

# ZUKUNFT URI

Studie über die wirtschaftlichen Effekte des Tourismusresorts

Kurzfassung



# ZUKUNFT URI

Studie über die wirtschaftlichen Effekte des Tourismusresorts

Kurzfassung

## Inhaltsverzeichnis Kurzfassung

- 3 Fragestellungen, Untersuchungsmethoden, Planungsstand
- 4 Tourismusresort Andermatt - Wichtigste Kennzahlen
- 5 Volkswirtschaft – Welches sind die volkswirtschaftlichen Haupteffekte?
- 12 Immobilien – Wie stark steigt die Wohnungsnachfrage in Uri?
- 14 Tourismus im Urserental
- 15 Gesellschaft in Uri

Der Bericht gibt die Auffassung der Autoren wieder, die nicht notwendigerweise mit derjenigen des Auftraggebers oder der Begleitorgane übereinstimmen muss.

**ECOPLAN**

Forschung und Beratung  
in Wirtschaft und Politik

CH - 3005 Bern, Thunstrasse 22  
CH - 6460 Altdorf, Postfach

[www.ecoplan.ch](http://www.ecoplan.ch)  
[info@ecoplan.ch](mailto:info@ecoplan.ch)

Ernst **Basler+Partner**

Planungs-, Beratungs- und  
Ingenieurunternehmen

CH – 8032 Zürich, Mühle-  
bachstrasse 11

[www.ebp.ch](http://www.ebp.ch)  
[info@ebp.ch](mailto:info@ebp.ch)

F a h r l ä n d e r  
Raumentwicklung

CH – 8003 Zürich,  
Zurlindenstr. 118

[www.fahrlaenderpartner.ch](http://www.fahrlaenderpartner.ch)  
[sf@fpre.ch](mailto:sf@fpre.ch)

## Kurzfassung

### Die Fragestellungen

Das Tourismusresort Andermatt ist für Uri in verschiedener Hinsicht aussergewöhnlich: Qualität und Zahl der geplanten Hotel- und Appartement-Betten übertreffen das bisherige Angebot bei Weitem. Der 18-Loch Golfplatz ist einzigartig und wird zusammen mit dem neuen übrigen Angebot an Sport- und Freizeitmöglichkeiten die Attraktivität des Urserntals als Ferienort positiv verändern.

In der vorliegenden Studie werden die vielfältigen Auswirkungen des Tourismusresorts Andermatt untersucht und soweit möglich quantitativ abgeschätzt. Im Fokus dieser Arbeiten stehen dabei folgende Fragestellungen:

- Welche Umsatz- und Beschäftigungseffekte löst das Projekt im Kanton Uri aus? Wie sind die Folgen für die Wirtschaftsstruktur und das Urner Steueraufkommen?
- Welche Auswirkungen ergeben sich auf den Immobilienmarkt?
- Wie verändert sich der Tourismus in Uri und welche Auswirkungen hat dies auf die Tourismuswirtschaft?
- Welche Auswirkungen sind für die Gesellschaft zu erwarten?

Auf Aspekte der Umwelt und des Verkehrs wird im Rahmen dieser Untersuchung nur am Rande eingegangen, da es dazu separate Teilstudien (insbesondere den Umweltverträglichkeitsbericht) gibt.

### Die Untersuchungsmethoden und der Planungsstand

Zur Untersuchung dieser vielfältigen Fragenstellungen werden verschiedene wissenschaftliche Methoden verwendet wie z.B. die Input-Output-Analyse zur Abbildung der wirtschaftlichen Verflechtung der Urner Volkswirtschaft, teilstrukturierte Experteninterviews für die Ermittlung der Auswirkungen im Tourismus, Modelle zur Abschätzung der Veränderung im Immobilienmarkt, verschiedene statistische Berechnungen und ein umfangreicher Literaturresearch. Die quantifizierten Effekte beruhen auf dem Planungsstand der zur Vorprüfung eingereichten Quartiergestaltungspläne im Mai 2008. Die Grösse und das Angebot des Tourismusresorts werden sich im Rahmen der fortschreitenden Planungsarbeiten und der etappenweisen Realisierung weiter anpassen und an den jeweils aktuellen Marktbedürfnissen ausgerichtet werden. Bei der Interpretation der nachstehend präsentierten Ergebnisse ist diesem dynamischen Charakter des Projektes Rechnung zu tragen. Die quantitativen Angaben beruhen auf dem heutigen Wissens- und Planungsstand, verändert sich dieser, so hat dies auch entsprechende Auswirkungen auf die ermittelten Effekte.

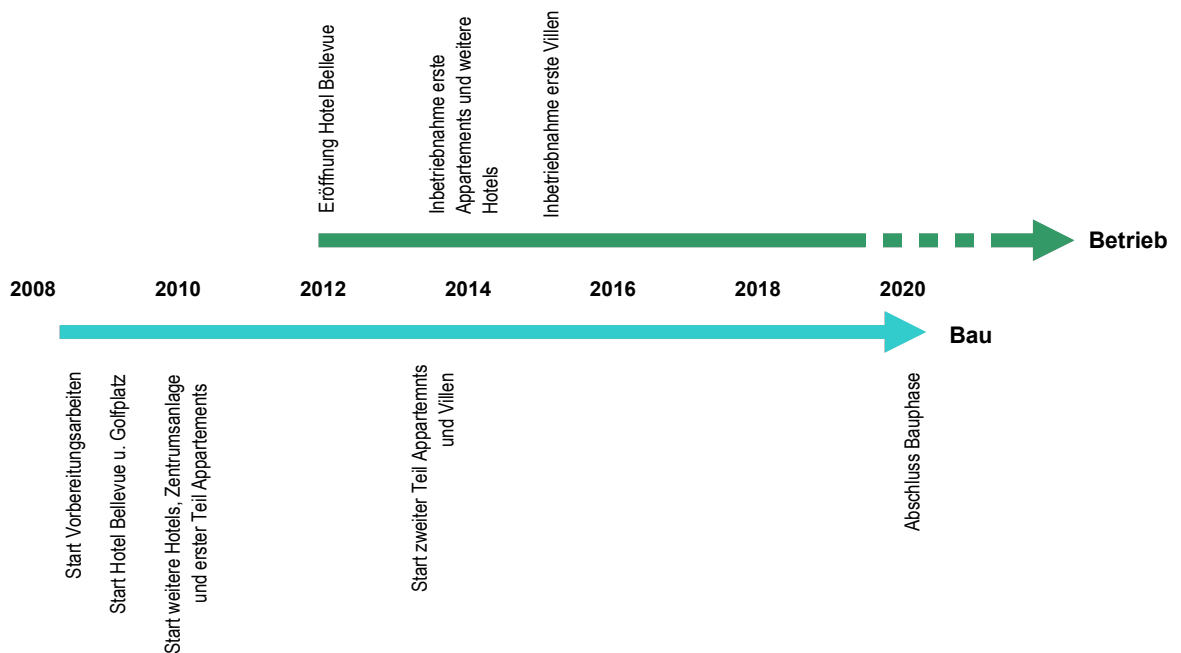
## Das Tourismusresort Andermatt

### a) Die wichtigsten Kennzahlen zum Resort und die etappenweise Realisierung

Die Andermatt Alpine Destination Company (AADC) plant, auf einer Fläche von 21 ha Hotels, Appartements und Villen zu realisieren sowie den Bahnhofsbereich umzugestalten. Des Weiteren ist im Resort ein hochmodernes Sportzentrum mit einem Schwimmbad und einem Spa-Bereich sowie ein 18-Loch Golfplatz geplant. Das Investitionsvolumen für das Gesamtprojekt beläuft sich auf rund 1.1 bis 1.3 Mrd. CHF (ohne Bau der Villen).

Das Projekt wird wie in Grafik K-1 dargestellt in mehreren Etappen realisiert. Gemäss heutigem Planungsstand sollen sich bis 2014 zwei Drittel des Tourismusresorts in Bau befinden.

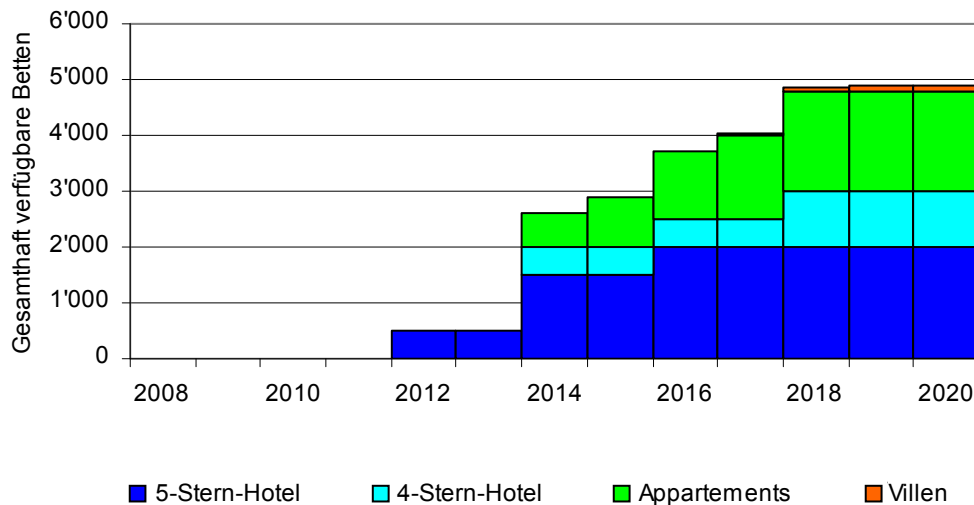
**Grafik K-1: Realisierung des Resorts erfolgt in Etappen**



Die etappenweise Realisierung erlaubt es der AADC, das Angebot laufend zu überprüfen und an die jeweiligen aktuellen Marktbedürfnisse anzupassen. Die Inbetriebnahme des ersten Hotels ist für 2012 vorgesehen (Hotel Bellevue).

Für die volkswirtschaftlichen Effekte ist vor allem das Bettenangebot in der Betriebsphase von zentraler Bedeutung. Wie in Grafik K-2 zeigt, ist im Vollbetrieb mit einem Angebot von 4'900 Betten zu rechnen, welche sich auf zwei 4-Stern-Hotels (1'000 Betten), vier 5-Stern-Hotels (2'000), 720 Appartements (1'800) und 40 Villen (100) verteilen. Im Vergleich zum heutigen Angebot im Urserental mit 2'300 Betten entspricht dies rund einer Verdreifachung.

**Grafik K-2: Geplantes Angebot an Hotels, Appartements und Villen im Tourismusresort Andermatt**



### b) Zielpublikum und Betriebskonzept

Als Zielpublikum des Resorts stehen wohlhabende, sportlich aktive Personen, vor allem aus der Schweiz und dem europäischen Raum sowie Amerika, im Vordergrund. Die wichtigsten Märkte im Ausland sind Deutschland, England, Italien, Skandinavien, die USA und Kanada. Das Tourismusresort beabsichtigt Gäste mit einer längeren Aufenthaltsdauer (drei bis sieben Tage) anzusprechen. Ein wichtiges Nachfrageelement sind jedoch auch die Tagestouristen. Zudem sollen in der Nebensaison für eine bessere Auslastung des Bettenangebots verstärkt Firmen als Zielpublikum für Konferenzen und Business-Meetings angeworben werden.

Bezüglich des Betriebskonzeptes werden für Hotels, Appartements und Villen unterschiedliche Ansätze verfolgt: Die Hotels verbleiben gemäss Planung grundsätzlich im Mehrheitsbesitz der AADC, sollen aber zusammen mit internationalen Hotelketten betrieben werden. Die Appartements werden nach dem Konzept „buy to use and let“ verkauft. Der Käufer überlässt dabei in seiner Abwesenheit die Räume zur Vermietung dem Resort. Die Villen werden ebenfalls verkauft und sollen mithelfen, den Liquiditätsbedarf für das Gesamtprojekt zu vermindern.

## Volkswirtschaft

### a) Welches sind die volkswirtschaftlichen Haupteffekte?

Die zentralen Auswirkungen von Bau und Betrieb des Tourismusresorts Andermatt lassen sich mit den Stichwörtern Umsatzwachstum, Zunahme der Beschäftigung sowie erhöhte

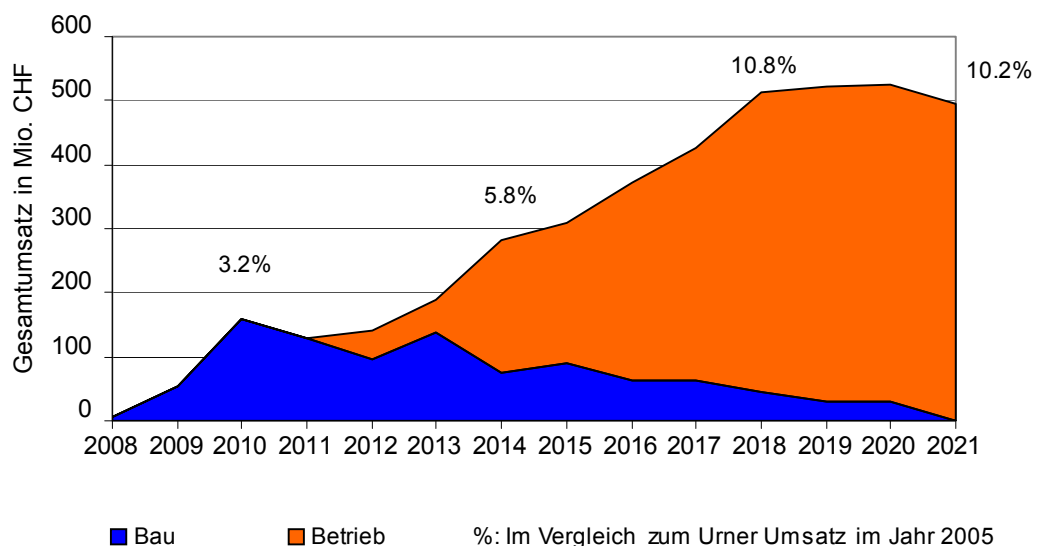
Steuererträge zusammenfassen. Die Grössenordnung dieser Effekte ist für Uner Verhältnisse ausserordentlich, wie die drei folgenden Grafiken zeigen.

In den ersten Jahren der intensiven Bautätigkeit steigt der **Gesamtumsatz** bis zu 160 Mio. CHF, was bezogen auf die gesamte wirtschaftliche Aktivität Uris im Jahr 2005 einen Zuwachs von gut 3% entspricht (vgl. Grafik K-3). Mit der Aufnahme des Betriebs erhöht sich der Gesamtumsatz weiter und erreicht im Jahr 2014 eine Zunahme von fast 300 Mio. CHF. Der Gesamtumsatz setzt sich dabei aus den folgenden drei Effekten zusammen:

- **Direkter Effekt:** Das ist die Umsatz- und Beschäftigungswirkung, welche sich unmittelbar aus Bau und Betrieb des Tourismusresorts ergibt.
- **Indirekter Effekt:** Hiermit sind Umsatz und Beschäftigung gemeint, die über Vorleistungen entstehen, so z.B. durch den Bezug von Sand und Kies für den Bau des Tourismusresorts Andermatt oder den Zukauf von Nahrungsmitteln für den Betrieb der Hotels, wobei zur Bereitstellung dieser Vorleistungen wiederum weitere Vorleistungen in anderen Branchen nachgefragt werden.
- **Induzierter Effekt:** Dieser Begriff umschreibt die Umsatz- und Beschäftigungswirkung, welche die Beschäftigten aus den direkten und indirekten Effekten mittels Konsum von zusätzlichem Einkommen bewirken.

Mit zunehmender Anzahl Betten und zunehmendem Auslastungsgrad wächst das Umsatzvolumen durch den Betrieb immer stärker an. Im Vollbetrieb und mit einer durchschnittlichen Bettenauslastung von 53% würde sich gegenüber heute ein Mehrumsatz von jährlich 500 Mio. CHF ergeben, was einer Zunahme von gut 10% aller heutigen Umsätze im Kanton Uri entspricht.

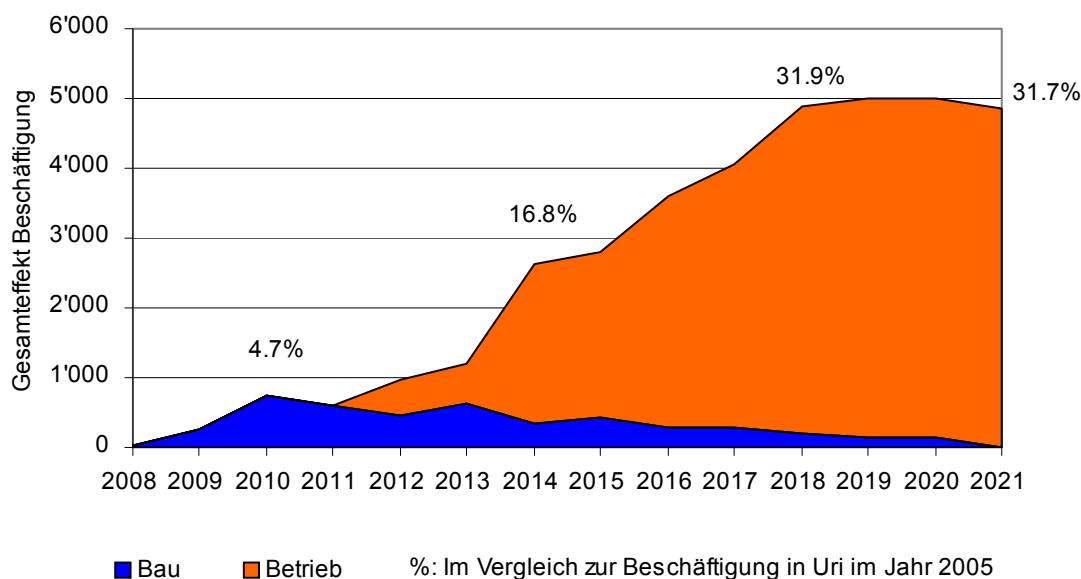
**Grafik K-3: Umsatzwirkungen im Kanton Uri durch Bau und Betrieb des Tourismusresorts Andermatt (direkte, indirekte und induzierte Effekte)**



Anmerkung: Bei der Interpretation der Ergebnisse ist immer zu beachten, dass die ermittelten Effekte auf dem Planungsstand Mai 2008 beruhen. Änderungen in der zeitlichen Realisierung oder in der Dimensionierung der Anlagen sind nicht nur zu erwarten, sondern bei einem Planungshorizont von über 10 Jahren auch wahrscheinlich. Vor diesem Hintergrund sind die nachstehenden quantifizierten Angaben zu sehen: Es handelt sich um eine Beschreibung der Zukunft wie sie sein würde, wenn das Tourismusresort Andermatt im heute geplanten Umfang und in der derzeit geplanten Etappierung realisiert wird.

Eine ähnliche Entwicklung wie beim Umsatz zeigt sich auch bei der **Beschäftigung**. Mit Aufnahme der intensiven Bautätigkeit in der Startphase der Realisierung erhöht sich die Beschäftigung im Jahr 2010 um 1'000 Arbeitsplätze gemessen in Vollzeitäquivalenten. Dies entspricht einer Zunahme von knapp 5% gegenüber der Ausgangslage im Jahr 2005 (rund 12'700 Vollzeitäquivalente in Uri). Mit Aufnahme des Betriebs nimmt die Zahl der Beschäftigten weiter stark zu. Im Jahr 2014 beläuft sich der Beschäftigungseffekte bereits auf 2'900 Personen oder auf eine Zunahme von fast 17%. Im Vollbetrieb werden durch das Tourismusresort direkt rund 2'600 Personen beschäftigt. Ein zusätzlicher Beschäftigungseffekt von 2'300 Personen ergibt sich durch die indirekten und induzierten Effekte, so dass die Gesamtzahl der Beschäftigten gegenüber 2005 um rund 4'900 Personen oder 38% zunimmt.

**Grafik K-4: Beschäftigungswirkungen im Kanton Uri durch Bau und Betrieb des Tourismusresorts Andermatt (direkte, indirekte und induzierte Effekte)**



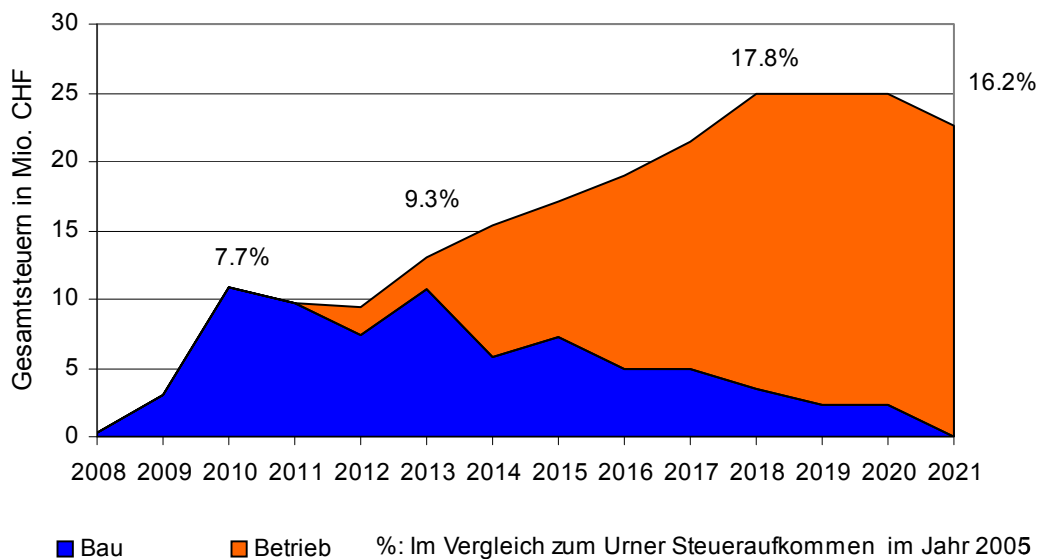
Zu diesem sehr grossen Beschäftigungseffekt trägt der Bau verhältnismässig wenig bei. Zum einen ist dies darauf zurückzuführen, dass in der Betriebsphase die betroffenen Branchen (Gastgewerbe, Handel, Verkehr, Immobilien, Nahrungs- und Genussmittel) sehr viel arbeits-



intensiver sind, als diejenigen der Bauphase (grosser Einsatz von Maschinen). Zum anderen stammt ein Grossteil der beschäftigten Arbeitnehmer während der Bauphase von auswärtigen Firmen, sie werden entsprechend in den ausgewiesenen Zahlen und in der Grafik K-4 nicht mitberücksichtigt.

Mit der Zunahme der Beschäftigung erhöhen sich Einkommen und Vermögen in Uri. Für die öffentliche Hand können daraus, wie in Grafik K-5 dargestellt, erhebliche zusätzliche **Steuer-einnahmen** resultieren. Bereits in den ersten Jahren des Baus nimmt der Ertrag aus Kantons-, Gemeinde- und Kirchensteuer markant zu (knapp 11 Mio. CHF oder +7.7% im Jahr 2010). Im Vollbetrieb ergeben sich im Vergleich zum Jahr 2005 Mehreinnahmen von fast 23 Mio. CHF, was einer Zunahme von über 16% entspricht.

**Grafik K-5: Gesamteffekt Steuern von Bau und Betrieb (Kantons-, Gemeinde- und Kirchensteuern)**



Die Abschätzung der Steuerträge geht von der Annahme aus, dass alle zusätzlich beschäftigten Personen Wohnsitz im Kanton Uri nehmen. Dieses Ziel stellt hohe Anforderungen an ein attraktives Wohnangebot und -umfeld in Uri.

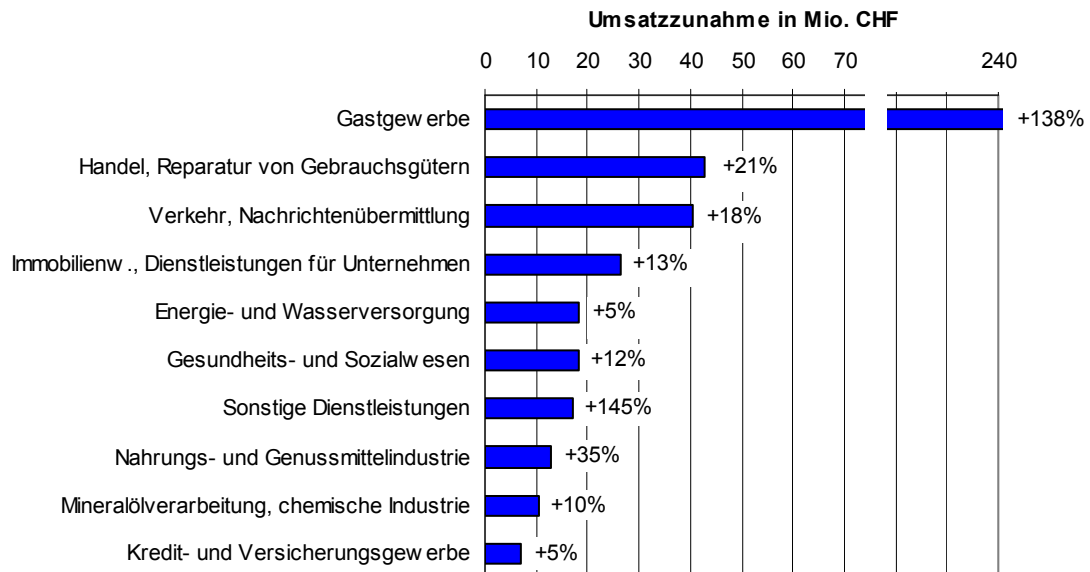
#### b) Welche Branchen profitieren am meisten?

Sowohl aus volks- wie auch aus betriebswirtschaftlicher Sicht interessiert nebst dem Gesamteffekt auch die Frage, wie sich die Effekte auf die einzelnen Branchen verteilen. Wie die Darstellung in Grafik K-6 zeigt, profitiert die Urner Wirtschaft in einem breiten Ausmass vom zukünftigen Betrieb des Tourismusresorts Andermatt: Nicht weniger als 10 Branchen können

im Vollbetrieb insbesondere als Zulieferer des Tourismusresorts mit einem Umsatzwachstum von über 6 Mio. CHF rechnen. Voraussetzung dazu ist, dass diese Zulieferbranchen wettbewerbsfähig bleiben und sich weiterhin optimal auf die Markterfordernisse ausrichten.

In der Grafik K-6 sind sowohl die absoluten Umsatzerhöhungen dargestellt wie auch die relative Zuwächse in Prozenten zum Ausgangsjahr 2005: Vom grössten absoluten Umsatzzuwachs profitiert mit rund 237 Mio. CHF das Gastgewerbe, was vor allem auf Ausgaben der Tourismusresort-Gäste für Übernachtung und Verpflegung zurückzuführen ist. Der grösste relative Zuwachs mit plus 145% wird der Branche „Sonstige Dienstleistungen“ prognostiziert, zu der unter anderem Dienstleistungen aus dem Bereich Coiffeursalons, Museen, Kinos, Gymnastik- und Fitnesszentren, Bibliotheken sowie Abfallbeseitigung zählen.

**Grafik K-6: Branchen mit dem grössten Umsatzzuwachs durch den Betrieb des Tourismusresorts Andermatt**



### c) Wie wirkt sich das Projekt auf die Dynamik der Urner Wirtschaft aus?

Empirische Untersuchungen für den Schweizer Alpenraum zeigen, dass in Regionen und Kantonen ähnlich dem Kanton Uri die Heimmärkte weitestgehend gesättigt sind und Wachstum nur noch über Exporttätigkeit realisiert werden kann. Damit diese Regionen und Kantone trotzdem wachsen und ihren Wohlstand halten können, sind sie auf Branchen angewiesen, welche die ungesättigte Nachfrage ausserhalb ihres Heimmarktes befriedigen können. Höchste Wirkung wird dann erzielt, wenn entsprechendes Wachstum mit einem hohen Multiplikatoreffekt in die Region hineingetragen wird. Dies bedeutet, dass ein Wertschöpfungswachstum in einer exportorientierten Branche über die in Uri bezogenen Vorleistungen auch

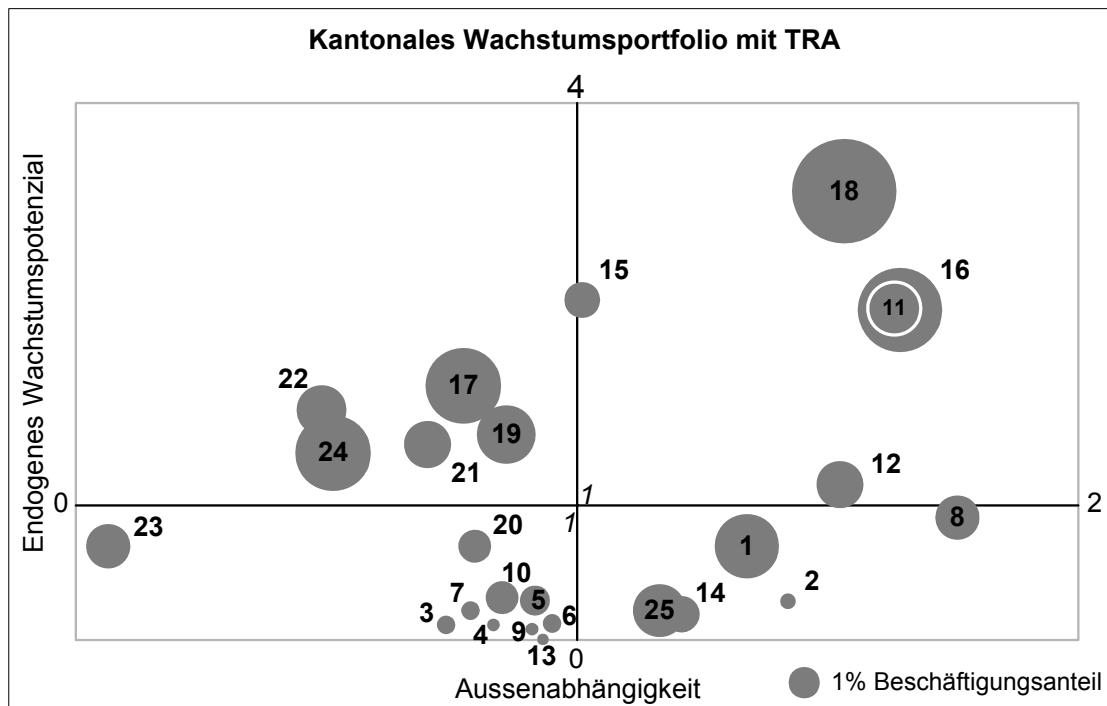
ein hohes Wertschöpfungswachstum in den übrigen Urner Unternehmen bewirkt. Diese Zusammenhänge lassen sich in einem Vierfelderdiagramm (vgl. Grafik K-7 auf der nächsten Seite) darstellen mit der Exportorientierung (Aussenabhängigkeit) auf der horizontalen Achse und der Intensität des Vorleistungsbezugs in Uri (endogenes Wachstumspotenzial) auf der vertikalen Achse: Im oberen rechten Quadranten sind jene Branchen abgebildet, welche im Vergleich zum Urner Durchschnitt stark exportorientiert sind und ihre Wertschöpfung zu einem überdurchschnittlich grossen Anteil mit Vorleistungen aus Uri erarbeiten. Die Grösse der Kreise reflektiert die Bedeutung der Branche in Bezug auf den Beschäftigungsanteil in Uri.

Die Darstellung in Grafik K-7 zeigt den prognostizierten Zustand bei Vollbetrieb des Tourismusresorts Andermatt ohne Bauphase. Zu den „Wachstumsmotoren“ mit grossem Exportanteil und hoher Vorleistungsverflechtung in Uri zählen dann zumal fünf Branchen: das Gastgewerbe (Nummer 18 in der Grafik) mit dem grössten Beschäftigungsanteil, das Baugewerbe (16), der Maschinenbau (11), die elektro- und feinmechanische Industrie (12) sowie noch knapp die Energie- und Wasserversorgung (15).

Bezüglich des Wachstumspotenzials der Urner Wirtschaft kann festgestellt werden, dass das Tourismusresort Andermatt die Branche „Gastgewerbe“ wesentlich stärkt und deren Exportorientierung aufgrund der geänderten Gästestruktur stark erhöht. Das Gastgewerbe ist mit seiner intensiven Vorleistungsverflechtung in Uri gleichzeitig geeignet, Wachstum von ausserhalb des Kantons liegenden Märkten aufzunehmen und in Uri weiterzugeben.

Werden allerdings Produkte- und Dienstleistungsdiversifizierungen wie auch die Verbesserung des Marktzugangs auf andere Aussenmärkte vernachlässigt, weil man sich ausschliesslich auf die hohe Nachfrage des Tourismusresorts und dessen Gäste verlässt, droht eine einseitige Konzentration der Urner Wirtschaft. In der Folge würden sich sowohl Wachstumsimpulse als auch Nachfragerückgänge bzw. Stagnation bei voll ausgelasteten Kapazitäten im Tourismusresort Andermatt übermässig auf die wirtschaftlichen Ergebnisse im Kanton Uri niederschlagen, wodurch langfristig ein stabiles Wirtschaftswachstum gefährdet und eine starke Abhängigkeit vom Geschäftsgang des Tourismusresorts Andermatt gegeben wäre.

**Grafik K-7: Wachstumsportfolio Kanton Uri inklusive Betrieb des Tourismusresorts Andermatt im Jahr 2019**



		Aussenabhängigkeit der Branchenwertschöpfung (Regionaler Durchschnitt = 1)	
		unterdurchschnittlich (< 1)	überdurchschnittlich (> 1)
Endogenes Wachstumspotenzial BRP (Regionaler Durchschnitt = 1)	überdurchschnittlich (> 1)	(17) Handel; Reparatur von Gebrauchsgütern (19) Verkehr, Nachrichtenübermittlung (21) Immobilienwesen, Dienstleistungen für Unternehmen, IT, F+E (22) Öff. Verwaltung; Sozialversicherung (24) Gesundheits- und Sozialwesen	(11) Maschinenbau (12) Elektro-, feinmechanische Industrie (15) Energie- und Wasserversorgung (16) Baugewerbe (18) Gastgewerbe
	unterdurchschnittlich (< 1)	(3) Nahrungs- und Genussmittelindustrie (4) Textilindustrie, Lederverarbeitende Industrie (5) Holzindustrie (ohne Möbel) (6) Papier-, Verlags-, Druckgewerbe (7) Mineralölverarbeitung, chemische Industrie (9) Glas-, Beton-, keramische Industrie (10) Metallindustrie (13) Fahrzeugbau (20) Kredit- und Versicherungsgewerbe (23) Erziehung und Unterricht	(1) Landwirtschaft (2) Bergbau (8) Gummi- und Kunststoffverarbeitung (14) Möbel, Schmuck, Design (25) Sonstige Dienstleistungen für Dritte

#### **d) Wo liegen die Chancen und Risiken aus Sicht der Urner Volkswirtschaft?**

Wird das Tourismusresort gemäss heutigem Planungsstand realisiert, so kann die Urner Volkswirtschaft von einem grossen Wachstumsimpuls profitieren. Von den positiven Effekten können nebst dem Gast- und Baugewerbe zahlreiche weitere Branchen profitieren. Voraussetzung dazu ist, dass sich die Urner Unternehmen bewusst sind, auch beim Tourismusresort mit auswärtigen Zuliefern in einem Wettbewerb zu stehen und daher weiterhin an ihrer Wettbewerbsfähigkeit arbeiten.

Die zusätzliche Nachfrage durch das Tourismusresort ermöglicht Urner Unternehmen, ihren Betrieb auszubauen. Damit lassen sich Skalenerträge erzielen und die Arbeitsproduktivität erhöhen, was die Wettbewerbsfähigkeit verstärkt. Wichtig dabei ist die bewusste Ausrichtung auch auf den Markt ausserhalb Uris, so dass konjunkturelle Schwankungen im Tourismusresort nicht zum Klumpenrisiko der Urner Wirtschaft werden, sondern dank guten Marktbeziehungen ausserhalb Uris aufgefangen werden. Die etappenweise Realisierung bietet der Urner Volkswirtschaft die Chance, sich kontinuierlich mit dem Ausbau des Tourismusresorts weiterzuentwickeln.

### **Immobilien**

#### **a) Wie stark steigt die Wohnungsnachfrage in Uri?**

Bereits die Bekanntgabe des Projekts Tourismusresort Andermatt im Jahr 2005 scheint einen Nachfrageschub im Immobilienbereich ausgelöst zu haben, so sind die Preise für Wohnungen in der Region Urner Oberland erheblich gestiegen. Inzwischen liegen die Preise für Eigentumswohnungen in Andermatt über dem Niveau der Kantonshauptstadt Altdorf und auch jene für Einfamilienhäuser haben das entsprechende Niveau von Altdorf beinahe erreicht.

Mit der Realisierung und dem Betrieb des Tourismusresorts Andermatt wird die Nachfrage nach Wohnraum stark ansteigen. Wie bereits erläutert wird im Vollbetrieb (2020) mit ca. 2'600 Angestellten im Tourismusresort gerechnet, mit den indirekten und induzierten ergibt sich ein Beschäftigungseffekt von rund 4'900 Personen. Im heutigen Zeitpunkt ist der dadurch ausgelöste Wohnungsbedarf schwierig abzuschätzen, da das Ausmass abhängig davon ist, wo die zusätzlich Beschäftigten ihren Wohnsitz haben. Insgesamt wird für die Unterbringung der Beschäftigten und ihren Angehörigen mit einem Bedarf von rund 3'700 Wohnungen gerechnet.

Der aktuelle Leerstand beläuft sich im Kanton Uri auf knapp 150 Wohnungen, somit verbleibt ein Bedarf von rund 3'550 Wohnungen. Im Vergleich dazu beläuft sich der heutige Wohnungsbestand in Andermatt auf knapp 540 Wohnungen, im gesamten Kanton Uri auf 12'600 Wohnungen. Oder mit anderen Worten: Soll der Mehrbedarf an Wohnraum in Uri befriedigt werden, so würde dies einen Zubau von rund 30% des aktuellen Wohnungsbestands bedingen.

**b) Lässt sich diese Zusatznachfrage mit Angeboten in Uri abdecken?**

Im Urner Oberland (Gurtellen bis Realp) könnte, wie die detaillierte Analyse der Wohnbaumöglichkeiten zeigt, ein Erstwohnangebot von maximal 1'200 Wohnungen geschaffen werden, sofern die vorhandenen Reserven vollständig ausgenutzt würden (Auffüllen der bisher unüberbauten Bauzonenflächen, Verdichtung sowie Neueinzonungen).

Als besonders attraktiver Alternativstandort kann das Untere Reusstal (Altdorf bis Amsteg) auf Grund der guten Erreichbarkeit Andermatts betrachtet werden - trotz des vergleichsweise hohen Preisniveaus. Die verfügbaren Wohnzonen dürften für den Neubau der benötigten Zahl an Wohnungen problemlos ausreichen. Grundsätzlich kann die zusätzliche Wohnungsnachfrage in Uri befriedigt werden.

In Konkurrenz steht das Untere Reusstal insbesondere mit der Leventina, da dort der Wohnraum vergleichsweise günstig ist und eine ähnliche gute Erreichbarkeit aufweist.

**c) Welche Chancen und Risiken ergeben sich im Immobilienbereich?**

Will man die Beschäftigten in Uri halten, so muss das Wohnangebot im benötigten Umfang und parallel mit der etappenweisen Inbetriebnahme des Tourismusresorts realisiert werden. Denn es besteht die Gefahr, dass die Angestellten des Tourismusresorts ausserhalb des Kantons Wohnsitz nehmen, wenn ihnen nicht bereit ab dem ersten Arbeitstag Wohnraum in Uri zur Verfügung steht. Grosse Teile der Konsum- und Steuereffekte wären so für Uri verloren.

Der Bau dieses zusätzlichen Wohnraumbedarfs durch die Beschäftigungswirkung des Tourismusresorts Andermatt eröffnet ein fast gleich grosses potenzielles Investitionsvolumen wie der Bau des Resorts selbst. Für die gesamte Baubranche (Baugewerbe, Architekten, Planer, Zulieferer) ergeben sich damit gute Aussichten bezüglich Auslastung und Umsatzentwicklung.

Damit der Zuzug dieser Beschäftigten nach Uri gesichert ist, muss nebst dem Wohnungsangebot auch für ein attraktives Umfeld gesorgt werden. Hier kann die öffentliche Hand mit der weiteren Förderung von Kultur-, Freizeit- und Sportangebot unterstützend wirken. Bedeutsam für die Attraktivität des Unteren Reusstals als Wohnort für die Beschäftigten des Tourismusresorts ist dabei auch eine gute ÖV-Erschliessung für die innerkantonalen Pendler ins Urserental.

Die zusätzlichen Steuereinnahmen dank des Tourismusresorts geben hier einen gewissen Handlungsspielraum, sowohl auf der Ausgaben- wie auch auf der Einnahmenseite.

## **Tourismus**

### **a) Wie verändert sich der Tourismus im Urserntal?**

Wie bereits erwähnt wird sich mit der Realisierung des Tourismusresorts das Beherbergungsangebot von heute rund 2'300 Betten auf rund 7'200 mehr als Verdreifachen. Die Zahl der Logiernächte wird im Vollbetrieb auf gegen 1 Mio. steigen, was im Vergleich zur Saison 2006/2007 mit 70'000 Übernachtungen einer enormen Nachfragesteigerung entspricht. Das jährliche Umsatzvolumen durch Ausgaben der Resort-Gäste ausserhalb des Resorts wird auf rund 100 Mio. CHF geschätzt, davon werden knapp 70 Mio. CHF direkt in Uri nachgefragt und das heutige Umsatzvolumen der wichtige touristische Leistungsträger um mehr als 30% erhöhen.

Nebst diesem sehr grossen quantitativen Wachstum wird sich auch das Image Uris und des Urserntals verändern: Seit der Veröffentlichung der geplanten Investitionsabsichten hat sich der Bekanntheitsgrad von Andermatt national und international enorm vergrössert. Mit der Realisierung des Resorts wird die positive Ausstrahlung des Resorts für den ganzen Tourismus im Urserntal und in Uri zu einem Imagegewinn führen. Das geplante Tourismusangebot im und ums Resort wird dabei einen attraktiven Anziehungspunkt für bisherige und neue Gäste ausserhalb des Resorts darstellen.

### **b) In welchen Bereichen besteht Handlungsbedarf?**

Ausserhalb des Tourismusresorts Andermatt besteht in verschiedenen Bereichen Handlungsbedarf, um sowohl das Tourismusresort als auch die gesamten Destination Andermatt / Urserntal erfolgreich betreiben zu können. Zu den hauptsächlichen Handlungsfeldern zählen der Ausbau der touristischen Transportanlagen, die Verbesserung des Skigebiets (Seilbahnen, Sessellift, Verpflegung im Skigebiet), die generelle Anhebung des Qualitätsstandards in der Hotellerie (3-Stern) und Gastronomie, die Vergrösserung des Detailhandelsangebots sowie der Ausbau des Angebots im Freizeit-, Sport- und Kulturbereich (Ausflüge und Events).

### **c) Wo liegen die Chancen und Risiken für die einheimischen Anbieter?**

Mit dem Tourismusresort werden viele wohlhabende Gäste nach Andermatt kommen, die ein breites und attraktives Angebot wünschen. Dies eröffnet den einheimischen Betrieben die Möglichkeit, im Tourismusbereich ihr Angebot auszubauen neue Angebote zu realisieren. Die Ausstrahlung des Tourismusresorts wird aber auch vermehrt potenzielle Konkurrenten von auswärts anziehen. Einheimische Anbieter, die sich auf die neue Gästestruktur nicht anpassen oder wegen finanzieller Engpässe nicht genügend anpassen können, laufen deshalb Gefahr, aus dem Markt verdrängt zu werden.

## **Gesellschaft**

### **a) Das Arbeitsangebot in Uri nimmt zu – quantitativ und qualitativ**

Im Vollbetrieb vergrössert das Tourismusresort Andermatt das Arbeitsplatzangebot in Uri direkt um rund 2'600 Stellen und indirekt um rund 2'300 Stellen. Die meisten Stellen werden durch den Zuzug ausserkantonaler Arbeitnehmer besetzt werden müssen. Die neu geschaffenen Stellen im Tourismusresort werden vor allem durch junge und bis zur Hälfte ausländische Arbeitskräfte besetzt werden. Zusätzlich wird sich eine kantonsinterne Stellenmigration in Gang setzen, welche zu einer Verbesserung des Arbeitsplatzes besonders für hochqualifizierte Arbeitnehmer im Bereich Tourismus führen kann. Somit wird als Ganzes der Arbeitsmarkt Uri für Stellensuchende innerhalb und ausserhalb des Kantons interessanter.

### **b) Der Rückgang der Bevölkerung und die Überalterung wird gestoppt**

Mit dem Zuzug von Arbeitskräften und ihren Familienangehörigen wird der Trend zur Abnahme der Wohnbevölkerung gestoppt. Gegenüber dem Stand von 2005 kann im Vollbetrieb mit einem Zuzug von gegen 6'000 Personen gerechnet werden – vorausgesetzt das Wohnungsangebot ist vorhanden und konkurrenzfähig.

Mit der Zuwanderung vorwiegend jüngerer Arbeitnehmenden wird die Alterstruktur der Gesamtbevölkerung verjüngt. Gleichzeitig wird der Anteil der ausländischen Bevölkerung von rund 8.5% im Jahr 2006 auf rund 12% nach voller Inbetriebnahme des Resorts steigen. Die Integrationsbemühungen erlangen in diesem Kontext zusätzlich an Bedeutung.

### **c) Die Infrastrukturanlagen sind anzupassen**

Die Zunahme der Gäste und der Bevölkerung im Urserntal bedingen Anpassungen und Erweiterungen in der Infrastruktur im Urserntal. Speziell zu erwähnen sind die Bereiche Elektrizität, Wasserversorgung, Abwasserentsorgung, Verkehrserschliessung und Hochwasserschutz. Je nach dem Wohnortsentscheid der Beschäftigten muss auch das Schulangebot im Urserntal erweitert werden.

### **d) Die lokale Identität und Kultur steht vor Herausforderungen**

Im Jahr 2007 befanden sich in Andermatt durchschnittlich etwa 1.5 Gäste pro 10 Einwohner. Bei Vollbetrieb des Resorts wird sich dieser Wert auf 14 Gäste pro 10 Andermattner Einwohner fast verzehnfachen. Zudem werden auch wie weiter oben erläutert viele Beschäftigten von auswärts kommen. Um die lokale Identität und Kultur behalten und weiterentwickeln zu können, wird es deshalb notwendig sein, dass die bisherigen Bewohner ihre Kultur (noch) intensiver pflegen und evtl. gegenüber den Gästen und Neuzuzüglern präsentieren. Gleichzeitig können die Angebote im Tourismusresort (wie z.B. Bowlingbahnen, Vinotheken, Billardsäle, Kinos und Bars) das kulturelle Leben im Urserntal auch beleben.



ZUKUNFT URI

**Andermatt**

A yellow arrow-shaped sign with a white border, pointing towards the right. The sign is mounted on a metal pole. The background is a scenic view of a mountain valley with a town, green fields, and snow-capped peaks under a clear blue sky.

