

1 Branche in Kürze

Die Hotellerie hat sich 2022 weiter erholt. Das Reiseaufkommen in Deutschland ist stark gestiegen und erreichte fast das Niveau von 2019. Nach der Aufhebung aller pandemiebedingten Einreise- und Beherbergungsverbote, Kontaktbeschränkungen und Lockdowns übertraf die Branche nicht zuletzt durch starke Preisanhebungen die Umsätze von 2019. Gasthöfe und Pensionen erzielten dabei deutlich höhere Zuwächse als Hotels und Hotels garnis, obwohl die Bettenzahl dort leicht gesunken ist.

Die Herausforderungen liegen auch 2023 darin, mit den hohen Energiepreisen infolge des Ukraine-Krieges und mit den schrumpfenden Budgets der privaten Haushalte umzugehen. Die Zahlen sind für das erste Quartal 2023 vielversprechend – die Auslastung nimmt zu bei gleichzeitig steigenden Zimmerpreisen.

Eklatanter Arbeitskräftemangel

Als größtes Problem stellt sich die Beschäftigtenentwicklung dar. In der Branche fehlen immer noch knapp 14% der Arbeitskräfte, die im Zuge der Pandemie freigesetzt wurden und sich anderweitig orientiert haben. Daher kann die Branche ihre verfügbaren Betten aktuell nicht in der gewohnten Anzahl anbieten. Mittelfristig könnte Künstliche Intelligenz in Form von Hotelrobotern helfen, dem massiven Arbeitskräftemangel entgegenzutreten.

Konkurrenzdruck steigt

Der Konkurrenzdruck innerhalb der Branche hat weiter zugenommen. Die Unternehmen der Marken- und Systemhotellerie haben die Pandemie

genutzt, um ihr Bettenangebot auszubauen. Auf der anderen Seite ist im selben Zeitraum aber die Anzahl der Übernachtungen in Deutschland um 10% gesunken. Entsprechende Überkapazitäten sind entstanden, die in einen starken Verdrängungswettbewerb münden. Insbesondere die kleinen, inhaber- oder familiengeführten Betriebe müssen sich deshalb gegen die nationale bzw. internationale Marken- bzw. Systemhotellerie behaupten. Konkurrenz erwächst zudem aus dem Angebot an Ferienhäusern und dem Campingboom. Onlinebuchungsportale nutzen ihre Marktmacht aus, was die Branche zunehmend belastet: Sie sieht sich gezwungen, Bedingungen zu Stornierungen, Sonderrabatten oder Werbeaktionen zu akzeptieren, auch wenn diese normalerweise nicht angeboten werden. Damit steigt der Druck auf die Preise und die Margen.

Digitale Innovationen sind gefragt

Onlineaffine Kunden, deren Zahl ständig wächst, erwarten digitale Angebote entlang der Guest Journey vom digitalen Check-in bis zum digitalen Check-out. Eine Lösung, um den hohen Ansprüchen von Reisenden besser zu entsprechen, ist, die Digitalisierung voranzutreiben. Ein schlüssiges Konzept, die Fokussierung auf eine Zielgruppe, maßgeschneiderte individuelle Angebote oder das Augenmerk auf die Nachhaltigkeit haben wesentlichen Einfluss auf den Erfolg eines Unternehmens. Nachhaltiges Handeln kann viele Bereiche wie den Einkauf, die Auswahl der Materialien der Hoteleinrichtung, Reinigung und Küche umfassen. Die Nachhaltigkeitsrisiken der Branche sind als mittel einzustufen, der S-ESG-Branchenscore hat die Note C.

Auszug aus Kap. 6: Chancen und Risiken im Überblick

Chancen
Digitalisierung: Kosteneinsparung und Prozessoptimierung
Wiederbelebung der Geschäftsreisen, auch mit hybriden Events
Risiken
Energiekrise: steigende Kosten und Konsumverschiebungen
Fachkräftemangel: Herausforderung Personalrekrutierung

Quelle: Branchendienst der Sparkassen-Finanzgruppe

Inhalt

1	Branche in Kürze	2
2	Branchenbeschreibung	4
3	Branche in Zahlen	6
3.1	Volkswirtschaftliche Kennzahlen	6
3.2	Branchenspezifische Kennzahlen der Sparkassen-Finanzgruppe	12
4	Branchenwettbewerb	17
4.1	Wettbewerbssituation	17
4.2	Bedeutende Unternehmen	20
5	Rahmenbedingungen	22
6	Trends und Perspektiven	25
	Glossar	29
	Programm der Branchenreports 2023	30
	Impressum	31

