

Tourismusbarometer Destination Gstaad

Überblick

Marcus Roller, CRED-T, Universität Bern

28.09.2021

Ziele

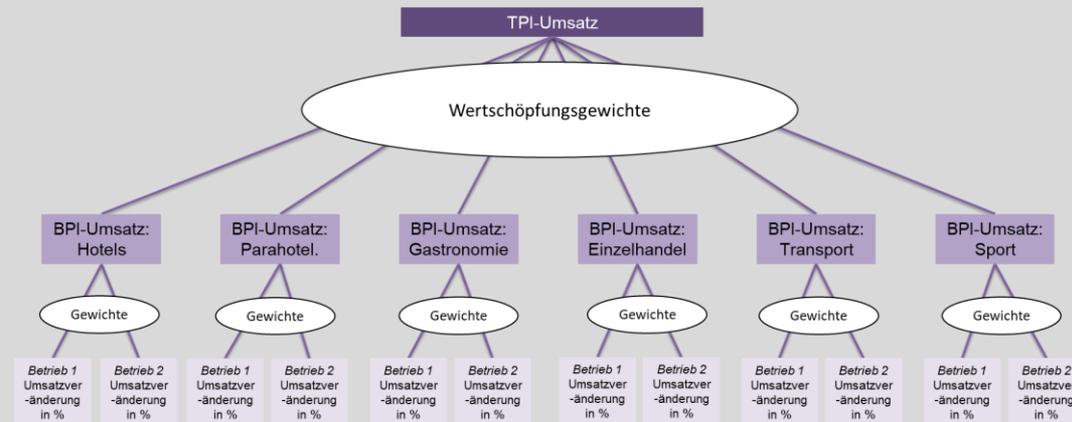
- Performance Kennzahlen der Destination und Branchen erheben, um
 - die tatsächliche Performance messen zu können,
 - diese fundierter kommunizieren zu können,
 - Zusammenhänge erkennen zu können,
 - gezieltere Marketingmassnahmen durchführen und evaluieren zu können,
 - die Destination gezielter und fundierter entwickeln zu können.

Ausgangslage und Problemstellung

- Die einfache Frage nach der Performance der Destination ist mit der aktuellen Datenlage nicht zu beantworten.
- Bisherige Kennzahlen sind meist reine Frequenzzahlen (bspw. Logiernächte).
- Die Kennzahlen decken nur einzelne Branchen ab.
- Die Kennzahlen erlauben kaum monetäre Aussagen.
- Die Kennzahlen erlauben kaum Aussagen über Tagesgäste.

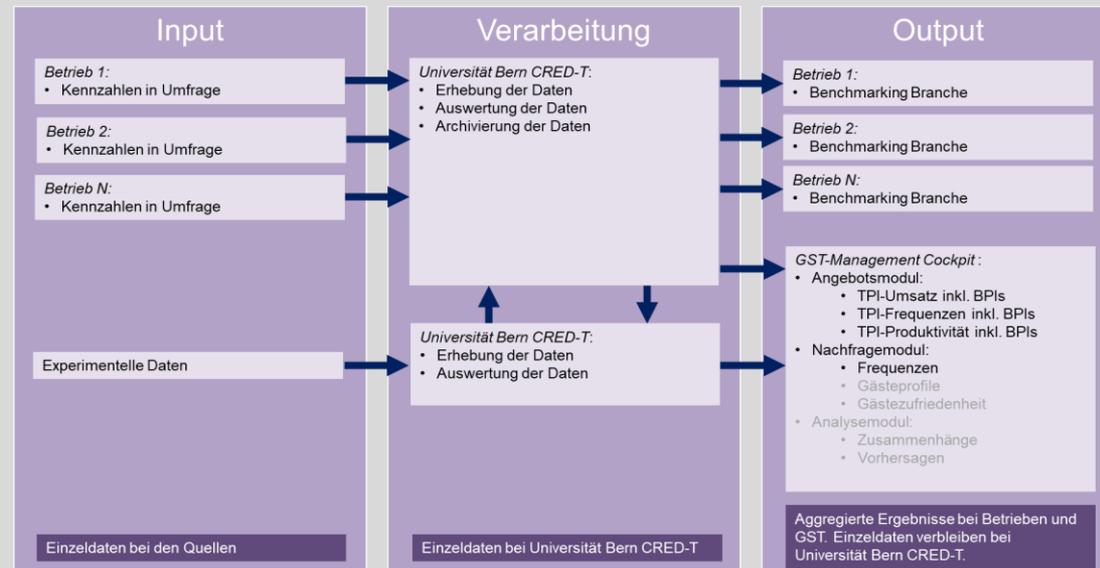
Konzept

- Der TPI misst die *Umsatzentwicklung* in der gesamten Destination.
- Der TPI kann durch mehr *Frequenzen* oder höhere *Produktivität* gesteigert werden
- Der TPI basiert auf den Daten aller Leistungsträger und liefert so ein *umfassendes Bild*.
- Die *Branchenindices (BPI)* enthalten dieselbe Information pro Branche und erlauben so Rückschlüsse auf die Treiber des Wachstums.



Umsetzung

- Monatliche Erhebung und Reporting
 - GST: TPI und BPI
 - Leistungsträger: BPI *Benchmarking*
- Auswertungen über den Vormonat sollen Mitte Monat vorliegen.
- Erhebung, Auswertung und Speicherung der Daten durch die Universität Bern.
- Erhebung mittels Onlinetool
- Erhebung von ca. drei Kennzahlen pro Monat und Betrieb → *geringer Aufwand* für die Leistungsträger



Monatliche Fragen I

- Hotellerie
 - Anzahl geöffnete Tage
 - Umsatz
 - Zimmernächte
- Parahotellerie
 - Anzahl geöffnete Tage
 - Umsatz
 - Logiernächte
- Gastronomie
 - Anzahl Sitzmöglichkeiten
 - Umsatz
 - Anzahl Gedecke/belegte Tische/Kassenbons

Monatliche Fragen II

- Sportunternehmen
 - Umsatz
 - Eintritte/Buchungen
- Einzelhandel/Gewerbe
 - Umsatz
 - Anzahl Kassenbons
- Transport
 - Umsatz
 - Transportfrequenzen
- Bau
 - Umsatz
 - Anzahl Rechnungen

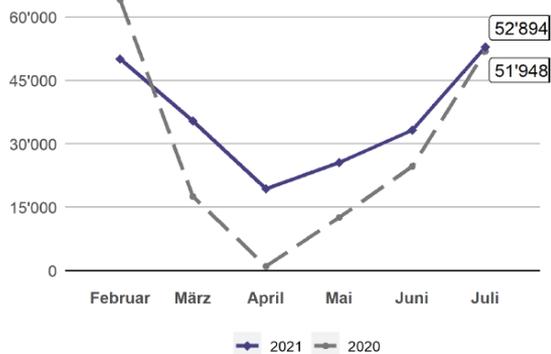
Tourismusbarometer Gstaad - Kern-Tourismusbranchen - Juli 2021

Das Δ steht jeweils für eine Veränderung gegenüber dem Vorjahr.

HOTELLOGIERNÄCHTE

Gesamt **52'894**
Veränderung (im Vergleich zum Vorjahr) **+2%**

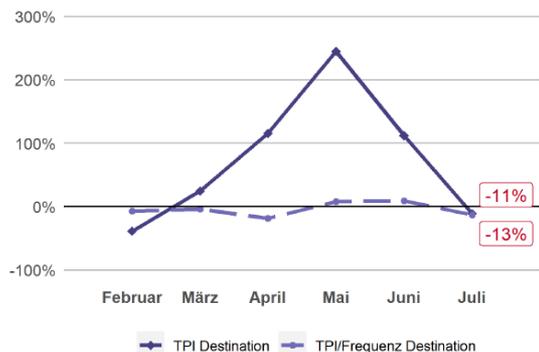
HOTELLOGIERNÄCHTE



Quelle: Logiernächte-Statistik

PERFORMANCE DESTINATION

im Vergleich zum Vorjahr



Quelle: Tourismusbarometer Umfrage

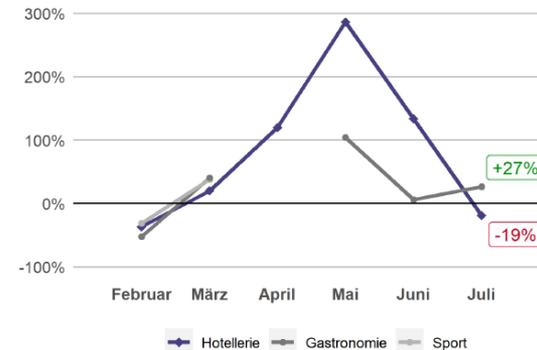
Δ UMSATZ

im Vergleich zum Vorjahr

Hotellerie **-19%**
Destination (TPI) **-11%**

Δ UMSATZ - BRANCHEN

im Vergleich zum Vorjahr



Quelle: Tourismusbarometer Umfrage

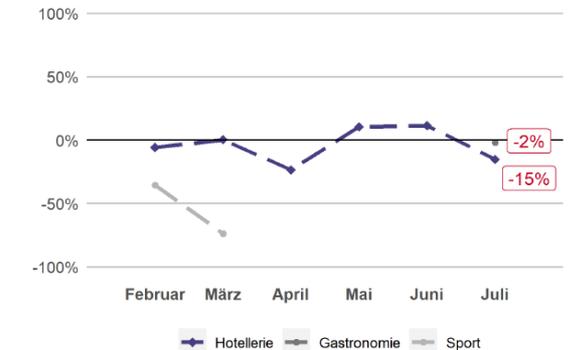
Δ UMSATZ/FREQUENZ

im Vergleich zum Vorjahr

Hotellerie **-15%**
Destination (TPI/Frequenz) **-13%**

Δ UMSATZ/FREQUENZ - BRANCHEN

im Vergleich zum Vorjahr



Quelle: Tourismusbarometer Umfrage

INTERPRETATION

- Die Hotellogiernächte sind gegenüber dem Vorjahr mit +2% leicht angestiegen.
- Die in der Umfrage berücksichtigten Hotellerie-Betriebe zeigen einen deutlich tieferen Umsatz um -19% auf.
- Dies ist vor allem auf den um -15% reduzierten Umsatz pro Zimmernacht und auf leicht weniger Zimmernächte (-4%) gegenüber dem Vorjahr zurückzuführen.
- Die an der Umfrage teilnehmenden Gastronomie-Betriebe konnten durch mehr Öffnungstage und eine leicht höhere Frequenz (+5%) einen erhöhten Umsatz von +27% erzielen.
- Durch die höhere Gewichtung der Hotellerie-Branche fällt der Tourismus-Performance Index negativ aus.

Vorteile teilnehmende Unternehmen

- Die Unternehmen bekommen ein *kostenloses* monatliches *Branchenbenchmarking* sowie die Destinationskennzahlen:
 - Möglichkeit zur vergleichenden Messung der eigenen Performance
 - Daraus die Möglichkeit ggf. Anpassungsstrategien abzuleiten
- Die Unternehmen profitieren zudem von Verbesserung auf Destinationsebene, die aufgrund des Tourismusbarometers gemacht werden können.

Zeitplan

- Bis Juli 2021: Pilotphase mit Hotellerie und Gastronomie der 6 Vorstandshotels des Hotelliervereins, Skischulen und Gewerbe.
- Ab August 2021: Schrittweise Ausweitung:
 - Sportbetriebe
 - Parahotellerie
 - Gastronomie
 - Hotellerie
 - Transportunternehmen

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

marcus.roller@cred.unibe.ch

CRED-T, Universität Bern

28.09.2021

u^b

**UNIVERSITÄT
BERN**

CRED
CENTER FOR REGIONAL
ECONOMIC DEVELOPMENT
Forschungsstelle Tourismus

