



Saison MONITORING

Winter 2016/17

Saisonbeginn bis 31. Dez. 2016

Ersteintritte (Anzahl Gäste)	Veränderung gegenüber	
	5-Jahres- Durchschnitt*	Vorjahr
Graubünden	-12.8%	-3.9%
Zentralschweiz	-24.1%	-19.3%
Ostschweiz	-41.1%	-23.3%
Berner Oberland	-31.8%	-30.5%
Waadtländer und Freiburger Alpen	-53.8%	-23.8%
Wallis	k.A.	-9.2%
Tessin	k.A.	k.A.
Schweiz	-17.0%	-12.6%

Umsatz (nur Personentransport)	Veränderung gegenüber	
	5-Jahres- Durchschnitt*	Vorjahr
Graubünden	-13.8%	-1.5%
Zentralschweiz	-22.6%	-16.9%
Ostschweiz	-47.8%	-19.4%
Berner Oberland	-11.3%	-11.6%
Waadtländer und Freiburger Alpen	-31.9%	-12.3%
Wallis	k.A.	-0.2%
Tessin	k.A.	k.A.
Schweiz	-14.7%	-4.0%

* 2011/12 bis 2015/16

05.01. 2017, SBS_suw

- Mit verbreiteten Schneefällen Mitte November begann der Winter 2016/17 verheissungsvoll. Eine anschliessende, ungewöhnlich lange Föhnlage, gefolgt von wochenlanger Trockenheit führte aber bis Ende Dezember 2016 zu wenig winterlichen Bedingungen im ganzen Land.

- Per Ende Dezember 2016 verzeichneten die Schweizer Seilbahnen rund 12.6 % weniger Ersteintritte und 4.0 % weniger Umsatz als im Vorjahr. Dieser markante Rückgang gegenüber dem Saisonstart 2015/16 ist umso drastischer, wenn man bedenkt, dass bereits die Monate November und Dezember 2015 äusserst mild und schneearm waren.

- Regional und sogar von Unternehmen zu Unternehmen gibt es grosse Unterschiede bei den Ergebnissen. Einige, insbesondere mittelgrosse Unternehmen in mittleren Höhenlagen, mussten teils massive Einbussen in Kauf nehmen. Andere wiederum verzeichneten deutlich mehr Gäste am Berg. Die Gewinner dieses schneearmen Winterbeginns sind tendenziell grosse, hoch gelegene Skigebiete mit ausreichenden Mitteln zur technischen Beschneigung. Auf der anderen Seite verzeichneten auch kleine, flexible Unternehmen, welche ihren Gästen attraktive Alternativen zum Schneesport anbieten (Wandern, Mountainbike, Sommerrodelbahn, Gastronomie etc.), ansehnliche Ergebnisse.

- Die grössere Differenz zum Vorjahr bei den Ersteintritten als beim Umsatz ist u.a. darauf zurückzuführen, dass der Verkauf von Saisonabonnements Anfang Winter jeweils eine relativ konstante Einnahmequelle für die Unternehmen ist.

