



Umfrage Lageeinschätzung Oktober 2025

Durchgeführt vom 17. bis 26. Oktober 2025 bei
den Hotelmitgliedern von HotellerieSuisse

1. Rückblick: Sommersaison 2025

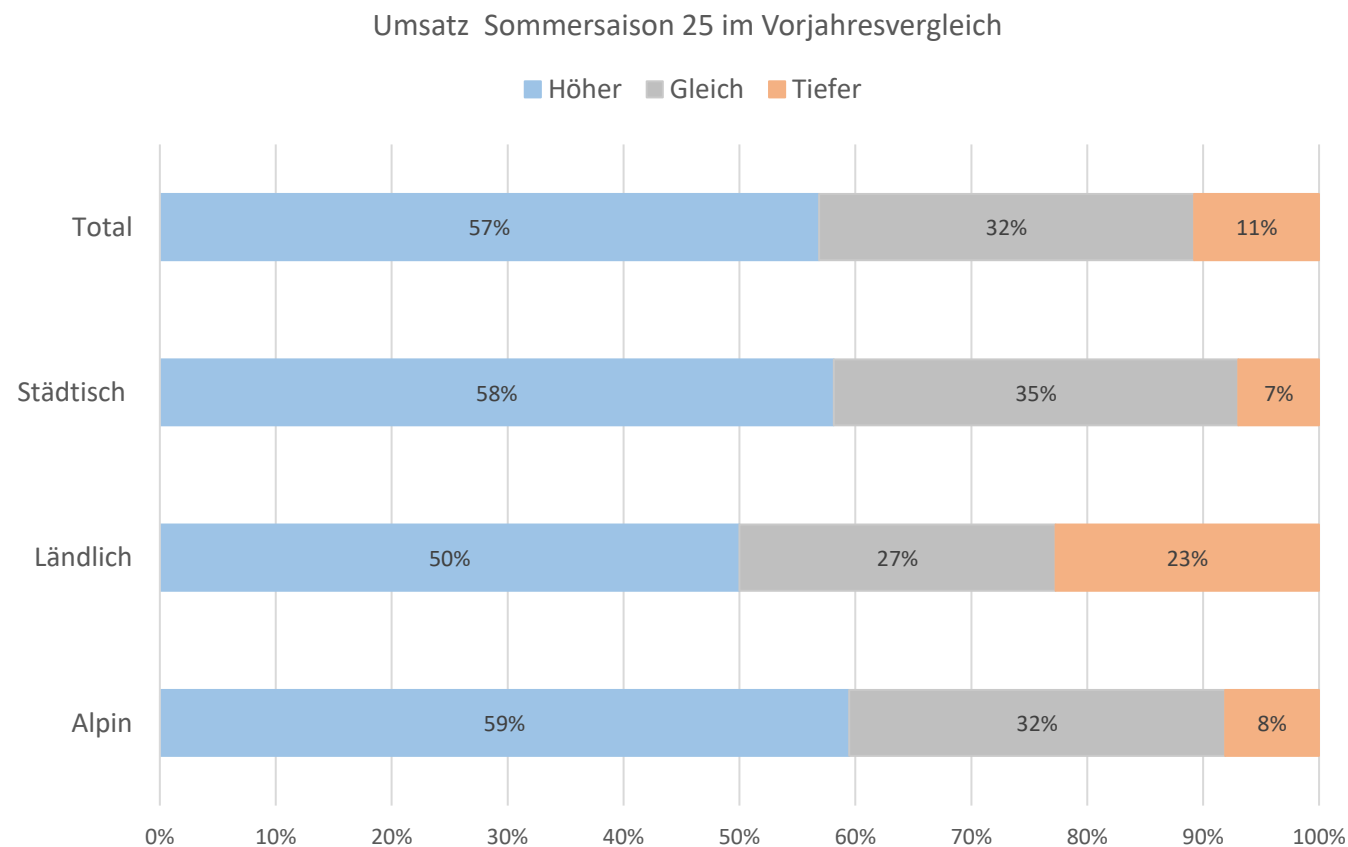


Summary: Sommersaison 2025

- Die Mehrheit der Betriebe zeigt sich mit dem Verlauf der Sommersaison 2025 zufrieden: 51 Prozent sind eher zufrieden, 35 Prozent sehr zufrieden. Über die Hälfte der Betriebe konnte ihren Umsatz im Vergleich zum Vorjahr steigern.
- Gleichzeitig berichtet jedoch jeder zweite Betrieb von steigenden Kosten – eine grosse Herausforderung, auch wenn die Gesamtbewertung von Umsatz- und Kostenentwicklung für viele Betriebe (noch) positiv (48 %) oder ausgeglichen (38 %) ausfällt.
- Im ländlichen Raum berichten vergleichsweise mehr Betriebe von einer negativen Gesamtentwicklung.



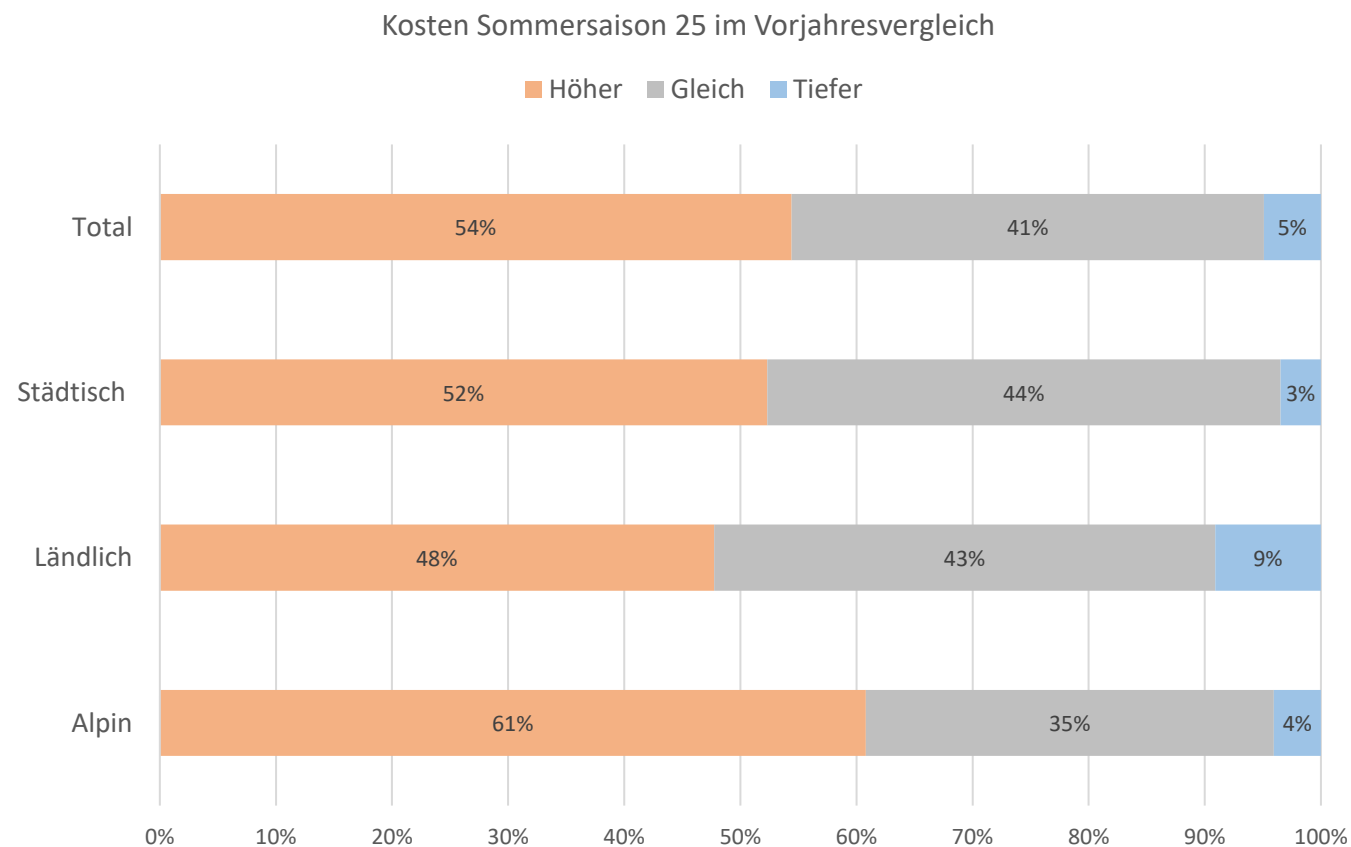
Vorjahresvergleich Sommersaison 2025: Gute Umsatzentwicklung mit Ausnahmen



- Die Mehrheit der Betriebe konnte ihre Umsätze in der Sommersaison 2025 steigern. Bei rund einem Drittel der Betriebe blieben die Umsätze auf dem Vorjahresniveau.
- Im ländlichen Raum verzeichnete aber fast jeder vierte Betrieb rückläufige Umsätze – damit ist dieser Anteil höher als in den anderen Regionen.

Antworten (n)	
Total	204
Städte	86
Land	44
Alpin	74

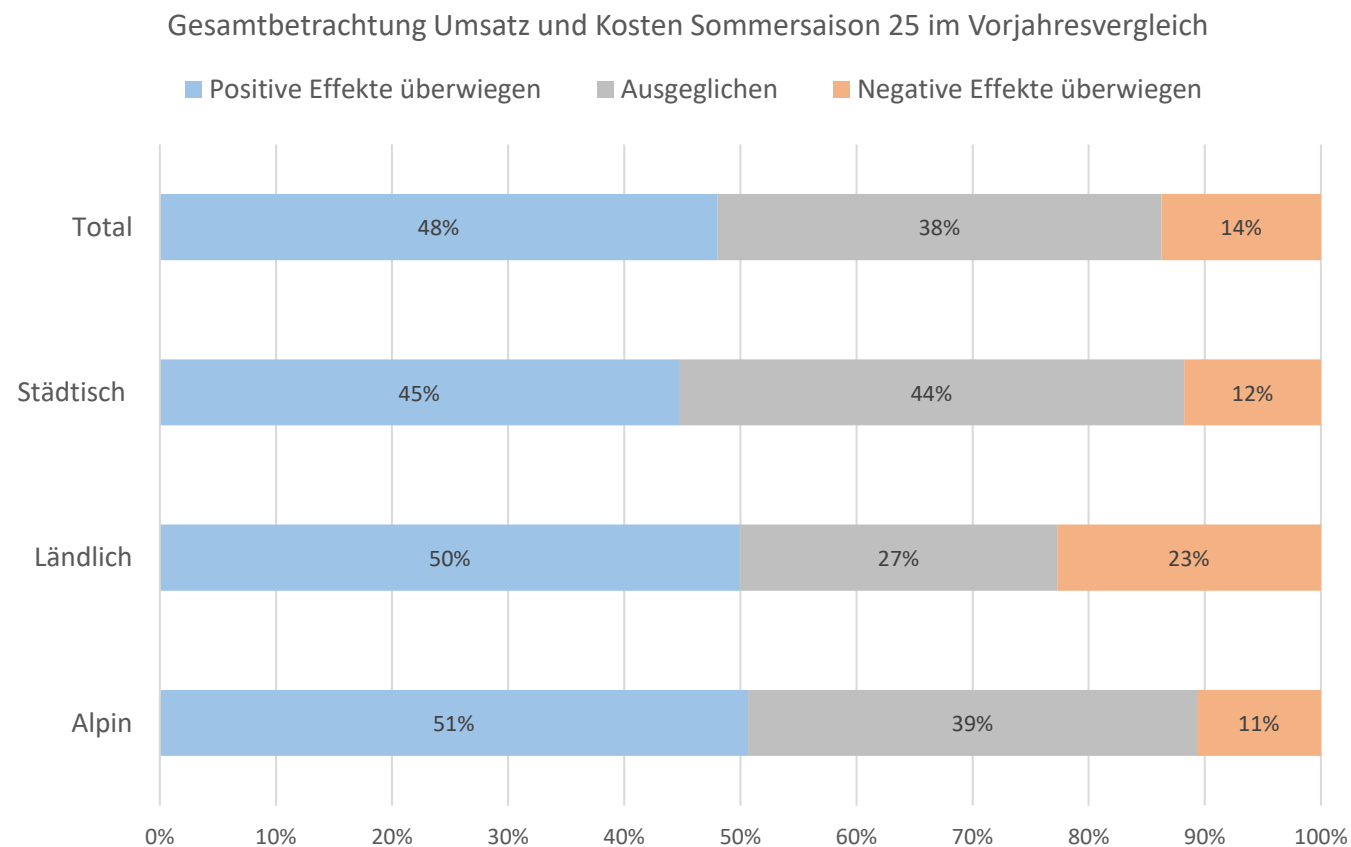
Vorjahresvergleich Sommersaison 2025: Weiterhin steigende Kosten



- Über die Hälfte der Betriebe berichtet von gestiegenen Kosten in der Sommersaison 2025.
- Der Anteil der Betriebe mit Kostensteigerungen ist im alpinen Raum am höchsten, liegt jedoch in allen Tourismuszonen auf einem sehr hohen Niveau.

Antworten (n)	
Total	204
Städte	86
Land	44
Alpin	74

Vorjahresvergleich Sommersaison 2025: Gesamtbetrachtung fällt für etwa die Hälfte positiv aus

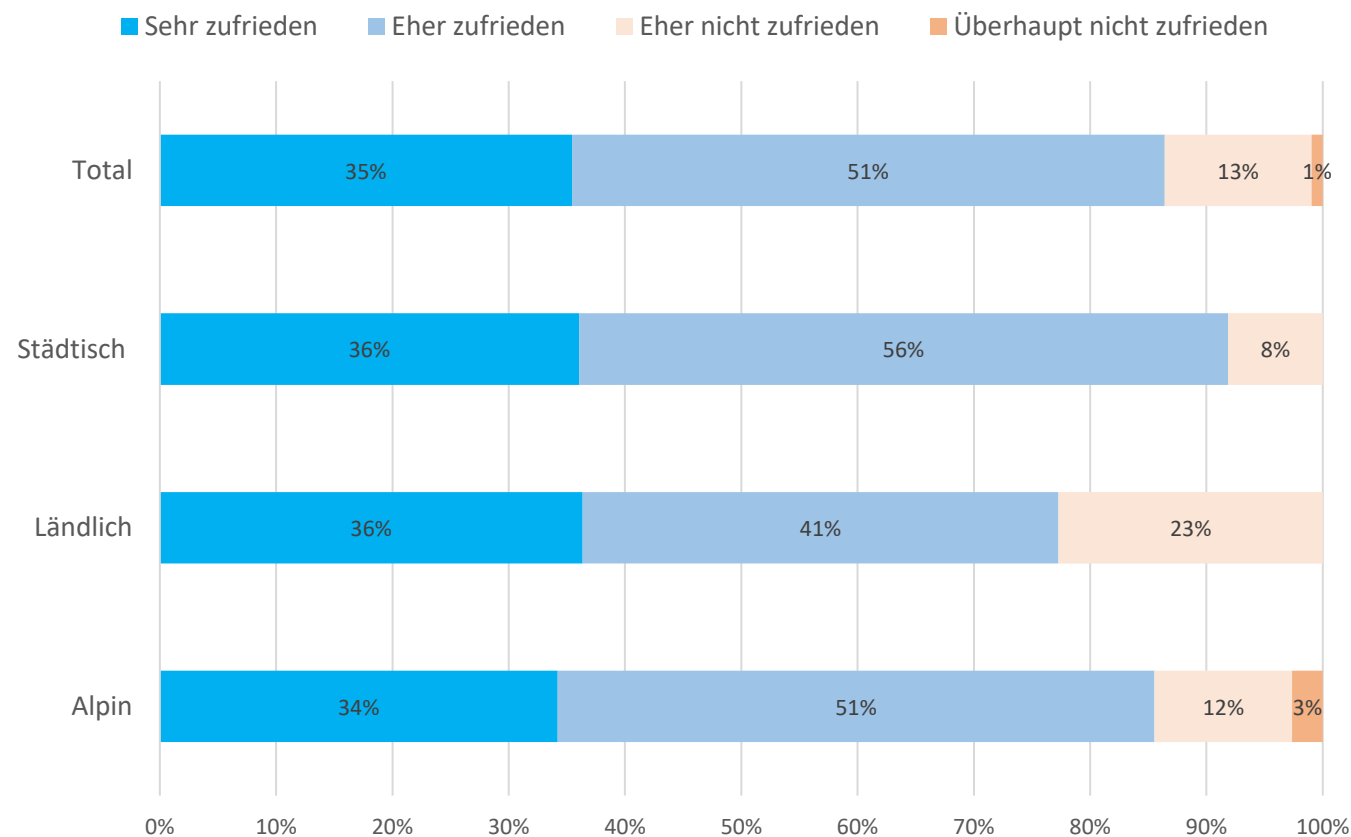


- Die Gesamtbewertung von Umsatz- und Kostenentwicklung fällt für rund die Hälfte der Betriebe positiv aus. Für 38 Prozent der Betriebe ergibt sich ein ausgeglichenes Ergebnis, während bei 14 Prozent die negativen Effekte überwiegen.
- Im ländlichen Raum hingegen berichten vergleichsweise mehr Betriebe von einer negativen Gesamtentwicklung – dort überwiegen die negativen Effekte bei etwa jedem vierten Betrieb.

Antworten (n)	
Total	204
Städte	85
Land	44
Alpin	75

Verlauf Sommersaison 2025: Betriebe sind (eher) zufrieden

Zufriedenheit Sommersaison 2025



- Etwa jeder dritte Betrieb zeigt sich mit dem Verlauf der vergangenen Sommersaison sehr zufrieden, rund jeder zweite ist eher zufrieden.
- Der Anteil weniger zufriedener Betriebe ist im städtischen Raum am geringsten und im ländlichen Raum am höchsten.

Antworten (n)	
Total	206
Städte	86
Land	44
Alpin	76

2. Ausblick: Wintersaison 2025/26



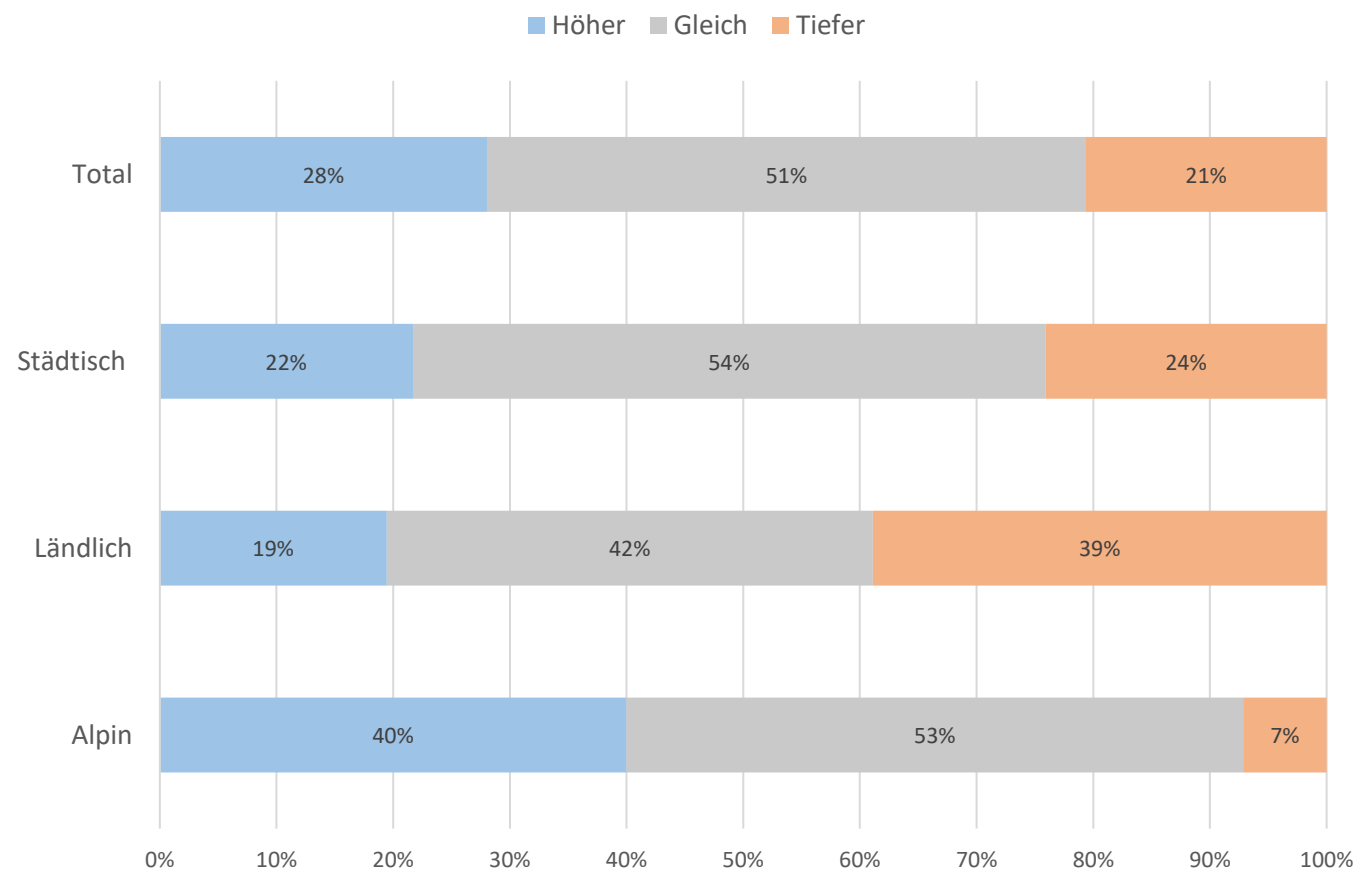
Summary: Ausblick Wintersaison 2025/26

- Städtische, ländliche und alpine Betriebe haben unterschiedliche Umsatzerwartungen für die Wintersaison 2025/26. Im alpinen Raum erwarten viele Betriebe (40%) steigende Umsätze, während im ländlichen Raum viele (39%) von sinkenden Umsätzen ausgehen.
- Etwa ein Drittel der Betriebe hat die Preise für die Wintersaison 2025/26 gegenüber dem Vorjahr erhöht, im alpinen Raum ist dieser Anteil vergleichsweise höher (53 %). Preisreduktionen sind nur selten.
- Hauptgründe für Preiserhöhungen sind gestiegene Personal- und Einkaufskosten, neue Preispolitik sowie eine erhöhte Nachfrage oder höhere Zahlungsbereitschaft der Gäste.



Prognose Wintersaison 2025/26: Unterschiedliche Umsatzerwartungen

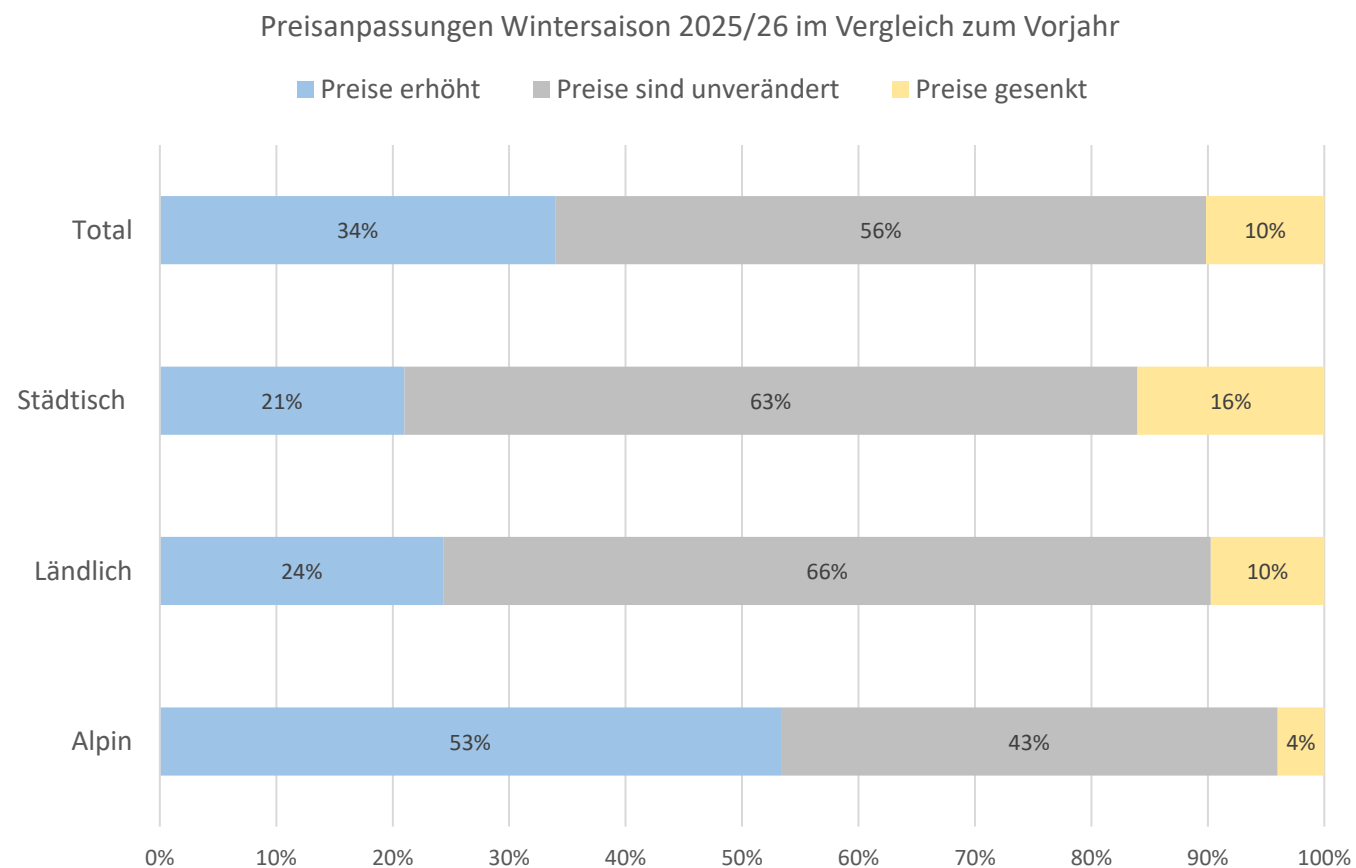
Prognose Umsatz Wintersaison 2025/26 im Vergleich zum Vorjahr



- Die Umsatzerwartungen für die Wintersaison 2025/26 unterscheiden sich deutlich zwischen den Tourismuszonen.
- Im alpinen Raum rechnen vergleichsweise mehr Betriebe mit steigenden Umsätzen (40 %), während im ländlichen Raum mehr Betriebe sinkende Umsätze erwarten (39 %).
- In den Städten zeigt sich ein ausgeglichenes Bild.

Antworten (n)	
Total	189
Stadt	83
Land	36
Alpin	70

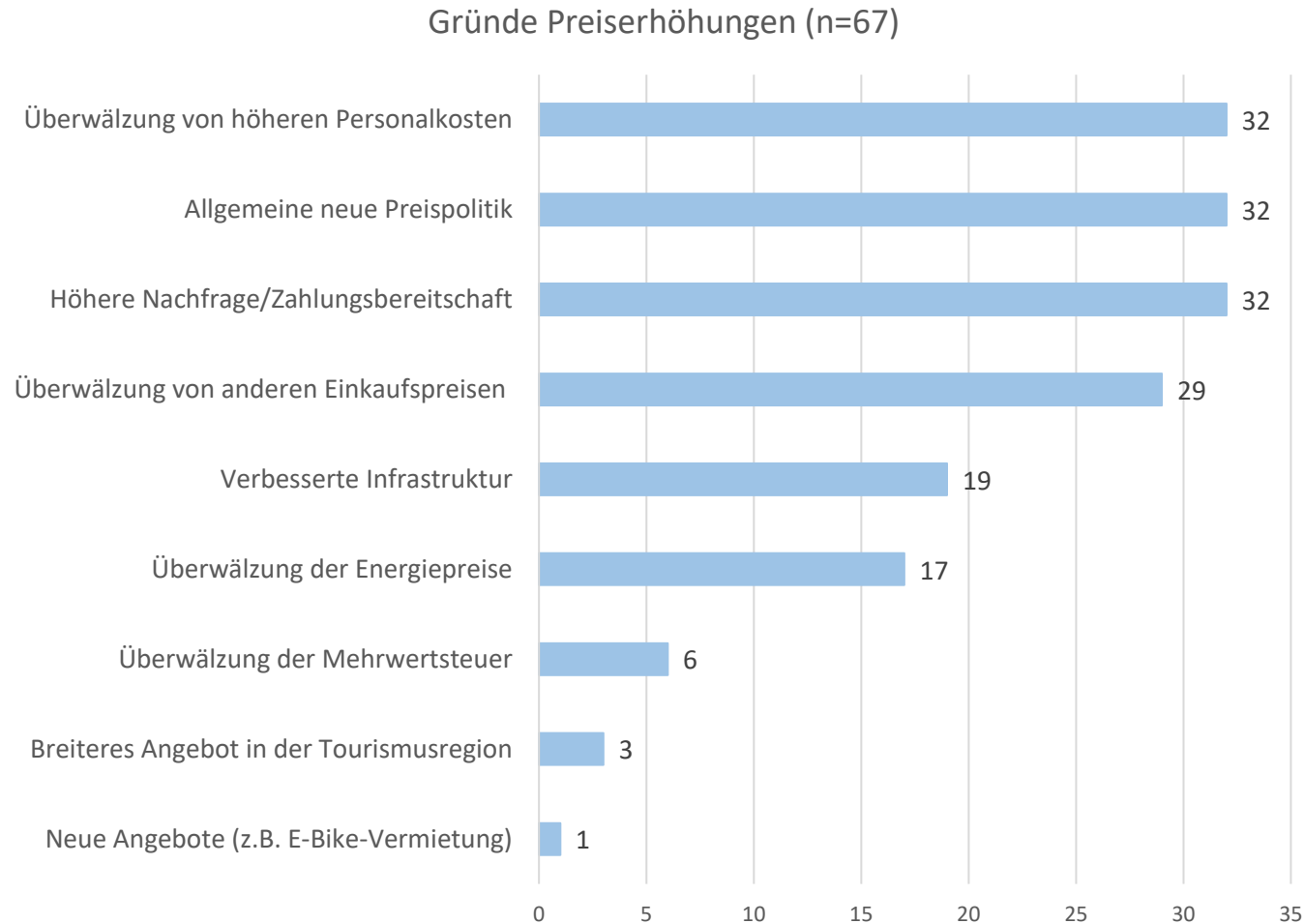
Preisanpassungen Wintersaison 2025/26: Preise bei den meisten Betrieben unverändert



- Über die Hälfte der Betriebe hat die Preise für die Wintersaison 2025/26 gegenüber dem Vorjahr unverändert gelassen.
- Über alle Zonen hinweg hat etwa jeder dritte Betrieb die Preise erhöht – im alpinen Raum liegt der Anteil mit Preiserhöhungen jedoch bei mehr als 50 %.
- Nur wenige Betriebe haben ihre Preise gesenkt; in den Städten liegt dieser Anteil mit 16 % etwas höher als in den anderen Tourismuszon.

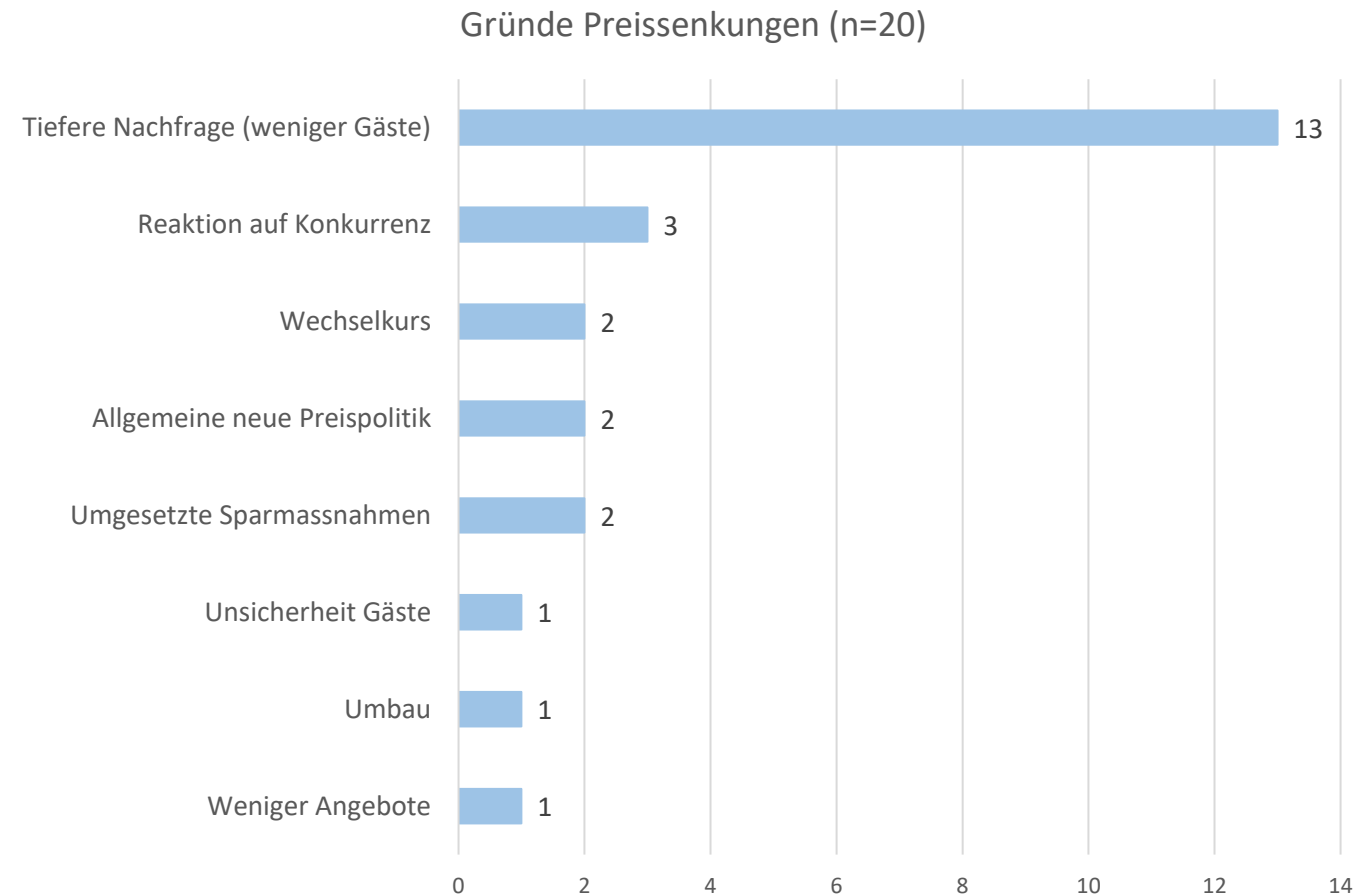
Antworten (n)	
Total	197
Stadt	81
Land	41
Alpin	75

Preiserhöhungen aufgrund diverser Faktoren



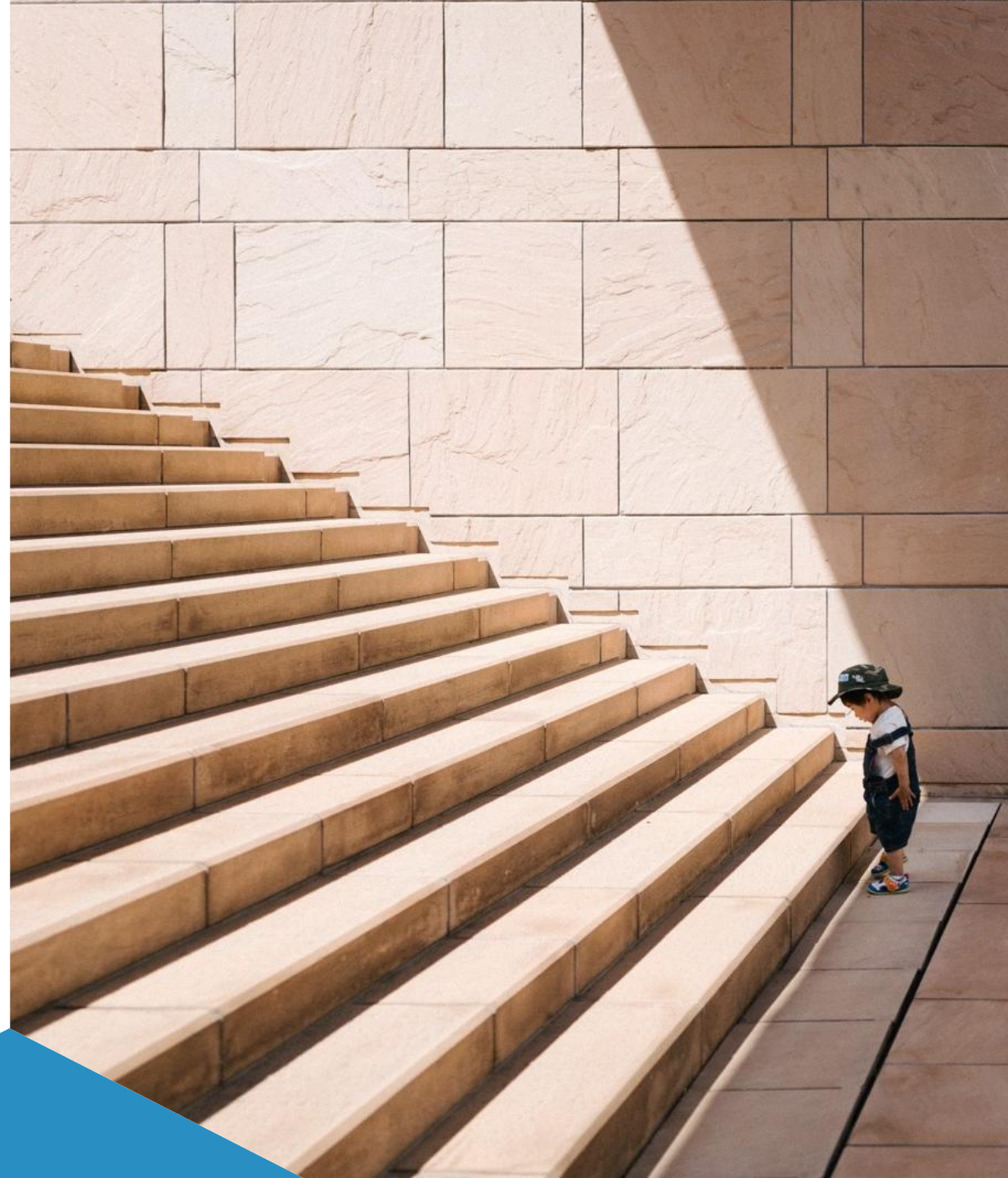
- Wie schon in den vergangenen Umfragen zählen auch diesmal diverse Kostengründe zu den Hauptgründen für Preiserhöhungen, insbesondere gestiegene Personal- und Einkaufskosten.
- Darüber hinaus nannten viele Betriebe als Begründung neue Preispolitik oder eine gestiegene Nachfrage bzw. höhere Zahlungsbereitschaft.

Seltene Preissenkungen als Reaktion auf Nachfrage



- Preissenkungen wurden nur selten vorgenommen.
- Betriebe, die ihre Preise gesenkt haben, taten dies überwiegend als Reaktion auf rückläufige Nachfrage.

3. Herausforderungen der Branche

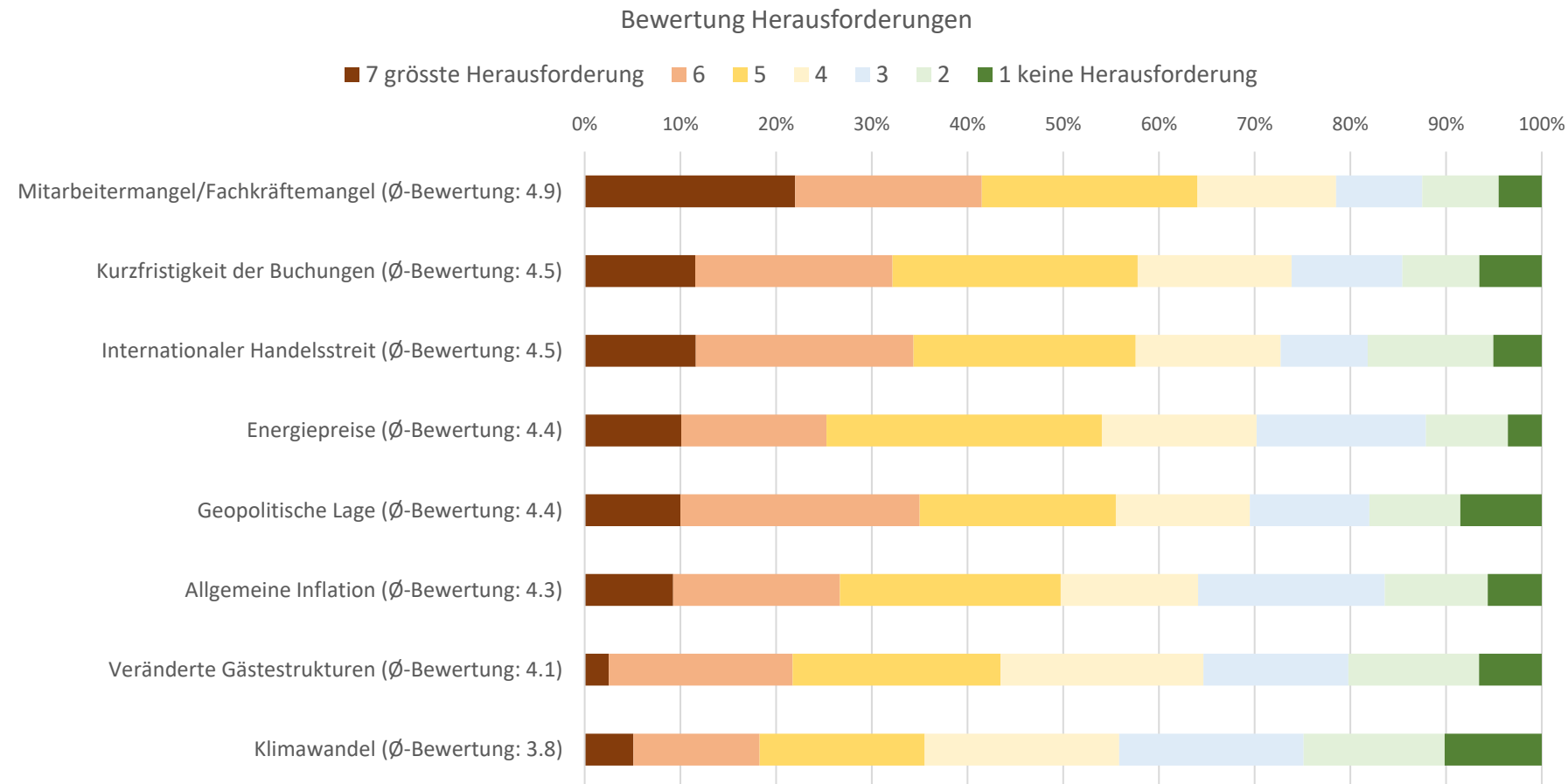


Diverse Herausforderungen: Sorgen um Fachkräftemangel dominieren

- Die Umfrageteilnehmer wurden nach den grössten Herausforderungen für die Schweizer Beherbergungsbranche in der Wintersaison 2025/26 gefragt (vgl. Details nächste Folie).
- Der Fachkräfte- bzw. Mitarbeitermangel wird wieder deutlich als wichtigste Herausforderung bewertet.
- Danach folgen die Herausforderungen der Kurzfristigkeit der Buchungen, des internationalen Handelsstreits, der Energiepreise, der geopolitischen Lage und der allgemeinen Inflation – diesen Herausforderungen wurde sehr ähnliches Gewicht beigemessen.



Diverse Herausforderungen: Sorgen um Fachkräftemangel dominieren

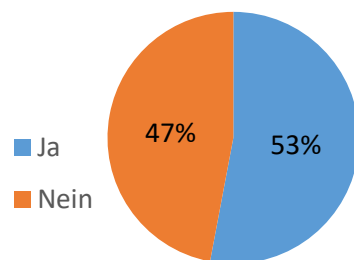


4. Lernende



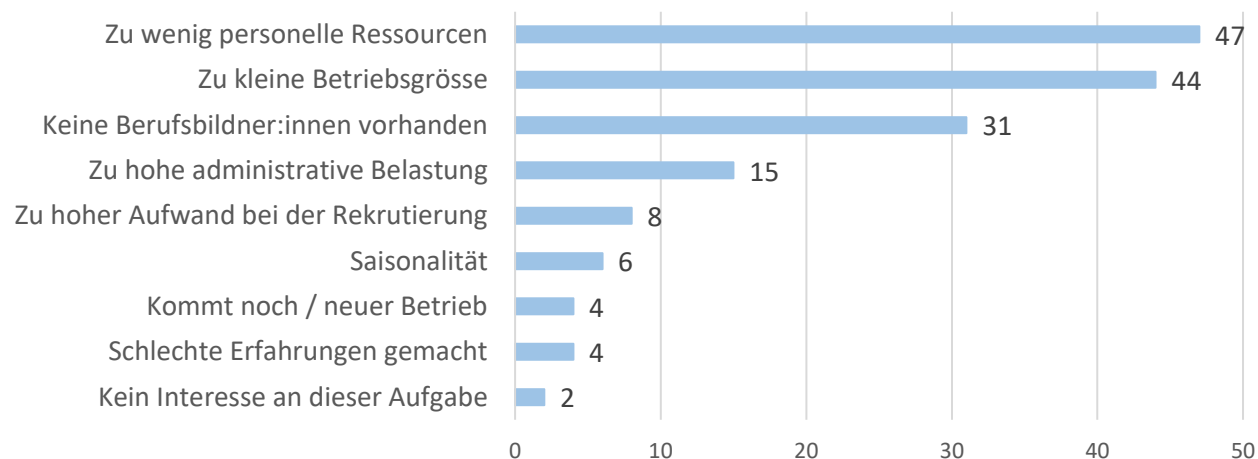
Fehlende personelle Ressourcen als Hindernis für Ausbildungen

Ist Ihr Betrieb ein **Ausbildungsbetrieb**? (n = 202)

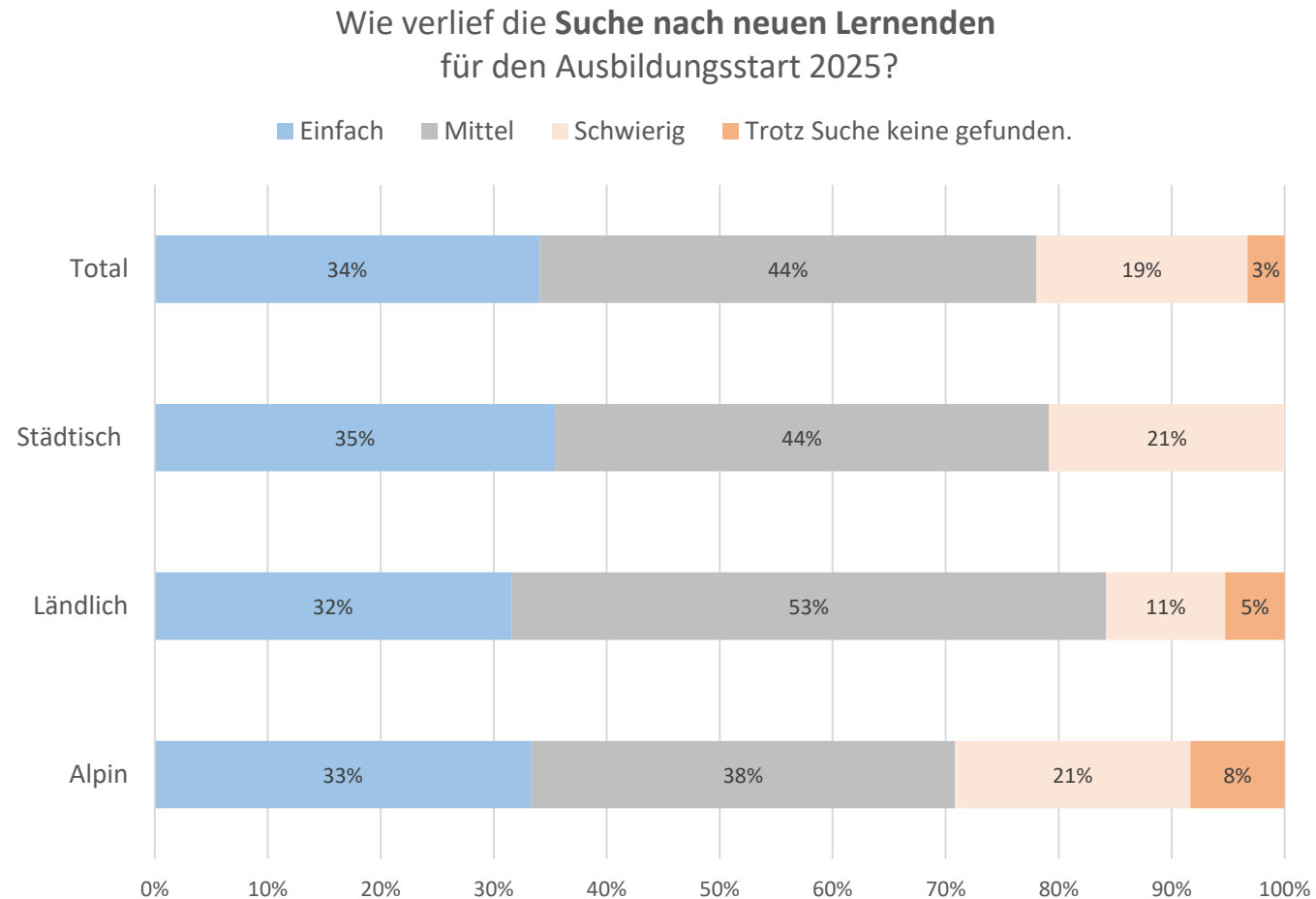


- Viele Betriebe bilden keine Lernenden aus, da ihnen die personellen Ressourcen fehlen oder ihre Betriebsgrösse zu klein ist.
- Zusätzlich werden der administrative Aufwand und die Herausforderungen bei der Rekrutierung häufig als Hinderungsgründe genannt.

Aus welchen **Gründen** ihr Ihr Betrieb kein Ausbildungsbetrieb? (n=95)



Lehrstellen in alpinen Gebieten schwieriger zu besetzen

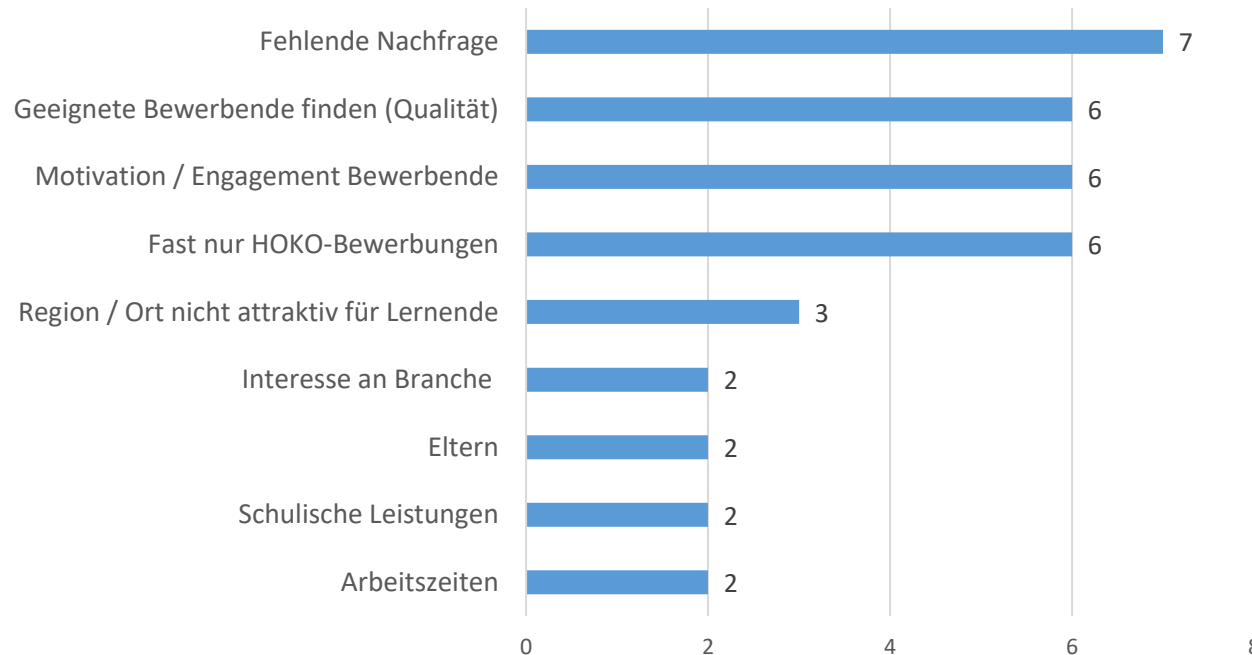


- Die Suche nach neuen Lernenden wurde in allen Regionen mehrheitlich positiv eingeschätzt.
- Am schwierigsten gestaltet sich die Besetzung von Lehrstellen weiterhin im alpinen Raum. Dort blieben die Rekrutierungsbemühungen bei 8% der Ausbildungsbetriebe gar erfolglos.

Antworten (n)	
Total	91
Stadt	48
Land	19
Alpin	24

Lernendensuche: Fehlende Bewerbungen als Hauptherausforderung

Was waren Ihre **Hauptherausforderungen** bei der Suche nach neuen Lernenden? (n=33)

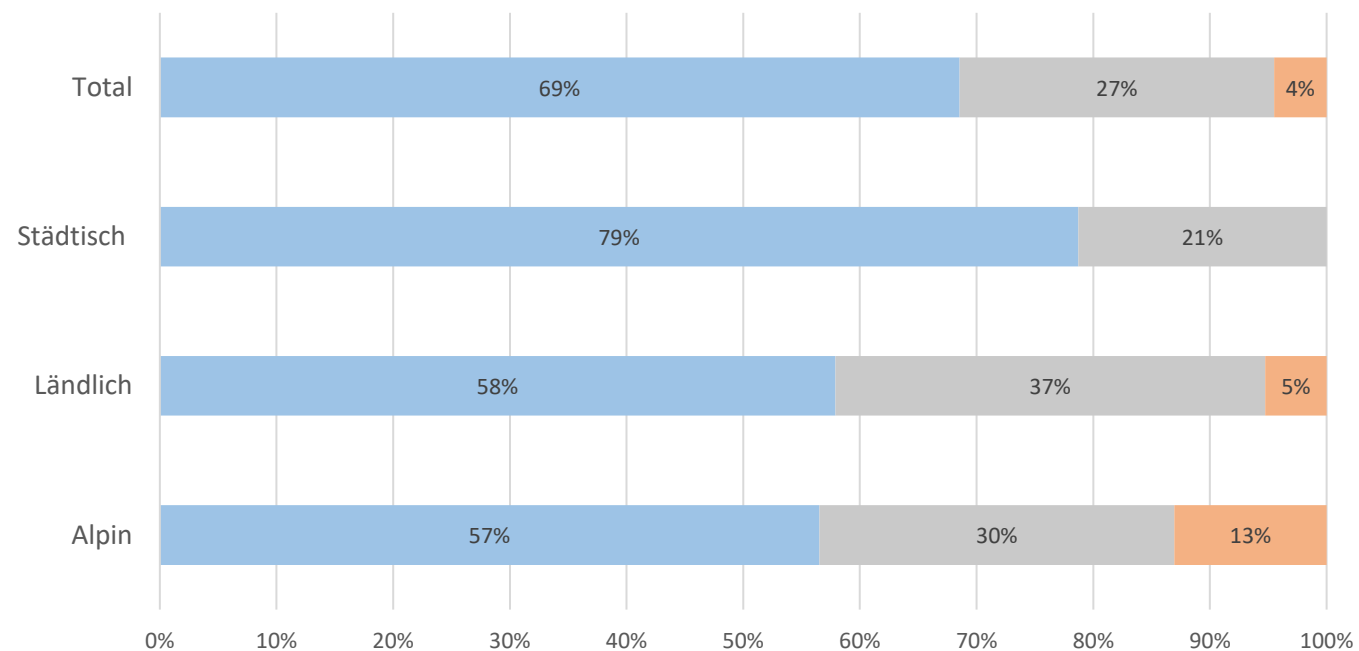


- Als Hauptgründe für unbesetzte Lehrstellen werden fehlende oder ungeeignete Bewerbungen genannt.
- Zudem wird die einseitige Nachfrage nach Lehrstellen als Hotel-Kommunikationsfachfrau/-mann (HOKO) als weiterer Faktor für unbesetzte Stellen erwähnt.

Mehrheit der offenen Lehrstellen konnte besetzt werden

Konnten Sie alle verfügbaren Lehrstellen für den Ausbildungsstart im Jahr 2025 **erfolgreich vergeben**?

- Ja, alle verfügbaren Stellen wurden besetzt.
- Nein, nur einige der verfügbaren Stellen wurden besetzt.
- Nein, keine der verfügbaren Stellen wurde besetzt.



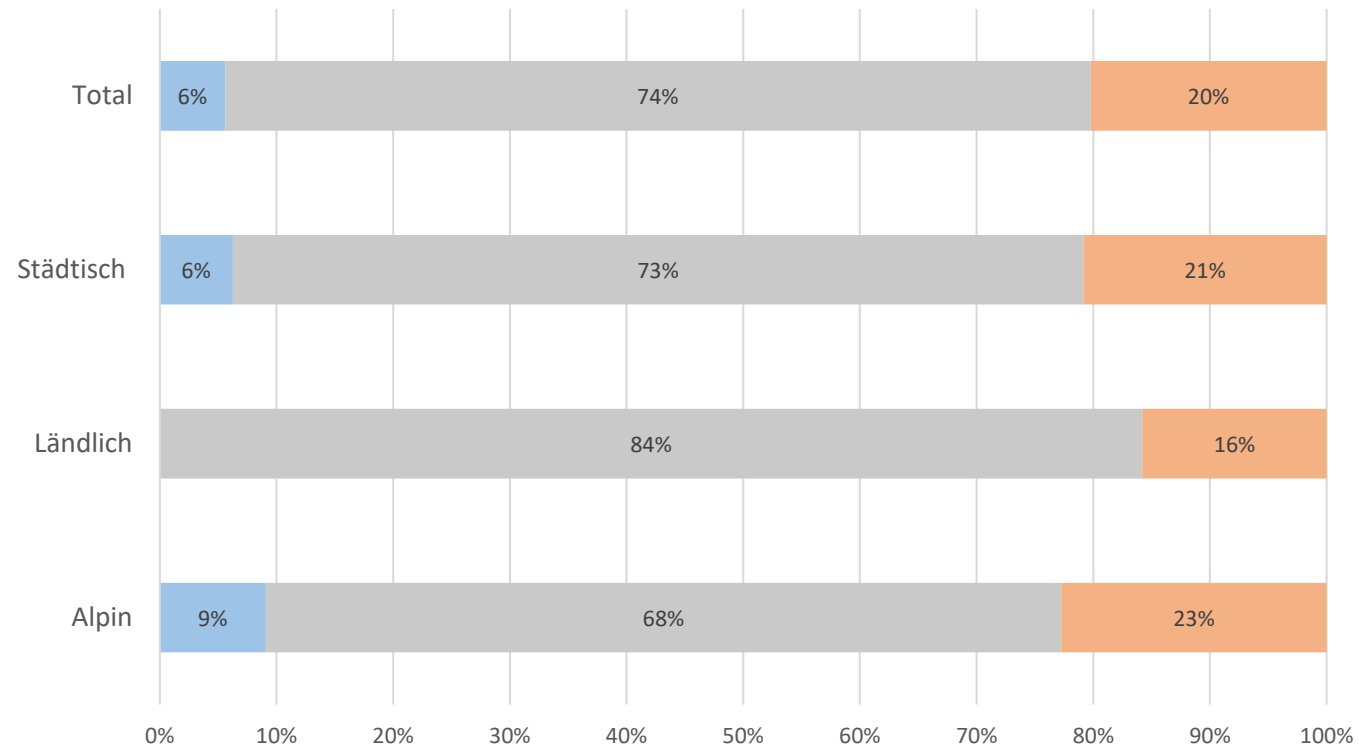
- Zwei Drittel der Betriebe konnten alle Lehrstellen erfolgreich besetzen.
- Besonders städtische Betriebe gaben an, ihre Lehrstellen vollständig oder zumindest teilweise besetzt zu haben.
- Betriebe in ländlichen und vor allem alpinen Regionen berichteten hingegen häufiger von Schwierigkeiten, alle Lehrstellen erfolgreich zu besetzen.

Antworten (n)	
Total	89
Stadt	47
Land	19
Alpin	23

Rekrutierung von neuen Lernenden ist schwieriger geworden

Wie empfinden Sie die aktuelle Situation bei der Suche nach Auszubildenden **im Vergleich zum letzten Jahr?**

■ Einfacher geworden ■ Etwa gleich geblieben ■ Schwieriger geworden.



- Drei Viertel der Befragten beurteilen die Besetzung der Lehrstellen im Jahr 2025 ähnlich wie im Vorjahr.
- Rund 20 Prozent der Betriebe gaben an, dass sich die Lehrstellenbesetzung im Vergleich zum Vorjahr schwieriger gestaltet hat.

Antworten (n)	
Total	89
Stadt	48
Land	19
Alpin	22

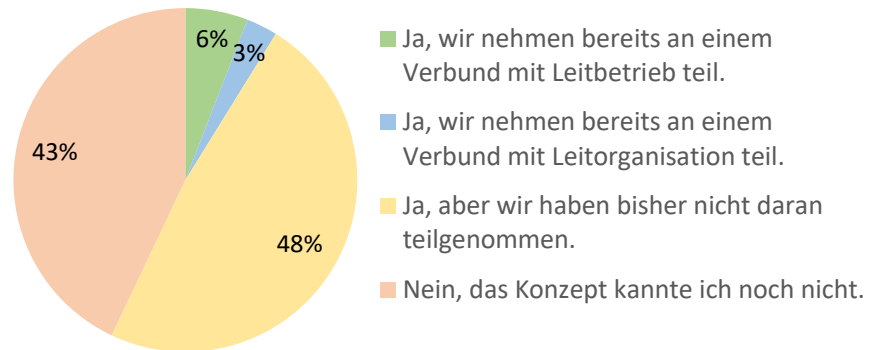
5. Lehrbetriebsverbünde



Lehrbetriebsverbünde haben noch viel Potential

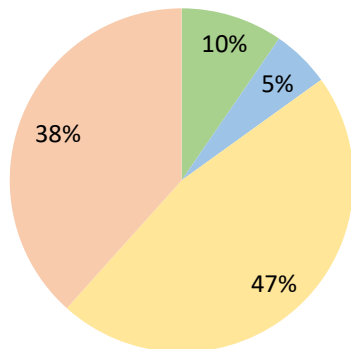
Kannten Sie das Konzept der Lehrbetriebsverbünde bereits vor dieser Umfrage?

Total (n = 170)

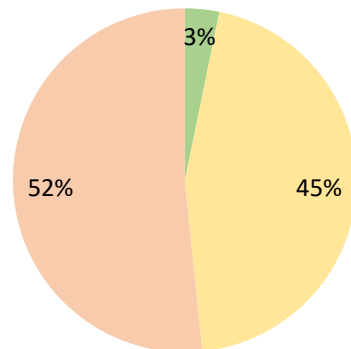


- Rund die Hälfte der Befragten kennt das Konzept der Lehrbetriebsverbünde nicht; im alpinen Raum ist es am wenigsten bekannt.
- Am stärksten verbreitet ist das Konzept gemäss Rückmeldungen in städtischen Gebieten. Insgesamt gaben 15 Prozent der befragten Betriebe an, sich an einem Ausbildungsverbund zu beteiligen.

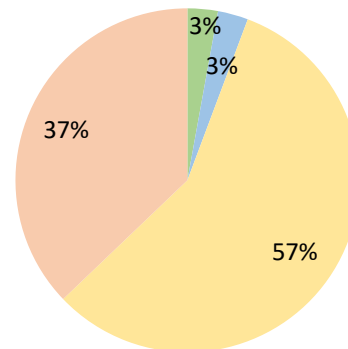
Städtisch (n = 73)



Alpin (n = 62)



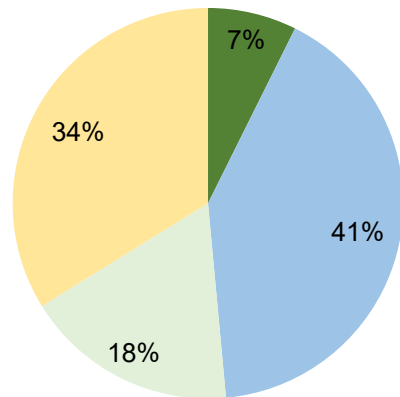
Ländlich (n = 35)



Lehrbetriebsverbünde stossen auf Interesse

Können Sie sich vorstellen, sich an einem Lehrbetriebsverbund zu beteiligen?
beantwortet von Betrieben, die nicht bereits beteiligt sind

Antworten Ausbildungsbetriebe
(n = 68)



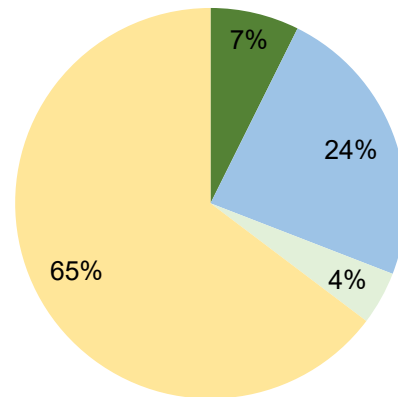
■ Ja, als Leitbetrieb

■ Ja, als Partnerbetrieb an einem Verbund mit Leitbetrieb

■ Ja, an einem Verbund mit Leitorganisation

■ Nein

Antworten Nicht-Ausbildungsbetriebe
(n = 68)



■ Ja, als Leitbetrieb

■ Ja, als Partnerbetrieb an einem Verbund mit Leitbetrieb

■ Ja, an einem Verbund mit Leitorganisation

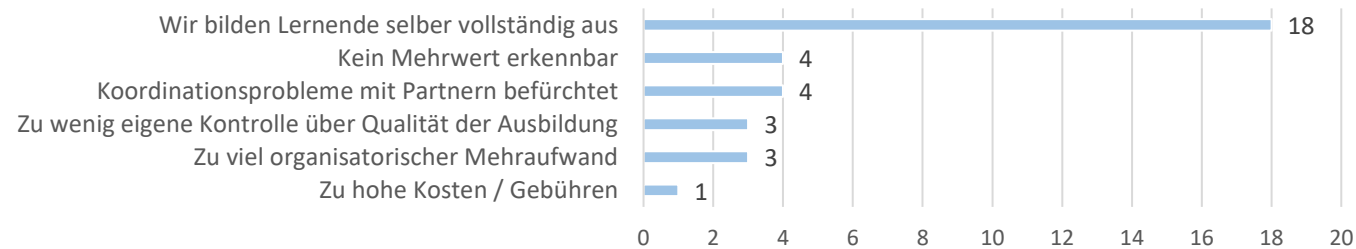
■ Nein

- Rund zwei Drittel der befragten Ausbildungsbetriebe können sich vorstellen, sich an einem Ausbildungsverbund zu beteiligen.
- Die Mehrheit dieser Betriebe zeigt dabei Interesse an einer Beteiligung als Partnerbetrieb.
- Auch unter den derzeit nicht ausbildenden Betrieben besteht Interesse: Rund 35 Prozent der Befragten können sich eine Beteiligung an einem Ausbildungsverbund vorstellen.

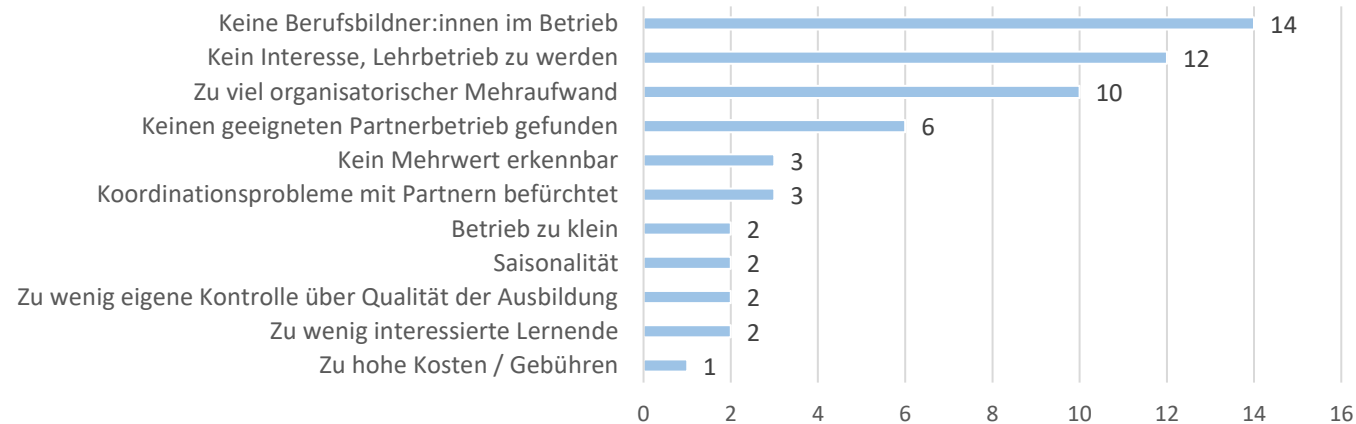
Gründe für die Nicht-Beteiligung am Lehrbetriebsverbund

Was sind die **Gründe**, weshalb Sie sich **nicht** an einem Lehrbetriebsverbund beteiligen möchten?

Ausbildungsbetriebe (n = 20)



Nicht-Ausbildungsbetriebe (n = 35)



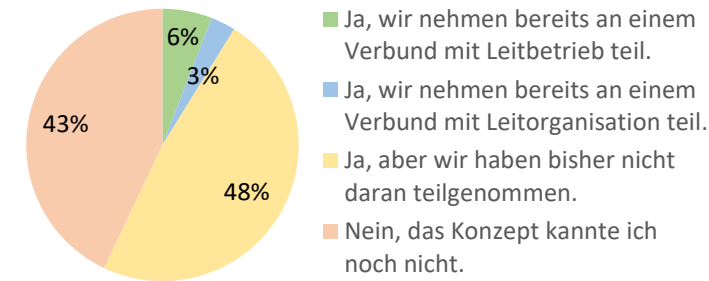
- Ausbildungsbetriebe nennen neben der eigenständigen Ausbildung von Lernenden auch den zusätzlichen koordinativen und administrativen Aufwand als Gründe für eine Nicht-Beteiligung an einem Lehrbetriebsverbund.
- Bei Betrieben, die derzeit keine Lernenden ausbilden, werden das Fehlen einer Berufsbildnerin oder eines Berufsbildners sowie mangelndes Interesse am häufigsten als Gründe für die Nicht-Beteiligung genannt.

Lehrbetriebsverbünde haben noch viel Potential

- An der Lageeinschätzung Herbst 2025 haben 209 Betriebe teilgenommen. Zwei Frageblöcke zu den Lernenden wurden integriert: Lehrstellenbesetzung 2025 und Lehrbetriebsverbünde
- Resultate Lehrstellenbesetzung 2025**
Die meisten offenen Lehrstellen konnten besetzt werden. Rund 20% gaben an, dass die Lehrstellenbesetzung schwieriger verlief als im Vorjahr. Hauptherausforderung sind fehlende Bewerbungen. Mühe haben insbesondere die alpinen Regionen. Hinderungsgründe, um Lernende auszubilden sind fehlende personelle Ressourcen und zu kleine Betriebsgrössen.
- Resultate Lehrbetriebsverbünde**
Fast die Hälfte der Befragten kennt das Konzept noch nicht. Genutzt wird es am häufigsten im städtischen Umfeld (15% der befragten städtischen Ausbildungsbetriebe). Rund 35% der befragten Nicht-Ausbildungsbetriebe können sich vorstellen, sich an einem Verbund zu beteiligen.

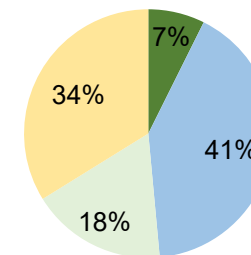
Kennen Sie das Konzept der Lehrbetriebsverbünde?

Total (n = 170)



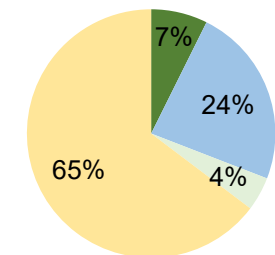
Können Sie sich vorstellen, sich an einem Lehrbetriebsverbund zu beteiligen?

Ausbildungsbetriebe (n=68)



- Ja, als Leitbetrieb
- Ja, als Partnerbetrieb an einem Verbund mit Leitbetrieb
- Ja, an einem Verbund mit Leitorganisation
- Nein

Nicht-Ausbildungsbetriebe (n=68)



- Ja, als Leitbetrieb
- Ja, als Partnerbetrieb an einem Verbund mit Leitbetrieb
- Ja, an einem Verbund mit Leitorganisation
- Nein