



Département des transports, de l'équipement et de l'environnement
Department für Verkehr, Bau und Umwelt

Département de l'économie, de l'énergie et du territoire
Department für Volkswirtschaft, Energie und Raumentwicklung

CANTON DU VALAIS
KANTON WALLIS



TOURISTISCHER INTERESSENSNACHWEIS VON HELISKIING IM KANTON WALLIS

Schlussbericht

Sion, 23. Dezember 2011

TOURISTISCHER INTERESSENSNACHWEIS VON HELISKIING IM KANTON WALLIS

Schlussbericht, Sion, 23. Dezember 2011

Begleitkommission

Gilles Délèze	Dienststelle für Verkehrsfragen, Kanton VS
Antoine Fardel	Dienststelle für Wirtschaftsentwicklung, Kanton VS
Martin Bellwald	Dienststelle für Raumentwicklung, Kanton VS

Grundlagenbeschaffung

Roman Frick (INFRAS)
Christine Najjar (INFRAS)

INHALT

Zusammenfassung	5
1. Einleitung	8
1.1. Ausgangslage und Ziele	8
1.2. Vorgehen und Grundlagen	9
2. Gesamkantonaler Interessensnachweis	11
2.1. Touristische Konzepte und Strategien	11
2.2. Flugfrequenzen und Nachfrage Heliskiing	13
2.3. Bedeutung des Tourismus allgemein	17
2.4. Touristische Bedeutung des Heliskiing	18
2.4.1. Beurteilung der ARE-Kriterien	18
2.4.2. Direkter Nutzen von Heliskiing	19
2.4.3. Indirekter Nutzen von Heliskiing	20
2.5. Innertouristische Konfliktfelder	22
2.6. Abstimmung mit der kantonalen Richtplanung	24
3. Touristischer Interessensnachweis Region Aletsch	27
3.1. Touristische Konzepte und Strategien	27
3.2. Flugfrequenzen und Nachfrage Heliskiing	32
3.3. Touristische Bedeutung des Heliskiing	35
3.3.1. Direkter Nutzen	36
3.3.2. Indirekter Nutzen	39
3.4. Innertouristische Konfliktfelder	40
3.5. Raumplanerische Abstimmung	42
3.6. Fazit für die Region Aletsch	42
4. Touristischer Interessensnachweis Region Wallis-Südwest	43
4.1. Touristische Konzepte und Strategien	43
4.2. Flugfrequenzen und Nachfrage Heliskiing	46
4.3. Touristische Bedeutung des Heliskiing	48
4.3.1. Direkter Nutzen	50
4.3.2. Indirekter Nutzen	53
4.4. Innertouristische Konfliktfelder	53
4.5. Raumplanerische Abstimmung	54
4.6. Fazit für die Region Wallis-Südwest	54

5.	Touristischer Interessensnachweis Region Sanetsch	55
5.1.	Touristische Konzepte und Strategien	55
5.2.	Flugfrequenzen und Nachfrage Heliskiing	57
5.3.	Touristische Bedeutung Heliskiing	60
5.3.1.	Direkter Nutzen	61
5.4.	Indirekter Nutzen	63
5.5.	Inntertouristische Konfliktfelder	64
5.6.	Raumplanerische Abstimmung	64
5.7.	Fazit für die Region Sanetsch	65
ANNEX		66
Anhang 1:	Interviewpartner	66
Anhang 2:	Fokus Val d'Hérens	68
Literatur		75

ZUSAMMENFASSUNG

Das Verfahren des Sachplan Infrastruktur der Luftfahrt (SIL) verlangt für den Teilprozess Gebirgslandeplätze (GLP) sogenannte touristische Interessensnachweise im Zusammenhang mit Heliskiing. Der Kanton Wallis hat in einem früheren Bericht bereits die entsprechenden Grundlagen für die Region Wallis-Südost resp. Zermatt zusammengestellt. Im vorliegenden Bericht werden die touristischen Interessen der drei weiteren Walliser Regionen (Aletsch, Wallis-Südwest, Sanetsch) sowie letztlich des Gesamtkantons dargelegt. Der Bericht konzentriert sich auf die Wirkungen für den Kanton Wallis. Bei den GLP-Regionen im Norden (Aletsch und Sanetsch) wird auch ein qualitativer Blick auf die Nachbarkantone Bern und Waadt geworfen.

Für den **Kanton Wallis** gesamthaft und in quantitativer Hinsicht hat Heliskiing eine geringe Bedeutung: Die grob geschätzte direkte Wertschöpfung liegt bei ca. 6 bis 7 Mio. Franken pro Jahr (ca. ein Promille der touristischen Wertschöpfung). Hauptprofiteure sind die Heliunternehmen sowie die Bergführerschaft. Geografisch haben Zermatt (Wallis-Südost) und Verbier (Wallis-Südwest) die grössten direkten Nutzen. Es gilt jedoch zu beachten, dass die Heliskiing-Kundschaft sehr mobil ist. Entsprechend können die Nutzen nur bedingt einzelnen Region zugewiesen werden resp. fallen überregional an.

Entscheidend sind die indirekten Nutzen von Heliskiing; wobei drei Nutzenkategorien im Vordergrund stehen:

- › Allgemeines touristisches Image: Der Kanton insgesamt und die insbesondere die grössten Destinationen vermarkten sich als internationale Top-Destination mit hohem Erlebniswert. Heliskiing ist dabei ein Nischenangebot, dessen Wirkung aber beim gehobenen Kundensegment nicht zu unterschätzen ist. Im Gebiet mit den meisten 4000er Gipfel der Alpen können die Walliser Destinationen diesen USP besonders stark ausspielen.
- › Stabilisierende Einkommenseffekte: Abgesehen von den direkten Umsatzwirkungen ermöglicht Heliskiing stabilisierende Einkommenseffekte bei ausgewählten Branchen (Heliunternehmen, Bergführer, Hotellerie / Gastronomie, tlw. Transportgewerbe) sowohl in zeitlicher Hinsicht (Zwischensaison im Frühjahr), als auch geografisch (tlw. periphere strukturschwache Regionen). Die Vielfacht an Gebirgslandeplätzen unterstützt diese stabilisierenden Effekte (Witterungs- und Schneeverhältnisse, skifahrerisches Niveau). Seitens der Bergführerschaft wird explizit „Qualität vor Quantität“ dieses Nischenangebotes gestellt, d.h. es wird kein Ausbau angestrebt.
- › Stabilisierung des Flugwesens: Heliskiing leistet einen Beitrag zur Ausbildung bzw. Routinesicherung der Helipiloten im schwierig zu fliegenden Hochgebirge (Luftdruck, Licht-,

Wind- und Schneeverhältnisse). Trainingsflüge sind zwar auch über Simulatoren virtuell möglich, können die realen Bedingungen aber niemals vollständig ersetzen.

Innertouristische Konfliktfelder sind vorhanden (v.a. Lärm, Skitourenzügler, Marketingkonflikte), wiegen aber insgesamt deutlich weniger stark als die Nutzen und sind regionspezifisch zu differenzieren.

Die raumplanerische Abstimmung erfolgt primär über den Richtplan des Kantons Wallis, welcher mit dem Koordinationsblatt C.13/3¹ Grundsätze zum Thema Gebirgslandeplätze und Helikopterflugfelder definiert. Das Koordinationsblatt hat vor allem dann Vollzugsrelevanz, wenn es um neue oder neu zu verteilende Standorte geht. Auf überkommunaler, regionaler Ebene existiert im Kanton Wallis keine institutionalisierte Raumplanung.

Für die drei GLP-Regionen zeigen sich ergänzend zu diesen allgemeinen Erkenntnissen folgende Besonderheiten:

- › **Aletsch:** Die innerregionalen Nutzen für das Lötschental und die Aletscharena (Bergführer, Hotellerie / Gastronomie, Transportwesen) sind insgesamt sehr klein, mit Ausnahme einzelner Anbieter. Die GLP-Region Aletsch-Susten wird auch stark von der Berner Seite angefliegen. Der besondere Reiz der GLP-Region Aletsch liegt in der grossräumigen hochalpinen Szenerie. Durch die mobile Kundschaft kann dies von allen Regionen vermarktet werden. Das grösste innertouristische Konfliktpotenzial liegt im Zusammenhang mit der Vermarktung der Region als einmaliges Naturerlebnis / sanftem Tourismus (insbesondere im Lötschental²). Eine sorgfältige Interessensabwägung ist hier wichtig (Stichwort Unesco-Label), zumal die direkt in der Region anfallenden wirtschaftlichen Nutzen des Heliskiings sehr klein sind.
- › **Wallis-Südwest:** Heliskiing hat für die Region Wallis-Südwest eine höhere Bedeutung (Bergführer, Heliunternehmen, Hotellerie und v.a. auch Parahotellerie, Taxigewerbe). Namentlich in Verbier hat Heliskiing einen besonderen Stellenwert, da es ins touristische Gesamtkonzept passt, welches ein internationales, auf Adventure ausgerichtetes Zielpublikum anspricht: Heliskiing ist ein zusätzliches Nischenangebot in der Produktelinie „haut de gamme“. Das zweite betroffene Schwerpunktgebiet Val d'Hérens erlaubt in Arolla mehrere Heliski-Flüge am Tag mit hoher Abfahrtsvariabilität. Dies bietet der peripher gelegenen Region und dabei insbesondere der Bergführerschaft ein wichtiges Zusatzeinkommen.
- › **Sanetsch:** Die innerregionalen Nutzen sind aufgrund geringerer Frequenzen im Vergleich zu den übrigen GLP-Regionen klein. Zudem wird auch die GLP-Region Sanetsch stark von der erner Seite angefliegen. In den offiziellen Tourismuskonzepten / Marketingstrategien von Crans-

¹ Staatsratsentscheid vom 01.12.1999; Genehmigung durch den Bund am 22.12.1999.

² Wobei die lokale Bevölkerung diesen Konflikt nicht so wahrnimmt.

Montana und Anzère findet Heliskiing keine direkte Erwähnung. Auf der anderen Seite spricht Crans-Montana ein breites internationales Publikum im gehobenen Segment an. Auch wenn dabei nicht speziell der Adventure-Tourismus im Vordergrund steht, so hat dieser bei einem Teil der internationalen Kundschaft durchaus seine Bedeutung. Positiv ins Gewicht fällt im Falle von Crans-Montana zudem, dass die innertouristischen Konfliktfelder geringer sind (keine Lärmbelastung, keine Schutzgebiete).

1. EINLEITUNG

1.1. AUSGANGSLAGE UND ZIELE

Am 18.10.2000 verabschiedete der Bundesrat den Sachplan Infrastruktur der Luftfahrt (SIL) und beschloss ein schrittweises Vorgehen für die weiteren Sachplanteile, namentlich die Erarbeitung des Objektteils. Der Sachplan Infrastruktur der Luftfahrt (SIL) legt im Teil III

B6a_GEBIRGSLANDEPLÄTZE³ die Grundsätze für die Überprüfung fest und definiert ein etappenweises Vorgehen mit konkreten Koordinationsstufen auf regionaler Ebene. In Koordinationsgesprächen sollen schrittweise die Objektblätter erarbeitet werden. Darin sind neben der genauen Bezeichnung der einzelnen Gebirgslandeplätze vor allem die Nutzungsbedingungen zu definieren.

Für diese Koordinationsprozesse verlangt das Sachplanverfahren sogenannte touristische Interessensnachweise. Dieser Interessensnachweis entspricht der Festlegung G4 gemäss Sachplananpassung Teil III B6a_GEBIRGSLANDEPLÄTZE: *„Für die Bezeichnung von Gebirgslandeplätzen mit Heliskiingnutzung ist ein gesamttouristisches, qualifiziertes Interesse, wie z.B. mittels eines regionalen oder kantonalen Tourismuskonzepts nachzuweisen und die Abstimmung mit dem kantonalen Richtplan sicherzustellen.“*

Der Kanton Wallis hat in einem früheren Bericht bereits die entsprechenden Grundlagen für die Region Wallis-Südost resp. Zermatt zusammengestellt⁴. Im vorliegenden Bericht werden nun in Abstimmung mit dem Sachplanverfahren des Bundes die touristischen Interessen der drei weiteren Walliser Regionen (Aletsch, Wallis-Südwest, Sanetsch) sowie letztlich des Gesamtkantons dargelegt.⁵

Das **Hauptziel** des Berichtes besteht darin, Unterlagen und Argumentarien zu zwei Aspekten zusammenzutragen:

1. Gesamttouristischer Interessensnachweis
2. Abstimmung mit dem kantonalen Richtplan.

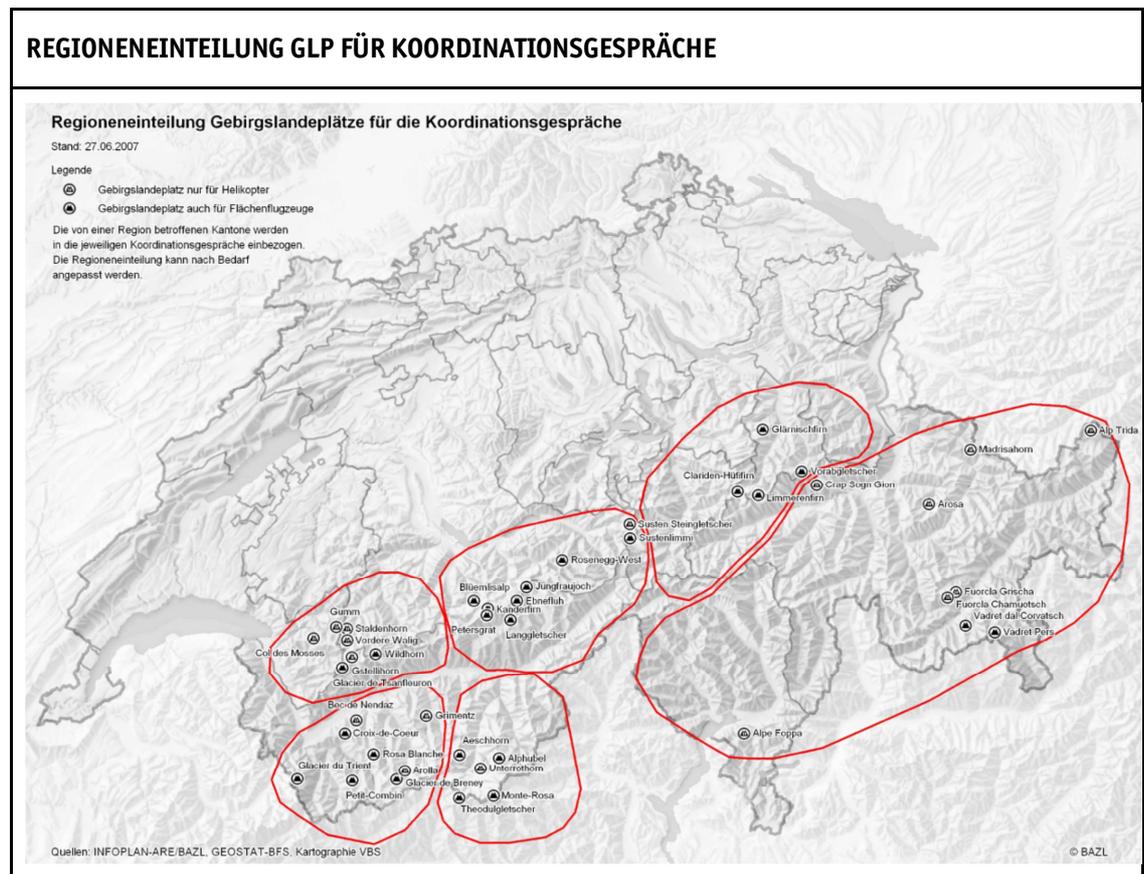
Es geht hingegen nicht darum, die ganze Breite der möglichen Konfliktfelder von Heliskiing in den Bereichen Natur- und Landschaftsschutz, Fauna/Wildtiere sowie Ruhe/Erholung abzuhandeln. Auch geht es nicht darum, die lokale Verteilung von Gebirgslandeplätzen (GLP), sowie

³ „SIL Teil III B6a-Gebirgslandeplätze, Konzeptionelle Ziele und Vorgaben mit Erläuterungs- und Prüfungsbericht“ vom 27.06.2007.

⁴ TOURISTISCHER INTERESSENSNACHWEIS VON HELISKIING – REGION WALLIS-SÜDOST, Schlussbericht vom 18. Dezember 2009.

⁵ Die angrenzenden Regionen im Kanton Bern und Vaud werden ebenfalls qualitativ einbezogen.

Nutzungsbedingungen bzw. Nutzungseinschränkungen zu diskutieren. Dies ist Hauptgegenstand der regionalen Koordinationsprozesse im Sachplanverfahren.



Figur 1 Sechs Regionen für die Organisation der Koordinationsgespräche im Rahmen des SIL-Prozesses Gebirgslandeplätze (Quelle: BAZL).

1.2. VORGEHEN UND GRUNDLAGEN

Zur Erarbeitung des Nachweises gemäss Festlegung G4 SIL-Verfahren hat der Kanton Wallis ein schrittweises Vorgehen gewählt, in Abstimmung mit dem Zeitplan des Sachplanverfahrens. Das heisst, als erste Region wurde Wallis-Südost betrachtet, danach sukzessive die übrigen vier im Kanton Wallis liegenden GLP-Regionen (Figur 1).

Die nötigen Grundlagen zum vorliegenden Bericht wurden im Wesentlichen über vier Informationsquellen zusammengetragen, gewürdigt und in einen Gesamtzusammenhang gebracht. Die Grundlagen basieren auf:

› **Kantonale und kommunale Dokumente:** Darunter werden hauptsächlich die in den Regionen sowie im Kanton Wallis vorliegenden touristischen Konzepte, Leitbilder oder Strategien

mit direktem oder indirektem Bezug zum Heliskiing verstanden. Daneben wurden die Elemente der kantonalen Richtplanung und darauf basierenden regionalen oder kommunalen Raumplanungsgrundlagen zusammengetragen, welche einen Bezug zum Thema haben.

- › **Statistiken:** Aufarbeitung der neuesten Statistiken (BAZL, Heliunternehmen) im Zusammenhang mit dem Flugbetrieb sowie der übrigen touristischen Kennziffern.
- › **Literaturanalyse:** Recherche von in- und ausländischen Studien zum Thema der wirtschaftlichen Bedeutung von Heliskiing. Direkt aufs Heliskiing bezogene Studien sind sehr spärlich. Berücksichtigt werden deshalb auch Tourismusstudien mit indirektem Bezug zum Thema.
- › **Interviews:** Telefonische oder persönliche Gespräche mit regionalen und kantonalen Vertretern aus den zwei Bereichen Tourismus und Raumplanung sowie die Diskussionen innerhalb der Begleitgruppe komplettieren die Grundlagen (siehe Liste der Interviewpartner im Anhang).

2. GESAMKANTONALER INTERESSENSNACHWEIS

2.1. TOURISTISCHE KONZEPTE UND STRATEGIEN

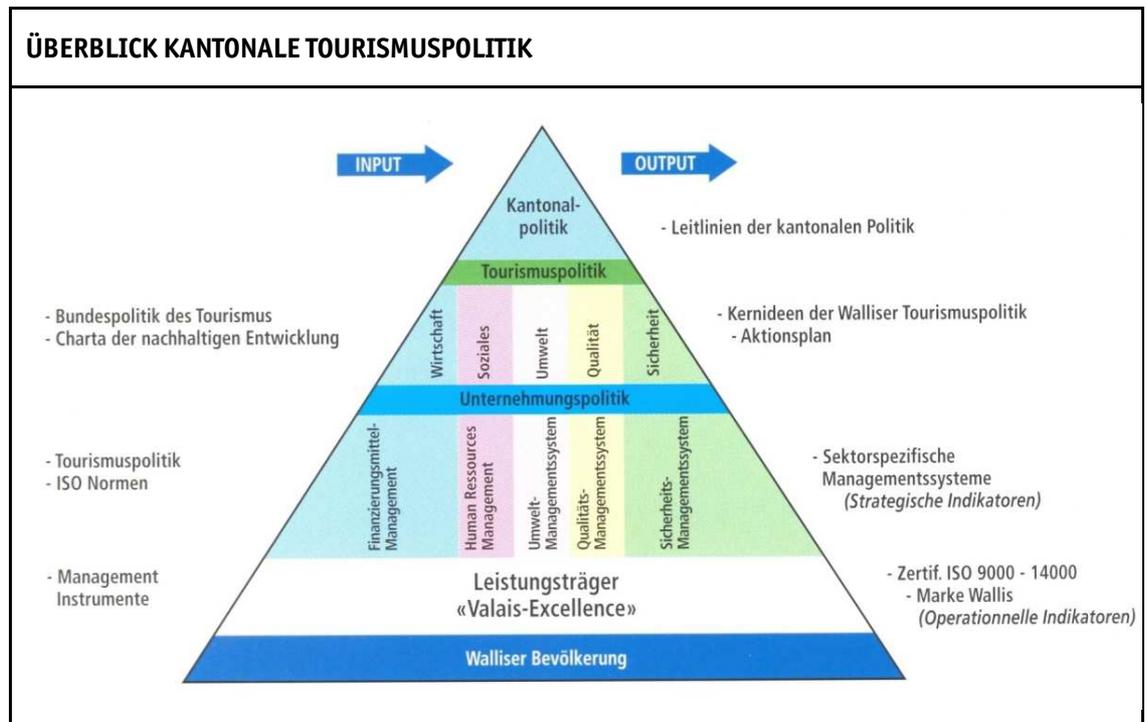
Das zurzeit gültige tourismuspolitische Strategiepapier des Kantons Wallis⁶ wurde im Jahr 2003 vom Staatsrat und von Wallis Tourismus genehmigt. Rechtliche Grundlage bildet das kantonale Tourismusgesetz⁷. Eine wichtige politische Grundlage bildet die „Charta der nachhaltigen Entwicklung“ (gutgeheissen vom Grosse Rat im Juni 1998). Die kantonale Tourismuspolitik bezweckt die Förderung eines kantonalen **Qualitätstourismus**. In diesem Zusammenhang zielen die vorgeschlagenen Massnahmen vor allem auf eine „Erhöhung der durch die Branche generierten **Wertschöpfung** zur Steigerung des Wohlbefindens und des Wohlstandes der ansässigen Bevölkerung“. Die Kernideen werden nach fünf Bereichen gruppiert (Wirtschaft, Soziales, Umwelt, Qualität, Sicherheit). In Aktionsplänen sind die prioritären Massnahmen festgehalten (Figur 2). Expliziten Bezug zum Heliskiing macht das kantonale Tourismuskonzept nicht. Folgende Teilziele haben indirekten Bezug zur Thematik:

- › Wirtschaft:
 - › Verbesserung des Besetzungsgrades und des Gleichgewichtes zwischen den touristischen Saisons
 - › Bildung neuer touristischer Produkte mit einem hohen Mehrwert
- › Umwelt:
 - › Beeinträchtigungen an Landschaft und Umwelt einschränken
 - › Berücksichtigung der alpinen Rahmenbedingungen
- › Qualität:
 - › Förderung des Ansehens und des internationalen Bekanntheitsgrades des Walliser Tourismusangebotes
 - › Angebot von Dienstleistungen und Infrastrukturen für Freizeitgestaltung und Sport entsprechend den Bedürfnissen der Zielgruppen
 - › Sensibilisierung der Walliser Bevölkerung für die Bedeutung des Tourismus und die Wichtigkeit der Gastfreundschaft
- › Sicherheit:

⁶ „Tourismuspolitik des Kantons Wallis – Eine Grundlage für heute und morgen“, Kanton Wallis und Wallis Tourismus, Oktober 2003.

⁷ Eine Revision des Tourismusgesetzes ist in der Volksabstimmung vom 30. November 2009 gescheitert. Hauptgegenstand der Gesetzesrevision waren organisatorische und finanzpolitische Aspekte ohne direkten Bezug zum Heliskiing. In diesen Themenfeldern sind zurzeit drei Arbeitsgruppen aktiv (Observatoire du tourisme, Structures et financement, Promotion).

- › Entwicklung und Förderung umfassender Sicherheitsmassnahmen zugunsten der sport-treibenden Gäste



Figur 2 Zusammenhang strategischer Überbau Tourismuspolitik Kt. VS und operative Umsetzung (Quelle: Kanton Wallis 2003).

Eine wichtige marketingmässige Antwort auf das tourismuspolitische Strategiepapier ist die Marke „Wallis“, welche im Jahr 2008 gegründet wurde. Die mit der Marke „Wallis“ verbundenen zentralen Werte sind (www.markewallis.org):

- › Qualität: Produkte- und Dienstleistungsqualität
- › Menschlichkeit: Männer und Frauen des Wallis, Grosszügigkeit, Austausch, Gastfreundschaft
- › Bewegung: Tätigkeit, Unternehmungsgeist, Dynamik, Energie, Kraft, Vitalität, Leben
- › Wohlbefinden: Lebensqualität, Freude, Hedonismus, Gleichgewicht, Ausgeglichenheit

Auf der operativen Ebene wurde des Weiteren das Label „Valais Excellence“ geschaffen. Mit diesem Label werden Unternehmen und Leistungen ausgezeichnet, welche die entsprechenden (ISO zertifizierten) Managementsysteme in den Bereichen Umwelt, Qualität und Sicherheit umsetzen.

Bezug zum Heliskiing

Die offiziellen kantonalen Konzepte zeichnen sich durch eine breite Ausrichtung im Sinne der „Charta der nachhaltigen Entwicklung“ aus. Im Vordergrund steht die Qualität und langfristige Wertschöpfungsstabilität des Tourismus. Dabei gilt es den verschiedenen regionalen Konzepten und unterschiedlichen touristischen Intensitäten Rechnung zu tragen. Erlebnisorientierte Angebote sind ein Faktor unter anderen. In der Praxis der Marketinganstrengungen von ‚Wallis Tourismus‘ (www.wallis.ch) erhalten solche Produkte wegen dem Multiplikatoreffekt aber einen hohen Stellenwert. Im Fokus der Marketingaktivitäten steht dabei (neben dem Sommer-Tourismus) die verschiedenen Winter-Angebote mit besonderer Betonung der ‚Schneesicherheit‘ im Wallis. Auf Nischenprodukte wie das Heliskiing weist Wallis Tourismus in diesem Zusammenhang zwar hin, betreibt aber kein aktives eigenes Marketing. Dies übernehmen die regionalen Tourismusverantwortlichen, zusammen mit den Heli-Unternehmen.

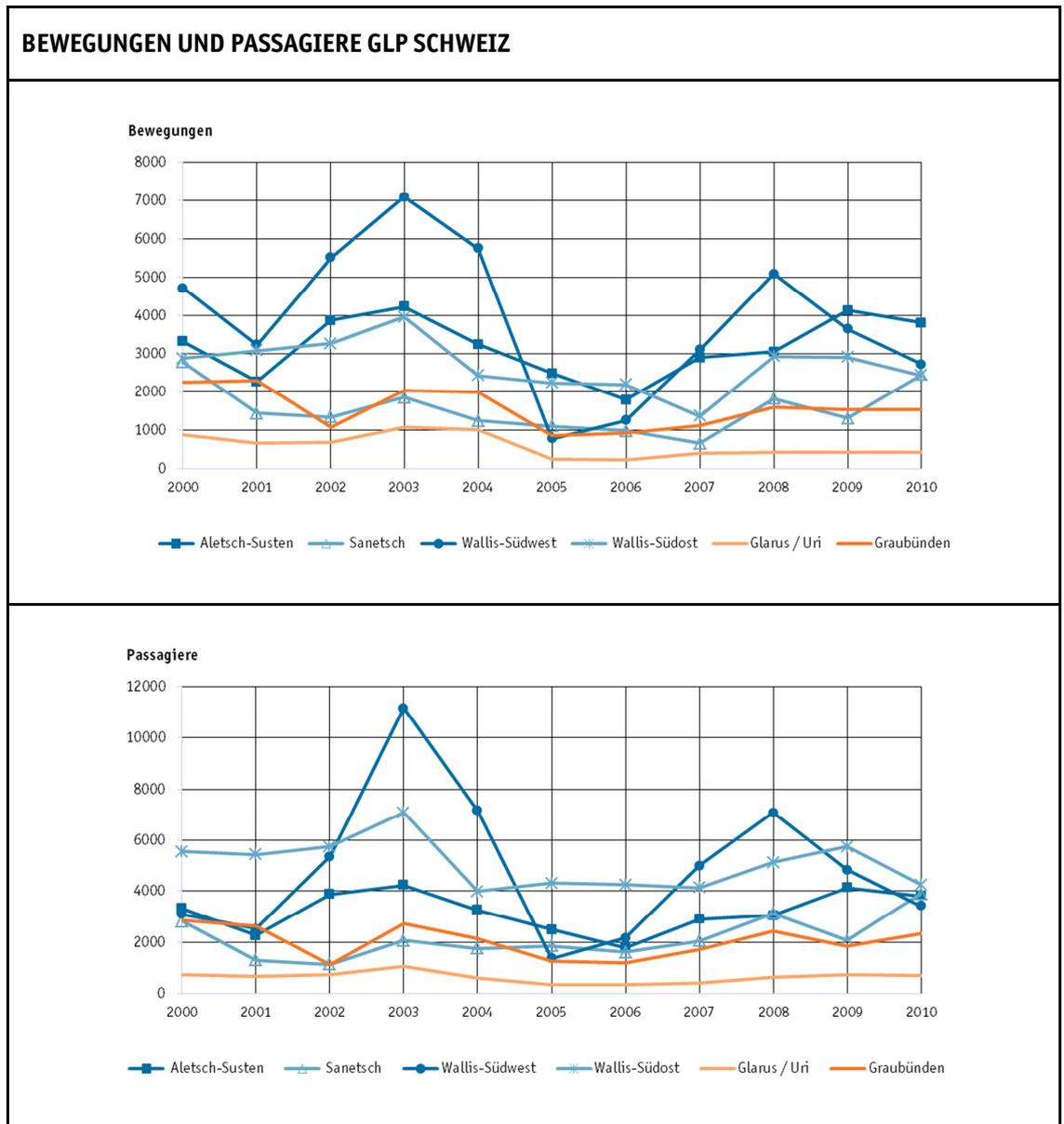
Auf der politischen Ebene des Kantons werden die Bemühungen, Heliskiing im bisherigen Umfang zu erhalten, breit gestützt. Auf der anderen Seite ist man auch zurückhaltend mit Ausbau-Begehrlichkeiten. Entsprechende Stellungnahmen im Rahmen des Sachplanverfahrens dokumentieren diese Haltung.

2.2. FLUGFREQUENZEN UND NACHFRAGE HELISKIING

Die folgenden Abbildungen (Figur 3) zeigen die Bewegungen und Anzahl Passagiere der gewerbmässigen GLP-Flüge, gruppiert nach den Regionen der Koordinationsgespräche (Quelle: BAZL⁸). Im Jahr 2010 fanden rund 14'000 gewerbmässige Bewegungen mit Landungen auf den Schweizer GLPs statt mit rund 18'000 Passagieren. Auf die GLP im Kanton Wallis entfielen in den letzten Jahren rund 60% bis 70% der Bewegungen und Passagiere. Die höchsten gewerblichen Flugfrequenzen weisen die Region Aletsch-Susten und Wallis-Südwest auf. Bei den Passagieren weisen (von Jahr zu Jahr variierend) die Regionen Wallis-Südwest und Wallis-Südost die höchste Anzahl auf.

In der zeitlichen Dynamik fällt folgendes auf: Auf das Spitzenjahr 2003 („Jahrhundert-Sommer“) folgten zwei unterdurchschnittliche Jahre 2005 und 2006. Danach stiegen die Frequenzen wieder, um in den letzten zwei Jahren 2009 und 2010 wiederum leicht zu fallen. Die hohe Variabilität zwischen den Jahren ist vor allem auf die Schnee- und Wetterverhältnisse zurückzuführen (und weniger konjunkturell bedingt). Über die Jahre hinweg zeigt sich ein relativ stabiles Gesamtniveau. Es ist kein Wachstumstrend ersichtlich.

⁸ Die GLP-Statistik des BAZL beruht auf Selbstdeklaration der Heliunternehmen. Die Zahlen sind entsprechend mit Vorsicht zu interpretieren.

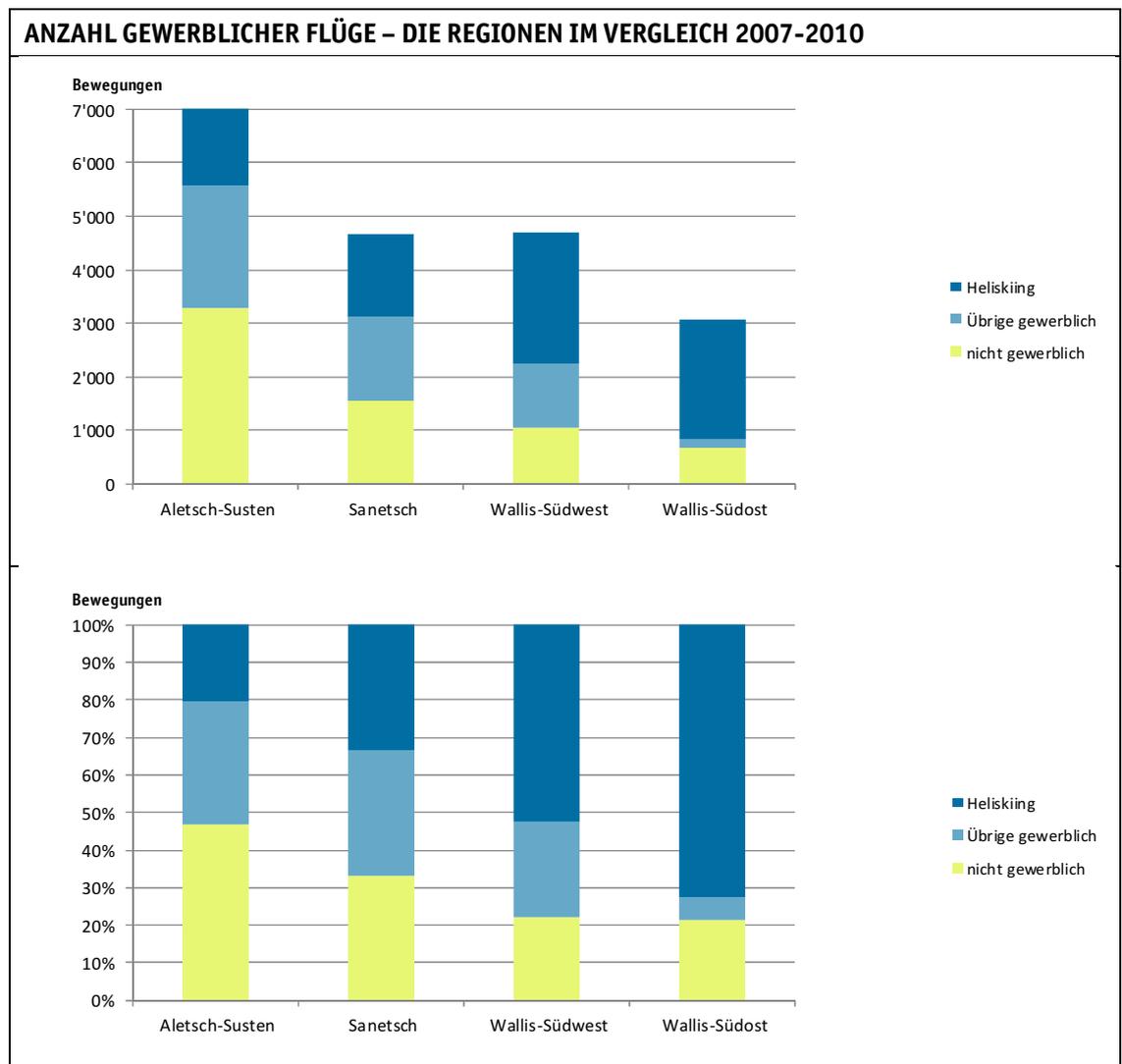


Figur 3 Anzahl Bewegungen (Start + Landungen = 2 Bewegungen) und Passagiere der gewerbmässigen¹⁾ Flüge mit Landungen auf den Gebirgslandeplätzen der Schweiz, gruppiert nach GLP-Regionen Koordinationsgespräche (Quelle: BAZL)⁹.
¹⁾ ohne Schulungs- und Übungsflüge, Versorgung und Rettungswesen.

Die Anteile des Heliskiings an diesen Bewegungen zeigt Figur 4. Die höchsten Frequenzen weist die Region Aletsch-Susten auf. Dabei muss jedoch der vergleichsweise hohe Anteil nicht-

⁹ Die Angaben des BAZLs beruhen auf Selbstdeklaration und können lediglich im Sinne einer aggregierten, groben Trendaussage verwendet werden.

gewerblicher Flüge beachtet werden (v.a. Schulungs- und Versorgungsflüge). In der Region Aletsch-Susten fällt zudem der hohe Anteil übriger gewerblicher Flüge auf (v.a. Rundflüge mit Zwischenlandungen). Den höchsten Heliskiing-Anteil weist Zermatt auf, gefolgt von Wallis-Südwest. Die Region Aletsch-Susten hat die tiefsten Heliskiing-Anteile.



Figur 4 Aufteilung der Gesamtbewegungen, gewerblich und nicht-gewerblich, in den vier GLP-Regionen, Durchschnitt der Jahre 2007 bis 2010 (Quelle: BAZL).¹⁰

Angebotsseitig ist im Weiteren die Verteilung der **Helikopterbasen** zu beachten. Im Gegensatz zu Zermatt liegen die Heliskiing-Ausgangsbasen für die übrigen Regionen deutlich weiter ent-

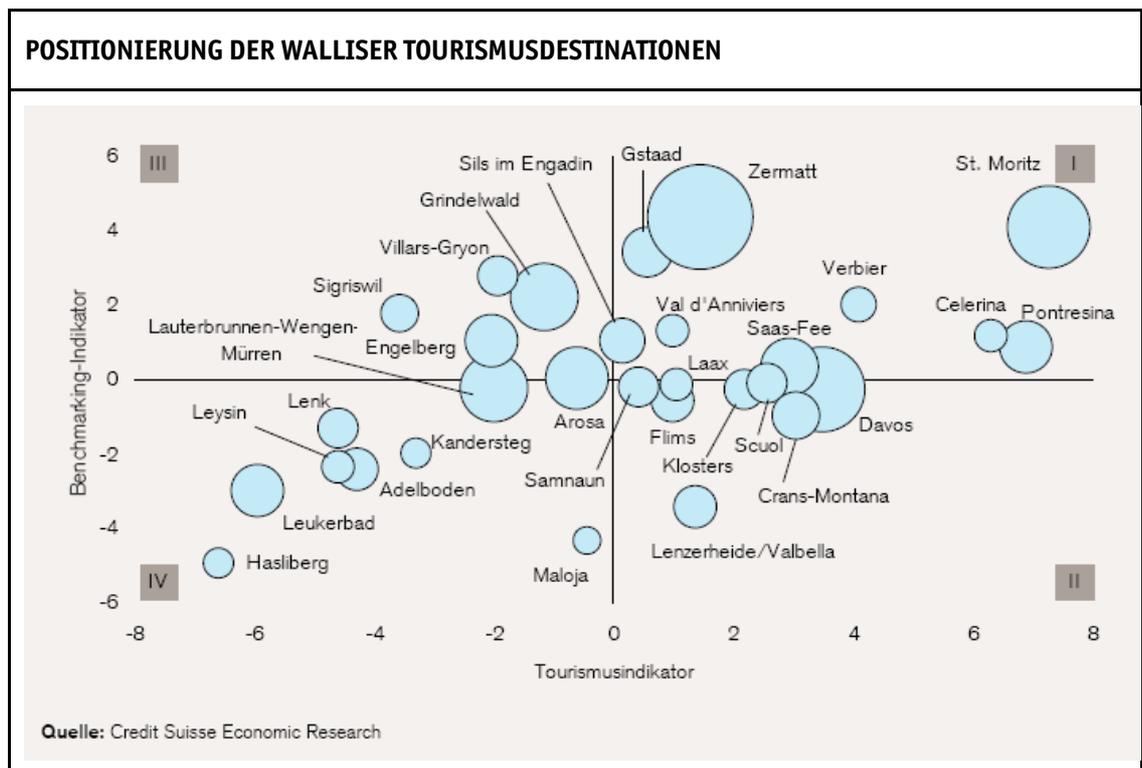
¹⁰ Die Angaben des BAZLs beruhen auf Selbstdenkulation und können lediglich im Sinne einer aggregierten, groben Trendaussage verwendet werden.

fernt von den Gebirgslandeplätzen. Die offiziellen Helikopterflugfelder befinden sich neben Zermatt in Raron, Gampel, Sion, Collombey, Le Châble und Sembrancher. Für Landungen unterhalb von 1100 m.ü.M. werden jedoch zwecks Verkürzung der Distanzen zu den GLP's auch Ausserlandeplätze verwendet.

Gemäss Elektrowatt (1995) erfolgen rund 70% der Bewegungen auf den GLPs des Kantons Wallis durch Walliser Helikoptergesellschaften (v.a. Air-Glacières und Air-Zermatt), geschätzte rund 30% der Flugbewegungen werden von ausserkantonalen Helikopterunternehmen geflogen. Dabei handelt es sich vor allem um die GLP Jungfrauoch, Langgletscher, Petersgrat, Ebnefluh und Wildhorn, also allesamt entlang der Kantonsgrenze zu Bern. Diese Grössenordnung kann durch die vorliegenden Analysen in etwa bestätigt werden.

2.3. BEDEUTUNG DES TOURISMUS ALLGEMEIN

Der Tourismus hat im Kanton Wallis eine klar überdurchschnittliche Bedeutung. **Rund ein Viertel der gesamten Wertschöpfung** oder 5.5 Mia. Franken stammt direkt oder indirekt aus dem Tourismus (Rütter et al. 2001, Credit Suisse 2009). Gesamtschweizerisch liegt dieser Anteil nur bei rund 6%. In den inneren Berggebieten des Kantons liegt der touristische Wertschöpfungsanteil noch höher. Der Anteil Beschäftigter im Tourismus beträgt rund 27%. In einem Ranking der Credit Suisse (2009) schneidet das Wallis gut ab (Figur 5). Die drei Walliser Destinationen im ersten Quadranten (d.h. mit guter Ausstattung und vergleichsweise hoher und stabiler Nachfrage) sind Zermatt, Verbier und Val d'Anniviers. Crans-Montana folgt dicht dahinter. In allen vier Destinationen kann Heliskiing betrieben werden.



Figur 5 Wirtschaftliche Positionierung verschiedener Tourismus-Destinationen (Quelle: Credit Suisse 2009); Legende:

- „Tourismusindikator“: Wert für das Angebot (Infrastrukturen, klimatische Rahmenbedingungen)
- „Benchmarking-Indikator“: Wert für die Nachfrage (Logiernächte, Umsätze, Auslastung, Tagesausgaben)
- Grösse der Kreise: Anzahl Hotel-Logiernächte 2008, ohne Parahotellerie.

2.4. TOURISTISCHE BEDEUTUNG DES HELISKIING

Dieses Kapitel fasst die Ergebnisse zum touristischen Interessensnachweis der vier GLP-Regionen zusammen. Es ist in drei Teile gegliedert: a) Beurteilung der ARE-Kriterien, b) direkter Nutzen von Heliskiing und c) indirekte Nutzen von Heliskiing.

2.4.1. BEURTEILUNG DER ARE-KRITERIEN

Tabelle 1 zeigt die Kriterien des Bundesamtes für Raumentwicklung (ARE) als Basis für ihre interne Beurteilung, ob sich das Gebiet aus raumplanerischer Sicht für Heliskiing eignet.¹¹ Die Informationen dazu finden sich in den jeweiligen Kapiteln der einzelnen Regionen. Es zeigt sich zusammenfassend, dass die Regionen Wallis-Südwest und Wallis-Südost alle drei ARE-Kriterien erfüllen. Im Falle der Region Sanetsch entsprechen auf Walliser Seite die Übernachtungszahlen nicht den Anforderungen (zusammen mit der Berner Seite ist aber auch dieses Kriterium erfüllt). Einzig die Region Aletsch (exklusive Berner Tourismusorte) erfüllt die ARE-Kriterien nicht oder nur teilweise.

ARE-KRITERIEN HELISKI-DESTINATIONEN				
Kriterium	Aletsch (VS)	VS-Südwest	VS-Südost	Sanetsch (VS)
Wintersportinfrastruktur Grosses Skigebiet mit touristischer Infrastruktur und guter ÖV-Erschliessung.	Teilweise erfüllt ¹²	Erfüllt	Erfüllt	Erfüllt
Übernachtungen Destination mit mindestens 1.5 Mio Übernachtungen	Nicht erfüllt	Erfüllt	Erfüllt	Nicht erfüllt
Anteil ausländischer Gäste In Kerngemeinde Mindestanteile von 60% ausländischer Gäste	Nicht erfüllt	Erfüllt	Erfüllt	Erfüllt

Tabelle 1 ARE-interne Kriterien zur Grobabschätzung der Eignung einer Destination für Heliskiing²²; jeweils nur Walliser Seite berücksichtigt (Quellen: diverse).

¹¹ „Kriterien zur Beurteilung von Heliski“, Bundesamt für Raumentwicklung, ARE-interner Entwurf vom 2.12.2008

¹² Für das „Teilweise“ gibt vor allem das kleine Skigebiet Lauchernalp im Lötschental den Ausschlag. Während das Skigebiet der Aletscharena als gross bezeichnet werden kann.

2.4.2. DIREKTER NUTZEN VON HELISKIING

Den typischen Heliski-Gast gibt es gemäss den Interviewten nur bedingt. Es sind durchaus alle Altersklassen und Einkommensschichten anzutreffen, nicht zuletzt deshalb, weil auch viele Gäste über Geschenkgutscheine in den Genuss einer Heliskifahrt kommen. Ein Versuch einer Durchschnittsbeschreibung würde in etwa folgendermassen lauten: Sportlich, eher gesetzteres Alter (40 Jahre aufwärts), mittlere bis höhere Einkommensklasse, reist viel und gönnt sich gerne etwas. In den Regionen sehr unterschiedlich sind die Anteile an Feriengästen sowie der Anteil ausländischer Gäste.

Die grobquantitativ geschätzten touristischen Nutzen nach einzelnen Anbieterkategorien und GLP-Regionen fasst die folgende Tabelle zusammen.

DIREKTER NUTZEN VON HELISKIING				
Anbieterkategorie	Aletsch	VS-Südwest	VS-Südost	Sanetsch
Heliunternehmen	ca. 400'000 (v.a. Air-Glaciers, Bohag, Eagles)	ca. 1'200'000 (v.a. Heli Alpes, Eagles, Air-Glaciers)	ca. 1'500'000 (v.a. Air-Zermatt)	ca. 500'000 (v.a. Air-Glaciers, Bohag)
Bergführer	ca. 30'000 (geringer Anteil regionaler Bergführer)	ca. 450'000 (Rekrutierung v.a. in Verbier)	ca. 500'000 (Rekrutierung v.a. in Zermatt)	ca. 40'000 (Rekrutierung v.a. in Crans-Montana)
Beherbung / Gastronomie	ca. 60'000 (v.a. Riederalp und Anenhütte / Lötschental)	ca. 570'000 (hoher Anteil Feriengäste / Hotels)	ca. 700'000 (hoher Anteil Parahotellerie-Gäste)	ca. 30-40'000 (eher geringer Anteil Feriengäste)
Transportwesen	ca. 1'000 (keine involvierten Bergbahnen; einzelne Taxifahrten im Lötschental)	ca. 50-60'000 (bedeutende Taxifahrten im Val de Bagnes; Teilnutzen bei Bergbahnen Arolla)	ca. 50'000 (Teilnutzen bei Bergbahnen)	ca. 2'000 (Teilnutzen für Taxigewerbe; kaum Nutzen bei Bergbahnen)

Tabelle 2 Direkte touristische Nutzen von Heliskiing (Franken pro Jahr) nach einzelnen Anbieterkategorien; jeweils aus Sicht Kt. Wallis (Quellen: eigene Hochrechnungen).

Zusammenfassend zeigt sich folgendes:

- › Die höchsten in der Region anfallenden direkten Nutzen weisen **Wallis-Südost** und **Wallis-Südwest** auf. In beiden Regionen sind die Heliunternehmen, die Bergführerschaft und die Be-

- herbergungsbranche die grössten Nutzniessenden. Die Nutzen für das übrige Transportwesen sind hingegen vernachlässigbar, mit Ausnahme des lokalen Taxigewerbes im Val de Bagnes.
- › Demgegenüber sind die direkten Nutzen für die Region **Aletsch** bescheiden. Dies liegt primär darin begründet, dass die Heliskiing-Gruppen zum überwiegenden Anteil von ausserhalb der Region (von verschiedenen Gebieten des Kantons Wallis, aber auch vom Kanton Bern / Jungfrau-Region) eingeflogen werden und in der Regel auch nicht länger hier als Feriengäste verweilen. Ausnahmen sind einzelne Hotelgäste in der Aletscharena oder Gäste der Anenhütte im Lötschental, das heisst Anbieter, die direktes Marketing im Kontext Heliskiing betreiben.
 - › Der direkte Nutzen aus der GLP-Region **Sanetsch** liegt primär bei den Heli-Unternehmen. In zweiter Linie bei den Bergführern. Demgegenüber sind der Zusatzerlöse bei Hoteliers, Gastronomie und Transportgewerbe infolge deutlich geringerer Frequenzen im Vergleich mit Zermatt und Verbier klein. Auch die GLP-Region Sanetsch wird stark von der Berner Seite angefliegen.

In der Summe erhält man für den gesamten Kanton Wallis einen grob geschätzten direkten Heliskiing-Nutzen von rund **6.5 bis 7 Mio. Franken pro Jahr**. Im Vergleich zur gesamttouristischen Wertschöpfung von rund 5.5 Mia. Franken (Rütter et al. 2001, Credit Suisse 2009) entspricht dies einem Anteil von gut einem Promille. Das heisst, in quantifizierter Hinsicht ist die touristische Bedeutung von Heliskiing klein. Umso wichtiger sind die indirekten, nicht quantifizierbaren Nutzen. Diese werden im folgenden Kapitel beschrieben.

2.4.3. INDIREKTER NUTZEN VON HELISKIING

Obwohl die Untersuchungen zeigen, dass die direkt quantifizierbaren Nutzen klein sind, kann über alle Regionen gefolgert werden, dass Heliskiing bedeutende indirekte touristische Nutzen aufweist. Die indirekten Nutzen können in folgende drei Kategorien unterteilt werden:

- › **Allgemeines touristisches Image:** Wie die gesamtkantonalen und die meisten regionalen Tourismuskonzepte und -Strategien zeigen, versteht und verkaufen sich der Kanton Wallis sowie die grössten Destinationen als internationale Top-Destination mit hohem Erlebniswert. Heliskiing ist dabei zwar ein Angebot unter vielen, dessen Wirkung aber beim oben beschriebenen Kundensegment nicht zu unterschätzen ist. Im Gebiet mit den meisten 4000er Gipfel der Alpen können die Walliser Destinationen diesen USP (unique selling point) besonders stark ausspielen und sich gegenüber Destinationen vergleichbarer Grösse in Österreich und Frankreich (ohne Heliskiangebot) sowie Italien (nur Angebote in Teilregionen) abheben.
- Die vielseitigen Nutzen im Bereich des touristischen Images stützt auch die Studie von seco (2006) zu den ‚Erfolgsfaktoren im alpinen Tourismus‘, ohne direkt aufs Heliskiing einzugehen.

Demnach sind die grossen, im internationalen Wettbewerb stehenden Destinationen dann erfolgreich, wenn sie (u.a.):

- › eine hohe allgemeine Angebotsvielfalt an Sport- und Freizeitmöglichkeiten anbieten,
- › eine hohe spezifische Attraktivität im Skisport aufweisen,
- › bewusst auch in der Zwischensaison spezielle Angebote anbieten können,
- › viele, aber nicht gleiche Angebote auf engem Raum anbieten.

› **Stabilisierende Einkommenseffekte:** Mit den oben beschriebenen direkten Umsatzwirkungen sind einige indirekte Wirkungen verbunden. Dabei sind weniger die (in Wertschöpfungsstudien üblicherweise errechneten) Vorleistungen und induzierten Investitionen gemeint¹³. Vielmehr ermöglicht Heliskiing stabilisierende Einkommenseffekte bei ausgewählten Branchen:

- › Bei den Bergführern sind die wetterbedingte Variabilität und die damit verbundene Einkommenslücke im Frühjahr besonders hoch. Heliskiing ermöglicht hier einen Ausgleich.
- › Bei den Heliunternehmen ist die Arbeitsfliegerei im Winterhalbjahr deutlich weniger ausgeprägt, was durch Heliskiing teilweise ausgeglichen werden kann.
- › Bei den Bergbahnen (inkl. Gastronomie) unterstützt Heliskiing die Saisonverlängerung im Frühjahr nach den (auch ohne Heliskiing) sehr starken Monaten Dezember bis März. Relativierend ist hier allerdings anzumerken, dass das Wallis gegenüber anderen Destinationen auch ohne Heliskiing wegen der erhöhten Lage der Skigebiete einen komparativen Vorteil insbesondere in der Zwischensaison hat.
- › Und einige Hotelbetriebe bieten spezielle Heliski-Packages an, welche mithelfen, die Auslastungsgrade zu erhöhen.

Die Vielfalt an Gebirgslandeplätzen unterstützt diese stabilisierenden Effekte: Je nach Witterungs- und Schneeverhältnissen können GLP's unterschiedlicher Regionen angefliegen werden. Auch wird mit dem vorhandenen Angebot unterschiedlichen skifahrerischen Niveaus Rechnung getragen.

› **Stabilisierung des Flugwesens:** Heliskiing leistet einen indirekten Beitrag zur Ausbildung bzw. Routinesicherung der Helipiloten im schwierig zu fliegenden Hochgebirge (Luftdruck, Licht-, Wind- und Schneeverhältnisse). Trainingsflüge sind zwar auch über Simulatoren virtuell möglich, können die realen Bedingungen aber niemals vollständig ersetzen. Es ergibt sich auch eine Möglichkeit den Kontakt zwischen den Bergführern und Piloten zu stärken. Dies ist

¹³ Diesbezüglich müssten Schwellenwerteffekte berücksichtigt werden, die bei den mit Heliski verbundenen kleinen Wertschöpfungsanteilen kaum zu erreichen sind: Bspw. zusätzlich erforderliche Verkehrsinfrastrukturen wegen Heliski-bedingtem Gästezuwachs.

von Vorteil, wenn sie im Falle einer Rettung unter Extrembedingungen zusammenarbeiten müssen. Um den Zusatz für Gebirgslandeplätze im Pilotenschein behalten zu können, muss jeder Pilot jährlich 50 Landungen auf GLPs nachweisen. Ohne Heliskiing müssten in den betroffenen Winter- und Frühjahrsmonaten eigens dafür aufgewendete Trainingsflüge durchgeführt werden. Anders als die REGA erhalten die privaten Helikopterfirmen keine Gönner- oder staatlichen Beiträge für Schulungs- und Trainingsflüge. Und die kantonalen Beiträge beschränken sich auf die direkten Rettungseinsätze. Und schliesslich leisten Heliunternehmen wie Air-Zermatt oder Air-Glacières auch einen gewissen Ausbildungsbeitrag für REGA-Piloten¹⁴.

2.5. INNERTOURISTISCHE KONFLIKTFELDER

Wie einleitend erwähnt, wird in diesem Dokument keine umfassende Konfliktanalyse vorgenommen. Namentlich die Wirkungen auf die Umwelt, Flora und Fauna werden hier ausgeklammert. Aus Sicht des vorliegenden touristischen Interessensnachweises werden jedoch die inner-touristischen Konfliktfelder thematisiert. Dabei stehen gemäss vorhandenen Unterlagen und Aussagen der befragten Fachleute drei Konfliktfelder im Vordergrund:

- › **Lärmbelastung:** Die höchsten Heliski-Frequenzen werden zwischen Mitte Februar und Mitte April verzeichnet. Die damit verbundene Lärmbelastung ist wie jeder Fluglärm störend. Die unmittelbare Betroffenheit ist in den GLP-Regionen aber sehr unterschiedlich. Am unmittelbarsten ist Zermatt betroffen, weil die allermeisten Flüge von der Basis Zermatt, direkt am Ortsrand aus durchgeführt werden. Entsprechend wurden hier Lärmschutzmassnahmen ergriffen. Es darf jedoch nicht vergessen werden, dass die Flugbewegungen im Sommerhalbjahr um einiges höher sind (Frequenzen und teilw. grössere Helikopter), bedingt vor allem durch vermehrte Arbeitsfliegerei. Auch Verbier hat mit den Überflügen zum Aufnahmepunkt ‚Croix-de-Coeur‘ Lärmimmissionen. Die übrigen Destinationen sind vergleichsweise wenig (Lötschental, Crans-Montana, Arolla) oder gar nicht betroffen (Aletsch-Arena, Nendaz). Eine wichtige Möglichkeit zur Reduzierung des Lärms in Ortschaften sind GLPs mit Aufnahmefunktion (Unterrothorn, Trift, Langgletscher, Susten-Steingletscher, Grimentz).
- › **Skitourenzügler:** Skitourenzügler können sich in ihrer Ruhe und Erholung durch Heliskiing gestört fühlen. Dieses Konfliktpotenzial ist innerhalb einer GLP-Region jeweils unterschiedlich vorhanden (z.B. im Gebiet Wallis-Südost vor allem Monte-Rosa und Alphubel, aber nicht im Gebiet Aeschhorn). Grundsätzlich kann nicht ausgeschlossen werden, dass sich einzelne Skitourenzügler in ihrem Naturerlebnis gestört fühlen. Relativierend wirkt jedoch die zeitli-

¹⁴ Pro Monat fliegen etwa 1-3 REGA-Piloten an rund 1-3 Tagen kommerzielle Einsätze bei Air-Zermatt, entweder Arbeitsflüge mit Unterlasten oder (im Winter) Rettungseinsätze und Heliskiing.

che Intensität der zwei Aktivitäten. Haupttourensaison sind die Monate April und Mai. Die Heliski-Hauptsaison dauert nur bis ca. Mitte April (v.a. weil danach der Schnee im Talbereich zu weich wird). Das grösste Konfliktpotenzial ergibt sich somit um die Osterzeit, vor allem dann, wenn Ostern früh im April ist.

- › **Marketingkonflikt:** Heliskiing erwirkt zuweilen heftige Widerstände bei ökologisch sensibilisierten Bevölkerungsgruppen. Bei Destinationen, welche sich vor allem mit Angeboten im Bereich des ‚sanften Tourismus‘ profilieren, kann dies zu Zielkonflikten führen. Keine GLP-Region positioniert sich jedoch ausschliesslich in diesem Gästesegment. Gleichwohl ist ein gewisses Marketingkonfliktpotenzial, insbesondere in der Region Aletsch mit dem Unesco-Label, nicht auszuschliessen. Vor allem im Lötschental besteht ein Restrisiko, dass sich sehr ökologisch-bewusste Gäste durch das Zusatzangebot abhalten lassen können, diese Destination aufzusuchen. Indizien dazu sind aber kaum nachweisbar. Auch im Val d’Hérens gilt es im Zuge der Labelvergabe ‚Regionaler Naturpark‘ der Interessensabwägung vermehrte Aufmerksamkeit zu schenken. Ein Ausbau der Heliskiing-Aktivitäten dürfte sich schlecht mit der Neuausrichtung im Zuge des Regionalpark-Labels vertragen.

2.6. ABSTIMMUNG MIT DER KANTONALEN RICHTPLANUNG

Der Richtplan des Kantons Wallis nimmt mit dem Koordinationsblatt C.13/3¹⁵ expliziten Bezug auf die Gebirgslandeplätze und Helikopterflugfelder. Dabei sind folgende sieben Grundsätze festgehalten:

1. Beibehalten der heutigen Anzahl GLP und der HFF im Wallis. Ergänzen dieser Infrastruktur nur, sofern dies zur besseren Erschliessung einzelner Regionen notwendig und zweckmässig ist.
2. Prüfen der punktuellen Verbesserung der Verteilung und Lokalisierung der GLP, um die wirtschaftlichen Interessen mit dem Umweltschutz zu vereinbaren.
3. Berücksichtigen aller Interessen bei Anpassungen der Infrastruktur, insbesondere jener der Raumplanung, des Tourismus sowie des Natur-, Landschafts- und Umweltschutzes.
4. Überprüfen von Massnahmen zur Verhinderung des Überfliegens in tiefer Flughöhe von empfindlichen Regionen (Erholungs- und Naturschutzzonen), Wohn- oder risikobehafteten Gebieten.
5. Öffnen der Helikopterflugfelder, wenn möglich für Helikopter aller Unternehmungen.
6. Begünstigen der Massnahmen zur Ermöglichung touristischer Flugbewegungen zu den GLP von zweckmässigen Standorten aus.
7. Schaffen der notwendigen Voraussetzungen im kommunalen Nutzungsplan und Baureglement.

Mit dem im Jahr 1995 in Kraft getretenen Luftfahrtgesetz (LFG) ging die Kompetenz zur Bewilligung neuer Bauvorhaben und Betrieb in alleinige Kompetenz des Bundes über. Dementsprechend hat der Kanton im Rahmen der Richtplanung keine eigentliche Planungsbefugnis für Gebirgslandeplätze. Mit den sieben Grundsätzen des Richtplan-Koordinationsblatts drückt der Kanton denn auch primär seinen Anspruch aus, die GLPs mit den übrigen raumplanerischen Anliegen zu koordinieren. Der Vollzug der Richtplan-Grundsätze wird an Bund und Gemeinden delegiert.

Die **Gemeinden** schaffen im Rahmen der Anpassung ihrer Nutzungspläne die raumplanungsrechtlichen Voraussetzungen für die Anwendung dieser Grundsätze. In der Regel beschränkt sich die Nutzungsplanung jedoch auf die Eintragung der (vom Bund festzulegenden) GLP-Standorte. Eine weitergehende raumplanerische Abstimmung findet nicht statt.

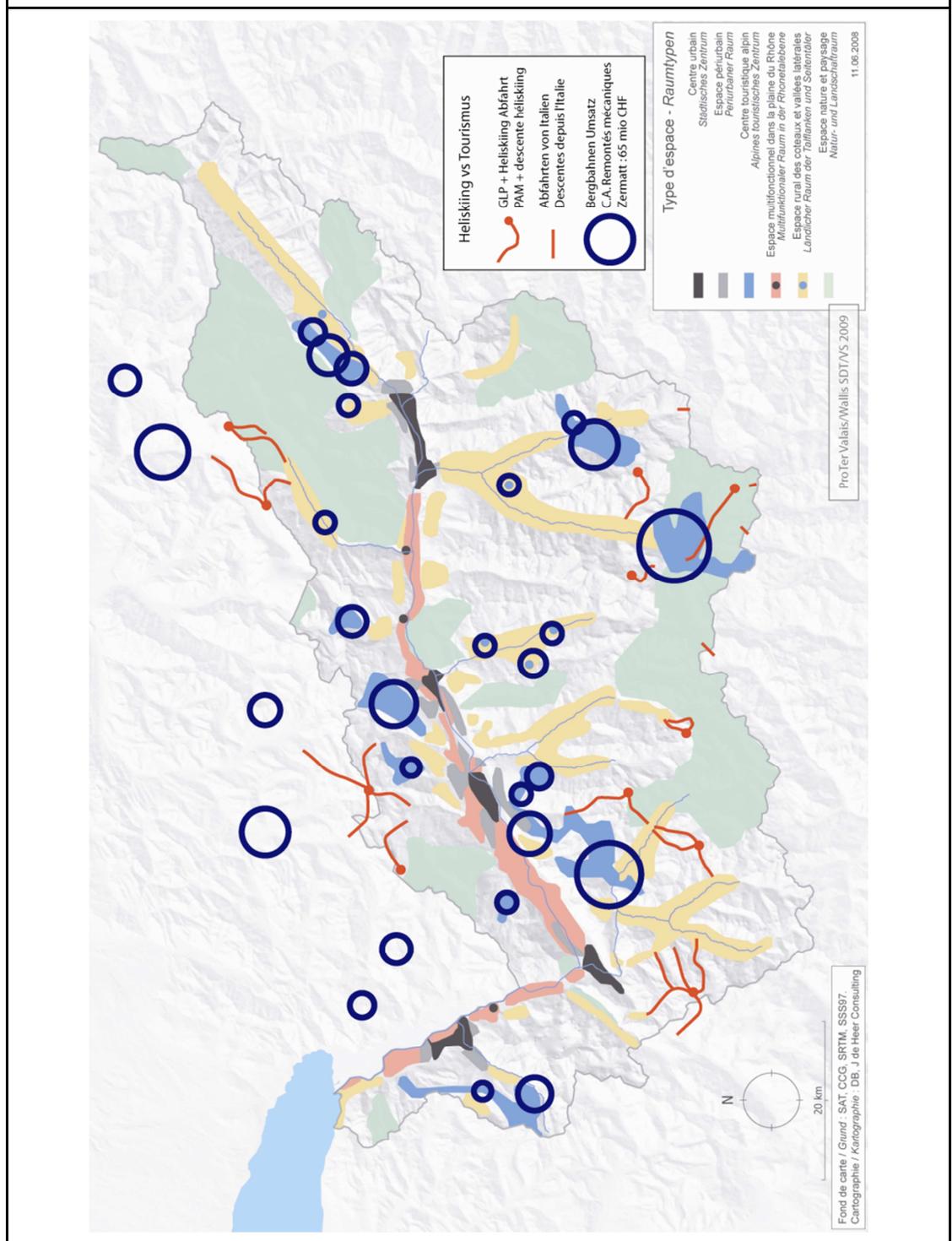
¹⁵ Staatsratsentscheid vom 01.12.1999; Genehmigung durch den Bund am 22.12.1999.

Auf überkommunaler, **regionaler Ebene** existiert im Kanton Wallis keine institutionalisierte Raumplanung (wie bspw. die Regionalplanung im Kanton Bern).

Das Koordinationsblatt C.13/3 des kantonalen Richtplans hat vor allem dann Vollzugsrelevanz, wenn es um neue oder neu zu verteilende Standorte geht. Dies war in den letzten Jahren nicht der Fall, weshalb das Koordinationsblatt in Bezug auf die GLP bisher eher wenig Bedeutung im kantonalen Vollzug erlangen konnte. Regionale Neuverteilungen sind jedoch in den laufenden Koordinationsgesprächen Diskussionsgegenstand. Deshalb beteiligt sich der Kanton Wallis an den Gesprächen (vertreten durch die Dienststellen Verkehr, Raum- und Wirtschaftsentwicklung). Heliskiing ist im Spannungsfeld Raumplanung-Tourismus ein Randthema. Die zwei wichtigsten Themen zur Abstimmung zwischen Tourismus und Raumplanung sind auf kantonaler Ebene zum einen die Zweitwohnungsthematik, zum anderen Skigebietsprojekte. Im Jahr 1995 wurde eine gesamtkantonale Studie zu den ‚Helikopterflugfelder und Gebirgslandeplätze‘ erarbeitet (Elektrowatt 1995). Darin wird die Versorgung insgesamt als gut beurteilt, optimierbar ist jedoch die regionale Verteilung der Aufnahme- und Abladeplätze, vor allem zwecks Verkürzung der Flugdistanzen. Dieses Thema ist Gegenstand der laufenden Koordinationsgespräche.

Einen indirekten Bezug kann man aus dem Projekt „**Raumentwicklung Wallis ProTer VW**“ herleiten (Kanton Wallis 2008). Darauf basierend wird zurzeit ein kantonales Raumkonzept erarbeitet, als Grundlage für die Richtplanrevision. Im Raumentwicklungsbericht ProTer werden verschiedene funktionale Räume mit unterschiedlichen Nutzungsintensitäten bestimmt. In Figur 6 ist die Synthesekarte des ProTer überlagert mit den Gebirgslandeplätzen und den wichtigsten Abfahrtsrouten. Im vorliegenden Fall interessiert bezüglich der Raumkategorien primär die Unterscheidung zwischen «Alpinen touristischen Zentren» einerseits und «Natur- und Landschaftsräume» andererseits. Der Bericht geht zwar nicht auf einzelne touristische Aktivitäten wie Heliskiing ein, in den «Natur- und Landschaftsräumen» sind die anvisierten Nutzungsintensitäten jedoch deutlich tiefer als in den Gebieten der «Alpinen touristischen Zentren». Auf diesem Hintergrund präsentiert sich das grösste Konfliktpotenzial in der GLP-Region Aletsch, gefolgt von Teilen der Region Wallis-Südost. GLP's und Abfahrtsrouten der zwei Regionen Wallis-Südwest und Sanetsch liegen ausserhalb von «Natur- und Landschaftsräumen». ProTer VW sieht vor, dass die Regionen «Regionale Tourismuskonzepte» erarbeiten. Darin soll namentlich die Abwägung zwischen intensiver und extensiver touristischer Nutzung erfolgen. Der Bericht selber ist jedoch rechtlich nicht verbindlich.

RAUMENTWICKLUNG WALLIS UND GLP-STANDORTE



Figur 6 Standorte von GLPs und wichtigste Abfahrtsvarianten (Quelle: Dienststelle für Verkehrsfragen), hinterlegt mit der Synthesekarte aus dem Projekt «Raumentwicklung Wallis ProTer VW» (Quelle: Kanton Wallis 2008).

3. TOURISTISCHER INTERESSENSNACHWEIS REGION ALETSCHE

3.1. TOURISTISCHE KONZEPTE UND STRATEGIEN

Die folgenden Ausführungen stützen sich auf ausgewählte Grundlegendokumente der Region Aletsch: die Marketingstrategie des Lötschentals¹⁶, der Managementplan für das Welterbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn¹⁷ sowie die Marketingstrategie der Aletscharena¹⁸. Zusätzlich zu diesen Dokumenten wurden im Rahmen einer Internetrecherche die wichtigsten touristischen Angebote im Internet analysiert.

Marketingstrategie Lötschental

In der gemeinsamen Strategie für die Jahre 2009 bis 2013 von Lötschental Tourismus und der Luftseilbahn Wiler Lauchernalp wird die Vision aufgezeigt das Lötschental mit dem Image des „authentischsten Tals der Alpen“ zu vermarkten. Es soll als original, real, urwüchsig, unverborren, ungekünstelt wahrgenommen werden: „wenn Du noch etwas Spezielles, noch etwas Originelles, noch etwas Echtes erleben willst, dann musst Du ins Lötschental.“ Als strategische Stossrichtung wird folgende Differenzierungsstrategie zugrunde gelegt:

- › Langfristige konsequente Vermarktung der Lötschentaler Authentizität
- › Vielfalt des Gesamtangebotes (Magie des Tales, günstige Erschliessung, authentische Beherbergungsmöglichkeiten, schneesicheres Skigebiet mit Gletscherfahrten, Wander- und Gebirgswege mit Naturschauspiel, Lehrpfade etc.) buchbar machen.
- › Überragende und stets positiv denkende, überraschende Dienstleistungsbereitschaft
- › 7-Tage Informations- und Reservationsservice.
- › Annäherung zwischen Tradition und Trends (Sport, Bergwelt etc.)

Der Wintertourismus wird im Vergleich zum Sommertourismus als bedeutender erkannt. Man will dabei vor allem dem Tagestourismus grössere Aufmerksamkeit schenken. Als Zielgruppen mit prioritärer Bedeutung werden die Gruppe der „Anfänger“ und der „Traditionellen Kultururlauber/-besucher“ bezeichnet. Erstere Gruppe sind die Familien, die 50% der Gäste im Lötschental ausmachen. Sie sind 25-44 Jahre, verheiratet mit Kindern, sehr preisbewusst, mit durchschnittlichem Einkommen. Letztere Gruppe ist über 45 Jahre alt, hat ein hohes Einkommen, grosse

¹⁶ Marketingstrategie: Kooperation Lötschental Tourismus (LT) – Luftseilbahn Wiler Lauchernalp (LWL) 2009 – 2013, 2009

¹⁷ Managementplan für das Welterbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn (JAB) Entwurf für das Konsultativverfahren, Trägerschaft UNESCO Welterbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn (JAB) Naters und Interlaken 1. Mai 2005

¹⁸ Aletscharena: Rückblick Marketingmassnahmen Winter 2009/2010 und www.aletscharena.ch

Reisefreudigkeit und sucht Komfort, Sicherheit, Service und Ruhe. Sie macht ca. 20% der Gäste im Lötschental aus.

Bezug zu Heliskiing: Insgesamt zielt die Marketingstrategie des Lötschentals auf einen sanften Tourismus im Sommer und einen intensiveren Tourismus im Winter ab. Heliskiing wird nicht erwähnt. Die Pläne für die Angebotsgestaltung sehen eine Weiterentwicklung bestehender Produkte vor. Hier wird unter anderem „Freeriding“ als Produkt aufgeführt. Möchte man Heliskiing-Kunden breit interpretieren, so könnte man diese zu den Freeridern zählen. Indirekt ist der Marketingstrategie des Lötschentals zu entnehmen, dass Heliskiing eine marginale bis keine Rolle spielt.

Managementplan für das Welterbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn

„Die Gemeinden Bellwald, Fieschertal, Betten, Riederalp, Naters, Birgisch, Mund, Baltschieder, Eggerberg, Ausserberg, Raron, Niedergesteln, Blatten im Lötschental, Lauterbrunnen und Grindelwald haben am 26. September 2001 mit der Unterzeichnung der Charta vom Konkordiaplatz auf dem Jungfraujoch die Willensäußerung für eine zukünftige nachhaltige Entwicklung der Welterberegion bezeugt. Am 13. Dezember 2001 hat das Welterbekomitee die Region Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn als erstes Gebiet der Alpen in die begehrte Liste der Welterben aufgenommen. Das gebildete Netzwerk der Welterbegemeinden hat sich gegenüber der UNESCO verpflichtet, eine Trägerschaft zu gründen, die Finanzen zu sichern und einen Managementplan für das Welterbegebiet zu erstellen.“¹⁹

Der Managementplan des Jahres 2005 hat primär empfehlenden Charakter und richtet sich an alle Kreise aus Verwaltung, Bevölkerung, Wirtschaft und Zivilgesellschaft, die an Schutz und Nutzung des JAB beteiligt und interessiert sind. Im Zentrum stehen Ziele sowie Massnahmen und Prozesse, die die Sicherung dieses ersten Weltnaturerbes der Alpen gewährleisten und eine nachhaltige Entwicklung der Region in Bezug auf Wirtschaft, Gesellschaft und Natur fördern. Im Rahmen des Managementplans wurden sowohl Schutz- als auch Entwicklungsziele formuliert.

Die Konkretisierung der übergeordneten Ziele erfolgt in 75 einzelnen, auf Themen und Sektoren bezogenen Zielen, für die der Handlungsbedarf identifiziert wurde. Konkrete Ziele wurden unter anderem auch für die Bereiche Energie und Verkehr sowie Tourismus formuliert. Im Zusammenhang mit der Beschreibung der Ist-Situation wird erwähnt, dass das Weltnaturerbe mit Flugzeugen überflogen wird (Sightseeing und Militär). Des Weiteren wird festgestellt, dass Ge-

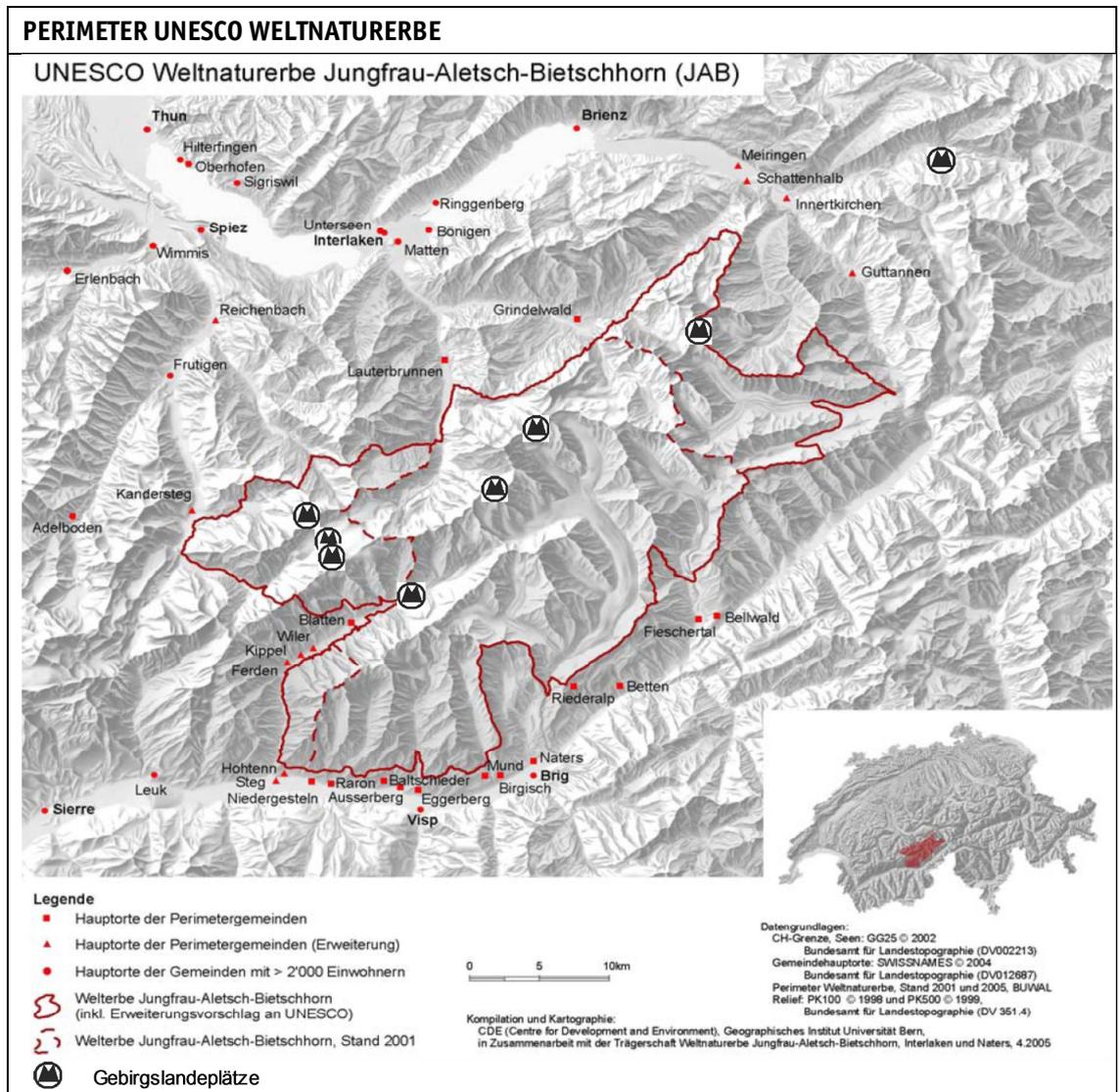
¹⁹ Aus der Charta des UNESCO Welterbes Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn:
http://www.jungfraualetsch.ch/fileadmin/webdav/homepage_dokumente/Vision_Charta/Charta/Charta%20vom%20Konkordiaplatz.pdf

birgsländeplätze im Perimeter (Figur 7) mit Helikoptern angeflogen werden und der Versorgung der Hütten sowie touristischen Zwecken dienen. Das daraus abgeleitete Ziel zum Verkehr sieht Folgendes vor:

- › Touristische Transportanlagen: Innerhalb des Perimeters werden keine touristischen Transportanlagen erstellt. Ausserhalb des Perimeters soll die Neuanlage touristischer Transportanlagen von regionaler Bedeutung nicht ausgeschlossen sein (Destinationsmanagement).
- › Lärmbelästigung durch militärische und zivile Fliegerei sollen reduziert sowie räumlich und zeitlich kanalisiert werden.

Diese (indirekten) Forderungen an den Heliski-Tourismus werden gemäss mündlichen Aussagen²⁰ sehr zurückhaltend umgesetzt. D.h. faktisch hält man hinsichtlich Fliegerei trotz Reduktionsziel im Managementplan am Status-quo fest. Diese Praxis reflektiert die Philosophie der Gründungszeit, da bei der Aufnahme als Welterbe die touristischen Anlagen auf dem Gebiet bereits existierten.

²⁰ Interview mit dem Leiter des Managementzentrums Weltnaturerbe in Naters.



Figur 7 Perimeter und Lage des UNESCO Welterbes, ergänzt durch GLP-Standorte (Quelle: Managementplan UNESCO Welterbe JAB)

Marketing Strategie Aletscharena

Die Aletscharena repräsentiert die Gebiete Riederalp, Bettmeralp und Fiesch-Eggishorn. Das Credo der Region ist „Familien willkommen“ und die Hauptzielgruppen sind folglich Familien und das Segment 50+.

Auf der Internetseite wird mit Winterwanderungen, Skifahren (Piste, Snowboarder, Freerider, Anfänger), Schneeschuhlaufen, Schlittschuhlaufen auf Natureisbahn und Schlittenfahren

in unberührter Natureisbahn geworben. Sowohl auf der Internetseite als auch in der Marketingstrategie findet Heliskiing keine Erwähnung.

Ressorts Belalp und Bellwald

Die Tourismusdestinationen Brig-Belalp und Bellwald wurden im Rahmen einer Internetrecherche auf ihre Affinität zu Heliskiing analysiert. Beide Ressorts erwähnen nicht das Angebot des Heliskis, sondern konzentrieren sich auf Ski, Snowboard, Schlitteln und Schneeschuhlaufen. Bellwald („Top of Goms“) wirbt zusätzlich mit „Natur pur, Stille und Harmonie“ auf den Langlaufloipen.

Das grenznahe Gebiet im Kanton Bern - Jungfrau Region

Grindelwald, Mürren, Wengen und Lauterbrunnen haben sich zur Marketingkooperation Jungfrau Region zusammengetan. **Grindelwald** ist in dieser Kooperation der Hauptort mit der grössten Infrastruktur. Gemäss Marketingkonzept spricht man vor allem die Zielgruppe aus der sportlich aktiven Mittel- bis Oberschicht an. Das Motto Grindelwalds ist der Berg (Eiger im Logo). Der Ort hat eine starke Verbindung mit dem Berg („Zuständigkeit“, „man wächst mit dessen Gefahren“). Grindelwald positioniert sich als vielseitige Hochalpendestination für naturbewusste, erholungsbedürftige Entdecker. Heliskiing wird in Grindelwald nicht aktiv vermarktet. Auf der Tourismus-Internetseite kommt man über die Skischulen zum Heliski. Trotzdem ist es gemäss Interview mit dem Tourismusdirektor ein wichtiges Nischenprodukt im Gesamtangebot. Es passt sehr gut in die Angebotspalette des gehobenen Segments.

Die Marke **Interlaken** beinhaltet Angebote in den Orten Interlaken, Matten und Unterseen. Marketingstrategie und Motto lauten „Tor zur Jungfrau“. Es gibt heute einen vielfältigen Gästemix mit einem Schwerpunkt beim Adventure und Backpacker-Tourismus. Heliskiing findet explizit keine Erwähnung in der Marketing Strategie. Einer von drei Unique Selling Point (USP) lautet jedoch „Pure Adrenalin“, wo Heliskiing gut reinpasst, aber nur einen sehr kleinen Anteil ausmacht im Vergleich zum vielseitigen Adventure-Angebot. Insofern ist Interlaken nicht die typische Heliskiing-Destination, regelmässig Praktizierende gehen eher direkt ins Wallis.

Fazit für Heliskiing in den Tourismuskonzepten der Region Aletsch

Heliskiing ist gar nicht oder kaum in den Tourismuskonzepten der Region Aletsch eingebettet und entspricht in den meisten Fällen nicht den Hauptzielgruppen der Region. Die Kundschaft sind meist Familien und Senioren. Vor allem das Lötschental zielt auf einen sanften Tourismus und spricht Gäste an, welche das traditionelle, urwüchsige des Tals schätzen. Das schliesst nicht

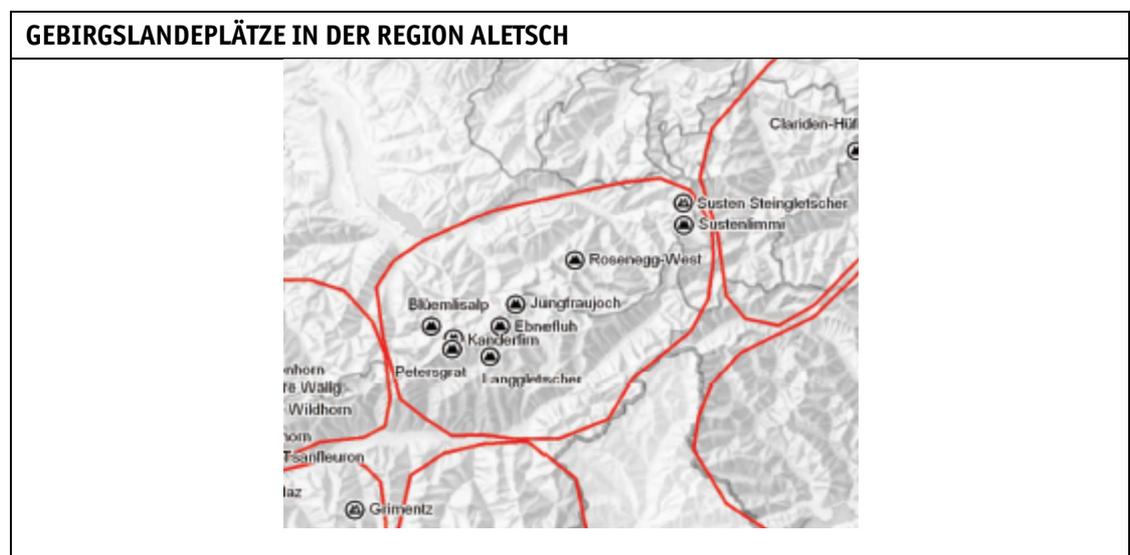
aus, dass einzelne Anbieter / Hoteliers das Heliskiing-Angebot im betriebseigenen Marketing nutzen (z.B. Art Furrer Hotels Riederalp oder Anenhütte Lötschental; siehe weiter unten).

Wenn man das Heliskiing in offiziellen Konzepten zwar nicht propagiert, heisst das nicht, dass man darin grosse Zielkonflikte sieht. D.h. die Wahrnehmung der Tourismusverantwortlichen und der einheimischen Bevölkerung ist relativ nüchtern. Die Mehrheit sieht keinen oder nur geringen Konflikt zwischen allgemein praktiziertem Tourismus und Heliskiing. Auch seien nur wenige Reklamationen bekannt.

3.2. FLUGFREQUENZEN UND NACHFRAGE HELISKIING

Für die Region Aletsch gibt es neun relevante Gebirgslandeplätze, davon sind vier im Kanton Wallis: Petersgrat, Ebnefluh, Langgletscher und Jungfrauoch (Figur 8). Die GLPs Blüemlisalp, Rosenegg-West, Kanderfirn, Susten Steingletscher und Sustenlimmi liegen auf der Berner Seite, werden aber teilweise auch von der Walliser Seite angefliegen. Als Aufnahmeplätze dienen die GLPs Langgletscher und Susten-Steingletscher.

Die Heliskiing-Saison geht je nach Witterung und Schneeverhältnissen von Januar bis April. Im Hochwinter (Januar, Februar) wird der Petersgrat mehr angefliegen, da die Ebnefluh flacher ist und mehr Schnee hat (Skifahrer müssten stossen).



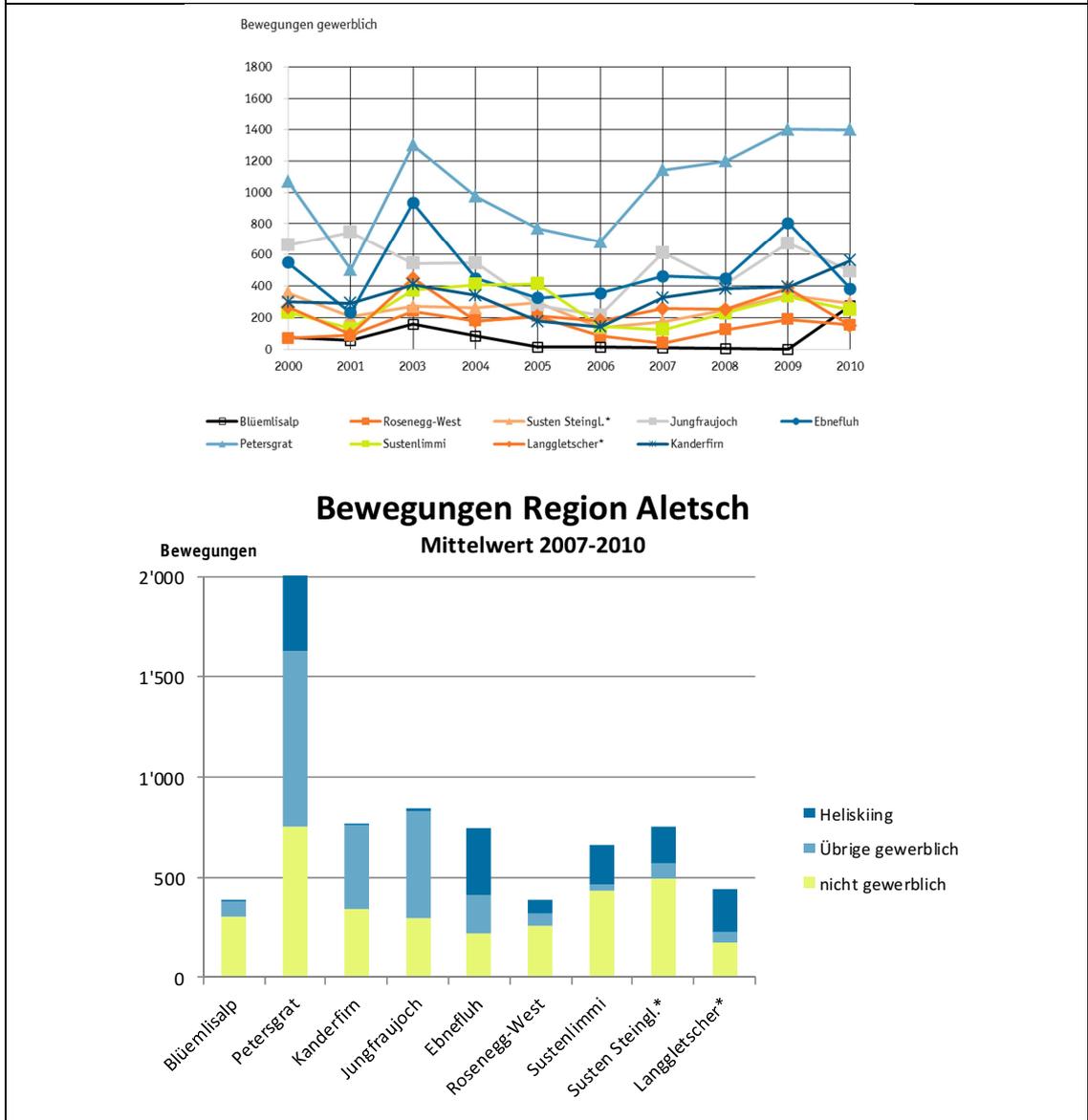
Figur 8 Gebirgslandeplätze in der Region Aletsch (Quelle: BAZL).

Analysiert man die Anzahl gewerbliche Bewegungen²¹ (Figur 9), so ergeben sich folgende Hauptaussagen:

- › GLP Petersgrat hat klar die höchste Flugbewegung, gefolgt vom GLP Ebeneflüh.
- › Die Anzahl Bewegungen am Petersgrat hat sich seit dem Jahr 2000 verdoppelt und seit ca. 2007 auf einem hohen Niveau eingependelt.
- › Der Anteil Heliskiing bei den GLPs in der Region Aletsch ist vergleichsweise klein (beim GLP Petersgrat betragen sie im Durchschnitt der Jahre 2007-2010 rund 20%).
- › Vergleicht man die die Bewegungen der Region Aletsch mit den anderen Regionen (Kapitel 2.2, Figur 4), fällt die grosse Anzahl „übriger gewerblichen“ Flüge auf. Zu diesen zählen v.a. Heli-Taxiflüge sowie Rundflüge von Flugzeugen mit Zwischenlandung auf GLP's.

²¹ Die Angaben des BAZLs beruhen auf Selbstdeklaration und können lediglich im Sinne einer aggregierten, groben Trendaussage verwendet werden.

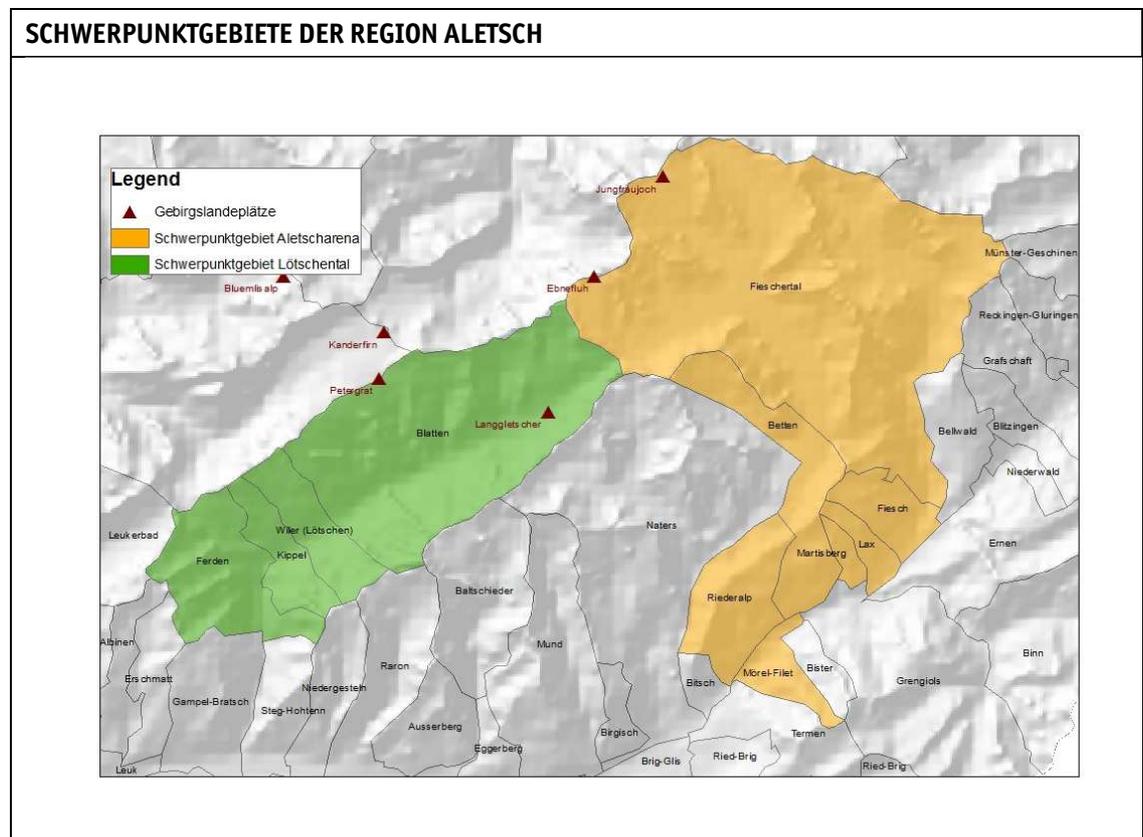
ANZAHL GEWERBLICHE BEWEGUNGEN ALETSCH-SUSTEN



Figur 9 Anzahl GLP-Bewegungen (Start + Landungen = 2 Bewegungen) der gewerbsmässigen Flüge (ohne Schulungs- und Übungsflüge sowie private Rundflüge) sowie nicht gewerbliche Flüge (v.a. Ver- und Entsorgung) mit Landungen auf den Gebirgslandeplätzen der Schweiz (Quelle: BAZL).
* Aufnahmeplätze.

3.3. TOURISTISCHE BEDEUTUNG DES HELISKIING

Die Heliski-Region Aletsch ist relativ weitläufig. Untersucht man die endogene touristische Bedeutung in der Region Aletsch so sind auf Walliser Seite primär zwei Gebiete betroffen: das Lötschental sowie die Marketingkooperation „Aletscharena“ welche die Destinationen Riederalp, Bettmeralp und Fiesch-Eggishorn umfasst. In Figur 10 sind die Gemeinden dargestellt, welche den beiden Schwerpunktgebieten zugeordnet werden. Die nachfolgenden Analysen der touristischen Bedeutung konzentrieren sich auf diese Gemeinden.



Figur 10 Gemeinden der Region Aletsch mit Fokus Lötschental und Aletscharena (Datenquelle: BAZL und BFS).

Die Tabelle 3 zeigt die Kriterien des Bundesamtes für Raumentwicklung (ARE) als Basis für die Beurteilung, ob sich das Gebiet für Heliskiing eignet.²² Es zeigt sich insgesamt, dass in allen drei Kriterien die Region Aletsch die Kriterien nicht oder nur teilweise erfüllt.

²² „Kriterien zur Beurteilung von Heliski“, Bundesamt für Raumentwicklung, ARE-interner Entwurf vom 2.12.2008

ARE-KRITERIEN HELISKI-DESTINATIONEN			
Kriterium	Anforderungen	Region Aletsch (VS)²³	Fazit
Wintersportinfrastruktur	Grosses Skigebiet mit touristischer Infrastruktur und guter ÖV-Erschliessung.	Lötschental-Lauchernalp: 33 km Piste; 6 Anlagen Förderkapazität: 80000 Personen/Stunde ÖV-Anschluss (Postauto): 1h-Takt Goppenstein-Wiler (Lötschen)	Teilweise erfüllt (Skigebiet)
		Aletscharena: 104 km Piste; 35 Anlagen; 11600 Personen/h ÖV-Anschluss (Schiene): 1h-Takt von Brig (integraler 1/2h-Takt jedoch absehbar)	Teilweise erfüllt (ÖV-Erschliessung)
Übernachtungen	Destination mit mindestens 1.5 Mio Übernachtungen	Lötschental (2010): 34'000 Übernachtungen in der Hotellerie. Ca. 180'000 Übernachtungen Parahotellerie. =>214'000 Übernachtungen	Nicht erfüllt
		Aletscharena (2010): 212'000 Übernachtungen in der Hotellerie Ca. 653'000 Übernachtungen Parahotellerie =>865'000 Übernachtungen	
Anteil ausländischer Gäste	In Kerngemeinde Mindestanteile von 60% ausländischer Gäste	Lötschental (2004): ca. 25-30% ausländische Gäste	Nicht erfüllt
		Aletscharena-Riederalp (2010): ca. 40% ausländische Gäste	

Tabelle 3 ARE-interne Kriterien zur Grobabschätzung der Eignung einer Destination für Heliskiing²² (Quellen: Logiernächte = Service du développement économique; Herkunft = BFS/HESTA; Skipisten = Destinationsangaben)

3.3.1. DIREKTER NUTZEN

Der typische Heliski-Gast in der Region Aletsch (vom Kt. VS aus) ist 30-50 Jahre alt (in der Jungfrau-Region auch bedeutender Anteil jüngerer Kundschaft), mittlerer bis guter Skifahrer und schätzt das Variantenfahren. Er kann sowohl als Einzelner oder in der Gruppe auftreten. Viele kommen aus der Schweiz (rund 70%). Im Lötschental gibt es viele Tagesausflügler (rund 80%), welche aus den Agglomerationsgebieten Bern, Zürich oder Basel oder aus anderen Regionen (z.B. Zermatt oder Verbier) des Wallis zum Heliskifahren für einen Tag kommen. Letztere richten sich nach den Schnee- und Witterungsbedingungen und haben meistens ihren eigenen Bergführer dabei. In den Gebieten der Aletscharena sind ca. ein Drittel der Heliski-Gäste Tagesausflüg-

²³ Die Zahlen beziehen sich nur auf den Kanton Wallis

ler. Der Rest setzt sich aus Feriengästen und Einheimischen zusammen. Für eine Mehrheit der Kunden ist Heliskiing eine einmalige Aktion. Dies trifft vor allem für die Gäste die bereits vor Ort sind zu: sie haben Lust etwas anderes zu probieren. Sie kommen aber nicht wegen dem Heliski-Angebot in die Region.

Im Folgenden wird für die gesamte Region Aletsch von etwa **1000 Heliski-Kunden pro Jahr** ausgegangen (Kanton Bern und Wallis). Grob geschätzt machen die Anflüge von der Walliser Seite etwas weniger, d.h. rund 40% aus im Vergleich zu und rund 60% von der Berner Seite. Etwa 500 Gäste konzentrieren sich auf die GLPs Petersgrat und Ebenefluh²⁴ Dies entspricht etwa 120 Gruppen (à 4-5 Personen pro Gruppe). Aus dem Sektor Lötschental sind es rund 120 Heliski-Kunden (davon nur ein kleiner Teil mit Lötschentaler Bergführern). Aus der Aletscharena kann man im Durchschnitt mit etwa 180 Heliski-Kunden rechnen. Die Anen- und Holandiahütte wird mit rund 200 Heliski-Kunden zwar in der untenstehenden Analyse zum Lötschental gerechnet, doch stellt sie einen Sonderfall dar.²⁵ Die Sitze der Heliunternehmen liegen nicht direkt in der Region Aletsch. Deren Einnahmen kommen somit nicht direkt den Regionen zugute.

DIREKTE NUTZEN HELISKIING DES LÖTSCHENTALS UND DER ALETSCHARENA		
Akteure	Nutzen	Vergleichsgrößen
Heliunternehmen (VS/BE)	<ul style="list-style-type: none"> - AirGlaciers: ca. 600 Kunden - BOHAG: ca 300 Kunden - Air Zermatt: ca. 100 Kunden - übrige: ca. 200 Kunden <p>Rechnet man mit 300 CHF pro Person (nur Flug) ergibt dies insgesamt einen Umsatz von ca. 0.4 Mio. Franken pro Jahr.</p>	Gemäss Angaben der BOHAG und Heli-Eagles macht Heliskiing etwa 6%-10% des Gesamtumsatzes aus. Bei AirGlaciers lautet eine analoge Schätzung ca. 5%
Bergführer	<p>Lötschental (inkl. Anenhütte / Holandiahütte): ca. 60 Gruppen Bei 500 CHF pro Gruppe und Tag (5 Personen pro Gruppe) ergeben sich ein Heliski-Umsatz von rund 30'000 CHF. Davon fallen jedoch nur rund 1/3 oder ca. 10'000 CHF bei im Lötschental domizilierten Bergführern an.</p>	Die 3-4 Bergführer (von insgesamt etwa 7-8 Bergführern) im Lötschental machen im Schnitt 2-4 Tage Heliskiing pro Jahr (Ausnahme Anenhütte).

²⁴ Die Anzahl von 500 Gästen ergibt sich aus den Zahlen der BAZL-Statistik: rund 370 gewerbliche Heliski-Bewegungen im Jahr 2010 (Landung *und* Start) bei den GLPs Ebeneflue, Petersgrat und Jungfrauoch. Grob ein Drittel davon sind kombinierte Flüge Petersgrat-Langgletscher-Ebenefluh. Daraus ergeben sich rund 120 Gruppen mit ca. 4-5 Personen

²⁵ Der Hüttenwart der Anenhütte kann durch persönliche Betreuung (persönliches Marketing) viele Gäste als „Wiederkehrer“ gewinnen. Es spiegelt nicht die typische Situation in der Region Aletsch wieder.

	<p>Aletscharena: ca. 30-40 Gruppen Bei 500 CHF pro Gruppe und Tag (5 Personen pro Gruppe) ergibt sich ein Heliski-Umsatz von rund 18'000 CHF.</p>	<p>Man kann in den Gebieten der Aletscharena von durchschnittlich 3 Heliski-Tagen pro Jahr und 15 aktiven Heliski-Bergführern ausgehen (von insgesamt ca. 40 Bergführern).</p>
Beherbergung	<p>Lötschental: Ein Grossteil (ca. 80%) der Heliskifahrer sind Tagesausflügler von extern. Kaum ein Übernachtungsgast kommt wegen Heliskiing ins Lötschental. Geht man von rund 20 Gästen aus, die eine Woche bleiben (und auch mal Heliskiing betreiben) ergibt das bei 150 Logiernächten und 150 CHF/Person einen Umsatz von rund 20'000 CHF</p> <p>Anenhütte: Wir gehen von ca. 75 Übernachtungsgästen aus: rund 75 Logiernächte à 100 CHF/Person und Nacht macht einen Umsatz von 7'500 CHF</p>	<p>Im Lötschental sind 34'000 Übernachtungen in der Hotellerie pro Jahr. Die Heliski-Übernachtungen machen weniger als ein Promille aus.</p>
	<p>Aletscharena: rund ein Drittel der Heliskifahrer übernachten in den Tourismusressorts. Wir gehen von ca. 20-30 Gästen aus, die zwar nicht wegen Heliskiing alleine kommen, aber das H.-Angebot nutzen. Bei 150 Logiernächten à 150 CHF/Person ergibt sich einen Umsatz von ca. 22'000 CHF.</p>	<p>Geht man von 212'000 Übernachtungen pro Jahr aus, so machen die Heliski-Übernachtungen weniger als ein Promille davon aus.</p>
Bergbahnen	<p>Bergbahnen haben keinen oder vernachlässigbaren Nutzen.</p>	
Gastronomie	<p>Lötschental: vor allem in den Hütten (Anen- und Hollandiahütte) sowie in Blatten. Annahme: Bei 60 Gruppen wird etwa pro Gruppe 100 CHF (5 Personen à 20CHF) konsumiert. Dies ergibt einen Umsatz von ca. 6'000 CHF.</p> <p>Aletscharena: Heligäste kommen nicht direkt vorbei. Deshalb kein Umsatz</p>	

Tabelle 4 Direkte Nutzen Heliskiing für das Lötschental und die Aletscharena (Quelle: Interviews).

Fazit direkter Nutzen Region Aletsch

Der direkte Nutzen wird aus drei Gesichtspunkten heraus zusammengefasst: die endogene Wertschöpfung für die **Region Aletsch (VS)**, die übrige Wertschöpfung für den **Kanton VS** sowie die Bedeutung für den **Kanton Bern**.

Insgesamt muss für die Region Aletsch konstatiert werden, dass mit Heliskiing nur sehr wenig direkter Umsatz in den betroffenen Gemeinden generiert wird und damit die endogene Wertschöpfung vergleichsweise gering ist. Lokale Bergführer, Beherbergung und Gastronomie erzielen Umsätze von weniger als 100'000 Franken jährlich. Insbesondere die in der Region ansässige

Bergführerschaft ist im Vergleich mit Zermatt deutlich weniger von den Heliskiing-Einnahmen abhängig (rund 10% Heliski-Einkommensanteile in Zermatt versus durchschnittlich 1% in Aletsch²⁶). Bei grob geschätzten touristischen Gesamtumsätzen im Lötschental von 26 Mio Franken und in den Gemeinden der Aletscharena von 160 Mio Franken, sind die direkten Heliski-Umsätze vernachlässigbar.²⁷

Betrachtet man die übrige Wertschöpfung im **Kanton Wallis** zeigt sich, dass die GLP-Region Aletsch vor allem für Kundschaft aus Verbier und Zermatt als Ausweichdestination bei schlechten Verhältnissen (Wetter, Schnee) dient. Die Kunden sind sehr mobil und es gibt viele externe Bergführer (z.B. aus anderen Regionen des Kantons Wallis und Kanton Bern), welche bis zu 80% des Nutzens abschöpfen. Hauptprofiteur sind die Heli-Unternehmen mit geschätzten knapp 400'000 Franken Umsatz pro Jahr. Davon entfallen rund 2/3 auf Unternehmen mit Hauptsitz im Kt. VS.

Ein bedeutender Anteil von geschätzten rund 60% der Heliski-Passagiere der GLP-Region Aletsch (ohne Susten) fliegen vom **Kanton Bern** aus (v.a. BOHAG und Air-Glaciers). Die Jungfrau-Region als Tourismus-Destination profitiert somit ebenfalls. Wie in den Walliser Destinationen ist Heliskiing aber auch hier ein klares Nischenprodukt. Vor allem für Interlaken mit seinem sehr vielseitigen Adventure-Angebot ist Heliskiing nur eine sehr kleine Nische. Die Tourismusverantwortlichen in Interlaken nehmen die Aletsch-Arena als bedeutendere Heliskiing-Destination wahr. Etwas stärker dürfte gemäss Interviews die Destination Grindelwald vom Heliskiing-Angebot profitieren. Das Verhältnis Heliski-Tagesausflügler vs. Feriengäste wird für die Region Jungfrau insgesamt auf rund 50:50 geschätzt.

3.3.2. INDIREKTER NUTZEN

Gleich wie in der gesamtkantonalen Darstellung (Kapitel 2.4.3) fallen neben den direkten Nutzen auch in der GLP-Region Aletsch indirekte wirtschaftliche Nutzen an. Die drei entsprechenden Nutzenkategorien sind in der Region Aletsch folgendermassen charakterisiert:

- › **Allgemeines touristisches Image:** Die Gebiete in der Region Aletsch vermarkten sich nicht speziell mit Heliskiing (siehe auch Kapitel 3.1.). Es handelt sich insgesamt um ein sehr kleines

²⁶ Ausnahme: Anenhütte

²⁷ Berechnung: Die kantonale Wertschöpfungsstudie (Rütter+Partner 2001) kommt für die Teilregion „Oberwallis“ (umfasst alle Walliser Gemeinden östlich einer Achse Siere-Zinal) auf direkte touristische Umsätze von 1.5Mia. Franken. Entsprechende Gesamtzahlen für die Region Aletsch liegen nicht vor. Nimmt man die Logiernächte als Verhältniszahl, so ergeben sich für das Lötschental 0.218 Mio. Logiernächte zu 8.2 Mio. im Oberwallis (1:38). Für die Gemeinden der Aletscharena ergibt sich ein Verhältnis von 1:8. Nimmt man die Anzahl der Beschäftigten, so ergibt sich im Lötschental ein Verhältnis von 1:79 und für die Aletscharena 1:10. Bei einer dazwischen liegenden Verhältniszahl von 1:58 für das Lötschental und 1:9 für die Aletscharena ergäbe sich ein Gesamtumsatz von 26 Mio respektive 160 Mio Franken.

Nischenangebot. Dies ist auch im Sinne der Bergführer, welche speziell in der Region Aletsch kein Interesse an einem Massenprodukt Heliskiing haben. Die Tourismusverantwortlichen sehen jedoch die Möglichkeit mit Hilfe von Heliskiing eine allgemeine Begeisterung für die Region zu wecken und hoffen, dass Tagesausflügler als Aufenthaltsgäste wiederkehren. Die Heliskiing-Region Aletsch zeichnet sich weniger durch steile, rasante Abfahrten aus, als durch eine einmalige Szenerie. Es bieten sich vor allem auch Kombinationen der nahegelegenen GLPs Petersgrat und Ebnefluh an, welche ein hochalpines Erlebnis mit Berghütte ermöglichen (Anehütte oder Holandiahütte).

Auf der anderen Seite muss insbesondere in der Region Aletsch beachtet werden, dass einzelne ökologisch stark sensibilisierte Gäste infolge starker Fliegerei auch ausbleiben können oder zumindest ihre Tourenplanung anders gestalten (z.B. bewusst eher in die östlichen Aletschgebiete und deren Hütten). Auch wenn dazu keine Statistiken vorliegen, gibt es doch einzelne Hinweise. Im Falle des Lötschentals würden nur wenige solcher Fälle genügen, um bei den direkten innerregionalen Effekten eine neutrale Bilanz der Heliskiing-Wirkungen entstehen zu lassen.

- › **Stabilisierende Einkommenseffekte:** Das Heliskiing bietet einigen Branchen ein zwar kleines aber willkommenes Zusatzeinkommen (siehe auch Tabelle 4). Nichtsdestotrotz liegt im Falle der Region Aletsch der Hauptnutzen extern: Eine Mehrheit der Heliski-Gäste übernachten nicht in der Region. Sie haben meist nur begrenzte Zeit und können nicht ausgiebig konsumieren. Heliskiing ist schnee- und witterungsabhängig und gleichzeitig sind die Kunden relativ flexibel (man fliegt dorthin, wo die besten Konditionen sind). Viele Tagesgäste bringen ihre eigenen Bergführer mit (z.B. aus benachbarten Regionen wie Verbier).
- › **Stabilisierung des Flugwesens:** Die Argumentation ist im Grundsatz dieselbe wie bereits in Kapitel 2.4.3 geführt. Punkto Trainingseffekt mit Hochgebirgskonditionen (spezielle Licht-, Wetter- und Schneeverhältnisse) ist in der Region Aletsch namentlich der GLP Ebnefluh mit 3800 m Höhe interessant.

3.4. INNERTOURISTISCHE KONFLIKTFELDER

- › **Lärmbelästigung:** Heliskiing findet auch an Sonntagen und Feiertagen statt (versus Transportwesen: hier sind nur Flüge unter der Woche erlaubt). Die Hauptsaison ist zwischen Januar und April (Petersgrat etwas früher als Ebnefluh). Für die Aufnahme und Rückführung der Gäste muss man fast nach Gampel (Regelung 1100m Höhe bei GLP). Deshalb fliegen die Helikopter durch das ganze Lötschenthal. Die Lärminmission wird hier wahrgenommen. Mit dem GLP Langgletscher können zumindest Flüge für Aufnahmen zwischen zwei Abfahrten (zumeist Kombina-

tion von Ebnefluh und Petersgrat) gespart werden.

Die Region Goms und Riederalp sind hingegen kaum vom Lärm betroffen, da weder in der Gegend gestartet wird (häufiger Abflug von Raron), noch diese überflogen wird.

Die gesamten Flugbewegungen (nicht nur Heliskiing) innerhalb des **UNESCO Welterbes** Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn sorgen für touristische Konflikte bei einem Teil der Skitourengehänger (s.u.), Lärm ist dabei aber nur ein Teilaspekt. Das Konfliktfeld UNESCO-Weltnaturerbe und Heliskiing steht selbstverständlich in einem grösseren umweltpolitischen Diskurs (Landschaftschutz, etc.), was aber nicht Gegenstand der vorliegenden Auslegung der touristischen Interessen ist.

- › **Skitouren:** Die Destinationen Ebnefluh und Petersgrat sind auch für Skitourengehänger beliebt. Konflikte gibt es vor allem bei der GLP-Landung sowie der Abfahrt. Der Anflug der Helikopter ist für die Tourengehänger weniger wahrnehmbar (zumindest von Norden her). Ein Teil der Skitouren-Gäste fühlt sich durch die verspurten Hänge, den Lärm und/oder ganz allgemein in ihrem Naturerlebnis gestört.
- › **Marketingkonflikt:** Die Mehrheit der Aufenthaltstouristen in der Region Aletsch sind Familien und Senioren. Damit einhergehend wirbt vor allem das Lötschental mit einem sanften Tourismus, welches Gäste ansprechen soll, die das traditionelle und urwüchsige des Tals schätzen. Die Heliski-Gäste kommen zum grössten Teil als Tagesgäste von extern. Dies kann zu einem Zielkonflikt innerhalb des Tourismus führen zwischen Leistungsträgern, Gästen und anderen Organisationen. Allerdings wird dieser Konflikt von den Ansässigen nicht so stark wahrgenommen, Reklamationen sind sehr selten.

3.5. RAUMPLANERISCHE ABSTIMMUNG

Die Gemeinde Blatten hat die GLP's in ihrem kommunalen Nutzungsplan eingetragen. Dies hat jedoch keine weitergehenden Konsequenzen, da die Festlegung in der Hoheit des Bundes liegt. Im Unterschied zu Zermatt besteht für das Lötschental auch kein Betriebsreglement, weil die Heli-Unternehmen keine Basis unterhalten. Und schliesslich existiert auch im Lötschental (wie im gesamten Kanton Wallis) keine überkommunale regionale Richtplanung, welche eine explizite Abstimmung zwischen extensiv und intensiv genutzten Tourismusgebieten vornehmen würde. Insofern gelten auf übergeordneter kantonaler Ebene die Aussagen des Richtplans sowie des Projekts „Raumentwicklung ProTer VW“ (siehe Kapitel 2.6).

Die Gemeinden der ‚Aletscharena‘ sind raumplanerisch nicht betroffen, da sich auf ihren Territorien keine GLP's befinden.

3.6. FAZIT FÜR DIE REGION ALETSCHE

Insgesamt ist der direkt nachweisbare wirtschaftliche Nutzen von Heliskiing in der Region Aletsch klein. Hauptprofiteur sind die Heli-Unternehmen, welche ihren Sitz aber im Vergleich zu Zermatt nicht innerhalb der GLP-Region haben. Zweiter Hauptprofiteur sind die Bergführer. Im direkten Vergleich mit der Region Zermatt sind jedoch bei den Aletsch-Flügen weit mehr auswärtige Bergführer beteiligt. Die innerregionalen Nutzen für Hotellerie und Gastronomie sind sehr klein, mit Ausnahme einzelner spezifischer Anbieter (v.a. Art Furrer, Anenhütte). Das Heliskiing-Angebot dient nicht als Zusatzargument um Ferien in der Region zu machen. Die Mehrheit der Aufenthaltstouristen in der Region Aletsch sind Familien und Senioren und gehören nicht zum primären Kundenkreis von Heliskiing. Heliskiing ist ein klares Nischenprodukt.

Auf diesem Hintergrund argumentieren sowohl Tourismusverantwortliche, Heliunternehmen wie auch Einheimische vor allem mit gesamtkantonalen Argumenten. Die Region Aletsch ist eine Heliskiing-Destination unter anderen. Durch die Vielfalt an Möglichkeiten könne sich der Walliser Tourismus national und international gut positionieren. Der besondere Reiz der GLP-Region Aletsch liegt in der grossräumigen hochalpinen Szenerie.

Die zwei grössten Konfliktpotenziale der GLP-Region Aletsch liegen einerseits in der Lärm-belästigung im Lötschental. Die Helikopter müssen vergleichsweise lange Wege zurücklegen, d.h. durch das ganze Tal fliegen und beeinträchtigen damit die anderen Tourismusbereiche. Der zweite Konflikt liegt im innertouristischen Spannungsfeld zwischen Vermarktung der Region als einmaliges Naturerlebnis / sanftem Tourismus (mit entsprechender Kundschaft) und erlebnis-orientiertem Heliskiing. Eine sorgfältige Interessensabwägung ist hier wichtig, zumal die direkt in der Region anfallenden wirtschaftlichen Nutzen des Heliskiings sehr klein sind.

4. TOURISTISCHER INTERESSENSNACHWEIS REGION WALLIS-SÜDWEST

4.1. TOURISTISCHE KONZEPTE UND STRATEGIEN

Im Folgenden werden verschiedene touristische Konzepte²⁸ und Strategien der Region Wallis-Südwest ausgewertet. Die Analysen dieser Dokumente sind teilweise mit Informationen aus den Internetangeboten der jeweiligen Tourismusorte ergänzt.

Marketingstrategie Verbier St-Bernard

Der Marketingverbund Verbier St-Bernard umfasst die Orte Verbier/Val de Bagnes, La Tzoumaz und Pays du St-Bernard. Ihre Vision ist eine der drei grössten Destinationen des Kantons Wallis bezüglich Übernachtungen, Image und Produkteangebot zu werden. Dabei positionieren sie ihr Angebot als ein authentisches, kosmopolitisches Erlebnis. Das Motto ist „Verbier-grandeur nature!“ respektive „Verbier-natürlich grossartig“. Die Zielgruppen sind Junge (18-25 Jahre), Familien mit Kinder, DINKS²⁹ sowie Senioren. Damit sprechen sie eine grosse Bandbreite von Alter, Kulturen und Herkunft an. Sie sehen den gemeinsamen Nenner dieser Zielgruppe in der Liebe zur Bergwelt, deren Landschaftsvielfalt sowie der internationalen Ausstrahlung. Das sportliche Image mit einem gewissen Prestige in einem authentischen Rahmen ist wichtig. In diesem Kontext unterteilen sie ihr Angebot in strategische Bereiche:

- › Alpiner Sport - avant-garde mit den Hauptprodukten: Freeride, Sports fun/VTT
- › Luxussegment („Haut de gamme“) mit den Hauptprodukten: Gastronomie, Heliskiing, Verbier Festival
- › Wintersport – klassisch: Schlittenpisten, Schneeschuhwege, Skifahren
- › Alpine Erfahrung-authentisch: „Sentier de sens“, St.Bernard Hospiz
- › Aktivitäten in den Bergen: Wandertouren, Ausflüge, Hütten

Die Strategie sieht vor, bei den existierenden Angeboten (vor allem Luxussegment, Wintersport-klassisch und Aktivitäten in den Bergen) ein ausgeglichenes Wachstum anzustreben. Die Bereiche Alpiner Sport und Alpine Erfahrung sollen ein grösseres Wachstum erfahren.

²⁸ Plan marketing 2011 Destination VERBIER St-Bernard- Verbier: 16.8.2010, Création d'une destination Verbier/Val de Bagnes- La Tzoumaz- Pays du St-Bernard Document sommaire et réflexions conceptuelles : 11.8.2008, Rapport de gestion 2009-10 Nendaz Tourisme SA, Rapport Annuel 2009-2010 Téléverbier Valais Suisse, Comment assurer la perennite du tourisme doux dans le Val d'Hérens : Travail réalisé pour l'obtention du diplôme de l'Ecole Suisse de Tourisme à Sierre (Suisse) 11.6.2009

²⁹ DINKS: Double income no kids

Bezug zu Heliski: Heliskiing ist im Falle von Verbier St-Bernard gut in die touristischen Strategien eingebettet. Es findet sowohl in der Marketingstrategie als auch auf der offiziellen Touris- musseite von Verbier-St-Bernard (unter der Rubrik „Adrenalin und Entdeckungen“³⁰) Erwäh- nung. Es ist im Marketingkonzept in den Luxusbereich „Haut de gamme“ eingeordnet, welches zwar als Nischenprodukt bezeichnet wird, dem man aber doch ein ausgeglichenes Wachstum zuschreibt. In diesem Luxusbereich hat der Ort Verbier innerhalb des Marketingverbundes die Federführung. Dies stimmt einerseits mit der Heliski-affinen Zielgruppe überein (internationa- les, gut situiertes, oft sportliches Freerider-Publikum) als auch dem „Esprit de Verbier“: das Ext- reme und die unzugänglichen Abfahrten. Die Kunden sind meist gut situiert und wollen die Ab- wechslung sowie Überraschung.

Marketingstrategie Nendaz

Das Nachbartal Val d’Nendaz mit dem Hauptort Haute-Nendaz („Mont Fort“) spricht als Destina- tion in erster Linie Familien an. Es werden dementsprechend Aktivitäten wie Schlitten, Eisbahn, Snowtubing, kindergerechte Wanderwege und Skifahren angeboten. In diesem Kontext findet Nendaz als Eingang zum Skigebiet „Les 4Vallées“, einem Zusammenschluss der Skigebiete von Verbier, Thyon, Veysonnaz und Nendaz, Erwähnung. Zusätzlich nimmt Nendaz mittlerweile eine Satelliten-Funktion von Verbier ein: viele Kunden aus Verbier kaufen in Nendaz ein Chalet, weil das Angebot in Verbier knapp ist. Im Jahresbericht 2009-10 von Nendaz wird Heliskiing zwar nicht erwähnt, gleichwohl hat Heliski in Nendaz eine zunehmende Bedeutung (u.a. auf Home- page Bergführer explizit aufgeführt). Beispielsweise wird beim Webauftritt unter „News“ für eine Heliski-Woche in Zusammenarbeit mit einem regionalen Anbieter geworben.³¹

Tourismuskonzepte Val d’Hérens und Val d’Arolla

In der stark ländlich geprägten Region Evolène-Arolla existiert kein offizielles Tourismus- oder Marketingkonzept. Deshalb stammen die folgenden Ergebnisse aus einer Internetrecherche, Interviews, einer Diplomarbeit der Schweizerischen Hotelfachsschule³² sowie dem Dossier des Regionalparks Val d’Hérens.

Die typischen Gäste sind Familien und Junge (oft vom Typ Freerider, zwischen 18-30 Jahre) aus dem nahen Europa (Deutschland, Niederlande, Grossbritannien) und der Schweiz. Sie lieben

³⁰ <http://www.verbier.ch/de/hiver/autres-activites/andere-aktivitaten-0-363>

³¹ <http://www.nendaz.ch/tourismus/heli-week.html>

³² Gabrielle Dayer 2009: Comment assurer la pérennité du tourisme doux dans le Val d’Hérens? l’Ecole Suisse de Tourisme à Sierre (Suisse)

die Natur und die raue Landschaft der Gegend. Im Winter ist das Angebot vor allem Ski Alpin aber auch Langlauf und Schneeschuhlaufen. Auf der offiziellen Tourismuseite³³ der Region Evolène wird kein Heliskiing erwähnt. Man findet jedoch das Heliski-Angebot auf verschiedenen (dezentralen) Internetseiten von Hotels (z.B. Grand Hôtel Kurhaus Arolla³⁴) oder Skischulen (L'Ecole Suisse de Ski)³⁵.

Promotoren im Val d'Hérens haben ein Dossier vorbereitet für einen Regionalen Naturpark. Die Bevölkerung des Val d'Hérens lehnten jedoch in einer Abstimmung vom 18. Dezember 2011 das Label ab. Die Überlegungen zum Zusammenhang zwischen Heliskiing und Naturpark Val d'Hérens sind somit für den vorliegenden Interessensnachweis nicht mehr relevant (siehe Anhang 2).

Ressorts des Val d'Anniviers

Die Resorts Zinal, St-Luc und Grimentz/St-Jean werben mit Natur pur („nature préservée“) und bieten vor allem Ski Alpin, Telemark, Langlauf und Schneeschuhlaufen an.³⁶ Zinal spricht ein sportliches Publikum und Familien an und wirbt zusätzlich mit Snowpark und Freeriding. Lediglich auf der Internetseite der Bergbahnen Anniviers wird für Heliskiing geworben.³⁷

Fazit für Heliskiing in den Tourismuskonzepten der Region Wallis-Südwest

Heliskiing ist in den vier Tälern der Region Wallis-Südwest sehr unterschiedlich in den Tourismuskonzepten eingebettet. Klarer Hauptort ist Verbier. Hier ist Heliskiing touristisch (und politisch) breit abgestützt und durchaus vergleichbar mit einem Tourismusort wie Zermatt. Verbier weist ein internationales, gut-situiertes Gästeklientel auf. Je weiter östlich man sich vom Val de Bagnes entfernt, desto mehr nimmt die Bedeutung des Heliskiing ab: In Haute-Nendaz hat Héli-skiing eine geringe Bedeutung. In der Gegend Arolla-Evolène ist die Bedeutung grösser. Zwar ist auch die politische Unterstützung für Heliskiing hier gross, doch fehlen die offiziellen Strategiedokumente, welche Heliskiing in ein Gesamtkonzept einbetten würden. In der abgelegenen Gegend von Arolla-Evolène ist Heliskiing vor allem eine Diversifikationsmöglichkeit. In den Resorts des Val d'Anniviers spielt Heliskiing wiederum keine bedeutende Rolle.

³³ <http://www.evolene-region.ch/tourisme/activite-hiver-252.html>

³⁴ <http://www.hotel-kurhaus.arolla.com/hiver/heliski-fr.php3>

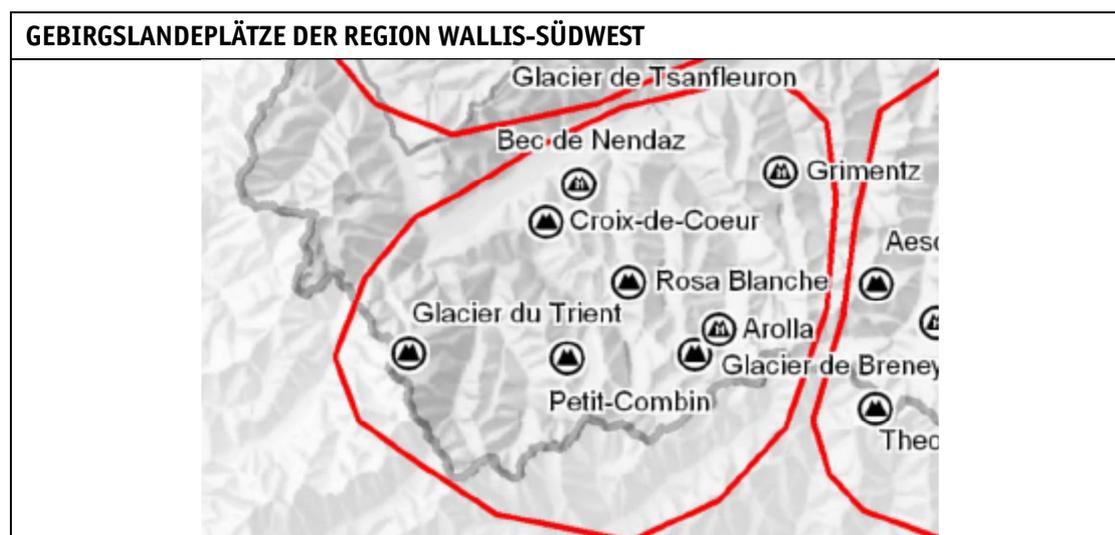
³⁵ <http://www.arolla.com/winter/index4f.htm>

³⁶ <http://www.grimentz-stjean.ch/fr/Regions/>

³⁷ <http://www.rma.ch/anniviers/suisse/ski-valais/helicoptere-heliski-1.html>

4.2. FLUGFREQUENZEN UND NACHFRAGE HELISKIING

In der Region Wallis-Südwest sind acht GLPs für Heliskiing relevant: Glacier du Trient, Petit-Combin, Glacier de Breney, Arolla, Rosa Blanche, Croix-de-Coeur, Bec de Nendaz und Grimentz. Davon sind drei Aufnahmeplätze: Arolla, Croix-de-Coeur und Grimentz.

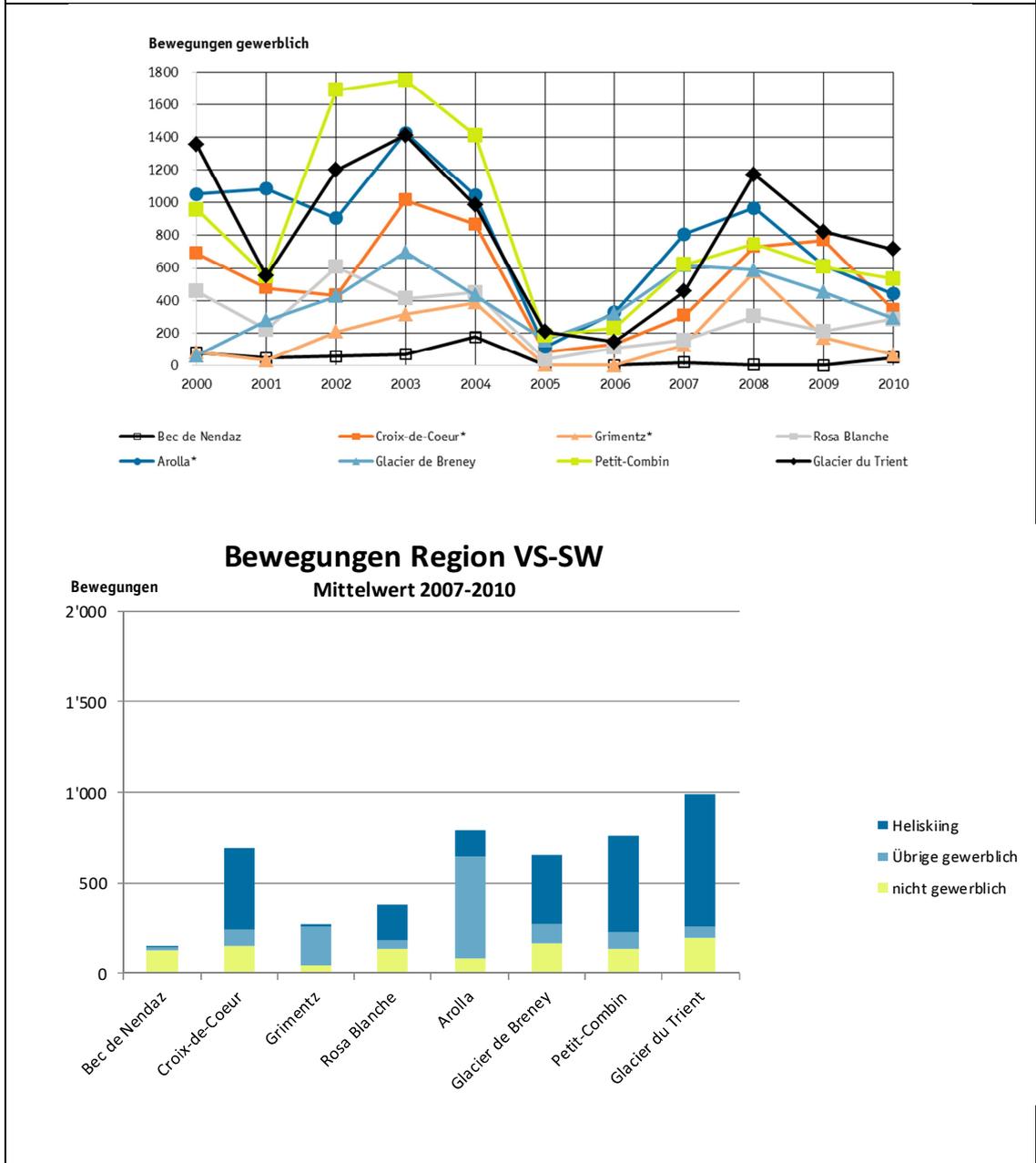


Figur 11 Gebirgslandeplätze der Region Wallis-Südwest (Quelle BAZL).

Analysiert man die Anzahl gewerblicher Flüge (Figur 12), so ergeben sich folgende Hauptausagen:

- › Der Anteil Heliskiing an den gewerblichen Flügen ist im direkten Vergleich mit der Region Aletsch deutlich höher.
- › Vergleicht man den Anteil Heliskiing zu allen gewerblichen Bewegungen in den Jahren 2007-2010, so haben Glacier du Trient, Petit-Combin und Glacier de Breney (Pigne d’Arolla) den grössten Anteil.
- › Die Variabilität im zeitlichen Verlauf ist sehr gross: Auf die sehr starken Jahre 2002 bis 2004 folgten (wetterbedingt) sehr geringe Frequenzen in den Jahren 2005 und 2006. Nach einem erneuten Anstieg bis 2008, zeigen die wichtigsten GLPs seit 2008 einen deutlichen Abwärtstrend in der Anzahl Flüge (und Passagiere).

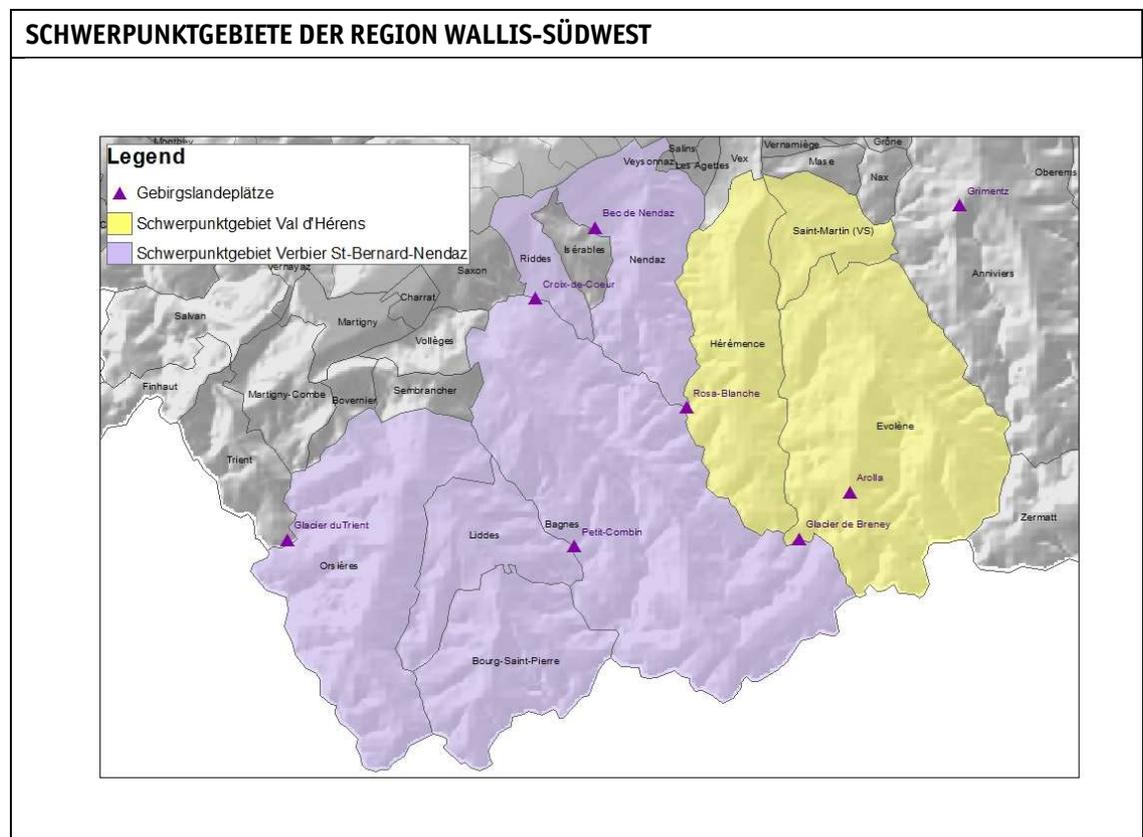
ANZAHL GEWERBLICHE BEWEGUNGEN-ZEITLICHE ENTWICKLUNG UND VERGLEICH DER GLP



Figur 12 Anzahl Bewegungen (Start + Landungen = 2 Bewegungen) der gewerbsmässigen Flüge (ohne Schulungs- und Übungsflüge sowie private Rundflüge) mit Landungen auf den Gebirgslandeplätzen der Schweiz (Quelle: BAZL). Mit * sind die Aufnahmeplätze gekennzeichnet.

4.3. TOURISTISCHE BEDEUTUNG DES HELISKIING

Die Heliski-Region Wallis-Südwest ist kein homogenes Gebilde: klarer Schwerpunkt bildet Verbier, welches als Marketingkooperation Verbier-St.Bernard die Gemeinden Bagnes, Riddes, Liddes, Bourg-Saint-Pierre und Orsières beinhaltet (Figur 13). Ein zweites Schwerpunktgebiet ist das erweiterte Val d'Hérens mit den Gemeinden Evolène, Hérémenche und Saint-Martin. Dieses verfügt über zwei wichtige GLP's (Arolla, Glacier de Breney) und einen regionalen Naturpark. Hingegen hat das Val'Anniviers (GLP Grimentz) kaum Bedeutung fürs Heliskiing. Die nachfolgenden Analysen konzentrieren sich somit auf die dargestellten zwei Schwerpunktgebiete:



Figur 13 Gemeinden der Region Wallis-Südwest mit Fokus auf Verbier St-Bernard und Val d'Hérens

Zunächst erfolgt auch für diese GLP-Region eine Würdigung nach den Kriterien des Bundesamtes für Raumentwicklung (siehe Kapitel 2.4.1). Es zeigt sich im Unterschied zur GLP-Region Aletsch, dass die drei Kriterien für die Region Wallis-Südwest mehrheitlich erfüllt sind:

ARE-KRITERIEN HELISKI-DESTINATIONEN			
Kriterium	Anforderungen	Region Wallis-Südwest	Fazit
Wintersportinfrastruktur	Grosses Skigebiet mit touristischer Infrastruktur und guter ÖV-Erschliessung.	Verbier 188 km Piste, 35 Anlagen Förderkapazität: 48'290 Personen/Stunde ÖV-Anschluss: 1h-Takt von Martigny mit Umsteigen in Le Châble Haute-Nendaz Basse-Nendaz ÖV-Anschluss (Bus): 1h-Takt von Sion Les 4 Vallées 410 km Piste; 89 Anlagen Förderkapazität: 70'770 Personen/Stunde Arolla 47 km Piste; 6 Anlagen; 2'925 Personen/h ÖV-Anschluss: 2h-Takt von Sion. Evolène 45 km, 8 Anlagen, 6'000 Personen/h ÖV-Anschluss: 1h-Takt von Sion	erfüllt (Skigebiet) teilweise erfüllt (ÖV-Erschliessung)
Übernachtungen	Destination mit mindestens 1.5 Mio Übernachtungen	Verbier-St. Bernard (2010): ca. 1.1 Mio. Übernachtungen (Hotel+ Parahotellerie) Haute-Nendaz (2010): ca. 731'000 Übernachtungen (Hotel+ Parahotellerie) Val d'Hérens (2010): 65'328 Übernachtungen in der Hotellerie total Wallis-Südwest Ca. 1.9 Mio. Übernachtungen (2010)	erfüllt
Anteil ausländischer Gäste	In Kerngemeinde Mindestanteile von 60% ausländischer Gäste	Verbier (2002): 72% Haute-Nendaz (2010): 70% Evolène (2002): 57%	erfüllt

Tabelle 5 ARE-interne Kriterien zur Grobabschätzung der Eignung einer Destination für Heliskiing (Quellen: Logiernächte = Service du développement économique; Herkunft = BFS/HESTA; Skipisten = Destinationsangaben und BFS: Hotellerie und Parahotellerie 2001/2002)

4.3.1. DIREKTER NUTZEN

Der Heliski-Fahrer der Region Wallis-Südwest ist der Typ Freerider. Es sind meist gute Skifahrer, welche die Abwechslung zum Pistenfahren, das Ausserordentliche, das Erlebnis in der Natur (hohe Berge) suchen. Es gibt recht viele organisierte Gruppen, die z.B. als Firmenausflug oder als einwöchige Packages kommen. Vor allem in der Region Verbier besitzen viele der Gäste eine Ferienwohnung oder -chalet in der Region und kommen regelmässig. Diese Stammgäste sind meist gut situiert und besuchen Verbier wegen dem internationalen Ambiente und dem dazugehörenden Angebot im Luxussegment (gastronomisch, kulturell, sportlich), welches Heliskiing ebenfalls umfasst. Das Publikum im Val d'Hérens ist nicht das gleiche wie in Verbier. Hier sind es viele Gäste, die für ein verlängertes Wochenende anreisen oder Ferienaufenthalter (vor allem Familien und Junge), die Heliskiing auch mal probieren wollen.

Es wird im Folgenden für die Region Wallis-Südwest von ca. **4'000 Heliski-Gästen pro Jahr** ausgegangen.³⁸ Davon stammen ca. 3'300 Heliski-Kunden aus der Teilregion Verbier St.Bernard. Diese entsprechen rund 800 Gruppen mit 4-5 Personen pro Gruppe. Für das Schwerpunktgebiet Val d'Hérens wird mit etwa 700 Heliski-Gästen gerechnet, was rund 150 Gruppen pro Saison entspricht.

DIREKTE NUTZEN HELISKIING VON VERBIER ST-BERNARD UND VAL D'HERENS		
Akteure	Nutzen	Vergleichsgrössen
Heliunternehmen	Heli Eagles: ca. 1'200 Kunden Heli Alpes: ca. 1'800 Kunden Air-Zermatt: ca. 80 Kunden Air-Glacier: ca. 900 Kunden Rechnet man mit 300 CHF pro Person (nur Flug) ergibt dies insgesamt einen Umsatz von ca. 1.2 Mio. Franken pro Jahr.	Gemäss Angaben der Heli-Eagles macht Heliskiing etwa 6%-10% des Gesamtumsatzes aus. Bei AirGlaciers lautet eine analoge Schätzung ca. 5%
Bergführer	Verbier-St-Bernard: mit ca. 800 Gruppen bei 500 CHF pro Gruppe und Tag ergibt sich ein Heliski-Umsatz von 400'000 CHF .	10 Bergführer machen regelmässig Heliski (von insgesamt 100 Bergführern). Die restlichen Bergführer sind unterschiedlich aktiv (0-40 Heliskitage).

³⁸ Die Anzahl von 4000 Gästen liegt etwas über den Zahlen der BAZL-Statistik: Nach der offiziellen Statistik frequentieren rund 3'100 Personen für Heliski im Jahr 2010 die GLPs in der Region Wallis Südwest. Die summierten Angaben der Heliunternehmen lassen eine etwas höhere Frequenz als realistisch erscheinen. Hinzu kommen solche Gäste, die aufgrund von schlechten Witterungs- oder Schneebedingungen von VS-SW aus in andere Regionen fliegen. Letztere Zahl wurde über Interviews mit Heliunternehmen ermittelt.

	Val d'Hérens: mit ca. 150 Gruppen bei 500 CHF pro Gruppe und Tag ergibt sich ein Heliski-Umsatz von 75'000 CHF.	In der Region Evolène/Arolla sind 5-6 Bergführer aktiv im Heliski (von insgesamt ca. 30 Bergführern). Diese machen im Schnitt 35 Tage Heliski.
Beherbergung	Verbier-St-Bernard: Ein Grossteil der Heliskifahrer sind keine Tagesausflügler, sondern übernachten in der Region (ca. 90%). Viele von ihnen haben ein Ferienchalet. Wenn man davon ausgeht, dass 20% in Hotels übernachten, so spricht man hier von rund 500 Personen mit 5 Nächten à 200 CHF/Person, ergibt sich ein Umsatz von etwa 0.5 Mio CHF	Im Verbier-St-Bernard sind 240'000 Übernachtungen in der Hotellerie pro Jahr. Die Heliski-Übernachtungen machen ca. 1% davon aus.
	Val d'Hérens: Viele Heliskigäste kommen für ein Wochenende und bleiben zwei Nächte in der Region. Manche übernachten direkt in einer Hütte, einer Ferienwohnung oder Hotels. Wir gehen hier von 500 Logiernächte à 150 CHF/Person und Nacht macht einen Umsatz von 75'000 CHF	Das Val d'Hérens hat rund 65'000 Übernachtungen in der Hotellerie pro Jahr. Die Heliski-Übernachtungen machen <1% davon aus.
Transport (Bergbahnen und Taxis)	Verbier-St-Bernard: Viele Heliski-Fahrer starten von Croix-de-Coeur und nehmen die Seilbahnen um zum GLP zu gelangen. Allerdings ist davon auszugehen, dass die meisten Gäste bereits in der Region sind und einen Skipass nicht extra wegen Heliski kaufen. Ein direkterer Zusammenhang besteht zum Taxigewerbe (zum Croix-de-Coeur sowie Abholen z.B. in St.Pierre). Wenn 50% der 800 Gruppen den Taxi benutzen ergeben sich geschätzte Gesamteinnahmen von 20 bis 40'000 CHF.	Es gibt in Verbier 28 Taxiunternehmen, davon transportieren 3 Unternehmen mehr oder weniger oft und 2 Unternehmen hauptsächlich Heliski-Gäste
	Val d'Hérens: Die Heliski-Gäste kombinieren vielfach das Heliskiing mit Pistenfahren. Im Schnitt kommen auf einen Tag Heliski ein Tag Piste (inkl. nur Tagesgäste Heliskiing). Wenn man von 700 Tagen Pistenfahren ausgeht mit 40 CHF pro Tageskarte, so ergibt sich ein Umsatz von ca. 30'000 CHF. Dies kann aber nur bedingt angerechnet	

	<p>werden, weil viele Gäste sowieso einen Skipass gekauft hätten. Die Bedeutung für das Taxigewerbe ist in Arolla infolge kurzer Distanzen weniger bedeutend als im Val de Bagnes.</p>	<p>In Arolla gibt es ca. 5 Unternehmen. Von diesen sind vor allem 3 Unternehmen am Transport von Heliski-Gästen beteiligt.</p>
--	---	--

Tabelle 6 Direkte Nutzen Heliskiing für das Gebiet Verbier-St.Bernard und Val d'Hérens (Quelle: Interviews).

Fazit zu direktem Nutzen für die Region Wallis-Südwest

Betrachtet man die **endogene Wertschöpfung** des Heliskiing in der Region Wallis-Südwest, so ist sie zwar im Vergleich zur Region Aletsch höher (Prozent statt im Promille-Bereich), doch auch hier in einer quantitativ kleinen Grössenordnung. Wiederum sind es vor allem die Heli-Unternehmen mit einem Umsatz von ca. 1.2 Mio CHF, die vom Heliski-Tourismus profitieren. Die Bergführer folgen mit einem Umsatz von rund 470'000 CHF. Insgesamt wird mit Heliski ein Umsatz von rund 2 Mio CHF jährlich gemacht. Die dabei integrierten Umsatzanteile von Bergbahnen sind klein und nicht eindeutig dem Heliskiing zuzuordnen, da die Gäste vermutlich den Skipass unabhängig vom Heliski kaufen würden. Ein Spezialfall der Region Südwest stellen die Zusatzeinnahmen für das Taxigewerbe dar infolge relativ weit auseinander liegender Abflugs- und Anknüpfungsstandorten.

Bei grob geschätzten touristischen Gesamtumsätzen im Schwerpunkt Val d'Hérens von 33 Mio. CHF und in Verbier St-Bernard von 165 Mio. CHF³⁹ kommt man für die direkten Heliski-Umsätze auf rund 1% der gesamten touristischen Wertschöpfung.

Der regionsexterne **übrige Wertschöpfungsanteil** ist im Falle von Wallis-Südwest im Vergleich zur Region Aletsch von geringerer Bedeutung. Die Touristen, welche von Zermatt oder Crans-Montana kommen sind vernachlässigbar. Aus dem angrenzenden Ausland (Frankreich und Italien) kommen vor allem in die Gegend von Arolla gelegentliche Aufenthalter, doch handelt es sich auch hier um eine geringe Anzahl.

³⁹ Berechnung: Die kantonale Wertschöpfungsstudie (Rütter+Partner 2001) kommt für die Teilregion „Mittelwallis“ (umfasst alle Walliser Gemeinden westlich einer Achse Siere-Zinal) auf direkte touristische Umsätze von 1.1 Mia. Franken und für die Teilregion „Unterwallis“ (Gemeinden östlich einer Achse Riddes-Iséables) auf direkte touristische Umsätze von 0.7 Mia. Franken. Entsprechende Gesamtzahlen für die Region Wallis Südwest liegen nicht vor. Nimmt man die Logiernächte als Verhältniszahl, so ergeben sich für Verbier St-Bernard 1.1 Mio. Logiernächte zu 3.4 Mio. im Unterwallis (1:3.1). Für die Gemeinden des Schwerpunktgebietes Val d'Hérens sind es 65'300 Übernachtungen zu 1.7 Mio Logiernächte im Mittelwallis. Es gibt sich ein Verhältnis von 1:26. Nimmt man die Anzahl der Beschäftigten, so ergibt sich in Verbier St.Bernard ein Verhältnis von 1:5.8 und für Val d'Hérens 1:39.2. Bei einer dazwischen liegenden Verhältniszahl von 1:4.5 für Verbier St-Bernard und 1:39.2 für Val d'Hérens ergäbe sich ein Gesamtumsatz von 165 Mio respektive 33 Mio Franken.

4.3.2. INDIREKTER NUTZEN

Gleich wie in der gesamtkantonalen Darstellung (Kapitel 2.4.3) fallen neben den direkten Nutzen auch in der GLP-Region Wallis-Südwest indirekte wirtschaftliche Nutzen an. Die drei entsprechenden Nutzenkategorien sind in der Region folgendermassen charakterisiert:

- › **Allgemeines touristisches Image:** Sowohl in Verbier-St.Bernard als auch in Val d'Hérens verkauft man sich nicht hauptsächlich mit Heliskiing (siehe auch Kapitel 4.1). Doch ist das Heliski-Angebot in beiden Gebieten ein wichtiges Zusatzangebot. Im Falle von Verbier unterstreicht das Heliski-Angebot das beworbene „Verbier-natürlich grossartig“ und im Val d'Hérens dient es als Diversifikationsmöglichkeit zum sonstigen Tourismusangebot. Im Val d'Hérens fehlt jedoch die klare Einbettung in ein Tourismuskonzept. Heliskiing wird primär über spezifische Anbietergruppen (Hoteliers, Bergführer, etc.) vermarktet.
- › **Stabilisierende Einkommenseffekte:** Heliskiing bietet neben den Heliunternehmen in der Region Wallis-Südwest vor allem den Taxiunternehmen sowie Bergführern ein willkommenes Zusatzeinkommen an. Die Taxiunternehmen Verbier erhalten so Zusatzauslastung unter der Woche und die in Arolla vor allem am Wochenende⁴⁰. Zusatzeinnahmen werden auch im Gastronomiebereich gemacht. Hier liegt es an den jeweiligen Bergführern wo konsumiert wird. Oft werden Hütten gewählt, die auf den Abfahrten liegen (z.B. Cabanes des Vignettes in Arolla). In geringerem Ausmass profitieren Restaurants im Tal von Arolla und in Verbier.
- › **Stabilisierung des Flugwesens:** Die Argumentation ist im Grundsatz dieselbe wie bereits in Kapitel 2.4.3 geführt. Punkto Trainingseffekt mit Hochgebirgskonditionen (spezielle Licht-, Wetter- und Schneeverhältnisse) gibt es in der Region Wallis-Südwest diverse hoch gelegene GLPs in unterschiedlichen geografischen Teilräumen.

4.4. INNERTOURISTISCHE KONFLIKTFELDER

- › **Skitourengänger:** Das grösste Konfliktpotenzial mit Skitourengängern liegt an der Schnittstelle zur „Haute-Route“ im Gebiet der Pigne d'Arolla und dem Glacier du Trient. Auch beim Petit-Combin kann es zu vereinzelt ‚unbeliebten‘ Rencontres kommen. Beschwerden sind jedoch bei den Tourismusverantwortlichen kaum bekannt.
- › **Lärmbelästigung:** Fluglärm scheint namentlich in Arolla kein gravierendes Thema zu sein. Die Anflüge liegen über wenig dicht bebautem Gebiet. In Verbier und in Le Châble ist Lärm jedoch ein wahrnehmbares Konfliktfeld. Dieser könnte sich allerdings durch die Verlegung von GLP's entschärfen (z.B. Col-de-la Forclaz im St.Bernard-Gebiet als neuer Aufnahmeplatz).

⁴⁰ Letzteres ist jedoch zu relativieren, da gerade in Arolla das Ende der Abfahrt am gleichen Ort ist wie der Start und somit nur die Gäste von auswärts an den Ausgangsort transportiert werden müssen.

4.5. RAUMPLANERISCHE ABSTIMMUNG

Die Gemeinde Evolène hat die GLP's in ihrem kommunalen Nutzungsplan eingetragen. Dies hat jedoch keine weitergehenden Konsequenzen, da die Festlegung in der Hoheit des Bundes liegt. Die übrigen Gemeinden kennen keinen direkten Bezug zwischen GLP's und Nutzungsplanung. Zudem existieren weder im Val de Bagnes noch im Val d'Hérens überkommunale regionale Richtpläne, welche eine explizite Abstimmung zwischen extensiv und intensiv genutzten Tourismusgebieten vornehmen würde. Insofern gelten auf übergeordneter kantonaler Ebene die Aussagen des Richtplans sowie des Projekts „Raumentwicklung ProTer VW“ (siehe Kapitel 2.6).

Eigenständige Betriebsreglemente für den Flugbetrieb existieren weder in Arolla (GLP nach Bundesrecht) noch in Le Châble/Verbier (provisorische Betriebsbewilligung des BAZL).

4.6. FAZIT FÜR DIE REGION WALLIS-SÜDWEST

Der direkt nachweisbare wirtschaftliche Nutzen von Heliskiing ist vor allem für die Branchen Heliunternehmen und Bergführer von Bedeutung, aber im Vergleich zur gesamten touristischen Wertschöpfung auch in der GLP-Region Wallis-Südwest gering. Heliskiing hat namentlich in **Verbier** einen besonderen Stellenwert, da es ins touristische Gesamtkonzept passt, das ein Luxus-Zielpublikum anspricht: Heliskiing ist ein zusätzliches Nischenangebot in der Produktlinie „haut de gamme“.

Das zweite betroffene Schwerpunktgebiet **Val d'Hérens** bietet auf der einen Seite die Möglichkeit für Heliski-Gäste aus Verbier bei schlechten Schneeverhältnissen auszuweichen, doch hat es auch ein eigenes Heliski-Segment. Die Nähe des Aufnahmeplatzes Arolla zu den Abfahrten erlaubt mehrere Heliski-Flüge am Tag. Zudem ist die Tatsache, dass die Abfahrten eine grosse Variabilität an Schwierigkeitsgraden aufweisen, für viele „begeisterte“ Heliski-Kunden ein Grund insbesondere als Wochenend-Touristen anzureisen. Dies bietet der peripher gelegenen Region und dabei insbesondere der Bergführerschaft (und subsidiär Beherbergung) ein wichtiges Zusatzeinkommen. Der Prozess für ein regionales Naturpark-Label im Val d'Hérens wurde anlässlich der Abstimmung vom 18. Dezember 2011 sistiert. Dessen Zusammenhang mit Heliskiing ist deshalb nicht mehr relevant.

Weitere Konfliktpotenziale in der Region Wallis-Südwest sind punktueller Natur. Einerseits gibt es ein gewisses innertouristisches Spannungsfeld mit den Skitourengängern, vor allem bei den GLP's entlang der „Haute-Route“ (Pigne d'Arolla und Glacier du Trient). Andererseits sind Lärmimmissionen ein Thema, vor allem in Verbier (Überflug zum Croix-de-Coeur und Le Châble), etwas weniger in Arolla (kaum Siedlungsgebiet betroffen).

5. TOURISTISCHER INTERESSENSNACHWEIS REGION SANETSCH

5.1. TOURISTISCHE KONZEPTE UND STRATEGIEN

Crans-Montana

Crans-Montana positioniert sich als Tourismusort im Luxusbereich (haute de gamme) mit einer globalen Ausrichtung. Gemäss Aussagen des Tourismusdirektors fahren 50% der Gäste nicht Ski, sondern kommen für Spaziergänge, Langlauf, Schneeschuhlaufen oder Shopping. Im direkten Vergleich mit Verbier ist das Zielpublikum demnach weniger sportlich ausgerichtet. Es sind alle Generationen im Zielpublikum vertreten, aber die Hauptgruppe sind Familien. Man ist momentan daran eine Marketingstrategie zu erarbeiten. Bisher war das inoffizielle Motto „variée comme vos envies“, doch möchte man hier etwas Neues finden. Es sollen eine grosse Bandbreite an Aktivitäten auf hohem Niveau und in einem alpinen, ausserordentlichen Ambiente angeboten werden.

Heliskiing wird heute nicht beworben und soll auch in Zukunft nicht aktiv vermarktet werden. Heliskiing und Freeriding ist ein Angebot unter vielen und soll in der neuen Marketingstrategie nicht Erwähnung finden. Auf der Internetseite des Tourismusbüros und der grossen Skischulen ist Heliskiing ebenfalls nicht aufgeführt.

Anzère

Anzère ist in erster Linie eine Destination für Familien mit Kindern und Senioren (zusammen ca. 80% der Gäste). Die Gäste stammen zur Hälfte aus der Schweiz und die andere Hälfte aus der Europäischen Union. Das Motto ist „365° nature“. Man möchte mit Wohlbe finden in der Natur identifiziert werden. Die Angebote Spa und Wellness spielen eine wichtige Rolle.

Heliskiing hat keine Bedeutung für Anzère und wird weder in touristischen Konzepten noch auf der Internetseite als Angebot erwähnt. Es gibt zwar einen Freestyle- und Snowpark für Jugendliche und junge Erwachsene (5% der Gäste), Heliski-Gäste gehören jedoch nicht zur Klientel.

Leukerbad

Leukerbad schreibt in seinem Leitbild es sei „...der grösste Thermalbade- und Wellnessferienort der Alpen – dies in Kombination mit einem breiten Sport- und Kulturangebot.“ Damit ergibt sich auch das Motto des Ferienortes: „Energize your life“. Ein wichtiges strategisches Marketingziel ist den Markt Schweiz zu bearbeiten (Stammgäste) und gleichzeitig eine breite internationale

Abstützung zu erreichen. Leukerbad soll als Thermalwasser Kompetenzzentrum ausgebaut werden. Das Zielpublikum sind dabei (junge) Familien, Wellnessliebhaber, Senioren und Tagesausflügler.

Gemäss Aussagen des Tourismusbüros Leukerbad, sind Heliskiing- und Freeriding-Touristen heute keine Zielgruppe und es werden keine dementsprechenden Produkte angeboten.

Das grenznahe Gebiet im Kanton Waadt

Der Marketingverbund der Gemeinden **Villars-sur-Ollon und Gryon** arbeitet unter dem Motto „Familien willkommen“. Es ist eine Familiendestination, welches in den Wintermonaten Ski/Snowboard, Rodeln, Eislaufen, Skiwanderungen und Langlauf anbietet. Die Zielgruppe des Ortes sind vor allem Familien, Paare, Kinder.

Das Heliskiing wird vom Tourismusbüro Villars-sur-Ollon nicht aktiv beworben und findet keine explizite Erwähnung auf der Internetseite oder im Marketingkonzept. Das Publikum ist nicht ein typisches Freerider- oder Heliski-Klientel. Trotzdem gibt es einen Flyer der Bergführer und Skischulen, welches in Luxushotels ausgelegt und auf denen unter anderem auch Heliskiing erwähnt wird.

Les Diablerets ist ebenfalls eine klassische Familiendestination mit Angeboten im Bereich: Langlauf, Schlitten, Schneeschuhlaufen, Skiwanderungen sowie Ski/Snowboard. Das Tourismusbüro Les Diablerets unterstützt auf seiner Webseite auch die Vermarktung des Gletschergebietes **Glacier 3000**. Dieses spricht mit Bergbahnen, Restaurant, Snowpark und Ski/Snowboard Angebot auch ein junges Publikum von Freerider und Freestyler an. Das Skigebiet ist sowohl mit Gstaad Mountain Rides als auch Alpes Vaudoises verbunden.

Heliskiing findet auf der Seite des Tourismusbüros Les Diablerets in Zusammenhang mit anderen Leistungsträgern Erwähnung. Es spielt in der Gesamtvermarktung der Destination aber eine untergeordnete Rolle.

Das grenznahe Gebiet Kanton Bern

Gstaad-Saanenland stellt sich als „Oase in den Alpen“ dar mit einer klaren Ausrichtung auf Genuss, Qualität, weitläufiger Vielfalt sowie Wintersport mit Hilfe der Gstaad Mountain Rides-Bergbahnen und umrahmt von einer authentischen Bergwelt. Der Slogan „come up, slow down“ soll die Vielfalt, die sich genussvoll erleben lässt, unterstreichen. Der typische Gast in Gstaad-Saanenland ist demnach der Genussmensch, der meist kaufkräftig und über 35 Jahre alt ist. Es werden in zweiter Linie auch Familien angesprochen. Im Produkteangebot ist ein Fokus auf die

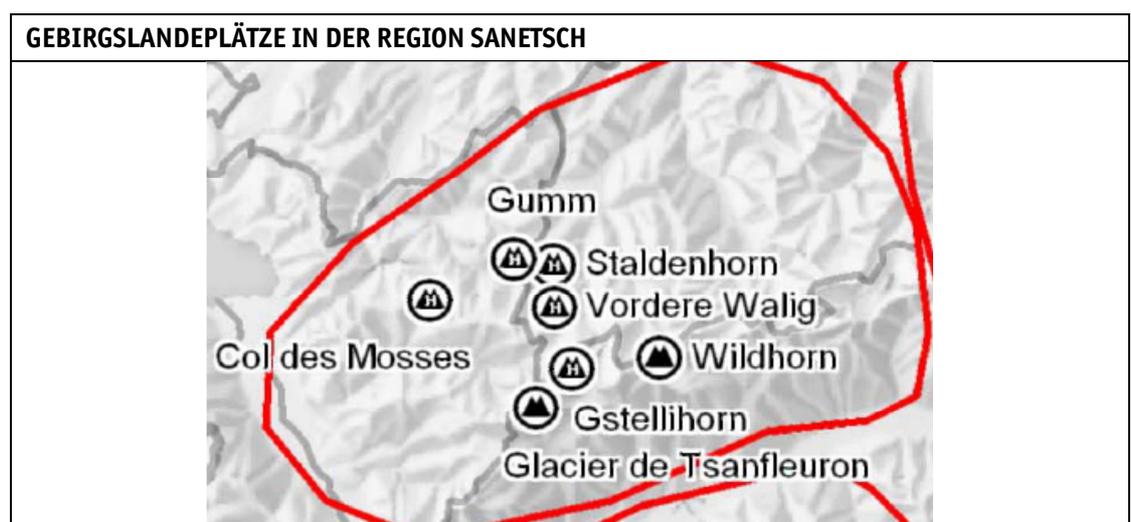
sogenannte „Schneekompetenz“ und Bergbahnen: präparierte und beschneite Pisten. Hier spielen jedoch das klassische Angebot des Pistenfahrens eine grössere Rolle als z.B. Freeriding.

In den Leitsätzen werden auf der einen Seite nachhaltige, touristische Ziele gesteckt (natürliche Werte und Tradition, lebendige Dörfer, etc.). Auf der anderen Seite sind wirtschaftlich-touristische Aspekte angesprochen (z.B. Ganzjahrstourismus entwickeln).

Heliskiing ist eine Nische im Exklusivangebot von Gstaad-Saanenland. Es wird marketingmässig nicht unterstützt (heute und auch nicht in naher Zukunft) und findet keine Erwähnung in Strategien. Dennoch findet man auf der Internetseite des Tourismusbüros unter Winteraktivitäten eine eigene Rubrik Heliskiing und in der Kategorie Schneesportschulen ist Heliskiing bei den einzelnen Leistungsträger ebenfalls aufgeführt. Demnach gehört Heliskiing nicht zu einem wichtigen Bestandteil des Infrastrukturangebotes und der Strategie des Ortes, aber ist doch aus Prestige Gründen und als Alternativangebot ein Bestandteil der Produktpalette.

5.2. FLUGFREQUENZEN UND NACHFRAGE HELISKIING

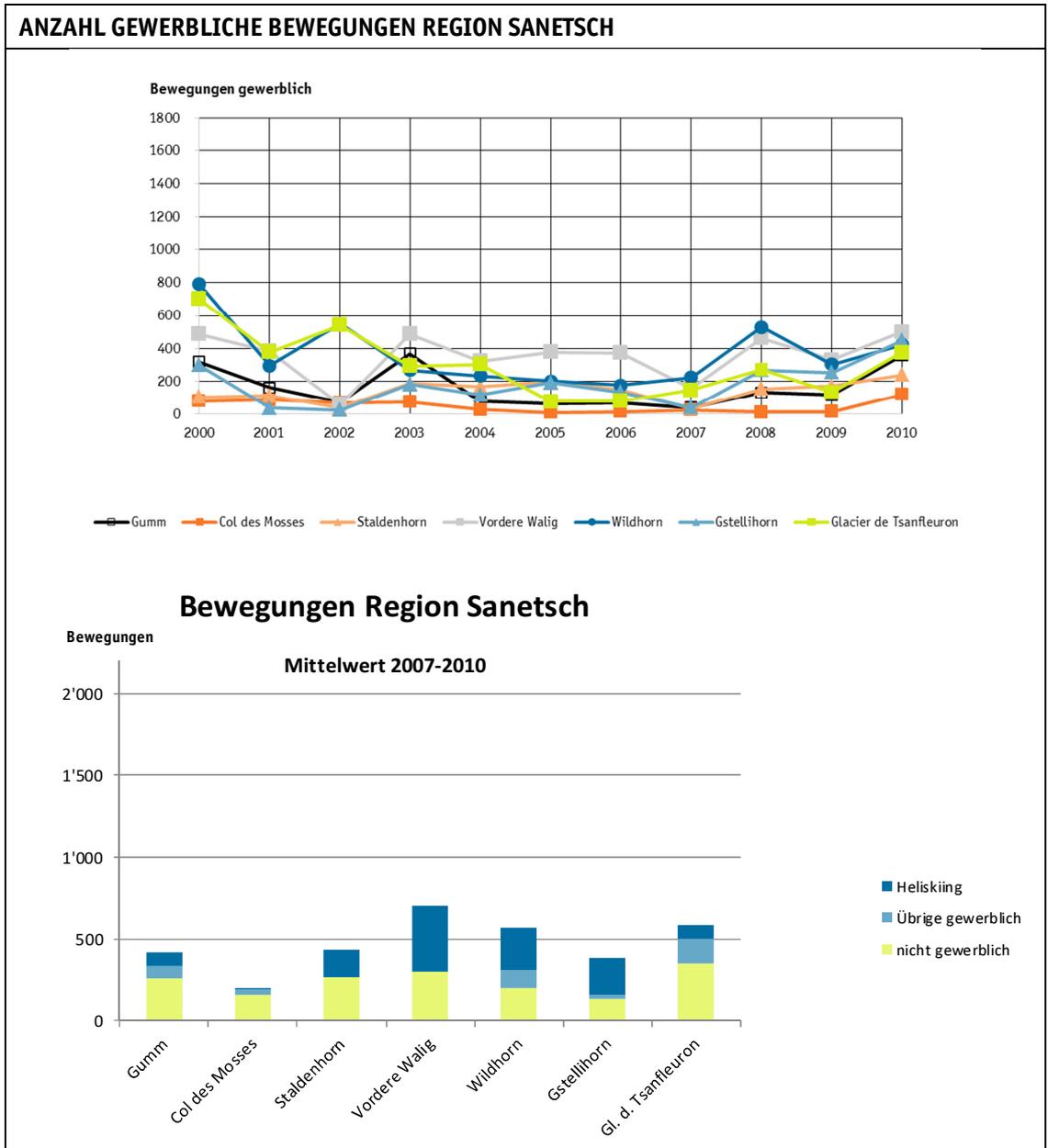
Für die Region Sanetsch gibt es sieben relevante Gebirgslandeplätze, von denen zwei im Kanton Wallis liegen: Wildhorn und Glacier-de-Tsanfleuron (Figur 14). Die weiteren GLPs liegen auf Berner Seite (Gumm, Staldenhorn, Vordere Walig und Gstellihorn) sowie im Kanton Waadt (Col-des-Mosses). Es gibt in der Region Sanetsch keine GLP, die ausschliesslich als Aufnahmeplätze dienen.



Figur 14 Gebirgslandeplätze in der Region Sanetsch (Quelle: BAZL).

Analysiert man die gewerblichen Bewegungen (Figur 15), so ergeben sich folgende Hauptaussagen

- › Auf den Gebirgslandeplätzen Glacier-de-Tsanfleuron und Col-des-Mosses wird praktisch kein Heliski gefahren. Letzteres dient vor allem Flugschulen als Landeplatz.
- › Für Heliskiing relevant sind in erster Linie die GLPs Wildhorn, Gstellhorn und Vordere Walig. Letztgenanntes wird jedoch vornehmlich von der Berner Seite angeflogen. Für das Schwerpunktgebiet Crans-Montana ist der GLP Wildhorn das Hauptanflugsziel. Dieses bietet sechs Abfahrten: drei auf die Walliser Seite und drei auf die Berner Seite. Einen Bergführer braucht man nur fürs Wildhorn (sowie Tsanfleuron), die übrigen GLP's in der Region können lediglich mit SkilehrerInnen befahren werden.
- › Im zeitlichen Verlauf zeigt sich insgesamt eine relativ grosse Stabilität bei den gewerblichen Flugbewegungen. Spitzenjahre waren 2000, 2008 und 2010.



Figur 15 Anzahl GLP-Bewegungen (Start + Landungen = 2 Bewegungen) der gewerbsmässigen Flüge (ohne Schulungs- und Übungsflüge sowie privaten Rundflüge) sowie nicht gewerbliche Flüge (v.a. Ver- und Entsorgung) mit Landungen auf den Gebirgslandeulätzen der Schweiz (Quelle: BAZL).
* Aufnahmeplätze

ARE-KRITERIEN HELISKI-DESTINATIONEN			
Kriterium	Anforderungen	Region Sanetsch	Fazit
Wintersportinfrastruktur	Grosses Skigebiet mit touristischer Infrastruktur und guter ÖV-Erschliessung.	Crans-Montana 140km Piste, 23 Anlagen Förderkapazität: ?? Personen/Stunde ÖV-Anschluss: 0.5 h-Takt von Siders (Sierre); Standseilbahn oder Bus	erfüllt
Übernachtungen	Destination mit mindestens 1.5 Mio Übernachtungen	Crans-Montana (2010): ca. 1.1 Mio. Übernachtungen (Hotel+ Parahotellerie)	Nicht erfüllt
Anteil ausländischer Gäste	In Kerngemeinde Mindestanteile von 60% ausländischer Gäste	Crans-Montana (2010): 56 %	Fast erfüllt

Tabelle 7 ARE-interne Kriterien zur Grobabschätzung der Eignung einer Destination für Heliskiing (Quellen: Logiernächte = Service du développement économique; Herkunft = Jahresbericht 2010 Crans-Montana; Skipisten = Destinationsangaben und BFS: Hotellerie und Parahotellerie 2001/2002)

5.3.1. DIREKTER NUTZEN

Im Folgenden wird für die gesamte Region Sanetsch von etwa **1500 Heliski-Kunden pro Jahr** ausgegangen⁴¹. Grob geschätzt verteilen sich die Kunden auf rund 700 aus dem Kanton VS (ca. 45%), ca. 600 vom Kt. BE (ca. 40%) und ca. 200 aus dem Kt. VD (ca. 15%). Für das Schwerpunktgebiet Crans-Montana (d.h. Kunden die hier residieren oder via sonstige Organisatoren von Crans-Montana einen Heliskiing-Flug buchen) wird im Folgenden von rund 350 Kunden ausgegangen, d.h. rund die Hälfte der Passagiere von der Walliser Seite her.

DIREKTE NUTZEN HELISKIING FÜR GEBIET CRANS-MONTANA		
Akteure	Nutzen	Vergleichsgrössen
Heliunternehmen (VS/BE/VD)	Air-Glacier: ca. 700 Kunden Heli Eagles: ca. 250 Kunden Heli Alpes: ca. 150 Kunden Bohag: ca. 150 Kunden HeliSwiss: ca. 100 Kunden Rechnet man mit 300 CHF pro Person (nur Flug) ergibt dies insgesamt einen Umsatz von ca. 0.5 Mio. Franken pro Jahr.	

⁴¹ Gemäss BAZL-Statistik frequentierten im Durchschnitt der Jahre 2000-2010 rund 1'800 Personen für Heliski die GLP's der Region Sanetsch. Aufgrund der Interviews kommen wir auf leicht tiefere Gesamtangaben.

Bergführer	Crans-Montana: bei ca. 80 Gruppen (à 3-5 Personen pro Gruppe) und 500 CHF pro Gruppe und Tag ergibt sich ein Heliski-Umsatz von 40'000 CHF .	15 Bergführer (von insgesamt 25 Bergführern) machen mit unterschiedlicher Intensität Heliski in Crans-Montana.
Beherbergung	Crans-Montana: Eine Mehrheit (60%) der Heliskifahrer in Crans-Montana sind Tagesausflügler und übernachten nicht in der Region. Die Übernachtungsgäste (ca. 40% oder 140 Personen) kommen normalerweise nicht wegen dem Heliskiing alleine nach Crans-Montana. Viele haben ein Ferienchalet. Wenn man davon ausgeht, dass etwa 30 Personen (20% der Übernachtungsgäste) 4-5 Logiernächte in Hotels à 200 CHF/Person bleiben, ergibt sich ein Umsatz von etwa 25'000 CHF .	In Crans-Montana gibt es rund 400'000 Übernachtungen in der Hotellerie. Die Heliski-Übernachtungen machen 0.03% der Übernachtungen aus.
Gastronomie	Crans-Montana: Die Gastronomie profitiert einerseits von den Übernachtungsgästen (bereits oben berücksichtigt), andererseits aber auch von Tagesausflüglern, welche im Ort nach einem Heliskitag konsumieren. Dazu eine grobe Schätzung: ca. 200 Gäste und 30 CHF Konsumation pro Person ergibt rund 6'200 CHF .	
Transport (Bergbahnen und Taxis)	Crans-Montana: Die Bergbahnen haben keinen oder vernachlässigbaren Nutzen. Taxis sind im Gebiet Crans-Montana nur teilweise im Einsatz (einzelne Hin-/Rücktransporte zu den Heliports im Tal). Wenn 50% der 80 Gruppen ein Taxi benutzen, so ergibt sich ein Umsatz von 2'000 CHF .	Es gibt in Crans-Montana etwa 17 Taxiunternehmen. Davon sind 3 Unternehmen auf Limousinenservice spezialisiert.

Tabelle 8 Direkter Nutzen Heliskiing für die Region Sanetsch mit Schwerpunktgebiet Crans-Montana (Quellen: Interviews).

Fazit zu direktem Nutzen für die Region Sanetsch

Betrachtet man die **Wertschöpfung** des Heliskiing in der Region Sanetsch aus **Walliser Sicht**, so liegt diese bei knapp 0.5 Mio CHF pro Jahr. Die Heli-Unternehmen profitieren mit einem Umsatz von 0.4 Mio (Walliser Unternehmen) am stärksten vom Heliski-Tourismus. Die lokale Bergführerschaft steht mit einem Umsatz von rund 40'000 CHF an nächster Stelle. Auch bei Beherbergung und Gastronomie ist der Heliski-Anteil im Perzentil-Bereich im Vergleich zur Gesamtzahl Logierübernachtungen in Crans-Montana.

Bei grob geschätzten touristischen Gesamtumsätzen im Schwerpunktgebiet Crans-Montana von 168 Mio⁴² CHF kommt man für die direkten Heliski-Umsätze auf < 1% der gesamten touristischen Wertschöpfung.

Für die übrigen grossen Destinationen des Wallis hat die GLP-Region Sanetsch insgesamt eine geringe Bedeutung. Der GLP Wildhorn kann eine Ausweichmöglichkeit bei schlechten Verhältnissen (Wetter, Schnee) für Kunden aus der Region Verbier und Zermatt sein.

Ein bedeutender Teil der Heliski-Gäste (ca. 50%) stammen aus Destinationen im **Kanton Bern** oder **Kanton Waadt** (BOHAG, Air-Glacières). Damit profitieren die Region Gstaad-Saenenland sowie Villars-Gryons-Les Diablerets ebenfalls. Auch hier ist Heliskiing aber ein klares Nischenprodukt. Vor allem in den Waadtländer-Alpen hat das Heliskiing eine venachlässigbare wirtschaftliche Bedeutung. In Gstaad-Saenenland mag diese etwas höher sein, aber auch hier handelt es sich um eine kleine Nische.

5.4. INDIREKTER NUTZEN

- › **Allgemeines touristisches Image:** Crans-Montana definiert sich im Luxusbereich und sieht Heliskiing als Zusatzangebot im Exklusivbereich, welches zwar nur vereinzelt genutzt wird aber trotzdem zum Gesamtangebot gehört. Im Vergleich zu Verbier wird Crans-Montana von einem weniger sportlichen Publikum frequentiert. Deshalb ist Heliskiing hier noch klareres Nischenprodukt. Bisher erfolgte keine Einbettung im Tourismuskonzept und auch die Vermarktung über andere Leistungsträger (Skischulen, Bergführer etc.) erfolgt eher defensiv. Heliskiing lebt eher von der Mund-zu-Mund-Propaganda („Geheimtipp“). Trotzdem sind die Tourismusverantwortlichen froh, aus Image- und Prestige Gründen auch Heliskiing im Luxusbereich anbieten zu können.
- › **Stabilisierende Einkommenseffekt:** Es ergeben sich auch in Crans-Montana Zusatzerwerbsmöglichkeiten in der Zwischensaison (Frühjahr). Namentlich bemühen sich Hoteliers, sich in der Zwischensaison als Konferenz- und Seminarhotel zu positionieren. Hier hat Heliskiing eine gewisse Bedeutung als Teamevent.
- › **Stabilisierung des Flugwesens:** gleiche Argumentation wie in Kapitel 2.4.3 geführt.

⁴² Berechnung: Die kantonale Wertschöpfungsstudie (Rütter+Partner 2001) kommt für die Teilregion „Mittelwallis“ (umfasst alle Walliser Gemeinden westlich einer Achse Sierré-Zinal) auf direkte touristische Umsätze von 1.1 Mia Franken. Entsprechende Gesamtzahlen für die Region Sanetsch liegen nicht vor. Nimmt man die Logiernächte als Verhältniszahl, so ergeben sich für Crans-Montana 1.1 Logiernächte zu 5.2 Mio im Mittelwallis (1:4.7). Für die Anzahl Beschäftigte ergibt sich ein Verhältnis von 1:8.1. Bei einer dazwischen liegenden Verhältniszahl von 1: 6.4 ergäbe sich ein Gesamtumsatz von 168 Mio CHF.

5.5. INNERTOURISTISCHE KONFLIKTFELDER

- › **Lärmbelästigung:** Das Gebiet um Crans-Montana ist durch Heliskiing praktisch keinem zusätzlichen Lärm ausgesetzt. Die Heliports liegen im Tal und die Überflüge sind hoch.
- › **Skitouren:** Auf Walliser Seite sind gewisse Konflikte auf dem GLP Wildhorn nicht auszuschliessen, auf Berner Seite bei den GLPs Vordere Walig und Gstellhorn. Die Tourismusverantwortlichen in Crans-Montana haben aber keine Reklamationen zu verzeichnen.
- › **Marketingkonflikt:** Crans-Montana positioniert sich nicht im Adventure-Bereich, aber im Luxussegment mit einer internationalen Kundschaft. Heliskiing wird zudem nicht aktiv vermarktet. Es ergeben sich somit keine Marketingkonflikte.

5.6. RAUMPLANERISCHE ABSTIMMUNG

Die Gemeinde Ayent hat den GLP Wildhorn in ihrem kommunalen Nutzungsplan eingetragen. Dies hat jedoch keine weitergehenden Konsequenzen, da die Festlegung in der Hoheit des Bundes liegt. Im Unterschied zu Zermatt besteht für das Gebiet Crans-Montana auch kein Betriebsreglement, weil die Heli-Unternehmen keine Basis unterhalten. Und schliesslich existiert auch in Crans-Montana (wie im gesamten Kanton Wallis) keine überkommunale regionale Richtplanung, welche eine explizite Abstimmung zwischen extensiv und intensiv genutzten Tourismusgebieten vornehmen würde. Insofern gelten auf übergeordneter kantonaler Ebene die Aussagen des Richtplans sowie des Projekt „Raumentwicklung ProTer VW“ (siehe Kapitel 2.6).

5.7. FAZIT FÜR DIE REGION SANETSCH

Insgesamt ist der direkt nachweisbare wirtschaftliche Nutzen von Heliskiing in der GLP-Region Sanetsch klein. Hauptprofiteur sind die Heli-Unternehmen, welche ihren Sitz aber im Vergleich zu Zermatt nicht innerhalb der GLP-Region haben. Zweiter Hauptprofiteur sind die Bergführer der Region Crans-Montana. Die innerregionalen Nutzen für Hotellerie, Gastronomie und Bergbahnen sind sehr klein. Nur sehr vereinzelte Hoteliers weisen ihre Kundschaft auf die Heliskiing-Angebote hin. Auch in den offiziellen Tourismuskonzepten / Marketingstrategien findet Heliskiing keine direkte Erwähnung.

Auf der anderen Seite spricht Crans-Montana ein breites internationales Publikum an im Luxussegment. Auch wenn dabei nicht speziell der Adventure-Tourismus im Vordergrund steht, so hat dieser bei einem Teil der internationalen Kundschaft durchaus seine Bedeutung. Insofern muss Heliskiing auch in Crans-Montana als kleines Puzzle im Gesamtangebot betrachtet werden, welches gegenüber einer internationalen Konkurrenz bestehen muss.

Positiv ins Gewicht fällt im Falle von Crans-Montana zudem, dass die innertouristischen Konfliktfelder gering sind.

ANNEX

ANHANG 1: INTERVIEWPARTNER

INTERVIEWPARTNER	
Name	Institution
Region Aletsch	
Beat Ruppen	Leiter Managementzentrum UNESCO, Naters
Lukas Kalbermatten	Gemeindepräsident Blatten und Hotelier
Peter Lehner	Präsident Lötschental Tourismus und Geschäftsführer Lötschental Plus
Richard Bortis	Leiter Bergsteigerzentrum Aletsch und Bergführer, Fiesch
Gerhard Berchtold	Geschäftsführer Riederalp Tourismus
Peter Tscherrig	Hüttenwart Anenhütte und Bergführer
Pius Henzen	Bergführer, Wiler
Toni Baumann	Geschäftsführer Grindelwald Tourismus
Stefan Otz	Interlaken Tourismus
Region VS-Südwest	
David Michellod	Marketing Verbier Tourismus
Pierre Mathey	Bergführer Verband Verbier
Damien Métrailler	Président d'Evolène
Jean-Michel Bournissen	Hüttenwart Cabane des Vignettes und Bergführer
Valérie Gaspoz	Parc naturel du Val d'Hérens
Basile Bournissen	Bergführer Evolène
Peter Waterville	Hotellerie Grand Hotel Arolla und Bergbahnen Arolla
Christian Sarbach	Hotellerie Verbier
Julien Moulin	Bergbahnen Verbier
Jean-Yves Michellod	Taxiunternehmen Verbier
Gilles Sierro	Bergführer Arolla
Region Sanetsch	
David Kerstens	Leukerbad Tourismus
Claudio Casanova	Grand Hôtel du Golf & Palace, Crans-Montana
Nicolas Masserey	Skischule ESS Crans-Montana
Philippe Rubod	Geschäftsführer Crans-Montana Tourismus
Serge Beslin	Villars-Gryon Tourismus
Martin Bachofner	Gstaad-Saenenland Tourismus
Ueli Hauswirth	Bergführer Gstaad-Saenenland

Gesamtkanton VS	
Herbert Volken	Präsident Wallis Tourismus, Präfekt Bezirk Goms und Bergführer
Kantone BE und VD	
Beat Messerli	Amt für Verkehr, Kt. BE
Erich Linder	Amt für Raumplanung, Kt. BE
Barbara Nyffeler	Beco, Kt. BE
Daniel Schlieffsteiner	Bergführerverband VD, Bergführer Villars-sur-Ollons
Urs Wellauer	Bergführerverband BE
Heliunternehmen	
Daniel Sulzer	BOHAG Berner Oberlädner Helikopter AG, Gsteigwiler und Lauterbrunnen
Bruno Bagnoud	Air Glaciers SA, Sion
	Air Glaciers SA, Lauterbrunnen
	Air Glaciers SA, Saanen
Jean-Daniel Berthod	HELI-ALPES SA, Sion
Roland Brunner	EAGLE HELICOPTER S.A., Sion (und Zweisimmen)
Gerold Biner	Air-Zermatt, Raron
Bund	
Simone Remund	BAFU –Zuständiger für Regionalpark Val d’Hérens
Weitere	
Tom Gurtner	SAC, Bereichsleiter Umwelt
Christian von Almen	Verein gegen den Helikopterlärm in der Talschaft Lauterbrunnen, Interlaken

Tabelle 9 Interviewliste

ANHANG 2: FOKUS VAL D'HÉRENS

Vorbemerkung: Die Bevölkerung des Val d'Hérens hat am 18. Dezember 2011 das Regionalpark-Label abgelehnt. Dieses Kapitel wurde vor diesem Datum verfasst. Es dient als interne Dokumentation. Die Überlegungen können für analoge Projekte Anwendung finden.

Im folgenden wird der Zusammenhang zwischen der Heliski-Praxis und der Errichtung eines Regionalen Naturparks „Val d'Hérens“ etwas vertiefter beleuchtet. Dazu wird zunächst die offizielle Situation resp. die Anforderungen aus Sicht des Bundes dargelegt. In einem zweiten Schritt werden diese Anforderungen den Zielen und Dokumenten des Regionalparks („Association Parc Naturel Val d'Hérens/Grône“) gegenübergestellt und abschliessend erfolgt eine Würdigung im Sinne von Chancen und Risiken. Es sei betont, dass an dieser Stelle keine umfassende Würdigung des Regionalpark-Labels vorgenommen wird, sondern nur der Zusammenhang mit Heliskiing.

1. Anforderungen des Bundes

Die Anforderungen des Bundes respektive der Label-Vergabestelle BAFU im Spezifischen mit Bezug zum Heliskiing lassen sich nach folgenden Themen gruppieren und basieren auf unterschiedlichen Dokumenten:

Charakteristik⁴³

„...Das Gebiet des Regionalen Naturparks zeichnet sich aus durch bedeutende natürliche und kulturelle Werte, durch eine ausserordentliche ökologische Vielfalt und durch die besondere Schönheit seiner Landschaft...Die Landschaft in einem Regionalen Naturpark wurde durch keine grösseren Eingriffe für technischen Infrastrukturanlagen beeinträchtigt und seine Ökosysteme haben keine bedeutenden Beeinträchtigungen erlitten. Bestehende und zukünftige Infrastrukturanlagen müssen in erster Linie den regionalen Bedürfnissen entsprechen und sich gemäss den Zielen des „Landschaftskonzepts Schweiz“ optimal in die Landschaft einfügen.

Bewirtschaftung⁴⁴

„...Regionale Naturpärke tragen zur regionalen Wirtschaftsförderung und damit zur Erhaltung der Lebensgrundlagen der Bevölkerung bei....Diese Bewirtschaftungsmethoden sollen im

⁴³ Aus Botschaft zur Teilrevision des Bundesgesetzes über den Natur- und Heimatschutz (NHG) vom 23. Februar 2005.

⁴⁴ Aus Botschaft zur Teilrevision des Bundesgesetzes über den Natur- und Heimatschutz (NHG) vom 23. Februar 2005.

Interesse eines harmonischen Gefüges von Landschaft und Ökosystemen, die sich darin entwickelt haben, aufrechterhalten werden....“

Erhaltung⁴⁵

„...Zur Erhaltung und Aufwertung der Qualität von Natur und Landschaft sind im Regionalen Naturpark bestehende Beeinträchtigungen des Landschafts- und Ortsbildes durch Bauten, Anlagen und Nutzungen bei sich bietender Gelegenheit zu vermindern oder zu beheben.“

Beeinträchtigungen⁴⁶

„Das Landschaftsraster unterscheidet zwischen schwerwiegenden Beeinträchtigungen, welche eine Landschaft so stark beeinträchtigen können, dass diese für einen Regionalen Naturpark in Frage gestellt werden muss, und anderen Beeinträchtigungen bei welchen vor allem eine Kumulation problematisch ist. Helikopterlandeplätze werden nicht betrachtet, da die Anzahl An-/Abflüge im Allgemeinen niedriger ist und ein Teil der Aktivität wegen lokalen Notwendigkeiten erfolgt (Transport, Rettung, Holzrücken). Gebirgslandeplätze werden als schwerwiegende Beeinträchtigung betrachtet, insbesondere falls die Aktivität als intensiv eingestuft wird (über 300 Flüge pro Jahr) und falls sie mit schützenswerten Orten in Konflikt geraten.“

Vollzug / Bewertungspraxis des BAFU

Als Grundlage für die Bewertung dient dem BAFU die „Verordnung über die Pärke von nationaler Bedeutung“ und „Qualität von Natur und Landschaft: Instrument zur Bewertung“. In letzterem Dokument sind die minimale Eintrittshürde (Vorhandensein von hoher Landschaftsqualität) sowie die maximale Schwelle (auf dem Perimeter sind keine Beeinträchtigungen vorhanden) definiert. Es gibt keine Ausschlusskriterien für Regionale Naturpärke.

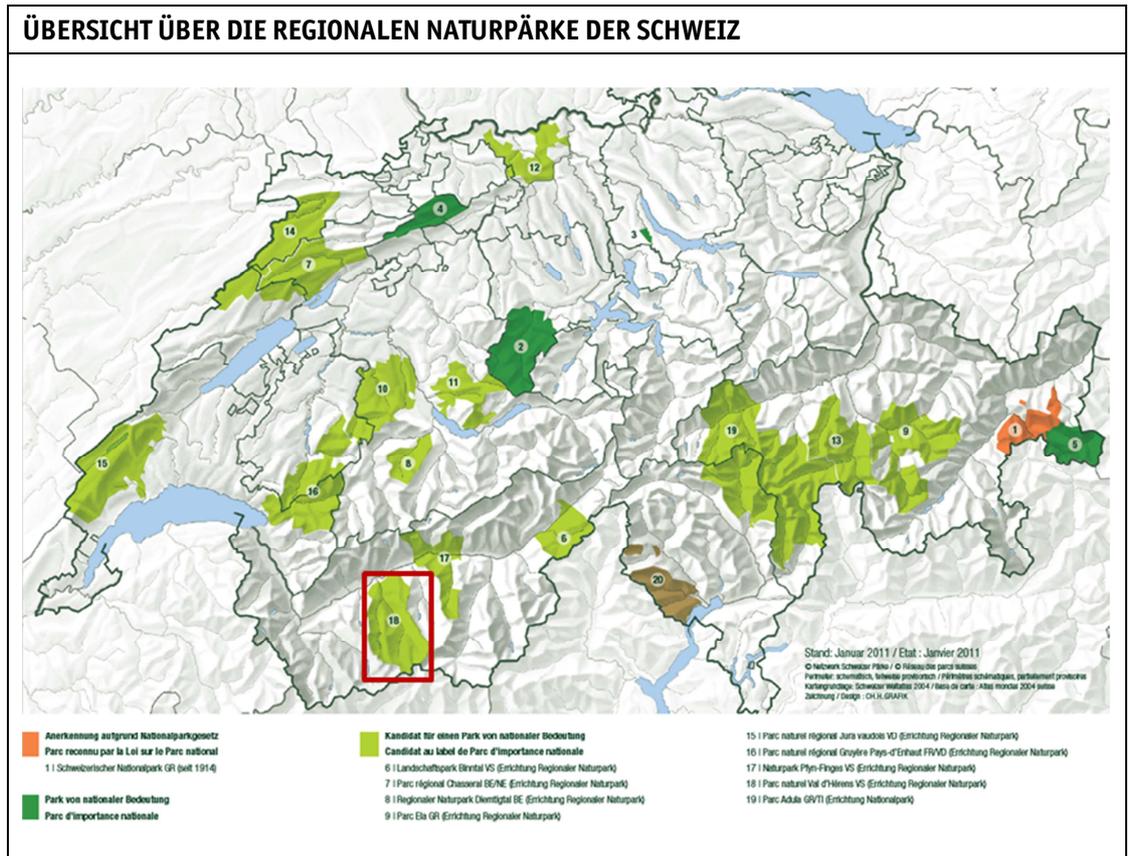
Sobald das Label des Regionalen Naturparks vergeben wurde, agiert das BAFU als Markeneigentümer. Das heisst, in der Betriebsphase agiert die regionale Trägerschaft völlig selbständig. Das BAFU prüft lediglich, ob nach zehn Jahren das Label weiter verwendet werden darf. Dabei gelten folgende **Prüfkriterien**:

- › Erhaltung und Aufwertung von Natur und Landschaft (Art. 20)

⁴⁵ Verordnung über die Pärke von nationaler Bedeutung, Art. 20, vom 7. November 2007 (Stand am 1. Januar 2008)

⁴⁶ Stuber A. 2008: Qualität von Natur und Landschaft: Instrument zur Bewertung. Handbuch für die Felddaufnahmen und die Auswertung. Anhang zur Mitteilung des BAFU als Vollzugsbehörde „Pärke von nationaler Bedeutung. Richtlinie für Planung, Errichtung und Betrieb von Pärken“. Umwelt-Vollzug Nr.0802. Bundesamt für Umwelt, Bern.

- › Die in der Charta festgelegten Ziele und inwiefern die Trägerschaft und die betroffenen Gemeinden diese umsetzen konnten (Art. 26)
- › Umgang mit räumlicher Sicherung und räumlichen Veränderungen (Art. 27)



Figur 17 Regionaler Naturpark Val d'Hérens: Nummer 18 auf der Karte ⁴⁷

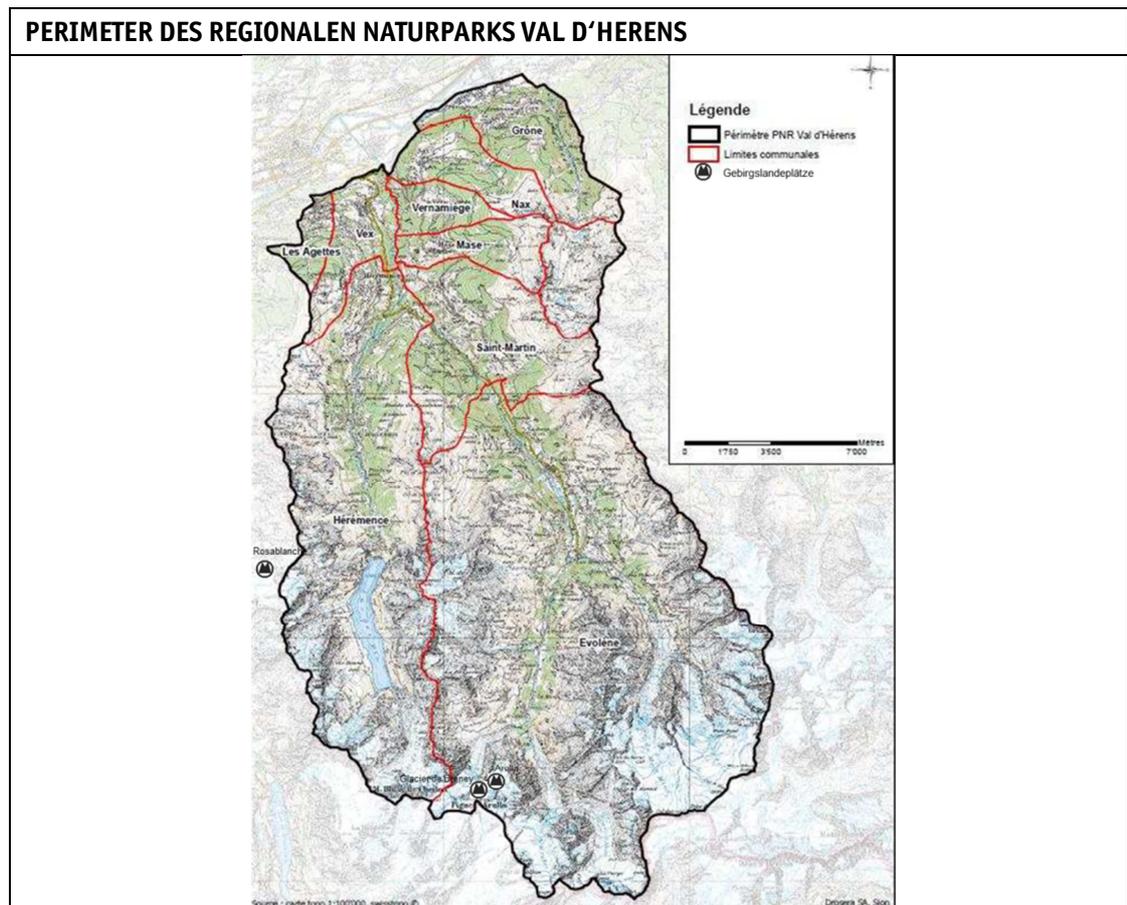
⁴⁷ Quelle: <http://www.paerke.ch/de/pdf/schweizer-paerke/karte/ProspektNetzwerkSchweizerPrke2011.pdf>

2. Würdigung der Relevanz von Heliskiing

Ausgangslage

Der geplante Regionale Naturpark Val d'Hérens umfasst die Gemeinden Grône, Nax, Mase, Vernamiège, St-Martin, Evolène, Hérémenche, Vex und les Agettes (Figur 18). Er hat eine Fläche von 437 km² und ist seit dem Jahr 2009 Kandidat für das Label des Regionalen Naturparks.

Die Gebirgslandeplätze Glacier de Breney (Pigne d'Arolla) und Arolla liegen innerhalb des Park-Perimeters, der GLP Rosablanche im Beeinträchtigungssperimeter. Anlässlich des Antrags (Einreichung des Managementplans und Gesuchsdossier) bestand die heutige Infrastruktur bereits. Im Vertrag zwischen der Association und den Gemeinden sind die bestehenden ökonomischen Aktivitäten, namentlich Heliskiing, Bergbahnen, Jagd, Wasserkraft etc. explizit angesprochen und deren Fortbestand auch bei der Erreichung des Status des Regionalen Naturparks vertraglich festgehalten (Art. 3 Abs. 3 Contrat de Parc, version du 14.4.2011).



Figur 18 Perimeter des Regionalen Naturparks Val d'Hérens mit Gebirgslandeplätzen

Würdigung

Die Existenz von Gebirgslandeplätzen und Heliskiing sind keine Ausschlussgründe für die Label-Vergabe. Gleichwohl sind GLP's resp. die Fliegerei insgesamt gemäss Vollzugspraxis des BAZL zumindest ein potenzielles Feld für „schwerwiegende Beeinträchtigungen“⁴⁶ und der Umgang damit sollte Thema der Parkdokumente sein (Ziele, Vertrag, Charta, o.ä.).

Wie bereits erwähnt wird im „Contrat de Parc“ (Art. 3 Abs. 3) zwischen der Association und den Gemeinden die Erhaltung und Aufwertung von Natur und Landschaft als strategisches Ziel festgehalten, jedoch unter der Präambel, dass die heutigen Aktivitäten wie Heliskiing, Bergbahnen, Jagd, etc. weitergeführt werden können. Gleichzeitig definiert der Parkvertrag aber übergeordnete strategische Ziele; für den „Tourismus“ (Ziel Nr. 2): *„Promouvoir la diversification et le renforcement de l'offre touristique durable“*. Auch an anderen Stellen des Parkvertrag (Préambule und Art. 1 Abs. 1b) wird betont, dass die wirtschaftliche Entwicklung unter der Prämisse einer nachhaltigen Entwicklung zu erfolgen hat.

Auf diesem Hintergrund würdigen wir die **Relevanz** von Heliskiing im Val d'Hérens im Lichte der Label-Vergabe folgendermassen:

- › Die generelle Relevanz der betroffenen GLP's ist aufgrund der mit anderen GLP's vergleichsweise geringen Frequenzen (ca. 200 Flüge Pigne d'Arolla, ca. 150 Flüge Rosa Blanche im Durchschnitt der letzten 10 Jahre) zu relativieren.
- › Hinzu kommt, dass kein GLP innerhalb von Schutzinventaren von nationaler Bedeutung liegt (im Gegensatz bspw. zu Monte-Rosa).
- › Heliskiing wird räumlich in einem kleinen Teilgebiet betrieben (Hinterster Teil des Val d'Hérens).
- › Aus Sicht der wirtschaftlichen Dimension der Nachhaltigkeit und dem gesamten Gebiet ist Heliskiing zwar kein entscheidender Faktor, aber für das peripher gelegene strukturschwache Teilgebiet Arolla durchaus ein bedeutender Faktor (siehe Kapitel 4.2). „Une développement économique durable“ (Contrat de Parc Art. 1) hat dies zu berücksichtigen. Das Ziel muss aber sein, die Heliskiing-Gäste zu einem längeren Aufenthalt im Gebiet zu motivieren.
- › Auf der anderen Seite ist festzuhalten, dass die aus Sicht Nachhaltigkeit kritischen Aspekte von Heliskiing (Lärm, Energie, Fauna) nicht negiert werden dürfen. Sowohl die verschiedenen Ziele des „Contrat de Parc“ wie auch die geplanten Projekte („Fiches de projet“) manifestieren die Wichtigkeit einer seriösen Interessensabwägung zwischen den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit (Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft). Entscheidend ist somit nicht die Frage, ob Heliskiing, sondern wieviel Heliskiing! Die Trägerschaft Val d'Hérens muss sich (wie die meis-

ten Regionalen Naturparks) vor allem die Frage stellen, wie viel Ausbau an Infrastruktur (neben Heliskiing auch übrige Aspekte wie z.B. Bergbahnen, Zweitwohnungsbau, Strassenbau, etc.) sich mit den vereinbarten Zielen einer nachhaltigen Entwicklung vereinbaren lässt. Hier gilt es eine Diskussions- und Streitkultur mit den verschiedenen Beteiligten zu erarbeiten.

Chancen

- › Allgemeine Standortattraktivität: Heliskiing ist zwar ein Nischenangebot, im Vergleich zu Regionen wie Verbier oder Zermatt (mit einem deutlich vielfältigeren touristischen Angebot) aber ein bedeutendes. Die allgemeine Standortattraktivität des Tales erhöht sich damit, insbesondere für ein zahlungskräftiges Publikum.
- › Regionale Wertschöpfung und Synergien: Die Chance besteht, die (häufig auf Adventure ausgerichtete Heliskiing-Kundschaft) für komplementäre Angebote im Tal zu motivieren. Das heisst, neben der Lust an der rauen Hochgebirgslandschaft auch die übrige Vielfalt der Natur zu entdecken, sich fürs sozio-kulturelle Leben im (gesamten, d.h. auch vorderen) Tal zu interessieren, etc. Dies mit dem Ziel, die Heliski-Kundschaft für längere Aufenthalte zu motivieren. Heliskiing-Gäste machen heute einen sehr kleinen Teil (ca. 1%) der insgesamt rund 65'000 Hotelübernachtungen im Val d'Hérens aus. Erst wenn die Gäste bleiben, ergeben sich weitere bedeutende Einnahmequellen (Gastronomie, Bergbahnen, Detailhandel, etc.).
- › Bergführerschaft: Am unmittelbarsten sind die Bergführer im Tal auf die Einnahmen aus Heliskiing angewiesen. Gleichzeitig benötigt der Regionale Naturpark Val d'Hérens insgesamt kompetente lokale Bergführer, welche die weiteren Bergsteiger-Produkte vermarkten. Diese erhalten mit Heliskiing eine wichtige (wenn auch saisonal begrenzte) Einkommensbasis.
- › Zusammenarbeit und Marketing: Eine grosse Chance (wenn nicht die entscheidende) des Naturpark-Label wird sein, in der Region eine gesamttouristische Linie zu diskutieren und einzuführen. Die Integration von Heliskiing in diesen Prozess erhöht die Akzeptanz verschiedener Akteurgruppen. Diese Akzeptanz wird entscheidend sein, damit die verstärkte Zusammenarbeit in der erhofften Form zustande kommt.

Risiken

- › Ausbau Heliskiing / Image des Labels: Ein deutlicher *Ausbau* von Heliskiing birgt die Gefahr, dass die Wahrnehmbarkeit für die übrigen Touristen zunimmt. Von diesen muss im Kontext Naturpark davon ausgegangen werden, dass sich einige an den Grundsätzen des ‚sanften Tourismus‘ orientieren. Heliskiing ist für deren Wahrnehmung zumindest nicht förderlich. Ein Aus-

bau würde Kritiker rasch mobilisieren. Das heisst, das Risiko liegt stärker auf der kommunikativ-marketingbezogenen Ebene als bei den echten Umwelteinflüssen.

Die strategische Stossrichtung, verbunden mit dem Parklabel, geht noch stärker in Richtung Qualität statt Quantität. Gebirgslandeplätze und Heliskiing im speziellen – praktiziert im bestehenden Rahmen – behindert dies kaum. Um mittelfristig den entsprechenden Tatbeweis zu erbringen, gilt es jedoch entsprechende qualitativ hochstehende Zusatzprodukte zu entwickeln. Die wichtigsten zwei Argumente im Zusammenhang mit Heliskiing im Val d'Hérens sind letztlich:

1. Die Schaffung eines wichtigen Zusatzeinkommens in einem strukturell benachteiligten peripheren Gebiets ► Nur wenn die wirtschaftliche Basis vorhanden ist, können überhaupt neue Angebote entwickelt werden.
2. Die Förderung des Zusammenhalts der lokalen Akteurgruppen ► Nur wenn die Akzeptanz aller Gruppierungen für das Label vorhanden ist, können (in einem Gebiet mit begrenzter Anzahl aktiver Akteure) die damit verknüpften Einzelprojekte umgesetzt und der ‚Esprit‘ des Labels geweckt werden.

LITERATUR

- Credit Suisse 2009:** Der Kanton Wallis – Struktur und Perspektiven, Credit Suisse Economic Research, Zürich, Oktober 2009.
- Elektrowatt 1995:** Helikopterflugfelder und Gebirgslandeplätze, Studienauftrag im Rahmen der Kantonalen Richtplanung, Dienststelle für Raumplanung Kt. VS, Sitten 1995.
- Gottlieb Duttweiler Institut 2007:** Zukunftsperspektiven des Walliser Tourismus, Jubiläumsschrift zum 70. Geburtstag von Wallis Tourismus, Gottlieb Duttweiler Institut, Mai 2007.
- Kanton Wallis 2003:** Tourismuspolitik des Kantons Wallis – Eine Grundlage für heute und morgen, Kanton Wallis und Wallis Tourismus, Oktober 2003.
- Kanton Wallis 2008:** Projekt Raumentwicklung Wallis „PROTER VW“, Grundlagenstudie Kantonaler Richtplan, BSAP Ingenieure / J de Heer Consulting, i.A. Dienststelle für Raumentwicklung, Sion, 2008.
- Knecht Th. 2005:** Heliskiing – Interessenslage, touristische Bedeutung und Umweltauswirkungen, Lizentiatsarbeit am Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) Universität Bgern, Zürich/Bern 2005.
- Rütter et al. 2001:** Der Tourismus im Wallis – Wertschöpfungsstudie, Rütter+Partner / Schweizerische Tourismusfachschule, Rüşchlikon/Siders, 2001.
- Seco 2006:** Erfolgsfaktoren im alpinen Tourismus, BAK Basel Economics, i.A. seco Staatssekretariat für Wirtschaft, Basel 2006.
- Wallis Tourismus 2010:** 14. Geschäftsbericht Wallis Tourismus 2009/2010, Wallis Tourismus.