

WZ-Code 55.1



1 Branche in Kürze

Die Hotellerie konnte ihre Umsätze 2023 erneut steigern. Mit einem Plus von 11,5% übertraf sie damit den Stand von 2019 mit 9,6%. Am stärksten legten Hotels und Hotels garnis zu. Gasthöfe hingegen konnten das Umsatzniveau des Vorjahres nicht halten.

Die Preise für Übernachtungen sind um 5,9% gestiegen, sodass Ende des Jahres noch ein reales Umsatzplus von knapp 5% blieb.

Geschäftsreisen legen zu

Die Anzahl der Übernachtungen nimmt zwar stetig zu, liegt aber weiterhin unterhalb des Niveaus von 2019 (-4,2%). Positive Impulse kamen 2023 aus dem Bereich der Geschäftsreisen mit einer längeren durchschnittlichen Aufenthaltsdauer. Urlaubsreisen innerhalb Deutschlands werden hingegen nach dem vorübergehenden Hoch während der Corona-Pandemie sehr viel weniger nachgefragt und haben sich seit 2019 um ein Viertel reduziert.

Stattdessen stehen Fernreisen, Mittelmeerurlaube und Kreuzfahrten bei den Deutschen hoch im Kurs, was die Erfolgsaussichten der deutschen Hotellerie für dieses Jahr etwas dämpft. Es wird aber erwartet, dass die Austragung der Fußball-EM in Deutschland Mitte des Jahres das Geschäft beleben kann.

Noch immer fehlen Arbeitskräfte und das vorhandene Bettenangebot kann nicht ausgeschöpft werden. Hier könnten Digitalisierung und Künstliche Intelligenz dazu beitragen, vermehrt prozessuale Aufgaben zu übernehmen. Das Personal würde dadurch entlastet und könnte sich zuvorderst auf die Kundenbetreuung konzentrieren.

Auszug aus Kap. 6: Chancen und Risiken im Überblick

Chancen
Digitalisierung: Kosteneinsparung / Prozessoptimierung
Optimierung der Betriebsabläufe mit KI
Risiken
Hohes Preisniveau
Fach- und Arbeitskräftemangel

Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe

Hotelketten gewinnen Umsatzanteile

Die Betriebstypen der Branche haben sich in den letzten Jahren sehr heterogen entwickelt. Die Hotels und Hotels garnis haben ihr Bettenangebot ausgebaut, während Gasthöfe und Pensionen unter den ungünstigen Rahmenbedingungen litten. Demzufolge kam es hier zu Betriebsschließungen. Innerhalb der Hotels konnten vor allem die (größeren) Hotelketten Umsatzanteile hinzugewinnen. Onlineplattformen verschärfen den Preiswettbewerb durch bessere Vergleichbarkeit und höhere Preistransparenz, was insbesondere den kleinen, inhaber- oder familiengeführten Betrieben zusetzt. Hinzu kommt die Konkurrenz alternativer Übernachtungsformen wie Camping, Ferienhaus und Ferienwohnung.

Nachhaltiges Handeln gefragt

Die ständig steigende Anzahl onlineaffiner Kunden erwartet digitale Angebote entlang der Guest Journey vom digitalen Check-in bis zum digitalen Check-out. Mit den Trends der Zeit zu gehen, trägt daher wesentlich zum künftigen Erfolg bei: Konsumenten denken nachhaltig, sie wünschen individuelle Lösungen, schauen dabei aber auf den Geldbeutel. Gleichwohl boomen hochwertige Reisen und Luxusreisen.

Die Nachhaltigkeitsrisiken der Branche sind als mittel einzustufen (S-ESG-Branchenscore C). Das Thema Nachhaltigkeit hat sich zu einem maßgeblichen Trend entwickelt. Es gibt viele Bereiche für nachhaltiges und umweltverträgliches Handeln, z.B. beim Einkauf, bei der Auswahl von Materialien der Hoteleinrichtung, beim Service sowie in allen Abläufen des Hotels von der Rezeption über das Gästezimmer bis hin zur Küche.

Inhalt

1	Branche in Kürze	2
2	Branchenbeschreibung	4
3	Branche in Zahlen	5
3.1	Volkswirtschaftliche Kennzahlen	5
3.2	Branchenspezifische Kennzahlen der Sparkassen-Finanzgruppe	11
4	Branchenwettbewerb	15
4.1	Wettbewerbssituation	15
4.2	Bedeutende Unternehmen	17
5	Rahmenbedingungen	18
6	Trends und Perspektiven	20
	Glossar	23
	Programm der Branchenreports 2024	24
	Impressum	25

© S-MS 610 214 496 / 05.2024

