



Umfrage Lageeinschätzung Oktober 2024

Durchgeführt vom 25. bis 31. Oktober 2024 bei
den Hotelmitgliedern von HotellerieSuisse

1. Rückblick: Sommersaison 2024

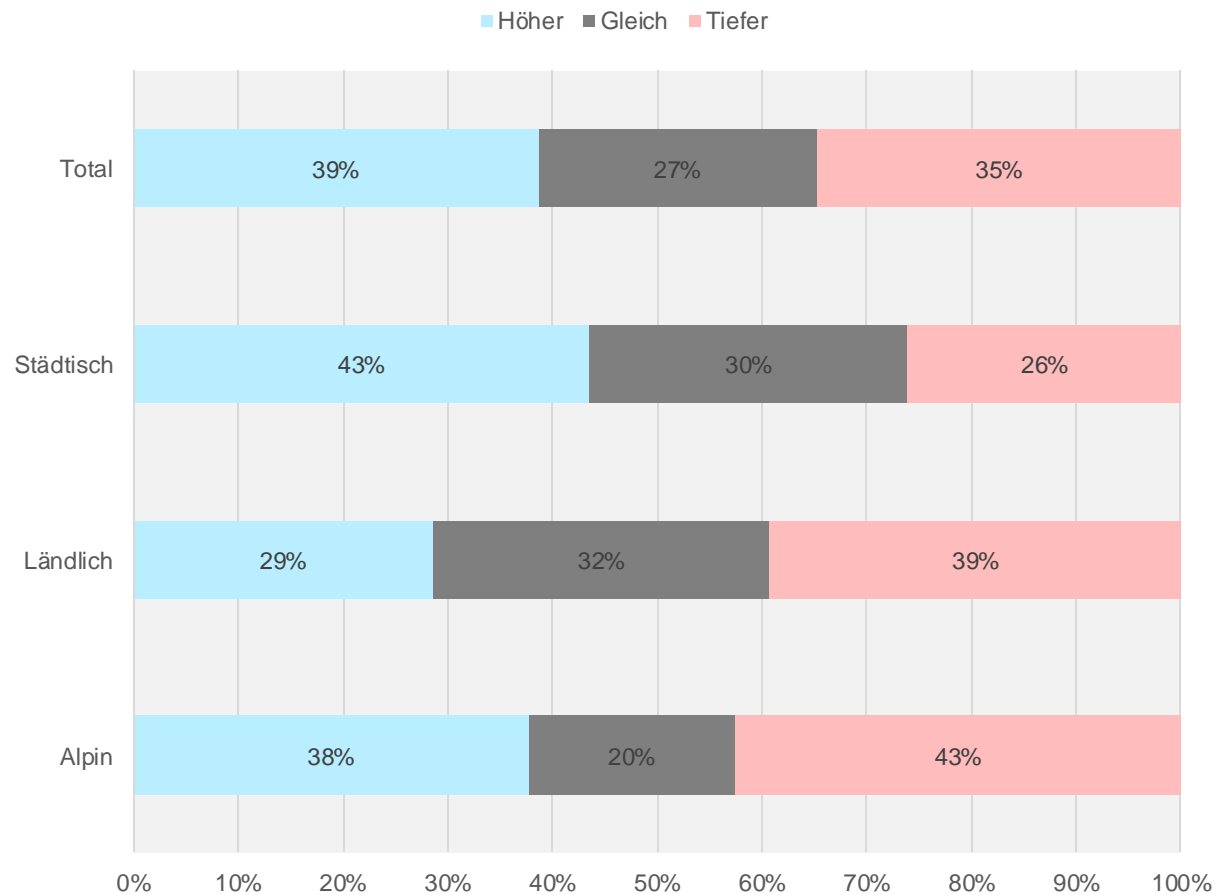


Summary: Sommersaison 24

- Logiernächte sind nur bedingt geeignet, die Lage der Branche umfassend abzubilden. Dies zeigt ein genauerer Blick in die Statistiken. Der Sommer 2024 verzeichnete, gemessen an den Logiernächten, einen Rekord, doch von den 189 Gemeinden, die das BFS separat aufführt, konnten im Rekordmonat August lediglich 85 ihre Auslastung gegenüber August 2019 steigern. Dies entspricht einer Minderheit der Gemeinden.
- Die Ergebnisse der Umfrage bestätigen, dass das Gesamtbild weniger optimistisch ist, als es die Logiernächte vermuten lassen. Die Kosten steigen seit Jahren, und steigende Umsätze konnten die Auswirkungen der höheren Kosten bisher etwas abmildern. Inzwischen zeichnet sich jedoch eine Sättigung bei den Umsätzen ab, während die Kosten weiter steigen, was zu schrumpfenden Margen führt.
- Die Schweizer Beherbergungsbranche, die mit ihrem resilienten Unternehmergeist und ihrem Beitrag zur Volkswirtschaft unermüdlich einen positiven Einfluss ausübt, blickt dennoch optimistisch auf die Zukunft. Trotz der oben genannten Entwicklungen zeigte sich die Mehrheit der Betriebe mit der Sommersaison zufrieden.



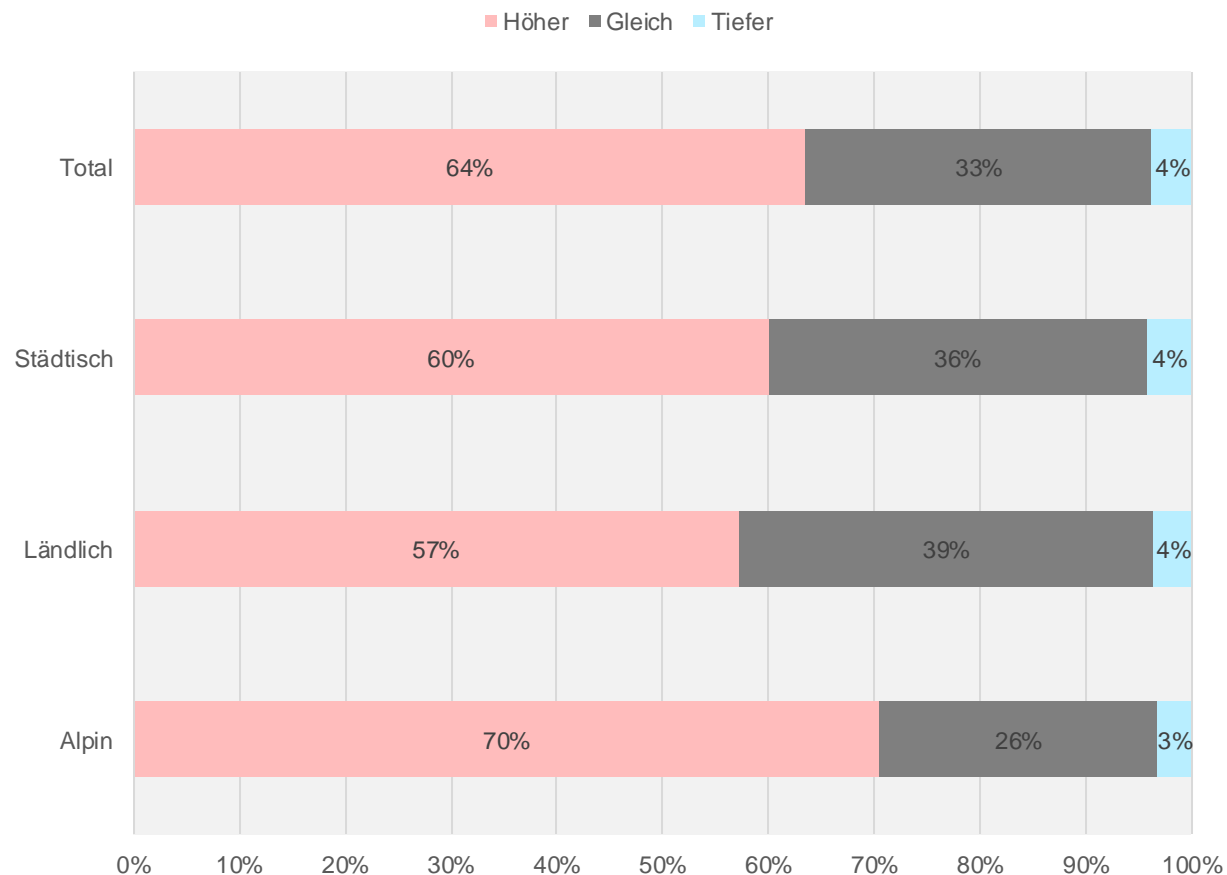
Vorjahresvergleich: Ausgeglichenes Bild bei der Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahr



- Im Gegensatz zu den letzten Umfragen zeigt sich keine Tendenz zu mehr Umsatzsteigerungen. In etwa gleich viele Betriebe konnten ihren Umsatz steigern wie solche, die einen Rückgang verzeichneten.
- Allerdings gibt es Unterschiede zwischen den Tourismuszonen: In den Städten ist der Anteil an Betrieben mit Umsatzzuwächsen deutlich höher, während in klassischen Feriendestinationen mehr Betriebe einen Umsatzrückgang melden.

Antworten (n)	
Total	158
Städte	69
Land	28
Alpin	61

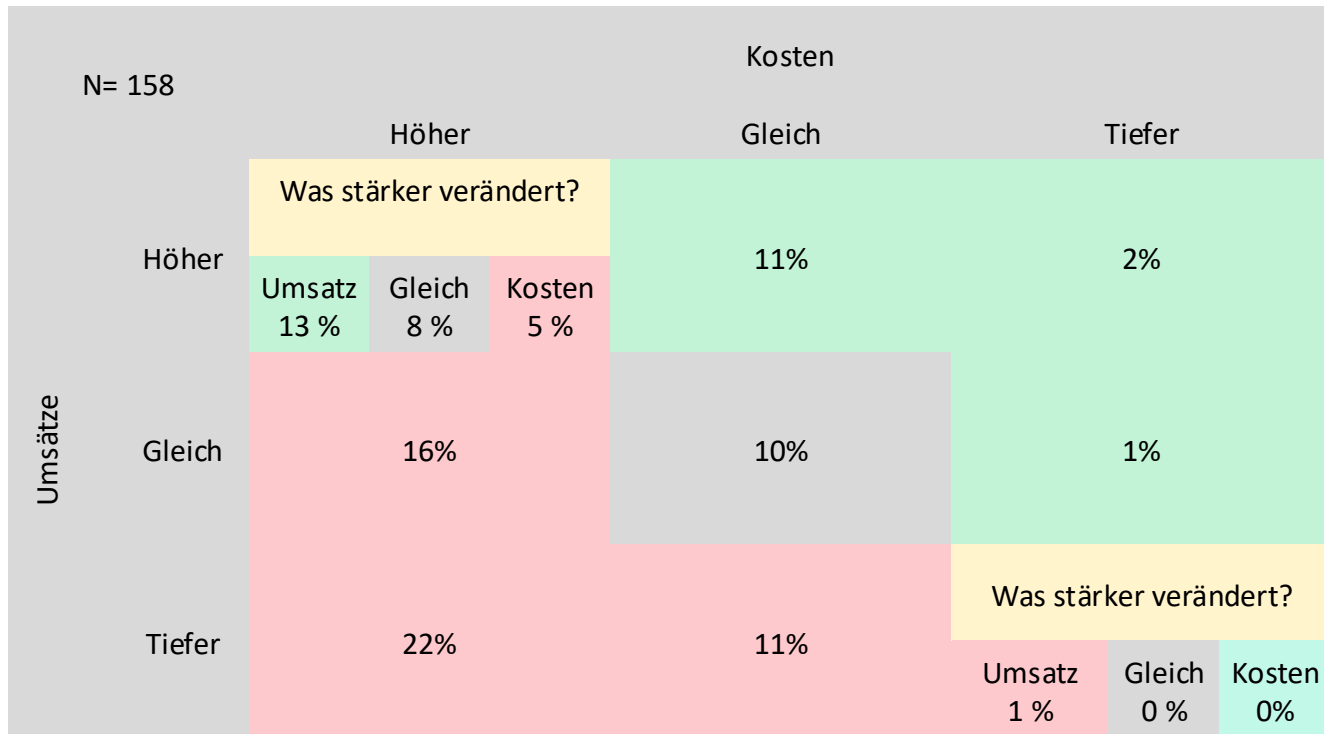
Eindeutiges Bild bei den Kosten: Zwei Drittel der Betriebe verzeichnen steigende Kosten



- Während zwei von drei Betrieben höhere Kosten meldeten, konnte weniger als jeder zwanzigste Betrieb geringere Kosten verzeichnen.
- Der Anteil der Betriebe mit steigenden Kosten ist in allen Tourismuszonen hoch, jedoch besonders ausgeprägt in den alpinen Regionen.

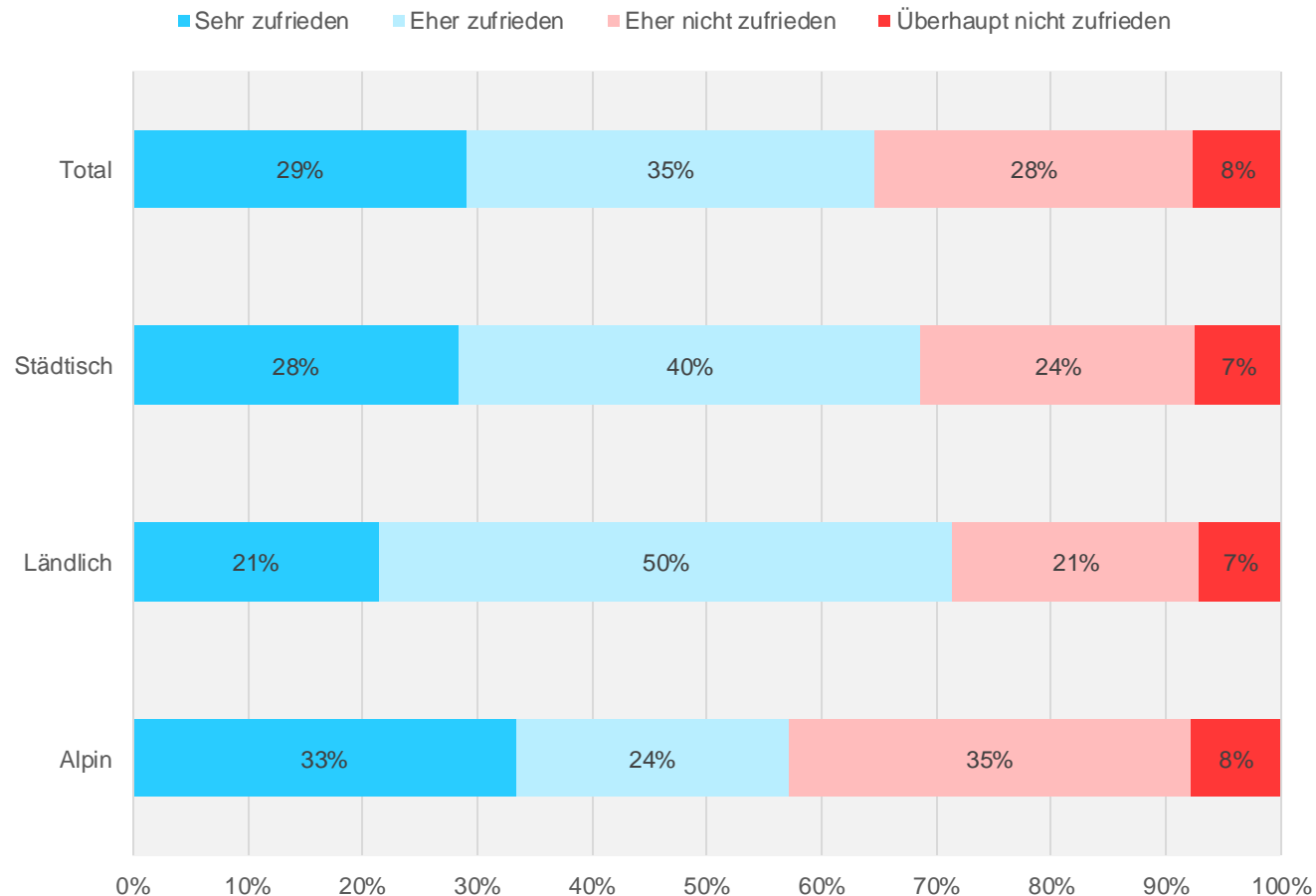
Antworten (n)	
Total	159
Städte	70
Land	28
Alpin	61

Gewinnmarge Schrumpft bei einer deutlichen Mehrheit der Betriebe



- Betriebe, die sowohl höhere Umsätze als auch höhere Kosten verzeichnen, wurden gefragt, welcher Effekt stärker ins Gewicht fällt. Bezogen auf alle Betriebe gaben 5 Prozent die Kosten als den dominanten Faktor an, was zu schrumpfenden Margen führte.
- Wie aus der linken Abbildung ersichtlich ist, sank bei 55 Prozent der Betriebe die Gewinnmarge, bei 18 Prozent blieb sie gleich, und bei 27 Prozent stieg sie an.

Positive Einstellung der Branche trotz negativer Entwicklung



- Dennoch sind fast zwei Drittel der Betriebe mit der vergangenen Sommersaison zufrieden. In den alpinen Regionen ist dieser Anteil etwas niedriger: 43 Prozent der Betriebe dort zeigen sich unzufrieden, und fast jeder zehnte war überhaupt nicht zufrieden.
- Die klassischen Feriendestinationen sind noch stärker von Wetterentwicklungen abhängig. Einige Regionen litten stark unter längeren Schlechtwetterperioden.

Antworten (n)	
Total	158
Städte	67
Land	28
Alpin	63

2. Ausblick: Wintersaison 2024/2025

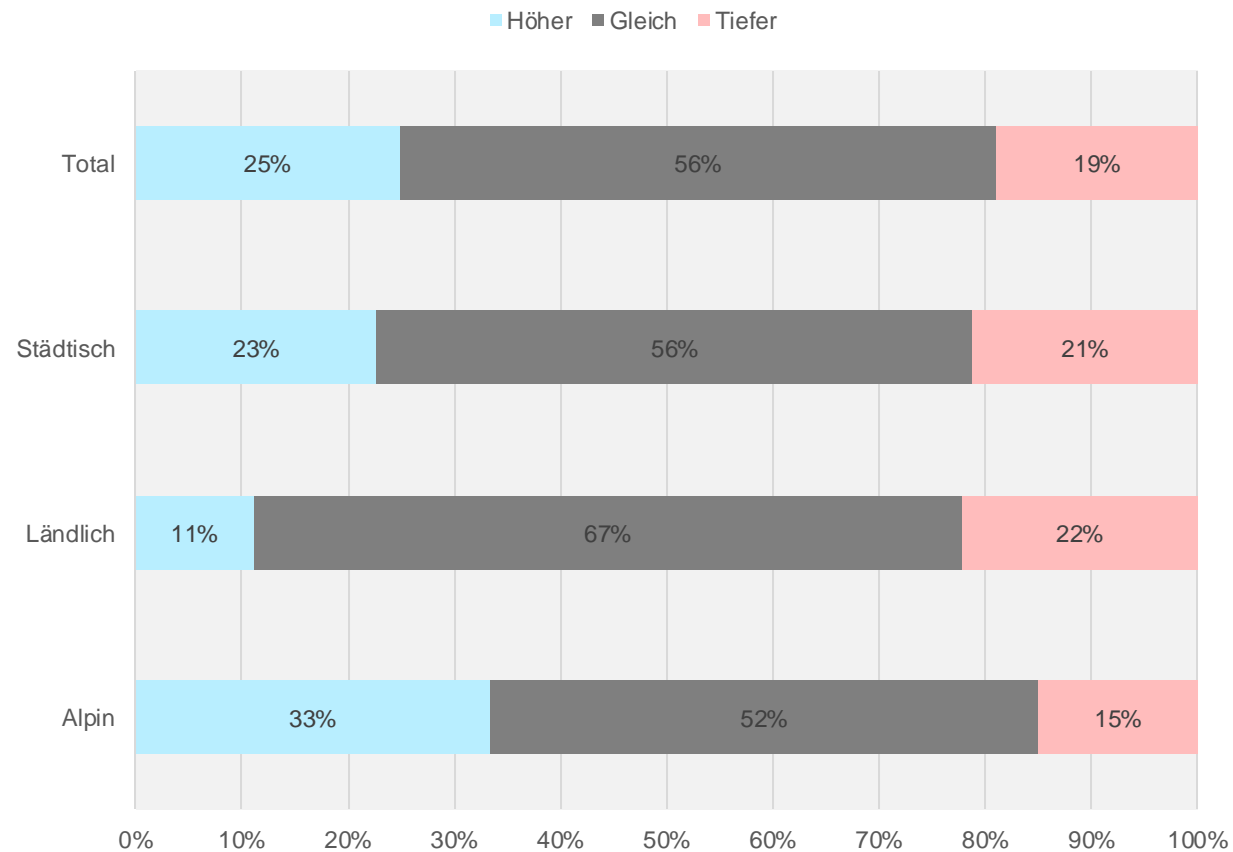


Summary: Ausblick Wintersaison 24/25

- Es zeichnet sich ab, dass sich die Entwicklung der letzten Sommersaison fortsetzt. Der Trend zu steigenden Umsätzen ist nicht mehr vorhanden. Jene Betriebe, die eine Preiserhöhung vornehmen, tun dies aufgrund steigender Kosten; jene, die die Preise senken, tun dies, weil die Nachfragesituation es erfordert.
- Auch in der Wintersaison 2024/2025 ist davon auszugehen, dass die Margen zusammenschrumpfen.



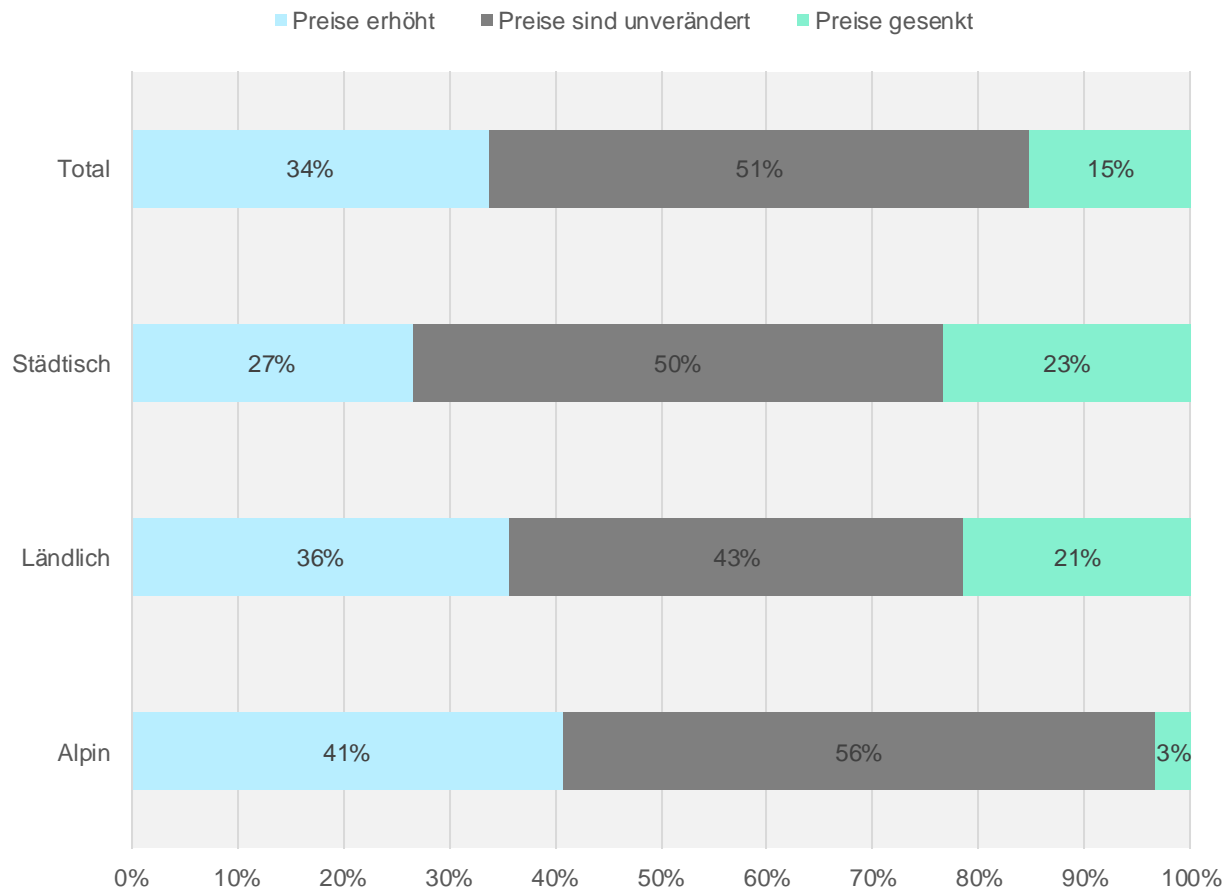
Ausblick Wintersaison 24/25: Sättigung bei den Umsätzen



- Eine Mehrheit der Betriebe geht davon aus, ähnliche Umsätze wie im Vorjahr zu erreichen.
- In den alpinen Regionen ist der Anteil der Betriebe, die mit höheren Umsätzen rechnen, etwas höher. In diesen Regionen werden die Frequenzen nebst der allgemeinen Wetterlage stark von den Schneesituation beeinflusst.
- In ländlichen Regionen ist der Anteil der Betriebe, die mit höheren Umsätzen rechnen, besonders tief.

Antworten (n)	
Total	153
Stadt	66
Land	27
Alpin	60

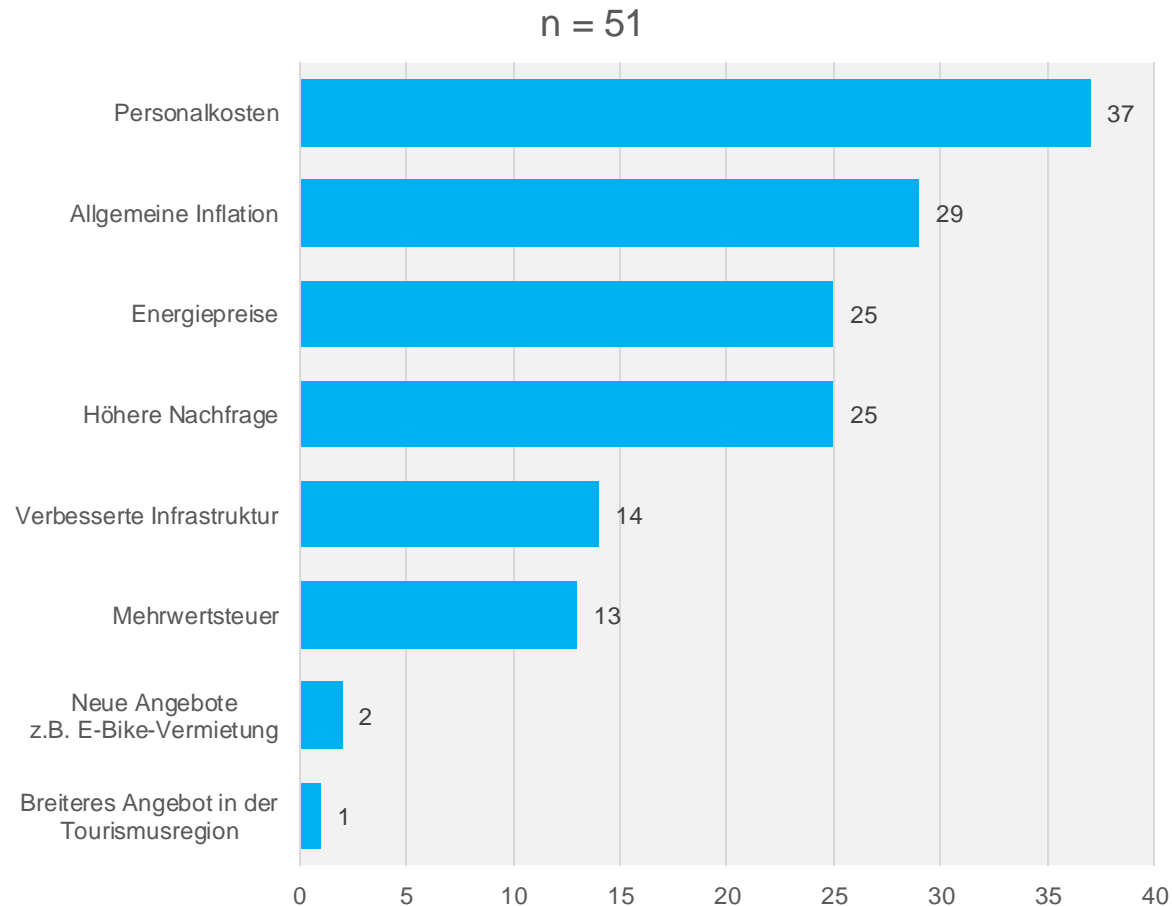
Preisanpassungen: Nur noch ein Drittel kann seine Preise steigern



- Im Vergleich zu den vorherigen Umfragen ist der Anteil der Betriebe, die ihre Preise erhöht haben, zurückgegangen. Während bei der letzten Umfrage noch die Hälfte der Betriebe eine Preiserhöhung vorgenommen hatte, war es diesmal nur knapp ein Drittel.
- Insgesamt senkten 15 Prozent ihre Preise; zum Vergleich: Bei der letzten Umfrage waren es lediglich 4 Prozent.
- In den städtischen und ländlichen Zonen ist der Anteil der Betriebe mit rückläufigen Umsätzen besonders hoch.

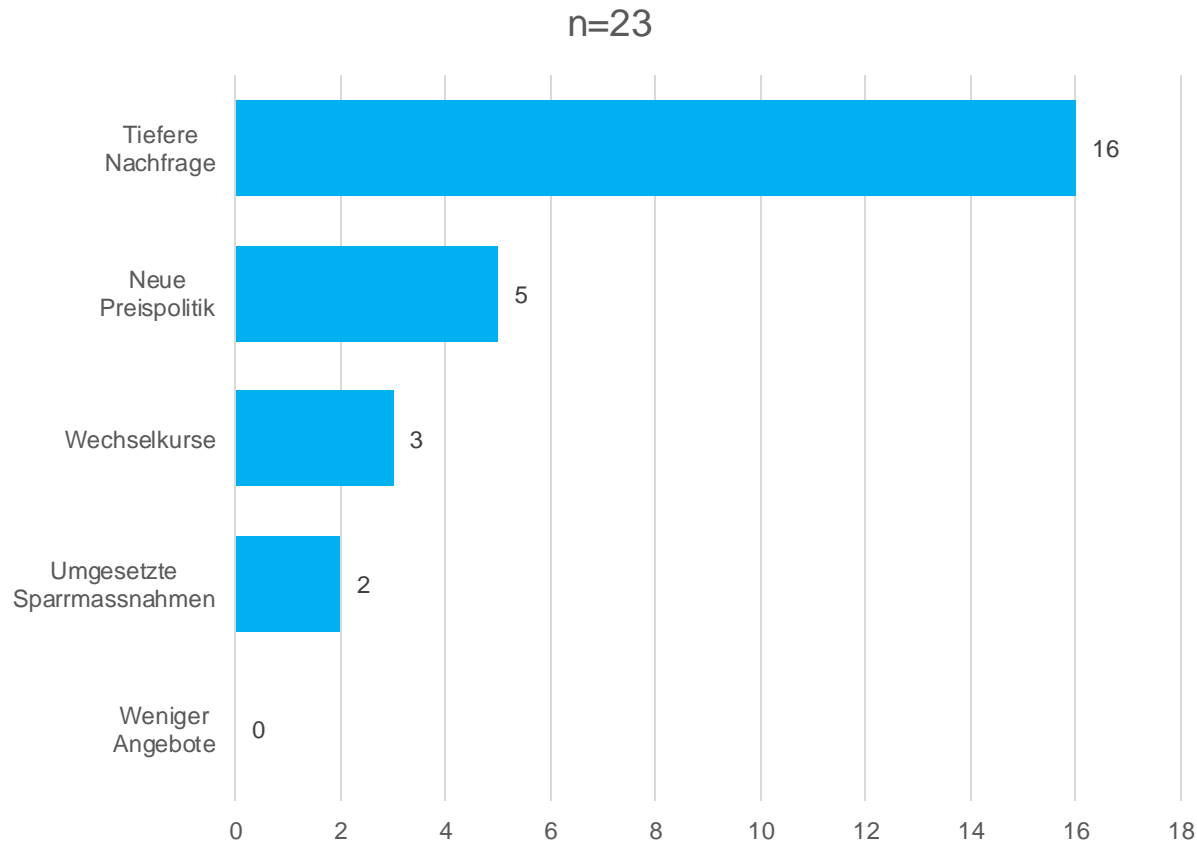
Antworten (n)	
Total	151
Stadt	64
Land	28
Alpin	59

Preiserhöhungen wegen zunehmendem Kostendruck



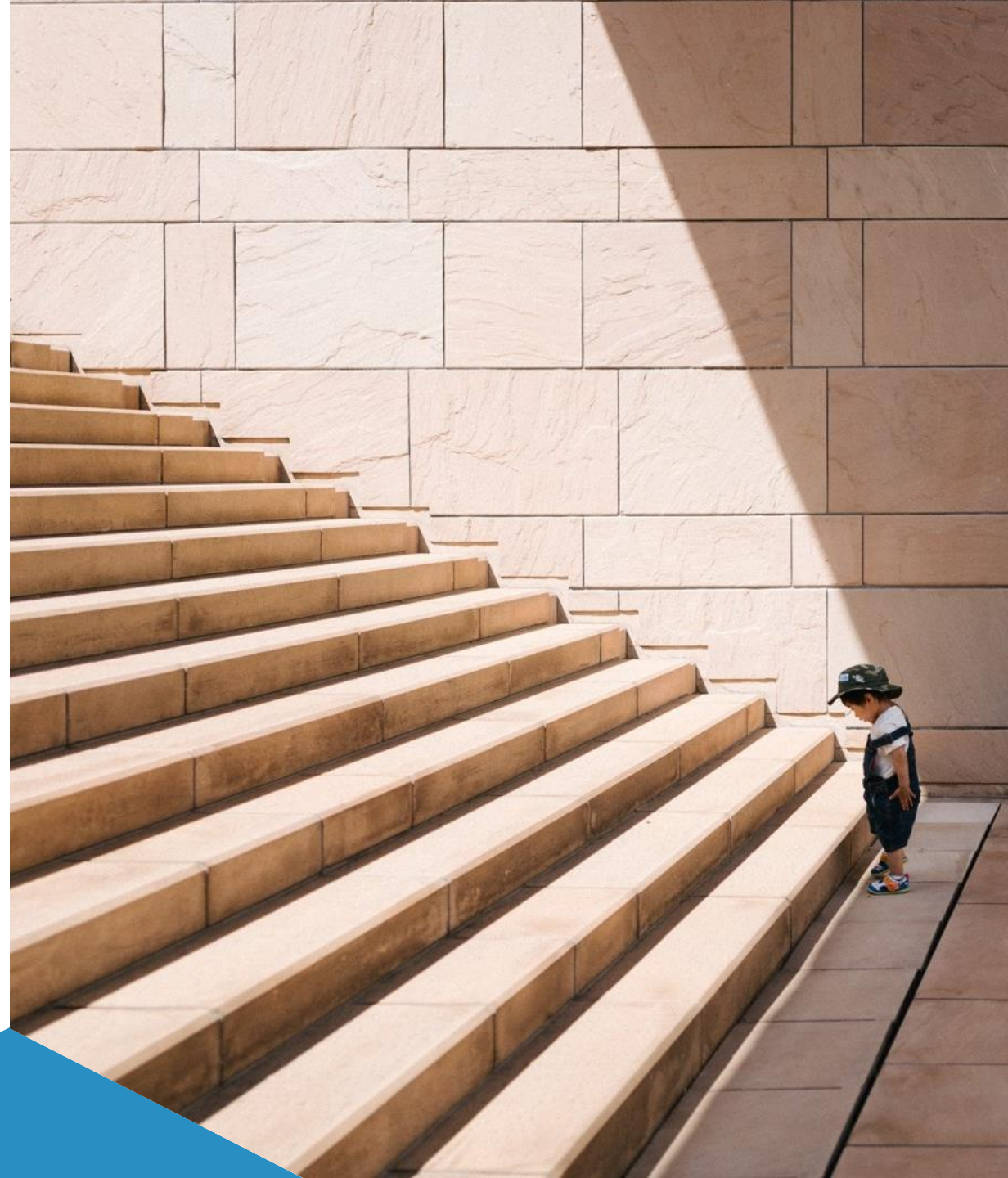
- An erster, zweiter und dritter Stelle der Gründe für die Preiserhöhung stehen die gestiegenen Kosten. Eine erhöhte Nachfrage liegt zusammen mit den Energiepreisen ebenfalls weit oben auf der Liste.
- In der Tendenz werden die Preise erhöht, weil die Unternehmer dazu gezwungen sind, nicht weil sie es können. Die steigenden Kosten müssen also auf den Gast überwältigt werden.

Preissenkungen weil Nachfragerseiten dies abverlangt



- Bei den Gründen für die Preissenkungen ergibt sich ein weniger ausgewogenes Bild. Am häufigsten wurde die niedrigere Nachfragesituation genannt. Auf Platz zwei folgt eine neue Preispolitik (zum Beispiel der Fokus auf Auslastung statt auf Durchschnittspreise), die jedoch weniger als ein Drittel so häufig angegeben wurde.
- In der Tendenz wurden die Preise gesenkt, weil die Betriebe dazu gezwungen waren.
- In Kombination mit steigenden Kosten ist dies eine besonders schädliche Entwicklung.

3. Herausforderungen der Branche

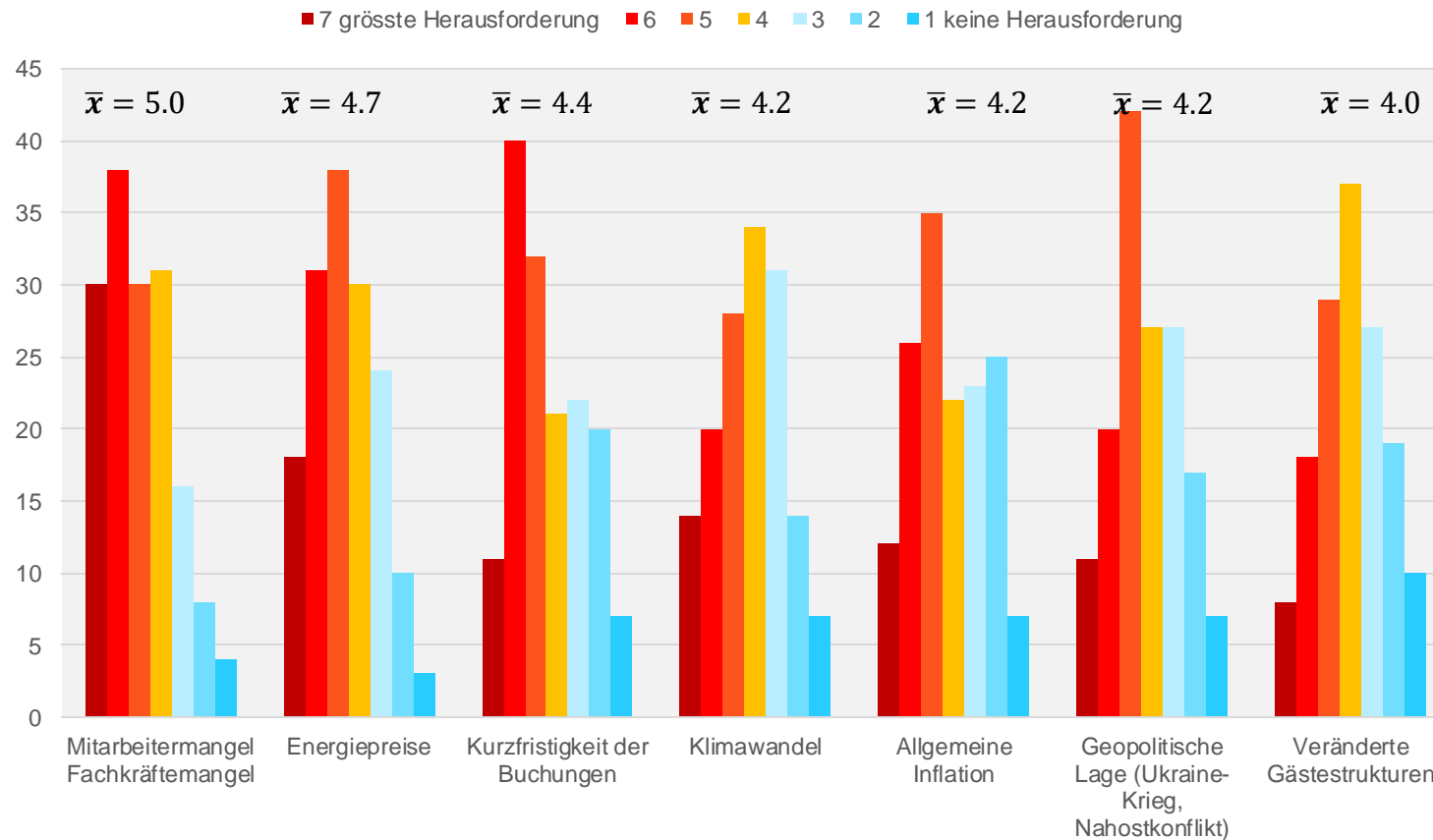


Summary: Fachkräftemangel bleibt die grösste Herausforderung für die Branche

- Die Frage nach den Herausforderungen rundet das konsistente Bild der Umfrage ab. Den Energiepreisen im Speziellen und der Inflation im Allgemeinen wird ein grosser Stellenwert beigemessen.
- Der Fachkräfte- und Mitarbeitermangel bleibt jedoch die grösste Herausforderung und wirkt sich auch auf die Personalkosten aus.
- Veränderungen in der Gästezusammensetzung, die Kurzfristigkeit der Buchungen und die geopolitische Lage führen zu Unsicherheiten und haben negative Auswirkungen auf die Planungssicherheit der Betriebe.
- Dem Klimawandel wird ebenfalls ein hoher Stellenwert beigemessen. Trotz der derzeit grossen Herausforderungen ist die Branche bereit, hier ihren Beitrag zu leisten.



Der Fachkräftemangel bleibt die grösste Herausforderung für die Branche



- Mit einem Mittelwert von 5 (Skala von 1 bis 7) wird dem Mitarbeiter- und Fachkräftemangel der höchste Wert zugeordnet. Dies wird gefolgt von den Energiepreisen und der Kurzfristigkeit von Buchungen.
- Der Klimawandel wird als grosse Herausforderung angesehen: 42 Prozent haben ihm einen sehr hohen Wert von 5 oder höher und 65 Prozent einen hohen Wert von 4 oder höher zugeordnet.

Antworten (n)

Zwischen 148 -157