



Umfrage Lageeinschätzung April 2025

Durchgeführt vom 11. bis 21. April 2025 bei
den Hotelmitgliedern von HotellerieSuisse

1. Rückblick: Wintersaison 2024/25

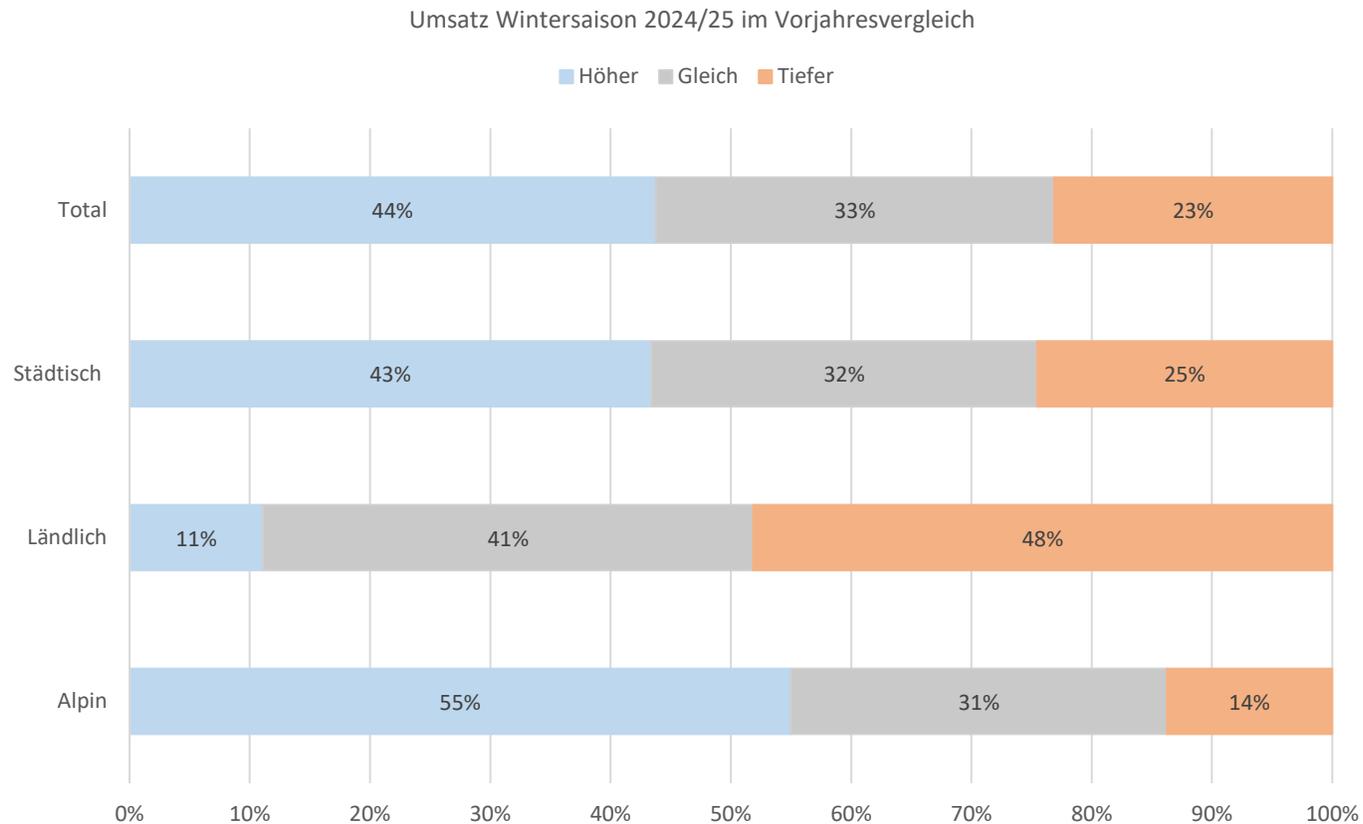


Summary: Wintersaison 2024/25

- Die meisten Betriebe sind mit dem Verlauf der Wintersaison 2024/25 eher zufrieden oder sehr zufrieden.
- Viele Betriebe konnten die Umsätze in der Wintersaison 2024/25 erhöhen oder gleich halten wie in der vorherigen Wintersaison. Über die Hälfte der Betriebe berichteten jedoch von steigenden Kosten.
- Die Gesamtbetrachtung betreffend Umsatz- und Kostenentwicklung fällt für sehr viele Betriebe deshalb ausgeglichen aus.



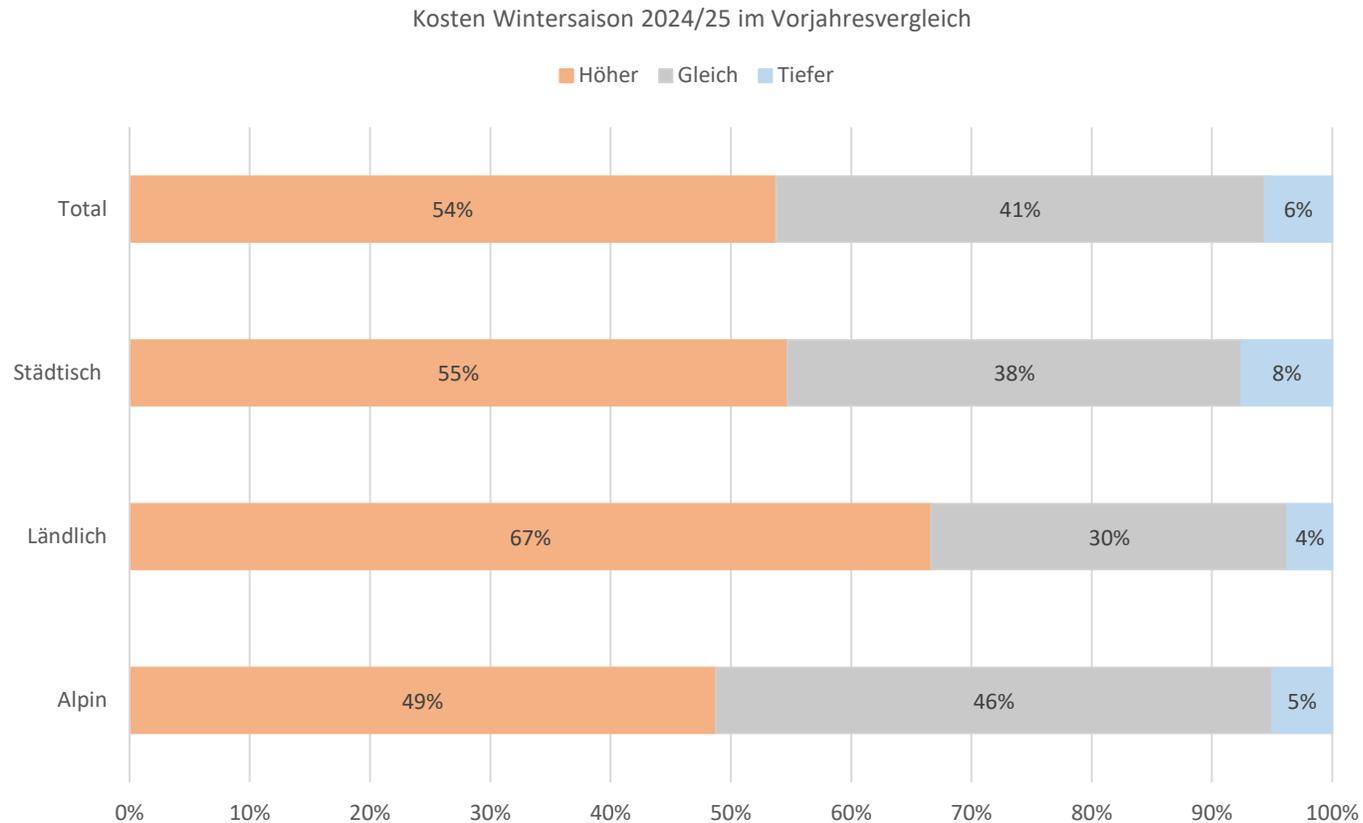
Vorjahresvergleich Wintersaison 2024/25: Mehrheitlich positives Bild bei den Umsätzen



- Viele Betriebe konnten die Umsätze in der Wintersaison 2024/25 steigern oder gleich halten wie in der vorherigen Wintersaison.
- Bei den antwortenden Betrieben aus dem ländlichen Raum sieht die Entwicklung weniger positiv aus: Fast die Hälfte gibt tiefere Umsätze an.

Antworten (n)	
Total	160
Städte	53
Land	27
Alpin	80

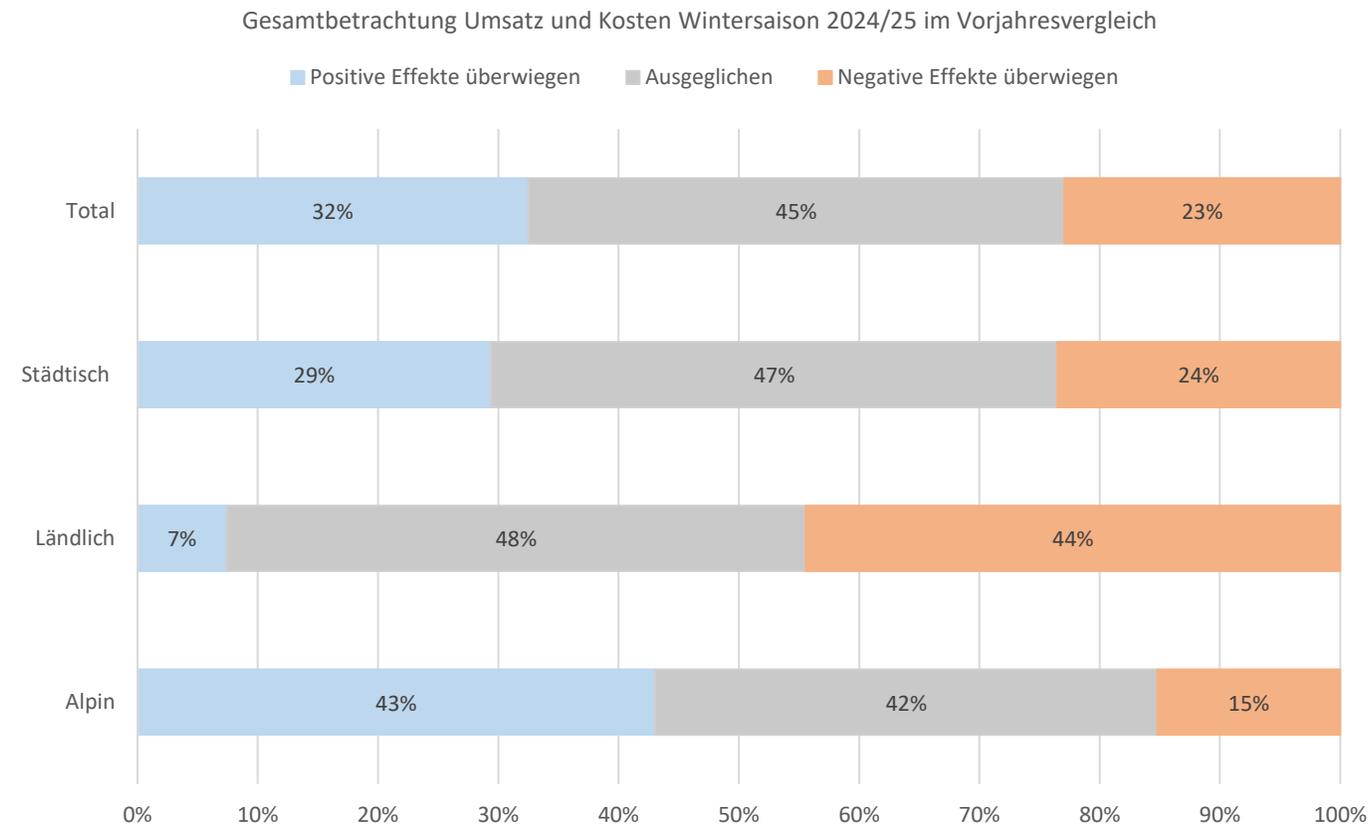
Vorjahresvergleich Wintersaison 2024/25: Steigende Kosten



- Über die Hälfte der Betriebe berichtet von steigenden Kosten in der Wintersaison 2024/25.
- Der Anteil der Betriebe mit steigenden Kosten ist in allen Tourismuszonen hoch.

Antworten (n)	
Total	160
Städte	53
Land	27
Alpin	80

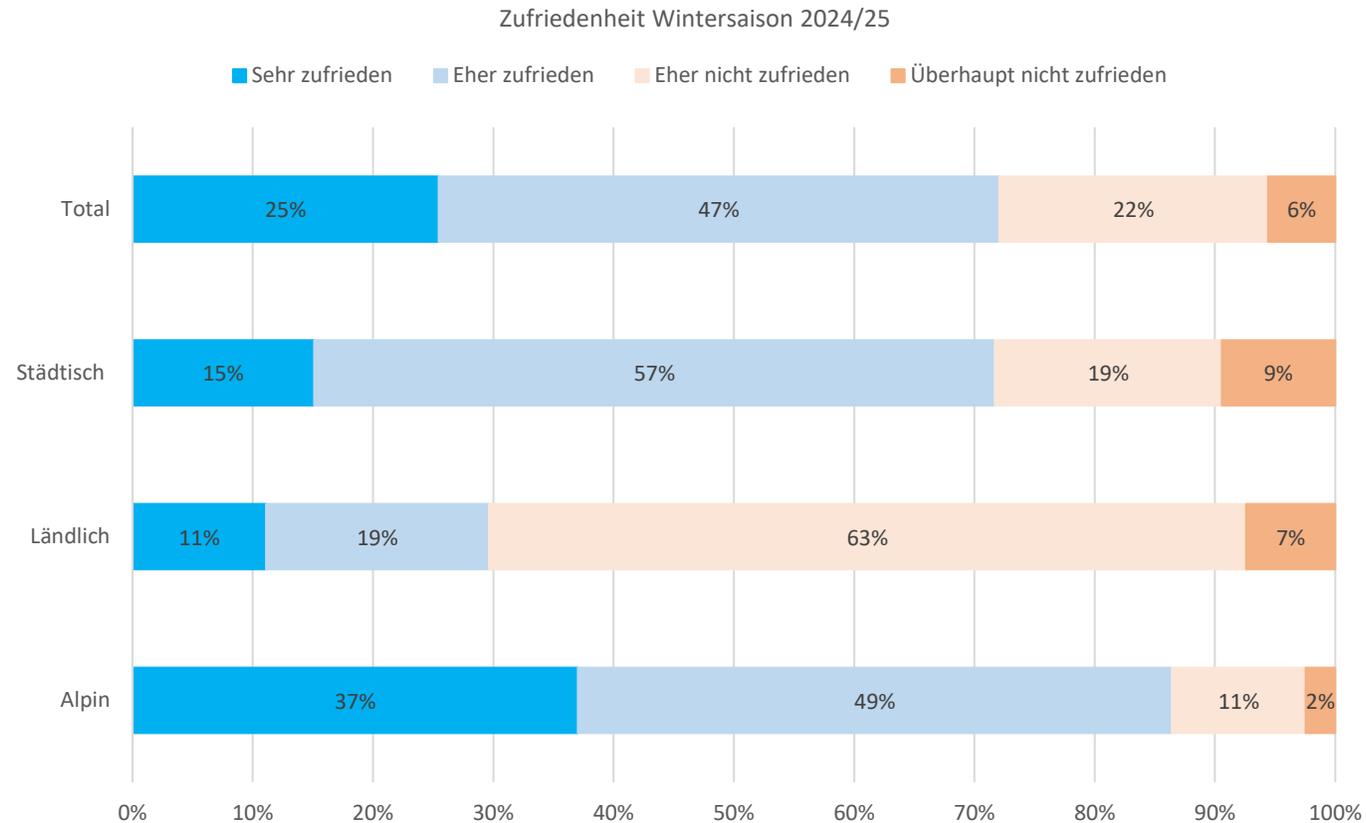
Vorjahresvergleich Wintersaison 2024/25: In der Gesamtbetrachtung zeigt sich ein ausgeglichenes Bild



- Die Gesamtbetrachtung betreffend Umsatz und Kosten fällt für sehr viele Betriebe ausgeglichen aus. Für etwa einen Drittel der Betriebe überwiegen positive, für ca. einen Viertel negative Effekte.
- Bei den antwortenden Betrieben aus dem ländlichen Raum überwiegen nur für wenige die positiven Effekte.

Antworten (n)	
Total	157
Städte	51
Land	27
Alpin	79

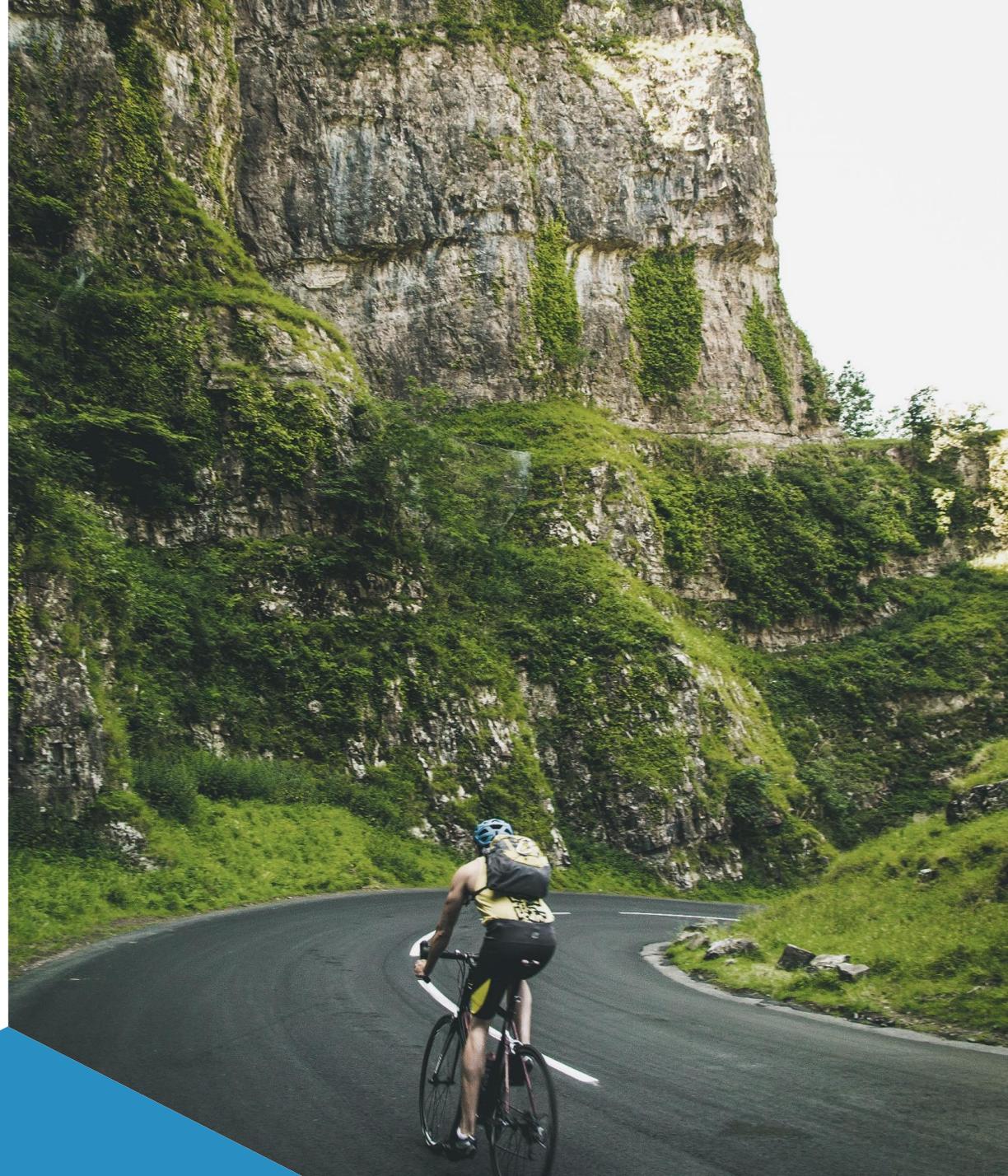
Verlauf Wintersaison 2024/25: Viele Betriebe sind eher zufrieden



- Die meisten Betriebe sind mit dem Verlauf der vergangenen Wintersaison eher zufrieden oder sehr zufrieden.
- Bei den antwortenden Betrieben aus dem ländlichen Raum zeigten sich jedoch tiefere Zufriedenheitswerte.

Antworten (n)	
Total	161
Städte	53
Land	27
Alpin	81

2. Ausblick: Sommersaison 2025

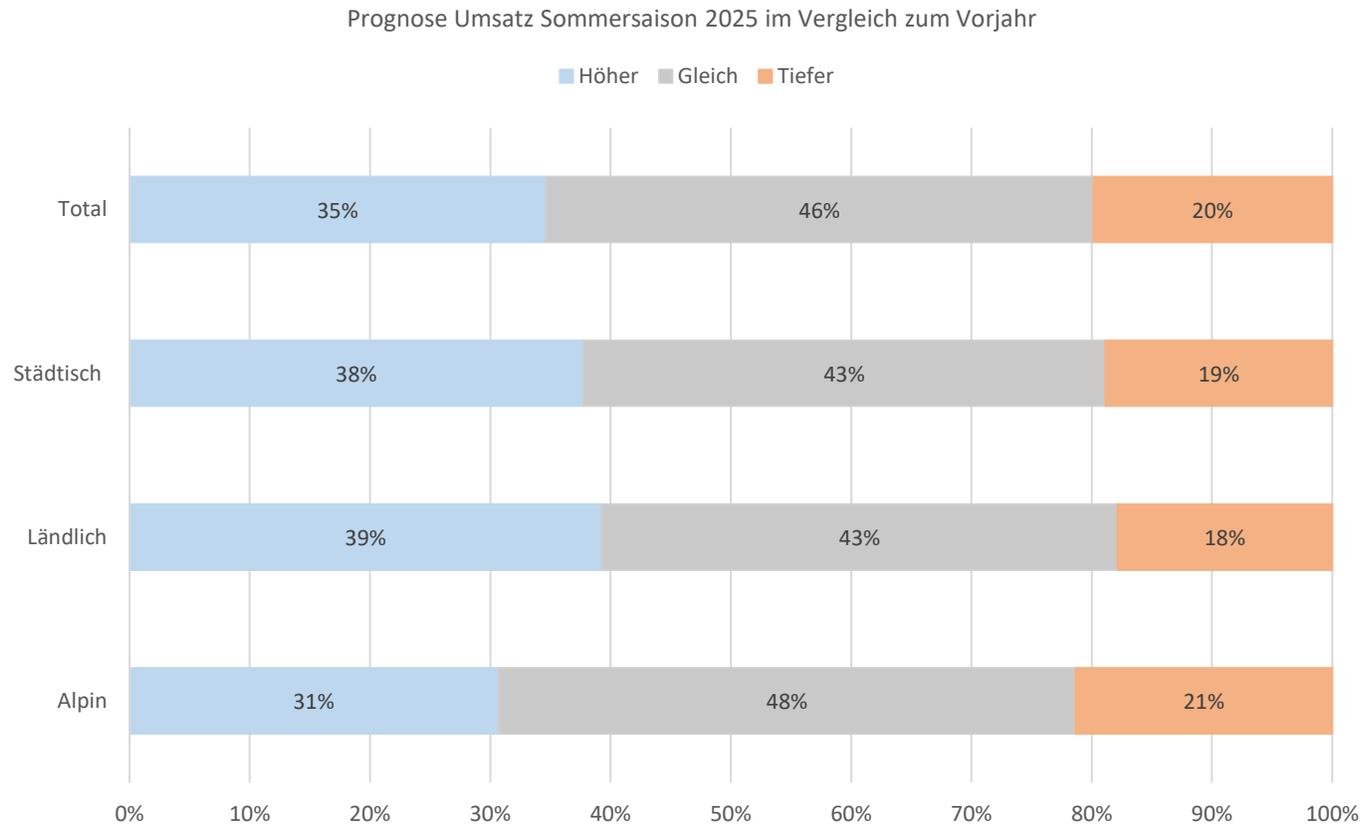


Summary: Ausblick Sommersaison 2025

- 46 % der Betriebe erwarten in der Sommersaison 2025 ähnliche Umsätze wie im Vorjahr. 35 % gehen von höheren Umsätzen aus.
- Viele Betriebe haben auf die Sommersaison 2025 ihre Preise erhöht oder unverändert gelassen. Preissenkungen sind selten.
- Preiserhöhungen sind immer noch vor allem auf den steigenden Kostendruck zurückzuführen.



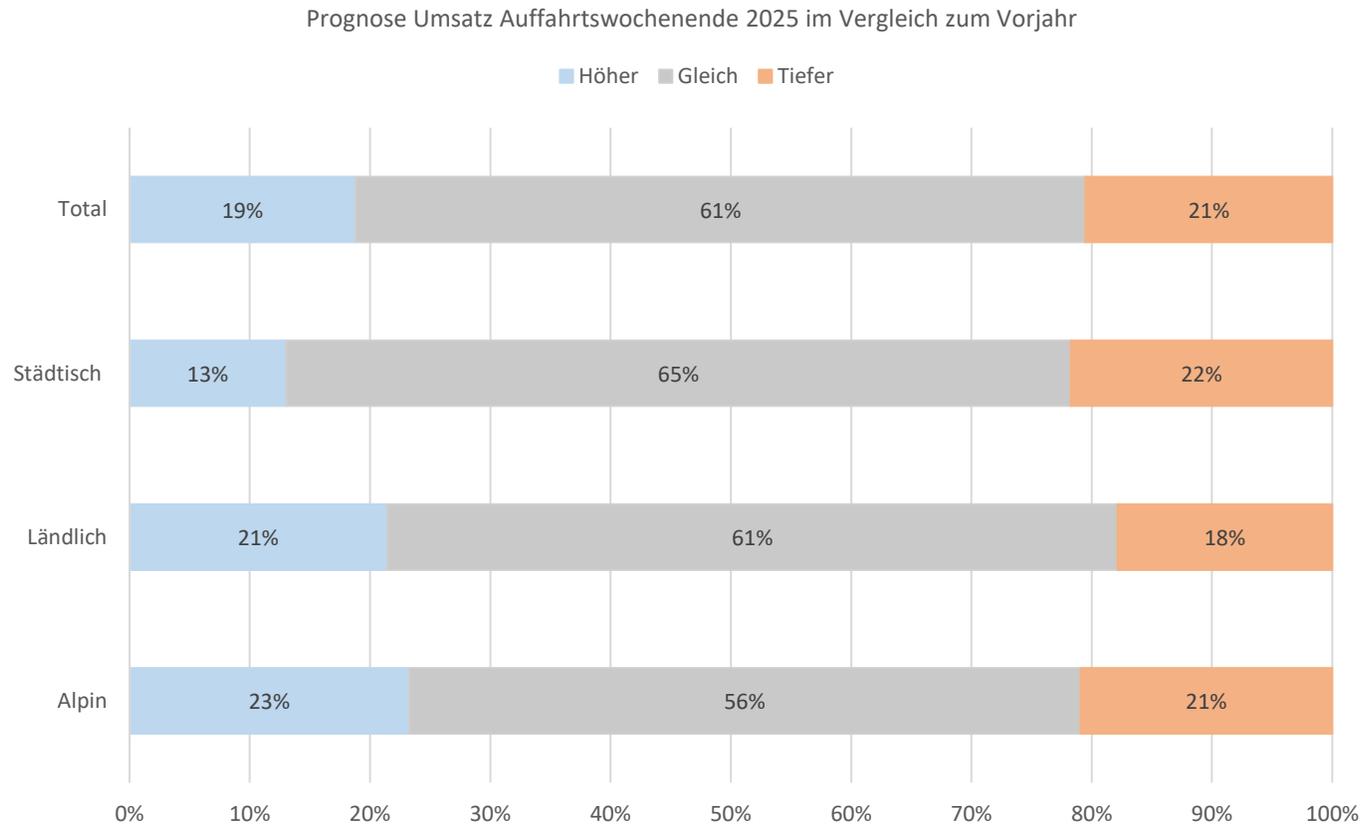
Prognose Sommersaison 2025: Stabiler Umsatz erwartet



- Fast die Hälfte der Betriebe geht in der Sommersaison 2025 von ähnlichen Umsätzen aus wie im Vorjahr.
- 35 % sind optimistischer, 20 % pessimistischer.

Antworten (n)	
Total	156
Stadt	53
Land	28
Alpin	75

Prognose Auffahrt 2025: Wenige Betriebe erwarten Umsatzsteigerung

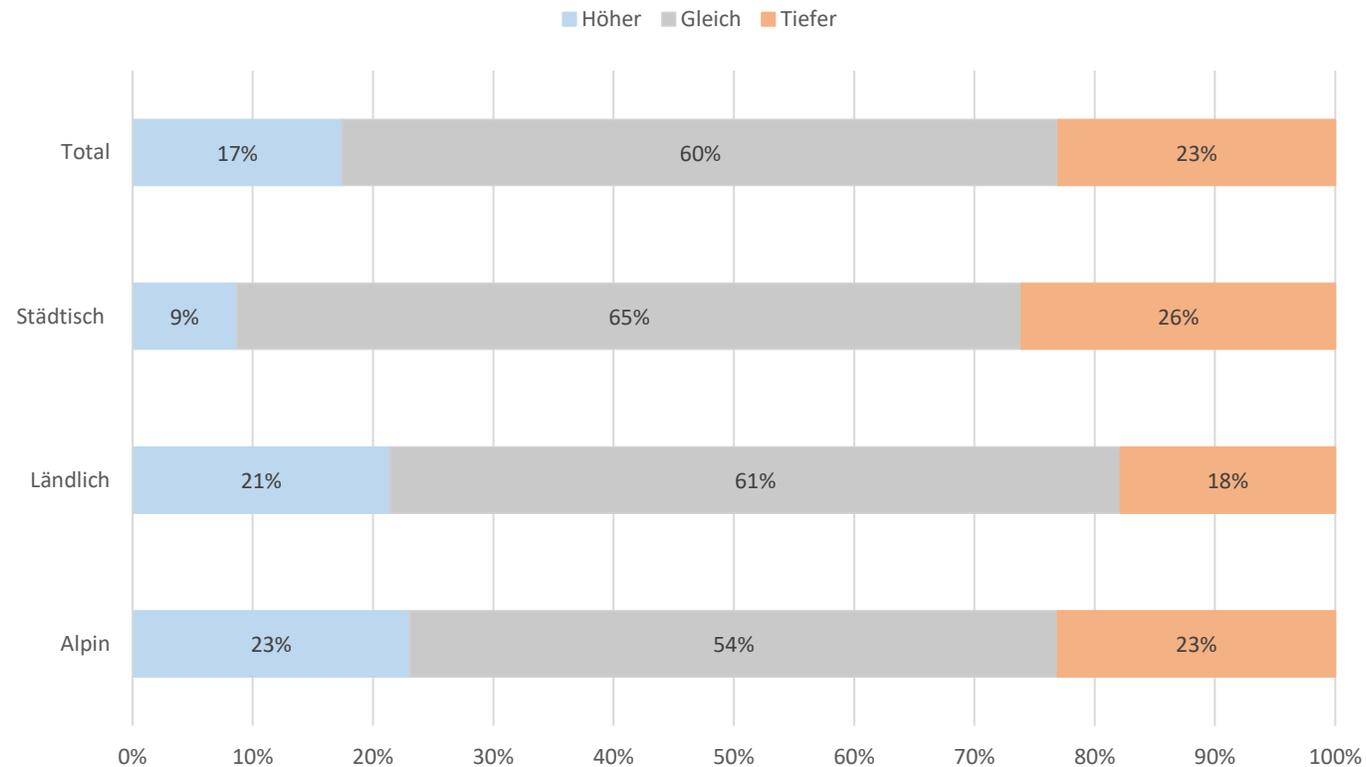


- Für Auffahrt (diese Folie) und Pfingsten (nächste Folie) gehen über die Hälfte der Betriebe von stabilen Umsätzen im Vergleich zum Vorjahr aus.
- Besonders in den Städten rechnen wenige Betriebe mit steigenden Umsätzen für Auffahrt und Pfingsten.

Antworten (n)	
Total	117
Stadt	46
Land	28
Alpin	43

Prognose Pfingsten 2025: Wenige Betriebe erwarten Umsatzsteigerung

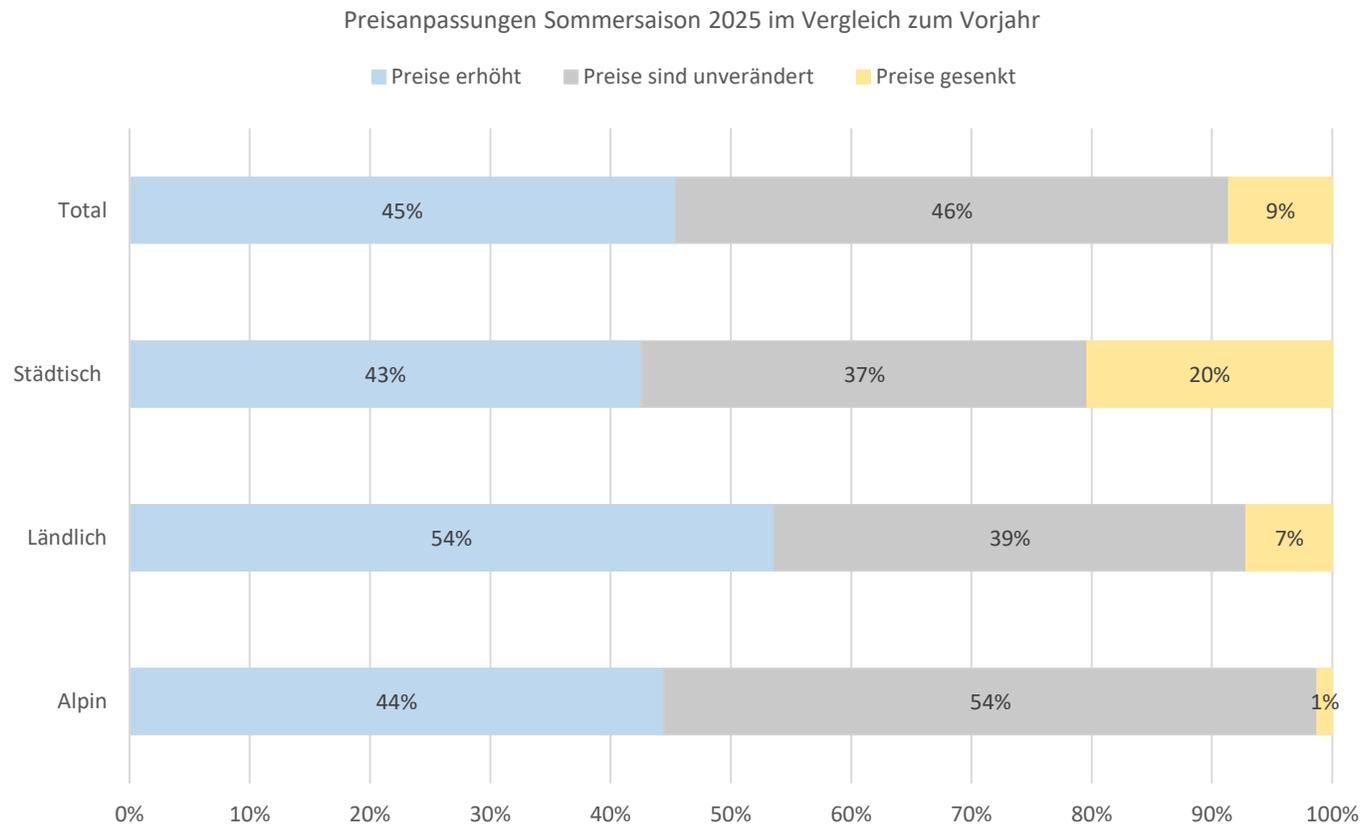
Prognose Umsatz Pfingstwochenende 2025 im Vergleich zum Vorjahr



Antworten (n)

Total	126
Stadt	46
Land	28
Alpin	52

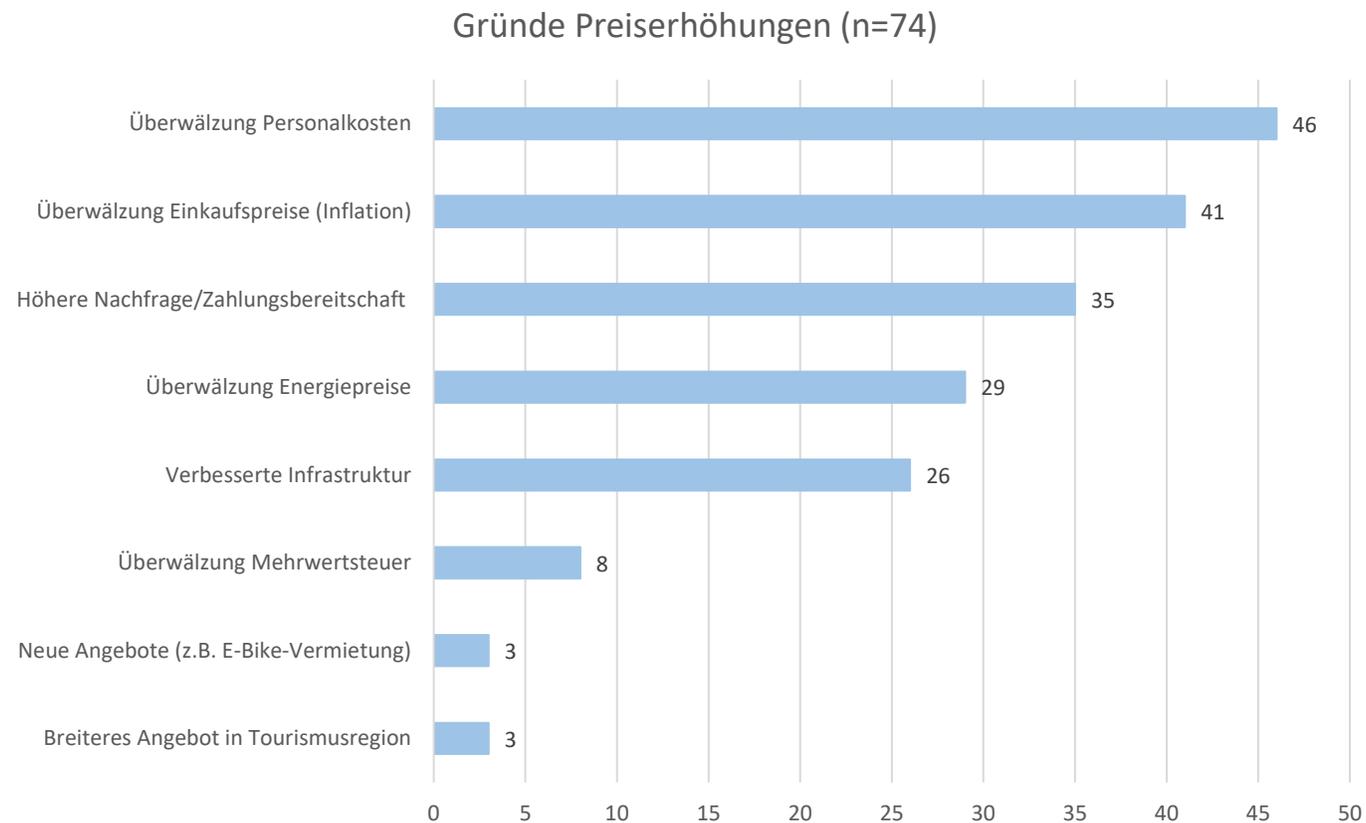
Preisanpassungen Sommersaison 2025: Erhöht oder unverändert



- Viele Betriebe haben Ihre Preise erhöht oder unverändert gelassen.
- Nur wenige Betriebe haben die Preise gesenkt – in der Stadt ist der Anteil mit 20 % etwas höher.

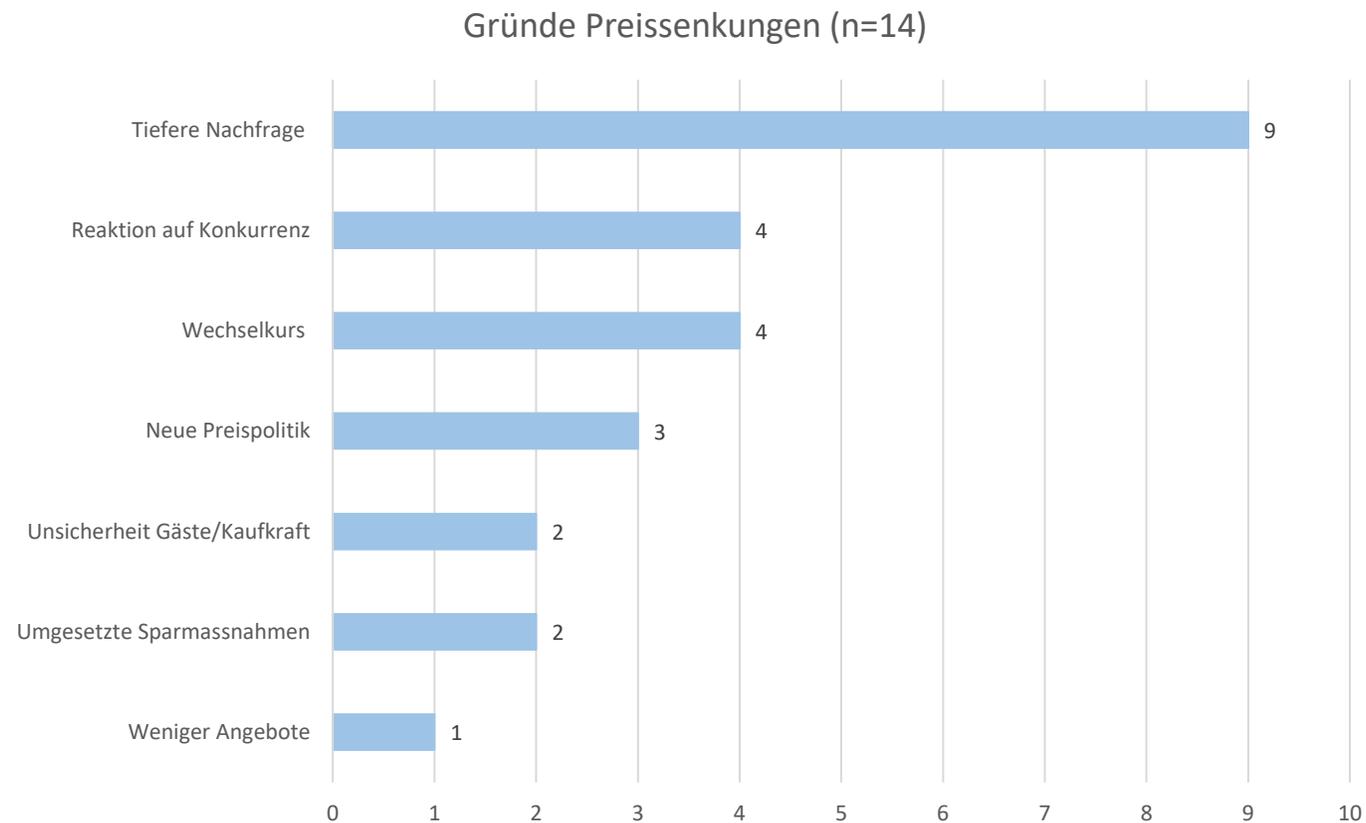
Antworten (n)	
Total	163
Stadt	54
Land	28
Alpin	81

Preiserhöhungen wegen Kostendruck



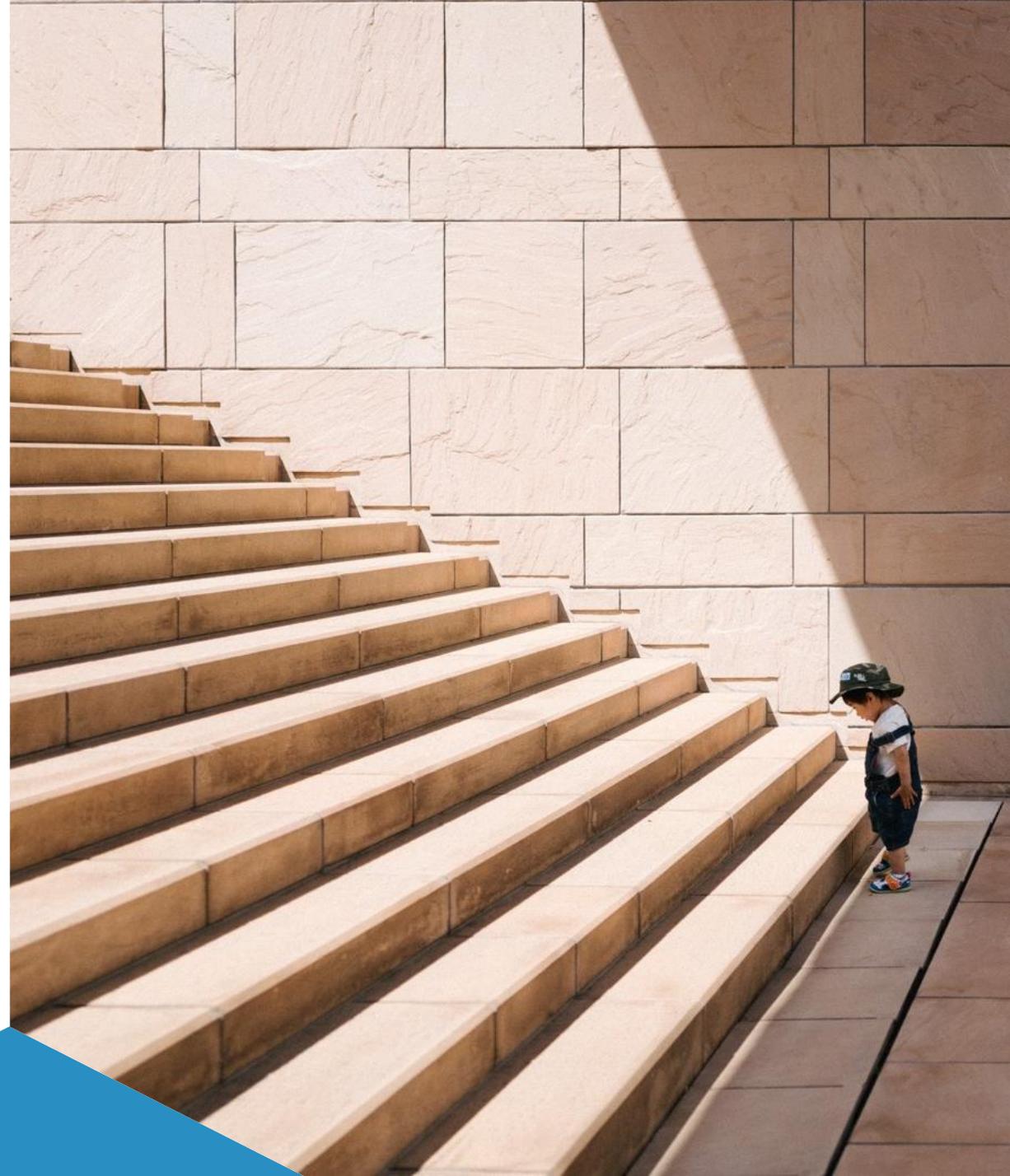
- Wie in den letzten Umfragen sind bei den Hauptgründen für Preiserhöhungen immer noch vor allem Kostengründe zu finden, insbesondere höhere Kosten beim Personal und im Einkauf.
- Eine höhere Nachfrage bzw. Zahlungsbereitschaft wurde von weniger als der Hälfte der Befragten als Grund für Preiserhöhungen angegeben.

Preissenkungen selten



- Der häufigste Grund für Preissenkungen war eine tiefere Nachfrage.
- Preissenkungen wurden jedoch nur selten vorgenommen.

3. Herausforderungen der Branche

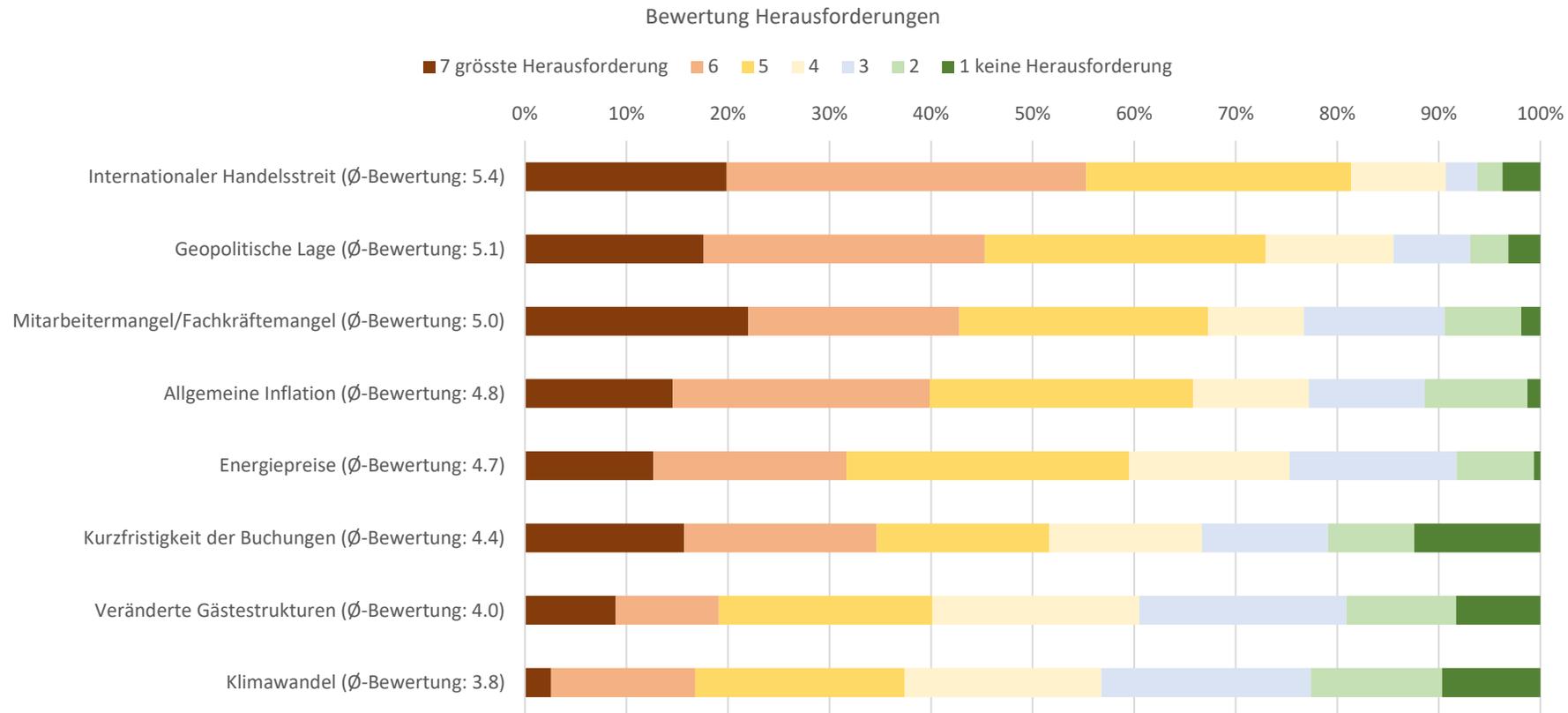


Respekt vor internationalem Handelsstreit und weiteren Herausforderungen

- Die Umfrageteilnehmer wurden nach den grössten Herausforderungen für die Schweizer Beherbergungsbranche in der Sommersaison 2025 gefragt (vgl. Details nächste Folie).
- Der internationale Handelsstreit und die geopolitische Lage wurden im Schnitt als grösste Herausforderungen für die Branche in der Sommersaison 2025 bewertet.
- Der Fachkräftemangel, welcher in den letzten Umfragen als wichtigste Herausforderung bewertet wurde, bleibt eine sehr wichtige Herausforderung und nimmt Platz 3 ein.
- Danach folgen die Herausforderungen der allgemeinen Inflation und der Energiepreise



Respekt vor internationalem Handelsstreit und weiteren Herausforderungen

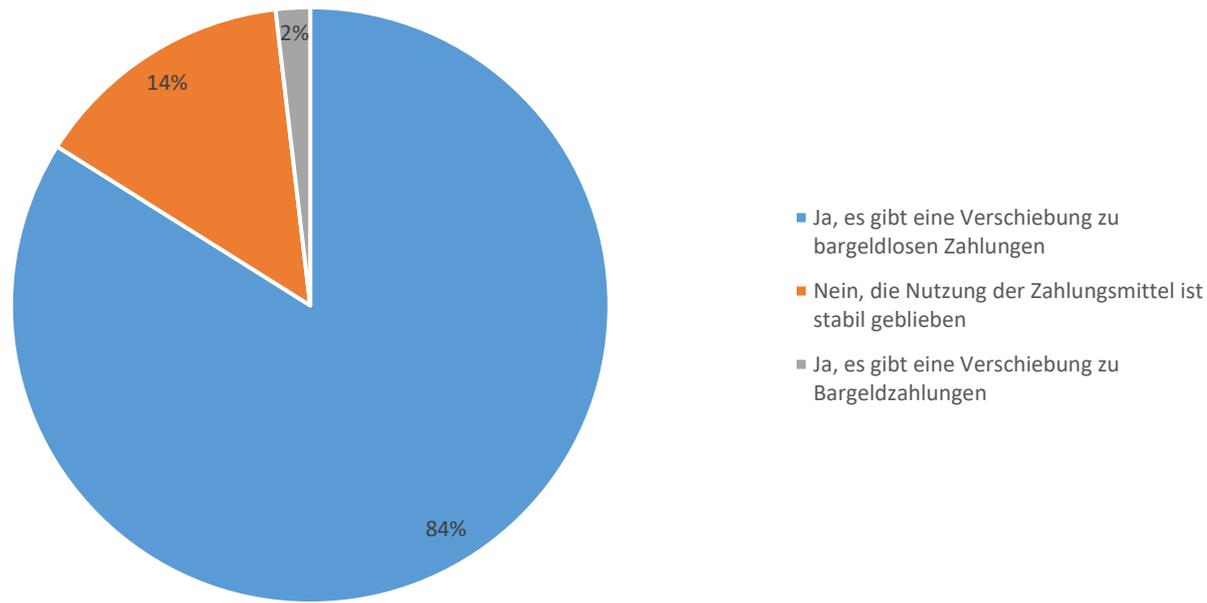


4. Zahlungsmittel



Klarer Trend zu bargeldlosem Zahlen

Haben sich die bevorzugten **Zahlungsmittel** Ihrer Gäste in den letzten Jahren **verändert**? (n=162)



- In fast allen Betrieben finden vermehrt bargeldlose Zahlungen statt.
- Dies zeigt die Wichtigkeit von transparenten Gebühren beim bargeldlosen Zahlen

Kreditkarten dominieren immer noch den Zahlungsmarkt

Anteil Zahlungsmittel	Durchschnitt	Unteres Quartil	Median	Oberes Quartil
Kreditkarten in % (n = 100)	52.9	38.8	50.0	70.0
Banküberweisungen in % (n = 95)	16.0	5.0	10.0	25.0
Bargeld (CHF) in % (n = 100)	11.2	5.0	10.0	15.0
Debitkarten in % (n = 100)	8.0	3.8	8.0	10.0
Twint in % (n = 97)	3.4	0.7	2.0	5.0
andere mobile Payment-Methoden in % (n = 93) z. B. Apple Pay, Google Pay	3.1	0.0	0.0	4.0
Bargeld (Fremdwährungen) in % (n = 99)	2.5	0.1	1.0	3.0
Kryptowährungen in % (n = 95)	0.0	0.0	0.0	0.0

- Knapp die Hälfte der Bezahlungen wird mittels Kreditkarte beglichen.
- Banküberweisungen und Bargeld machen ebenfalls einen gewissen Teil aus.
- Twint und andere mobile Payment-Methoden werden selten genutzt.
- Kryptowährungen sind (noch) kein Thema für die Betriebe.