



Seilbahnen Schweiz  
Remontées Mécaniques Suisses  
Funivia Svizzera  
Penticularas Svizras

# Saisonbilanz Winter 2015 / 16

Frequentierung der Skigebiete

Laurent Vanat  
November 2016

## **Herausgeber**

Seilbahnen Schweiz (SBS)  
Dählhölzliweg 12  
CH-3000 Bern 6  
Telefon +41 (0)31 359 23 33  
Fax +41 (0)31 359 23 10  
info@seilbahnen.org  
www.seilbahnen.org

## **Autor**

Laurent Vanat Consulting SARL  
19 ch. de la Margelle  
1224 Genève  
Telefon +41 (0)22 349 84 40  
vanat@vanat.com  
www.vanat.com

## **Leitung/Konzept**

Maurice Rapin, Susanne Widmer

## **Gestaltung**

Angela De Stefano, Philipp Lädach

## **Übersetzung**

Bruno Galliker, Sylvie Schneuwly

## **Auflage**

500 deutsch, 200 französisch

© Seilbahnen Schweiz (SBS), Bern  
November 2016

# INHALT

<b>EINLEITUNG</b>	<b>4</b>
Freunde des Wintersports, wacht auf!	5
Was hat es mit den Skier-days auf sich?	8
Methodik	9
<b>SAISONERGEBNIS</b>	<b>11</b>
Skier-days 2015/16	11
Die Branchenumsätze	14
Verlauf der Saison	15
Betriebsdauer der Stationen	16
Regionale Trends – Frequentierung	18
Regionale Trends – Umsätze	21
Kundenkreis	22
<b>PREISENTWICKLUNG</b>	<b>23</b>
Preisentwicklung der Skipässe in der Schweiz	23
Mittlerer Preis pro Skier-day	24
Internationaler Vergleich	25
Situation im Beherbergungssektor	28
Frequentierung der übrigen Alpenländer	32



## **Laurent Vanat**

ist ein Allrounder, der sich im Handumdrehen in einen Spezialisten verwandeln kann. Der diplomierte Wirtschaftswissenschaftler (Universität Genf) besitzt über 30 Jahre Berufserfahrung als Unternehmensberater und als Manager im Verkauf, in leitender Funktion in Finanzabteilungen und in Geschäftsleitungen diverser Firmen. Zu seinen Beratungskunden gehören Unternehmen und Organisationen aller Sektoren und Branchen.

In seiner derzeitigen Funktion im Hotellerie- und Freizeitbereich verfolgt er seit vielen Jahren intensiv die Entwicklung der Wintersportorte. Auf der Suche nach Daten über die Skigebiete wurde Vanat schon früh auf die Problematik der Skier-days aufmerksam. Angesichts der Schwierigkeiten bei der Konsolidierung dieser Daten für den Schweizer Markt sah er eine Gelegenheit, der Branche seine Dienste zur Verfügung zu stellen, und begann mit einer systematischen Erhebung der Besucherzahlen und der Publikation einer saisonalen Bilanz, die seit der Wintersaison 2004/05 regelmässig erscheint. Um die Untersuchung möglichst auf alle wichtigen Wintersportgebiete auszudehnen, hat Vanat zudem seit 2009 seine Daten im Verhältnis zur internationalen Situation konsolidiert. Sein Bericht «International Report on Snow & Mountain Tourism» wird mittlerweile weltweit als Referenz anerkannt.

# Freunde des Wintersports, wacht auf!

Auch diese zwölfte Ausgabe der Saisonbilanz zeichnet im Hinblick auf die Freqüentierung der schweizerischen Skistationen ein bedrückendes Bild. Erneut schloss die Wintersaison mit noch schlechteren Ergebnissen als schon das Vorjahr. Es ist höchste Zeit, aufzuwachen, aus diesen Zahlen Schlüsse zu ziehen und in viel grösserem Umfang tätig zu werden als bisher.

Wie sich das Geschäft entwickelte, ermittelte die Wintersportbranche in vielen Ländern lange Zeit praktisch nur anhand ihrer Umsätze. Stiegen die Einkünfte, war es eine gute Saison. Sanken sie, dann waren üblicherweise schlechtes Wetter, Schneemangel und gelegentlich auch die Konjunktur daran schuld. Was aber wirklich geschah, hatte man nicht genau im Blick. Langfristig zeigten die Einkünfte aufgrund ständig steigender Preise unter dem Strich eine Wachstumstendenz.

Seit Beginn der 2000er-Jahre ermitteln die meisten grossen Skigebiete (wenn auch leider nicht alle) Jahr für Jahr ihre Skier-days nach dem Vorbild Nordamerikas, wo dieser Parameter schon seit längerem gebräuchlich ist. Dank kontinuierlicher Verfolgung dieses Indikators über mehrere Jahre wissen wir heute, dass es um mehr geht als nur um gutes oder schlechtes Wetter, gute oder schlechte Schneeverhältnisse oder eine gute oder schlechte Konjunktur.

Das Problem ist umfassender. Trotz Bevölkerungswachstums bleibt die Zahl der Skifahrer/Skier-days unverändert. Diese Tatsache wurde nach und nach in den meisten grossen Märkten erkennbar. In der Schweiz zeigte die Beobachtung der langfristigen Entwicklung zudem einen bedenklichen Abwärtstrend bei der Zahl der Skier-days. Sogar Märkte, die noch ein Wachstum auswiesen, kamen plötzlich ins Stocken oder setzten ebenfalls zum Sinkflug an. Das ging so weit, dass in der Saison 2012/13 sämtliche grossen Märkte einen generellen Rückgang verzeichneten, sogar diejenigen, die bis dahin Kunden von anderen Regionen abgeschöpft hatten (etwa als die Gäste aus der EU von der Schweiz nach Österreich und Frankreich abwanderten). Die Winter 2014/15 und 2015/16 haben diesen Trend nicht aufhalten können.

## EINLEITUNG

Das Problem beschränkt sich nämlich nicht auf die Zielgebiete, sondern betrifft auch die europäischen Länder, aus denen die Gäste der Skistationen stammen. **Der gesamte Markt der westlichen Wintersportler ist rückläufig**, während die Zahl der Skifahrer international dank aufstrebender Schwellenländer wie China steigt. Da allerdings der Konsum pro Wintersportler in diesen Ländern noch erheblich geringer ist als in den herkömmlichen Märkten, stagniert die Gesamtzahl der Skier-days.

Die Entwicklung des Wintersportmarkts basiert auf diversen Vektoren. Es ist eine Gleichung mit mehreren Faktoren, doch wir haben diese Parameter und Variablen nicht gut im Griff. Über die langfristigen Klimaveränderungen hinaus gibt es weitere Elemente. Eine wichtige Rolle spielen beispielsweise die demografische Entwicklung in den westlichen Ländern und der umfangreichere und stärker diversifizierte globale Wettbewerb bei Ferien- und Freizeitaktivitäten. **Massgeblich sind aber auch die Verbleibsquote von Skianfängern und die verfügbaren Möglichkeiten, das Skifahren zu lernen.**

Die beiden letzten Punkte stellen derzeit zweifellos das akuteste und verbreitetste Problem dar, dem sich die Branche in den kommenden Jahren stellen muss. Das betrifft nicht nur die reifen Märkte, die Mühe haben, ihren Kundstamm kontinuierlich zu erneuern, sondern auch den Ausbau von Märkten wie China. Gelingt es der Branche nicht, Schulungsmethoden zu entwickeln, die dem heutigen Konsumentenverhalten besser gerecht werden, besteht die Gefahr, potenziellen Skinachwuchs von vornherein abzuschrecken und damit auf Dauer aus dem Markt zu katapultieren. Aufgrund der zunehmenden Kurzaufenthalte in den Wintersportstationen reduziert sich die traditionelle Skiwoche auf wenige Tage, der Tagesausflug auf wenige Stunden. Darauf müssen sich die Skischulen ausrichten. **Es ist in der Branche kein Geheimnis, dass die erste Skistunde für Anfänger oft alles andere als angenehm verläuft und die meisten schnell die Lust verlieren.** Ohne eine ansprechendere Betreuung in den Stationen und angemessene Lehrmethoden, die den Anfängern schon in der ersten halben Stunde auf Brettern Spass am Skifahren vermitteln, wird es zunehmend schwer sein, Neulinge langfristig für den Wintersport zu begeistern.

Wir verfügen zwar seit mittlerweile gut zehn Jahren über Statistiken zur Frequenzierung unserer Schweizer Skistationen, doch die Amerikaner beobachten ihre Skier-days bereits seit über 40 Jahren! Seit fast einem halben Jahrhundert also analysieren sie ihre Kundschaft und verfolgen die Entwicklungen. Seit langem kennen sie ihre Wintersportler und deren Gewohnheiten sehr genau und sie haben

schon vor gut zwölf Jahren erkannt, dass die Skier-days mit dem Bevölkerungswachstum nicht Schritt halten. Bewusst unternahmen sie Anstrengungen, um die Abwanderung von ihren Wintersportorten zu bremsen. Inzwischen stellen sie fest, dass einige dieser Aktionen zwar Früchte tragen, insgesamt aber noch viel zu tun bleibt, um den Rückgang der Eintritte aufzuhalten. Auch wenn die nordamerikanische Wintersportindustrie nicht in jeder Beziehung vorbildlich ist und teilweise auch anderen Marktbedingungen unterliegt als wir hier in Europa, können wir dennoch einiges von ihr lernen.

In der Schweiz (wie auch andernorts im Alpenraum, falls das ein Trost ist) kennen wir unsere Kundschaft kaum. Gewissheit haben wir dank der bisher angesammelten Vergleichsdaten zurzeit nur darüber, dass die Skier-days kontinuierlich sinken und dass dies nicht nur auf die Schneeverhältnisse, das Wetter oder die Konjunktur zurückzuführen ist. Deshalb ist es höchste Zeit, dass wir aus der Lethargie erwachen und endlich konkreter darüber nachdenken, was wir tun können, damit wir für unsere Kunden attraktiver werden und sie besser zufriedenstellen. Dazu müssten wir sie aber erst einmal genau kennen. Wenn es den Amerikanern, die uns auf diesem Gebiet immerhin schon viel voraus haben, bisher trotz intensiver Anstrengungen nicht gelungen ist, den Trend umzukehren, ist es umso dringlicher, dass wir endlich damit anfangen, denn sonst werden wir womöglich erst wach, wenn es endgültig zu spät ist.

Wir brauchen mehr als nur Angaben zur Herkunft unserer Gäste (und selbst damit haben wir Mühe). Primär sollten wir vor allem viel mehr über die heimische Klientel in Erfahrung bringen, die verschiedenen Segmente und die Vorlieben und Bedürfnisse kennen. Aufgrund dieser Informationen können wir uns überlegen, wie man die Stationen für diese Kunden attraktiver macht und wie man sie langfristig anbindet. Dass die europäischen Babyboomer, die sich allmählich aus dem Wintersport zurückziehen, auf den Pisten demnächst durch die Chinesen abgelöst würden, ist eine Illusion, von der wir uns endlich verabschieden sollten.

Vor allem aber müssen wir uns mehr auf unsere eigentliche Aufgabe konzentrieren. Sie besteht nicht darin, veraltete Seilbahnanlagen durch neue zu ersetzen, was natürlich oft viel Aufsehen erregt (und gelegentlich weitere Sorgen nach sich zieht), sondern viel eher darin, Ersatz für die geburtenstarken Jahrgänge zu finden, die sich allmählich vom Skisport verabschieden. Der Schlüssel dazu sind die Skischulen, doch leider haben die Seilbahnbetreiber in den alpinen Stationen gerade auf den Skiunterricht oft wenig oder gar keinen Einfluss. Wie sollen sie als wichtigste Akteure der Skistationen für ein Nachwachsen ihrer Klientel

sorgen, wenn sich das dafür unverzichtbare Training weitgehend ihrer Kontrolle entzieht? Dieser schwierigen Herausforderung ist man sich bisher in den Alpen noch nicht hinreichend bewusst, ebenso wenig wie der Tatsache, dass den Seilbahnbetreibern – im Gegensatz zu vielen ihrer nordamerikanischen Kollegen – damit meist auch eine sprudelnde Einnahmequelle entgeht.

# Was hat es mit den Skier-days auf sich?

Der aussagekräftigste Messwert, um die Frequentierung der Skistationen zu ermitteln, ist – wie auch für viele andere Freizeitzentren – die Anzahl Besucher. Diese seit langem in vielen Ländern eingesetzte Methode setzt sich allmählich auch in der Schweiz durch. Einige Gesellschaften verwenden sie schon seit längerem, andere hingegen haben sich damit noch nicht anfreunden können oder kennen diese Messgröße gar nicht.

Die Frequentierung ist einer der wichtigsten Indikatoren für die jährliche Entwicklung der wirtschaftlichen Lage. Die Umsatzzahlen allein sagen noch nicht viel darüber aus, wie ein Betrieb abschneidet, zumal die Angabe in Franken Schwankungen der Besucherzahlen maskieren kann. Erfasst man lediglich den Umsatz, wird der Unterschied zwischen Preiserhöhungen und veränderter Frequentierung schnell verwischt. Andererseits ermöglicht auch die in der Schweiz übliche Zählung der transportierten Personen (oder die Zahl der Berg- und Talfahrten) keine exakte Messung der Auslastung der Anlage, die den Umsatz generiert. Die dabei ermittelte Zahl eignet sich auch nur bedingt für Vergleiche zwischen den Stationen, da sie von der Art der Anlage abhängig ist. Einen Schlepplift benutzt ein Skifahrer vielleicht fünfmal, bis er ebenso viele Höhenmeter «konsumiert» hat wie bei einer einzigen Bergfahrt mit der Seilbahn. Auch die Zahl der verkauften Skipässe stellt kein verlässliches Messinstrument für die Performance dar, denn es gibt zu viele verschiedene Arten mit unterschiedlichen Laufzeiten. 20 mit Rabatt verkaufte Halbtageskarten geben nicht dieselbe Auslastung wieder wie 20 zum vollen Preis verkaufte Wochen-Abonnements. Um die Frequentierung einer Skistation zu beurteilen, benötigt man deshalb eine klare, mess- und vergleichbare Masseinheit: die Skier-days.



Die Definition lautet: ein «Skier-day» (journée-skieur, Skifahrertag) ist der Tagesbesuch einer Person zum Ski- oder Snowboardfahren (oder einem vergleichbaren Brettsport) in einem Skigebiet, unabhängig vom bezahlten Tarif (Skier-days umfassen also alle Besuche mit Halbtages- und Tages-Skipass, Kinder- oder Seniorenbillette, Freikarten, Mehrtagespässe oder Saisonpauschalen). Einzelfahrten für Fussgänger werden grundsätzlich nicht berücksichtigt.

Gezählt werden Skier-days im Idealfall anhand des ersten Einlasses durch die Schleuse. Existiert an der Talstation keine Schleuse, ist auch die Zählung anhand der Kassenabrechnung zulässig.

Ungeachtet einiger Nuancen in der Praxis wirken sich die ermittelten Skier-days in der Regel nicht signifikant auf das Gesamtergebnis aus. Komplexer ist das Problem bei vernetzten Skigebieten, sofern die Betreiber die Werte separat ermitteln. Bewegen sich die Skifahrer am Berg von einem Liftgebiet zum anderen, sind Mehrfacherfassungen möglich. Dank der modernen Kartenvertriebssysteme kann man sie allerdings trotzdem differenzieren. Darüber hinaus relativiert sich dieses Risiko, betrachtet man die verbundenen Skigebiete als Ganzes, was normalerweise der Fall ist.

## Methodik

Die Schweizer Seilbahn- und Sesselliftbetreiber meldeten die Daten für diese Analyse teilweise unmittelbar im Online-Erfassungssystem «Datenbank Monitoring» von Seilbahnen Schweiz (SBS). Diejenigen, die ihre Daten nicht oder nicht rechtzeitig erfassten, wurden direkt mittels Fragebogen nach ihren Skier-days, Betriebstagen und Umsätzen aus Transport-, Restaurations- und anderen Aktivitäten sowie nach dem Anteil ihres Online-Geschäfts gefragt. Weitere Daten, die eine Validierung der Angaben ermöglichen würden, wurden nicht übermittelt. Ausgehend von den bisherigen Erfahrungen und den vorliegenden Informationen der letzten Jahre wurden die Zahlen dennoch auf Plausibilität geprüft und im Zweifelsfall die Betriebe um Erläuterungen bzw. Bestätigung gebeten.

Da die Saisonbilanz nur ein Gesamtbild der Freqüentierung und deren Entwicklung vermitteln soll, wurde auf formale Kontrollen in den Betrieben verzichtet.

## EINLEITUNG

Die Analyse basiert auf den Angaben von 137<sup>1</sup> der insgesamt 193<sup>2</sup> erfassten Stationen, was 91 % aller Skier-days entspricht, die in dieser Saison anfielen. Während die meisten grossen Skistationen ihre Daten übermittelten, taten dies einige der kleinen Stationen nur teilweise, sodass die Daten überarbeitet werden mussten, oder gar nicht. Dieser Rest, also 9 % der Eintritte, wurde unter Berücksichtigung der individuellen Merkmale der jeweiligen Station durch Hochrechnung sämtlicher verfügbarer Parameter geschätzt.<sup>3</sup>

Analysiert wurden die Zahlen für die Wintersaison 2015/16, mit Ausnahme von Saas-Fee und Zermatt. Weil diese beiden Destinationen als einzige in der Schweiz auch über Sommerskigebiete verfügen, wurden bei ihnen die Skier-days der Sommersaison 2015 mitberücksichtigt.

Da die hier analysierten Daten aus vielen unterschiedlichen Quellen stammen, kann ihre Homogenität trotz aller Bemühungen um Kohärenz nicht restlos garantiert werden.

Hervorzuheben ist, dass die Daten der Betreiber im Rahmen der vorliegenden Untersuchung selbstverständlich absolut vertraulich behandelt werden.<sup>4</sup> Sie können deshalb auch auf Anfrage nicht an Dritte weitergegeben werden.

**1** Der Begriff «Station» bezeichnet in diesem Dokument unterschiedslos die Wintersportgebiete, in denen mehrere Anlagen mit gemeinsamem Ticketverkauf konsolidierte Daten zur vorliegenden Untersuchung beigesteuert haben, und miteinander verknüpfte oder unverbundene Einzelorte, die ihre Daten vorzugsweise separat vorlegen. Mit Ausnahme der Walliser Betriebe übermitteln die meisten Skigebiete ihre Daten konsolidiert.

**2** In der letzten Bilanz waren es 194, die nun durch eine Zusammenlegung zu 193 wurden.

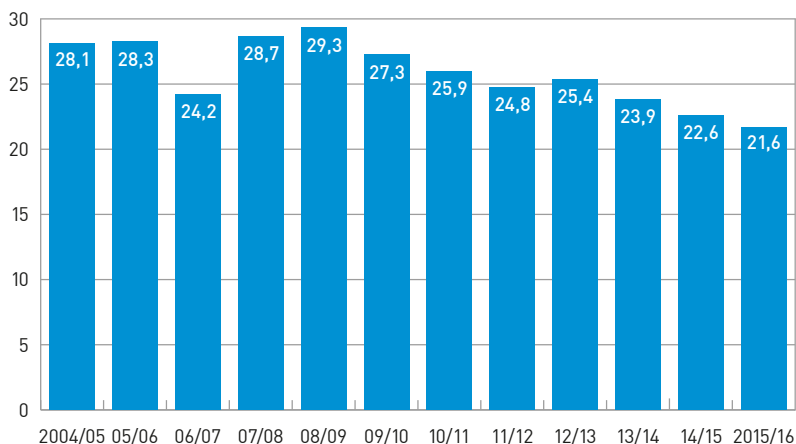
**3** Das Rechenmodell erlaubt die Berücksichtigung von Parametern bezüglich der diversen Regionen, der Grösse und Höhenlage der Stationen.

**4** Sämtliche bei den Betreibern erhobenen Daten werden zusammengefasst und tauchen nirgendwo in diesem Bericht als individuelle Zahlen auf.

## Skier-days 2015/16

Die Wintersaison 2015/16 kam insgesamt auf **21,6 Millionen** Skier-days und setzt damit leider die nach dem Winter 2008/09 begonnene Talfahrt fort (die lediglich 2012/13 durch eine leichte Erholung gegenüber dem Vorjahr unterbrochen wurde). Die Zahl der Eintritte verzeichnete einen weiteren Rückgang um 4,4% gegenüber der Vorsaison und liegt 11,7% unter dem Fünfjahresmittel. Dieses Niveau ist das niedrigste der letzten 25 Jahre.

### Entwicklung der Wintereintritte der Schweizer Skistationen (Skier-days in Mio.)



Vom Rückgang der Besucherzahlen sind 74% der Stationen betroffen, während 23% sogar einen Anstieg der Eintritte verzeichnen konnten.<sup>5</sup>

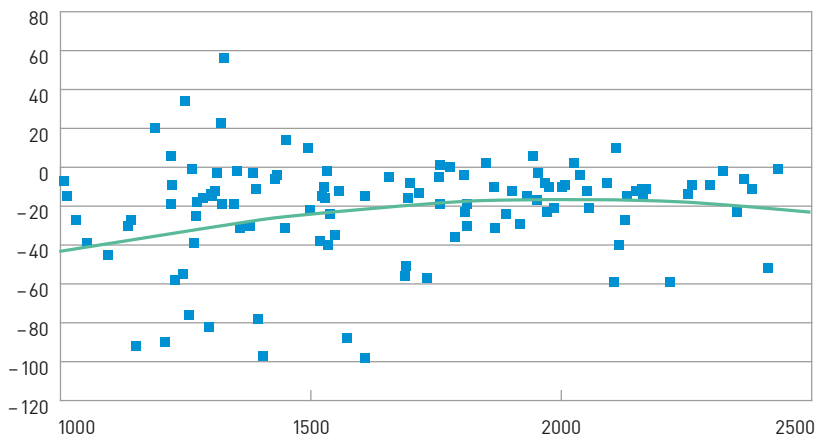
Das nachfolgende Diagramm macht deutlich, dass die Stationen in allen Höhenlagen vom negativen Trend betroffen waren. Dass die Schwankungen bei den Stationen in mittleren Höhenlagen unterhalb 1500 Metern allerdings weiterhin stärker ausgeprägt sind, zeigt die Streuung. Die Stationen unterhalb 1500 Metern reagierten aber sehr unterschiedlich, denn die wenigen Stationen, deren Besucherzahlen stiegen, finden sich im Wesentlichen in dieser Kategorie.

<sup>5</sup> Den Rest bilden die Stationen, bei denen die Zahlen stagnierten, vorwiegend Anlagen, die in zwei aufeinanderfolgenden Saisons geschlossen waren.

## SAISONERGEBNIS

### Abweichungen der Skier-days nach Höhe der Stationen

(Saison 2015/16 im Vergleich zum Fünfjahresmittel in % und nach mü. M)



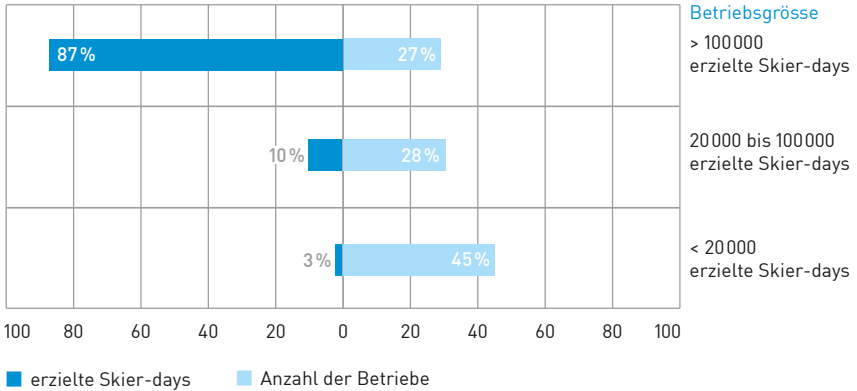
Diese Feststellung lässt erneut vermuten, dass die Hauptfaktoren, die die Frequentierung während der Saison 2015/16 in der ganzen Schweiz beeinflussten, nicht unmittelbar mit den Schneesverhältnissen zu tun hatten. Sicher waren die Bedingungen zu Saisonbeginn für die Stationen in mittleren und niedrigen Höhen miserabel, eine grössere Rolle aber spielten offenbar das Desinteresse der heimischen Klientel am Skisport und das Ausbleiben der ausländischen Kunden, was sich bereits seit einigen Jahren abzeichnet und durch die Abkopplung des Franken vom Euro im Januar 2015 weiter verschärfte.

Von den 20 grössten Schweizer Stationen weisen 13 einen Rückgang von insgesamt 450 000 Skier-days aus. Die 7 Stationen, die einen Zuwachs verzeichnen durften, legten immerhin um 340 000 Skier-days zu.

Am stärksten von diesem Rückgang betroffen sind mittelgrosse Stationen (mit 20 000 bis 100 000 Skier-days). Sie verzeichneten im Vergleich zur Vorsaison insgesamt einen Rückgang von 11,2% (während der Schweizer Durchschnitt bei 4,4% lag). Diese 51 der 181 in dieser Saison geöffneten Stationen machen 10,4% des Gesamtvolumens aus.

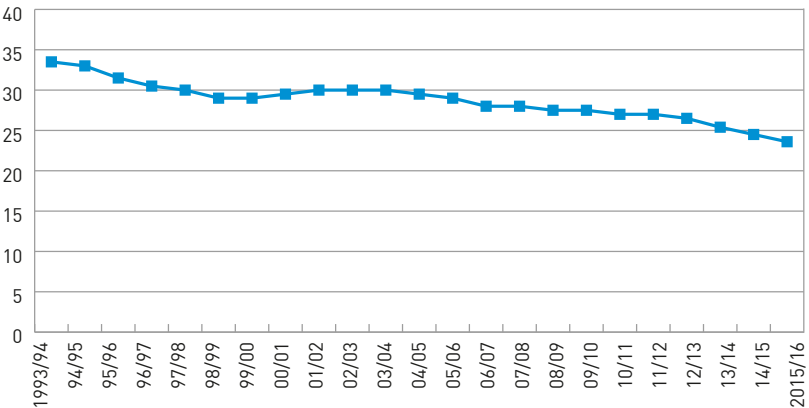
Dabei fällt auf, dass die 49 grossen Stationen (mit über 100 000 Skier-days) in der letzten Saison 87% des gesamten Eintrittsvolumens erwirtschafteten.

**Aufteilung nach Betriebsgröße**



Im gerundeten Fünfjahresmittel setzt die Frequentierung ihre langfristige Abwärtsbewegung fort. Das unterstreicht eindeutig die bereits seit mehreren Jahren angesprochene Herausforderung für die ganze Branche.

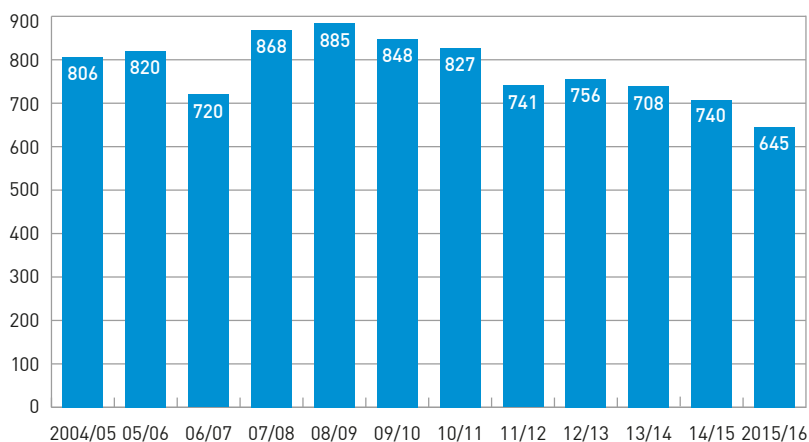
**Entwicklung des Fünfjahresmittels der Skier-days (in Mio.)**



## Die Branchenumsätze

Die Transporteinnahmen beliefen sich in der Wintersaison 2015/16 auf schätzungsweise **CHF 645,9 Millionen**. Das sind 8,9% weniger als in der Vorsaison (CHF 708,7 Millionen). Die Abweichung beim Umsatz ist also doppelt so hoch wie bei den Skier-days. Dies deutet auf ein Absinken der tatsächlich pro Skier-day kassierten mittleren Einnahmen hin (siehe detaillierte Erläuterungen weiter unten).

Entwicklung des Transportumsatzes – Wintersaison (in Mio. CHF)



Betrachtet man die historische Entwicklung der Transportumsätze in der Wintersaison, wird der seit mehreren Jahren auf den Schweizer Stationen lastende Preisdruck deutlich erkennbar. Das Entwicklungsprofil der Einnahmen entspricht nämlich ziemlich genau dem Entwicklungsverlauf der Skier-days und zeigt keinerlei Anstieg aufgrund eines Preiseffekts. Ausserdem lag der mittlere Preis für einen Skier-day in der letzten Saison praktisch auf demselben Niveau wie im Winter 2006/07.

## Verlauf der Saison

Obwohl die ersten Schneefälle schon im November eintrafen, blieben die Temperaturen danach ungewöhnlich mild und es fielen bis zum Jahresende im Alpenraum so gut wie keine Niederschläge mehr. Der fehlende Schnee bescherte den Schweizer Seilbahnen generell einen miserablen Saisonauftakt. Es konnte nicht einmal in allen Skigebieten genügend technischen Schnee für die Weihnachtsferien produziert werden.

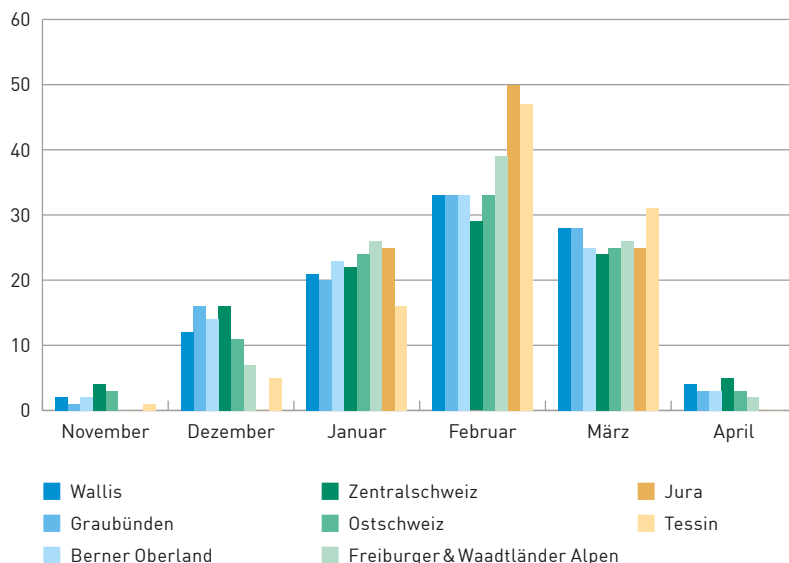
Erst Anfang Januar schufen späte Schneefälle endlich eine Winterlandschaft, die jedoch aufgrund der ausgesprochen milden Temperaturen keinen rechten Bestand hatte. Obwohl es den Stationen gelang, die Lage mit Hilfe von technischem Schnee zu entschärfen, fühlte sich das Wetter im Flachland geradezu frühlingshaft an, was bekanntlich Tagesgästen nicht gerade Lust auf Wintersport macht.

Im Februar besserte sich in den Winterferien die Frequentierung der Stationen, und die Schneefälle lockten zahlreiche Tagesgäste an. Doch selbst sie konnten die bis dahin in den meisten Stationen schon erlittenen Verluste nicht ausgleichen.

Angesichts der insgesamt milden Witterung und der hervorragenden Pistenverhältnisse zog es viele Wintersportler im März in die Berge. Positiv beeinflusst wurde die Zahl der Eintritte auch dadurch, dass Ostern in diesem Jahr sehr früh lag.

Wie im folgenden Diagramm zu erkennen ist, verlief der Winter 2015/16 sehr ungewöhnlich: Fast zwei Drittel der Eintritte in dieser Saison erfolgten erst im Februar und im März.

Verlauf der Saison 2015/16 (in % aller Skier-days)



## Betriebsdauer der Stationen

Von den Betreibern wurden 12 Stationen im Winter 2015/16 als geschlossen gemeldet, die meisten wegen Schneemangel, aber auch aus wirtschaftlichen Gründen. Von diesen letzteren waren einige schon in den vorherigen Wintern geschlossen geblieben, jedoch vorerst noch nicht demontiert worden.

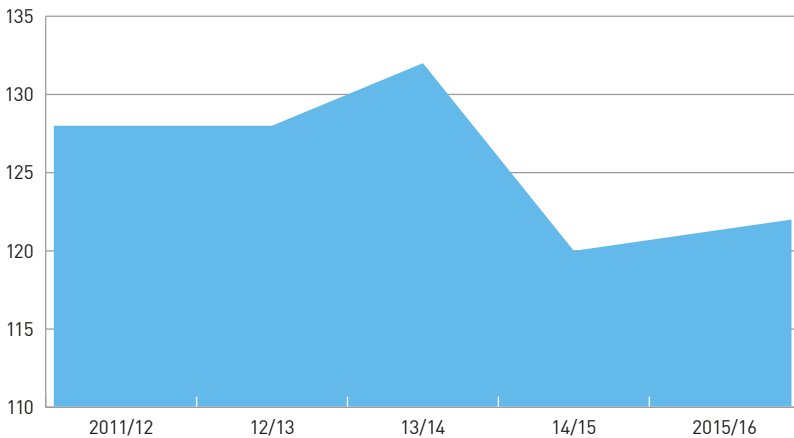
Die von den teilnehmenden Stationen im Rahmen der diesjährigen Umfrage mitgeteilten Betriebszeiten variieren wie nachfolgend nach Regionen aufgelistet:



**Betriebstage Wintersaison 2015/16**

Region	Minimum	Durchschnitt	Maximum
Wallis	69	124	365
Graubünden	49	108	170
Berner Oberland	0	63	157
Zentralschweiz	0	86	232
Ostschweiz	0	45	127
Freiburger & Waadtländer Alpen	13	82	126
Jura	0	30	65
Tessin	67	71	74
<b>Gesamt</b>	<b>0</b>	<b>84</b>	<b>365</b>

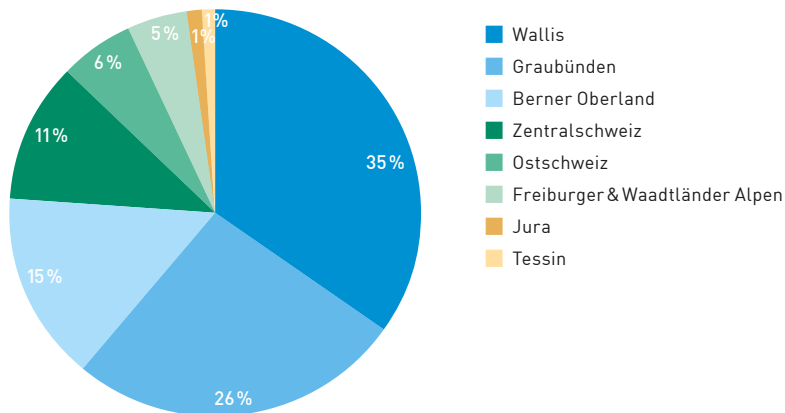
Schaut man sich eine konstante Stichprobe der Stationen über die letzten fünf Saisons an, weist der Winter 2015/16 im Schnitt fünf Betriebstage weniger auf als der Durchschnitt der vier vorangehenden Saisons. Diese Einbusse von 4% der durchschnittlichen Saisondauer erklärt vielleicht zum Teil den Rückgang der verzeichneten Skier-days.

**Entwicklung der Anzahl Betriebstage anhand einer konstanten Stichprobe**

## Regionale Trends – Frequentierung

Die Hauptakteure der Branche befinden sich im Wallis, in Graubünden und im Berner Oberland. Sie allein machten in der letzten Saison 76 % des Tätigkeitsvolumens aller Schweizer Skistationen aus.

Verteilung der Skier-days der Saison 2015/16 (total 21,6 Mio.)



Die in der letzten Saison aufgetretenen Schwankungen der Frequentierung waren mit einigen Ausnahmen in allen Regionen deutlich spürbar: Der Besucherrückgang in den drei Hauptregionen war im Wallis nur rund halb so hoch wie in Graubünden und im Berner Oberland.

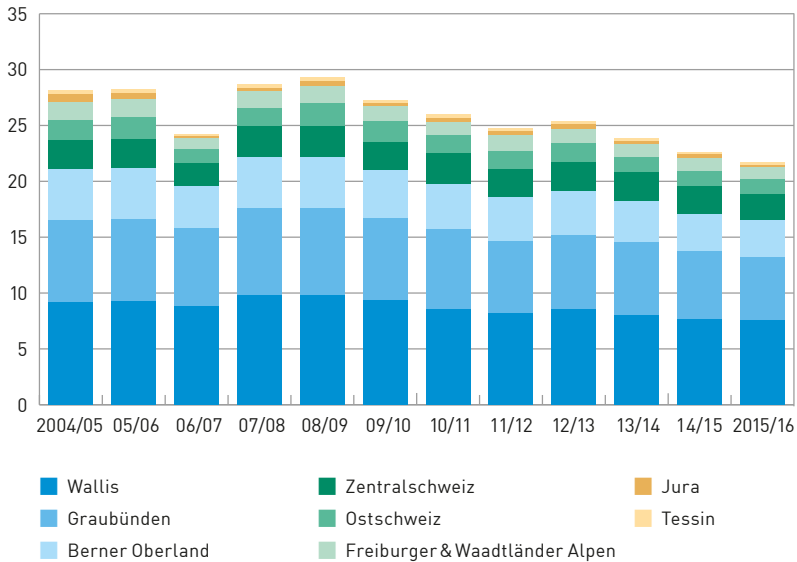
Auch diesmal zeichnete sich die Zentralschweiz im Vergleich zu den übrigen Stationen im Fünfjahresmittel durch mehr Stabilität aus. Die in dieser Region gemeldeten Skier-days lagen nur um 1,9 % niedriger als der Mittelwert der letzten fünf Jahre (11,7 % für die Schweiz).

Die Regionen Tessin, Jura und in geringerem Umfang auch die Waadtländer und Freiburger Alpen bekamen den Rückgang des schweizerischen Durchschnittswerts weitaus deutlicher zu spüren. Vor allem das Tessin litt unter dem Ausbleiben der Schneefälle.

## Winterfrequentierung nach Region (Skier-days)

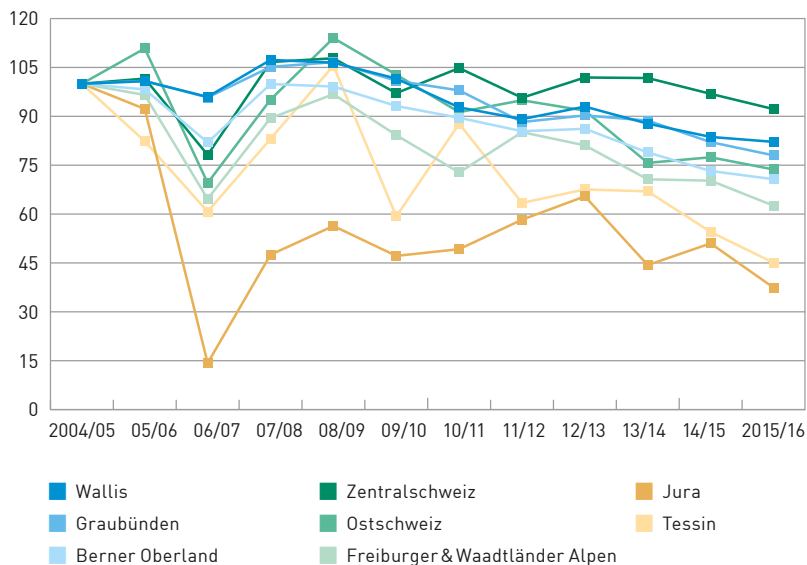
Region	Saison 2014/15	Saison 2015/16	Abweichung vom Fünfjahres- mittel	Abweichung von der Vor- saison
Wallis	7 675 430	7 537 251	- 7,9 %	- 1,8 %
Graubünden	6 023 142	5 725 298	- 14,9 %	- 4,9 %
Berner Oberland	3 351 424	3 236 409	- 14,5 %	- 3,4 %
Zentralschweiz	2 521 086	2 399 404	- 1,9 %	- 4,8 %
Ostschweiz	1 363 995	1 298 150	- 14,5 %	- 4,8 %
Freiburg/Waadt	1 153 792	1 027 792	- 17,6 %	- 10,9 %
Jura	331 350	243 169	- 30,2 %	- 26,6 %
Tessin	216 716	179 133	- 33,8 %	- 17,3 %
<b>Gesamt</b>	<b>22 636 936</b>	<b>21 646 604</b>	<b>- 11,7 %</b>	<b>- 4,4 %</b>

## Entwicklung der Anzahl Skier-days nach Region (in Mio.)



## SAISONERGEBNIS

Abweichung der Frequentierung nach Region (in %; Basis 2004/05 = 100 %)

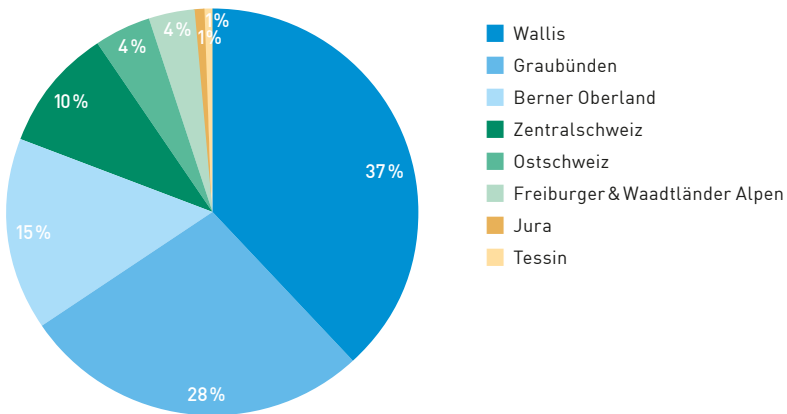


In der Rückschau litten sämtliche Regionen mehr oder weniger stark unter dem tendenziellen Rückgang der Frequentierung. Lediglich die Zentralschweiz schien von diesem massiven Trend etwas weniger betroffen zu sein.

## Regionale Trends – Umsätze

Die regionale Verteilung der Transportumsätze gleicht derjenigen der Frequenzierung, jedoch mit Schwerpunkt auf den drei Hauptregionen, die 81 % des gesamtschweizerischen Umsatzes erwirtschafteten. Diese Regionen sind allerdings übergewichtet, weil sie dank ihrer ausgedehnten Skigebiete für Tagespässe einen höheren Preis verlangen können als andere Stationen.

**Verteilung des Transportumsatzes der Saison 2015/16 (total CHF 645,9 Mio.)**



Der negative Einfluss des starken Frankens machte sich vor allem in Graubünden bemerkbar, das im Vergleich zum vorigen Winter von den drei Hauptregionen den höchsten Rückgang verzeichnete (– 14,7 %).

Lediglich die Walliser und Bündner Stationen erwirtschafteten in dieser Saison im Durchschnitt einen Umsatz von mehr als einer halben Million Franken pro Anlage.

## SAISONERGEBNIS

### Gesamtumsatz pro Region (Transport; in CHF)

Region	Winter 2014/15	Winter 2015/16	Zu-/Abnahme	Winter 2015/16 pro Anlage
Wallis	256 462 087	246 309 017	-4,0 %	574 147
Graubünden	208 360 879	177 791 820	-14,7 %	566 216
Berner Oberland	100 695 729	98 059 161	-2,6 %	490 296
Zentralschweiz	71 524 442	64 184 189	-10,3 %	356 579
Ostschweiz	37 156 040	28 983 021	-22,0 %	261 108
Freiburg/Waadt	25 206 466	22 848 500	-9,4 %	168 004
Jura	5 037 111	4 115 309	-18,3 %	60 519
Tessin	4 242 185	3 568 989	-15,9 %	142 760
<b>Total</b>	<b>708 684 939</b>	<b>645 860 007</b>	<b>-8,9 %</b>	<b>441 463</b>

## Kundenkreis

Leider ist nicht mehr zu leugnen, dass die ausländische Klientel die Schweizer Skistationen nachweislich immer seltener besucht. Im Laufe der letzten Saisons sank der Anteil von Kunden aus dem Ausland in der Tat dramatisch. Während noch vor einigen Jahren die Wintersportler auf Schweizer Pisten zur Hälfte Einheimische, zur Hälfte Ausländer waren, ist deren Anteil inzwischen auf rund 37 % gefallen.

Auch wenn Österreich in der letzten Wintersaison zugegebenermassen deutlich mehr Schweizer Wintersportler auf seinen Skipisten verzeichnete, sicherte in erster Linie die heimische Kundschaft die Frequentierung unserer Skistationen. Die Zahl der Aufenthaltsgäste ging offenbar stärker zurück als die der Skierdays, mit Ausnahme der Übernachtungen von Schweizer Gästen im Wallis. Die Verweildauer wird allerdings tendenziell immer kürzer.

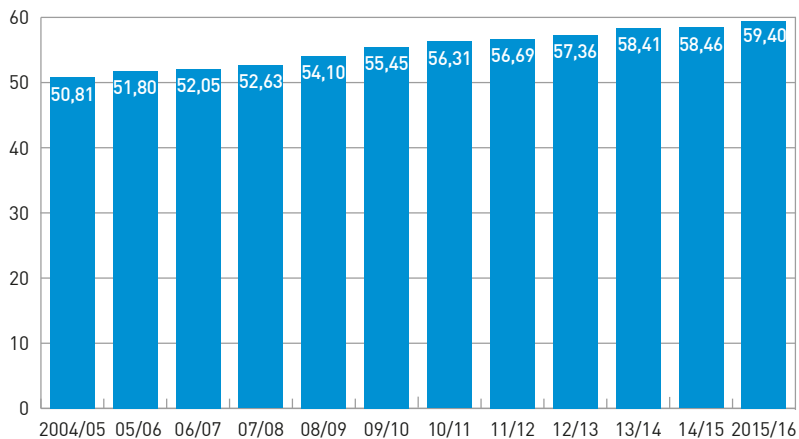
Diese Entwicklung zeigt erneut, wie wichtig die Gäste aus der näheren Umgebung sind. Auch wenn ihr Zustrom stärker von der jeweiligen Witterung abhängig ist – was Vor- und Nachteile mit sich bringt –, bildet eine treue lokale Kundschaft den Grundstock der Eintritte, wenn die Schneeverhältnisse und die Wettervorhersage sich wieder bessern.

# Preisentwicklung der Skipässe in der Schweiz

Basierend auf dem Tagespass für Erwachsene zum Volltarif ergibt sich in der Stichprobe<sup>6</sup> für die letzte Saison ein mittlerer Preisanstieg von 94 Rappen (d. h. + 1,6%). Dieser spiegelt allerdings keinen generellen Trend, denn nur 38 % der Stationen hoben ihre Preise an. Ausserdem beruhten die stärksten Abweichungen auf der veränderten Ausdehnung einiger Skigebiete oder auf der Abschaffung der an den Euro angepassten Preise.

Der mittlere Preis für einen Tagespass für Erwachsene zum Volltarif betrug in dieser Saison in der berücksichtigten Stichprobe CHF 59.40 inkl. MWST (gegenüber CHF 58,46 im Vorjahr).

**Mittlerer Preis für einen Tages-Skipass für Erwachsene zum Volltarif in einer Stichprobe von 39 schweizerischen Stationen (in CHF)**

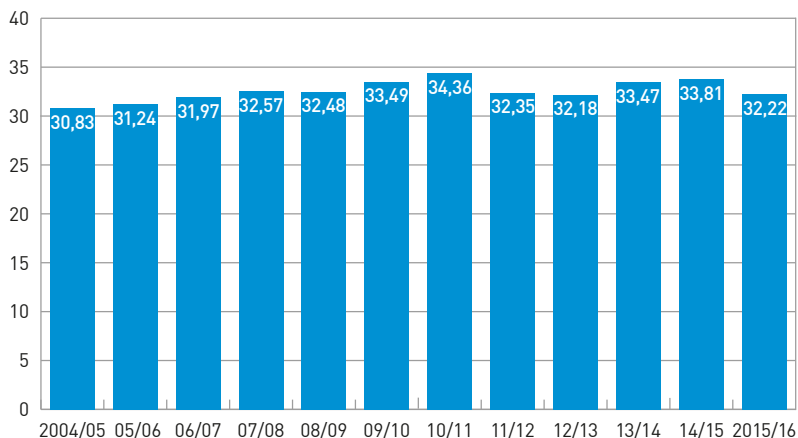


<sup>6</sup> Grundlage für diese Analyse ist die Entwicklung in einer konstanten Stichprobe bestehend aus 39 Schweizer Stationen, die jährlich verglichen werden.

## Mittlerer Preis pro Skier-day

Aufgrund der Tarifschwankungen und der Zusammensetzung der Tarifgruppen der in dieser Saison tatsächlich verkauften Pässe sanken die konkreten Einnahmen der Betriebe pro Skier-day im nationalen Durchschnitt gegenüber der Vorsaison um 4,7%. Der mittlere Preis pro Skier-day für die Saison 2015/16 betrug CHF 32.22 (inkl. MWST) gegenüber CHF 33.81 im Winter des Vorjahres.<sup>7</sup> Dieser Rückgang ist erheblich und für die Rentabilität der ganzen Branche problematisch, denn trotz der gemeldeten Preiserhöhungen nehmen die Betreiber pro verkauften Skier-day noch weniger ein, müssen jedoch tendenziell steigende Kosten auffangen.

Mittlerer Preis für einen Skier-day (Schweizer Durchschnitt in CHF, inkl. MWST.)



Der mittlere Preis eines Skier-days 2015/16 entspricht demjenigen in der Saison 2006/07. In dieser Zeit stiegen beispielsweise die Energiekosten<sup>8</sup> um rund 20% und die Kosten für den Bahnbau<sup>9</sup> um mehr als 10%.

<sup>7</sup> Mittlerer Preis pro Skier-day: Mittlerer tatsächlich gezahlter Preis für einen Skitag unter Berücksichtigung von Ermässigungen, Rabatten, Freikarten, Abonnements und Saisonpauschalen.

<sup>8</sup> BFS, mittlere Energiepreise.

<sup>9</sup> BFS, Bahnbau-Teuerungsindex; ein vergleichbarer Index speziell für Seilbahnen existiert leider nicht.



Ausgehend vom gemeldeten mittleren Preis der genannten Stichprobe sank die Tarifrendite<sup>10</sup> insofern von 57,8% im Winter 2014/15 auf 54,2% in der Saison 2015/16.

## Internationaler Vergleich

Die folgende Tabelle analysiert die offiziellen Preise der Saison 2015/16 für einen Tages-Skipass für Erwachsene bei den grossen Skistationen in Österreich, Frankreich, Italien und der Schweiz.<sup>11</sup>

**Tages-Skipass für Erwachsene zum Volltarif in der Saison 2015/16 (in CHF) in den Top-10-Stationen**

Land	Niedrigster Preis	Mittlerer Preis	Höchster Preis
Österreich	49.28	55.34	59.36
Frankreich	45.92	55.29	66.08
Italien	41.44	56.36	71.68
Schweiz	54.00	70.83	92.00

Wechselkurs EUR 1 = CHF 1.12

Aufgrund des geänderten Wechselkurses, der sich im Laufe des Winters 2015/16 auf rund CHF 1.12 pro 1 Euro einpendelte, stiegen die Preise für Tagespässe an ausländischen Stationen, in Franken umgerechnet, um rund 10%, während die Tagespässe in den grossen Schweizer Stationen nur geringfügig mehr kosteten als in der Vorsaison (+1,2%). Der Abstand zwischen den mittleren Preisen verringerte sich damit leicht, benachteiligte aber nach wie vor stark die grossen Schweizer Stationen, deren Tagespässe weiterhin um durchschnittlich CHF 15.00 teurer sind als die ihrer alpinen Konkurrenten.

**10** Verhältnis zwischen dem mittleren Preis pro Skier-day und dem Preis für einen gemeldeten Tagespass für Erwachsene zum Volltarif.

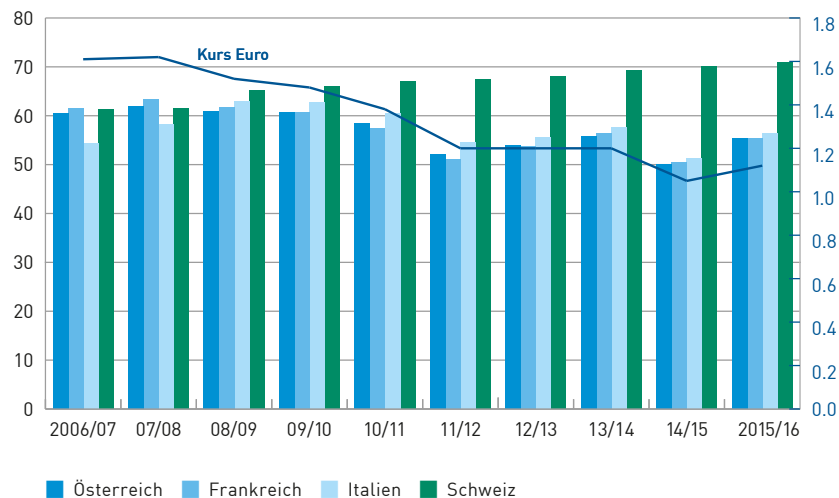
**11** Die Preise werden anhand der folgenden Stichprobe ermittelt: Arosa, Champéry, Crans-Montana, Davos-Klosters, Engelberg-Titlis, Jungfrauregion, Laax, Saas Fee, St. Moritz, Verbier, Zermatt, Zermatt (international), Alpe d'Huez, Avoriaz, Chamonix-Mont-Blanc, Grand Massif, La Plagne, Les 2 Alpes, Les 3 Vallées, Les Arcs, Megève, Paradiski, Portes du Soleil, Alta Badia (Dolomiti Superski), Breuil-Cervinia (international), Cortina d'Ampezzo (Dolomiti Superski), Courmayeur (Mont-Blanc unlimited), Kronplatz (Dolomiti Superski), Livigno, Madonna di Campiglio, Marmolada (Dolomiti Superski), Sauze d'Oulx, Selva-Val Gardena (Gröden), Sestriere (Via Latea international), Hochzillertal, Ischgl, Kaprun, Mayrhofen, Mölltaler Gletscher, Serfaus-Fiss-Ladis, Sölden, St. Anton, Stubai Gletscher, Wilder Kaiser Brixental (All Star Card), Zillertal 3000.

## PREISENTWICKLUNG

Dabei ist zu beachten, dass das Preisniveau 2006/07 für sämtliche grossen Stationen in den Alpen einschliesslich der Schweiz bei rund CHF 60.00 lag, bevor die Kursentwicklung des Franken im Verhältnis zum Euro den Abstand deutlich vergrösserte.

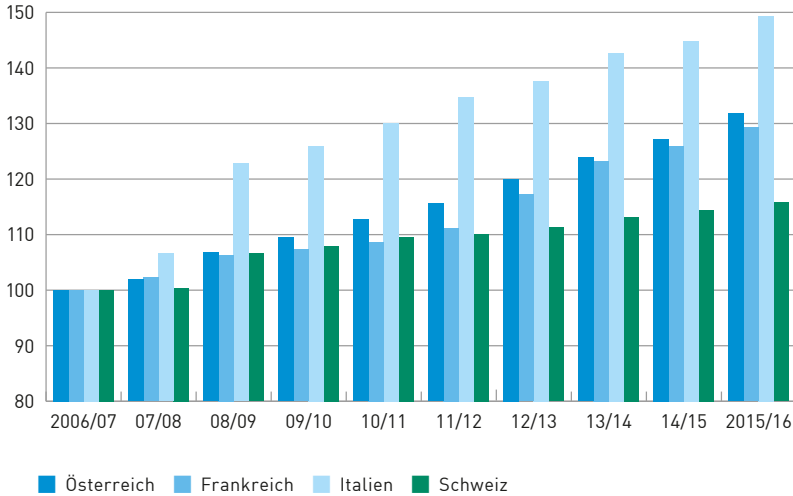
Rechnet man die Preise in Schweizer Franken um, scheint es, als hätten die übrigen Alpenländer ihre Preise gesenkt. Dass dies nicht der Fall ist, erkennt man aber unschwer am Diagramm unten, das die gleichen Preise in die jeweilige Währung umgerechnet zeigt (Basis: 2006/07 = 100%).

Tages-Skipass für Erwachsene zum Volltarif (in CHF) in den Top-10-Stationen



Auch bei den Preisen in Euro ist nämlich eine Preiserhöhung zu verzeichnen, die sogar über der in der Schweiz liegt:

**Entwicklung des mittleren Preises für einen Tages-Skipass für Erwachsene zum Volltarif in der Nationalwährung bei den Top-10-Stationen (in %; Saison 2006/07=100%)**

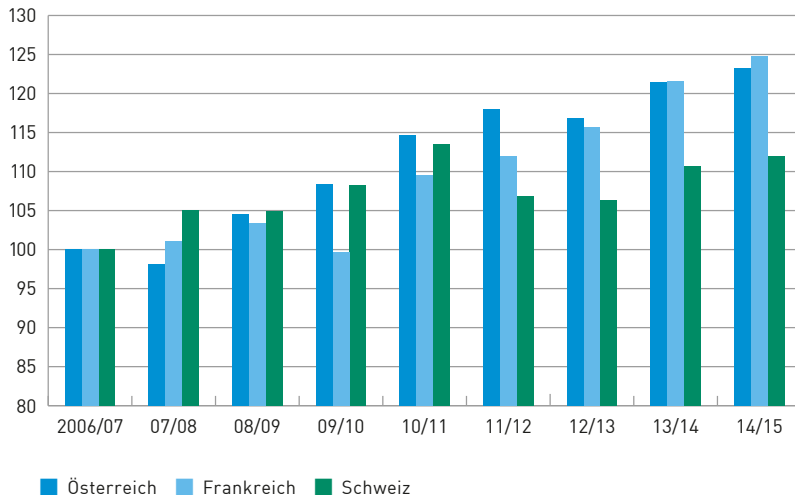


Bei den tatsächlich in der Schweiz eingenommenen mittleren Preisen pro Skier-day sieht die Situation noch schlechter aus. Da die effektiven Preise in Schweizer Franken über mehrere Jahre nur minimal erhöht und in der letzten Saison sogar gesenkt wurden, steigen die Erträge der Betreiber nicht im selben Masse wie in den anderen Alpenländern.<sup>12</sup> Die Einnahmen gehen im Gegenteil sogar zurück und setzen die Schweizer Seilbahnbetreiber unter Druck.

Der Abstand zwischen den Schweizer Betreibern und ihren ausländischen Konkurrenten vergrössert sich immer mehr und schwächt die Investitionskapazitäten der Branche in der Schweiz.

<sup>12</sup> Daten für Italien nicht verfügbar.

Entwicklung des mittleren Preises pro Skier-day in der Nationalwahrung  
(in %; Saison 2006/07 = 100 %)



## Situation im Beherbergungssektor

In der gesamten Schweiz sank die Zahl der Übernachtungen in Hotels und Kureinrichtungen in der letzten Wintersaison (November 2015 bis April 2016)<sup>13</sup> im Vergleich zum Vorjahr um 1,8%. In den drei für den Wintersport wichtigsten Tourismuszentren war der Rückgang mit 5% noch ausgeprägter. Die Bergregionen litten darunter insofern noch stärker als die Städte.

Graubünden war von dieser Einbusse ebenso wie von der negativen Entwicklung der Skier-days stärker betroffen als das Wallis und das Berner Oberland. Das Wallis konnte sogar eine leichte Zunahme der Anreisen verzeichnen, doch wurde das Bild leider durch die deutlich kürzere mittlere Verweildauer getrübt.

<sup>13</sup> In der vorliegenden Ausgabe der Saisonbilanz wurde zur Vereinheitlichung die vom BFS verwendete Definition der Wintersaison übernommen (während die bisherigen Ausgaben für die Wintersaison jeweils die Anzahl Übernachtungen in den Monaten Dezember bis Mai angaben). Alle Daten wurden selbstverständlich neu klassifiziert, um ihre Vergleichbarkeit zu gewährleisten.

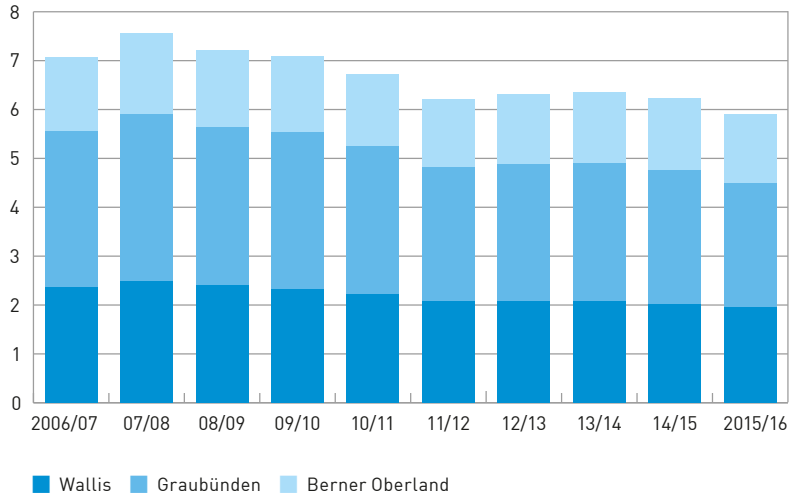
**Entwicklung der Übernachtungen pro Ferienregion in Hotels und Kurhäusern (Wintersaison)<sup>14</sup>**

Region	Winter 2014/15	Winter 2015/16	Differenz
Wallis	2 022 378	1 945 763	-3,79%
Graubünden	2 736 593	2 555 626	-6,61%
Berner Oberland	1 463 012	1 407 714	-3,78%
<b>Gesamt</b>	<b>6 221 983</b>	<b>5 909 103</b>	<b>-5,03%</b>

Quelle: BFS

Dass der Rückgang bei den Übernachtungen in diesen Regionen stärker ausgeprägt war als derjenige bei den Skier-days (-5% bzw. -3,2%), beweist erneut, wie wichtig Tagesgäste und Inhaber von Zweitwohnungen für die Stationen sind, die einheimische Klientel also.

Im Winter 2015/16 erreichte die Zahl der Hotelübernachtungen in den drei berücksichtigten Ferienregionen ein Zehnjahrestief. Die Entwicklung bei den Übernachtungen der letzten Jahre stellt sich wie folgt dar<sup>15</sup>:

**Entwicklung der Übernachtungen in Hotels und Kurhäusern in der Wintersaison nach Ferienregion (in Mio.)**

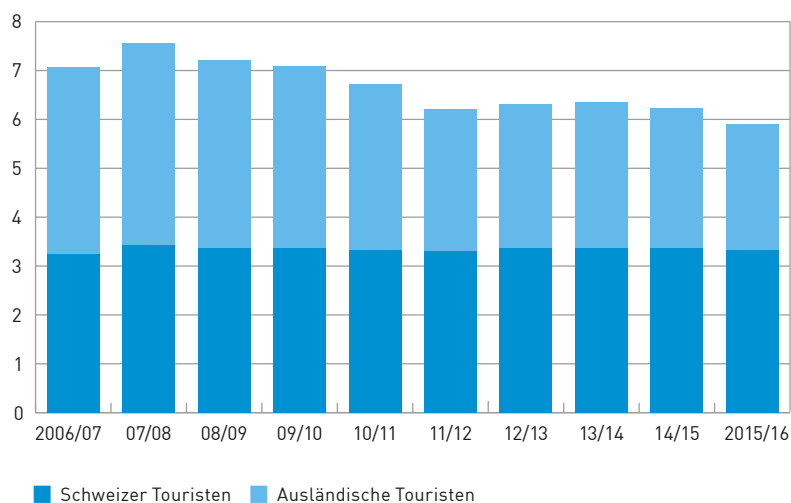
<sup>14</sup> Die Hotelkapazität konzentriert sich in allen drei touristischen Regionen im Wesentlichen auf die Betriebe in den Bergregionen, obwohl es auch Häuser im Flachland oder in den Städten gibt.

<sup>15</sup> Quelle: BFS

## PREISENTWICKLUNG

Bei ausländischen Gästen fiel der Rückgang der Übernachtungen deutlich stärker aus als bei Schweizer Gästen. Bei den Anreisen schnitten die ausländischen Gäste erheblich schlechter ab (-5,4%), die Schweizer Gäste sogar ein wenig besser (+0,81%). Allerdings wurde dieser Effekt zunichte gemacht durch die Verringerung der Aufenthaltsdauer, die ihren Sinkflug offenbar unaufhaltsam fortsetzt.

**Entwicklung der Übernachtungen in Hotels und Kurhäusern in der Wintersaison für die Ferienregionen Wallis, Graubünden und Berner Oberland (in Mio.)**



**Entwicklung der Übernachtungen in Hotels und Kurhäusern nach Herkunftsland der Gäste  
in der Wintersaison für die Ferienregionen Wallis, Graubünden und Berner Oberland (Top 20)**

<b>Herkunft</b>	<b>Winter 2014/15</b>	<b>Winter 2015/16</b>	<b>Differenz</b>
Deutschland	890 748	745 267	-16,33%
Verein. Königreich	360 406	351 270	-2,53%
Frankreich	178 389	162 997	-8,63%
Belgien	163 437	139 740	-14,50%
Niederlande	159 935	128 830	-19,45%
USA	109 673	114 695	4,58%
China (ohne Hongkong)	106 590	103 337	-3,05%
Italien	110 872	101 632	-8,33%
Russland	92 745	69 760	-24,78%
Südkorea	63 254	67 754	7,11%
Österreich	35 988	33 001	-8,30%
Schweden	43 459	30 913	-28,87%
Thailand	26 460	30 526	15,37%
Luxemburg	31 796	27 453	-13,66%
Australien	29 010	26 565	-8,43%
Spanien	25 430	24 818	-2,41%
Indien	17 690	21 125	19,42%
Japan	21 376	18 693	-12,55%
Singapur	16 142	16 378	1,46%
Andere europ. Länder	14 273	12 033	-15,69%
<b>Internationale Gäste gesamt</b>	<b>2 849 163</b>	<b>2 574 409</b>	
Differenz	-4,55%	-9,64%	
<b>Schweizer Gäste gesamt</b>	<b>3 372 820</b>	<b>3 334 694</b>	
Differenz	-0,04%	-1,13%	

Quelle: BFS

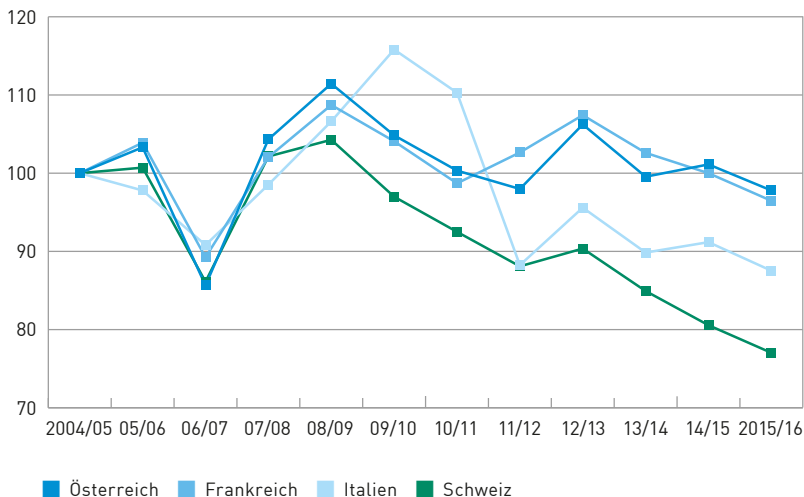
Erneut war im letzten Winter ein Rückgang der traditionellen internationalen Klientel zu verzeichnen. Besonders ausgeprägt war er bei Deutschen, Niederländern, Belgiern (vor allem in Graubünden) und Schweden. Auch bei den Besuchern aus Japan und Russland sanken die Zahlen deutlich. Selbst Chinesen frequentierten die Bergstationen im letzten Winter in geringerer Masse (vor allem im Berner Oberland, während Graubünden und das Wallis ein Wachstum verzeichneten).

Die Engländer liessen das Wallis links liegen. Die Italiener mieden offenbar Graubünden und reisten stattdessen häufiger ins Berner Oberland und Wallis. Gestiegen ist lediglich die Zahl der Gäste aus den USA, Südkorea (massiv vor allem in Graubünden), Indien und Thailand, doch reichen sie alle zusammen nicht im geringsten aus, um die Einbussen bei den Gästen aus den traditionellen Herkunftsländern wettzumachen.

## Frequentierung der übrigen Alpenländer

Bis 2010/11 entwickelten sich die Skier-days in den vier Alpenländern vergleichsweise symmetrisch. Danach jedoch bekamen die Schweiz und Italien die Abwärtsbewegung massiver zu spüren, auch wenn die Trends der Saisons im Grossen und Ganzen die gleichen blieben.

Entwicklung der Skier-Days (in %; Saison 2004 / 05; = 100%)





Im Prinzip sind die Alpenländer alle mit denselben Problemen konfrontiert, sprich mit dem Rückgang der heimischen Klientel und dem stagnierenden, wenn nicht sogar rückläufigen internationalen Gästepool,<sup>16</sup> der sich je nach Saison unterschiedlich verteilt. In den letzten Jahren profitierten Frankreich und Österreich vom teuren Franken – zum Nachteil der Schweiz, deren traditionelle Kundenschaft zum Skifahren mehrheitlich nach Frankreich und Österreich abwanderte. Nur dank dieser Verlagerung verzeichneten die beiden Länder während der letzten Saisons Zunahmen, denn die heimische Klientel blieb auch in Österreich und Frankreich aus. Allerdings mussten diese beiden Länder im Winter 2015/16 einen fast ebenso ausgeprägten Rückgang ihrer Eintritte hinnehmen wie die Schweiz.

**16** Der Alpenraum lebt vorrangig von deutschen, britischen, niederländischen und belgischen Feriengästen, aber auch in diesen Ländern wächst die Zahl der aktiven Skisportler nicht. Skifahrer aus den Schwellenländern werden noch lange brauchen, bis sie die Frequentierung der Bergstationen in den Alpen zahlenmässig spürbar vergrössern oder die ausbleibende traditionelle Klientel ersetzen.





