

Tourismusbarometer Gstaad - 1. Quartalsbericht (Feb. 23 - Apr. 23)

Das Δ steht jeweils für eine Veränderung gegenüber dem Vorjahr.

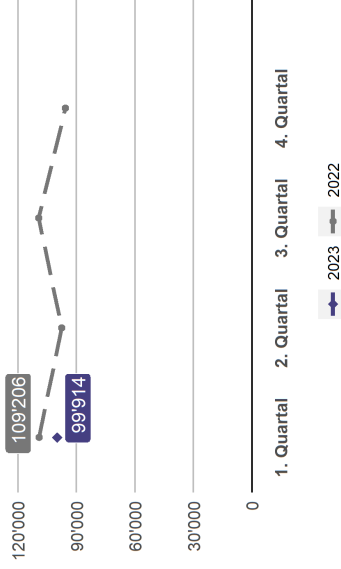


HOTELLOGIERNÄCHTE

Gesamt **99'914**

Veränderung (im Vergleich zum Vorjahr) **-9%**

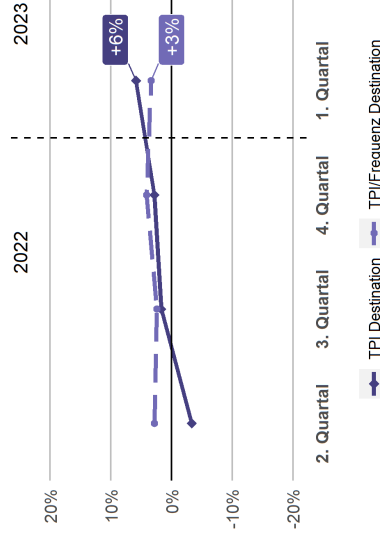
A) HOTELLOGIERNÄCHTE



Quelle: Logiernächte-Statistik

D) PERFORMANCE DESTINATION

im Vergleich zum Vorjahr



Quelle: Tourismusbarometer Umfrage

Δ UMSATZ

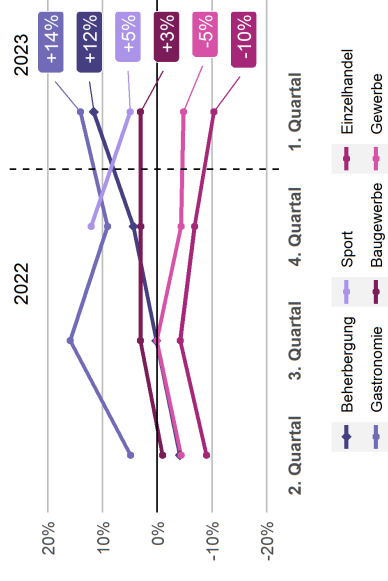
im Vergleich zum Vorjahr

Beherbergung **+12%**

Destination (TPI) **+6%**

B) Δ UMSATZ - BRANCHEN

im Vergleich zum Vorjahr



Quelle: Tourismusbarometer Umfrage

Δ UMSATZ/FREQUENZ

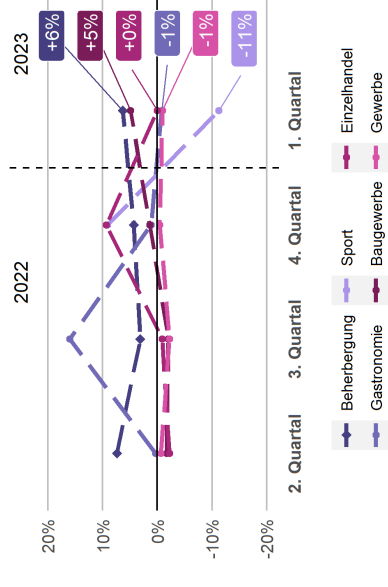
im Vergleich zum Vorjahr

Beherbergung **+6%**

Destination (TPI/Frequenz) **+3%**

C) Δ UMSATZ/FREQUENZ - BRAN.

im Vergleich zum Vorjahr

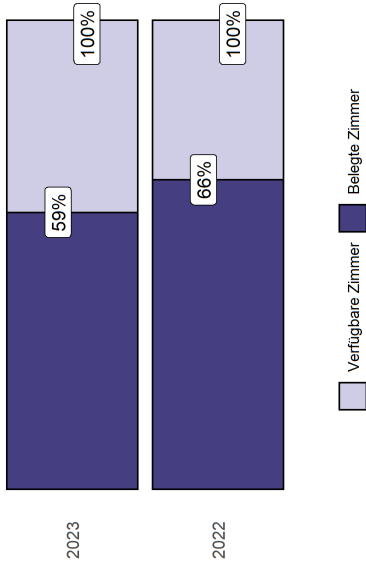


Quelle: Tourismusbarometer Umfrage

INTERPRETATION

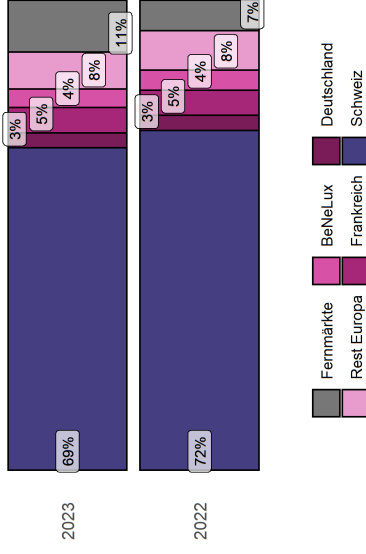
- A) Die Hotellogiernächte waren gegenüber dem Vorjahr leicht rückläufig.
- B) C) Die an der Umfrage teilnehmenden **Beherbergungs-Betriebe** konnten im vierten Quartal gegenüber dem Vorjahr +12% Umsatz verzeichnen. Dabei wurde pro Frequenz mehr (+6%) umgesetzt.
- B) C) Die an der Umfrage teilnehmenden **Gastronomie-Betriebe** konnten im vierten Quartal gegenüber dem Vorjahr +14% Umsatz generieren. Dabei wurde pro Frequenz weniger (-1%) umgesetzt.
- B) C) Die an der Umfrage teilnehmenden **Baugewerbe-Betriebe** konnten im vierten Quartal gegenüber dem Vorjahr +3% Umsatz generieren. Dabei wurde pro Frequenz mehr (+5%) umgesetzt.
- B) C) Die an der Umfrage teilnehmenden **Einzelhandel-Betriebe** mussten im vierten Quartal gegenüber dem Vorjahr -10% Umsatz verzeichnen. Dabei wurde pro Frequenz gleich viel (+0%) umgesetzt.
- B) C) Die an der Umfrage teilnehmenden **Gewerbe-Betriebe** mussten im vierten Quartal gegenüber dem Vorjahr -5% Umsatz verzeichnen. Dabei wurde pro Frequenz weniger (-1%) umgesetzt.
- D) Auf Destinationsebene führt dies zu einer Umsatzsteigerung um +6%. Dies ist auf den erhöhten Umsatz von +3% pro Frequenz zurückzuführen, da die Frequenzen leicht abnehmend waren (-1%).

E) HOTELZIMMERBELEGUNG



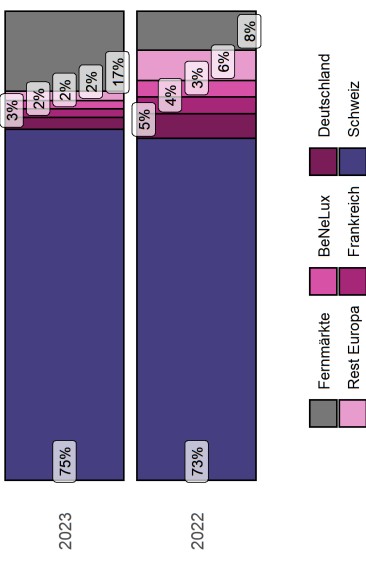
Quelle: Tourismusbarometer Umfrage

F) HOTEL GÄSTEMIX



Quelle: Logiernächte-Statistik

G) WEBSEITE BESUCHERMIX



Aufrufe der Seite www.gstaad.ch; Quelle: Gstaad Marketing

H) WETTER

	Sonne	Niederschlag	Temperatur
1. Quartal 2022	42 Tage	27 Tage	207mm
1. Quartal 2023	29 Tage	33 Tage	298mm
Norm	32 Tage	31 Tage	233mm
			3.9°C
			3.6°C
			2.7°C

Quelle: IDAWEB MeteoSchweiz, Station Château-d'Oex

PRO MEMORIA

- Gute Schneesportbedingungen im Februar, weniger gut im März und im April.
- Rekordumsätze im Februar, deutliche Reduktion im März und April spürbar.

INTERPRETATION

- E) Die Hotelzimmer der Umfrageteilnehmenden sind im Vergleich zum Vorjahr mit 59% leicht tiefer ausgelastet als im Vorjahr.
- F) Die Logiernächte zeigen mehr Gäste aus den Fernmärkten als im Vorjahr. Rund 69% sind Schweizer Gäste.
- G) Der Besuchermix der Webseite deutet auf ein grosses Interesse aus den Fernmärkten hin. In der laufenden Wintersaison ist mit mehr Gästen aus diesen Märkten zu rechnen.
- H) Im Februar konnten viele Tage mit guten Schneebedingungen verzeichnet werden, im März und April gab es viel Niederschlag.

HINWEISE

Für eine detaillierte Beschreibung und Herleitung aller hier verwendeten Kennzahlen konsultieren Sie die beigelegte Dokumentation.

Dieses Dokument ist für die **Destination Gstaad** bestimmt und wurde auch nur an die von Ihnen registrierte EMail-Adresse flurin.riedi@gstaad.ch versendet. Die Daten dazu werden verschlüsselt auf dem Server der Universität Bern sicher abgelegt und werden nicht an Dritte weitergegeben.

Gstaad Saanenland Tourismus
Promenade 41
3780 Gstaad
Tel. +41 (0)33 748 81 81
info@gstaad.ch
www.gstaad.ch

Universität Bern
Schanzeneckstrasse 1
Postfach 3001 Bern
Tel. +41 (0)31 631 37 11
info.cred@unibe.ch
www.cred-l.unibe.ch

u^b

**UNIVERSITÄT
BERN**

CREd

CENTER FOR REGIONAL
ECONOMIC DEVELOPMENT
Forschungsstelle **Tourismus**