



Umfrage Lageeinschätzung April 2024

Durchgeführt vom 15. bis 24. April 2024 bei
den Hotelmitgliedern von HotellerieSuisse

1. Rückblick: Wintersaison 2023/2024

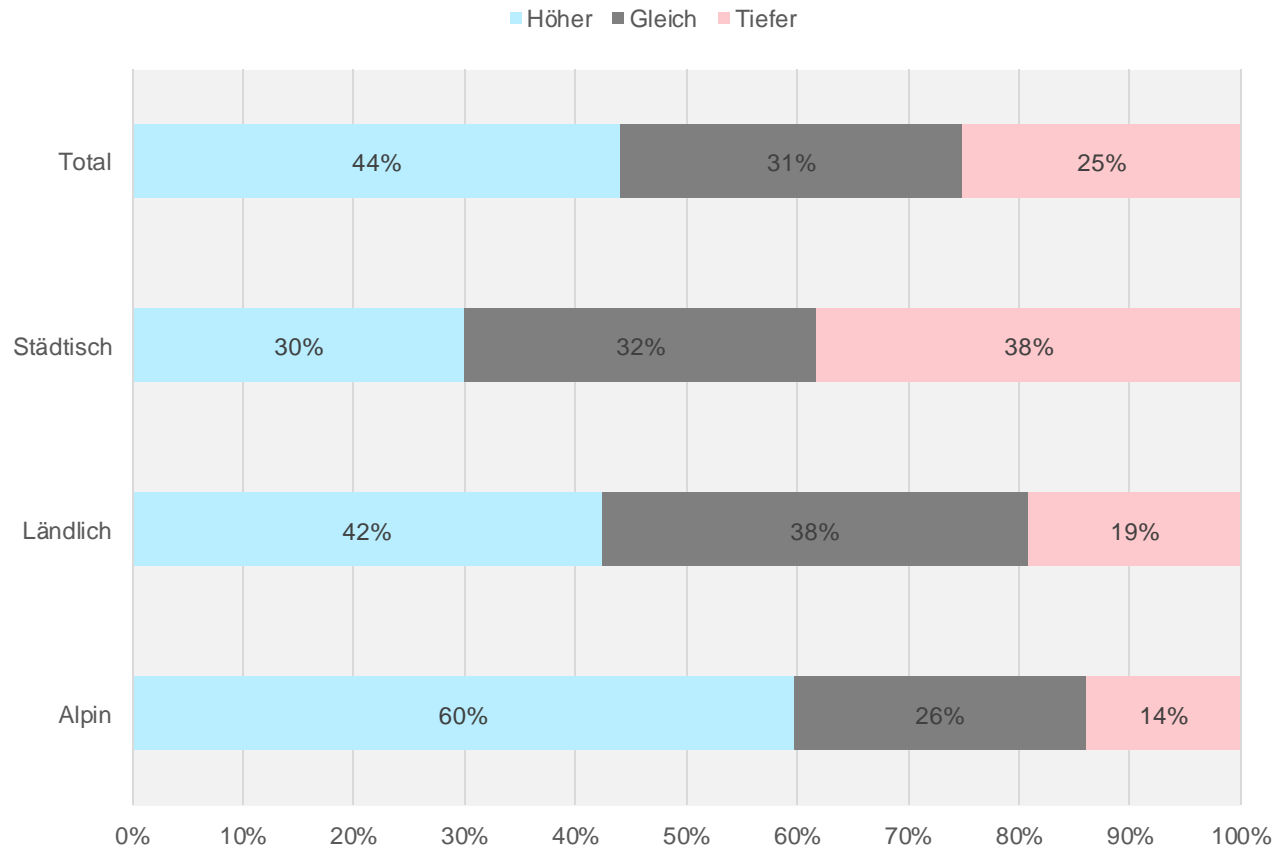


Summary: Rückblick Wintersaison 2023/24

- Gemessen an den Logiernächten konnte bereits in der Wintersaison 2022/23 das Vorkrisenniveau erreicht, beziehungsweise übertroffen werden. Gemessen an den Umsätzen wurde dieses Niveau nun erneut übertroffen.
- Aufgrund der steigenden Kosten konnten die Umsätze allerdings nicht direkt in steigende Gewinne umgemünzt werden. Insgesamt haben rund ein Drittel der Betriebe ihren Gewinn gesteigert.
- Werden die Frühlingsferien isoliert betrachtet, schnitten hier die Umsätze im Vorjahresvergleich schlechter ab als dies für die Wintersaison insgesamt der Fall war.
- Sowohl bei den Umsätzen als auch bei der Zufriedenheit mit diesen schnitten die Städte schlechter ab als die klassischen Tourismuszonen.
- Als Ursache kann der starke Anstieg an Zimmern und Betten in städtischen Gebieten vermutet werden, wodurch die Auslastungen trotz Logiernächtere rekord zurückgegangen sind. Dies drückt sowohl indirekt auf die Zimmermoyenne als auch direkt auf den RevPar (Umsatz pro verfügbares Zimmer).



Vorjahresvergleich: Die Umsätze sind tendenziell nochmals gestiegen

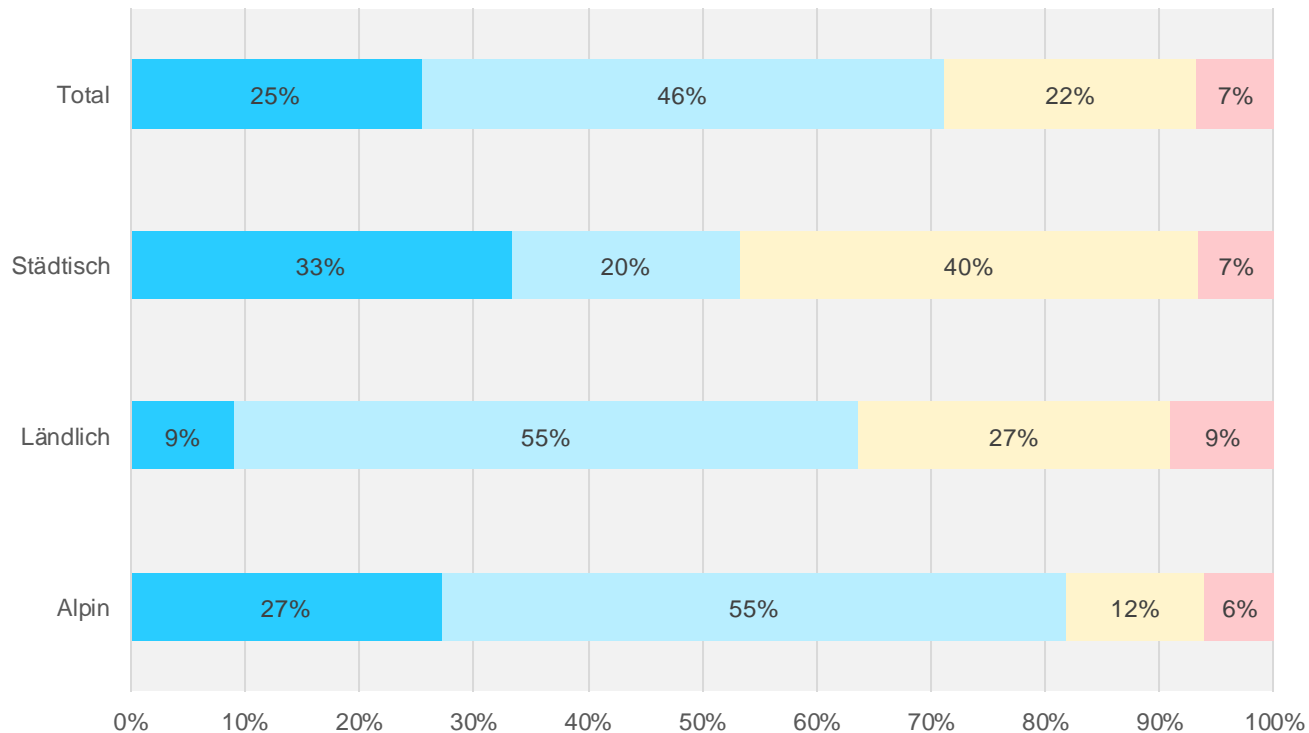


- Insgesamt gibt es mehr Betriebe, mit höheren Umsätzen in der Wintersaison 2023/2024 (44 %) als solche, die einen tieferen Umsatz erzielt haben (25 %). Dies im Vergleich zur Wintersaison 2022/2023.
- Besonders ausgeprägt ist dieser Trend in alpinen Gebieten, während die Umsätze in den Städten eher zurückgegangen sind.
- In den Städten sind die Logiernächte zwar steigend, gleichzeitig hat die Zahl der Betten stark zugenommen, was Auslastung, ADR und RevPar herunterdrückt.

Antworten (n)	
Total	143
Städte	60
Land	26
Alpin	57

Die steigenden Umsätze konnten nicht direkt in steigende Gewinne umgemünzt werden

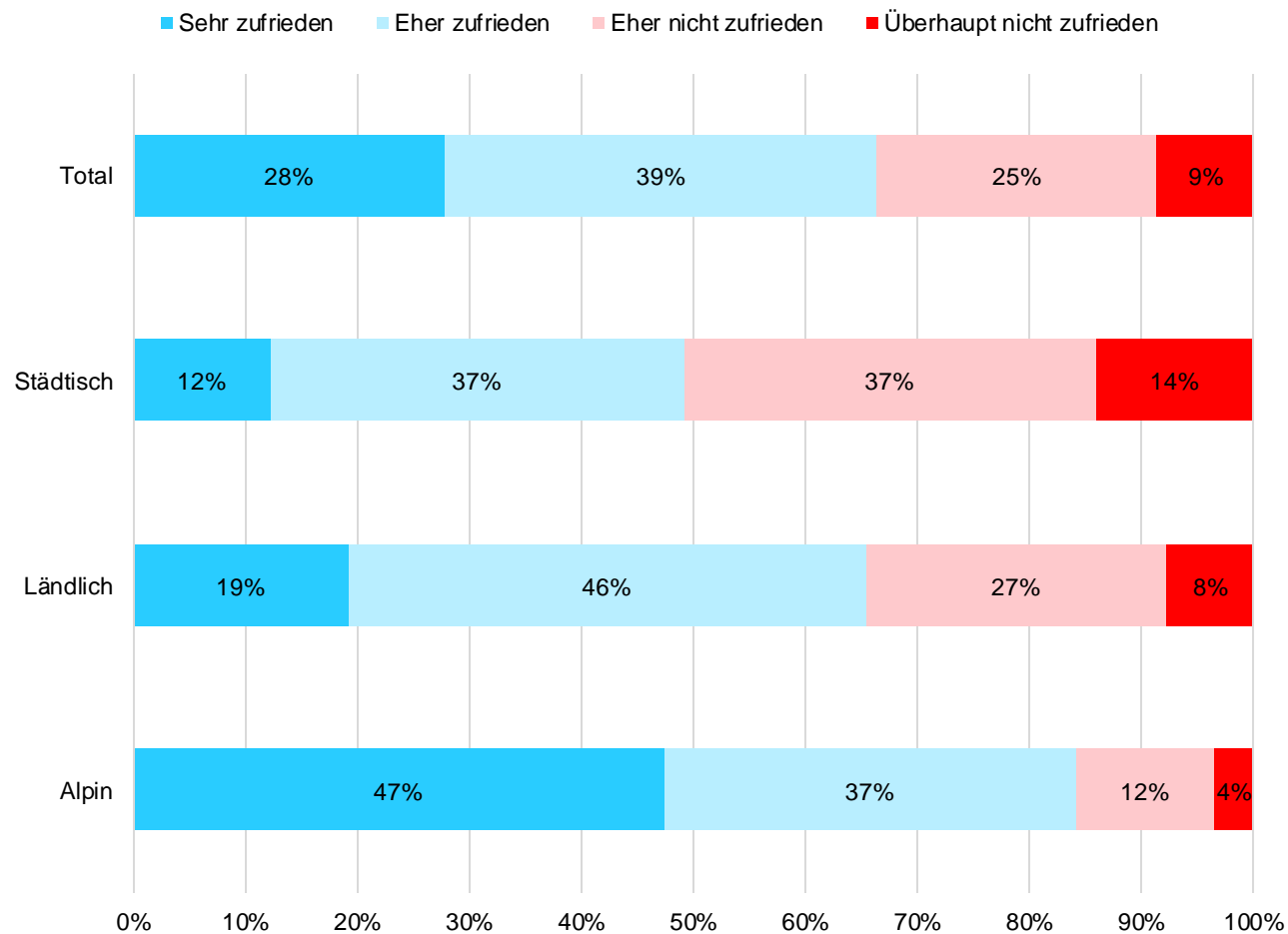
- Der Gewinn stieg mindestens im selben Umfang wie die Umsätze.
- Der Gewinn stieg weniger als der Umsatz.
- Die steigenden Umsätze decken gerade die steigenden Kosten.
- Die Kosten sind stärker angestiegen als die Umsätze.



- Zwar sind die Umsätze gestiegen, allerdings wurde mindestens ein Teil der Umsätze durch steigende Kosten neutralisiert.
- Von den 30 Prozent städtischer Betriebe, die höhere Umsätze verzeichneten, hat knapp die Hälfte der Betriebe den Gewinn nicht gesteigert.
- Im Total sind es knapp 31 Prozent der Betriebe, die den Gewinn im Vergleich zum Vorjahr steigern konnten (44 Prozent haben einen höheren Umsatz und 71 Prozent davon konnten den Gewinn steigern).

Antworten (n)	
Total	59
Städte	15
Land	22
Alpin	33

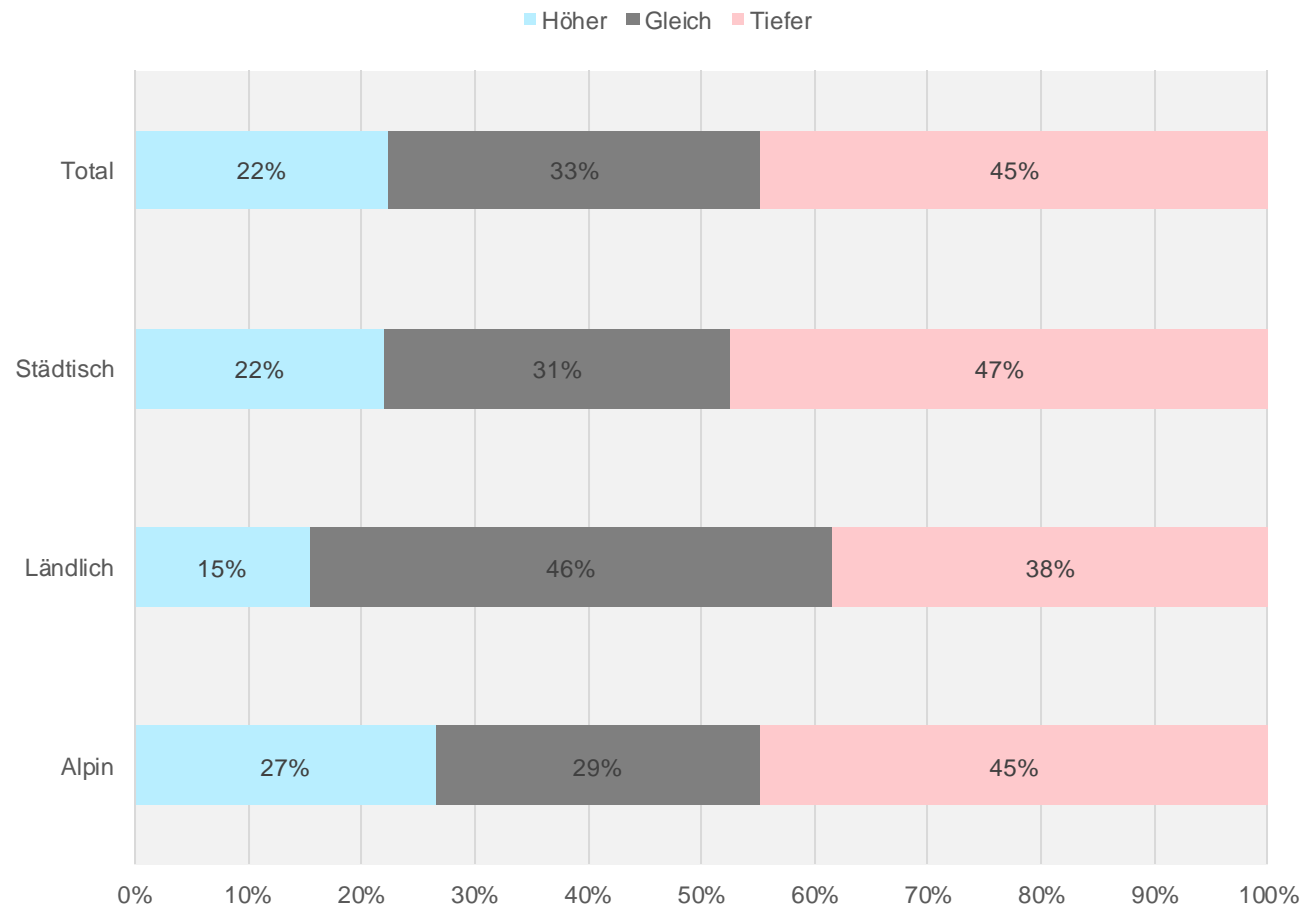
Mehrheit der Betriebe ist mit Umsätzen der vergangenen Wintersaison zufrieden



- Zwei Drittel der Betriebe sind mit den Umsätzen mindestens eher zufrieden. In den alpinen Regionen sind dies sogar 84 Prozent.
- In den Städten ist eine knappe Mehrheit der Betriebe eher unzufrieden mit dem Geschäftsgang der vergangenen Wintersaison.

Antworten (n)	
Total	140
Städte	57
Land	26
Alpin	57

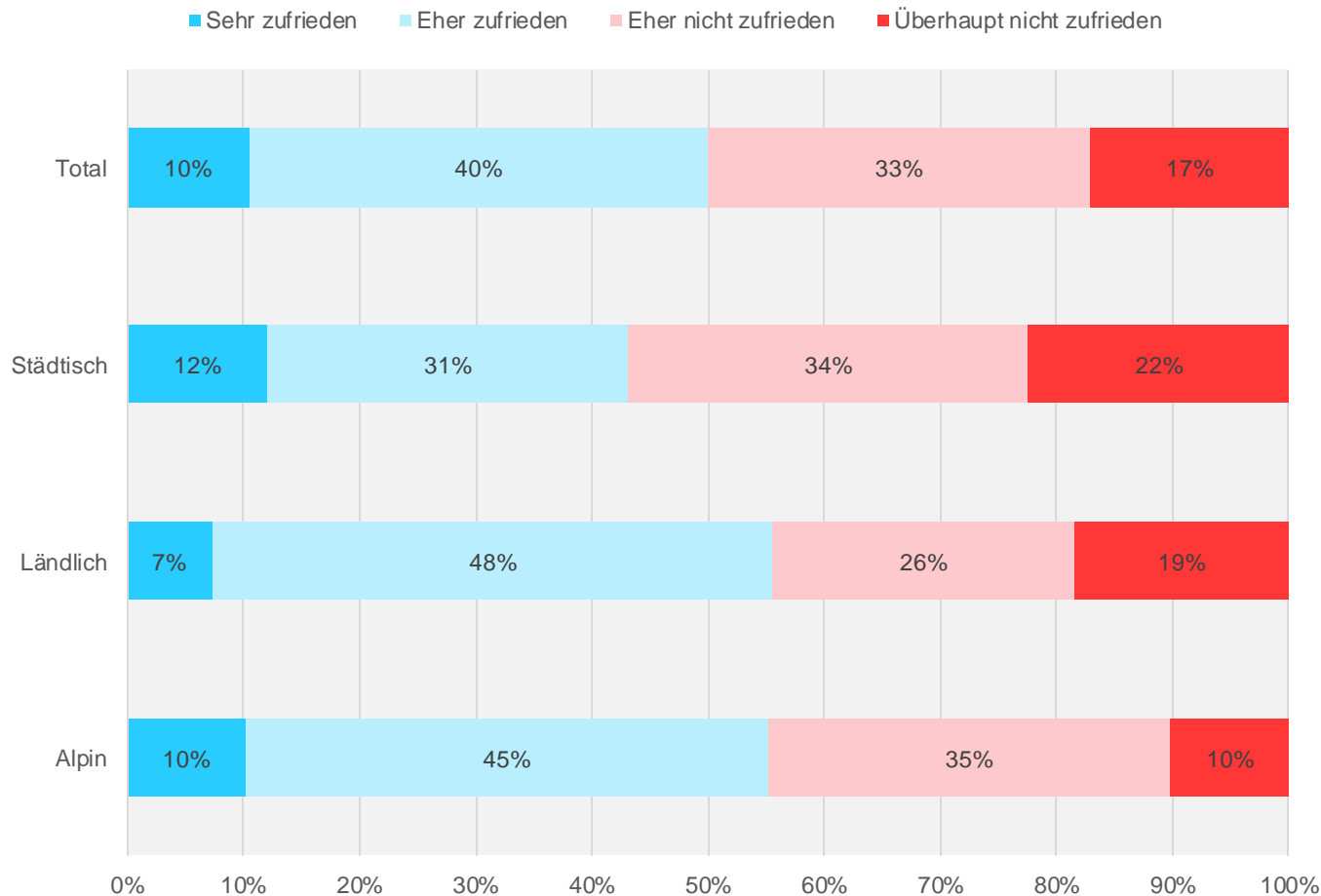
Frühlingsferien Vorjahresvergleich: Nur eine Minderheit verzeichnet höhere Umsätze



- Fast die Hälfte der Betriebe hat im Vergleich zu den Frühlingsferien 2023 weniger Umsatz generiert und nur ein Fünftel konnte die Umsätze steigern.
- Es sind keine ausgeprägten Unterschiede zwischen den Tourismuszonen (Berg, Stadt, Land) feststellbar.

Antworten (n)	
Total	134
Städte	59
Land	26
Alpin	49

Zufriedenheit Umsatz Frühlingsferien: Ausgewogenes Bild trotz weniger Umsatz



- Die Hälfte der Betriebe ist mit den Umsätzen im Vergleich zum Vorjahr mindestens eher zufrieden. Am grössten ist dieser Anteil in den alpinen Gebieten.
- Jeder fünfte Betrieb in den Städten ist überhaupt nicht zufrieden mit den Umsätzen in den Frühlingsferien.
- Die Ausgewogenheit bei der Zufriedenheit im Vergleich zum Vorjahr trotz Umsatzrückgang spricht dafür, dass – zumindest in gewissen Regionen – im Vorjahr überdurchschnittlich gute Ergebnisse erzielt wurden.

Antworten (n)	
Total	134
Städte	58
Land	27
Alpin	49

2. Ausblick: Sommersaison 2024

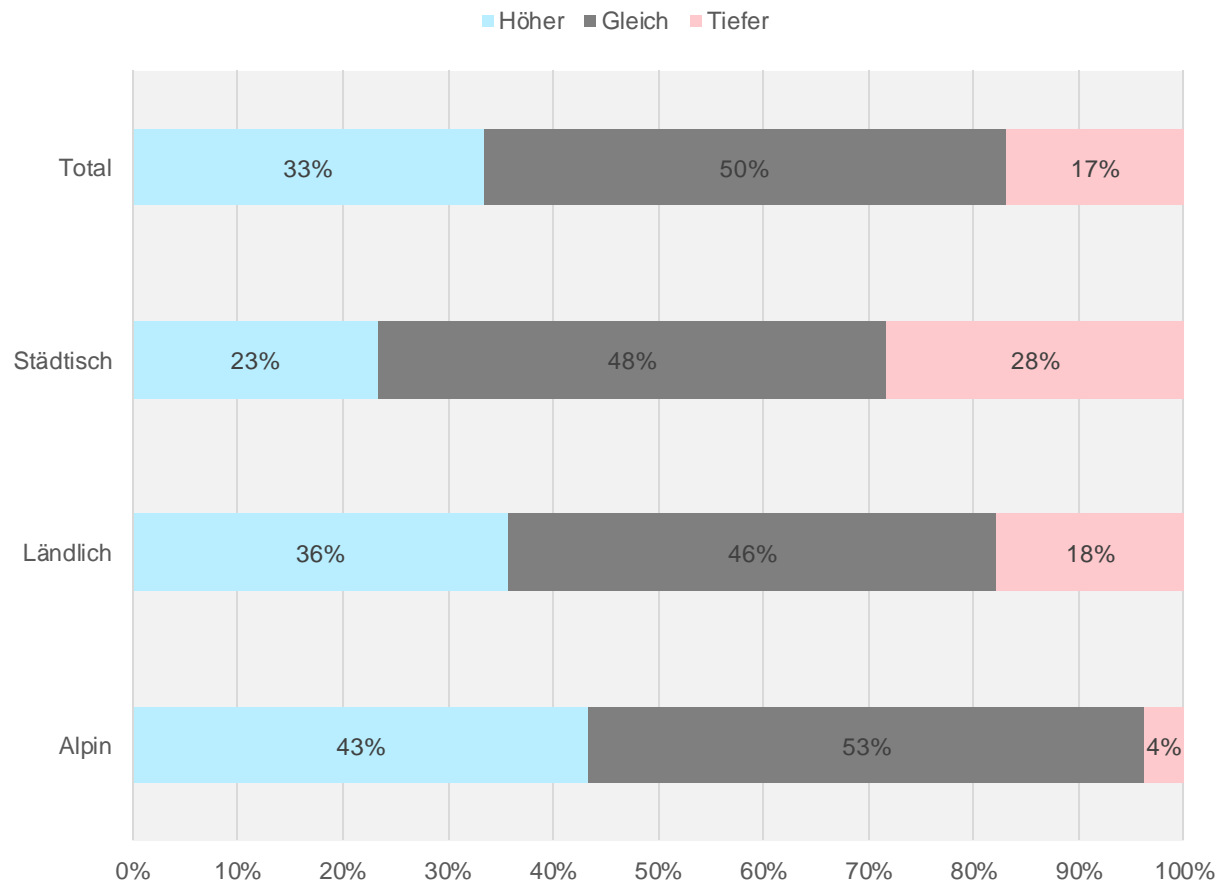


Summary: Ausblick Sommersaison 2024

- Wie bereits die Wintersaison vor einem Jahr, war auch die Sommersaison 2023 eine Rekordsaison. Dies zumindest gemessen an den Logiernächten.
- Gemäss den Umfrageresultaten wird dennoch ein ähnlich guter, wenn nicht sogar ein leicht besserer Sommer erwartet.
- Die Preise werden tendenziell erneut ansteigen, jedoch bei weniger Betrieben als letztes Jahr. So waren es 2023 drei Viertel der Betriebe, die planten, die Preise in Hinblick auf die Sommersaison zu erhöhen. In diesem Jahr sind es nur noch gut die Hälfte der Betriebe, welche die Preise erhöhen wollen.
- Als Grund der Preiserhöhungen, wurden vor allem die steigenden Kosten angegeben. Dies ähnlich wie im Vorjahr.
- Ein ähnliches Bild, aber weniger ausgeprägt, zeigt sich für das kommende Pfingstwochenende; hier erwartet eine Mehrheit ähnliche Umsätze zu generieren wie im Vorjahr.



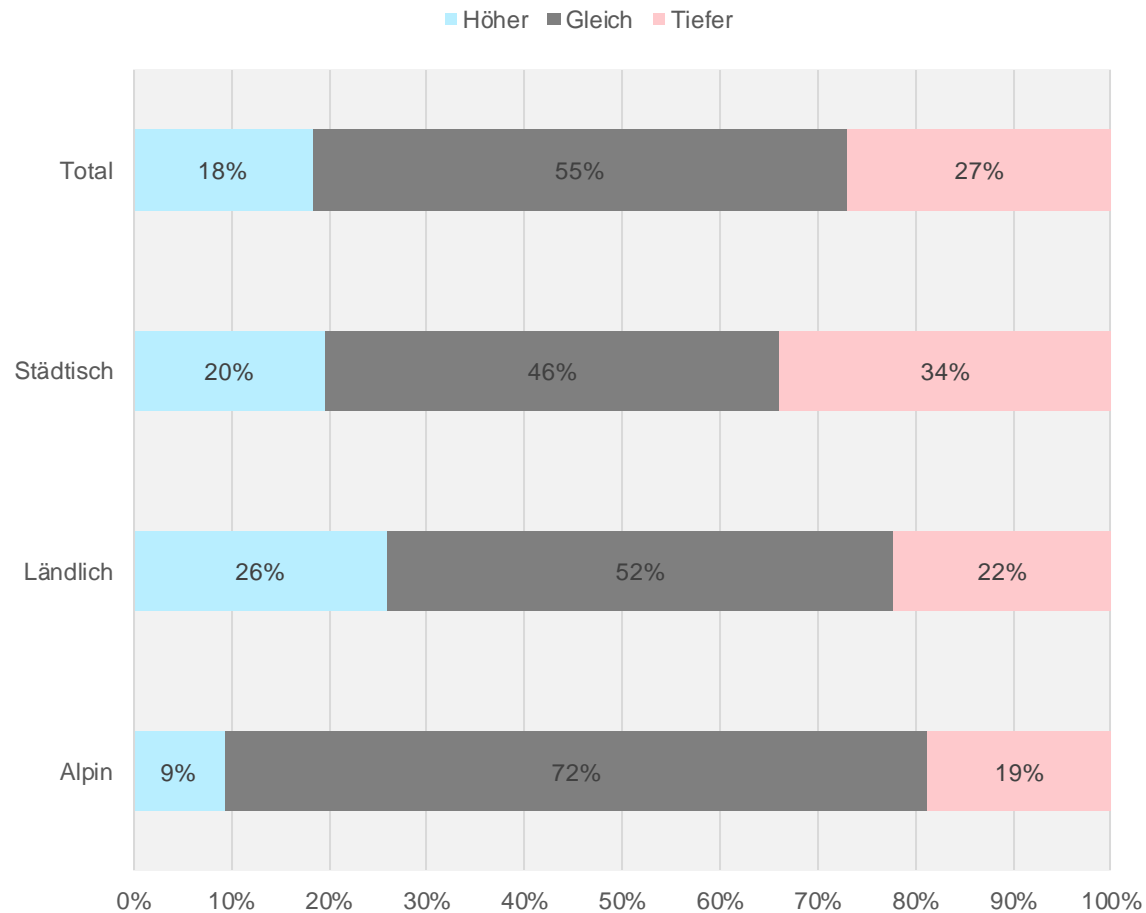
Ausblick Sommersaison 2024: Ähnlich guter Sommer wie letztes Jahr erwartet



- Der Sommer 2023 war gemessen an den Logiernächten ein Rekordsummer. Die Hälfte der Betriebe geht davon aus, ähnliche Umsätze zu erzielen wie im Vorjahr und ein Drittel erwartet höhere Umsätze.
- In den alpinen Regionen rechnet nur jeder 25. Betrieb mit einem schlechteren Sommer als im Vorjahr.
- Die Erwartungen in den Städten sind gedämpfter. Hier gibt es knapp mehr Betriebe, die tiefere Umsätze erwarten als solche, die höhere Umsätze erwarten.

Antworten (n)	
Total	141
Stadt	60
Land	28
Alpin	53

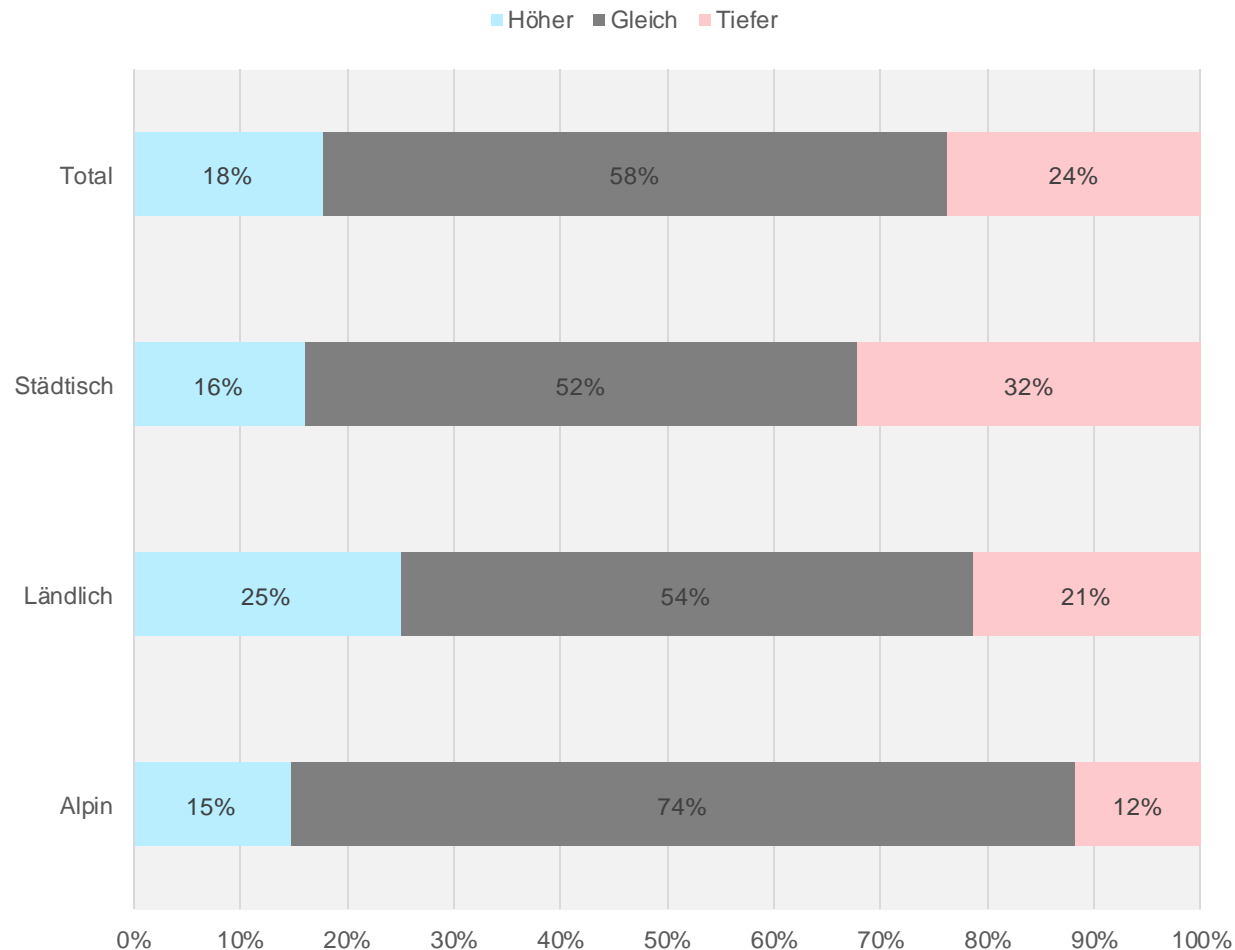
Ausblick Auffahrt 2024: Gleich gutes bis schlechteres Auffahrtswochenende erwartet



- Über die Hälfte der Betriebe geht davon aus, dass die Umsätze des Auffahrtswochenende ähnlich hoch sein werden wie im Vorjahr.
- In den Städten sind es gut ein Drittel der Betriebe, die mit tieferen Umsätzen rechnen und ein Fünftel, die mit höheren Umsätzen rechnen.

Antworten (n)	
Total	115
Stadt	56
Land	27
Alpin	32

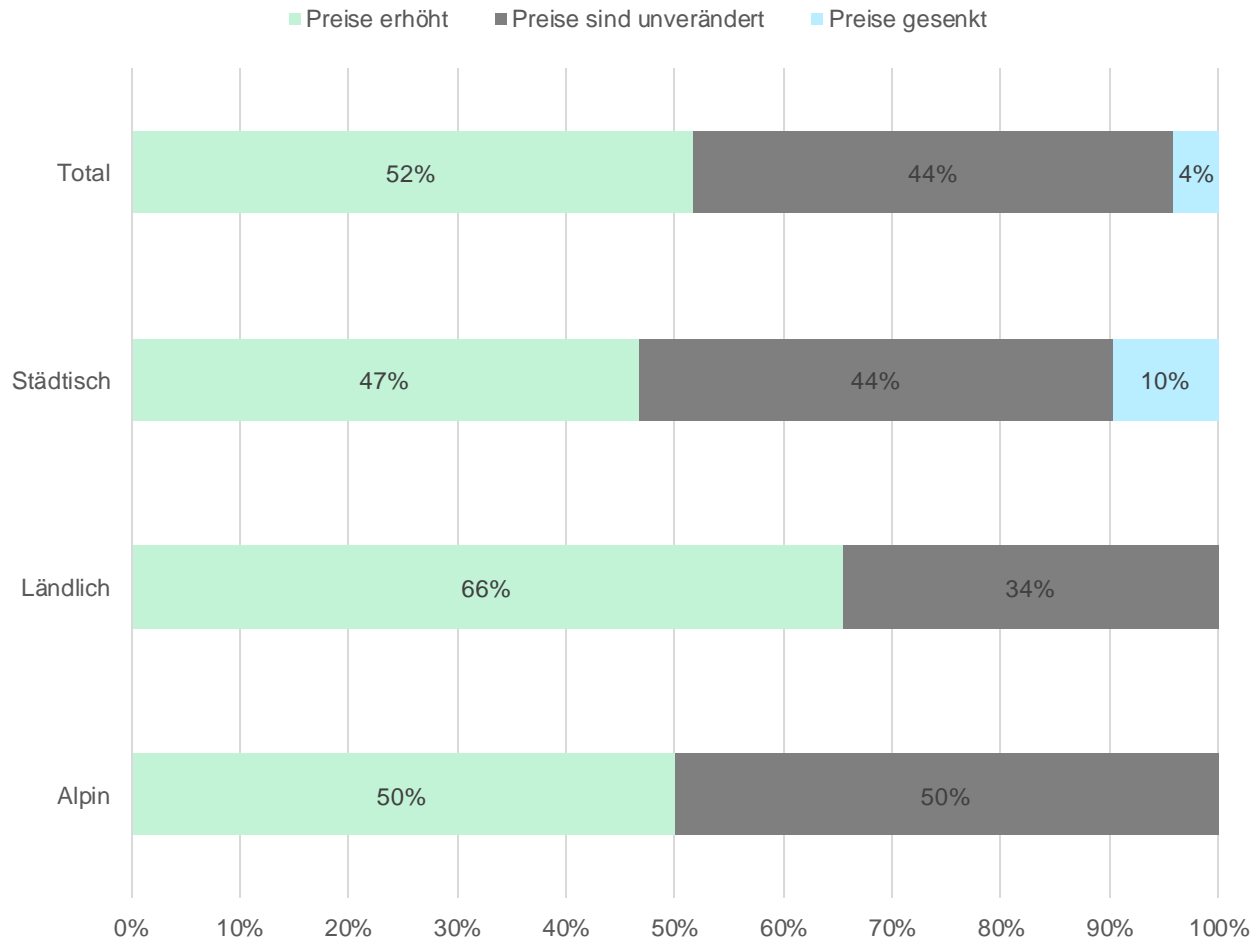
Ausblick Pfingsten 2024: Ähnliche Erwartungen wie im Vorjahr



- Die Erwartungen für das Pfingstwochenende unterscheiden sich kaum im Vergleich zu den Erwartungen für das Auffahrtswochenende.
- In den alpinen Regionen sind es drei Viertel der Betriebe, die ein ähnliches Resultat erwarten wie im Vorjahr.
- Nur in den alpinen Regionen gibt es mehr Betriebe, die mit höheren Umsätzen rechnen im Vergleich zum Vorjahr.

Antworten (n)	
Total	118
Stadt	56
Land	28
Alpin	34

Preisanpassungen: Preise steigen weiter an, jedoch weniger häufig als noch 2023

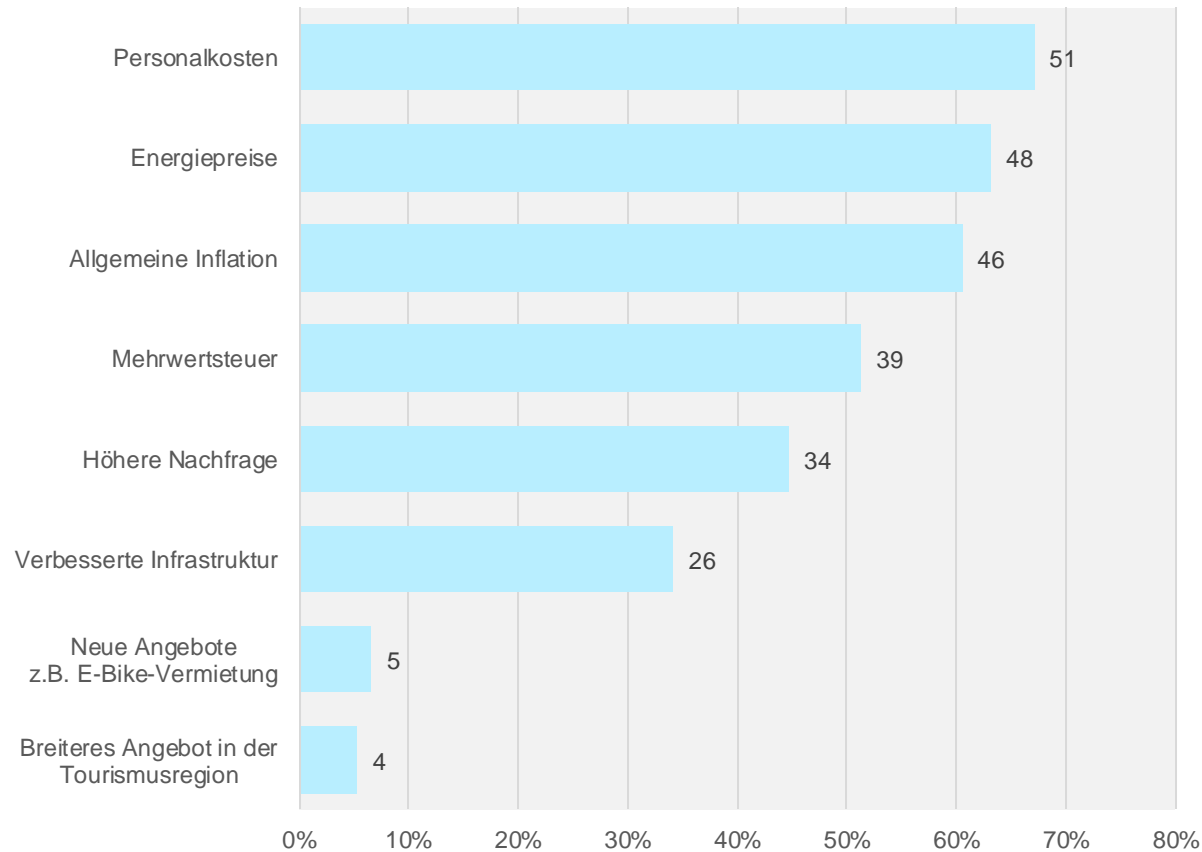


- Gut die Hälfte der Betriebe gibt an, die Preise in Hinblick auf die kommende Sommersaison im Vergleich zum Vorjahr erhöht zu haben. In der Lageeinschätzung vor einem Jahr waren es noch drei von vier Betrieben, welche die Preise erhöhten.
- In den ländlichen Regionen haben zwei Drittel im Hinblick auf die Sommersaison die Preise erhöht.
- Nur einer von 25 Betrieben hat die Preise gesenkt.

Antworten (n)	
Total	147
Stadt	62
Land	29
Alpin	56

Preiserhöhungen wegen zunehmendem Kostendruck

Antworten n=76



- Mit 67 Prozent am meisten Betriebe begründen die Preiserhöhungen mit höheren Personalkosten.
- Auf Platz 2 und 3 folgen die steigenden Energiekosten und die allgemeine Inflation.
- Über die Hälfte gaben an, dass die gestiegene Mehrwertsteuer zu einer Preiserhöhung geführt hat.
- Erst auf Platz 5 folgt die höhere Nachfrage, die von 45 Prozent als Grund für die Preiserhöhungen genannt wurde.
- Auf den letzten drei Plätzen stehen Gründe, die mit einer Verbesserung des Angebotes zu tun haben.

3. Lernende und Mitarbeitende

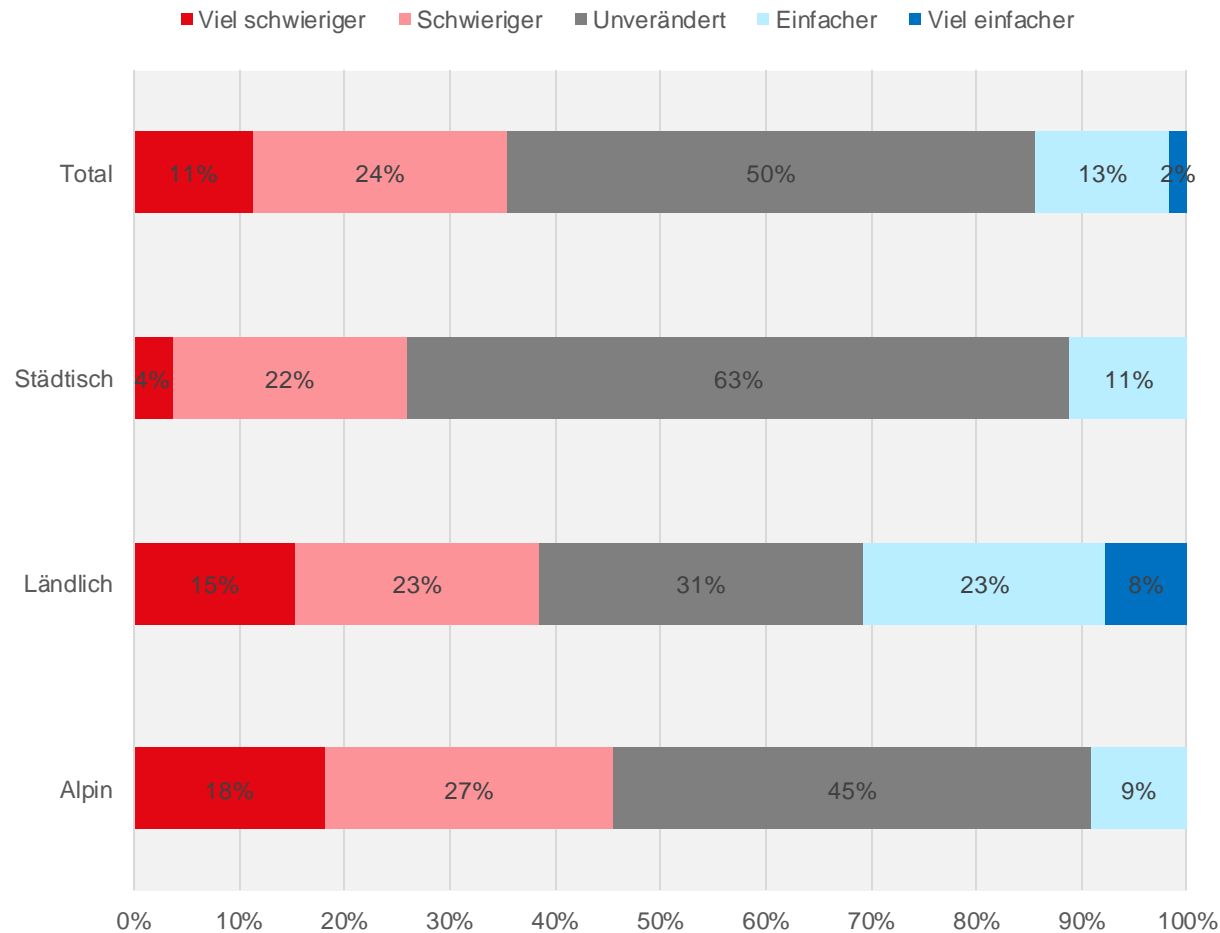


Summary: Lernende und Mitarbeitende

- Die Zahl der Lernenden in der Beherbergungsbranche ist rückläufig (vgl. BFS – Berufliche Grundbildung). Dies zeigen auch die Ergebnisse dieser Umfrage, die darauf hinweisen, dass es im Vergleich zum Vorjahr für die Betriebe in der Tendenz schwieriger geworden ist, Lernende zu finden. Folglich ist anzunehmen, dass die Zahl der Lernenden weiter zurückgehen wird.
- Achtzig Prozent der Betriebe hatten Mühe alle offenen Stellen zu besetzen oder sind besorgt über die Entwicklung.
- Die befragten Betriebe schaffen im Kampf gegen den Fachkräftemangel innovative Angebote für ihre Mitarbeitenden.
- So hat mit 42 Prozent ein Grossteil der Betriebe einen Treuebonus oder mehr Ferien eingeführt oder geplant. Bereits rund 30 Prozent der Betriebe haben die sogenannte Zimmerstunde abgeschafft. Auch die Einführung einer Viertagewoche ist für viele der Befragten ein Thema.



Rekrutierung von Lernenden 2024: Keine Entspannung in Sicht

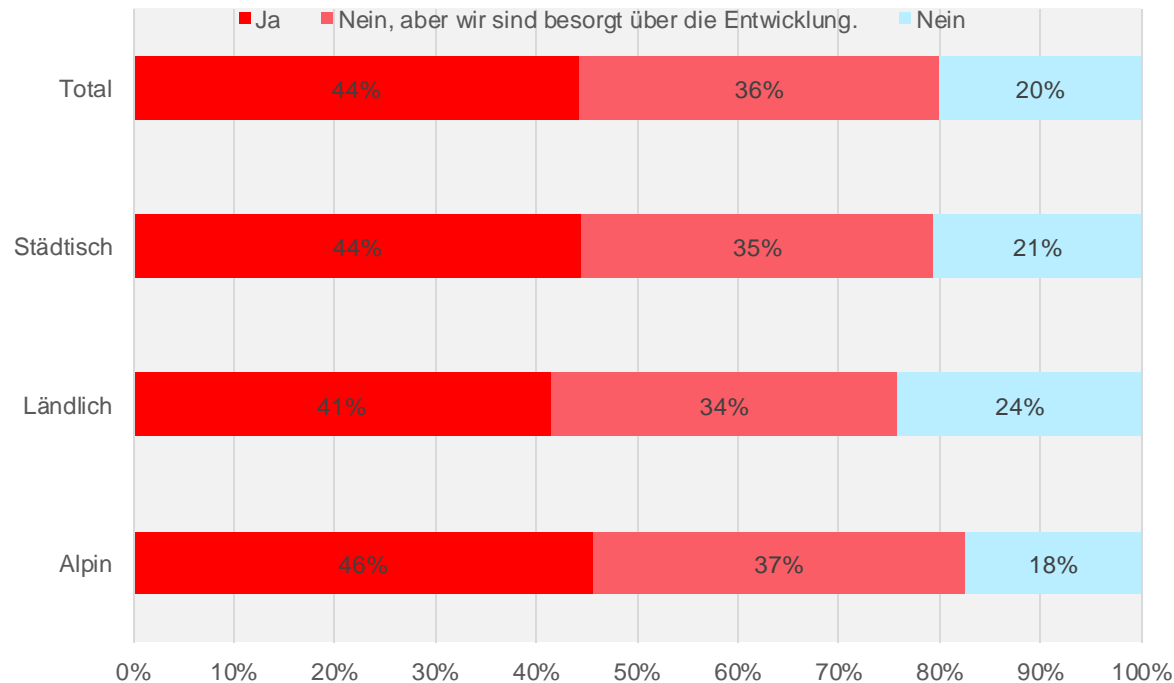


- Etwa die Hälfte der Betriebe gibt an, dass es genauso schwierig bzw. einfach ist, Lernende zu finden wie im Vorjahr.
- Ein Drittel der Betriebe empfindet die Suche nach Lernenden als schwieriger.
- Vor allem in den alpinen Gebieten ist der Anteil der Betriebe gestiegen, für die es schwieriger geworden ist, an Lernende zu kommen.

Antworten (n)	
Total	62
Stadt	27
Land	13
Alpin	22

Fachkräftemangel: Vier von fünf Betrieben hatten Mühe, alle offenen Stellen zu besetzen oder sind besorgt

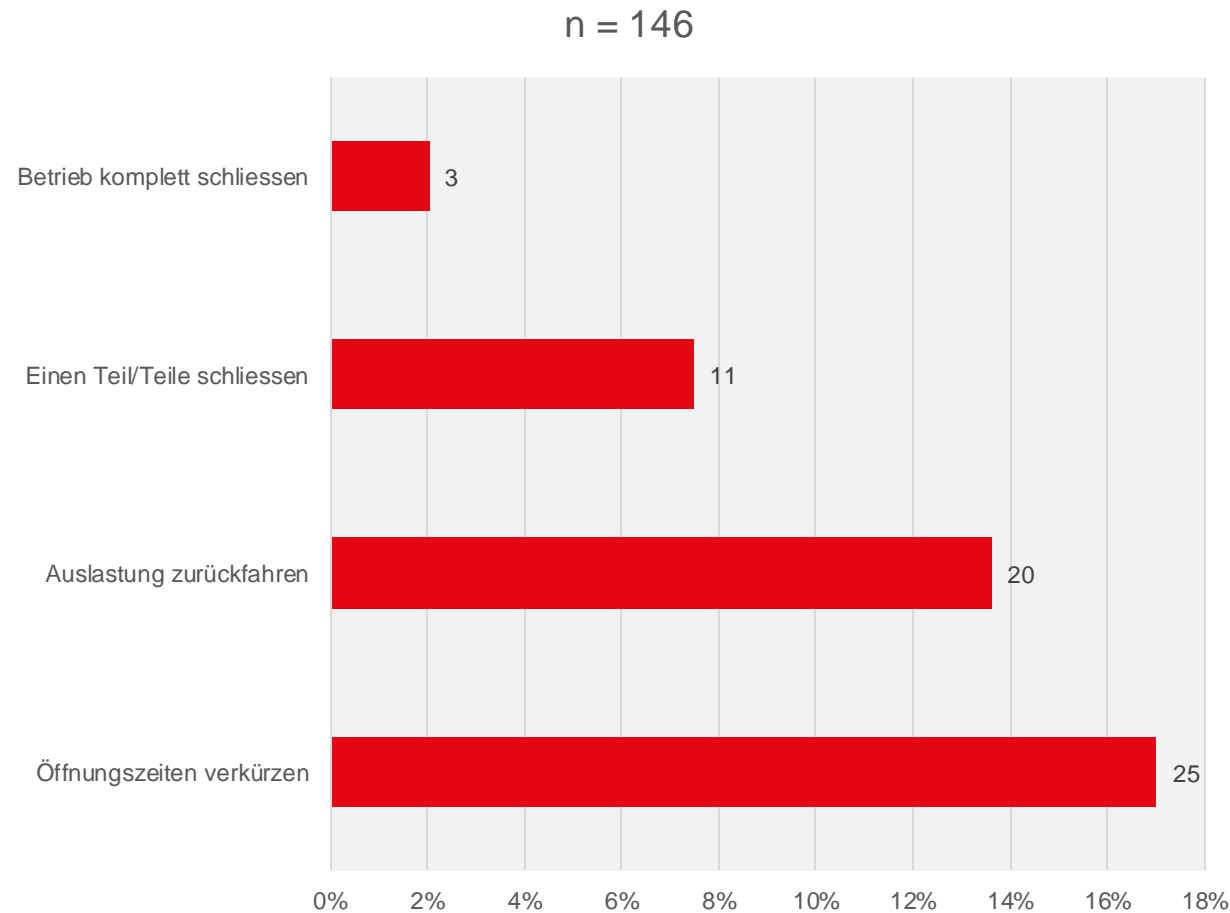
Hatten Sie im letzten Jahr (2023) Mühe, alle offenen Stellen zu besetzen?



- 44 Prozent der Betriebe hatten Mühe, alle offenen Stellen zu besetzen.
- Aktuell entspricht das Niveau des Arbeits- und Fachkräftemangels wieder dem längerfristigen Trend.
- Dieser deutet darauf hin, dass sich die Lage zunehmend verschärft. (vgl. Synthetischer Indikator Rekrutierungsschwierigkeiten BFS BESTA)

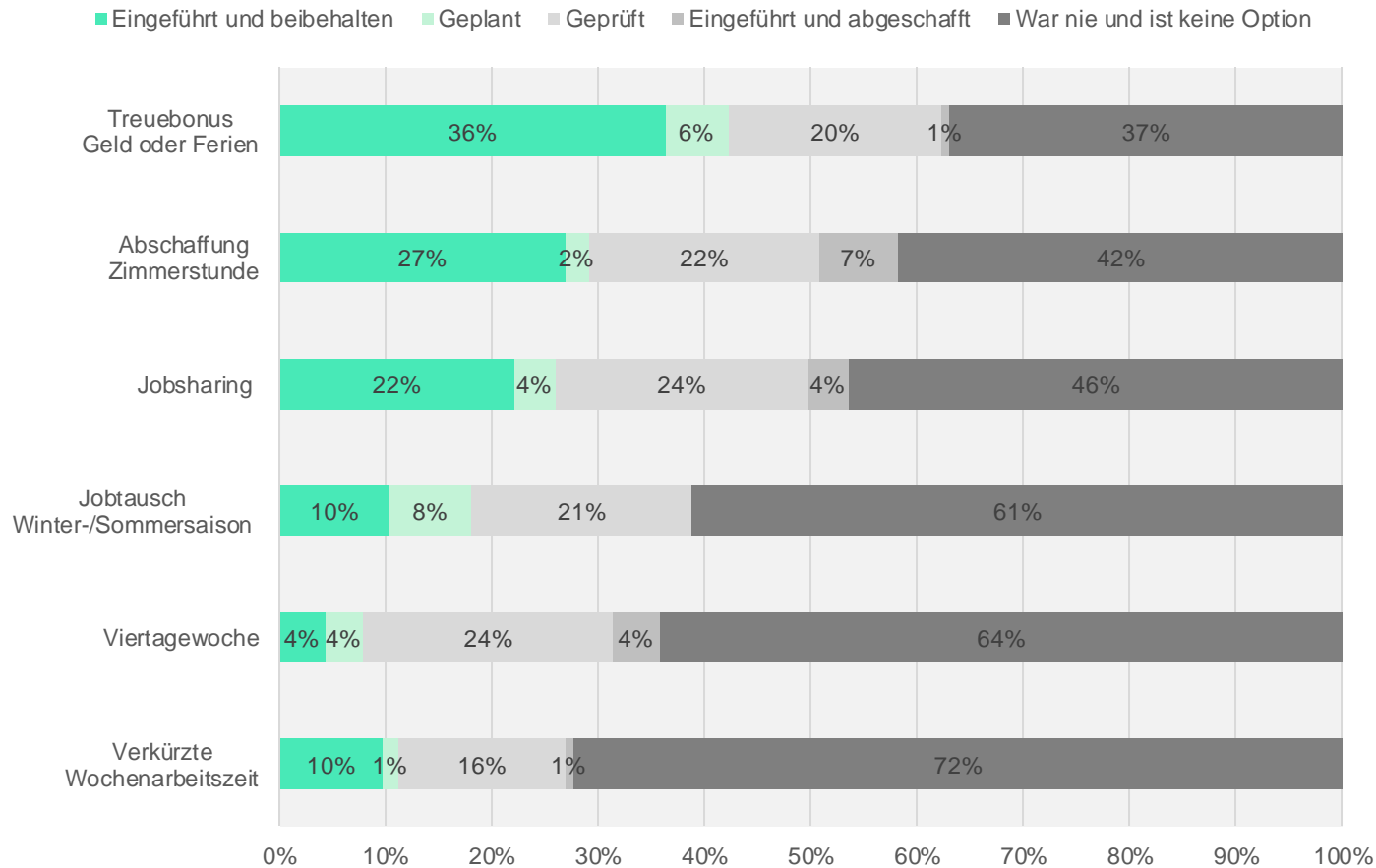
Antworten (n)	
Total	149
Stadt	63
Land	29
Alpin	57

Konsequenzen des Arbeits- und Fachkräftemangels



- Von den 146 befragten Betrieben mussten 44 (30 Prozent) ihr Angebot aufgrund von fehlendem Personal anpassen.
- Im Median rechneten diese Betriebe mit einem Umsatzverzicht von 5 Prozent.
- Ausgerechnet auf die Gesamtheit der 146 befragten Betriebe führte dies zu einem Umsatzverzicht von 1.5 Prozent.

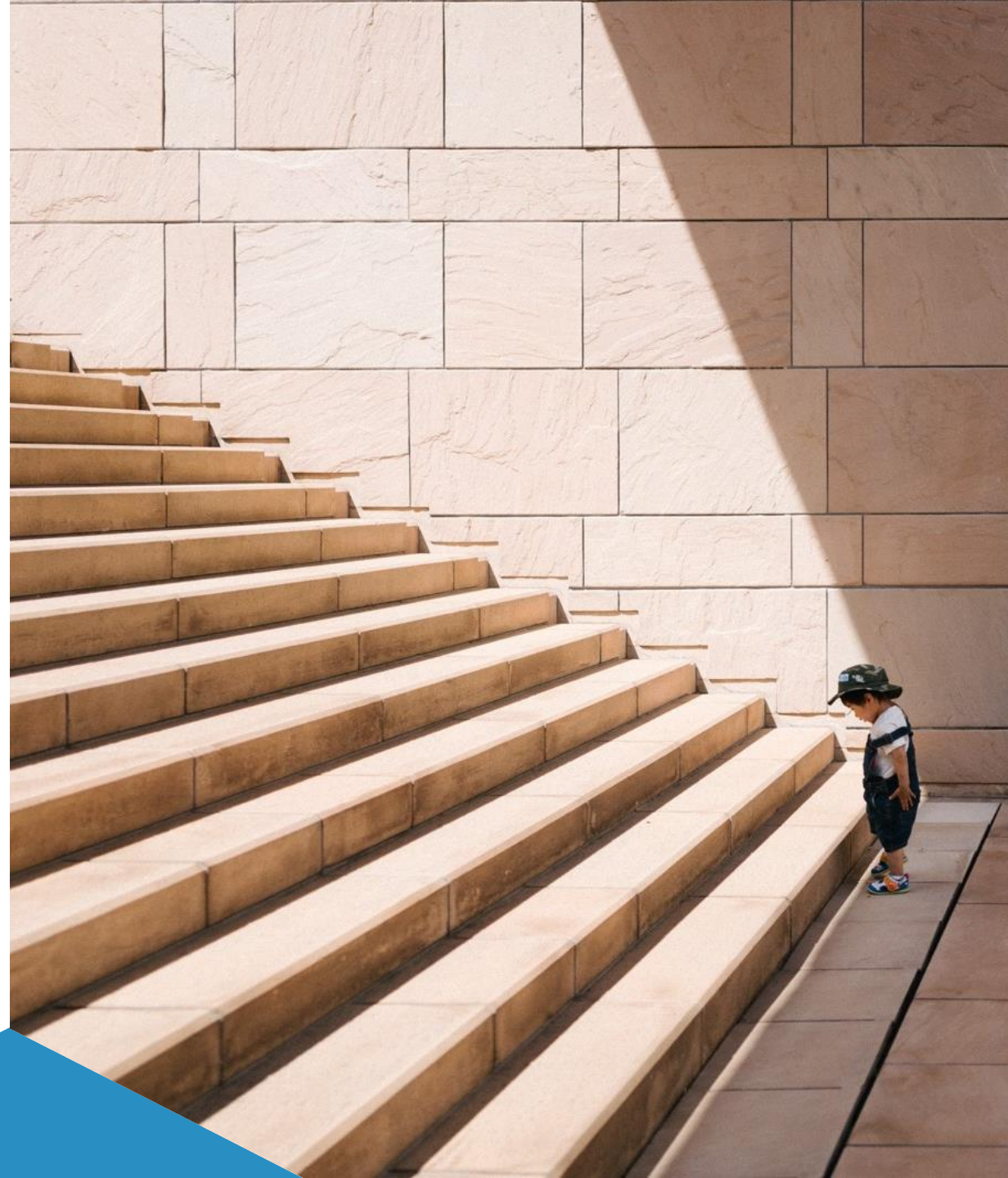
Mit innovativen Angeboten attraktiv für Mitarbeitende



- Insgesamt haben 56 Prozent der Betriebe (80 von 143) mindestens eine der in der Grafik aufgelisteten Optionen eingeführt und beibehalten.
- Am häufigsten werden Treueboni angewendet. Über ein Drittel der Betriebe nutzt diesen Anreiz, um attraktiv für die Mitarbeitenden zu sein.
- Jeder zehnte Betrieb hat die Wochenarbeit verkürzt.
- Rund ein Viertel der Betriebe haben sich mit der 4-Tage-Woche auseinandergesetzt; jeder 25. Betrieb hat die 4-Tage Woche eingeführt und beibehalten.

Antworten (n)	
Total	146
Stadt	63
Land	28
Alpin	55

5. Herausforderungen der Branche

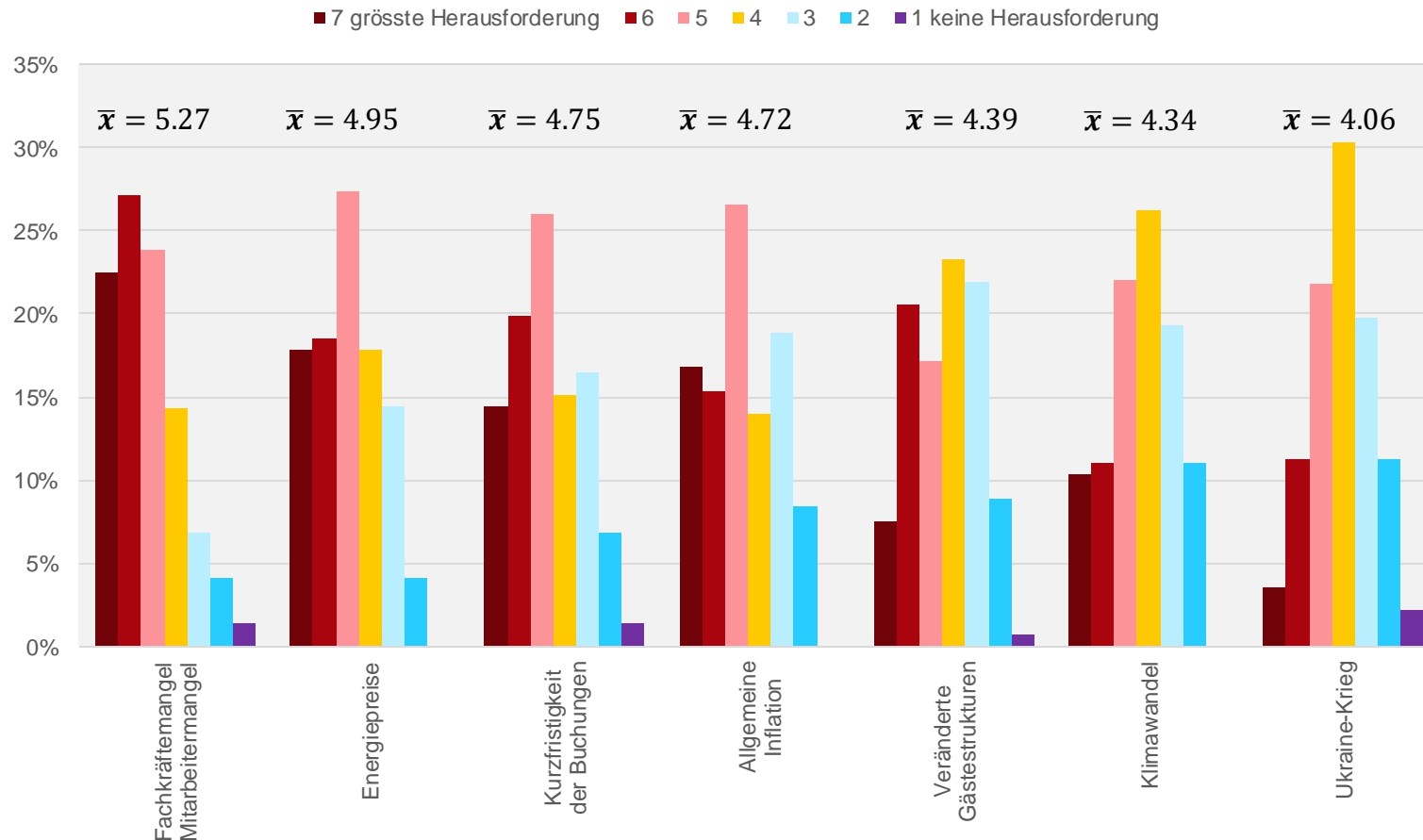


Summary: Fachkräftemangel bleibt die grösste Herausforderung für die Branche

- Zwischenzeitlich konnten vorübergehende Krisen wie Corona und im Herbst 2022 die Energiekrise den Fachkräftemangel auf Platz 2 der Hauptherausforderungen der Branche verdrängen.
- Ansonsten hält sich diese Herausforderung auf Platz 1 und wird die Branche auch künftig beschäftigen.
- Die Energiepreise verharren auf Platz 2; auf Platz 3 folgt die Kurzfristigkeit der Buchungen, welche die Betriebe bei der Planung herausfordern und die veränderten Gästestruktur, die den Betrieben Agilität bei der Erstellung des Geschäftsmodells abverlangen.



Der Fachkräftemangel bleibt die grösste Herausforderung für die Branche



- 49 Prozent der Befragten ordnen dem Fachkräftemangel einen sehr hohen Wert (6 oder 7) und 73 einen hohen Wert zu (5 bis 7).
- Bei den Energiepreisen sind dies 36 (sehr hoch) und 63 Prozent (hoch) und bei der Kurzfristigkeit der Buchungen sind es 34 Prozent (sehr hoch) und 50 Prozent (hoch).
- Auf Platz 4, 5, 6 und 7 folgen die allgemeine Inflation, veränderte Gästeprofile, der Klimawandel und der Ukraine-Krieg.

Antworten (n)	
Total	148
Stadt	63
Land	28
Alpin	57