

A scenic landscape featuring a paved road that curves down a grassy hillside. Two cyclists are riding away from the viewer on the road. In the background, a town with a church spire is visible, situated near a large, calm lake. The surrounding area is lush with green hills and forests under a clear sky. A white curved line graphic is overlaid on the right side of the image.

Umfrage Lageeinschätzung April 2023

Durchgeführt vom 21. bis 26. April 2023 bei
den Hotelmitgliedern von HotellerieSuisse

1. Rückblick: Wintersaison 2022/2023



Rückblick Wintersaison 2022/23 (I): Vorkrisenniveau vielerorts erreicht

- Im Vorjahresvergleich (WS 2021/22) haben in der Wintersaison 2022/23 fast zwei Drittel der Betriebe ihren Umsatz erhöht. Dieser Anteil ist in den Städten mit 86 Prozent besonders hoch.
- Vier von fünf Betrieben waren mit den Umsätzen der vergangenen Wintersaison mindestens eher zufrieden und nur drei Prozent waren überhaupt nicht zufrieden.
- Im Vergleich zur letzten Wintersaison vor der Krise (Wintersaison 18/19) gab es mehr Betriebe mit einem höheren Umsatz (40 Prozent) als solche mit einem tieferen Umsatz (23 Prozent). Besonders in den Berggebieten lief die Saison sehr gut.
- Ein Drittel der Betriebe hat einen ähnlichen Umsatz erreicht wie vor der Krise.

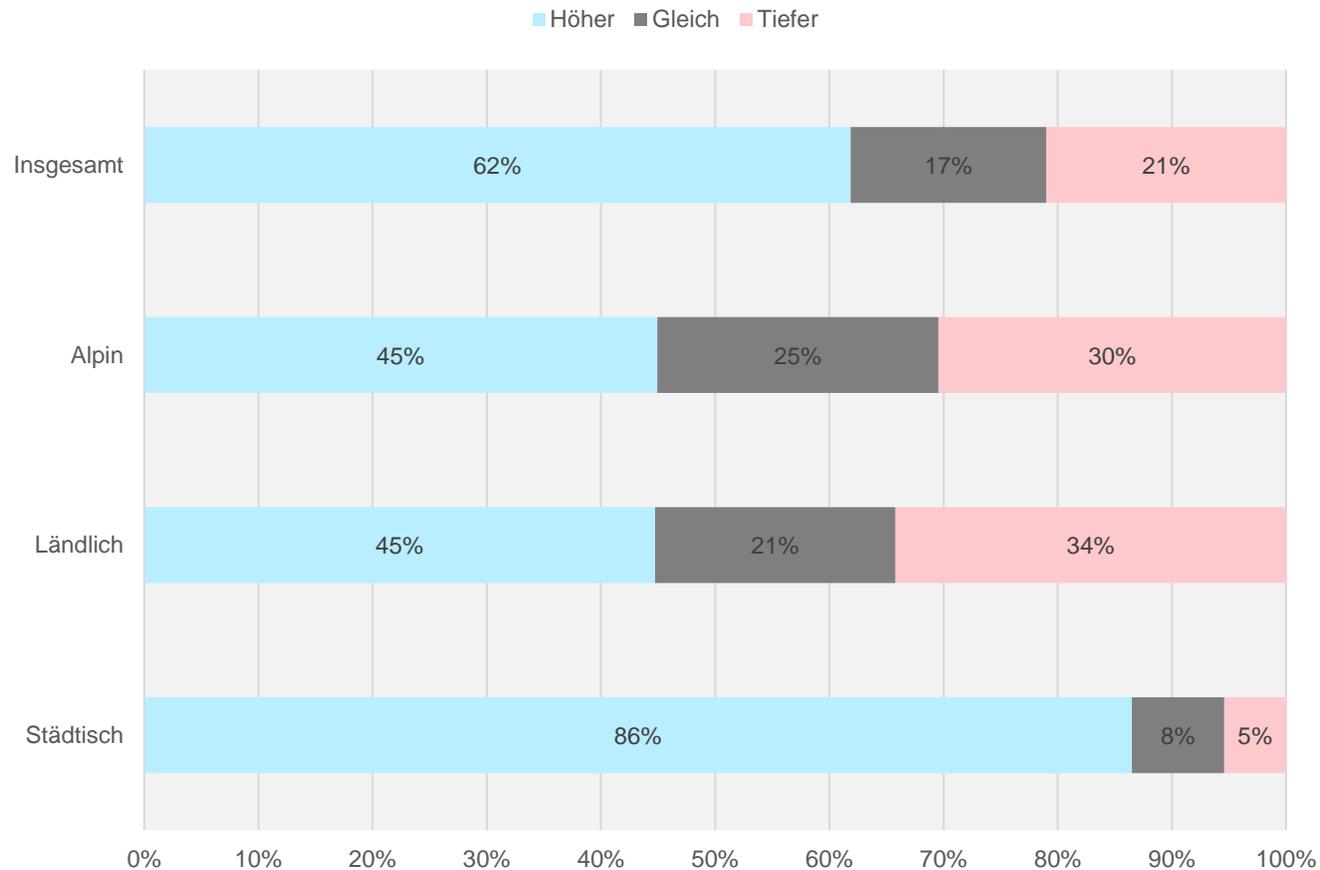


Rückblick Wintersaison 2022/23 (II): Erholung macht sich breit

- Der hohe Anteil städtischer Betriebe, die im Vergleich zum Vorjahr den Umsatz erhöht haben, zeigt, dass sich die Betriebe endgültig am erholen sind von der Coronakrise.
- Mehrheitlich haben die Betriebe in der vergangenen Wintersaison das Vorkrisenniveau erreicht.
- Gemäss BFS HESTA fehlten im Januar und Februar noch 85 Prozent der Gäste aus China und 54 Prozent aus Japan (Vergleich mit Januar und Februar 2019).



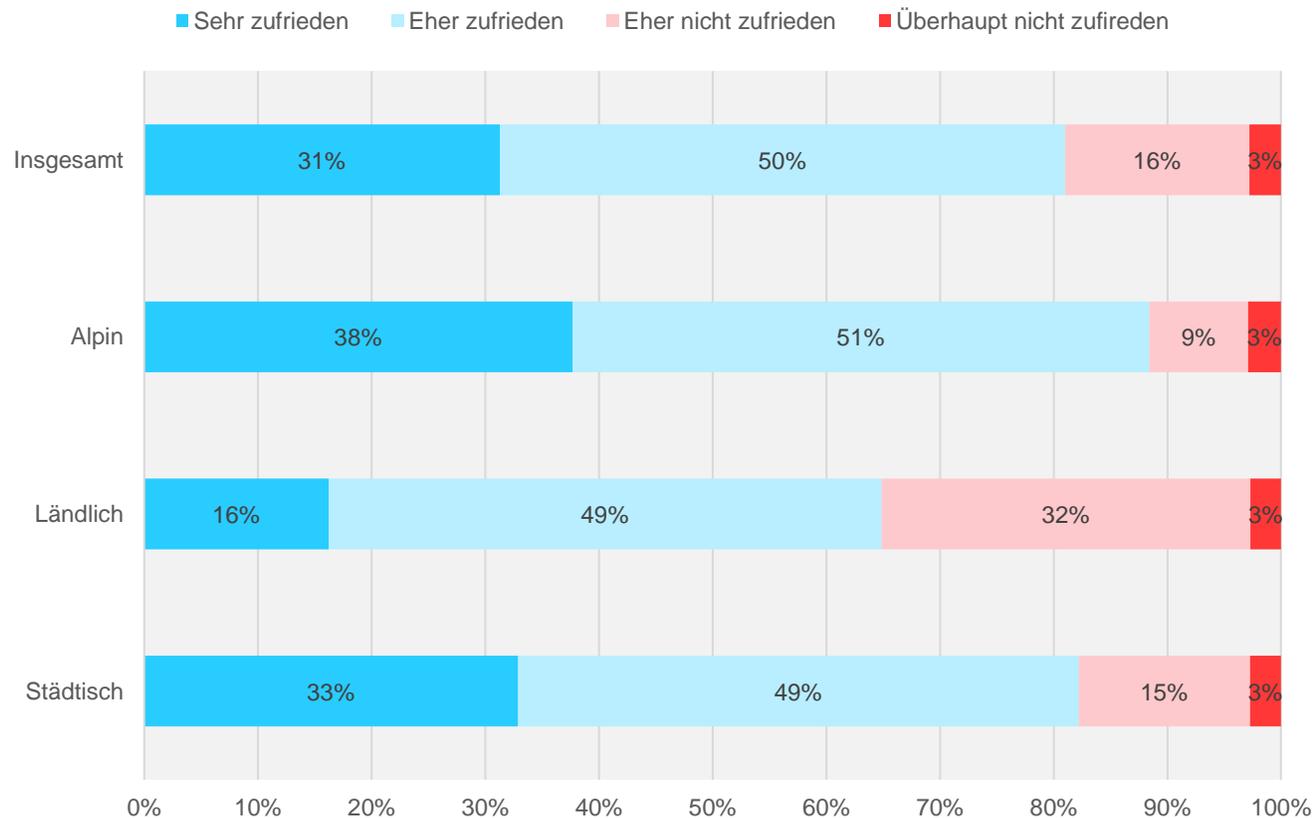
Vorjahresvergleich: Zwei von drei Betrieben haben ihren Umsatz im Vergleich zum Vorjahr erhöht



- Im Vergleich zum Vorjahr haben 62 Prozent der Betriebe mehr Umsatz generiert. In den Städten ist dieser Anteil mit 86 Prozent besonders hoch.
- Die Zahlen der Wintersaison 2021/22 waren für die Schweizer Beherbergungsbranche noch stark durch Corona belastet, insbesondere in den Städten.
- Die Städte weisen nun im Verhältnis zu den anderen Gebieten auch entsprechend grosse Aufholeffekte aus.

Antworten (n)	
Total	181
Städte	74
Land	38
Alpin	69

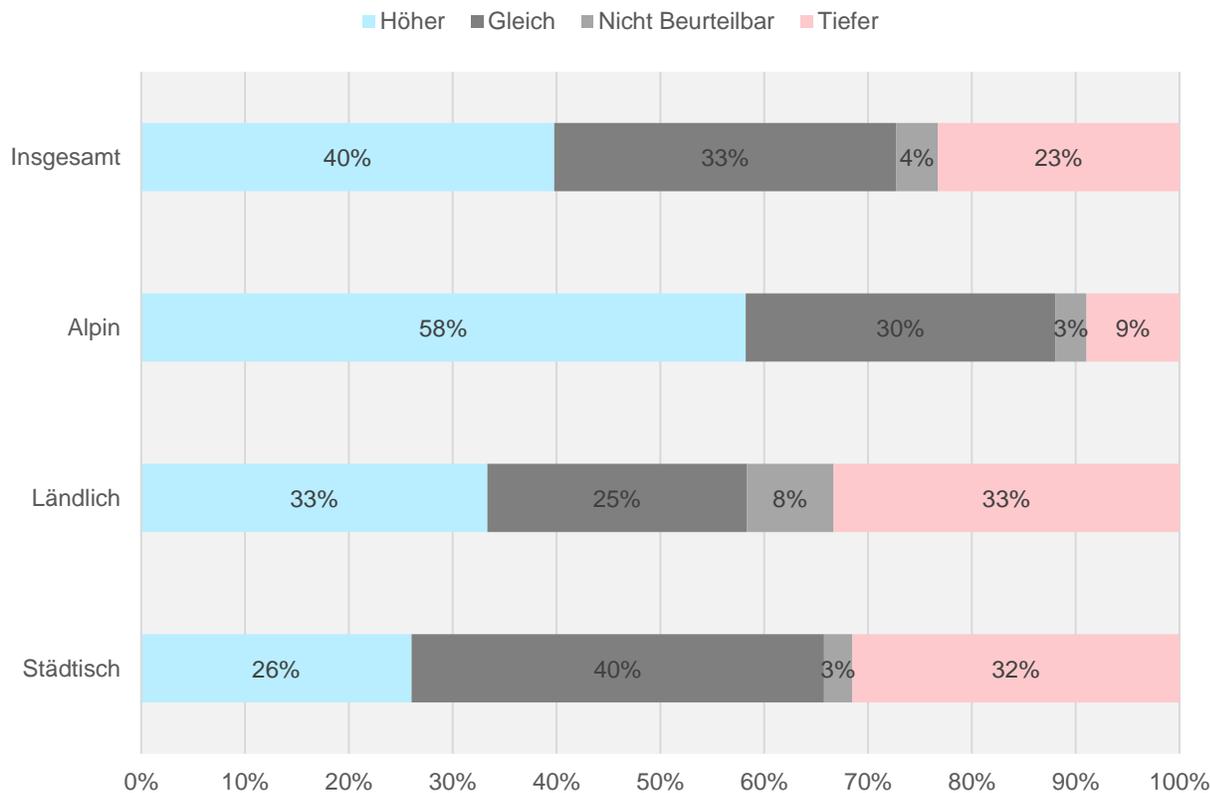
Klare Mehrheit der Betriebe ist mit Umsätzen der vergangenen Wintersaison zufrieden



- 81 Prozent der Befragten waren eher oder sehr zufrieden mit den Umsätzen der vergangenen Wintersaison.
- Die Anteile unterscheiden sich kaum zwischen den Städten und den alpinen Gebieten.
- Umsatzmässig blickt die Branche mehrheitlich zufrieden auf die Wintersaison 22/23 zurück.

Antworten (n)	
Total	179
Städte	73
Land	37
Alpin	69

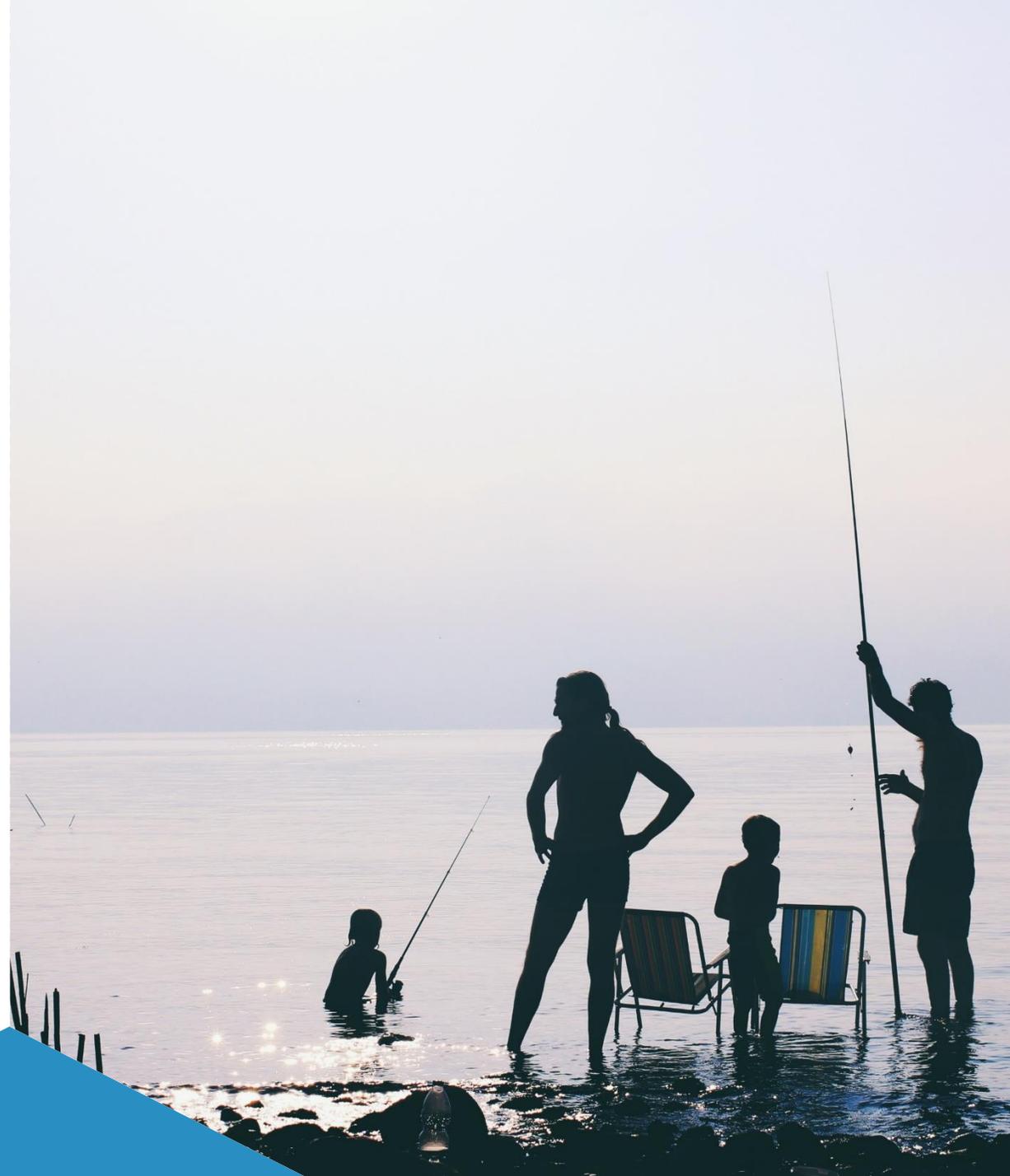
Vorkrisenvergleich: Alpine Regionen übertreffen Vorkrisenniveau tendenziell



- In den alpinen Regionen haben 58 Prozent der Betriebe das Vorkrisenniveau (WS 18/19) übertroffen; 9 Prozent sind noch unter den Umsätzen von vor der Krise.
- In städtischen und ländlichen Gebieten haben weniger Betriebe das Vorkrisenniveau überschritten.
- Dies zeigt, dass die alpinen Regionen vom nach wie vor höheren Inländeranteil stärker profitieren.
- Gleichzeitig warten die Städte noch immer darauf, dass sich die Nachfrage aus bestimmten Drittstaaten erholt.

Antworten (n)	
Total	181
Stadt	74
Land	38
Alpin	69

2. Ausblick: Sommersaison 2023



Ausblick Sommersaison 2023 (I): Hotellerie erwartet eine starke Saison.

- Bereits in der Sommersaison 2022 haben die Betriebe ähnliche Umsätze erzielt wie in der Sommersaison 2019 (Vorkrisenniveau).
- Für die Sommersaison 2023 rechnen mehr Betriebe mit einem höheren Umsatz als dies bei der Lageeinschätzung vor einem Jahr zu diesem Zeitpunkt der Fall war.
- Etwa die Hälfte der Betriebe rechnet mit ähnlich hohen Umsätzen wie 2022.
- Vor allem die Energiepreise und die Inflation im Allgemeinen führen dazu, dass drei von vier Betrieben im Vergleich zum Vorjahr ihre Preise erhöht haben.

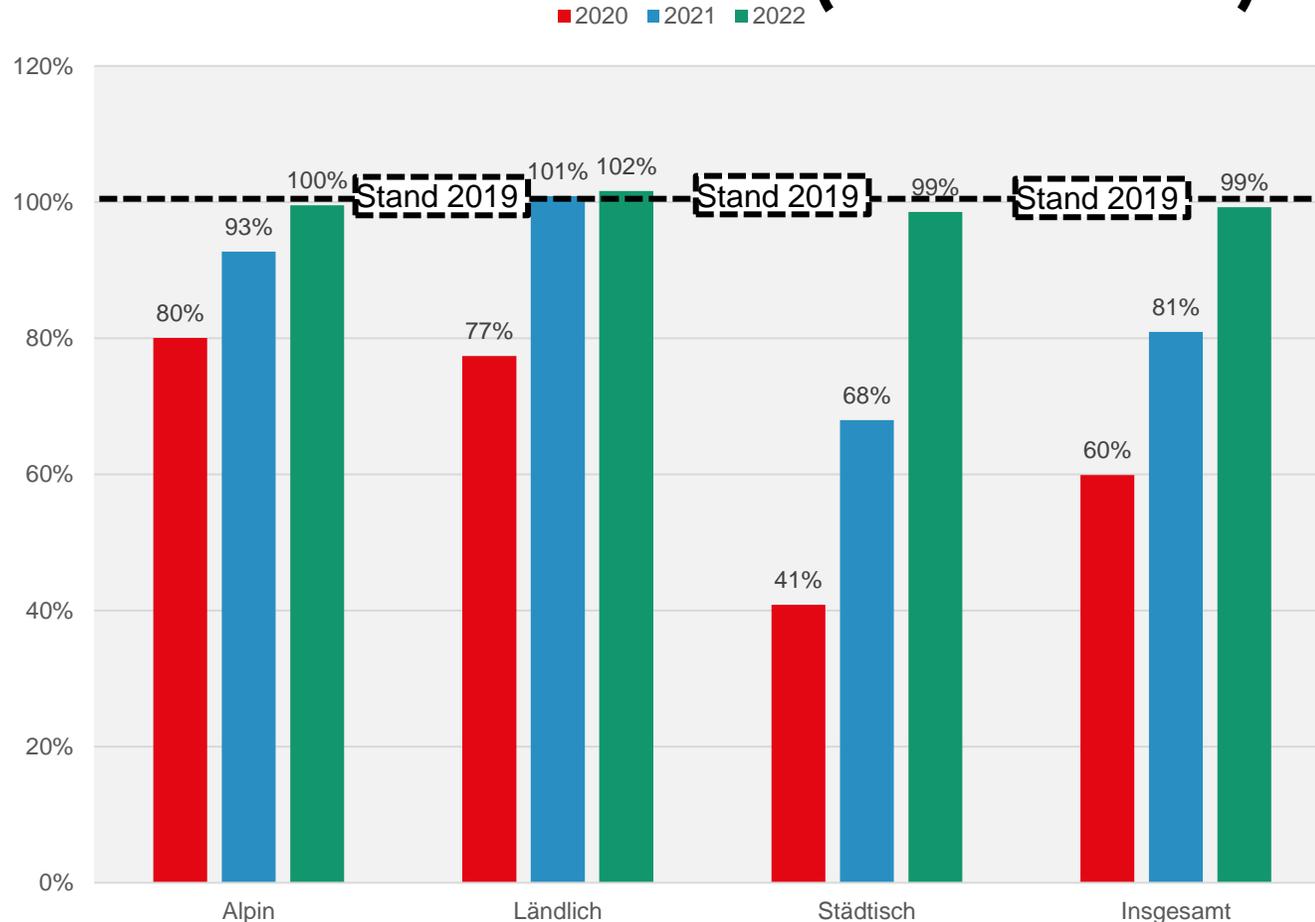


Ausblick Sommersaison 2023 (II): Optimismus bei Umsätzen, Herausforderungen bleiben

- Was die Umsätze anbelangt, blickt die Branche mehrheitlich optimistisch auf die kommende Sommersaison. Dies zeigen die positiven Erwartungen in Bezug auf die Umsätze im Vergleich zur Sommersaison vor einem Jahr.
- Die Auswirkungen von Corona auf die Nachfrage klingen langsam ab, allerdings gibt es alte und neue Herausforderungen, die sich nun wieder akzentuieren, wie der Fachkräftemangel und die Energiemangellage auch im Zusammenhang mit dem Ukraine-Krieg.



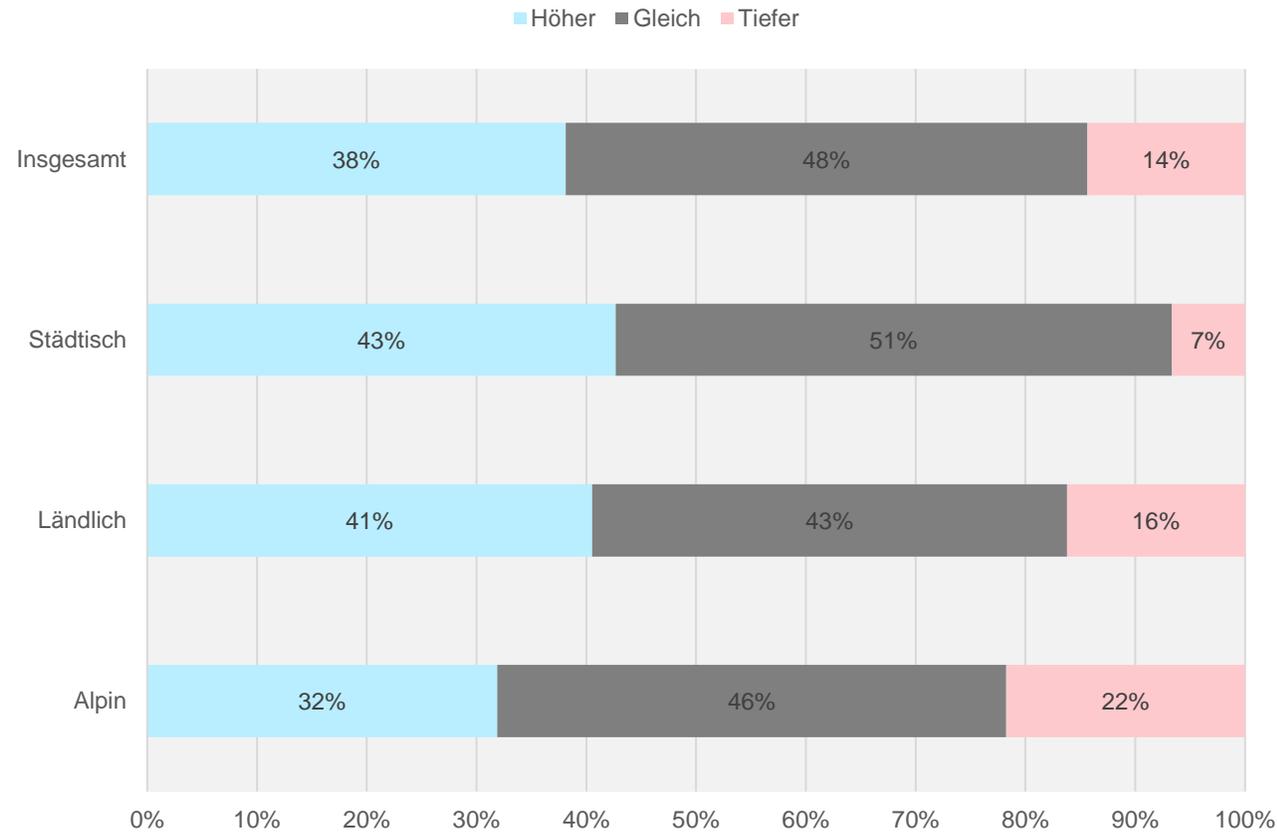
2022 ähnlich viele Logiernächte wie in der Sommersaison 2019 (BFS HESTA)



- Die Grafik zeigt den Stand der Logiernächte der Sommersaisons (April bis Oktober) der Jahre 2020, 2021 und 2022 im Vergleich zur Anzahl Logiernächte der Sommersaison 2019.
- Daraus geht hervor, dass in der Sommersaison 2022 der Stand der Logiernächte des Jahres 2019 knapp nicht erreicht wurde.
- Auch wenn die Ergebnisse der einzelnen Betriebe sehr unterschiedlich sind, waren die Logiernächte 2022 ähnlich wie vor der Krise und dies über alle Tourismusgebiete hinweg.
- Deshalb wird bei der Sommersaison auf einen Vorkrisenvergleich verzichtet und das Jahr 2022 als Referenz herangezogen.

Quelle: BFS HESTA (ST Tourismuszonen)

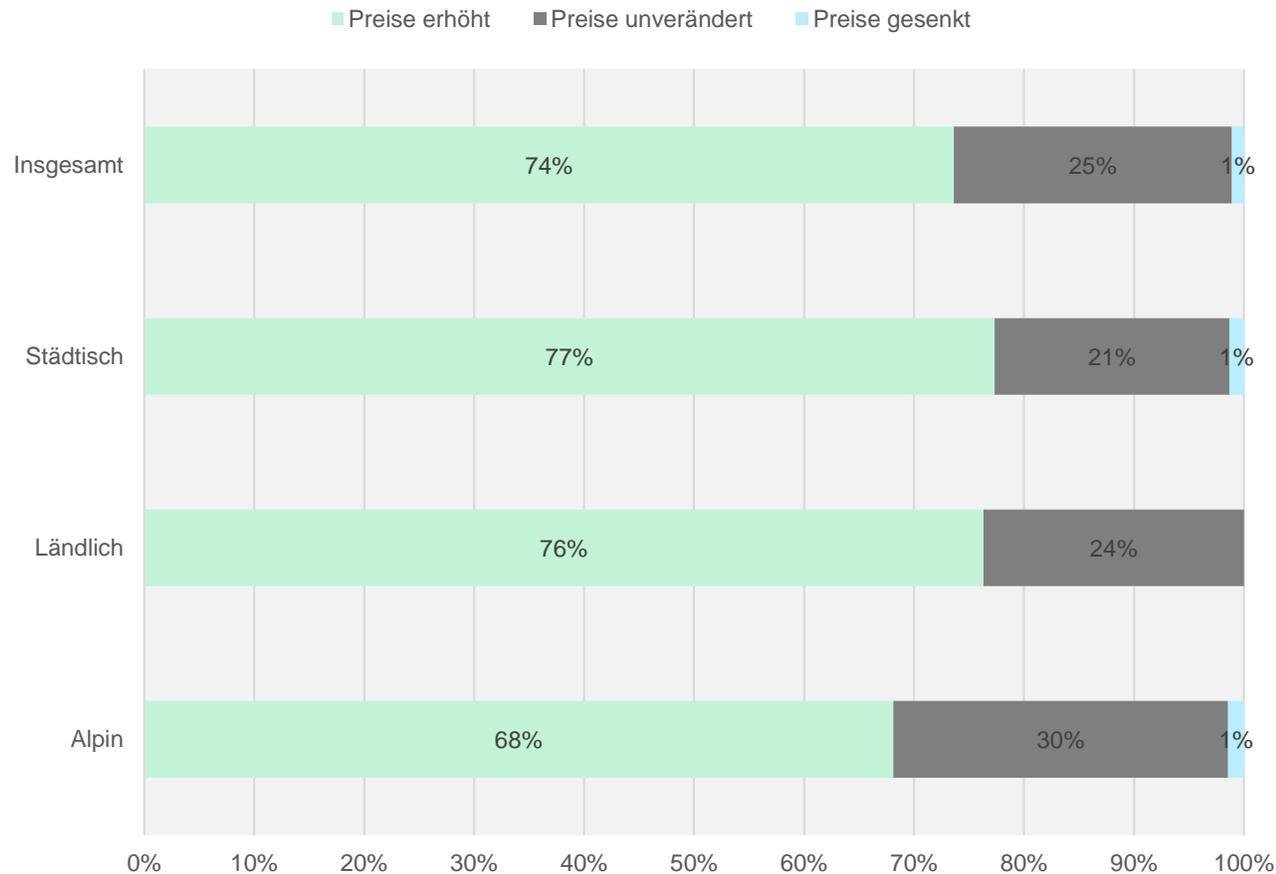
Ausblick Sommersaison 2023: In der Tendenz wird eine bessere Sommersaison erwartet als im Jahr 2022



- Über alle Zonen hinweg betrachtet gibt es mehr Betriebe, die einen höheren Umsatz erwarten als einen tieferen. Dies im Vergleich zur Sommersaison 2022.
- Dieses Verhältnis ist in den Städten mit 43 Prozent gegenüber 7 Prozent besonders gross.
- In Bezug auf die Nachfrage blickt die Branche also mehrheitlich optimistisch auf die kommende Sommersaison.

Antworten (n)	
Total	181
Stadt	75
Land	37
Alpin	69

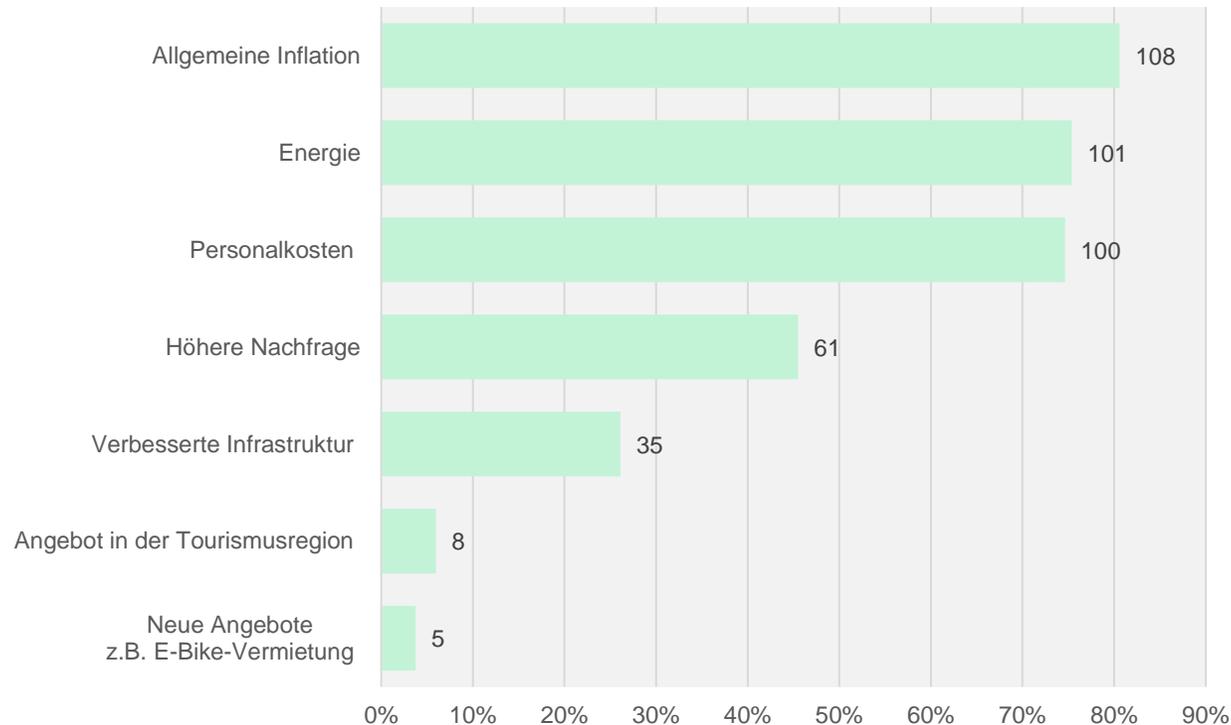
Preisanpassungen: Drei von vier Betrieben haben die Preise für die kommende Sommersaison erhöht



- Drei Viertel aller Betriebe haben ihre Preise für diesen Sommer im Vergleich zum Vorjahr erhöht.
- In den Städten und ländlichen Zonen ist dieser Anteil leicht höher.
- Nur eine sehr kleine Minderheit hat die Preise im Vergleich zum Vorjahr gesenkt.
- Dies zeigt, dass der Kostendruck aufgrund der anhaltenden Inflation zunimmt (siehe dazu auch nächster Folie).

Antworten (n)	
Total	182
Stadt	75
Land	38
Alpin	69

Preiserhöhungen wegen zunehmendem Kostendruck



- Mit 81 Prozent am meisten Betriebe begründen die Preiserhöhungen mit der Inflation im Allgemeinen.
- Auf Platz 2 und 3 folgen die steigenden Energie- und Personalkosten.
- 46 Prozent begründen die Erhöhungen mit der höheren Nachfrage, allerdings geben dies nur 4 Prozent als alleinige Erklärung an (Mehrfachnennungen waren möglich).
- Für eine Branche mit typischerweise tiefen Margen ist klar, dass sich die aktuelle Wirtschaftslage früher oder später in den Preisen für Übernachtungen niederschlägt.

3. Energiesparmassnahmen

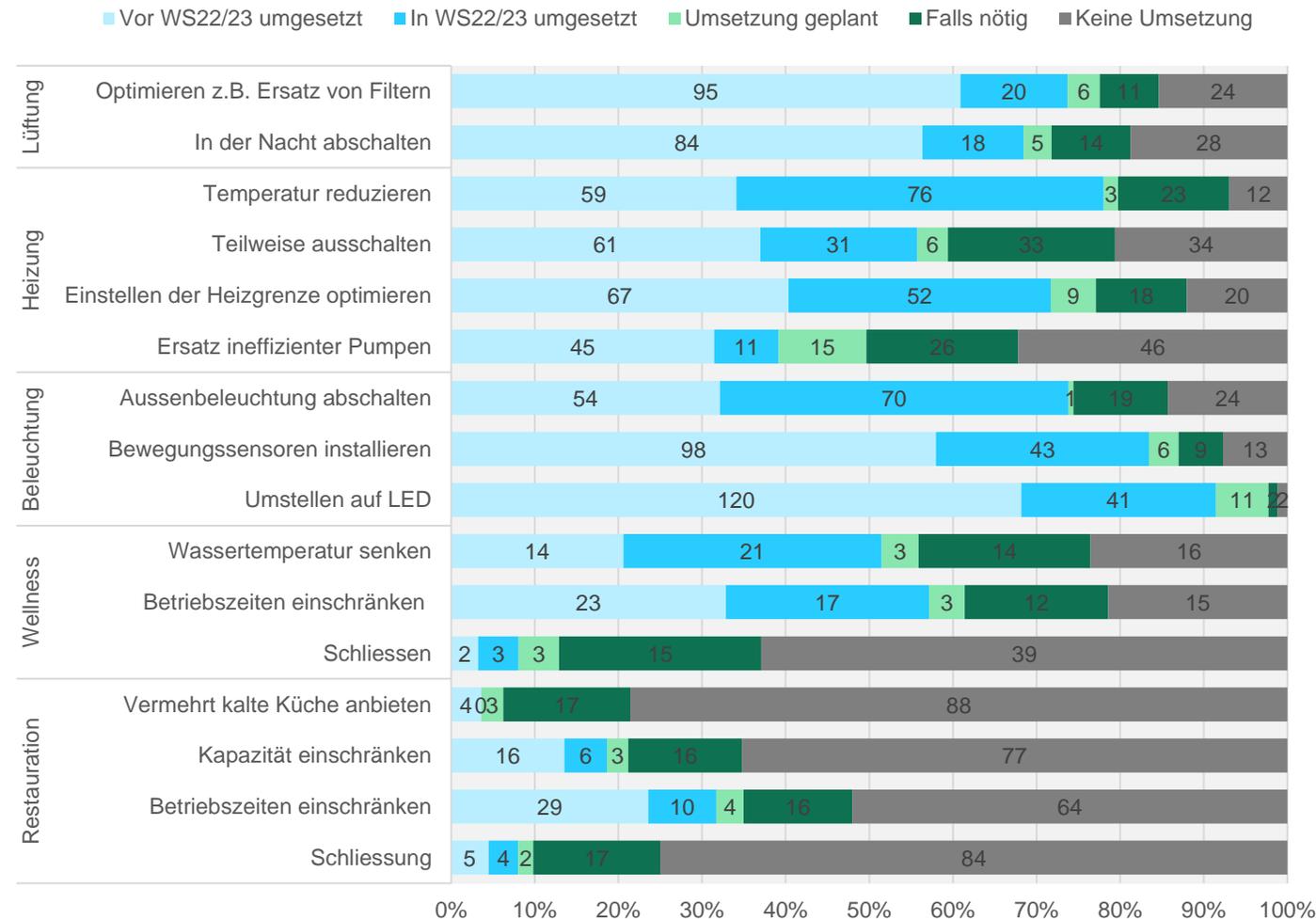


Beherbergungsbetriebe machen ihre Hausaufgaben beim Energiesparen

- Die befragte Betriebe haben viele unterschiedliche Energiesparmassnahmen vor und während der Wintersaison 22/23 umgesetzt.
- Einfachere und kostengünstigere Massnahmen standen für die Betriebe im Vordergrund.
- Längerfristige Massnahmen – wie zum Beispiel der Ersatz ineffizienter Pumpen – stehen auch aus Kostengründen nicht zuoberst auf der Prioritätenliste.
- Durch die hohe Präsenz des Themas in den Medien sind sich die Gäste der Brisanz bewusst und akzeptieren die Massnahmen kommentarlos.
- Die meisten Berghotels haben positive Reaktionen auf die Massnahmen erhalten.

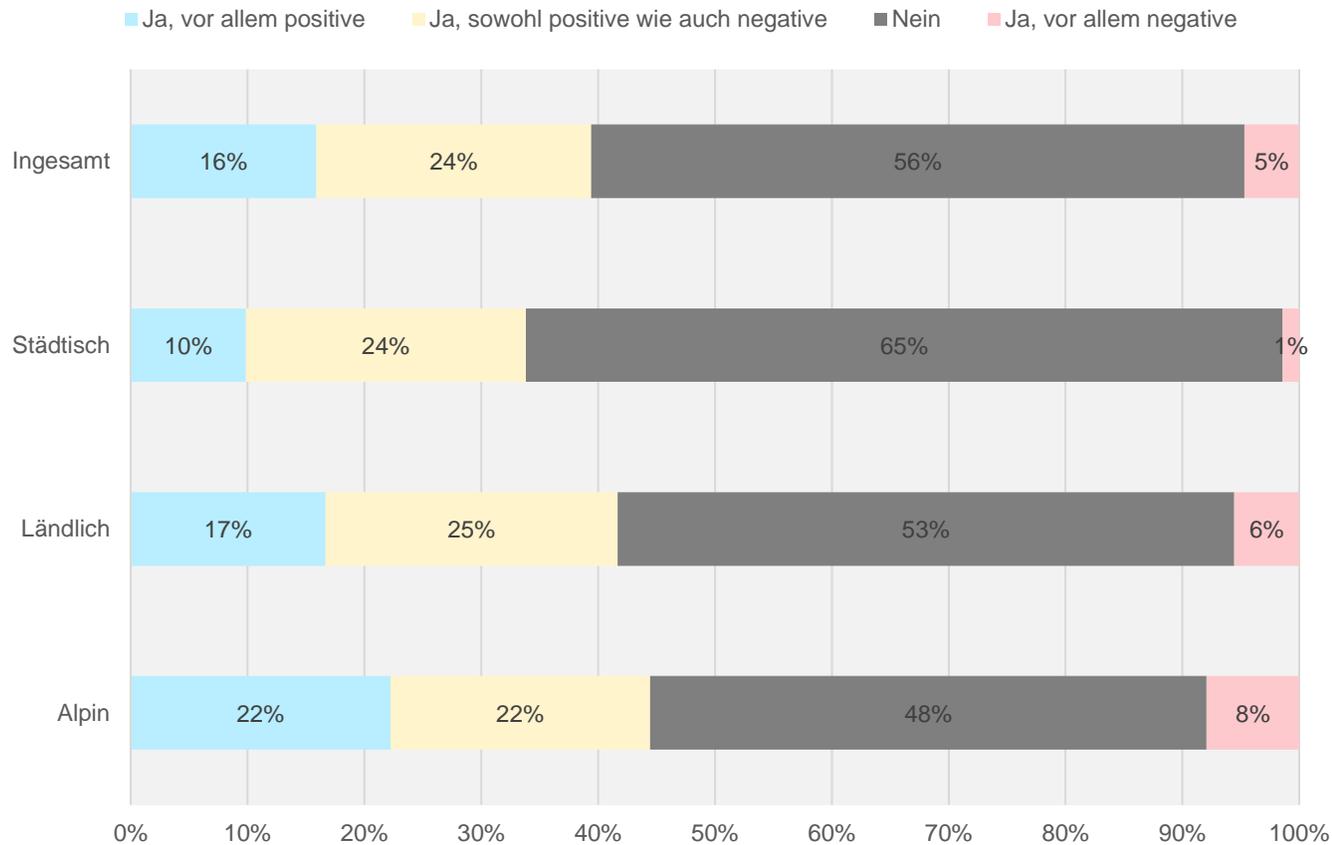


Betriebe haben einen vielfältigen Mix an Energiesparmassnahmen umgesetzt



- Die Betriebe haben viele Sparmassnahmen entweder vor oder während der Wintersaison 22/23 umgesetzt.
- Mehr als 90 Prozent der Betriebe haben die Beleuchtung auf LED umgestellt.
- Im Wellnessbereich haben über die Hälfte der Betriebe die Betriebszeiten eingeschränkt und die Wassertemperatur gesenkt.
- Wenige Massnahmen gab es im Bereich der Restauration.
- Die Ergebnisse zeigen, dass einfache, verhältnismässig kostengünstige Massnahmen öfter umgesetzt werden.
- Bei der Restauration sehen die Betriebe oft keine Möglichkeit, Massnahmen umzusetzen, ohne das Gästerlebnis negativ zu beeinflussen.

Wenig negative Gästereaktionen: In den Bergen ist das Verständnis am grössten



- Die Betriebe erhielten selten negative Reaktionen auf die umgesetzten Energiesparmassnahmen.
- Im 4- und 5-Stern-Segment hat jeder fünfte Betrieb vor allem positive Gästereaktionen erhalten.
- Es ist davon auszugehen, dass die ständige Präsenz des Themas in der Öffentlichkeit während der Wintermonate das Verständnis der Gäste erhöht hat.

Antworten (n)	
Total	170
Stadt	71
Land	36
Alpin	63

4. Lex Booking

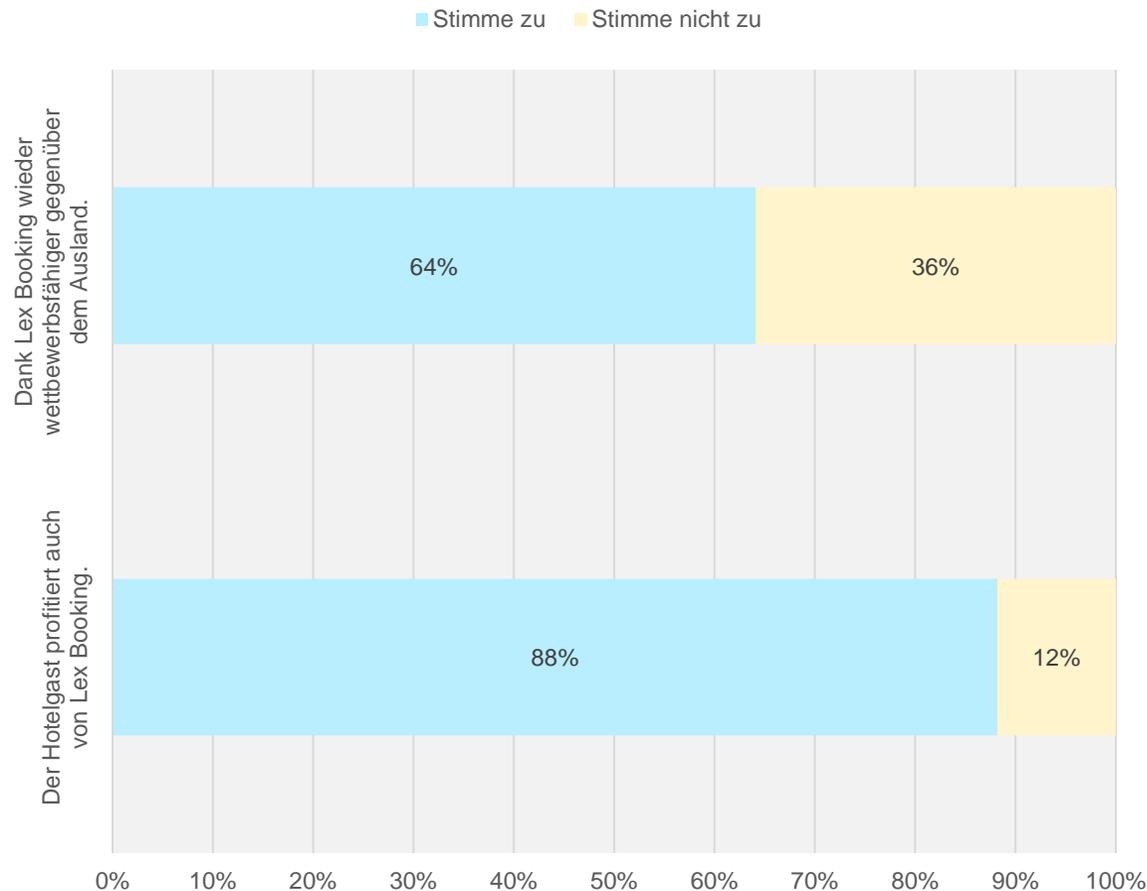


Lex Booking: Überwiegende Mehrheit der Betriebe mit günstigeren Preisen auf eigener Website

- Das am 1. Dezember 2022 in Kraft getretene Gesetz zum Verbot von Paritätsklauseln hat Früchte getragen: Beherbergungsbetriebe nutzen ihre neu gewonnene unternehmerische Freiheit und bieten auf den eigenen Webseiten tiefere Preise an.
- Auch die Gäste profitieren von diesem Gesetz, da sie auf der hoteleigenen Webseite nicht nur tiefere Preise, sondern auch bessere Verfügbarkeiten und Konditionen finden.
- Dennoch machen die OTA bei den digitalen Buchungen weiterhin den grössten Anteil aus und haben eine hohe Marktmacht.
- Die meisten Hoteliers und Hotelièren sind nach wie vor der Meinung, dass diese Marktmacht nicht gebrochen wurde, denn die OTA üben nun mit anderen Mitteln Druck aus, wie beispielsweise mit Ranking-Abstufungen oder aggressiven Rabattprogrammen.



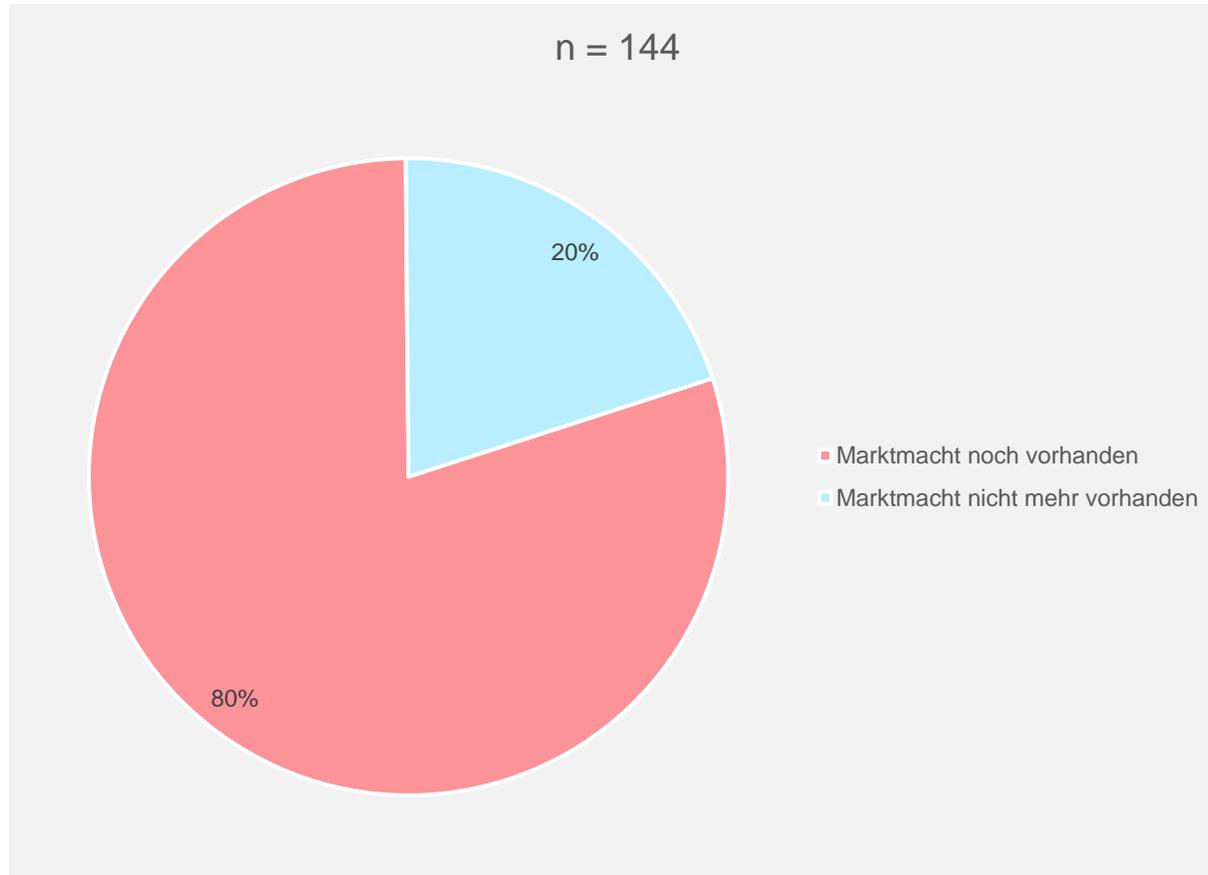
Lex Booking macht Betriebe wieder wettbewerbsfähiger und die Gäste profitieren von günstigeren Preisen



- 88 Prozent der Betriebe stimmen der Aussage zu, dass die Gäste von der Lex Booking profitieren und zwei Drittel sind der Meinung, dass diese einen Wettbewerbsnachteil gegenüber dem Ausland eliminiert hat.
- Die Beherbergungsbetriebe werden digital immer fitter. Der Digitalisierungsschub aus der Pandemie hält weiter an.
- Dank dem neuen Gesetz können sie nun ihren Gästen legal auf der eigenen Website die besten Konditionen anbieten.

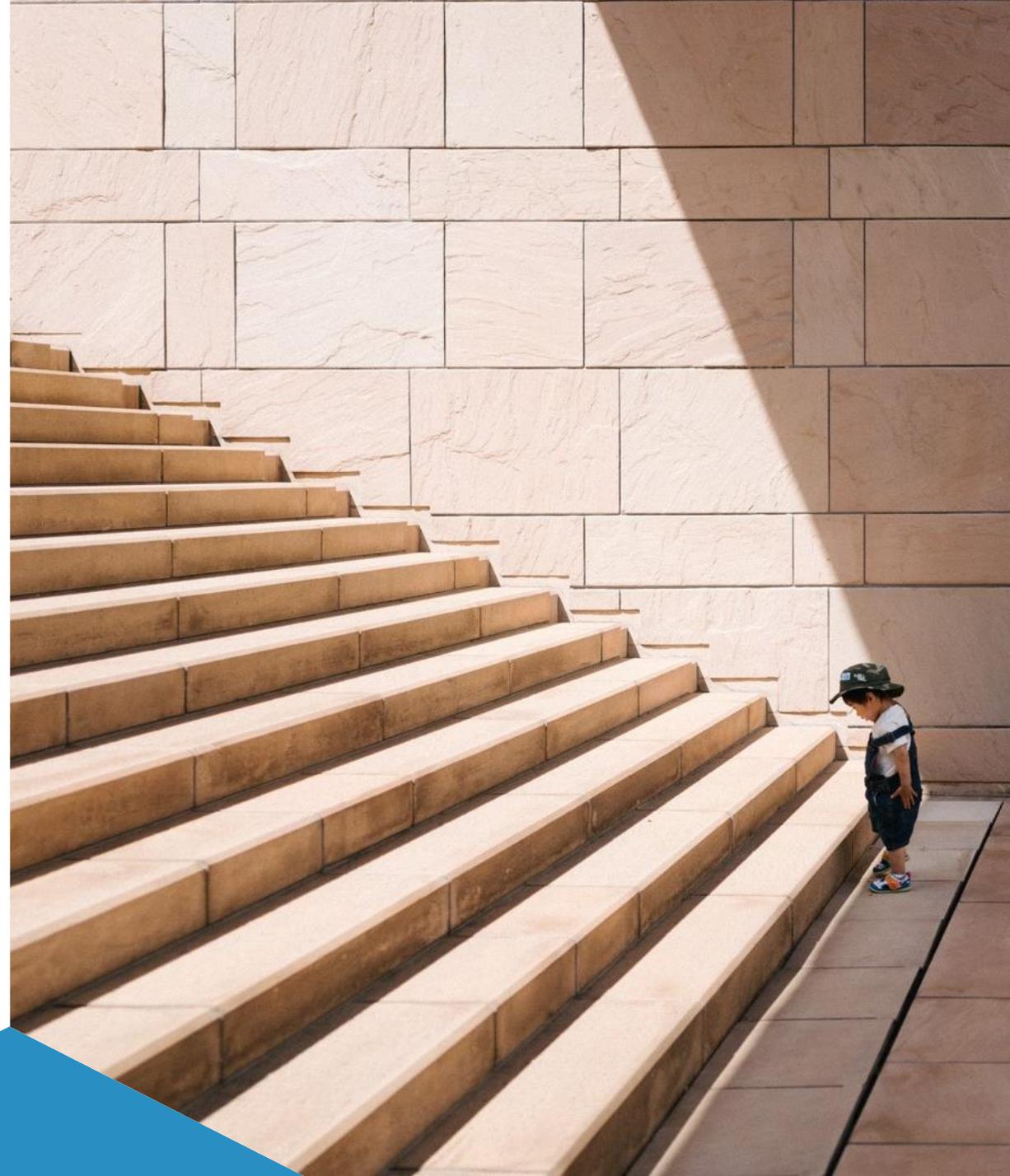
Antworten (n)	
Gast profitiert	144
Wettbewerbsfähiger	142

OTA haben andere Möglichkeiten, ihre Marktmacht durchzusetzen



- Vier von fünf Betrieben stimmen der Aussage «Die Marktmacht der OTA wurde nicht gebrochen, da diese sich mit anderen Mitteln durchsetzen (z.B. Ranking-Abstrafungen).» zu.
- Dies kommt daher, dass bei den digitalen Buchungen in Echtzeit OTA nach wie vor den mit Abstand grössten Marktanteil halten. Aufgrund dieser hohen Marktmacht üben OTA weiterhin Druck auf die Beherbergungsbetriebe aus.

5. Herausforderungen



Angebotsseitige Herausforderungen dominieren

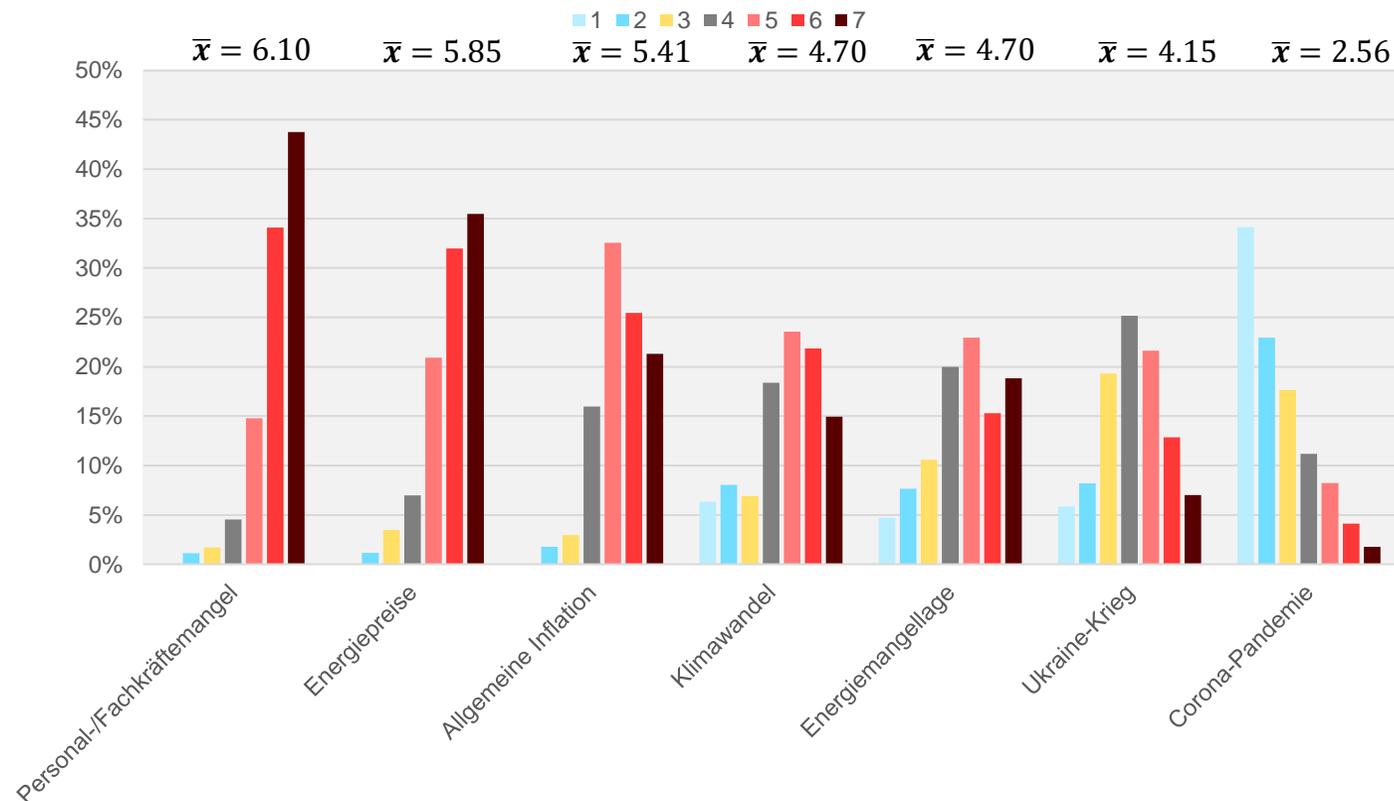
- Aktuell sehen die befragten Betriebe den Personal- und Fachkräftemangel klar als grösste Herausforderung an. Auf einer Skala von 1 bis 7 wurde diesem Problem ein Wert von durchschnittlich 6.1 zugewiesen.
- Die Energiepreise und die Inflation folgen auf Platz 2 und 3.
- Auch der Klimawandel und die Gefahr, wieder in eine Energiemangellage zu geraten, erreichten hohe Werte.
- Die nachfrageseitigen Probleme wie der Angriffskrieg auf die Ukraine und die Coronapandemie sind in den Hintergrund geraten.
- Vielerorts ist die Nachfrage nicht mehr Hauptsorge, sondern die Frage, ob man genügend Personal hat, um die Nachfrage zu bewältigen. Die Inflation drückt zudem auf die Margen und zwingt die Betriebe dazu, die Preise zu erhöhen.



Der Fachkräftemangel ist die grösste Herausforderung für die Branche

Was sind Ihrer Meinung nach die grössten Herausforderungen für die Schweizer Hotellerie?

[7 = Grösste Herausforderung; 1 = Keine Herausforderung]



- Die Coronapandemie ist bei der Beurteilung der Herausforderungen auf den letzten Platz gerutscht.
- Gefolgt von den Energiepreisen und der allgemeinen Inflation ist der Fachkräftemangel die grösste Herausforderung für die Branche.
- Eine klare Mehrheit (61 Prozent) ordnet dem Klimawandel einen hohen Wert zu (4 oder höher).
- Dies zeigt, dass der Nachfrageeinbruch durch Corona abklingt und es zu einer Verschiebung hin zu angebotsseitigen Problemen gekommen ist.