

Engadin St. Moritz mit bestem Ergebnis seit 2011

Die Tourismusregion Engadin St. Moritz hat das Jahr 2018 mit einem Plus von 5.3 Prozent der Logiernächte abgeschlossen und damit das beste Resultat seit 2011 erreicht.



Der Silsersee.

Bild: Engadin St. Moritz / swiss-image.ch / Christof Sonderegger

Mit über 1.6 Millionen Hotel-Logiernächten, was beinahe einem Drittel (32Prozent) der Hotelübernachtungen im Kanton Graubünden entspricht, kann die Region Engadin St. Moritz das beste Ergebnis seit 2011 ausweisen. Die Hotellerie konnte sämtliche Monate positiv abschliessen, mit Ausnahme des Februars, der aber aufgrund der Ski-WM 2017 nicht vergleichbar sei, schreibt die Tourismusorganisation in einer akuten Mitteilung.

Der Hauptteil des Zuwachses ist auf die Schweizer Gäste zurückzuführen. Gegenüber dem Vorjahr beträgt die Steigerung nahezu 19'000 Hotel-Logiernächte bzw. 2.2 Prozent. Die Übernachtungen der ausländischen Gäste konnten um 9 Prozent gesteigert werden. Dabei fallen die Zunahmen aus Deutschland (+8.6 Prozent), UK (+13.5 Prozent), den USA (+17.8 Prozent), China (13.8 Prozent), Brasilien (+13,8 Prozent) und den Golfstaaten (+25.6 Prozent) auf. Weiterhin im Minus sind die Hotel-Logiernächte der Gäste aus Italien (-1.8 Prozent) – dies obwohl die Ankünfte aus Italien um 2.2 Prozent zugenommen haben.

Der Trend zu immer kürzeren Aufenthalten sowohl bei Schweizer wie auch bei internationalen Gästen hält an: die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist mittlerweile von 3.5 Tagen im Jahr 2007 auf 2.95 im Jahr 2018 gefallen, im Kanton Graubünden ist sie von 3.2 auf 2.6 Tage gefallen. In Engadin St. Moritz verbrachten die Gäste im Durchschnitt 2.5 Tage im Sommer 2018 und 3.6 Tage im Winter 2017/18. Diese kürzere Aufenthaltsdauer muss mit der Bewerbung von zusätzlichen neuen Gästen kompensiert werden, und dies ist der Destination gelungen: die Ankünfte konnten 2018 um 5.1 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden.

Das Startjahr der Engadin St. Moritz Tourismus AG

Das Jahr 2018 war das erste operative Geschäftsjahr der neuen Engadin St. Moritz Tourismus AG (ESTM AG) als Nachfolgerin der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz. Der Verwaltungsrat hat letztes Jahr die touristische Strategie mit den beiden Marken «Engadin» und «St. Moritz» weiterentwickelt. Laut Marcus Gschwend, Verwaltungsratspräsident der ESTM AG werden sich in einem nächsten Schritt Verwaltungsrat, Geschäftsleitung und die beiden Brandmanager intensiv mit dem Angebots- und Produktmanagement sowie der Standortentwicklung beschäftigen.

Gemäss Gerhard Walter, CEO der ESTM AG, konnte die Tourismusorganisation bereits gemeinsame Projekte mit Bergbahnen, Hotellerie, Parahotellerie, Gewerbetreibenden, Eventorganisatoren und Schweiz Tourismus initiieren oder fortführen. «Wir sind der Meinung, dass nur mit einem ständigen Austausch und vereinten Kräften eine Präsenz auf den Märkten erfolgreich sein kann. Der Grundstein dafür ist gelegt», so Gerhard Walter. Die Generalversammlung der Engadin St. Moritz Tourismus AG (ESTM AG) hat am 2. Mai 2019 den Geschäftsbericht und die Jahresrechnung 2018 genehmigt. (htr)

Publiziert am Montag, 06. Mai 2019