen werden könnten, kann diese Studie keine eindeutigen, quantitativen Aussagen zu einem möglichen Gästerückgang aufgrund eines geologischen Tiefenlagers Wellenberg machen. Es werden aber die spezifischen Eigenschaften des lokalen und regionalen Tourismus analysiert und von lokalen und regionalen Leistungsträgern sowie nationalen Tourismusexperten bewertet. Zusätzlich zu dieser Bewertung durch qualitative Interviews ist zudem eine quantitative Gästeumfrage erforderlich, um die Einstellung der Gäste (nach Gästekatego-

¹ Wuest & Partner (2011) rechnen mit einem 9% tieferen Preis für Liegenschaften in unmittelbarer Umgebung (0-3 km) im Vergleich zu Liegenschaften in 15 km Entfernung. Laut dieser Studie ist derzeit noch keine exakte Abschätzung der Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers auf den Immobilienmarkt möglich.

rie und Saison) zu einem möglichen Tiefenlager Wellenberg zu ermitteln. Die Ergebnisse einer solchen Gästeumfrage werden in einem anderen Bericht erörtert und diskutiert.

5.2. Faktoren, die einen Gästerückgang aufgrund eines geologischen Tiefenlagers beeinflussen könnten

In diesem Abschnitt werden generelle Faktoren dargelegt, die das Gästeverhalten aufgrund eines geologischen Tiefenlagers beeinflussen könnten. Die Beurteilung dieser Faktoren für Engelberg (vgl. Kapitel 4.3) und das Vierwaldstättersee-Gebiet (vgl. Kapitel 4.4) durch qualitative Interviews mit lokalen und regionalen touristischen Leistungsträgern und nationalen Experten bilden die Grundlage für die Abschätzung eines möglichen Gästerückganges.

Wahrnehmung des Tiefenlagers

- *Optische Beeinträchtigung*

Der Bau eines geologischen Tiefenlagers verändert in manchen Fällen das Erscheinungsbild der umgebenden Landschaft. Sind die Oberflächenanlagen eines Tiefenlagers von einer Tourismusdestination aus sichtbar, so erhöht dies die Wahrnehmung eines Tiefenlagers durch die Gäste. Die Bewertung des neuen Erscheinungsbildes ist nicht wertfrei, sondern basiert auf der jeweiligen Einstellung der Gäste.

- *Distanz, Lage und Signalwirkung*

Es ist anzunehmen, dass die Distanz eines geologischen Tiefenlagers zu einer Tourismusdestination Auswirkungen auf die Wahrnehmung der Gäste hat. Allerdings spielen hier auch geographische Faktoren eine Rolle, wenn sich z.B. ein Hügelzug als „topografische Barriere“ zwischen dem geologischen Tiefenlager und der Destination befände. Die Beschilderung eines geologischen Tiefenlagers würde zusätzlich als Signal wirken und die Wahrnehmung der Gäste steigern.

- *Medienberichte*

Vor Antritt der Reise tragen die Anzahl der Medienberichte, der Inhalt der Berichterstattung sowie die geographische Ausbreitung dieser Berichte zur Wahrnehmung der Gäste bei. Es ist anzunehmen, dass in den Medien über für die Öffentlichkeit interessante Aspekte (bspw. Proteste) schon vor Inbetriebnahme berichtet werden wird. Hier spielen der Umfang der Berichterstattung (Anzahl der Berichte und Streuung nach Medientypen, z.B. Art der Zeitung oder Magazin), deren Verbreitung (ob dies nur national thematisiert wird oder auch international) und wie die Medien das Thema diskutieren eine wichtige Rolle.

Obwohl sich Medien einem Thema zumeist nur während einer begrenzten Zeitspanne widmen (der sogenannte *issue-attention cycle*), könnten regelmässige Transporte und/oder Proteste zu wiederkehrenden Berichterstattungen in den Medien führen (bspw. Gorbleben in Deutschland).

Einstellung der Gäste

Von ausgeprägter Bedeutung für eine Abschätzung möglicher Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers auf den Tourismus ist die Einstellung der Gäste zur Lagerung von radioaktiven Abfällen. Die Einstellung gegenüber der Kernenergie im allgemeinen und der Lagerung radioaktiver Abfälle im speziellen wird von Land zu Land, von Person zu Person und von Zeitpunkt zu Zeitpunkt stark unterschiedlich sein. Zum Beispiel neigen Bürger von Ländern mit Kernkraftwerken eher dazu, Kernenergie zu unterstützen (Eurobarometer 2008). Ausserdem ist anzunehmen, dass die Bürger von Schwellenländern der Kernenergie gegenüber eher positiv eingestellt sind.

Gästeprofil

In Bezug auf die Einstellung der Gäste zur Lagerung von radioaktiven Abfällen ist auch die Gästeprofil einer Destination ausschlaggebend. Zum Beispiel spielt der Nationalitätenmix der Gäste in diesem Zusammenhang eine Rolle. Ausserdem ist anzunehmen, dass Wander- und Naturtouristen sensibler auf ein geologisches Tiefenlager reagieren. Dadurch wäre die Auswirkung auf die Sommersaison höher. Gleichzeitig ist anzunehmen, dass die Auswirkungen bei Übernachtungsgästen stärker ausfallen könnten, da die in der Nähe eines Tiefenlagers verbrachte Zeit länger ist als bei Tagesgästen.

Positionierung und Vermarktung der Destination

Wie und mit welchen Angeboten sich eine Destination im touristischen Markt positioniert und die damit verbundenen Marketingstrategien können auch die Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers beeinflussen. Es ist anzunehmen, dass die Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers für diejenigen Destinationen stärker sein werden, die besondere natur-nahe Angebote anbieten und die Natur und Landschaft aktiv vermarkten.

Struktur der Wertschöpfungskette

Aufgrund des hohen Wettbewerbs zwischen alpinen Destinationen nehmen Reiseveranstalter eine wichtige Position in der Wertschöpfungskette ein. Sie können relativ schnell Gäste in anderen ähnlichen Destinationen unterbringen und sind daher in der Lage, rasch auf sich verändernde Situationen zu reagieren. Da der Bau eines geologischen Tiefenlagers in der Nähe einer Destination eine negative Reaktion der Gäste nach sich ziehen könnte, ist die Bedeutung von Reiseveranstaltern innerhalb der Wertschöpfungskette der Destination ein weiterer Faktor, der Auswirkungen auf einen möglichen Gästerückgang haben könnte.

5.3. Engelberg

Die nachfolgenden Wertungen der jeweiligen Faktoren und ihrer möglichen Auswirkungen auf die Gästezahlen in Engelberg aufgrund eines geologischen Tiefenlagers Wellenberg basieren auf Diskussionen mit den Interviewpartnern und deren Interpretationen durch das Projektteam der HTW Chur.

Wahrnehmung des Tiefenlagers

- *Optische Beeinträchtigung*

Die Oberflächenanlage des geologischen Tiefenlagers Wellenberg wäre von Engelberg aus nicht sichtbar; es besteht dadurch keine optische Beeinträchtigung der Gästeaktivitäten in Engelberg.

- *Distanz, Lage und Signalwirkung*

Die Anreise nach Engelberg, mit Strassen- oder Schienenverkehr, führt am möglichen Standort der Oberflächenanlage des Tiefenlagers Wellenberg vorbei. Allerdings sind die sichtbaren Gebäude nicht von anderen Industriebauten zu unterscheiden. Sollten Schilder auf die Anlage aufmerksam machen, steigt hingegen die Wahrnehmung der Gäste.

- *Medienberichte*

Erste Ergebnisse einer Studie zu den Medienberichten über die möglichen Standorte von geologischen Tiefenlagern in der Schweiz (Rütter + Partner 2014) zeigen die Anzahl der Medienberichte in sieben Schweizer Printmedien von 1995 bis 2013. In diesem Zeitraum kommt der ‚Wellenberg‘ in Kombination mit den Stichwortkategorien ‚radioaktive Abfälle/Atom Müll‘, ‚Widerstand/Protest/Demonstration‘ und ‚Polizei/Barrikade/Belagerungszustand/Gewalt‘ mit 300 Artikeln am häufigsten unter den möglichen Standorten vor. Der Standort Wellenberg stand als einzige der sechs Regionen schon in den neunziger Jahren als Standort für ein Tiefenlager zur Diskussion. Engelberg wird dagegen in nur 20 Artikeln erwähnt. Der Anteil der eher negativen (in Bezug auf Konfrontation) Stichworte ist allerdings gering.

Das Deutsche Gorleben wird in diesen Schweizer Medien weniger oft im Zusammenhang mit den Stichworten erwähnt als Wellenberg (204 Erwähnungen). Allerdings ist dort der Anteil der negativen Stichworte wesentlich höher. Gorleben ist Standort eines Transportbehälterlagers zur Aufbewahrung von Kernbrennstoffen in Form von abgebrannten Brennelementen, eines Lagers von radioaktiven Abfällen mit vernachlässigbarer Wärmeentwicklung und ein möglicher Standort eines Endlagers für hochradioaktive Abfälle.

Noch ist die Berichterstattung in den deutschen Medien über die möglichen Standorte eines geologischen Tiefenlagers in der Schweiz gering (siehe

Abbildung 9). Allerdings könnte sich die Situation ändern, falls es zu einem Baubeginn und eventuellen Gegenveranstaltungen kommt. Es ist wahrscheinlich, dass Schweizer Gäste und Stammgäste aus

Quelle: nach Rütter + Partner (2014)

Einstellung der Gäste

Laut zwei Studien (TNS Opinion 2013, Eurobarometer 2008) denken über 80% der Bevölkerung der zwei Hauptmärkte Engelbergs (Schweiz und Deutschland), dass es keine sichere Lösung für die Entsorgung von hochradioaktiven Abfällen gibt. Auch können es sich 72% der Schweizer Bevölkerung schwer vorstellen, in der Nähe eines Kernkraftwerks zu wohnen (TNS Opinion 2013). Da in einem möglichen geologischen Tiefenlager Wellenberg keine hochradioaktiven, sondern schwach- und mittelaktive Abfälle gelagert werden würden und es sich nicht um ein Kernkraftwerk handelt, ist anzunehmen, dass die Werte für Wellenberg niedriger liegen würden. Allerdings geben diese Statistiken lediglich einen Hinweis über eine ungefähre Einstellung der jeweiligen Bevölkerung zur Lagerung von radioaktiven Abfällen. Eine Umfrage der Gäste in Engelberg würde für diesen Faktor exaktere Ergebnisse generieren und eine deutlich bessere Grundlage für die Schätzung eines Gästerückgangs darstellen.

Kernenergie dürfte bei Gästen aus Schwellenländern, wie zum Beispiel China oder Indien (zwei wichtige Märkte für Engelberg) als Ausweis technologischer Modernität gelten. Diese Gäste würden generell weniger sensibel gegenüber einem geologischen Tiefenlager eingestellt sein.

Tabelle 10: Einstellung zu radioaktiven Abfällen und Kernkraftwerken

Einstellung zu radioaktiven Abfällen und Kernkraftwerken			
	Schweiz (2013)	Deutschland (2008)	Europa (2008)
Es gibt keine sichere Lösung für die Entsorgung von hochradioaktiven Abfällen	82% (5% Anstieg seit 2008)	81%	72% (6% Rückgang seit 2005)
Ich kann es mir schwer vorstellen in der Nähe eines Kernkraftwerks zu wohnen	72%		

Quellen: TNS Opinion (2013), Eurobarometer (2008)

Gätestruktur

Neben den verschiedenen Märkten und der Positionierung der Destination ist auch die Gätestruktur von Bedeutung. Die Hauptmärkte der Destination Engelberg sind in der Hotellerie Gäste aus der Schweiz, Indien, Deutschland und China.

Laut den Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG kommen rund 40% der Gäste der Bergbahnen in Engelberg aus Übersee, mit Asien als Hauptmarkt. Betrachtet man die verkauften Bergbahneintritte, so sind 40% Skitickets, wovon die Hälfte an Gäste aus der Schweiz verkauft werden. Weitere 40% sind Gruppentickets, die vor allem an asiatische Gäste gehen und 20% sind Einzeleintritte, bei denen keine eindeutige Verteilung nach Märkten angegeben werden kann.

Abbildung 10: Einnahmen Titlis Bergbahnen



Quelle: Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG

Laut der SÖW-Studie Teil 1 beträgt der Anteil der Tagesgäste in Engelberg 62%. Bei Übernachtungsgästen sind die Kategorien ‚Freizeitgast – Sehenswürdigkeiten‘ und ‚Freizeitgast - HPM¹, Wellness, Sport, Natur‘ mit 24% respektive 58% die wichtigsten Gästekategorien.

Positionierung und Vermarktung der Destination

Engelberg positioniert sich als alpine Destination und vermarktet sich mit Fokus auf die Natur und Landschaft. Selbst in der Sparte Business Events konzentriert sich Engelberg deshalb auf seine Stärke (Naturerlebnis), da die gebotene Infrastruktur Engelbergs nicht mit anderen Destinationen vergleichbar ist.

Die Ergebnisse einer Studie zur Markenidentität (Engelberg-Titlis Tourismus AG 2013) zeigen, dass 69% der Gäste bei Engelberg an vorgegebene Schlüsselwörter denken, die auf Natur, Authentizität und Erholung basieren. Spontan fielen 57% der Schlüsselwörter in den Themenbereichen Ferien, Natur und Berge. 40% der Gäste finden Engelberg einzigartig aufgrund der Themenbereiche Berge, Natur und Ruhe.

Tabelle 11: Ergebnisse eine Studie zur Markenidentität von Engelberg

Wenn Sie an Urlaub in Engelberg denken, dann kommen Ihnen folgende Begriffe in den Sinn?	
Natur/Echtheit/Ruhe/Authentisch/Urchig/Entspannung:	69%
Wenn Sie an Engelberg denken, was fällt Ihnen spontan ein?	
Ferien/Natur etc./Berge etc.	57%
Was macht Engelberg für Sie einzigartig?	
Berge etc./Natur/Ruhe etc.	40%

Quelle: Engelberg-Titlis Tourismus AG (2013)

¹ Human Powered Mobility: Wandern, Biken, Skaten, Kajak

Struktur der Wertschöpfungskette

Aufgrund des grossen Wettbewerbs zwischen touristischen Destinationen nehmen Reiseveranstalter in der touristischen Wertschöpfungskette eine besondere Position ein. Reisegruppen sind für Engelberg, im Vergleich zu anderen Destinationen in der Schweiz, von hoher Bedeutung. Für eine Schätzung eines Gästerückgangs ist es deshalb wichtig, die zu erwartende Reaktion der Reiseveranstalter auf ein allfälliges Tiefenlager mit einzubeziehen.

Im Europäischen Markt sind angesichts des starken Schweizer Frankens Destinationen in der Schweiz für internationale Reiseveranstalter schwieriger zu vermarkten und benötigen einen Mehraufwand auf Seite der Reiseveranstalter. Die womöglich negative Wahrnehmung eines geologischen Tiefenlagers durch die Gäste würde das finanzielle Risiko für die Reiseveranstalter erhöhen. Der starke Wettbewerb zwischen Destinationen erlaubt es Reiseveranstaltern ohne mittel- oder langfristige Verträge mit Hotels kurzfristig auf andere Destinationen auszuweichen, ohne eine befürchtete negative Reaktion ihrer Kunden abzuwarten. Gemäss eines Interviews mit einem deutschen Reiseveranstalter ist anzunehmen, dass die Reaktionszeit von dem Verknüpfungsgrad zwischen Reiseveranstaltern und der Destination Engelberg abhängt. Reiseveranstalter mit kurzfristigen Verträgen könnten sehr rasch auf andere, vergleichbare Destinationen ausweichen; Reiseveranstalter mit längeren Vertragsdauern oder gar mit Eigentumsanteilen an der Infrastruktur in Engelberg würden wahrscheinlich die Reaktion der Gäste abwarten.

Der asiatische Markt könnte kurzfristig weniger betroffen sein, da anzunehmen ist, dass chinesische und indische Gäste erst einmal keine Informationen zum geologischen Tiefenlager in den Medien wahrnehmen oder diese nicht in Verbindung mit Engelberg setzen. Mittel- oder langfristig könnte allerdings auch der asiatische Markt auf Alternativdestinationen ausweichen.

Reiseveranstalter würden generell sehr empfindlich auf einen Unterbruch der Zufahrtswege nach Engelberg reagieren und kurzfristig auf Destinationen ohne derartige Risiken ausweichen.

Geschätzter Gästerückgang in Engelberg aufgrund eines geologischen Tiefenlagers

In der SÖW-Studie Teil 1 wurde für alle potenziellen Standorte eines geologischen Tiefenlagers ein Gästerückgang je nach Gästekategorie bis zu 5% geschätzt. Diese Schätzung soll hier mit Einbezug des lokalen Kontexts der Tourismusdestination Engelberg vertieft untersucht werden.

Basierend auf den Interviews mit lokalen touristischen Leistungsträgern und der Bewertung des Projektteams der HTW Chur wird geschätzt, dass in einigen der Gästekategorien ein höherer Gästerückgang als der in der SÖW-Studie Teil 1 geschätzte stattfinden könnte. Dieser höhere Gästerückgang basiert auf dem Einbezug des lokalen Kontexts des Tourismus in Engelberg im Allgemeinen und spezifisch auf folgenden Faktoren:

- eine erhöhte Wahrnehmung des geologischen Tiefenlagers Wellenberg gegenüber anderen Standorten durch eine weitreichende Medienberichterstattung (aufgrund der international bekannten Sommer- und Winterdestination sowie der früheren Endlagerprojekte am Wellenberg) in nationalen und internationalen Medien,
- die Einstellung der Menschen in den Hauptmärkten Engelbergs (Schweiz und Deutschland) zu Kernkraftwerken und zu der Sicherheit der Lagerung von radioaktiven Abfällen,
- die Positionierung Engelbergs als alpine Destination mit Fokus auf Natur und Landschaft (auch bei der Kategorie Geschäftsreisende) und

- die Bedeutung von Reiseveranstaltern für die Destination.

Tabelle 12: Geschätzter Gäste-Rückgang (SÖW- Studie Teil 1/HTW Chur)

	Anteile	Geschätzter Rückgang gemäss SÖW Teil 1	Geschätzter Rückgang gemäss HTW Chur	
			Min.	Max.
Tagesgäste	62%			
Geschäftsreisende	5%	0%	0%	0%
Freizeitgast - Sehenswürdigkeiten	30%	1%	1%	1%
Freizeitgast - HPM, Wellness, Sport, Natur	50%	5%	5%	10%
Freizeitgast - Kultur und Events	10%	1%	1%	1%
Freizeitgast - Shopping & Gourmet	5%	0%	0%	0%
Gäste Hotellerie	15%			
Geschäftsreisende	5%	0%	0%	5%
Freizeitgast - Sehenswürdigkeiten	20%	1%	1%	10%
Freizeitgast - HPM, Wellness, Sport, Natur	70%	5%	5%	20%
Freizeitgast - Kultur und Events	5%	1%	1%	1%
Freizeitgast - Shopping & Gourmet	0%	0%	0%	0%
Gäste Parahotellerie, FeWo, Landwirtschaft	21%			
Geschäftsreisende	0%	0%	0%	5%
Freizeitgast - Sehenswürdigkeiten	10%	1%	1%	10%
Freizeitgast - HPM, Wellness, Sport, Natur	80%	5%	5%	20%
Freizeitgast - Kultur und Events	10%	1%	1%	1%
Freizeitgast - Shopping & Gourmet	0%	0%	0%	0%
Verwandtschaftsbesuche	2%	0%	0%	0%

Quellen: SÖW-Studie Teil 1 und eigene Schätzung

Im Speziellen wird erwartet, dass bei folgenden Gästekategorien der Gästerückgang höher ausfallen wird als in der SÖW-Studie Teil 1 geschätzt:

- Kategorie Tagesgäste
 - Freizeitgäste – HPM, Wellness, Sport, Natur (SÖW-Studie Teil 1: 5%; HTW Chur 5-10%)
- Kategorie Hotellerie
 - Geschäftsreisende (SÖW-Studie Teil 1: 0%; HTW Chur 0-5%)
 - Freizeitgäste – Sehenswürdigkeiten (SÖW-Studie Teil 1: 1%; HTW Chur 1-10%)
 - Freizeitgäste – HPM, Wellness, Sport, Natur (SÖW-Studie Teil 1: 5%; HTW Chur 5-20%)
- Kategorie Parahotellerie, FeWo, Landwirtschaft
 - Geschäftsreisende (SÖW-Studie Teil 1: 0%; HTW Chur 0-5%)
 - Freizeitgäste – Sehenswürdigkeiten (SÖW-Studie Teil 1: 1%; HTW Chur 1-10%)

- Freizeitgäste – HPM, Wellness, Sport, Natur (SÖW-Studie Teil 1: 5%; HTW Chur 5-20%)

Eine exakte und eindeutige Schätzung eines Gästerückgangs ist in dieser mit Unsicherheiten behafteten Thematik nicht abschliessend möglich. Deshalb wird der geschätzte Gästerückgang gemäss der SÖW-Studie Teil 1 als Minimumvariante und der von der HTW Chur geschätzte Gästerückgang als Maximalvariante angesehen. Die wirtschaftlichen Auswirkungen eines tiefenlagerbedingten Gästerückgangs auf Bergbahn- und Beherbergungsbetriebe werden mit beiden Schätzungen berechnet und evaluiert (vgl. Kapitel 5).

Eine Gästeumfrage zur quantitativen Bewertung möglicher Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers würde wichtige Einblicke zur Einstellung der Gäste geben und präzisere Schätzungen ermöglichen.

5.4. Vierwaldstättersee-Gebiet

Die nachfolgenden Wertungen der verschiedenen Faktoren und ihrer möglichen Auswirkungen auf die Gästezahlen im Vierwaldstättersee-Gebiet aufgrund eines geologischen Tiefenlagers basieren auf Diskussionen mit den Interviewpartnern und deren Interpretationen durch das Projektteam der HTW Chur.

Wahrnehmung des Tiefenlagers

Die Oberflächenanlage eines geologischen Tiefenlagers am Standort Wellenberg wäre vom Vierwaldstättersee-Gebiet aus nicht sichtbar und würde das Erscheinungsbild der Landschaft dort nicht beeinträchtigen.

Es ist anzunehmen, dass die Wahrnehmung eines Tiefenlagers durch Gäste mit der Distanz zum Standort der Oberflächenanlage abnimmt, ähnlich wie bei einem Wertverlust von Liegenschaften in der Nähe von Kernkraftwerken (Ballmer 2011, Wuest & Partner 2011). Auch liegen „geographische Barrieren“ (Berge) zwischen dem Standort Wellenberg und den Nord-, West- und Ost-Ufern des Vierwaldstättersees.

Zu beachten ist allerdings, dass gewisse Regionen des Vierwaldstättersee-Gebietes an der Transportroute der radioaktiven Abfälle liegen und die Transporte voraussichtlich in der Region umgeladen werden müssten. Das südliche Seeufer um Beckenried-Buochs-Ennetbürgen-Stans und Stansstad liegt dem möglichen geologischen Tiefenlager am nächsten und befindet sich teilweise an der Transportroute. Bei einem Schienentransport der nuklearen Abfälle würde vermutlich in Luzern oder Horw das Umladen von Normal- auf Schmalspur erfolgen. Es ist anzunehmen, dass Medienberichte sich nicht spezifisch auf das Vierwaldstättersee-Gebiet beziehen würden. Allerdings könnten Stammgäste etwaige Medienberichte über das Tiefenlager Wellenberg mit dem Vierwaldstättersee-Gebiet in Verbindung bringen.

Einstellung der Gäste

Da Deutschland und die Schweiz die Hauptmärkte sowohl des Vierwaldstättersee-Gebietes wie von Engelberg darstellen, gelten die Ausführungen in Kapitel 4.3 auch für die Gäste im Vierwaldstätter-

see-Gebiet. Über 80% der Bevölkerung der zwei Hauptmärkte denken, dass es keine sichere Lösung für die Entsorgung von *hoch*radioaktiven Abfällen gibt (TNS Opinion 2013, Eurobarometer 2008).

Gästeprofil

Die Gästeprofil des Vierwaldstättersee-Gebietes ist ähnlich wie in Engelberg (siehe Tabelle 13). Die Hauptmärkte sind auch hier Gäste aus der Schweiz und Deutschland, wobei die Verteilung der internationalen Gäste leicht anders ist. Der chinesische und amerikanische Markt sind für das Vierwaldstättersee-Gebiet bedeutungsvoller.

Tabelle 13: Quellmärkte des Vierwaldstättersee-Gebiets

Top 10 Quellmärkte des Vierwaldstättersee-Gebiets, 2012		
	Anzahl Gäste	Anteil
Schweiz	1'448'042	44%
Deutschland	411'349	12%
China	224'728	7%
USA	196'105	6%
Indien	142'287	4%
Grossbritannien	103'283	3%
Niederlande	87'246	3%
Australien	57'984	2%
Italien	57'756	2%
Frankreich	47'131	1%

Quelle: Luzern Tourismus AG (2013)

Positionierung und Vermarktung der Destination

Das Vierwaldstättersee-Gebiet wird von der Luzern Tourismus AG mit dem Slogan „Die Stadt. Der See. Die Berge.“ als Erlebnisregion Luzern - Vierwaldstättersee vermarktet. Dabei stehen die Stadt Luzern und die Wohlfühl- und Wellnessregion Weggis – Vitznau – Rigi im Mittelpunkt. Landschaft und Natur spielen in der Vermarktung eine grosse Rolle.

Struktur der Wertschöpfungskette

Reiseveranstalter spielen auch im Vierwaldstättersee-Gebiet eine wichtige Rolle. In ihrem *Internationalen Benchmarking Programm für den Schweizer Tourismus* hat BAKBASEL die Stadt Luzern 2014 als erfolgreichste Sommer-Destination im Alpenraum und als Ganzjahresdestination auf Platz 1 für die Schweiz und Platz 5 für den Alpenraum eingestuft. Diese starke Marktposition würde die Wahrscheinlichkeit des Ausweichens auf andere Destinationen infolge eines Tiefenlagers Wellenberg wohl verringern.

Auch die Wohlfühl- und Wellnessregion Weggis – Vitznau – Rigi hat in der Schweiz eine Sonderstellung als Wellnessregion (im Kontrast zu vereinzelt Wellnesshotels). Reiseveranstalter könnten, zumindest in der Schweiz, nicht ohne weiteres auf eine vergleichbare Wellnessregion ausweichen.

Mögliche Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers auf den Tourismus im Vierwaldstättersee-Gebiet

Für das Vierwaldstättersee-Gebiet konnten aufgrund der Datenlage und der unterschiedlichen touristischen Entwicklung keine quantitativen Schätzungen getroffen werden. Die möglichen Auswirkungen auf das Vierwaldstättersee-Gebiet sind aufgrund der unterschiedlichen Charakteristiken der Region differenziert zu betrachten, da sich die Teilräume massgeblich unterscheiden.

Stadt Luzern

Es ist davon auszugehen, dass die Auswirkungen eines Tiefenlagers auf die Tourismuswirtschaft der Stadt Luzern geringer ausfallen würden als in Engelberg, da einige „geographische Barrieren“ zwischen der Stadt und dem potenziellen Standort Wellenberg liegen. Auch ist anzunehmen, dass Städtetouristen weniger sensibel auf ein geologisches Tiefenlager reagieren. Allerdings könnte es beim Transport und beim Umladen zu Störungen kommen, die das Erlebnis der Gäste beeinträchtigen könnten. Zudem würde zu diesen Zeiten der Umfang der Medienberichterstattung wohl steigen.

Wohlfühl- und Wellnessregion Weggis – Vitznau – Rigi

Es erscheint plausibel, von einer höheren Auswirkung eines Tiefenlagers auf Wellnesstouristen auszugehen, weil diese bewusst die Wohlfühl- und Wellnessregion besuchen, um sich körperlich und seelisch zu entspannen. Wellnessgäste könnten stärkere gesundheitliche Bedenken gegenüber der Lagerung von radioaktiven Abfällen in einem geologischen Tiefenlager haben.

Region Beckenried-Buochs-Ennetbürgen-Stans und Stansstad

Der Hauptmarkt für die Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe der Region Beckenried-Buochs-Ennetbürgen-Stans und Stansstad sind Individualgäste (Transitverkehr Nord-Süd, einige Feriengäste und Tagesgäste aus dem Kanton Luzern). Vor allem der Transitverkehr wird wenig bis gar nicht betroffen werden, aber auch Tagesgäste aus der Region werden wohl mit der Zeit gegenüber einem Tiefenlager de-sensibilisiert werden.

Allerdings liegen einige dieser Gemeinden an der Transportroute der schwach- und mittelaktiven Abfälle. Zu Transportzeiten könnte bei anwesenden Gästen und durch eine anwachsende Medienberichterstattung bei potentiellen Gästen die Wahrnehmung des geologischen Tiefenlagers ‚Wellenberg‘ steigen. Ein Interviewpartner äusserte die Vermutung, dass es zu Transportinfrastrukturverbesserungen (zum Beispiel Tiefenbahnhof Luzern, Ortsumfahrungen) kommen könnte und somit die Erreichbarkeit für Gäste verbessert würde.

Basierend auf den Interviews mit regionalen touristischen Leistungsträgern des Vierwaldstättersee-Gebiets und der Bewertung des Projektteams der HTW Chur wird angenommen, dass die Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers Wellenberg auf den Tourismus im Vierwaldstättersee-Gebiet geringer ausfallen wird als für die Destination Engelberg. Diese Einschätzung basiert auf dem Einbezug des lokalen und regionalen Kontexts des Tourismus im Vierwaldstättersee-Gebiet im Allgemeinen und spezifisch auf folgenden Faktoren:

- Eine geringere Wahrnehmung des geologischen Tiefenlagers Wellenberg, da die Oberflächenanlage aufgrund der Distanz (gefühlte und real) des Vierwaldstättersees zum geologischen

Tiefenlager nicht sichtbar sein wird, und da sich Medienberichte wahrscheinlich nicht spezifisch auf den Vierwaldstättersee beziehen werden.

- Eine geringere Bedeutung von Reiseveranstaltern als bei der Destination Engelberg. Aufgrund der Lage des Vierwaldstättersee-Gebiets, der Distanz zum möglichen Standortgebiet Wellenberg und der Wettbewerbssituation ist anzunehmen, dass Reiseveranstalter kurz- und mittelfristig weiterhin vor allem die Stadt Luzern und die Wohlfühl- und Wellnessregion Weggis – Vitznau – Rigi in ihrem Sortiment belassen. Es ist wahrscheinlich, dass Reiseveranstalter erst bei Reklamationen von Seiten der Gäste reagieren würden.

6. Teilfrage c) Mögliche Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation und Investitionstätigkeit

6.1. Methodisches Vorgehen

Auf Basis der Ergebnisse aus Teilfrage b) sollen in einer letzten Teilfrage die Auswirkungen auf die wirtschaftliche Lage und auf die Investitionsfähigkeit der Bergbahnen und Beherbergungsbetriebe vor dem Hintergrund des zu erwartenden Gästerückgangs abgeschätzt werden. Dabei sind soweit möglich quantifizierte Aussagen zu machen.

Die Beantwortung der Teilfrage c) geschieht auf Basis von betriebswirtschaftlichen Modellüberlegungen und auf Gesprächen mit regionalen und überregionalen Vertretern der Tourismusbranche zur Plausibilisierung der in den Modellüberlegungen erhaltenen Resultate. Dabei wird stets unterstellt, dass das Tiefenlager Wellenberg heute existiert.

Abklärungen zu Bergbahnen (vgl. Kapitel 5.2): Die nachfolgenden Berechnungen basieren auf den Ergebnissen zum erwarteten Gästerückgang aufgrund eines Tiefenlagers gemäss Teilfrage b). Weiter wurden die Jahresrechnungen der zwei gewählten Bergbahnbetriebe der letzten fünf Jahre analysiert sowie die Erfolgsrechnung des letzten Geschäftsjahres analysiert. Aufgrund der Gästestruktur in Engelberg wurden durchschnittliche Ticketpreise berechnet und auf Basis dieser Durchschnittspreise die Umsatzeinbusse infolge eines tiefenlagerbedingten Gästerückgangs geschätzt. Die Ergebnisse weisen die Bandbreite der Umsatzeinbussen auf Basis der Schätzungen SÖW-Studie Teil 1 sowie der von der HTW Chur geschätzten Rückgangszahlen aus. Unter Einbezug der Kostenstruktur der letzten Jahre wird dargelegt, wie stark sich der jeweils prognostizierte Umsatzrückgang auf die Jahresergebnisse der zwei untersuchten Bergbahnen auswirken wird. Daraus abgeleitet wird die zukünftige Investitionsfähigkeit beurteilt.

In einem abschliessenden Schritt wurden die Ergebnisse und Schätzungen in telefonischen Interviews mit den jeweiligen Geschäftsführern der zwei Bergbahnen verifiziert:

a) Herr Norbert Patt, Geschäftsführer Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG

b) Herr Thomas Küng, Geschäftsführer Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG

Abklärungen zu Beherbergungsbetrieben (vgl. Kapitel 5.3): Für die Abschätzung der Effekte auf die Beherbergungsbetriebe wird im Grundsatz dasselbe Vorgehen gewählt wie bei den Bergbahnen. Da aber für die Beherbergungsbetriebe im Unterschied zu den Bergbahnen keine Geschäftsberichte verfügbar sind, wurde in einem ersten Schritt ein Berechnungsmodell erstellt, in dem die Umsätze der Hotellerie in Engelberg abgeschätzt wurden. Dieses Modell basiert auf verschiedenen öffentlich verfügbaren Struktur- und Auslastungsdaten, der Einführung erweiterter Planungsprämissen, sowie auf den Ergebnissen der Teilfrage b). Anhand der geschätzten Auslastungsrückgänge der beiden Varianten SÖW-Studie Teil 1 und HTW Chur wurden die zu erwartenden Umsatzeinbussen ermittelt und miteinander verglichen.

In einem zweiten Schritt wurden unter Einbezug branchenüblicher Kosten- und Leistungskennzahlen von hotelleriesuisse die möglichen Jahresergebnisse der Betriebe errechnet. Um zu berechnen wie stark sich der jeweils prognostizierte Umsatzrückgang in den beiden Varianten auf die Jahresergebnisse auswirken wird, musste eine Kostenaufspaltung in fixe und variable Kosten mittels Prozentsätzen, welche die Variabilität der Kosten ausdrücken (Variatoren), vorgenommen werden.

In einem abschliessenden dritten Schritt wurden die Rechenergebnisse interpretiert und die Ergebnisse und Einflussgrössen mit Experteneinschätzungen abgeglichen. Als externe Experten standen dabei in telefonischen Interviews zur Verfügung:

- a) Herr Thomas Dittrich, Präsident Hotelierverein Engelberg und Direktor des Hotels Europäischer Hof
- b) Herr Roger Filliger, Gastgeber im Hotel Bellevue Terminus
- c) Herr Frédéric Füssenich, Tourismusdirektor in Engelberg

6.2. Wirtschaftliche Auswirkungen auf die Bergbahnen

Im Rahmen der Studie zu den Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers Wellenberg auf die regionale Tourismuswirtschaft werden unter Teilfrage c) die Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation sowie Investitionsfähigkeit der Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG (Titlis AG) sowie der Bergbahnen Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG (Brunni AG) untersucht. Der geschätzte Gästerückgang gemäss Teilfrage b) liefert die Grundlage für die Berechnungen der wirtschaftlichen Auswirkungen auf die Bergbahnen in Engelberg. Die relativen Rückgänge über alle Gästegruppen wurden sowohl gemäss Einschätzung der HTW Chur wie auch gemäss Einschätzung der SÖW-Studie Teil 1 berechnet. Für Tagesgäste beträgt dieser Rückgang 5.4% (HTW Chur) bzw. 2.9% (SÖW-Studie Teil 1) und für Aufenthaltsgäste 16.77% (HTW Chur) bzw. 4% (SÖW-Studie Teil 1).

Mögliche Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation und Investitionstätigkeit der Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG

Gemäss Geschäftsbericht 2012-13 der Titlis AG (Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG 2012/13), beträgt der konsolidierte Betriebsertrag CHF 66.1 Mio. und beinhaltet die Sparten Bahnbetrieb, Gastronomie¹ (Restaurants und Hotel Berghotel Trübsee), Beherbergung (Hotel Terrace) sowie die Titlis Resort AG und die Engelberger-Auto-Betriebe AG. Der Betriebsertrag der Titlis AG hat sich über die letzten fünf Jahre sehr positiv entwickelt und das Geschäftsjahr 2012-13 liegt mit CHF 66.1 Mio. deutlich über dem 5-Jahresdurchschnitt 2008-2013 von CHF 55.8 Mio.

Tabelle 14: Erfolgsrechnung Titlis AG Geschäftsjahr 2012-13

Konsolidierte Erfolgsrechnung Titlis AG	5-Jahresschnitt 2008-2013	Geschäftsjahr 2012-13
	in Mio. CHF	in Mio. CHF
Betriebsertrag gesamt	55.8	66.1
Verkehrsertrag Bahnbetrieb		40.8
Warenauftrag Restaurants/Hotels		13.8
Beherbergung (Hotel Terrace)		3.5
Diverse Erträge sowie Ertragsminderungen (Bspw. Titlis Resort AG, Engelberger-Auto-Betriebe)		8.0
Betriebsaufwand	-33.2	-36.6
EBITDA	22.6	29.5
Abschreibungen	-7.6	-7.6
EBIT	15.0	21.9
Div. Ertrag / Aufwand / Steuern	-4.5	-3.5
Jahresergebnis	10.5	18.4
Cashflow	17.6	21.7
Investitionen	16.65	35
Investitionen in % CF	100%	161%
Eigenkapital		83
Eigenfinanzierungsgrad (EK in % Gesamtkapital)		67%

Quelle: Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG (2008/9 – 2012/13)

Der EBITDA 2012-2013 (Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen) steigerte sich auf CHF 29.5 Mio. und liegt somit 30% höher als der 5-Jahresdurchschnitt. Die EBITDA-Marge von 45% des Betriebsertrages zeigt die hohe Rentabilität der Unternehmungen. Der konsolidierte Cashflow beträgt im Geschäftsjahr 2012-13 CHF 21.7 Mio.

Auch die Bilanz der Titlis AG zeigt eine überaus gesunde Unternehmung. Am Ende des Geschäftsjahres 2012-13 betrug der Eigenkapitalanteil sehr hohe 67%. Die Erhöhung des Umlaufvermögens auf

¹ Der Geschäftsbereich Gastronomie umfasst folgende Betriebe: Gastronomiebetriebe auf dem Titlis, Skihütte Stand, Berghotel Trübsee (Restauration und Hotel), Betriebe «Linie 8», «Chalet» sowie Kioskbetriebe

CHF 27.5 Mio. und die zeitgleiche Reduktion der Verbindlichkeiten auf CHF 40.8 Mio. führt zusammen mit einem Cashflow von CHF 21.7 Mio. zu einem Verschuldungsfaktor ((Fremdkapital – Umlaufvermögen)/Cashflow) von rund 0.6. Das heisst, mit dem Cashflow könnten die Fremdkapitalien in knapp einem halben Jahr amortisiert werden. Dieser tiefe Wert gibt der Titlis AG Handlungsspielraum für zukünftige Investitionen.

Über die letzten fünf Jahre hat die Titlis AG im Durchschnitt jährlich CHF 16.6 Mio. investiert. Wobei im Geschäftsjahr 2012-13 die Investitionen von CHF 35 Mio. in die neue Titlis Resort AG besonders zu erwähnen sind. Die Unternehmung plant für die kommenden zwei Geschäftsjahre weitere Grossinvestitionen wie beispielsweise CHF 40 Mio. für die neue Bergbahn.

Die Berechnung der finanziellen Auswirkungen eines tiefenlagerbedingten Gästerückgangs auf die Titlis AG bezieht sich nur auf die Geschäftsbereiche Bahnbetrieb sowie Gastronomie als bedeutendste Geschäftsbereiche der Titlis AG. Dabei werden die finanziellen Auswirkungen auf Basis des Geschäftsjahres 2012-13 modelliert. Damit wird sichergestellt, dass mögliche ausserordentliche Ereignisse wie beispielsweise der Betrugsfall in der Finanzbuchhaltung im Jahr 2010 nicht einbezogen werden.

Gemäss Jahresrechnung des Geschäftsjahres 2012-13 erbringt der Bahnbetrieb mit CHF 40.8 Mio. knapp 2/3 des Gesamtertrages von CHF 66.1 Mio. und ist somit klar der stärkste Bereich. Mit einem Verkehrsertrag von über CHF 40 Mio. gehört die Titlis AG im Vergleich mit den Bergbahnen in der Schweiz zu den „Top Five“. Die Gastronomie erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2012-13 rund CHF 13.8 Mio. Umsatz und steuert somit rund 21% zum Gesamtertrag bei.

Auf Basis des geschätzten Gästerückgangs aufgrund des Tiefenlagers ergibt sich für die Titlis AG folgender geschätzter Umsatzrückgang. Ausgehend von den rund 1 Mio. Ersteintritten¹ im Jahr 2012-13 belaufen sich die durchschnittlichen Ausgaben für den Geschäftsbereich Bahn und Gastronomie „am Titlis“ auf CHF 52.40 pro Besucher. Diese Tagesausgaben teilen sich gemäss den Zahlen des Geschäftsberichtes 2012-13 auf Durchschnittsausgaben für den Bahnverkehr von CHF 40.80 und durchschnittliche Ausgaben von CHF 11.60 für die Konsumation in den Gastrobetrieben und Kioskläden auf dem Titlis auf.

Tabelle 15: Durchschnittsausgaben pro Besucher (Sparten Bahnbetrieb und Gastronomie)

Berechnung Umsatzrückgang	
Anzahl Besucher (Ersteintritte, leicht abgerundet)	1'000'000 Besucher
Verkehrsertrag Bahnbetrieb (2012/13)	CHF 40'778'000
Durchschnittsausgaben pro Besucher (Verkehr)	CHF 40.80
Betriebsertrag Gastronomie (2012/13) (ohne Hotel und Golf-Stübli)	CHF 11'640'000
Durchschnittsausgaben pro Besucher (Gastro)	CHF 11.60
Durchschnittsausgaben pro Besucher bei Titlis AG	CHF 52.40

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG (2012/13)

Die CHF 52.40 pro Besucher dienen als Grundlage für die Berechnung des Umsatzrückganges aufgrund des Tiefenlagers. Es wird angenommen, dass der Umsatzrückgang durch weniger Tagesgäste

¹ Tagesbesuche einer Person im Titlis-Gebiet, unabhängig vom bezahlten Tarif (effektiv 1'014'883 Ersteintritte)

(62% aller Besucher = 620'000 Ersteintritte) sowie weniger Gäste aus der Hotellerie und Parahotellerie (36% aller Besucher = 360'000 Ersteintritte) entsteht. Die rund 2% Verwandtschaftsbesucher werden weiterhin Engelberg besuchen und die Bergbahnangebote nutzen. Es erscheint uns wichtig darauf hinzuweisen, dass die Titlis AG stark im Gruppengeschäft engagiert ist und die verantwortlichen Reiseveranstalter grundsätzlich sensibel auf Unsicherheiten im Umkreis des gewählten Produktangebots reagieren.

In den nachfolgenden Berechnungen des Umsatzrückgangs aufgrund der geschätzten Rückgänge der Besucherzahlen werden die Ergebnisse jeweils mit den Rückgangszahlen der SÖW-Studie Teil 1 (grün) sowie den geschätzten Rückgangszahlen der HTW Chur (gelb) berechnet. Die errechneten Werte können als Minimal- (SÖW-Studie Teil 1) oder Maximal-Szenario (HTW Chur) eingeordnet werden.

Auf Grundlage der Gästerückgangszahlen gemäss Tabelle 12 und der 1 Mio. Ersteintritte im Geschäftsjahr 2012-13 rechnen wir gemäss den Rückgangszahlen der SÖW-Studie Teil 1 mit einem gesamten Umsatzrückgang von rund CHF 1.697 Mio. (siehe Tabelle 16), wobei sich bereits beim Verkehrsertrag eine Verschlechterung von rund CHF 1.3 Mio. ergeben würde.

Tabelle 16: Geschätzter Umsatzrückgang aufgrund Tiefenlager nach SÖW-Studie Teil 1

Berechnung des Umsatzrückgangs nach Schätzung SÖW-Studie Teil 1 (Minimal-Szenario)			
	Besucher	CHF	
Anzahl Besucher Titlis	1'000'000		(leicht abgerundet)
Anzahl Besucher Titlis (Tagesgäste)	620'000		
- Rückgang Tagesbesucher durch Tiefenlager	17'980		SÖW-Studie Teil 1: 2.9%
= Umsatzrückgang Tagesbesucher (Verkehr)		733'584	Tagesausgaben CHF 40.80
= Umsatzrückgang Tagesbesucher (Gastro)		208'568	Tagesausgaben CHF 11.60
= Umsatzrückgang Tagesbesucher am Titlis		942'152	Tagesausgaben CHF 52.40
Anzahl Besucher Titlis (Übernachtungsgäste)	360'000		
- Rückgang Übernachtungsbesucher durch Tiefenlager	14'400		SÖW-Studie Teil 1: 4%
= Umsatzrückgang Übernachtungsgäste (Verkehr)		587'520	Tagesausgaben CHF 40.80
= Umsatzrückgang Übernachtungsgäste (Gastro)		167'040	Tagesausgaben CHF 11.60
= Umsatzrückgang Übernachtungsgäste am Titlis		754'560	Tagesausgaben CHF 52.40
Gesamt Umsatzrückgang aufgrund Tiefenlager		1'696'712	

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG (2012/13) und SÖW-Studie Teil 1

Bei der Berechnung gemäss den geschätzten maximalen Rückgangszahlen der HTW Chur (siehe Tabelle 17) ergibt sich sogar ein erwarteter Umsatzrückgang von CHF 4.9 Mio. In diesem Szenario

entfallen rund CHF 3.8 Mio. des Umsatzrückganges auf den Verkehrsertrag, was rund 85% des gesamten Umsatzrückganges entspricht. In der Gastronomie ist ein Umsatzrückgang von 1.1 Mio. zu erwarten, was 15% des geschätzten Umsatzrückganges entspricht.

Tabelle 17: Geschätzter Umsatzrückgang aufgrund Tiefenlager nach eigener Schätzung

Berechnung des Umsatzrückganges nach Schätzung HTW Chur (Maximal-Szenario)			
	Anzahl Besucher	CHF	
Anzahl Besucher Titlis	1'000'000		
Anzahl Besucher Titlis (Tagesgäste)	620'000		
- Rückgang Tagesbesucher durch Tiefenlager	33'480		HTW Chur: 5.4%
= Umsatzrückgang Tagesbesucher (Verkehr)		1'365'984	Tagesausgaben CHF 40.80
= Umsatzrückgang Tagesbesucher (Gastro)		388'368	Tagesausgaben CHF 11.60
= Umsatzrückgang Tagesbesucher am Titlis		1'754'352	Tagesausgaben CHF 52.40
Anzahl Besucher Titlis (Übernachtungsgäste)	360'000		
- Rückgang Übernachtungsbesucher durch Tiefenlager	60'360		HTW Chur: 16.77%
= Umsatzrückgang Übernachtungsbesucher (Verkehr)		2'462'688	Tagesausgaben CHF 40.80
= Umsatzrückgang Übernachtungsbesucher (Gastro)		700'176	Tagesausgaben CHF 11.60
= Umsatzrückgang Übernachtungsgäste am Titlis		3'162'864	Tagesausgaben CHF 52.40
Gesamt Umsatzrückgang aufgrund Tiefenlager		4'917'216	

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG (2012/3) und eigenen Schätzungen

Ein zu erwartender Umsatzrückgang von rund CHF 4.9 Mio. im ungünstigsten Szenario hat namhafte Auswirkungen auf das Betriebsergebnis, vor allem auch deshalb, weil das Bahngeschäft sehr hohe Fixkosten aufweist und ein Gästerückgang kaum mit Kosteneinsparungen zu kompensieren ist.

Die finanziellen Auswirkungen des geschätzten Umsatzrückganges auf die zwei wichtigsten Geschäftsbereiche Bahnbetrieb und Gastronomie werden in Tabelle 18 aufgezeigt.

Tabelle 18: Auswirkungen Umsatzrückgang

Auswirkungen Umsatzrückgang (Kosten gemäss Geschäftsbericht 2012-13; Spartenrechnung)				
	SÖW-Studie Teil 1 Minimal-Szenario		HTW Chur Maximal-Szenario	
	CHF in Tsd.		CHF in Tsd.	
Sparte Bahnbetrieb				
Verkehrsertrag Bahnbetrieb (Ist Geschäftsbericht 2012-13)	41'857	100%	41'857	100%
- geschätzter Umsatzrückgang Bahnbetrieb	1'321	3.2%	3'829	9.1%
Verkehrsertrag Bahnbetrieb (inkl. Umsatzrückgang)	40'536	100%	38'028	100%
- Materialaufwand	0	0%	0	0%
- Personalaufwand	10'903	27%	10'903	29%
- Sonstiger Betriebsaufwand	10'028	25%	10'028	26%
EBITDA	19'605	48%	17'097	45%
Abschreibungen	5'772		5'772	
EBIT	13'833	34%	11'325	30%
Cashflow (Ist Geschäftsbericht 2012-13)	19'571	47%	19'571	47%
Cashflow (inkl. Umsatzrückgang)	18'250	45%	15'742	41%
Sparte Gastronomie / Hotels				
Betriebsertrag Gastronomie / Hotels (Ist Geschäftsbericht 2012-13)	13'732	100%	13'732	100%
- geschätzter Umsatzrückgang Gastronomie	376	2.7%	1'089	7.9%
Betriebsertrag Gastronomie (inkl. Umsatzrückgang))	13'356	100%	12'643	100%
- Materialaufwand (korrigiert Minderaufwand)	3'473	26%	3'287	26%
- Personalaufwand (korrigiert Minderaufwand)	5'343	40%	5'057	40%
- Sonstiger Betriebsaufwand (korrigiert Minderaufwand)	1'336	10%	1'264	10%
EBITDA	3'206	24%	3'034	24%
Abschreibungen	878		878	
EBIT	2'328	17%	2'156	17%
Cashflow (Ist Geschäftsbericht 2012-13)	2'564	19%	2'564	19%
Cashflow (inkl. Umsatzrückgang)	2'188	16%	1'475	12%

Bemerkung: Minderaufwand durch Gästerückgang bei

- a) Materialaufwand: 100% variable Kosten
- b) Personalaufwand: 10% variable Kosten und 90% fixe Kosten
- c) Sonstiger Betriebsaufwand: 100% variable Kosten

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG (2012/13), SÖW-Studie Teil 1 und eigene Schätzung

Fazit: Die Bergbahn könnte auch unter Berücksichtigung des Gästerückgangs profitabel betrieben werden. Insbesondere der Bahnbetrieb verzeichnet auch nach Einbezug der geschätzten Rückgangszahlen weiterhin sehr gute Kennzahlen. Der Umsatzrückgang von geschätzten CHF 3.8 Mio. im Maximal-Szenario beträgt ca. 9% des Verkehrsertrages im Geschäftsjahr 2012-13. Aufgrund der hohen Fixkosten des Bahnbetriebs wird angenommen, dass die Kosten analog zum Geschäftsbericht 2012-13 anfallen. Dennoch zeigen die Berechnungen eine EBITDA-Marge von 45%. Gemäss Seilbahnen Schweiz ist eine EBITDA-Marge von über 40% ein sehr guter Wert. Auch die CHF 15.7 Mio. Cashflow und eine Cashflow-Marge von 41% sind überdurchschnittlich.

Zu erwähnen ist, dass die Berechnungsbasis mit dem Geschäftsjahr 2012-13 ein überaus erfolgreiches Geschäftsjahr bildet und wir im 5-Jahresschnitt von einem rund 10 Mio. tieferen Betriebsertrag ausgehen müssen. Weiter steht die Titlis AG vor grossen Investitionen in der Sparte Bergbahn. Diese Investitionen erhöhen den Fremdkapitalanteil, die zukünftigen Zinsaufwendungen sowie die Abschreibungen und belasten die zukünftigen Ergebnisse somit stärker als bisher.

Einschneidender von einem allfälligen Umsatzrückgang wäre die Sparte Gastronomie betroffen. Mit den geschätzten CHF 1.1 Mio. Umsatzrückgang in der Gastronomie im Maximal-Szenario und den korrigierten Minderaufwendungen durch Berücksichtigung von variablen Kosten bei den Aufwandpositionen frisst der Umsatzrückgang fast die Hälfte des im Geschäftsjahr 2012-13 generierten Cashflows weg. Jedoch sind eine EBITDA-Marge von 24% sowie eine Cashflow-Marge von 12%, beide Werte nach Umsatzrückgang berechnet, gemäss Seilbahnen Schweiz (2012) nach wie vor gute Werte.

Die guten Ergebnisse und Kennzahlen sollen nicht darüber hinwegtäuschen, dass auch ein sehr erfolgreiches Unternehmen wie die Titlis AG es mittelfristig schwieriger haben würde, die Neuinvestitionen im gleichen Rahmen und auf der gleichen gesunden Finanzbasis zu finanzieren wie bisher. Die Titlis AG würde somit bei zukünftigen Investitionen einen höheren Fremdkapitalanteil benötigen. Zugleich würde das Eigenkapital durch die knapperen Ergebnisse weniger stark angehäuft und dies hätte wiederum Auswirkungen auf die Attraktivität der Aktie und den Aktienkurs. Mittelfristig würde der allfällige Gästerückgang infolge eines Tiefenlagers die Eigenkapitalquote verschlechtern und somit auch das Entwicklungspotential der Titlis AG nachhaltig einschränken.

Mögliche Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation und Investitionstätigkeit für die Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG

Gemäss dem Geschäftsbericht 2012 der Brunni AG beträgt der Gesamtertrag CHF 6 Mio. als Summe der Geschäftseinheiten Bahnbetrieb, Gastronomie sowie übriger Ertrag wie beispielsweise Einnahmen aus dem Erlebnisangebot.

Die Ertragssituation der Brunni AG hat sich über die letzten 5 Jahre jährlich verbessert und liegt per Ende 2012 rund CHF 0.9 Mio. über dem 5-Jahresschnitt.

Tabelle 19: Erfolgsrechnung Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG (5-Jahresschnitt und Jahr 2012)

Konsolidierte Erfolgsrechnung Brunni AG	5-Jahresschnitt 2009-2013	Geschäftsjahr 2012
	in Mio. CHF	in Mio. CHF
Gesamtertrag	5.10	6.00
Verkehrsertrag	3.50	3.80
Gastroertrag	1.20	1.80
übriger Ertrag	0.40	0.40
Betriebsaufwand	-4.00	-4.80
EBITDA	1.10	1.25
Abschreibungen	0.80	0.90
EBIT	0.30	0.35
Div. Ertrag / Aufwand / Steuern	0.25	0.25
Jahresergebnis	0.05	0.10
Cashflow	0.90	1.00
Investitionen	1.76	0.30

Quelle: Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG (2009 – 2013)

Auch der EBITDA (Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Amortisationen) steigerte sich jährlich und beträgt per Ende 2012 CHF 1.25 Mio. und mit einer EBITDA-Marge von 21% liegt die Brunni AG nur noch knapp unter dem gemäss Seilbahnen Schweiz (2012) als „genügend“ zu bezeichnenden Wert von 25.86%¹ (Berechnung in Fusszeile). Wobei zu erwähnen ist, dass die 21% ein solider Wert ist, insbesondere unter Berücksichtigung des relativ hohen Gastronomieanteils am Gesamtertrag und unter Beachtung, dass in der Gastronomie generell mit geringeren Margen gerechnet wird.

Die Brunni AG hat seit 2009 jährlich rund CHF 1.8 Mio. investiert. Insbesondere in den Bau der neuen Luftseilbahn Klostermatte-Ristis investierte die Brunni AG rund CHF 14 Mio. Nach den grossen Investitionen der vergangenen Jahre hat sich der Eigenfinanzierungsgrad des Unternehmens auf knapp unter 50% eingependelt. Die Kapitalerhöhung im Geschäftsjahr 2013 hat der Unternehmung

¹ Seilbahnen Schweiz bezeichnet eine EBITDA-Marge von 34% im Bahngeschäft und 12% in der Gastronomie als genügend. Unter Berücksichtigung des Gesamtgeschäfts Bahn und Gastronomie ergibt dies für die Brunni AG eine genügende EBITDA-Marge von 25.86% (Anteil Verkehrsertrag von 0.63 x 34% + Anteil Gastronomie/übriger Ertrag von 0.37 x 12%).

zusätzliche CHF 5 Mio. ergeben und den Eigenfinanzierungsgrad wieder auf 58% gesteigert (Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG 2013).

Die Berechnung der finanziellen Auswirkungen eines tiefenlagerbedingten Gästerückgangs auf die Brunni AG berücksichtigt auf der Einnahmenseite sowohl den Bahn- als auch den Gastronomieteil, jedoch auf der Kostenseite aufgrund der nicht öffentlich verfügbaren Kosten nur das Gesamtergebnis des Unternehmens. Der Bahnbetrieb steuert rund 63% zum Gesamtertrag bei und die Gastronomie zusammen mit dem Erlebnisangebot unter übrige Erträge ergeben 37%.

Auf Basis des geschätzten Gästerückgangs aufgrund des Tiefenlagers ergibt sich für die Brunni AG folgender geschätzter Umsatzrückgang: Ausgehend von den 208'710 Besuchern im Geschäftsjahr 2012 (Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG 2012) belaufen sich die durchschnittlichen Ausgaben „am Brunni“ auf CHF 28.80 pro Besucher. Gemäss den Zahlen des Geschäftsberichts 2012 gibt der Besucher für die Nutzung der Bahn im Durchschnitt CHF 18.00 aus und für die Konsumation in der Gastronomie im Durchschnitt CHF 8.80 sowie für das Erlebnisangebot CHF 2.00.

Tabelle 20: Durchschnittsausgaben Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG

Berechnung Durchschnittsausgaben pro Besucher Brunni AG (Basis Geschäftsjahr 2012)	
Anzahl Besucher (Ersteintritte)	208'710 Besucher
Ersteintritte Winter (gemäss Th. Küng, Geschäftsführer)	105'740 Besucher
Verkehrsertrag Bahnbetrieb Winter (2012)	CHF 2'265'978
Durchschnittsausgaben pro Besucher im Winter (Verkehr)	CHF 21.43
Ersteintritte Sommer (gemäss Th. Küng, Geschäftsführer)	102'970 Besucher
Verkehrsertrag Bahnbetrieb Sommer (2012)	CHF 1'491'488
Durchschnittsausgaben pro Besucher im Sommer (Verkehr)	CHF 14.48
Durchschnittsausgaben pro Besucher, ganzes Jahr (Verkehr)	CHF 18.00
Gastroertrag ganzes Jahr (2012)	CHF 1'838'236
Durchschnittsausgaben pro Besucher (Gastro)	CHF 8.80
Weitere Ausgaben pro Besucher	CHF 2.00
Durchschnittsausgaben pro Besucher	CHF 28.80

Quelle: Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG (2012)

Auf Basis der Durchschnittsausgaben von CHF 28.80 pro Besucher und des geschätzten Gästerückgangs in Engelberg durch das Tiefenlager wird der Umsatzrückgang für die Brunni AG berechnet. Gemäss der SÖW-Studie Teil 1 sind in Engelberg im Durchschnitt 62% aller Besucher Tagesgäste, 36% Übernachtungsgäste und 2% besuchen Verwandte und Familien. Für die Brunni AG teilen sich die total 208'710 Besucher des Geschäftsjahrs 2012 in 129'400 Tagesgäste sowie 75'136 Übernachtungsgäste auf. Die restlichen 4'174 Besucher zählen zur Kategorie der Verwandtschafts- und Familienbesucher und es wird angenommen, dass diese Besucher Engelberg auch bei Realisierung des Tiefenlagers besuchen werden.

In den nachfolgenden Berechnungen des Umsatzrückgangs aufgrund der geschätzten Rückgänge der Besucherzahlen werden die Ergebnisse jeweils mit den Rückgangszahlen der SÖW-Studie Teil 1 (grün markiert) sowie den geschätzten Rückgangszahlen der HTW Chur (gelb markiert) berechnet. Die errechneten Werte können als Minimal- (SÖW-Studie Teil 1) oder Maximal-Szenario (HTW Chur) eingeordnet werden.

Auf Basis des erwarteten Gästerückgangs gemäss Basierend auf den Interviews mit lokalen touristischen Leistungsträgern und der Bewertung des Projektteams der HTW Chur wird geschätzt, dass in einigen der Gästekategorien ein höherer Gästerückgang als der in der SÖW-Studie Teil 1 geschätzte stattfinden könnte. Dieser höhere Gästerückgang basiert auf dem Einbezug des lokalen Kontexts des Tourismus in Engelberg im Allgemeinen und spezifisch auf folgenden Faktoren:

- eine erhöhte Wahrnehmung des geologischen Tiefenlagers Wellenberg gegenüber anderen Standorten durch eine weitreichende Medienberichterstattung (aufgrund der international bekannten Sommer- und Winterdestination sowie der früheren Endlagerprojekte am Wellenberg) in nationalen und internationalen Medien,
- die Einstellung der Menschen in den Hauptmärkten Engelbergs (Schweiz und Deutschland) zu Kernkraftwerken und zu der Sicherheit der Lagerung von radioaktiven Abfällen,
- die Positionierung Engelbergs als alpine Destination mit Fokus auf Natur und Landschaft (auch bei der Kategorie Geschäftsreisende) und
- die Bedeutung von Reiseveranstaltern für die Destination.

Tabelle 12 und der jährlichen Gästezahl der Brunni AG schätzen die Autoren den Umsatzrückgang auf CHF 194'630 (SÖW-Studie Teil 1) bis CHF 564'076 (HTW Chur) ein.

Tabelle 21: Umsatzrückgang aufgrund Tiefenlager nach Schätzung SÖW-Studie Teil 1

Berechnung des Umsatzrückgangs nach Schätzung SÖW-Studie Teil 1 (Minimal-Szenario)			
	Anzahl Besucher	CHF	
Anzahl Besucher Brunni	208'710		
Anzahl Besucher Brunni (Tagesgäste)	129'400		
- Rückgang Tagesbesucher durch Tiefenlager	3'753		SÖW-Studie Teil 1: 2.9%
= Umsatzrückgang Tagesbesucher (Verkehr)		67'554	Tagesausgaben CHF 18.00
= Umsatzrückgang Tagesbesucher (Gastro)		33'026	Tagesausgaben CHF 8.80
= Umsatzrückgang Tagesbesucher (übriges)		7'506	Tagesausgaben CHF 2.00
= Umsatzrückgang Tagesbesucher Brunni		108'086	Tagesausgaben CHF 28.80
Anzahl Besucher Brunni (Übernachtungsgäste)	75'136		
- Rückgang Übernachtungsbesucher durch Tiefenlager	3'005		SÖW-Studie Teil 1: 4%
= Umsatzrückgang Übernachtungsbesucher (Verkehr)		54'090	Tagesausgaben CHF 18.00
= Umsatzrückgang Übernachtungsbesucher (Gastro)		26'444	Tagesausgaben CHF 8.80
= Umsatzrückgang Übernachtungsbesucher (übriges)		6'010	Tagesausgaben CHF 2.00
= Umsatzrückgang Übernachtungsbesucher Brunni		86'544	Tagesausgaben CHF 28.80
Gesamt Umsatzrückgang aufgrund Tiefenlager		194'630	

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG (2012), SÖW-Studie Teil 1 und eigene Schätzung

Tabelle 22: Umsatzrückgang aufgrund Tiefenlager nach Schätzung HTW Chur

Berechnungen des Umsatzrückganges nach Schätzung HTW Chur (Maximal-Szenario)			
	Anzahl Besucher	CHF	
Anzahl Besucher Brunni	208'710		
Anzahl Besucher Brunni (Tagesgäste)	129'400		
- Rückgang Tagesbesucher durch Tiefenlager	6'988		HTW Chur: 5.4%
= Umsatzrückgang Tagesbesucher (Verkehr)		125'784	Tagesausgaben CHF 18.00
= Umsatzrückgang Tagesbesucher (Gastro)		61'494	Tagesausgaben CHF 8.80
= Umsatzrückgang Tagesbesucher (übriges)		13'976	Tagesausgaben CHF 2.00
= Umsatzrückgang Tagesbesucher Brunni		201'254	Tagesausgaben CHF 28.80
Anzahl Besucher Brunni (Übernachtungsgäste)	75'136		
- Rückgang Übernachtungsbesucher durch Tiefenlager	12'598		HTW Chur: 16.77%
= Umsatzrückgang Übernachtungsbesucher (Verkehr)		226'764	Tagesausgaben CHF 18.00
= Umsatzrückgang Übernachtungsbesucher (Gastro)		110'862	Tagesausgaben CHF 8.80
= Umsatzrückgang Übernachtungsbesucher (übriges)		25'196	Tagesausgaben CHF 2.00
= Umsatzrückgang Übernachtungsbesucher Brunni		362'822	Tagesausgaben CHF 28.80
Gesamt Umsatzrückgang aufgrund Tiefenlager		564'076	

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG (2012), SÖW-Studie Teil 1 und eigene Schätzung

Im Vergleich zum effektiven Geschäftsergebnis 2012 würde sich durch den gemäss HTW Chur geschätzten maximalen Umsatzrückgang der EBITDA von CHF 1.25 Mio. (Tabelle 19) auf CHF 0.686 Mio. fast halbieren und die EBITDA-Marge von soliden 21% auf ungenügende 13% (vgl. Tabelle 23) verschlechtern.

Der Cashflow verschlechtert sich um mehr als die Hälfte von CHF 1 Mio. gemäss Geschäftsbericht 2012 auf CHF 0.447 Mio. korrigiert durch den geschätzten Umsatzrückgang oder in Prozent ausgedrückt auf eine schlechte Cashflow-Marge von 8%.

Tabelle 23: Auswirkungen Umsatzrückgang auf Betriebsergebnis gemäss Geschäftsjahr 2012

Gesamtbetrachtung der Auswirkungen Umsatzrückgang (Kosten gemäss Geschäftsbericht 2012)				
	SÖW-Studie Teil 1		HTW Chur	
	CHF in Tsd.		CHF in Tsd.	
Total Ertrag (Ist Geschäftsbericht 2012)	6'012	100%	6'012	100%
Verkehrsertrag (Ist Geschäftsbericht 2012)	3'757		3'757	
- geschätzter Umsatzrückgang Bahnbetrieb	122		353	
Gastroertrag (Ist Geschäftsbericht 2012)	1'838		1'838	
- geschätzter Umsatzrückgang Gastronomie	59		172	
übriger Ertrag (Ist Geschäftsbericht 2012)	416		416	
- geschätzter Umsatzrückgang übriger Ertrag	14		39	
- geschätzter Umsatzrückgang (gesamt)	195	3%	564	9%
Total Ertrag (inkl. Umsatzrückgang)	5'817	100%	5'448	100%
- Materialaufwand ¹	618	11%	618	11%
- Personalaufwand ¹	2'579	44%	2'579	47%
- Sachaufwand ¹	1'565	27%	1'565	29%
EBITDA	1'055	18%	686	13%
Abschreibungen	907	16%	907	17%
EBIT	148	3%	-221	-4%
Cashflow (Ist Geschäftsbericht 2012)	1'011	17%	1'011	17%
Cashflow (inkl. Umsatzrückgang)	816	14%	447	8%

¹ Keine Kosteneinsparungen aufgrund Umsatzrückgang, da fehlende Detailzahlen. Vereinfachte Annahme, die tendenziell zu einer ungünstigeren Beurteilung der Effekte führt.

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG (2012), SÖW-Studie Teil 1 und eigene Schätzung

Fazit: Die um den geschätzten Umsatzrückgang korrigierten Werte zeigen, dass die finanziellen Auswirkungen eines Umsatzrückganges durch das Tiefenlager für die Brunni AG gravierend wären. Zu beachten ist zudem, dass das Geschäftsjahr 2012 ein Rekordjahr war und somit die Auswirkungen bei durchschnittlichen oder schlechten Geschäftsjahren noch belastender wären. Dank der finanziell soliden Lage würde der allfällige Umsatzrückgang infolge eines Tiefenlagers die Brunni AG nicht kurzfristig bedrohen, doch fehlten in wenigen Jahren die Mittel für benötigte Angebots- und Infrastrukturinvestitionen. Das Unternehmen würde im harten Wettbewerbsumfeld rasch den Anschluss verlieren.

Zusammenfassung

Angenommen das Tiefenlager Wellenberg würde heute existieren und der Gästerückgang würde im Umfang der in Teilfrage b) geschätzten Grösse eintreten, so hätte dies bedeutende finanzielle Auswirkungen auf die zwei Bergbahnen in Engelberg. Die erfolgreiche und finanziell überdurchschnittlich gesunde Unternehmung Titlis AG könnte heute einen derartigen Umsatzrückgang besser verkraften als eine kleinere Unternehmung wie die Brunni AG. Obwohl die Brunni AG aktuell erfolgreich ist und sich im schwierigen Marktumfeld gut entwickelt, wären die erwirtschafteten Margen und die Reserven zu gering, um den geschätzten Umsatzrückgang dauerhaft verkraften zu können. Die Unternehmung wäre durch den Umsatzrückgang in wenigen Jahren in der Existenz gefährdet. Insbesondere weitere Investitionen könnten nicht mehr aus eigener Kraft finanziert werden. Die Titlis AG würde auf Basis der aktuellen Geschäftszahlen und dem geschätzten Umsatzrückgang zumindest kurzfristig noch genügende Ergebnisse erwirtschaften. Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Titlis AG sehr stark im Gruppengeschäft engagiert ist und dieses Segment äusserst empfindlich auf Unsicherheiten im Umkreis des gewählten Produktangebots reagiert.

6.3. Wirtschaftliche Auswirkungen auf die Beherbergungsbetriebe

Für die Hotellerie ist ein geeignetes Berechnungsmodell anzufertigen, um Einschätzungen über die Auswirkungen des Gästerückgangs auf die Wirtschaftlichkeit der Beherbergungsbetriebe abzugeben. Darüber hinaus soll die Dimension der erwarteten Gästerückgänge aufgrund des Tiefenlagers mit den Effekten anderer exogener Einflussfaktoren, wie bspw. die Wechselkursentwicklung des Schweizer Frankens zum Euro oder die Konjunkturlage, verglichen werden.

Berechnungsmodell für den Umsatz der Beherbergungsbetriebe

Zur Erstellung des Berechnungsmodells wurden die auf der Destinationswebseite www.engelberg.ch¹ gelisteten Betriebe mit Ihrer Beherbergungsstruktur (Zimmer und Betten) und ihrem Angebot in einer Liste aufgenommen. Insgesamt konnten 22 nennenswerte Einzelbetriebe identifiziert werden, das restliche touristische Bettenangebot Engelbergs² wurde in einer Position „Restliche Vermieter“ aufgenommen (siehe Anhang 2).

Mittels Online-Recherche auf den jeweiligen Hotelwebseiten wurden die regulären Preise für Doppelzimmer der mittleren Kategorie jeweils für die Sommer- und Wintersaison ergänzt. Diese Preise wurden um einen konstanten Faktor von 20% nach unten korrigiert, da die Hotellerie in Engelberg stark vom Veranstaltergeschäft abhängig ist und hierfür in der Regel ein Preisnachlass gewährt werden muss. Bei den restlichen Vermietern wurde ein Durchschnittsbetrag für die Beherbergungspreise geschätzt.

Die Saisonzeiten wurden nach dem Tourismusjahr wie folgt festgelegt:

- Wintersaison: November bis April (181 Tage)

¹ Abfrage vom 13. März 2014.

² In Abstimmung mit dem Gesamtbettenangebot in Engelberg gem. Bundesamt für Statistik (2014) mit dem maximalen Bettenangebot von 2013.

- Sommersaison: Mai bis Oktober (184 Tage)

Die Auslastungen für die Wintersaison (39.07% bezogen auf 181 Tage) und die Sommersaison (53.38% bezogen auf 184 Tage) wurden aus dem mit den Monatstagen gewogenen Durchschnitt der jeweiligen Monatsauslastungen der Saison 2012/2013 der Engelberger Hotellerie (Bundesamt für Statistik 2014) ermittelt. Mit den so gewonnenen Daten konnten die Logiernächte-Verteilung nach Betrieben und die Logement-Umsätze der Betriebe geschätzt werden. Bei den restlichen Vermietern wurde deren Logiernächte-Anzahl als Differenz aus dem Total der Logiernächte in Engelberg im Jahr 2012 (310'529 LN) abzüglich der Summe der Logiernächte der 22 näher betrachteten Einzelbetriebe festgelegt.

Planungsprämissen

Um weitere Umsatzbestandteile der Hotellerie abschätzen zu können, wurden dem Modell nachfolgende ergänzende Planungsprämissen hinzugefügt.

Tabelle 24: Planungsprämissen für weitere Umsatzkomponenten

Umsätze Halbpension mit Hausgästen		
Halbpension-Umsätze mit Hausgästen pro Person und Tag bei	einfachem Speisenangebot	CHF 30.00
	mittlerem Speisenangebot	CHF 35.00
	gehobenem Speisenangebot	CHF 40.00
Getränke-Umsätze		
Getränke-Umsatz mit Hausgästen pro Person und Tag	CHF	10.50
Getränke-Umsatz der öffentlichen Bar in % vom Getränke-Umsatz mit Hausgästen bei	kleinem Barbereich	20%
	mittlerem Barbereich	50%
	grossem Barbereich	100%
	sehr grossem Barbereich	250%
Restaurant-Umsätze öffentliches Restaurant		
Restaurant-Umsätze des öffentlichen Restaurants in % der Halbpension-Umsätze bei	kleinem Restaurant	20%
	mittelgrossem Restaurant	50%
	grossem Restaurant	100%
Umsätze mit Veranstaltungen z. B. Meetings, Incentives, Conventions, Events (MICE)		
Logiernächte-Anteil Veranstaltungsbesucher an Gesamtlogiernächten bei	kleinem Veranstaltungsbereich	5%
	mittelgrossem Veranstaltungsbereich	10%
	grossem Veranstaltungsbereich	15%
	sehr grossem Veranstaltungsbereich	20%
durchschnittliche Ausgaben der Veranstaltungsbesucher pro Tag (für Getränke etc.)	CHF	14.00
Wellness-Umsatz		
Umsatz mit Wellness-Anwendungen in % vom Logement-Umsatz bei	kleinem Wellness-Angebot	5%
	grossem Wellness-Angebot	10%

Quelle: eigene Annahmen

Die Ausprägungen der einzelnen Umsatzkomponenten wurden unter Berücksichtigung der Grösse der Betriebe (Anzahl Logiernächte) respektive nach dem Vorhandensein und der Intensität der verschiedenen Angebote festgelegt.¹

Einschränkungen des Berechnungsmodells

Da zu den Hotelbetrieben in Engelberg gesamthaft keine öffentlich publizierten Jahresrechnungen verfügbar sind, musste ein Modell zur Berechnung des Umsatzes aufgebaut werden. Bei der Modellrechnung konnte in Ermangelung von Daten zur besonderen Ausrichtung der Betriebe auf spezielle Gästegruppen (Individualgäste, Gruppenreisende, Tagesgäste etc.), sowie auf unterschiedliche Frequentierungsspezifika nicht eingegangen werden. Daher basiert das Modell auf einer Anwendung des gleichen Auslastungsprozentsatzes für alle Betriebe.

Im Hinblick auf die Angebotspreise wurden zur Anfertigung der Studie die wichtigsten Referenzpreise einzelner Zimmerkategorien bereinigt um Preisabschläge, sowie branchenübliche bzw. erfahrungsbedingte Planungsprämissen bei Erlösen und Kosten herangezogen. Auf einzelne „Outperformer“ aufgrund einer bspw. speziell hohen Preisdurchsetzungsfähigkeit, sowie „Underperformer“ wegen bspw. interner Unwirtschaftlichkeiten konnte modellbedingt nicht Rücksicht genommen werden.

Ergebnis der Umsatzschätzung

Durch Anwendung der ermittelten Daten zu Auslastungen und Preisen konnte über die Angebotsstruktur und die Planungsprämissen zu weiteren Umsatzkomponenten ein jährlicher Gesamtumsatz der Engelberger Hotellerie in Höhe von etwa CHF 61 Mio. im Modell errechnet werden. Die Aufteilung nach den einzelnen Erlösgruppen präsentiert sich dabei wie folgt:

¹ Die Zuordnung der Intensitätsgrade erfolgte über das dargestellte Leistungsangebot der Betriebe auf ihren Webseiten unter Einbezug eines Vergleichs untereinander.

Tabelle 25: Jährliche Umsätze in CHF nach Betrieben und Erlössegmenten

Hotel	Logement	Restaurant		Bar		Veranstaltung	Wellness	Umsatz gesamt
		Hausgäste	öffentlich	Hausgäste	öffentlich			
Hotel A	8'001'804	1'729'920	864'960	454'104	227'052	121'094	800'180	12'199'115
Hotel B	3'587'526	685'895	685'895	205'769	102'884	41'154	358'753	5'667'876
Hotel C	340'699	108'120	108'120	28'382	14'191	1'892	-	601'404
Hotel D	2'439'465	579'460	289'730	173'838	173'838	46'357	-	3'702'687
Hotel E	662'540	236'495	118'248	70'949	35'474	-	66'254	1'189'959
Hotel F	697'741	-	-	85'145	17'029	-	-	799'914
Hotel G	734'329	299'010	59'802	104'654	20'931	13'954	73'433	1'306'111
Hotel H	584'972	-	-	-	-	-	29'249	614'220
Hotel I	749'035	324'360	-	-	-	-	37'452	1'110'847
Hotel J	609'110	258'480	51'696	90'468	18'094	-	30'455	1'058'303
Hotel K	1'307'475	473'025	-	141'908	70'954	28'382	65'374	2'087'117
Hotel L	591'918	218'785	109'393	65'636	32'818	8'751	-	1'027'300
Hotel M	312'287	141'890	70'945	42'567	21'284	-	-	588'973
Hotel N	261'685	-	-	-	-	-	-	261'685
Hotel O	1'180'129	425'705	212'853	127'712	127'712	8'514	-	2'082'624
Hotel P	826'355	-	-	99'330	49'665	-	-	975'350
Hotel Q	627'025	206'955	103'478	62'087	31'043	12'417	-	1'043'004
Hotel R	9'706'922	2'520'520	2'520'520	661'637	661'637	132'327	485'346	16'688'909
Hotel S	835'706	359'820	71'964	125'937	25'187	-	-	1'418'614
Hotel T	1'130'655	526'225	263'113	157'868	157'868	31'574	56'533	2'323'834
Hotel U	1'145'069	-	-	168'515	168'515	11'234	-	1'493'333
Hotel V	1'177'610	449'365	224'683	134'810	67'405	8'987	58'881	2'121'740
Restliche Vermieter	316'499	94'950		55'251				466'700
Total	37'826'557	9'638'980	5'755'397	3'056'561	2'023'578	466'638	2'061'909	60'829'619

Quelle: eigene Berechnungen

Modellierung Umsatzrückgänge infolge eines Tiefenlagers

In der SÖW-Studie Teil 1 wurden die Rückgänge bei den Gästegruppen wie folgt eingeschätzt und als gewichteter Rückgang dargestellt:

Tabelle 26: Umsatzrückgang gemäss SÖW-Studie Teil 1

Gäste Hotellerie	Anteile	Rückgang lt. SÖW Studie Teil 1	Gewichteter Rückgang
Geschäftsreisende	5%	0%	0.0%
Freizeitgast - Sehenswürdigkeiten	20%	1%	0.2%
Freizeitgast - HPM, Wellness, Sport, Natur	70%	5%	3.5%
Freizeitgast - Kultur und Events	5%	1%	0.1%
Freizeitgast - Shopping & Gourmet	0%	0%	0.0%
Total	100%		
Auslastungsrückgang gewichtet über alle Gästegruppen			3.75%

Quelle: SÖW-Studie Teil 1

Die Studie sieht die grössten Rückgänge bei den Feriengästen (HPM, Wellness, Sport, Natur). Die übrigen Gästegruppen unterliegen gemäss den getroffenen Einschätzungen jedoch kaum nennenswerten Rückgängen.

Die HTW Chur hat zur Abschätzung des Auslastungsrückganges die Betroffenheitsgrade der einzelnen Gästegruppen wie folgt eingeschätzt:

Tabelle 27: Umsatzrückgang gemäss Einschätzung HTW Chur

Gäste Hotellerie	Anteile	Rückgang lt. HTW Chur	Gewichteter Rückgang
Geschäftsreisende	5%	5%	0.25%
Freizeitgast - Sehenswürdigkeiten	20%	10%	2.00%
Freizeitgast - HPM, Wellness, Sport, Natur	70%	20%	14.00%
Freizeitgast - Kultur und Events	5%	1%	0.05%
Freizeitgast - Shopping & Gourmet	0%	0%	0.00%
Total	100%		
Auslastungsrückgang gewichtet über alle Gästegruppen			16.30%

Quelle: eigene Schätzung

Umsatzrückgänge im Vergleich

Tabelle 28 präsentiert die Varianten der SÖW-Studie Teil 1 und der HTW Chur (Rückgang LN 3.75% vs. Rückgang LN 16.3%). Fasst man die beiden errechneten Werte als Grenzen auf, liegt der durch das Tiefenlager bedingte Umsatzrückgang in der Hotellerie zwischen ca. CHF 2.28 Mio. (Variante SÖW-Studie Teil 1) und ca. CHF 10 Mio. (Variante HTW Chur).

In den Einzelinterviews mit den externen Experten wurde deutlich, dass es generell sehr schwierig ist, mit einem allfälligen Tiefenlager verbundene Umsatzrückgänge zu bestimmen. Die wahrscheinlich auftretenden Rückgänge schätzen alle drei interviewten Partner als sehr ernstzunehmend ein und sie würden sich eher am oberen Ende der skizzierten Spannweite orientieren.

Bezüglich der Betroffenheit der unterschiedlichen Gästegruppen wurde von allen drei Interviewten eine sehr hohe Sensitivität der Individualgäste (Feriengäste HPM, Wellness, Sport, Natur) bestätigt. Unter ihnen seien laut Aussage eines der befragten Experten die Gäste aus dem Heimatmarkt und die Gäste aus den europäischen Stamm-Märkten (bspw. Deutschland oder BeNeLux) besonders empfindlich gegenüber einem möglichen geologischen Tiefenlager. Diese Klientel macht einen Grossteil der Gäste Engelbergs aus.

Ebenso wurde darauf hingewiesen, dass Firmenkunden ihre Seminare und Events aufgrund des Tiefenlagers beeinträchtigt sehen würden und statt Engelberg andere Ort aufsuchen würden. Eine geringere Sensitivität gegenüber dem Thema wurde von allen drei Experten hinsichtlich der Rundreise-/Sightseeing-Touristen, v.a. aus den fernöstlichen Märkten bestätigt. Die beiden Saisons (Winter und Sommer) sehen die Experten gleichermassen betroffen.

Tabelle 28: Vergleich Umsatzrückgänge

Vergleich Umsatzrückgänge					
Name	Umsatz	Variante SÖW Studie Teil 1		Variante HTW Chur	
	gesamt	Rückgang	Umsatz	Rückgang	Umsatz
Hotel A	CHF 12'199'115	CHF 457'483	CHF 11'741'633	CHF 1'988'501	CHF 10'210'614
Hotel B	CHF 5'667'876	CHF 212'555	CHF 5'455'320	CHF 923'924	CHF 4'743'951
Hotel C	CHF 601'404	CHF 22'518	CHF 578'886	CHF 98'068	CHF 503'335
Hotel D	CHF 3'702'687	CHF 138'862	CHF 3'563'825	CHF 603'566	CHF 3'099'121
Hotel E	CHF 1'189'959	CHF 44'597	CHF 1'145'362	CHF 193'937	CHF 996'023
Hotel F	CHF 799'914	CHF 29'996	CHF 769'919	CHF 130'389	CHF 669'525
Hotel G	CHF 1'306'111	CHF 48'991	CHF 1'257'120	CHF 212'865	CHF 1'093'246
Hotel H	CHF 614'220	CHF 23'033	CHF 591'187	CHF 100'118	CHF 514'103
Hotel I	CHF 1'110'847	CHF 41'653	CHF 1'069'194	CHF 181'077	CHF 929'770
Hotel J	CHF 1'058'303	CHF 39'681	CHF 1'018'621	CHF 172'532	CHF 885'771
Hotel K	CHF 2'087'117	CHF 78'277	CHF 2'008'840	CHF 340'203	CHF 1'746'914
Hotel L	CHF 1'027'300	CHF 38'565	CHF 988'736	CHF 167'456	CHF 859'844
Hotel M	CHF 588'973	CHF 22'085	CHF 566'888	CHF 95'948	CHF 493'025
Hotel N	CHF 261'685	CHF 9'813	CHF 251'872	CHF 42'655	CHF 219'030
Hotel O	CHF 2'082'624	CHF 78'090	CHF 2'004'534	CHF 339'425	CHF 1'743'198
Hotel P	CHF 975'350	CHF 36'564	CHF 938'786	CHF 158'982	CHF 816'367
Hotel Q	CHF 1'043'004	CHF 39'131	CHF 1'003'873	CHF 170'022	CHF 872'982
Hotel R	CHF 16'688'909	CHF 625'835	CHF 16'063'073	CHF 2'720'280	CHF 13'968'629
Hotel S	CHF 1'418'614	CHF 53'160	CHF 1'365'454	CHF 231'233	CHF 1'187'381
Hotel T	CHF 2'323'834	CHF 87'158	CHF 2'236'676	CHF 378'732	CHF 1'945'102
Hotel U	CHF 1'493'333	CHF 56'003	CHF 1'437'329	CHF 243'413	CHF 1'249'919
Hotel V	CHF 2'121'740	CHF 79'533	CHF 2'042'206	CHF 345'860	CHF 1'775'879
Restliche Vermieter	CHF 466'700	CHF 17'546	CHF 449'154	CHF 76'095	CHF 390'605
Total	CHF 60'829'619	CHF 2'281'130	CHF 58'548'488	CHF 9'915'283	CHF 50'914'336

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf SÖW-Studie Teil 1 und eigenen Schätzungen

Wirtschaftliche Konsequenzen eines tiefenlagerbedingten Umsatzrückgangs

Um die Konsequenzen der sich ergebenden Umsatzrückgänge auf den betrieblichen Ertrag näher beurteilen zu können, wurden den Bereichen Logement und Food & Beverages branchenübliche Kostenhöhen¹ zugeordnet (vgl. hotelleriesuisse 2012). Ebenso wurde beim übrigen direkten betrieblichen Aufwand und den sonstigen betrieblichen Aufwendungen verfahren. Zur Verfeinerung der Rechnung wurde eine Unterscheidung bei den Vergleichswerten zwischen 4-Stern-Betrieben und 3-Stern-Betrieben vorgenommen. Die nicht klassifizierten Betriebe wurden bei den 3-Stern-Betrieben subsummiert.

Die Höhe der Aufwendungen für das Wellness- und Veranstaltungsgeschäft der Hotels wurden ebenso wie die Kosten, die unternehmensseitig in Form des Liegenschafts- und Versicherungsaufwandes entstehen, durch Erfahrungswerte der HTW Chur ergänzt. Bei der Höhe der Abschreibungen und des

¹ Im Kostenmodell liegt aufgrund der angewendeten Benchmarks eine Unschärfe hinsichtlich der Höhe der Personalkosten, je nach dem ob in den Benchmark-Betrieben der Unternehmerlohn bereits als Vorabvergütung in den ausgewiesenen Personalkosten enthalten ist oder nicht.

Finanzaufwandes wurden Kennwerte von Betrieben aus anderen Dienstleistungsmandaten der HTW Chur verwendet, die sich auf ein Hotel im mittleren Abschnitt des Lebenszyklus beziehen und ausgewogen finanziert sind.¹ Die Höhe der direkten Steuern wurde mit dem Steuerrechner für juristische Personen des Steueramtes Obwalden errechnet.²

Den einzelnen Kostenpositionen wurden Prozentsätze hinsichtlich der Variabilität der Kosten (Variatoren) zugeordnet. Diese drücken den Grad der Variabilität der Kosten im Verhältnis zum Umsatz aus (z. B. 100% = voll variable Kosten, 0% = fixe Kosten). Damit kommt das Mass der Abbaufähigkeit der Kosten im Falle eines Umsatzrückganges zum Ausdruck.

Bestehende Ertragslage

Die in Anhang 3 ersichtliche operative Betriebsleistung (Umsatz total abzüglich betriebsbedingtem Aufwand) der Hotels in Engelberg liegt im Durchschnitt mit 16.2% auf einem für die Ferienhotellerie im alpinen Raum eher tiefen Niveau. In der Stadthotellerie wird i. d. R. eine deutlich höhere operative Betriebsleistung erzielt (vgl. *hotelleriesuisse* 2012). Im dargestellten Daten-Set existieren jedoch Betriebe, die aufgrund zusätzlicher Services (Veranstaltungen und Wellness) oder durch ihre strukturelle Konzeption (z. B. Verzicht auf einen kostenintensiven Betriebsteil wie bspw. ein grosses öffentliches Restaurant) eine deutlich bessere Betriebsleistung erreichen. Zur bestehenden Ertragslage lässt sich anmerken, dass Betriebe, die ihren Umsatzschwerpunkt im Logement haben, eher eine höhere prozentuale operative Leistung aufweisen als Betriebe, deren Umsatz aus mehr personalintensiven Leistungen entspringt.

Im Anhang 4 ist die derzeitige Ertragslage der Betriebe auf den einzelnen Zwischenergebnisstufen dargestellt. Mit den gewählten Modellparametern und unter Anwendung der beschriebenen Benchmarks erzielen derzeit nur sieben Einzelbetriebe ein positives Jahresergebnis³. Beim Cash-Flow⁴ weisen 18 Einzelbetriebe sowie die zusammengefassten restlichen Vermieter einen positiven Wert auf, d. h. sie sind in der Lage, damit Investitionen, Kredit-Amortisationen oder Gewinnausschüttungen zu leisten.

Die Aufteilung der Kostenpositionen in fixe und variable Kosten ist im Anhang 5 ersichtlich. Rechnerisch ergibt sich für das Modell aufgrund der Daten und der Kosten-Variatoren eine Fixkostenquote von ca. 68%, welche gut die Anlagenintensität der Hotellerie reflektiert. Insgesamt zeigt das Berechnungsmodell für die Mehrheit der Betriebe schon heute eine angespannte Ertragslage.

¹ Bei Betrieben, die gerade neuinvestiert haben, kann der Abschreibungsprozentsatz durchaus die doppelte Höhe aufweisen.

² http://www.ow.ch/de/verwaltung/aemter/?amt_id=1018

³ Die restlichen Vermieter werden bei dieser und den nachfolgenden Betrachtungen gedanklich zu einem Betrieb zusammengefasst.

⁴ hier als einfacher Brutto-Cash-Flow (Jahresergebnis + Abschreibungen) dargestellt

Mögliche Auswirkungen auf die künftige wirtschaftliche Situation und die Investitionsfähigkeit von Beherbergungsbetrieben

In der beschriebenen Variante der HTW Chur eines 16.3%-igen Logiernächterrückgangs würden gemäss Anhang 7 nur noch zwei Einzelbetriebe ein positives Jahresergebnis erzielen können, während in der Variante SÖW-Studie Teil 1 mit einem 3.75%-igen Logiernächterrückgang gemäss Anhang 6 noch immerhin fünf Einzelbetriebe profitabel wären. Ein prozentualer Logiernächterrückgang hat einen Umsatzrückgang im gleichen Anteil zur Folge. Fixkosten verringern sich bei einem Logiernächterrückgang nicht, allerdings entstehen geringere variable Kosten.

Hinsichtlich des Cash-Flows wären in der Variante HTW nur vier Einzelbetriebe kurz- bis mittelfristig finanziell aktionsfähig, während in der Variante SÖW-Studie Teil 1 noch elf Einzelbetriebe sowie die zusammengefassten restlichen Vermieter auf überschaubare Zeit über einen finanziellen Spielraum verfügen würden.

Die Berechnungen der beiden Varianten zeigen, dass die Zahl der profitabel wirtschaftenden Betriebe durch die Logiernächterrückgänge in unterschiedlichem Masse abnimmt. In der Variante HTW wären aufgrund des negativen Cash-Flows ca. 80% aller Betriebe (18 von 22 Einzelbetrieben sowie die zusammengefassten restlichen Vermieter) einem laufenden Eigenkapitalverzehr ausgesetzt, während es in der Variante SÖW-Studie Teil 1 nur ca. 50% sind (11 von 22 Einzelbetrieben).

Je nach Eigenkapitaldecke und Ausschöpfungsgrad von bestehenden Kreditlimiten kann sich diese geänderte Cash-Flow-Situation bei den Betrieben unterschiedlich stark auf die Investitionsfähigkeit und damit auf den langfristigen Unternehmensfortbestand auswirken. Die Variante HTW zeigt für die Betriebe generell eine deutlich schlechtere Möglichkeit der Innenfinanzierung. Die darin dargestellten sehr stark negativen Cashflows sind in der Praxis wahrscheinlich bei der Mehrheit der Betriebe langfristig nicht durch Kompensierungsmassnahmen (Senkung operativer Kosten, Auflösung stiller Reserven etc.) behebbar. Im Hinblick auf die Cash-Flow-Lage der Variante SÖW-Studie Teil 1 würde sich für eine gewisse Anzahl Betriebe eher noch Ausgleichsmöglichkeiten zur Steigerung der Innenfinanzierungskraft finden lassen.

Beurteilung der Ergebnisse

Einzelbetriebliche Auswirkungen

Mit den skizzierten Umsatzrückgängen sind erhebliche Einbussen der langfristigen wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der Betriebe verbunden, da in der Hotellerie wegen der hohen Anlagenintensität nur begrenzt abbaufähige Kosten bestehen. Je nach Betriebs- und Finanzstruktur der Betriebe werden die Auswirkungen unterschiedlich stark ausfallen. Kettenbetriebe werden über ihre Querfinanzierungsmöglichkeit im Konzernverbund dauerhaft eher wirtschaftliches Absorbationspotential aufweisen als einzelne Privathotels. Kleinbetriebe können am ehesten Kompensationsmechanismen im familiären Bereich durch den Ersatz von angestelltem Personal durch Familienmitglieder entwickeln.

Im Hinblick auf die strategische Ausrichtung der Hotels bestehen durch die unterschiedlich starken Rückgänge in den einzelnen Gästesegmenten demgemäss auch verschiedene Risikoexpositionen gegenüber einem Tiefenlager. Betriebe, die sehr stark im (Familien-)Ferien- oder Wellness-tourismus tätig sind, werden stärkere Einbussen hinnehmen müssen als jene, die sich auf Kurzaufenthalte von Sight-Seeing-Touristen oder Geschäftsreisende spezialisiert haben. Bei den Hotels kommt es daher

sehr auf die zukünftige Fähigkeit der Ausrichtung des Angebotes auf weniger sensitive Gästesegmente und die damit verbundenen Möglichkeiten zur Adaptierung der Infrastrukturen an.

In zeitlicher Hinsicht werden die Auswirkungen eines Tiefenlagers ebenfalls variieren. Es ist anzunehmen, dass durch die mediale Präsenz des Themas anfänglich vergleichsweise hohe Umsatzeinbussen zu verzeichnen wären und mit der Zeit sich der Gästestrom wieder stabilisiert. Bei einem solchen Szenario kommt es entscheidend auf die finanzielle Konstitution der Betriebe an. Wie die geschätzte Cash-Flow-Lage zeigt, können kurzfristige Umsatzrückgänge bei den meisten Betrieben noch abgedeckt werden, während langfristig ein stetiger Verzehr des Eigenkapitals eintreten wird. Je nachdem, ob noch stille Reserven – bspw. aus dem Verkauf nicht betriebsnotwendiger Liegenschaften – mobilisiert werden können, wird die finanzielle Anpassungsfähigkeit der Betriebe unterschiedlich stark ausfallen. Besonders problematisch wird sich jedoch die Lage bei denjenigen Betrieben darstellen, die gerade frisch in Ihre Infrastrukturen investiert haben.

Zu den einzelbetrieblichen Auswirkungen führten die Experten in Ihren Interviews ergänzend an, dass gewisse ungünstige Effekte aufgrund des medialen Interesses schon lange vor der eigentlichen Einlagerung von radioaktiven Abfällen eintreten könnten. Sobald der Entscheid für ein Tiefenlager gefallen sei und dieser über die Medien publik wird, werden Auswirkungen spürbar werden. Allerdings ist das Ausmass des tatsächlichen Gästerückgangs dann immer noch mit Unsicherheit behaftet.

Grössere Betriebe weisen laut übereinstimmender Ansicht der drei Experten eine bessere Anpassungsfähigkeit als Kleinbetriebe auf. Laut einem der befragten Experten aus der Hotellerie werde die erste Massnahme ein Investitionsstopp sein. Hingewiesen wurde in diesem Zusammenhang durch die Experten auf die damit einhergehende Wertvernichtung (sinkende Ertragswerte und auch rückläufige Substanzwerte aufgrund der Investitionsstaus). Des Weiteren wurde auf einen dann notwendig werdenden Strategie-Wechsel bei einigen Betrieben (weg vom Gast aus den Stamm-Märkten hin zu neuen Gästeschichten aus Kurzreisemärkten) und den damit verbundenen Friktionen auf dem lokalen Arbeitsmarkt hingewiesen.

Auswirkungen auf die Branche als Ganzes

Aufgrund der verschiedenen Sensitivitäten der Gästesegmente gegenüber einem Tiefenlager wird es mittel- bis langfristig in Engelberg zu Verschiebungen im Angebotsmix kommen. Es wird eine stärkere Orientierung auf Unterbringungsmöglichkeiten für Kurzaufenthalter geben. Infrastrukturen, die vor allem von Gästen mit einem langen Aufenthalt genutzt werden, wie bspw. ausgedehnte Wellnessbereiche oder ein Angebot an grosszügigen Suiten werden zurück- oder umgebaut werden müssen. Damit einhergehend werden in manchen Service-Bereichen Arbeitsplätze von qualifiziertem Fachpersonal abgebaut werden.

Mit dem Bau eines Tiefenlagers erfährt wahrscheinlich die weitere qualitative Aufwertung der Beherbergungsinfrastruktur als Ganzes einen starken Bremseffekt. Die Neuansiedlung von Betrieben (v. a. der höheren Sterne-Segmente) wird ebenso ausbleiben wie Upgrades in höhere Sternekategorien. Abgesehen von zwei bestehenden Betrieben und dem geplanten neuen Hotelverbund rund um das Hotel Europäischer Hof weisen die Betriebe deutlich unter 100 Zimmer auf, d. h. das Hotelgewerbe in Engelberg wird – wie für alpine Regionen typisch – mehrheitlich kleingewerblich strukturiert bleiben.

Im Zuge der durch das Tiefenlager entstehenden ökonomischen Probleme, so teilten die Experten einhellig die Meinung, wird es zu Betriebsaufgaben und häufigeren Wechseln in der Führung der Betriebe kommen.

Fazit: Wie die Berechnungen und die Einschätzungen der befragten Experten gezeigt haben, würde der Bau eines Tiefenlagers in der Region Wellenberg eine Beeinträchtigung der Wirtschaftskraft der Hotellerie in Engelberg bedeuten. Je nach Eintritt der skizzierten Varianten fallen diese Auswirkungen graduell unterschiedlich stark aus. Während bei einem Gästerückgang gemäss der SÖW-Studie Teil 1 noch zahlreiche Betriebe positive Cash-Flows erwirtschaften könnten, wären bei einem Gästerückgang gemäss der HTW-Schätzung deutlich mehr Betriebe kurz- bis mittelfristig existenzgefährdet. In beiden Varianten käme es zu einer Schwächung der Wirtschaftskraft der Betriebe, die eine verminderte Investitions- und Wettbewerbsfähigkeit zur Folge hätte. Damit verbunden würden im lokalwirtschaftlichen Kontext langfristig etablierte Erwerbsstrukturen entlang der touristischen Wertschöpfungskette in Mitleidenschaft gezogen werden.

7. Zusammenfassung und Beantwortung der Fragen

Teilfrage a) Wirtschaftliche Auswirkungen eines eintägigen Unterbruchs der Verkehrswege nach Engelberg auf den Tourismus

Bei einem Unterbruch der Verkehrswege können Tagesgäste Engelberg an dem betreffenden Tag nicht erreichen und entfallen deshalb als Gäste. Die Anzahl der Tagesgäste variiert je nach Wetter und Saison zwischen Null (miserables Wetter) und etwa 14'500 (Spitzentag im Winter). Gleichzeitig können neu eintreffende Übernachtungsgäste (Ankünfte) Engelberg nicht erreichen, sie haben die Wahl, ihren Urlaub in Engelberg einen Tag später anzutreten (was einen minimalen Umsatzverlust pro Gast bedeuten würde) oder sie verzichten komplett auf ihren Urlaub in Engelberg (was einen maximalen Umsatzverlust pro Gast bedeuten würde). Bereits anwesende Übernachtungsgäste reisen entweder vorher ab oder verlängern ihren Aufenthalt um einen Tag, wobei anzunehmen ist, dass sie sich dadurch die Waage halten.

Über alle Varianten ergibt der Umsatzverlust im Tourismus aufgrund eines eintägigen Unterbruchs der Verkehrswege eine Bandbreite zwischen CHF 258'500 und CHF 1.1 Mio. Im Vergleich zu vorhergehenden Studien (Arbeitsgruppe Volkswirtschaft des Steuerungsausschuss Bund/Kantone 1998 und SÖW-Studie Teil 1) fällt die höhere Variante um etwa CHF 170'000 höher aus, liegt aber in derselben Grössenordnung.

Bei Berücksichtigung der gesamten touristischen Bruttoproduktion würde ein eintägiger Unterbruch der Verkehrswege für Engelberg einen Verlust von CHF 340'000 (Minimalvariante an einem Durchschnittstag) bis CHF 1.48 Mio. (Maximalvariante an einem Spitzentag) ergeben.

Teilfrage b) Möglicher Gästerückgang aufgrund eines Tiefenlagers

Folgende Faktoren, die das Gästeverhalten aufgrund eines geologischen Tiefenlagers beeinflussen könnten, wurden berücksichtigt:

- die allgemeine Wahrnehmung eines möglichen Tiefenlagers (optische Beeinträchtigung, Distanz, Lage und Signalwirkung, sowie Medienberichte)
- die Einstellung der Gäste zur Lagerung von radioaktiven Abfällen
- die Gästestruktur (Herkunft, Gästekategorien, saisonale Verteilung, Tages- und Übernachtungsgäste)
- die Positionierung und Vermarktung der Destination, sowie
- die Struktur der Wertschöpfungskette.

Basierend auf den Interviews mit lokalen touristischen Leistungsträgern und der Bewertung des Projektteams der HTW Chur wird geschätzt, dass in einigen der Gästekategorien ein höherer Gästerückgang als der in der SÖW-Studie Teil 1 geschätzte Rückgang stattfinden könnte. Dieser höhere Gästerückgang basiert auf dem Einbezug des lokalen Kontexts des Tourismus in Engelberg im Allgemeinen und spezifisch auf folgende Faktoren:

- eine erhöhte Wahrnehmung des geologischen Tiefenlagers Wellenberg gegenüber anderen Standorten durch eine weitreichende Medienberichterstattung (aufgrund der international bekannten Sommer- und Winterdestination sowie der früheren Endlagerprojekte am Wellenberg) in nationalen und internationalen Medien,
- die Einstellung der Menschen in den Hauptmärkten Engelbergs (Schweiz und Deutschland) zu Kernkraftwerken und zur Sicherheit der Lagerung von radioaktiven Abfällen,
- die Positionierung Engelbergs als alpine Destination mit Fokus auf Natur und Landschaft (auch bei der Kategorie Geschäftsreisende) und
- die Bedeutung von Reiseveranstaltern für die Destination.

Für **Engelberg** liegt unsere Schätzung bei einem möglichen Gästerückgang von 16.77% bei den Gästen der Hotellerie und Parahotellerie und von 5.4% bei Tagesgästen. Dies ist bedeutend höher als der in der SÖW-Studie Teil 1 geschätzte Gästerückgang von 2.9% bei Tagesgästen und 4.0% bei Übernachtungsgästen. Eine exakte und eindeutige Schätzung eines Gästerückgangs ist in dieser mit Unsicherheiten behafteten Thematik allerdings nicht abschliessend möglich. Deshalb wird von einer Spannweite zwischen dem geschätzten Gästerückgang gemäss der SÖW-Studie Teil 1 als Minimumvariante und dem von der HTW Chur geschätzten Gästerückgang als Maximalvariante ausgegangen.

Die möglichen Auswirkungen auf das **Vierwaldstättersee-Gebiet** sind aufgrund der unterschiedlichen Charakteristiken der Region differenziert zu betrachten, da sich die touristischen Regionen in den oben aufgeführten Faktoren unterscheiden. Aufgrund der durchgeführten Analyse können keine genauen Zahlen für das Vierwaldstättersee-Gebiet geschätzt und berechnet werden.

Die *Region Weggis – Vitznau – Rigi* wird als Wohlfühl- und Wellnessregion vermarktet. Trotz einer gewissen Entfernung zum möglichen Standort Wellenberg, erscheint es sachgerecht, von einer höheren Auswirkung auf Wellness Touristen auszugehen, da Wellnessgäste stärkere gesundheitliche Be-

denken gegenüber der Lagerung von radioaktiven Abfällen in einem geologischen Tiefenlager haben könnten. Allerdings hat die Wohlfühl- und Wellnessregion Weggis – Vitznau – Rigi eine Sonderstellung als Wellnessregion und es gibt in der Schweiz kaum eine vergleichbare Destination als Ausgleich für Reiseveranstalter.

Es ist davon auszugehen, dass die Auswirkungen auf die Tourismuswirtschaft der *Stadt Luzern* gering ausfallen würden. Allerdings könnte es beim Transport und beim nötigen Umladen im Raum Luzern zu Störungen kommen, die das Erlebnis der Gäste beeinträchtigen könnten. Zudem würde zu diesen Zeiten der Umfang der Medienberichterstattung wohl steigen.

Da Teile der *Region Beckenried-Buochs-Ennetbürgen-Stans und Stansstad* an der Transportroute der radioaktiven Abfälle liegen, könnte es vor allem zu Transportzeiten zu einer höheren Auswirkung auf die Tourismuswirtschaft kommen. Zu anderen Zeiten wird der Transitverkehr wahrscheinlich wenig bis gar nicht betroffen werden, auch Tagesgäste aus der Region werden mit der Zeit gegenüber einem Tiefenlager de-sensibilisiert werden. Vor allem die Gästekategorie ‚Freizeitgast - HPM, Wellness, Sport, Natur‘ könnte einen Gästerückgang erfahren.

Eine Gästeumfrage in Engelberg und im Vierwaldstättersee-Gebiet zur quantitativen Bewertung möglicher Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers würde wichtige Einblicke zur Einstellung der Gäste geben und präzisere Schätzungen ermöglichen.

Teilfrage c) Mögliche Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation und Investitionstätigkeit der Bergbahnen und Beherbergungsbetriebe

Der Bau eines Tiefenlagers in der Region Wellenberg und der einhergehende geschätzte Gäste- und Umsatzrückgang hätte finanzielle Auswirkungen auf die **Bergbahnbetriebe** in Engelberg. Der jährliche Umsatzrückgang beträgt laut Schätzungen der SÖW-Studie und der HTW Chur für die Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG (Titlis AG) etwa CHF 1.7 Mio. bis CHF 4.9 Mio. und für die Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG (Brunni AG) etwa CHF 194'630 bis CHF 564'076.

Die erfolgreiche und finanziell überdurchschnittlich gesunde Unternehmung Titlis AG könnte einen Umsatzrückgang in der aktuellen Stärke besser verkraften als die Brunni AG. Allerdings würde es für die Titlis AG mittelfristig schwieriger sein, die Neu-Investitionen im gleichen Rahmen und auf der gleichen gesunden Finanzbasis zu finanzieren und sie würde somit bei zukünftigen Investitionen einen höheren Fremdkapitalanteil benötigen.

Obwohl die Brunni AG aktuell recht erfolgreich ist und sich im schwierigen Marktumfeld gut entwickelt, wären die erwirtschafteten Margen und die Reserven zu gering, um den geschätzten Umsatzrückgang zu verkraften. Die Unternehmung wäre durch den Umsatzrückgang in wenigen Jahren in der Existenz gefährdet. Insbesondere weitere Investitionen könnten nicht mehr aus eigener Kraft finanziert werden.

Die Modellierung der finanziellen Auswirkung eines Tiefenlagers auf die **Beherbergungsbetriebe** in Engelberg ergäbe einen Umsatzverlust von etwa CHF 2.28 Mio. (gemäss Schätzung des Gästerückgangs der SÖW-Studie Teil 1) bzw. ca. CHF 10 Mio. (gemäss Schätzung der HTW Chur). In der beschriebenen Variante der HTW Chur würden nur noch zwei Einzelbetriebe ein positives Jahresergebnis erzielen können, während in der Variante SÖW-Studie Teil 1 noch immerhin fünf Einzelbetriebe profitabel wären. Hinsichtlich des Cash-Flows wären in der Variante der HTW Chur nur vier Einzelbe-

triebe kurz- bis mittelfristig finanziell aktionsfähig, während in der Variante SÖW-Studie Teil 1 noch elf Einzelbetriebe, sowie die zusammengefassten restlichen Vermieter, auf überschaubare Zeit über einen finanziellen Spielraum verfügen würden.

Mit den Umsatzrückgängen wären erhebliche Einbussen der langfristigen wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der Betriebe verbunden, da in der Hotellerie wegen der hohen Anlagenintensität kaum abaufähige Kosten bestehen. Je nach Betriebs- und Finanzstruktur der Betriebe würden die Auswirkungen unterschiedlich stark ausfallen: Ketten- und Kleinbetriebe haben ein höheres Absorbationspotential, Betriebe mit Fokus auf bestimmten Gästekategorien (Freizeitgast - HPM, Wellness, Sport, Natur) würden stärker von einem Gästerückgang betroffen werden. Dies könnte dazu führen, dass sich die Beherbergungsbetriebe verstärkt auf weniger sensitive Gästesegmente fokussieren und dadurch der interne Wettbewerb steigt.

In der Variante der HTW Chur wären aufgrund der negativen Cash-Flows 18 von 22 Einzelbetrieben, sowie den zusammengefassten restlichen Vermietern, einem laufenden Eigenkapitalverzehr ausgesetzt, während es in der Variante der SÖW-Studie Teil 1 nur 11 von 22 Einzelbetrieben wären. Je nach Eigenkapitaldecke und Ausschöpfungsgrad von bestehenden Kreditlimiten würde sich diese geänderte Cash-Flow-Situation bei den Betrieben unterschiedlich stark auf die Investitionsfähigkeit und damit auf den langfristigen Unternehmensfortbestand auswirken. Die Variante HTW zeigt für die Betriebe generell eine deutlich schlechtere Möglichkeit der Innenfinanzierung. Die darin dargestellten sehr stark negativen Cashflows wären in der Praxis wahrscheinlich bei der Mehrheit der Betriebe langfristig nicht durch Kompensierungsmassnahmen (Senkung operativer Kosten, Auflösung stiller Reserven etc.) behebbar. Im Hinblick auf die Cash-Flow-Lage der Variante SÖW-Studie Teil 1 würden sich für ein gewisse Anzahl Betriebe eher noch Ausgleichsmöglichkeiten zur Steigerung der Innenfinanzierungskraft finden lassen.

8. Literatur

Ballance, A., Ryan, P.G. and Turpie, J.K. (2000) How much is a clean beach worth? The impact of litter on beach users in the Cape Peninsula, South Africa. *South Africa Journal of Science* 96: 5210 – 5213.

Ballmer, R.C. (2011) Auswirkungen von nuklearen Anlagen auf die Schweizer Immobilienpreise. Masterarbeit Universität Bern.

Bundesamt für Energie (2012) Sozioökonomische-ökologische Wirkungsstudie für den Standortvergleich in Etappe 2. Teil 1 (Zwischenbericht).

Bundesamt für Energie (2014a) Sozioökonomische-ökologische Wirkungsstudie SÖW in Etappe 2. Schlussbericht.

Bundesamt für Energie (2014b) Sozioökonomische-ökologische Wirkungsstudie SÖW in Etappe 2. Regionsbericht Wellenberg.

Bundesamt für Statistik (2008) Satellitenkonto Tourismus.

Bundesamt für Statistik (2014) HESTA, Hotellogiernächte und Ankünfte in Engelberg und im Kanton Nidwalden Januar 2000 - Dezember 2013.

Engelberg-Titlis Tourismus AG (2013) Geschäftsbericht 2012/13.

Engelberg-Titlis Tourismus AG (2013) Markenidentität Studie.

Engelberg-Titlis Tourismus AG (2014) Logiernächte Parahotellerie 2004-2013.

Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG (2008/9 – 2012/13) Geschäftsberichte.

Eurobarometer (2008) Einstellung zu radioaktiven Abfällen. Spezial 297.

hotelleriesuisse (2012) Jahrbuch der Schweizer Hotellerie.

Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG (2009-2013) 58.-62. Geschäftsbericht des Verwaltungsrates.

Luzern Tourismus AG (2013) Geschäftsbericht 2012: Luzern – Vierwaldstättersee.

Rütter + Partner (2004) Der Tourismus im Kanton Nidwalden und in Engelberg: Wertschöpfungsstudie.

Rütter + Partner (2005a) Der Tourismus im Kanton Nidwalden und in Engelberg: Wertschöpfungsstudie. Kurzfassung.

Rütter + Partner (2005b) Nukleare Entsorgung in der Schweiz: Untersuchung der sozioökonomischen Auswirkungen von Entsorgungsanlagen. Band II.

Rütter + Partner (2014) Zusatzfrage c-SR12: Auswirkungen von medienwirksamen Widerstand auf Image und Regionalwirtschaft. Tagung Zusatzfragen c, 15. März 2014.

Seilbahnen Schweiz (2012) SBS Schriften 08: Finanzsituation von Bergbahnen in der Schweiz.

Steuerungsausschuss Bund/Kantone, Arbeitsgruppe Volkswirtschaft (1998) Die volkswirtschaftlichen Auswirkungen eines SMA-Lager Wellenberg: Kosten-Nutzen-Analyse.

Ten Brink, P., Lutchman, I., Bassi, S., Speck, S., Sheavly, S., Register, K. and Woolaway, C. (2009) Guidelines on the Use of Market-based Instruments to Address the Problem of Marine Litter. Institute for European Environmental Policy (IEEP), Brussels, Belgium, and Sheavly Consultants, Virginia Beach, Virginia, USA.

Teollisuuden Voima Oyj (TVO) (2008) Environmental Impact Assessment Report: Extension of the Olkiluoto Nuclear Power Plant by a Fourth Unit.

TNS Opinion (2013) Attitudes towards radioactive waste in Switzerland. Swiss Federal Office of Energy.

Wuest & Partner (2011) Wirkungen von geologischen Tiefenlagern für radioaktive Abfälle auf die regionalen Immobilienmärkte.

9. Anhang

Anhang 1: Liste der Interviewpartner

Die Interviews wurden persönlich, telefonisch oder in Ausnahmefällen per Email geführt. Manche Interviewpartner wurden zweimal befragt.

Interviewpartner/innen		
Anonym	Inhaber	Beherbergungs- und Gastronomiebetrieb, Vierwaldstättersee-Gebiet
Herr Thomas Dittrich	Präsident	Hotelierverein Engelberg
	Direktor	Europäischer Hof, Engelberg
Herr Roger Filliger	Gastgeber	Hotel Bellevue Terminus, Engelberg
Herr Frédéric Füssenich	Direktor	Engelberg-Titlis Tourismus AG
Herr Patric Graber	Präsident	hotelleriesuisse Zentralschweiz
	Direktor	Hotel Waldstätterhof, Luzern
Herr Mischa Hasler	Präsident	Weggis Vitznau Rigi Tourismus
	Direktor	Hotel Gerbi, Weggis
Frau Natalia Held	Projektleiterin in den Bereichen Tourismus, Benchmarking und regionale Daten	BAK Basel
Herr Richard Kämpf	Leiter Ressort Tourismus	Staatssekretariat für Wirtschaft SECO
Herr Thomas Küng	Geschäftsführer	Luftseilbahn Engelberg-Brunni AG
Herr Norbert Patt	Geschäftsführer	Bergbahnen Engelberg-Trübsee-Titlis AG
Herr Peter Pfenniger	Direktor	Rigi Bahnen
Herr Maurice Rapin	Vizedirektor, Leiter Abteilung Tourismus & Mitgliederservice	Seilbahnen Schweiz
Herr Udo Schröder	Bereichsleiter Autoreisen	DER Touristik
Herr Stefan Schulthess	Direktor	Schiffahrtsgesellschaft des Vierwaldstättersees

Anhang 2: Beherbergungsbetriebe Engelberg¹

Hotel	Sterne	Struktur		Nominal-Preis pro Person und Tag für mittlere Kategorie lt. Internet		Effektiv-Preise pro Person und Tag für mittlere Kategorie		Bemerkungen	Restaurant	besondere Infrastruktur
		Betten	Zimmer	Winter	Sommer	Winter	Sommer			
Hotel A	4	256	128	CHF 240.00	CHF 225.00	CHF 192.00	CHF 180.00	inkl. Frühstück	öffentlich und Hausgäste	Spabereich, 7 Veranstaltungsräume bis 200 Personen
Hotel B	4	116	58	CHF 255.00	CHF 210.00	CHF 204.00	CHF 168.00	inkl. Frühstück	1 öffentliches, 1 für Halbpensionsgäste	Wellness-Landschaft mit Massagen, Infrastruktur für Seminare
Hotel C	3	16	9	CHF 175.00	CHF 145.00	CHF 140.00	CHF 116.00	inkl. Frühstück	3 öffentliche	
Hotel D	3	98	42	CHF 190.00	CHF 180.00	CHF 152.00	CHF 144.00	inkl. Frühstück	öffentlich und Hausgäste	versch. Säle für Bankette und Tagungen
Hotel E	3	40	20	CHF 140.00	CHF 110.00	CHF 112.00	CHF 88.00	inkl. Frühstück	öffentlich und Hausgäste	Wellnessanlage auf 3 Etagen, med. Massagen, kosmetische Anwendungen
Hotel F	3	48	20	CHF 125.00	CHF 95.00	CHF 100.00	CHF 76.00	inkl. Frühstück	kein Restaurant	
Hotel G	3	59	30	CHF 95.00	CHF 90.00	CHF 76.00	CHF 72.00	inkl. Frühstück	öffentlich und Hausgäste	
Hotel H	3	44	22	CHF 110.00	CHF 90.00	CHF 88.00	CHF 72.00	inkl. Frühstück	kein Restaurant	
Hotel I	3	48	25	CHF 130.00	CHF 105.00	CHF 104.00	CHF 84.00	inkl. Frühstück	nur für Hausgäste	Wellnessbereich auch für Externe
Hotel J	3	51	27	CHF 100.00	CHF 80.00	CHF 80.00	CHF 64.00	inkl. Frühstück	öffentlich und Hausgäste	
Hotel K	3	80	43	CHF 150.00	CHF 100.00	CHF 120.00	CHF 80.00	inkl. Frühstück	nur für Hausgäste	Seminare und Bankette
Hotel L	3	37	20	CHF 130.00	CHF 110.00	CHF 104.00	CHF 88.00	inkl. Frühstück	öffentlich und Hausgäste	Seminare und Bankette
Hotel M	3	24	12	CHF 105.00	CHF 90.00	CHF 84.00	CHF 72.00	inkl. Frühstück	öffentlich und Hausgäste	
Hotel N	3	23	12	CHF 90.00	CHF 80.00	CHF 72.00	CHF 64.00	inkl. Frühstück	kein Restaurant	
Hotel O	3	72	38	CHF 130.00	CHF 115.00	CHF 104.00	CHF 92.00	inkl. Frühstück	öffentlich und Hausgäste	
Hotel P	3	56	28	CHF 115.00	CHF 105.00	CHF 92.00	CHF 84.00	inkl. Frühstück	kein Restaurant	
Hotel Q	3	35	20	CHF 150.00	CHF 120.00	CHF 120.00	CHF 96.00	inkl. Frühstück	öffentlich und Hausgäste	Tagungen für bis zu 30 Personen
Hotel R	3	373	168	CHF 210.00	CHF 180.00	CHF 168.00	CHF 144.00	inkl. Frühstück	öffentlich und Hausgäste	Diso, Bar, Seminare
Hotel S		71	38	CHF 90.00	CHF 85.00	CHF 72.00	CHF 68.00	inkl. Frühstück	öffentlich und Hausgäste	Bar
Hotel T		89	37	CHF 94.00	CHF 94.00	CHF 75.20	CHF 75.20	inkl. Halbpensi	1 öffentliches, 1 für Halbpensionsgäste	Kino, Bar, Seminare und Bankette, Vermietung von Liegestühlen
Hotel U		95	47	CHF 95.00	CHF 85.00	CHF 76.00	CHF 68.00	inkl. Frühstück	kein Restaurant	Bar
Hotel V		76	37	CHF 135.00	CHF 100.00	CHF 108.00	CHF 80.00	inkl. Frühstück	öffentlich und Hausgäste	Bar, Tagungen
Restliche Vermieter		236	79	CHF 85.00	CHF 68.00	CHF 68.00	CHF 54.40	inkl. Frühstück	teilweise HP-Restaurants	i. d. R. keine
Total		2043	960							

Quelle: Webseiten der Beherbergungsbetriebe

¹ Das Hotel Europäischer Hof ist aufgrund der Umbauplanung derzeit geschlossen und wurde damit nicht in die Liste der Beherbergungsbetriebe aufgenommen

Anhang 3: Operative Ergebnisse (GOPs) auf Ist-Basis¹

Hotel	Umsatz gesamt	Kosten Logement		Kosten F&B			Übriger direkter betriebl. Aufw.	direkter Aufwand Veranstaltungen	direkter Aufwand Wellness	Gross operating income (GOI)		Sonst betriebl. Aufwände	Gross operating profit (GOP)	
		Waren u. Dienstleist.	Personal	Waren u. Dienstleist.	Personal	übriger direkter Aufwand F&B								
Kostenquoten 4 Stern		7.4%	29.6%	34.4%	53.8%	2.0%	5.3%					23.4%		
Kostenquoten 3 Stern u. andere		9.5%	25.8%	38.9%	55.1%	1.9%	5.9%	5.0%	35.0%			23.7%		
Kosten-Variator		100%	25%	100%	25%	100%	75%	100%	50%			0%		
Hotel A	12'199'115	592'134	2'368'534	1'126'956	1'762'507	65'521	646'553	6'055	280'063	5'350'792	43.9%	2'854'593	2'496'199	20.5%
Hotel B	5'667'876	265'477	1'061'908	578'072	904'078	33'609	300'397	2'058	125'563	2'396'713	42.3%	1'326'283	1'070'430	18.9%
Hotel C	601'404	32'366	87'900	100'678	142'606	4'917	35'483	95	-	197'358	32.8%	142'533	54'826	9.1%
Hotel D	3'702'687	231'749	629'382	473'361	670'493	23'120	218'459	2'318	-	1'453'806	39.3%	877'537	576'269	15.6%
Hotel E	1'189'959	62'941	170'935	179'393	254'102	8'762	70'208	-	23'189	420'429	35.3%	282'020	138'408	11.6%
Hotel F	799'914	66'285	180'017	39'745	56'298	1'941	47'195	-	-	408'433	51.1%	189'580	218'853	27.4%
Hotel G	1'306'111	69'761	189'457	188'430	266'902	9'204	77'061	698	25'702	478'898	36.7%	309'548	169'349	13.0%
Hotel H	614'220	55'572	150'923	-	-	-	36'239	-	10'237	361'249	58.8%	145'570	215'679	35.1%
Hotel I	1'110'847	71'158	193'251	126'176	178'722	6'163	65'540	-	13'108	456'728	41.1%	263'271	193'458	17.4%
Hotel J	1'058'303	57'865	157'150	162'889	230'724	7'956	62'440	-	10'659	368'618	34.8%	250'818	117'801	11.1%
Hotel K	2'087'117	124'210	337'329	266'810	377'923	13'032	123'140	1'419	22'881	820'373	39.3%	494'647	325'727	15.6%
Hotel L	1'027'300	56'232	152'715	165'959	235'074	8'106	60'611	438	-	348'166	33.9%	243'470	104'696	10.2%
Hotel M	588'973	29'667	80'570	107'631	152'454	5'257	34'749	-	-	178'644	30.3%	139'586	39'058	6.6%
Hotel N	261'685	24'860	67'515	-	-	-	15'439	-	-	153'871	58.8%	62'019	91'851	35.1%
Hotel O	2'082'624	112'112	304'473	347'758	492'583	16'986	122'875	426	-	685'410	32.9%	493'582	191'828	9.2%
Hotel P	975'350	78'504	213'200	57'959	82'096	2'831	57'546	-	-	483'215	49.5%	231'158	252'057	25.8%
Hotel Q	1'043'004	59'567	161'772	156'986	222'363	7'668	61'537	621	-	372'490	35.7%	247'192	125'298	12.0%
Hotel R	16'688'909	922'158	2'504'386	2'475'718	3'506'736	120'922	984'646	6'616	169'871	5'997'856	35.9%	3'955'271	2'042'584	12.2%
Hotel S	1'418'614	79'392	215'612	226'751	321'183	11'075	83'698	-	-	480'903	33.9%	336'212	144'691	10.2%
Hotel T	2'323'834	107'412	291'709	429'873	608'895	20'996	137'106	1'579	19'786	706'477	30.4%	550'749	155'728	6.7%
Hotel U	1'493'333	108'782	295'428	131'104	185'703	6'404	88'107	562	-	677'244	45.4%	353'920	323'324	21.7%
Hotel V	2'121'740	111'873	303'823	340'866	482'820	16'649	125'183	449	20'608	719'468	33.9%	502'852	216'616	10.2%
Restliche Vermieter	466'700	30'067	81'657	58'428	82'761	2'854	27'535	-	-	183'398	39.3%	110'608	72'790	15.6%
Summen	60'829'619	3'350'147	10'199'646	7'741'545	11'217'024	393'972	3'481'746	23'332	721'668	23'700'539		14'363'019	9'337'521	
										Mittelwert	39.8%		Mittelwert	16.1%

Quelle: eigene Berechnungen

¹ Prozentangaben bei Kostenquoten beziehen sich auf den Umsatz der jeweiligen Kategorie.

Anhang 5: Kostenspaltung in fixe und variable Kosten

Hotel	Umsatz gesamt	Variable Kosten	Fixe Kosten	Gesamtkosten	Anteil variable Kosten	Anteil fixe Kosten
Kostenquoten 4 Stern						
Kostenquoten 3 Stern u. andere						
Kosten-Variator						
Hotel A	12'199'115	3'494'205	8'389'389	11'883'594	29.4%	70.6%
Hotel B	5'667'876	1'668'810	3'930'532	5'599'342	29.8%	70.2%
Hotel C	601'404	222'795	429'529	652'324	34.2%	65.8%
Hotel D	3'702'687	1'219'861	2'555'028	3'774'889	32.3%	67.7%
Hotel E	1'189'959	422'106	838'188	1'260'294	33.5%	66.5%
Hotel F	799'914	212'509	518'600	731'109	29.1%	70.9%
Hotel G	1'306'111	453'329	912'503	1'365'832	33.2%	66.8%
Hotel H	614'220	139'375	380'429	519'804	26.8%	73.2%
Hotel I	1'110'847	352'700	759'588	1'112'288	31.7%	68.3%
Hotel J	1'058'303	378'339	747'866	1'126'205	33.6%	66.4%
Hotel K	2'087'117	688'579	1'438'556	2'127'136	32.4%	67.6%
Hotel L	1'027'300	373'640	729'242	1'102'882	33.9%	66.1%
Hotel M	588'973	227'373	426'112	653'485	34.8%	65.2%
Hotel N	261'685	59'218	162'310	221'529	26.7%	73.3%
Hotel O	2'082'624	769'202	1'486'552	2'255'754	34.1%	65.9%
Hotel P	975'350	266'658	637'702	904'360	29.5%	70.5%
Hotel Q	1'043'004	367'528	733'203	1'100'732	33.4%	66.6%
Hotel R	16'688'909	5'852'114	11'715'269	17'567'383	33.3%	66.7%
Hotel S	1'418'614	514'691	1'007'990	1'522'681	33.8%	66.2%
Hotel T	2'323'834	898'234	1'677'042	2'575'276	34.9%	65.1%
Hotel U	1'493'333	441'130	998'128	1'439'258	30.6%	69.4%
Hotel V	2'121'740	771'189	1'505'739	2'276'928	33.9%	66.1%
Restliche Vermieter	466'700	153'605	322'477	476'082	32.3%	67.7%
Summen	60'829'619	19'947'191	42'301'975	62'249'166		
				Mittelwert	32.0%	68.0%

Quelle:

eigene

Berechnungen

Anhang 6: Ergebnisrechnung Variante SÖW-Studie Teil 1

Hotel	Ergebnisberechnung Variante SÖW-Studie Teil 1					
	Umsatz gesamt	variable Kosten gesamt	fixe Kosten gesamt	Jahres- ergebnis	Cash-Flow	
						Kostenquoten 4 Stern
						Kostenquoten 3 Stern u. andere
Kosten-Variator						
Hotel A	11'741'633	3'363'172	8'389'389	-10'929	904'005	
Hotel B	5'455'320	1'606'230	3'930'532	-81'441	343'650	
Hotel C	578'886	214'440	429'529	-65'083	-19'977	
Hotel D	3'563'825	1'174'116	2'555'028	-165'319	112'382	
Hotel E	1'145'362	406'277	838'188	-99'103	-9'856	
Hotel F	769'919	204'540	518'600	46'779	106'773	
Hotel G	1'257'120	436'329	912'503	-91'711	6'247	
Hotel H	591'187	134'148	380'429	76'610	122'676	
Hotel I	1'069'194	339'473	759'588	-29'868	53'446	
Hotel J	1'018'621	364'151	747'866	-93'396	-14'023	
Hotel K	2'008'840	662'757	1'438'556	-92'474	64'060	
Hotel L	988'736	359'629	729'242	-100'135	-23'087	
Hotel M	566'888	218'846	426'112	-78'071	-33'898	
Hotel N	251'872	56'998	162'310	32'564	52'190	
Hotel O	2'004'534	740'357	1'486'552	-222'376	-66'179	
Hotel P	938'786	256'658	637'702	44'425	117'577	
Hotel Q	1'003'873	353'746	733'203	-83'076	-4'851	
Hotel R	16'063'073	5'632'660	11'715'269	-1'284'856	-33'188	
Hotel S	1'365'454	495'390	1'007'990	-137'926	-31'530	
Hotel T	2'236'676	864'551	1'677'042	-304'917	-130'629	
Hotel U	1'437'329	424'587	998'128	14'614	126'614	
Hotel V	2'042'206	742'270	1'505'739	-205'802	-46'672	
Restliche Vermieter	449'154	147'845	322'477	-21'168	13'834	
Summen	58'548'488	19'199'171	42'301'975	-2'952'658	1'609'564	

Variante SÖW Studie Teil 1		
Anzahl pos.	5	12
Anzahl neg.	18	11

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf Schätzung SÖW-Studie Teil 1

Anhang 7: Ergebnisrechnung Variante HTW

Hotel	Ergebnisberechnung Variante HTW					
	Umsatz gesamt	variable Kosten gesamt	fixe Kosten gesamt	Jahres- ergebnis	Cash-Flow	
						Kostenquoten 4 Stern
						Kostenquoten 3 Stern u. andere
Kosten-Variator						
Hotel A	10'210'614	2'924'650	8'389'389	-1'103'425	-188'491	
Hotel B	4'743'951	1'396'794	3'930'532	-583'374	-158'284	
Hotel C	503'335	186'479	429'529	-112'673	-67'567	
Hotel D	3'099'121	1'021'024	2'555'028	-476'931	-199'229	
Hotel E	996'023	353'303	838'188	-195'468	-106'221	
Hotel F	669'525	177'870	518'600	-26'944	33'049	
Hotel G	1'093'246	379'436	912'503	-198'693	-100'734	
Hotel H	514'103	116'657	380'429	17'017	63'083	
Hotel I	929'770	295'210	759'588	-125'028	-41'715	
Hotel J	885'771	316'669	747'866	-178'765	-99'393	
Hotel K	1'746'914	576'341	1'438'556	-267'983	-111'450	
Hotel L	859'844	312'737	729'242	-182'134	-105'087	
Hotel M	493'025	190'311	426'112	-123'398	-79'225	
Hotel N	219'030	49'566	162'310	7'154	26'781	
Hotel O	1'743'198	643'822	1'486'552	-387'176	-230'979	
Hotel P	816'367	223'193	637'702	-44'528	28'624	
Hotel Q	872'982	307'621	733'203	-167'843	-89'618	
Hotel R	13'968'629	4'898'219	11'715'269	-2'644'860	-1'393'192	
Hotel S	1'187'381	430'796	1'007'990	-251'405	-145'009	
Hotel T	1'945'102	751'822	1'677'042	-483'762	-309'475	
Hotel U	1'249'919	369'226	998'128	-117'434	-5'434	
Hotel V	1'775'879	645'485	1'505'739	-375'345	-216'215	
Restliche Vermieter	390'605	128'568	322'477	-60'440	-25'437	
Summen	50'914'336	16'695'799	42'301'975	-8'083'438	-3'521'216	

Variante HTW Chur		
Anzahl pos.	2	4
Anzahl neg.	21	19

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf eigenen Schätzungen