**Geschäftsbericht 2016 der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz**

**Engadin St. Moritz: Zuwachs von Gästen aus der Schweiz und aus den neuen Märken im 2016**

**St. Moritz, 4. Mai 2017 –Die TourismusdestinationEngadin St. Moritz hat das Jahr 2016 mit einem knappen Minus von 0.1% Hotel-Logiernächten gegenüber dem Vorjahr abgeschlossen. Vor allem der Sommer konnte sehr gute Zahlen aufweisen. Schweizer Gäste wurden zurückgewonnen, sehr erfreulich ist auch die Zunahme von Gästen aus China, den USA, Indien und den Golfstaaten. Die bereits vor einigen Jahren eingeleitete Diversifikation in neue Märkte erweist sich damit als richtig; auf diese Weise können Währungs- und Wirtschaftsrisiken abgefedert werden. Zum ersten Mal seit 2008 haben die Hotel-Logiernächte in St. Moritz zugenommen.**

Die Tourismusdestination Engadin St. Moritz konnte im vergangenen Jahr Schweizer Gäste zurückgewinnen (+4.8%, was einer Zunahme von 36‘147 Hotel-Logiernächten entspricht). Entgegen dem gesamtschweizerischen Trend (-18%) konnten die Hotel-Logiernächte aus China um +13.5% gesteigert werden; die langjährige China-Strategie der Destination, auf Individualgäste mit längerer Aufenthaltsdauer zu setzen, geht damit auf. Bei den deutschen Gästen nahmen die Ankünfte um 2.8% zu – aufgrund der kürzeren Aufenthaltsdauer resultiert jedoch ein Minus von 3.2% der Hotel-Logiernächte. Sehr erfreulich ist auch die Zunahme aus den USA (+20.5%) und UK (+2.9%). Weiterhin auf Wachstum sind Indien (+20.5%) und die Golfstaaten (+31.9%). Der Rückgang von Gästen aus Russland (- 28.1%) und
Japan (- 11.6%) haben zum knappen Minus von 0.1% beigetragen, der besser als der Durchschnitt des Kantons Graubünden ist (-1.9%).

**Ein Plus für St. Moritz**

Erwähnenswert ist auch die Zunahme um + 1.8% der Hotel-Logiernächte in St. Moritz, zum ersten Mal seit 2008.

Der Kreisrat hat an seiner Sitzung vom 4. Mai 2017 den Geschäftsbericht und die Jahresrechnung 2016 der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz einstimmig genehmigt, nachdem der Tourismusrat diese Berichterstattung an seiner Sitzung vom 28. März 2017 zuhanden des Kreisrates ebenfalls einstimmig verabschiedet hatte.

**Strategie der Tourismusorganisation**

Die Strategie der Tourismusorganisation sieht vor, die Stamm-Märkte Schweiz, Deutschland und Italien weiterhin mit Angeboten wie „Bergbahnen inklusive“ im Sommer und „Hotel und Skipass“ im Winter sowie Mountainbike-, Familien- und Apartment-Specials zu pflegen. Dabei unterstreicht die Tourismusorganisation die Spitzenleistungen und den Kontrastreichtum des Oberengadins, damit der Preis nicht DAS entscheidende Kriterium ist. Gleichzeitig wird sie die im Portefeuille aufgenommenen Wachstumsmärkte intensiv weiter bearbeiten.

Link zum Geschäftsbericht: [http://www.engadin.stmoritz.ch/sommer/de/ueberuns/geschaeftsberichte](http://www.engadin.stmoritz.ch/sommer/de/ueberuns/geschaeftsberichte%20)

Anhang: Titelseite des Geschäftsberichts 2016

|  |  |
| --- | --- |
| **Medienkontakt für weitere Informationen**Engadin St. MoritzRoberto RivolaLeiter UnternehmenskommunikationVia San Gian 30 CH - 7500 St. MoritzT +41 81 830 08 03roberto.rivola@estm.ch [www.engadin.stmoritz.ch](http://www.engadin.stmoritz.ch/) | **Bildmaterial** Bilder in Magazinqualität zur redaktionellen Verwendung erhalten Sie online unter:[**www.swiss-image.ch**](http://www.swiss-image.ch) Username: engadinstmoritz Passwort: corvatsch **Bildnachweis:** **swiss-image.ch/Name des Fotografen** |