

Der VSV2W will seinen Beitrag leisten

WALLIS | Der Walliser Verband der Zweitwohnungen (VSV2W) hielt am Samstag, 29. April 2017 seine ordentliche Generalversammlung ab. Die 14 Mitglieder, davon fünf aus dem Oberwallis, freuten sich, das 15. Mitglied, den Verein der Zweitwohnungsbesitzer Leukerbad und Albinen, zu begrüssen.

Der Verband repräsentiert damit etwa 11 000 Zweitwohnungsbesitzer im Wallis. Die Walliser machen etwa 100 000 der 400 000 Zweitwohnungsbesitzer in der Schweiz aus. Laut Angaben des Walliser Verbandes trage damit jeder dieser Besitzer im Schnitt 25 000 Franken mit seinen Einkäufen, Steuern und diversen Abgaben zum Gedeihen des hiesigen Tourismus bei – also eine Summe von circa 2,5 Milliarden, die im Wallis ausgegeben werden. Deshalb sei – wenn es um Zweitwohnungsbesitzer geht – der VSV2W eine nicht vernachlässigbare Grösse, so Verbandspräsident André Gossauer an der GV.

Gespräche mit Tourismusbranche

Ein wichtiger Diskussionspunkt war das ganz verschiedene Handeln der Gemeindebehörden und der Tourismusvereine bei der Behandlung der Tourismustaxe. Dies bei allen

Behörden, die die neue Taxe bereits beschlossen haben oder daran sind, dies zu tun. Nach der durch den VSV2W organisierten öffentlichen Tagung mit dem Titel «Der Beitrag der Zweitwohnungsbesitzer zur touristischen Wirtschaft des Wallis», die nahezu 200 Personen anzuziehen vermochte (darunter mehrere Vertreter aus Politik und Verbänden), schrieb der VSV2W einen Brief an Beat Rieder, den Präsidenten der Walliser Tourismuskammer (WTK), und schlug ihm gemäss seinem Vorschlag ein konkretes Projekt vor: Die WTK könnte helfen, in jeder Gemeinde ein offizielles Organ zu gründen, in welchem die Zweitwohnungsbesitzer integriert sind und dort ihre Meinungen ausdrücken und Vorschläge machen könnten sowie Antworten erhielten in Bezug auf die Verwendung der Tourismustaxen. Dies an einem runden Tisch, unter der Schirmherrschaft der WTK mit den Gemeinden und des VSV2W.

Der VSV2W wird auch mit Valais/Wallis Promotion (VWP) über konkrete Möglichkeiten diskutieren, die Zweitwohnungsbesitzer als Botschafter ihrer Destination zu motivieren, was sie faktisch ja bereits sind. Es gilt dort Synergien zu nutzen zwischen den Zweitwohnungsbesitzern und der Marketingstrategie von VWP. | **wb**