Booking.com

Unterkunftsbarometer Deutschland 2024

Foto: Bunte Fachwerkhäuser in Rothenburg ob der Tauber, Deutschland

statista

Inhalts-verzeichnis

01
Zusammenfassung
S. 3

02
Wirtschaftliche Lage und Investitionen
S. 7

03
Risiken und Chancen
S. 12

04
Staatliche Maßnahmen und Unterstützung
S. 16

05
Nachhaltigkeit
S. 19

06
Anhang
S. 22

Methodik
S. 26

01 Zusammenfassung

Ein Balanceakt: Deutsche Hoteliers stellen sich wirtschaftlichen Herausforderungen

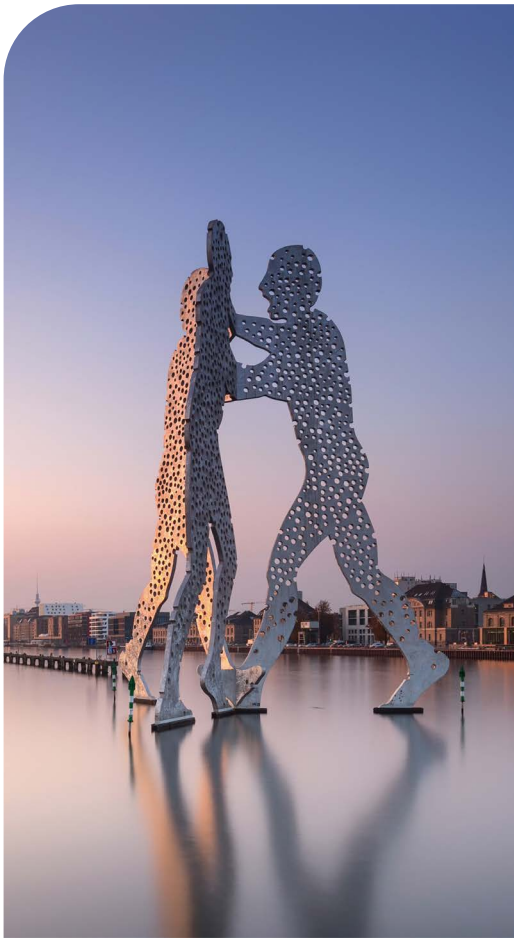
Im Vergleich zu ihren europäischen Pendants nehmen die deutschen Hoteliers größere wirtschaftliche Herausforderungen wahr. Diese werden durch die Wiedereinführung der Mehrwertsteuer auf Gastronomiebetriebe Anfang 2024 sowie durch Personal- und Energiekosten noch verschärft. Obwohl die geopolitische Unsicherheit und die Lebenshaltungskostenkrise ihre Spuren im deutschen Beherbergungsgewerbe zu hinterlassen scheinen, zeigt sich die Branche weiterhin robust. Viele Hoteliers erwarten für die kommende Sommersaison bessere Ergebnisse, mit einem erneuten Schwerpunkt auf dem Inlandstourismus.

Vorsichtiger Optimismus auf eine erfolgreiche Hochsaison

Hinsichtlich diverser Wirtschafts-indikatoren gaben Hoteliers in Deutschland im Vergleich zu anderen befragten europäischen Ländern eine weniger positive Selbsteinschätzung ab, was den schwierigen Jahresbeginn widerspiegelt. Die Wiedereinführung des Mehrwertsteuersatzes von 19 % auf Gastronomiebetriebe zum 1. Januar 2024 (während der Pandemie lag er bei 7 %) sowie der Druck durch Personal- und Energiekosten haben die finanzielle Belastung noch weiter verschärft.

Während nun die Buchungen für die Sommersaison eingehen, mischt sich auch ein Hauch von Zuversicht unter die Vorfreude auf die bevorstehende Hochsaison. Auf jeden deutschen Beherbergungsbetrieb, der eine negative Geschäftsentwicklung in den nächsten sechs Monaten erwartet, kommen fünf weitere, die an eine positive Entwicklung glauben. 20 % äußerten die Absicht, stärker zu investieren.

Ein zentrales Anliegen deutscher Hoteliers ist laut den Umfrageergebnissen die Auslastungs- und Zimmerpreisdynamik. Der Anteil der Befragten, die in den letzten sechs Monaten einen Anstieg der Auslastung verzeichneten, sank von 60 % im Frühjahr 2023 auf nur noch 34 % im aktuellen Barometer. Dieser Rückgang basiert teils auf der Tatsache, dass ein größerer Anteil der Befragten keine Veränderungen beobachtete, teils aber auch darauf, dass ein Fünftel (19 %) der deutschen Beherbergungsbetriebe eine rückläufige Auslastungsrate angab.



Molecule Man, Berlin

Im Vergleich zu 2023 hat die Zufriedenheit mit der Entwicklung der Tagesrate nachgelassen. Es gibt jedoch einen Lichtblick: Auf jeden deutschen Beherbergungsbetrieb mit sinkenden Tagesraten (16 %) kommen zwei Betriebe, die ein Wachstum (29 %) meldeten.

Insgesamt teilten 53 % der Befragten eine positive Einstellung zu den letzten sechs Monaten, während nur 8 % eine negative Einschätzung abgaben. Dies ist an sich eine starke Leistung, jedoch nicht im Vergleich zu der noch optimistischeren Einstellung im Jahr 2023 und dem aktuellen europäischen Durchschnitt (65 % positiv und 6 % negativ gestimmt).

54 %
Mehr als die Hälfte (54 %) der deutschen Hoteliers erwartet künftig eine positive oder sehr positive wirtschaftliche Entwicklung

Hindelanger Klettersteig

EU-weite Trends: Größer bleibt stärker – Hotelketten bewahren ihren Vorsprung gegenüber unabhängigen Betrieben

Als Ganzes betrachtet, zeichnet sich in Europa ein klarer Unterschied zwischen den Konjunkturerwartungen unabhängiger Betriebe und den Erwartungen der Hotelketten ab. Erstere machen den Großteil der Beherbergungsbetriebe in Europa aus, auch wenn ihr Anteil in den letzten Jahrzehnten stetig zurückgegangen ist (Phocuswright, STR).

Das neueste Barometer bestätigt den deutlichen Vorsprung der Hotelketten gegenüber kleineren, unabhängigen Konkurrenten hinsichtlich verschiedener wirtschaftlicher Bereiche, darunter beispielsweise Zugang zu Kapital, Einschätzung der Auslastung und Entwicklung der Tagesraten. Insbesondere berichten 77 % der Kettenunternehmen von einer positiven wirtschaftlichen Lage, bei den unabhängigen Betrieben sind es im Vergleich nur 59 %. Auch hinsichtlich der Zukunftserwartungen berichten Hotelketten (79 % positiv) eine positivere Stimmung als unabhängige Betriebe (61 % positiv) – 18 Prozentpunkte mehr.

Auch hier spielt die Größe des Betriebs eine Rolle. Größere Hotels können wirtschaftlich schwierige Phasen über einen längeren Zeitraum hinweg meistern, leichter Kredite erhalten und von der Höhe ihres Umsatzes profitieren.

Kölner Skyline bei Sonnenuntergang mit Blick über den Rhein

Energiekosten: wunder Punkt, aber vielfältige Chancen

Energiekosten stellen für Hoteliers in ganz Europa eine große Herausforderung dar – so auch in Deutschland. Mehr als vier Fünftel (84 %) der deutschen Befragten nannten die Energiekosten als Risiko für ihren Beherbergungsbetrieb, dicht gefolgt vom Fachkräftemangel (80 %) und den Personalkosten (77 %).

Trotz dieser Schwachstellen haben deutsche Beherbergungsbetriebe zahlreiche Chancen erkannt. Das größte Potenzial liegt für mehr als vier Fünftel (82 %) der Befragten darin, Anreize für wiederholte Besuche zu geben und diese zu fördern. Viele möchten auch ihre digitale Präsenz ausweiten: Vier Fünftel (81 %) geben an, dass die Verbesserung des Social-Media-Marketings Priorität habe. In jedem Fall betrachten sie inländische Besucher eindeutig als ihre wichtigste Kundenbasis, egal ob sie nun Renovierungsarbeiten oder eine Auffrischung ihres Online-Marketing-Ansatzes planen. Eine deutliche Mehrheit der deutschen Beherbergungsbetriebe (9 von 10) bewertet inländische Gäste als entscheidend für ihren Erfolg. Ihnen wird also mehr Bedeutung zugeschrieben als innereuropäischen und internationalen Gästen.

Neun Zehntel
(92 %) der deutschen Beherbergungsbetriebe geben an, dass inländische Gäste (sehr) wichtig für den Erfolg ihres Geschäfts seien. Im Vergleich: Der EU-Durchschnitt beträgt 76 %

Hoher Regulierungsaufwand und hohe Erwartungen an die Regierung

Einer überwältigenden Mehrheit der deutschen Beherbergungsbetriebe zufolge sollte die Regierung makroökonomische Stabilität, leichteren Zugang zum Arbeitsmarkt für ausländische Fachkräfte und Investitionen in die lokale Infrastruktur priorisieren. Diese Punkte werden von mehr als 90 % der Befragten aufgezeigt. Diese Antworten machen die hohen Erwartungen der Tourismusbranche an die Regierung deutlich.

Allerdings empfinden 7 von 10 deutschen Beherbergungsbetrieben die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften als sehr aufwändig. Das ist im europäischen Vergleich nur für etwas mehr als die Hälfte der Betriebe der Fall. Den Befragten zufolge ist der Compliance-Aufwand in den letzten zwölf Monaten in Deutschland stärker gestiegen (62 %) als in Europa insgesamt (45 %).

96 %

Die überwiegende Mehrheit der deutschen Hoteliers (96 %) möchte, dass ihre Regierung die makroökonomische Stabilität priorisiert

Zwei Fünftel

(40 %) der deutschen Hoteliers sind der Ansicht, dass der Klimawandel in den nächsten drei Jahren (überhaupt) keine Auswirkungen auf ihr Geschäft haben wird

Herangehensweise an Nachhaltigkeit eher ökonomisch als ökologisch

Historisch gesehen war Deutschland in Sachen Umweltschutz oft Vorreiter. Dennoch werden Klimaangelegenheiten von den meisten deutschen Beherbergungsbetrieben nicht als unmittelbare Bedrohung angesehen. Nur ein Viertel der Befragten ist der Ansicht, dass der Klimawandel (sehr) große Auswirkungen auf ihr Geschäft habe. Dem stehen die höheren Zahlen aus Portugal, den skandinavischen Ländern und Spanien gegenüber, wo 59 %, 46 % bzw. 45 % Risiken wahrnehmen.

Dennoch planen sieben von zehn deutschen Betrieben, in den nächsten zwölf Monaten mindestens ein Viertel ihrer Investitionen in Nachhaltigkeit fließen zu lassen, und dies aufgrund der Erwartung langfristiger Kosteneinsparungen und einer Verbesserung der Wahrnehmung bei den Gästen.

Historische Altstadt in Monschau

The Das European Accommodation Barometer

Die vierte Ausgabe des Deutschen Unterkunftsbarometers basiert auf einer Umfrage unter 90 Führungskräften und Managern im deutschen Hotelgewerbe. Es stützt sich auf die Ergebnisse des EU Accommodation Barometer, in dem insgesamt 940 Teilnehmer befragt wurden. Es wird gemeinsam von Booking.com und Statista erstellt.

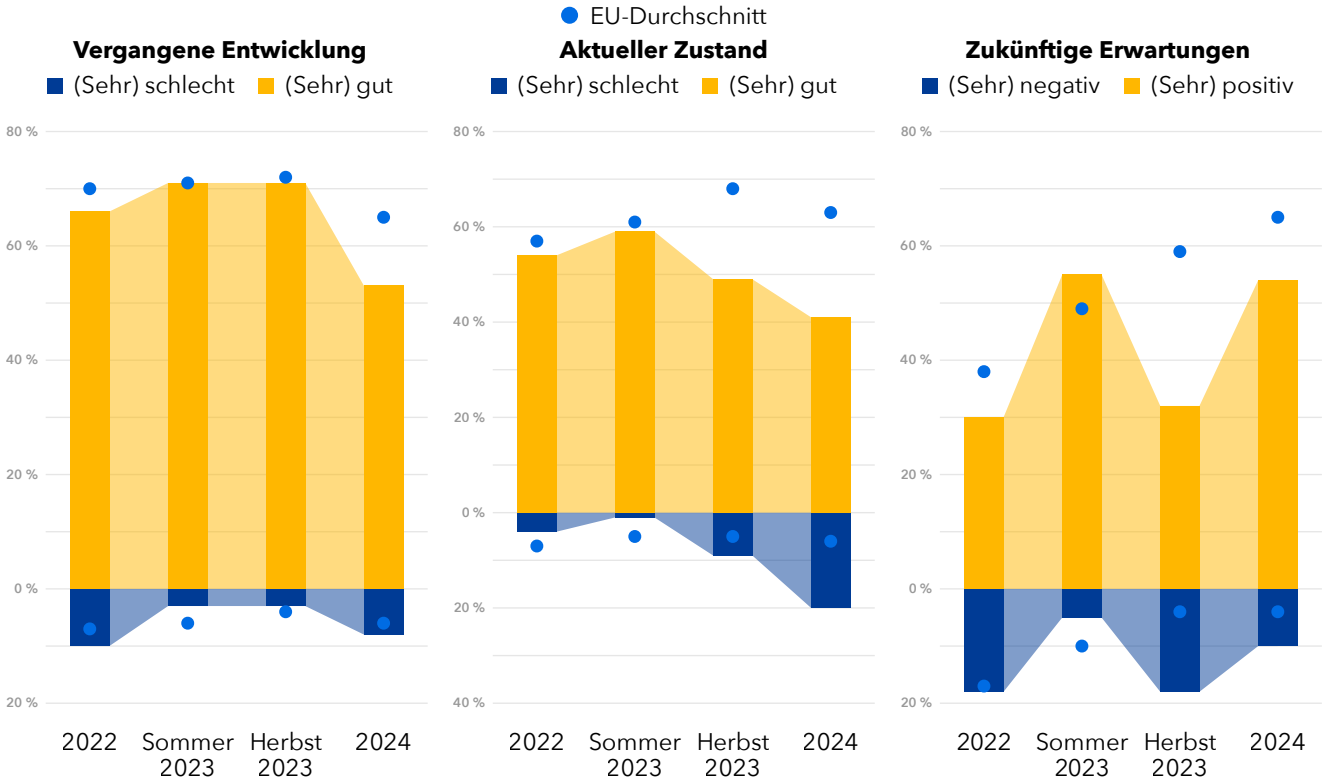
02

Wirtschaftliche Lage und Investitionen

Vor dem Hintergrund des näherrückenden Sommers hoffen deutsche Beherbergungsbetriebe auf eine solide Weiterentwicklung ihres Geschäfts. Insgesamt sind sie dabei weniger positiv gestimmt als im EU-Durchschnitt. Allerdings stimmen die Zahlen für Deutschland im Wesentlichen mit den Entwicklungen in der EU überein: Seit Herbst 2023 ist eine weitere leichte Verschlechterung der Stimmung zu verzeichnen, die aber von zusehends positiven Erwartungen an die Zukunft wettgemacht wird.

Foto: Vor der Europäischen Zentralbank in Frankfurt

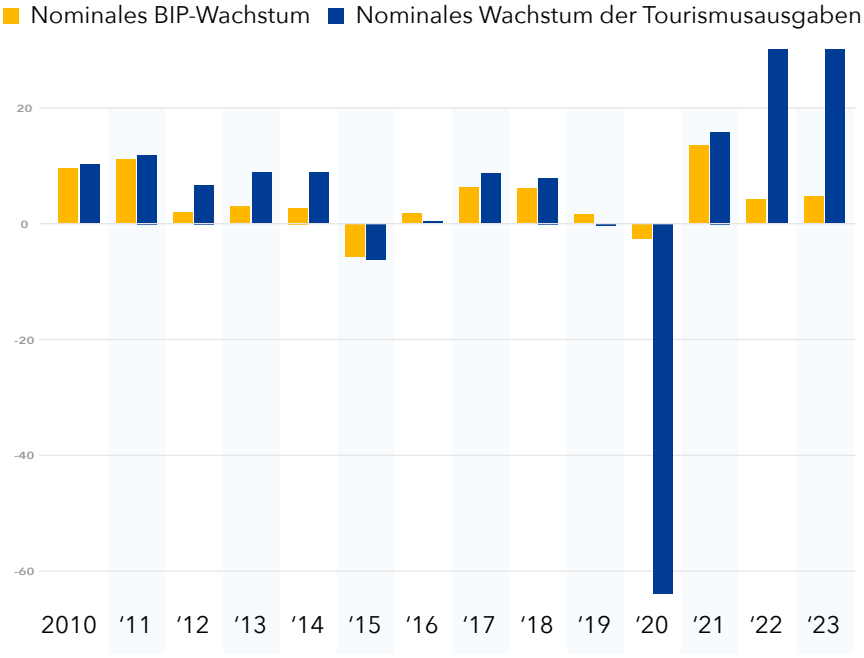
Wahrnehmung der Beherbergungsbetriebe hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Entwicklung



Die Urlaubssaison kommt gerade erst in Gang, weshalb die Stimmung in der deutschen Beherbergungsbranche derzeit weniger optimistisch ist als im Jahr 2023. Etwas mehr als die Hälfte der deutschen Befragten schätzte die Entwicklung ihres Geschäfts in den vergangenen sechs Monaten als (sehr) gut ein. Dieser Wert liegt unter dem EU-Durchschnitt von 65 %. Zwei Fünftel der deutschen Hoteliers (41 %) empfinden die Geschäftslage derzeit als (sehr) gut. Im Herbst taten das noch die Hälfte (49 %), und im Sommer 2023 fast drei Fünftel (59 %).

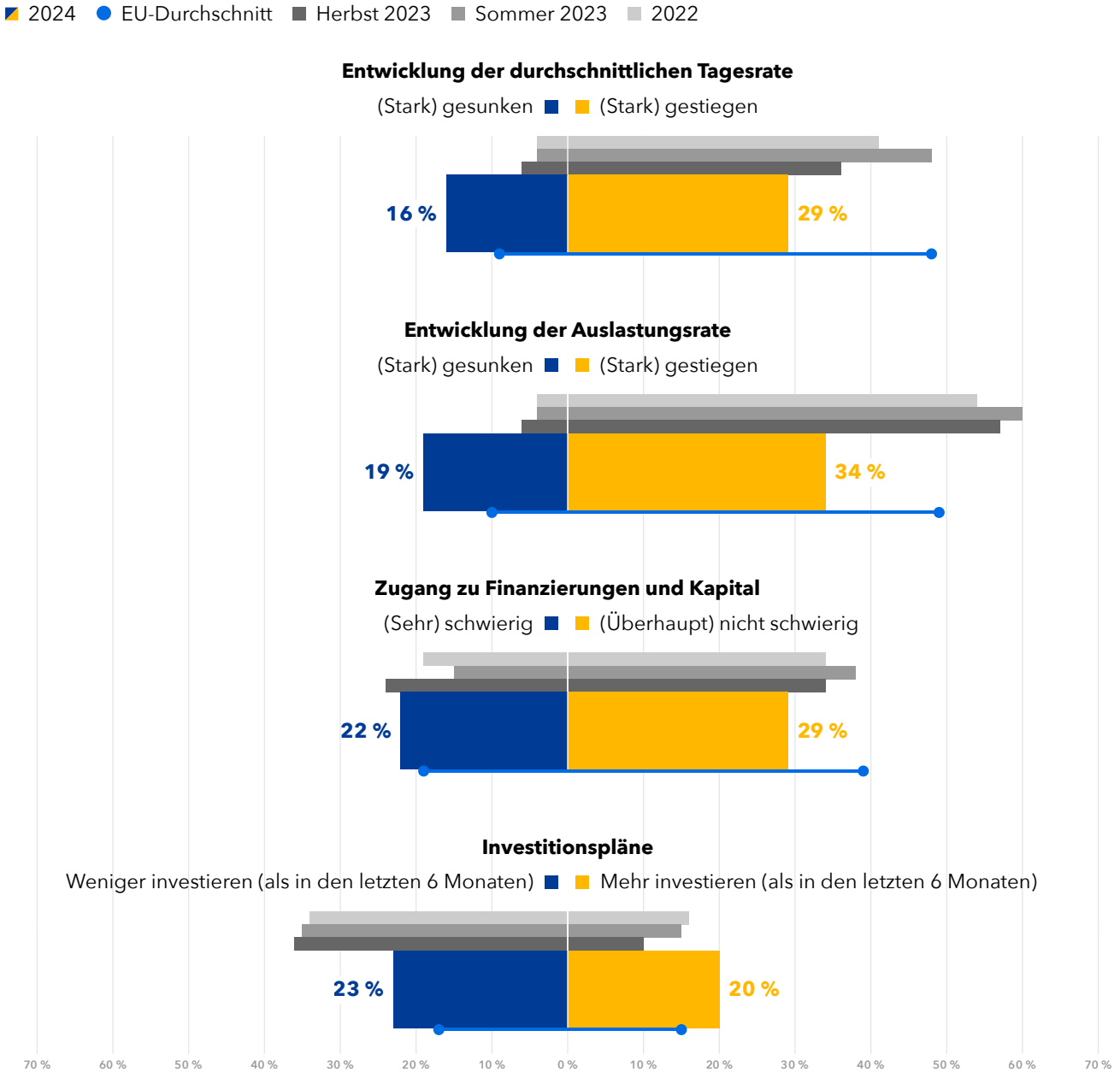
Im Hinblick auf die Zukunft fällt die Stimmung in den deutschen Beherbergungsbetrieben allerdings deutlich positiver aus: Mehr als die Hälfte (54 %) sind hinsichtlich ihrer Zukunftsaussichten zuversichtlich, im Herbst waren es nur ein Drittel (32 %). Im EU-Durchschnitt blicken 65 % der Hoteliers der Zukunft mit positiven Erwartungen entgegen. Deutschland hinkt zwar diesem Durchschnitt hinterher, die Erwartung auf eine erneute Erholung ist aber dennoch deutlich merkbar.

Tourismus wächst nach der Pandemie siebenmal schneller als das BIP



Quelle: Tourism Economics, World Travel market

Entwicklung des Beherbergungsbetriebs in den letzten 6 Monaten

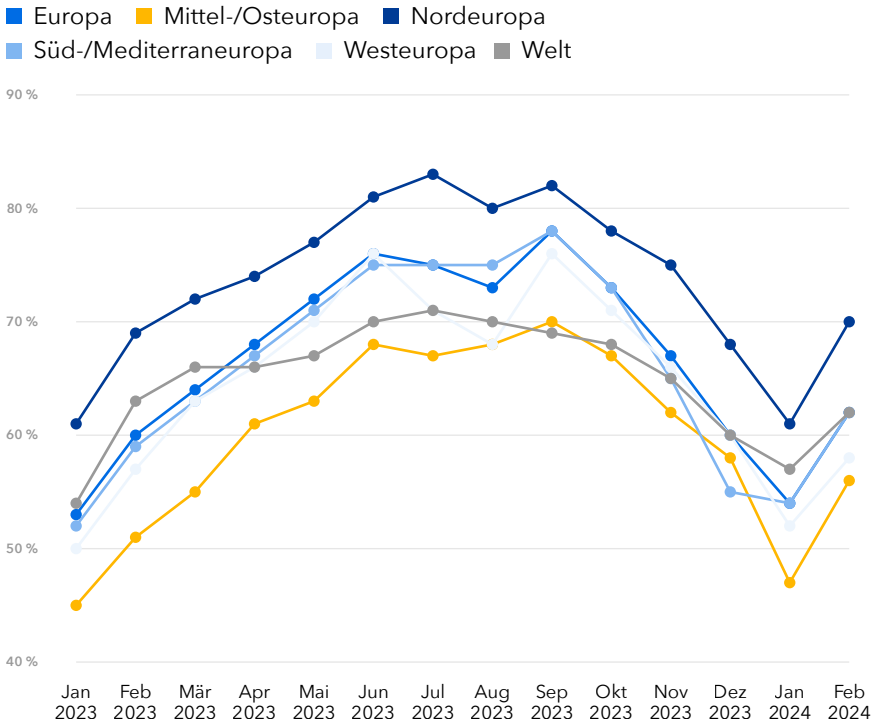


Dieser Zukunftsoptimismus lässt darauf schließen, dass sich die deutsche Beherbergungsbranche nach der holprigen Fahrt der letzten Jahre stabilisiert. In dieser Befragungswelle berichten weniger deutsche Betriebe von einem starken Anstieg der durchschnittlichen Tagesrate (ADR) als im Herbst 2023. Stattdessen berichten mehr von einem (starken) Rückgang. Auch was die Auslastung angeht, nehmen weniger Hoteliers einen (starken) Anstieg wahr als im Herbst: 34 % der Befragten gaben einen Anstieg an, im Vergleich zu 57 % im Herbst. Deutschland liegt hier unter dem EU-Durchschnitt von 49 %. Dies spiegelt den saisonalen Charakter von Reisen und die von der Weltorganisation für Tourismus (UNWTO) gezeigte tatsächliche Auslastung wider, die nach dem Hochsommer 2023 einen Abwärtstrend verzeichnete.

Die bevorstehende Sommersaison bietet jedoch einen Hoffnungsschimmer, denn mehr deutsche Beherbergungsbetriebe wollen künftig stärker investieren. Jeder Fünfte (20 %) gab an, in den nächsten sechs Monaten stärker investieren zu wollen. Dies ist ein Anstieg von 10 Prozentpunkten im Herbst und liegt über dem EU-Durchschnitt von 15 %. Auch der Zugang zu Finanzmitteln bleibt, wenngleich er unter dem EU-Durchschnitt liegt, konstant.

Deutsche Beherbergungsbetriebe berichten weiterhin von Veränderungen im Verbraucherverhalten, die auch im Herbst 2023 beobachtet wurden. Erneut gaben drei Fünftel (60 %) der Befragten an, dass Verbraucher kürzere Aufenthalte buchen, was über dem EU-Durchschnitt liegt, wo dies auf die Hälfte (50 %) zutrifft. Zugleich sagen 49 % (Herbst 2023: 52 %), dass sich Verbraucher für günstigere Zimmer entscheiden. Diese Welle umfasst zwei neue Entwicklungen: 46 % der Betriebe erklären, dass sich mehr Verbraucher für Urlaube innerhalb Deutschlands entscheiden. Und etwas weniger als ein Drittel (30 %) der deutschen Hoteliers geben an, dass Verbraucher weniger Reisen pro Jahr antreten.

Beherbergungsauslastung in Europa und weltweit 2023-2024



Quelle: UNWTO Tourism Recovery Tracker

Entwicklungen im Gästeverhalten. Verbraucher ...

60 % buchen kürzere Aufenthalte

41 % geben weniger für Extras aus

39 % entscheiden sich für Buchungsoptionen mit eingeschränkteren Stornierungs-möglichkeiten

49 % entscheiden sich für günstigere Zimmer

46 % entscheiden sich eher für Urlaub im Inland

32 % buchen früher im Voraus

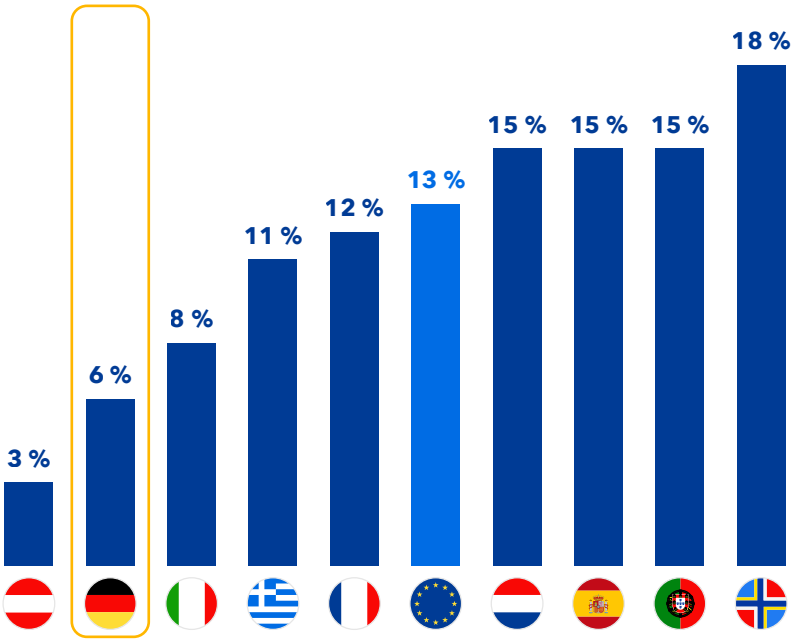
30 % unternehmen weniger Reisen pro Jahr

9 % vermeiden die Hauptsaison

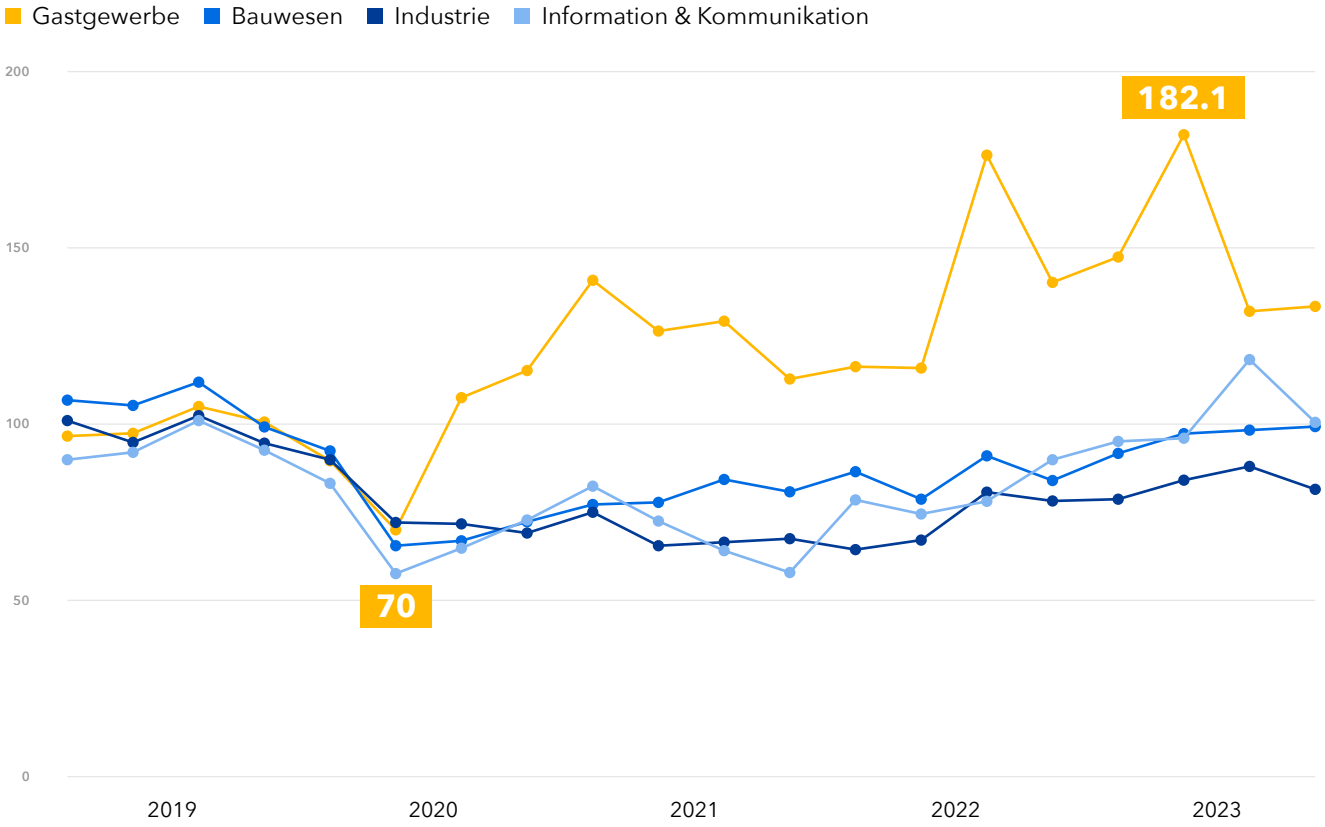
Wie aus dem Index über Insolvenzverfahren von Eurostat hervorgeht, war das Gastgewerbe eine der am stärksten von der COVID-19-Pandemie betroffenen Branchen, und auch im Jahr 2023 blieb die Zahl der Insolvenzen hoch. Trotz der weniger zuversichtlichen Stimmung scheinen die deutschen Beherbergungsbetriebe weiterhin in die Fortführung ihrer Unternehmen zu vertrauen: Lediglich 6 % gaben an, dass ein (sehr) hohes Risiko einer Schließung in den nächsten 3 Jahren bestehe, verglichen mit dem EU-Durchschnitt von 13 %.

Von den Beherbergungsbetrieben wahrgenommenes Risiko der Schließung des Betriebs in den nächsten 3 Jahren

(Sehr) hoch



EU-Index der Unternehmensinsolvenzen, nach Sektor (2015=100)



Quelle: Eurostat

03

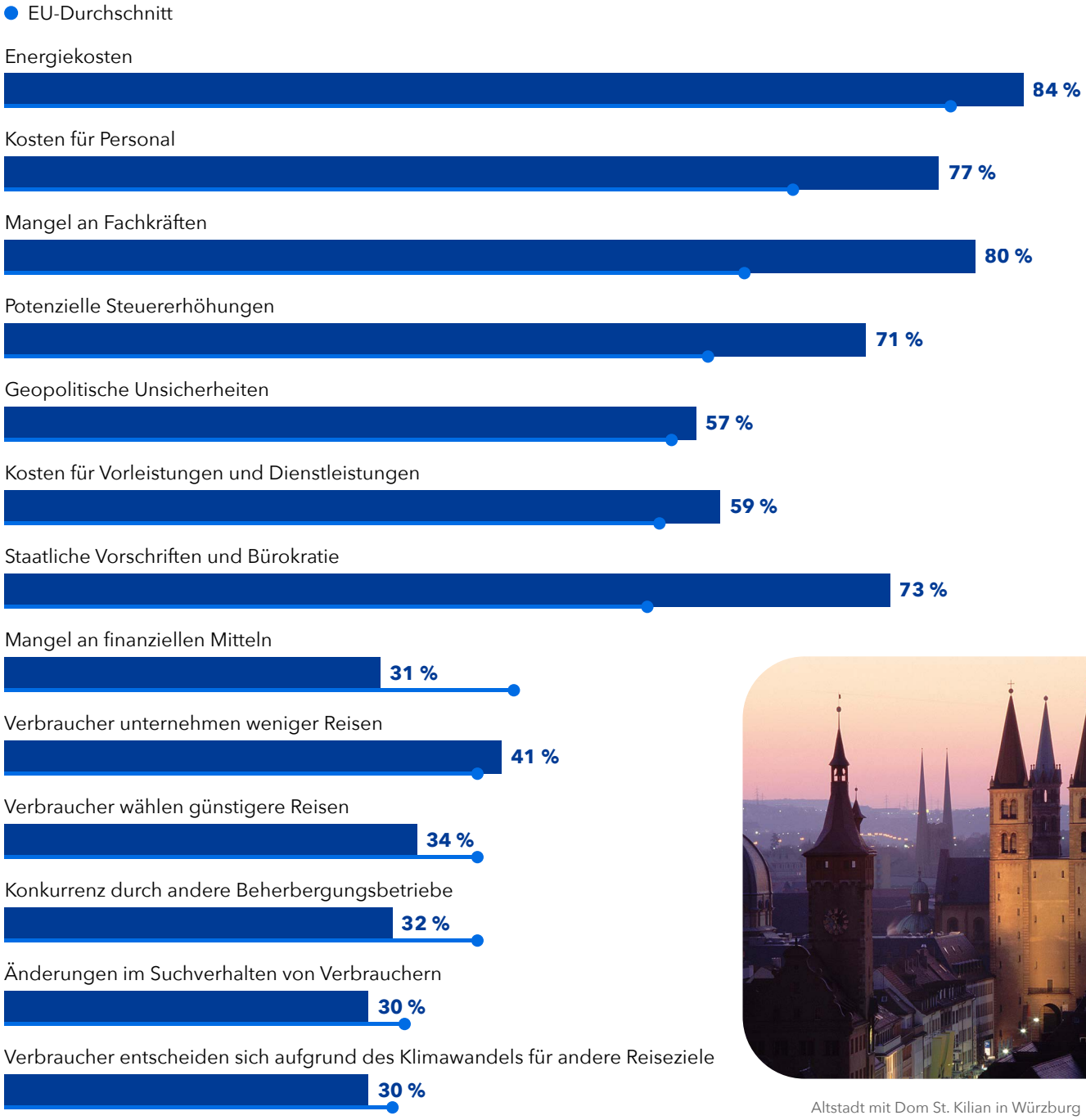
Risiken und Chancen

Die deutschen Beherbergungsbetriebe sehen vielfältige Risiken für ihr Geschäft. Im Fokus stehen aber vor allem Energiekosten, da insbesondere der Krieg in der Ukraine zu massiven Turbulenzen im Bereich der Energieversorgung geführt hat. Auch die Akquirierung von (qualifizierten) Arbeitskräften gestaltet sich weiterhin als schwierig – ein akutes Problem im Gastgewerbe, das durch die COVID-19-Pandemie noch verschärft wurde.

Foto: Panoramablick auf ein Bergdorf im Schwarzwald

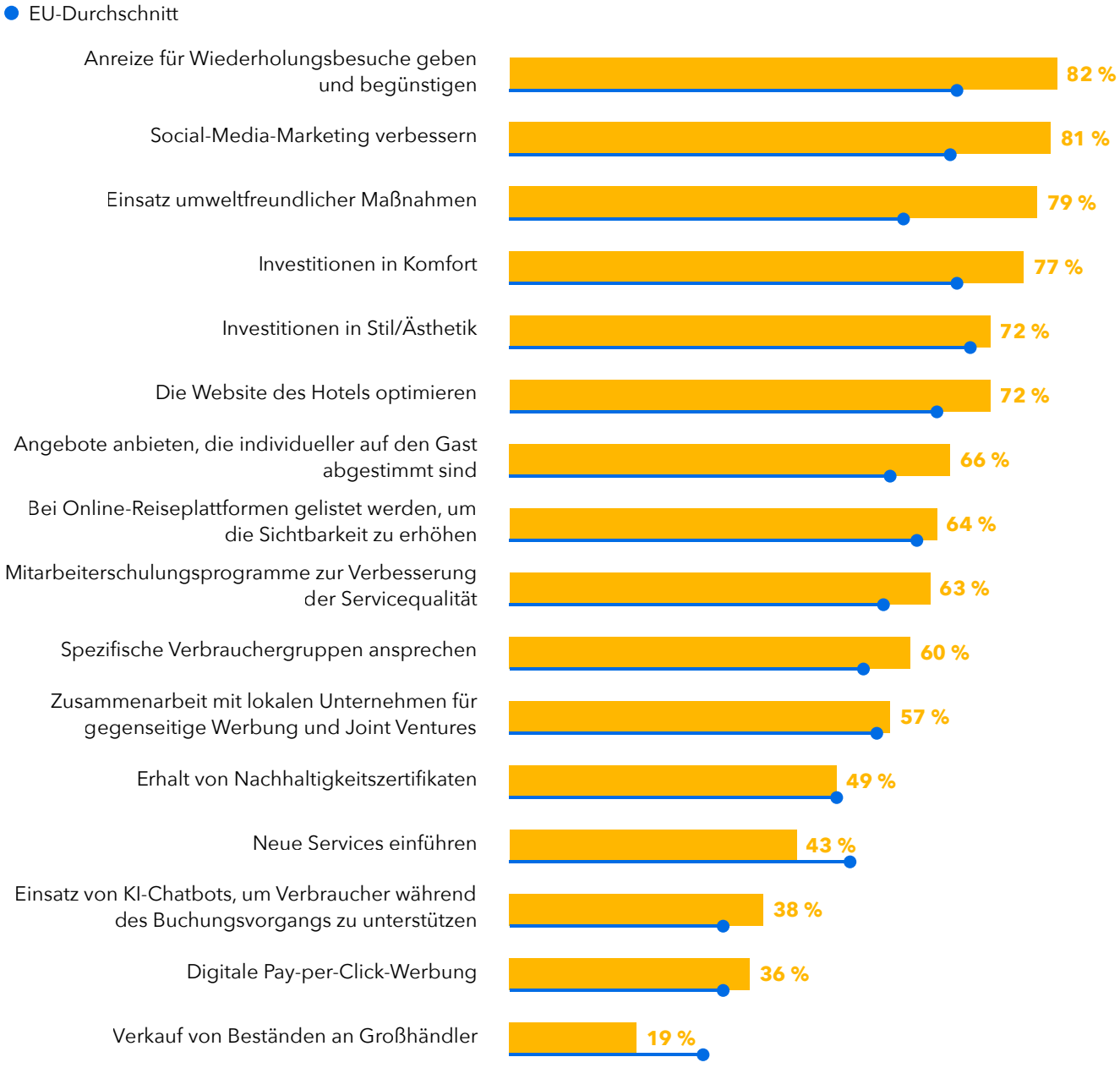
Für deutsche Beherbergungsbetriebe bleiben Energiekosten das größte Geschäftsrisiko – nicht weniger als 84 % gaben dies an. Der Wert blieb somit relativ unverändert gegenüber 86 % im Herbst und ungefähr auf dem gleichen Level wie der EU-Durchschnitt (78 %). An zweiter Stelle im aktuellen Barometer liegt der Fachkräftemangel, den vier Fünftel der deutschen Hoteliers (80 %) benennen, was deutlich über dem EU-Durchschnitt von 6 % liegt. Bereits im Herbst war die Akquirierung/Bindung von Personal ein Thema, das drei Viertel (74 %) der deutschen Hoteliers beschäftigte. Die Personalkosten beschäftigen auch in dieser Befragungswelle rund drei Viertel der Beherbergungsbetriebe (77 %). Bürokratie ist mit 73 % auf den vierten Platz im Ranking vorgerückt – sie lag im Herbst 2023 mit 57 % vergleichsweise weit hinten. Da an zahlreichen Krisenherden der Welt Kriege wüten, wird geopolitische Unsicherheit von weit mehr als der Hälfte (57 %) der deutschen Hoteliers als Risiko wahrgenommen. Das entspricht in etwa dem EU-Durchschnitt (55 %).

Aspekte, die jetzt oder in den nächsten 6 Monaten die größten Risiken für das Beherbergungsgewerbe darstellen



Altstadt mit Dom St. Kilian in Würzburg

Die größten Chancen für das Beherbergungsgewerbe jetzt oder in den nächsten 6 Monaten



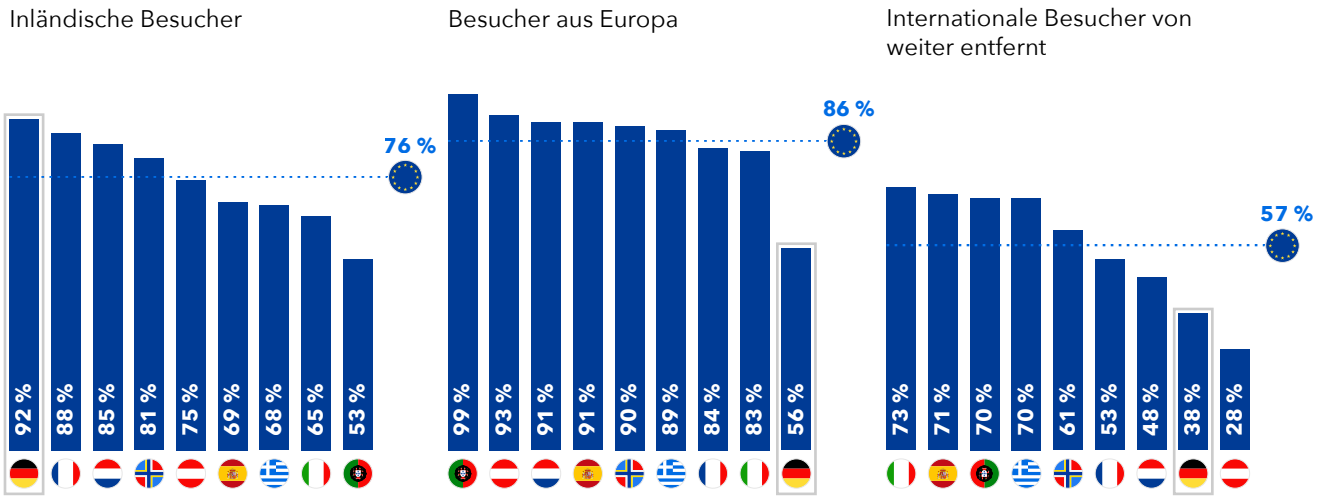
Die deutschen Beherbergungsbetriebe sehen zahlreiche Chancen für die Ankurbelung ihres Geschäfts in den nächsten sechs Monaten. Am wichtigsten sind die Förderung von wiederholten Besuchen, die von über vier Fünfteln (82 %) der befragten deutschen Betriebe erwähnt wurde. Der EU-Durchschnitt liegt im Vergleich mit 67 % niedriger. Auch für deutsche Beherbergungsbetriebe hat die digitale Präsenz höchste Priorität: Sie möchten etwa ihr Social-Media-Marketing verbessern (mit 81 % wie schon im Herbst auf Platz zwei der Gesamtwertung), die Website des Hotels optimieren (72 %) und auf Online-Reiseplattformen gelistet werden, um ihre Präsenz zu stärken (64 %). Außerdem liegt der Einsatz umweltfreundlicher Maßnahmen mit 79 % auf dem dritten Platz ebenfalls weit vorne (im EU-Durchschnitt sind es 59 %). Darauf folgen Investitionen in Komfort, die von einem ähnlich großen Anteil (77 %) als Chance gesehen werden.

Fast die Hälfte (46 %) der deutschen Beherbergungsbetriebe gab an, dass Kunden mehr auf Urlaub im Inland setzen. Das deutsche Gastgewerbe scheint also für den Geschäftserfolg auf inländische Kunden zu bauen. Ganze 92 % der Befragten gaben an, dass inländische Gäste wichtig oder sehr wichtig für ihren Geschäftserfolg seien. Zum Vergleich: Der EU-Durchschnitt liegt bei 76 %. Deutsche Hoteliers fokussieren sich offenbar weniger auf Gäste aus anderen Teilen Europas als ihre Kollegen im Rest der EU. Nur etwas mehr als die Hälfte (56 %) der deutschen Beherbergungsbetriebe gab an, dass Gäste aus dem europäischen Ausland (sehr) wichtig seien, verglichen mit 86 % im EU-Durchschnitt. Ebenso sind internationale Gäste aus weiter entfernten Ländern nur für etwa zwei Fünftel (38 %) der deutschen Beherbergungsbetriebe (sehr) wichtig. Das ist deutlich weniger als in der EU insgesamt (57 % der Befragten).

Auch mit Blick auf die Zukunft setzen deutsche Beherbergungsbetriebe ihre Hoffnungen auf inländische Gäste – ca. die Hälfte (53 %) rechnet damit, dass die Bedeutung inländischer Gäste in den nächsten drei Jahren (stark) zunehmen wird. Dies entspricht dem EU-Durchschnitt von 50 %. Weniger als die Hälfte (44 %) der deutschen Befragten erwartet, dass die Bedeutung der Besucher aus Europa (stark) zunehmen wird. In der EU insgesamt erwarten dies 63 %. Fast ein Viertel (24 %) denkt, dass die Bedeutung internationaler Besucher aus weiter entfernten Ländern (stark) abnehmen wird. In der EU trifft dies auf lediglich 12 % zu.

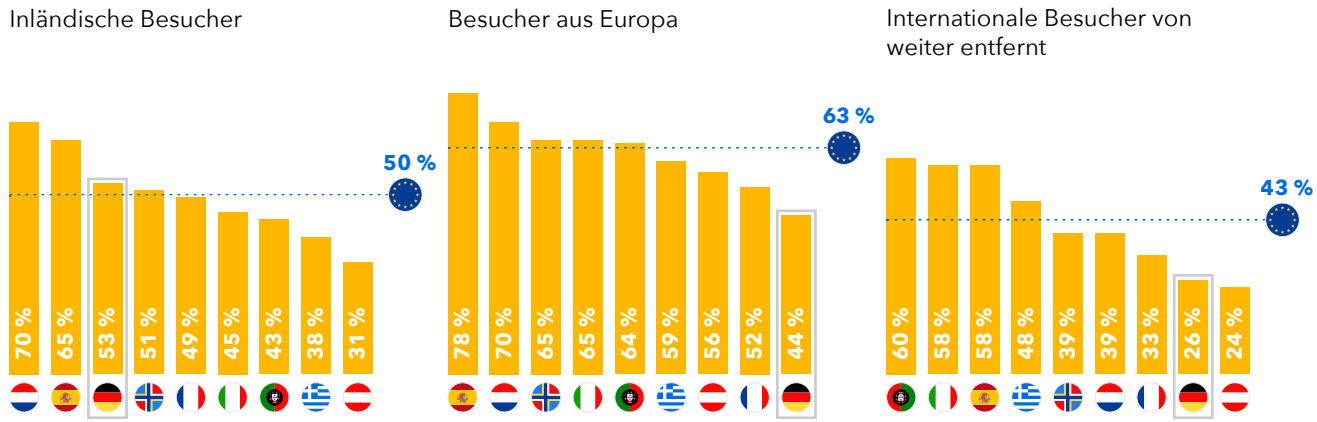
Bedeutung verschiedener Besuchertypen für den Erfolg des Beherbergungsbetriebs

(Sehr) wichtig



Erwartete Entwicklung der Bedeutung des Besuchertyps für den Erfolg des Beherbergungsbetriebs in den nächsten 3 Jahren

(Starke) Zunahme



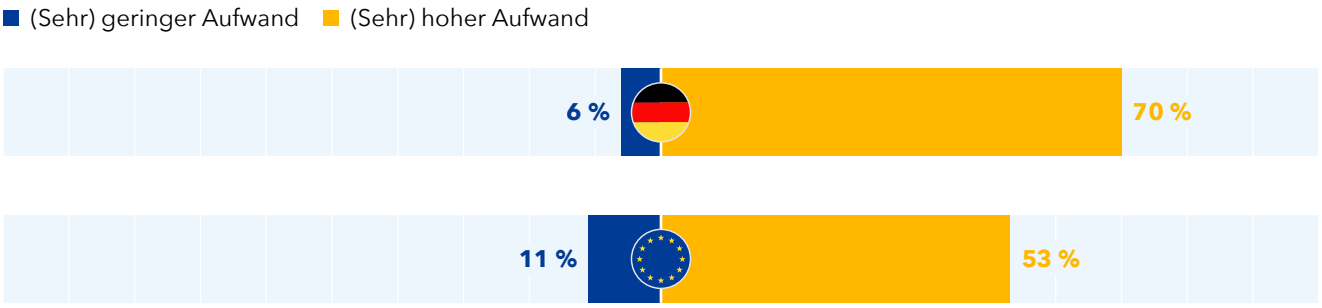
04

Staatliche Maßnahmen und Unterstützung

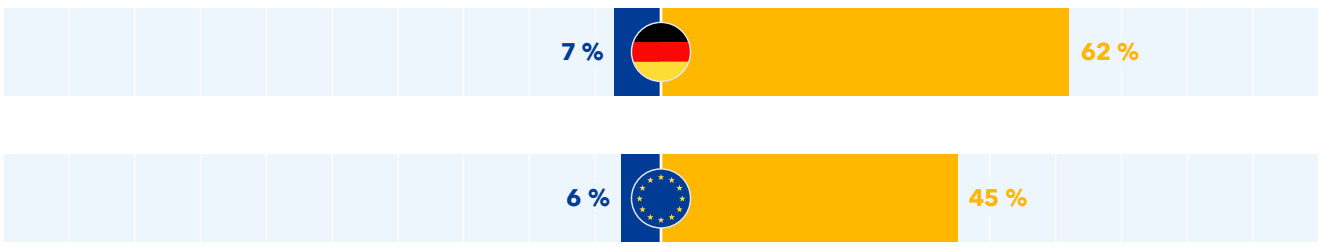
Deutschland scheint seinem Ruf für Bürokratie gerecht zu werden: Hierzulande geben deutlich mehr Hoteliers als im EU-Durchschnitt an, dass die Bürokratie einen großen Teil ihrer Zeit in Anspruch nehme. Zudem nehmen die Betriebe wahr, dass dieser Arbeitsaufwand sogar zunimmt.

Foto: Regierungsviertel in Berlin mit Bundestag und Paul Löbe Haus

Geschätzter Aufwand der Beherbergungsbetriebe für die Einhaltung staatlicher Vorschriften



Von den Beherbergungsbetrieben wahrgenommene Veränderung des Zeitaufwands für die Einhaltung staatlicher Vorschriften in den letzten 12 Monaten

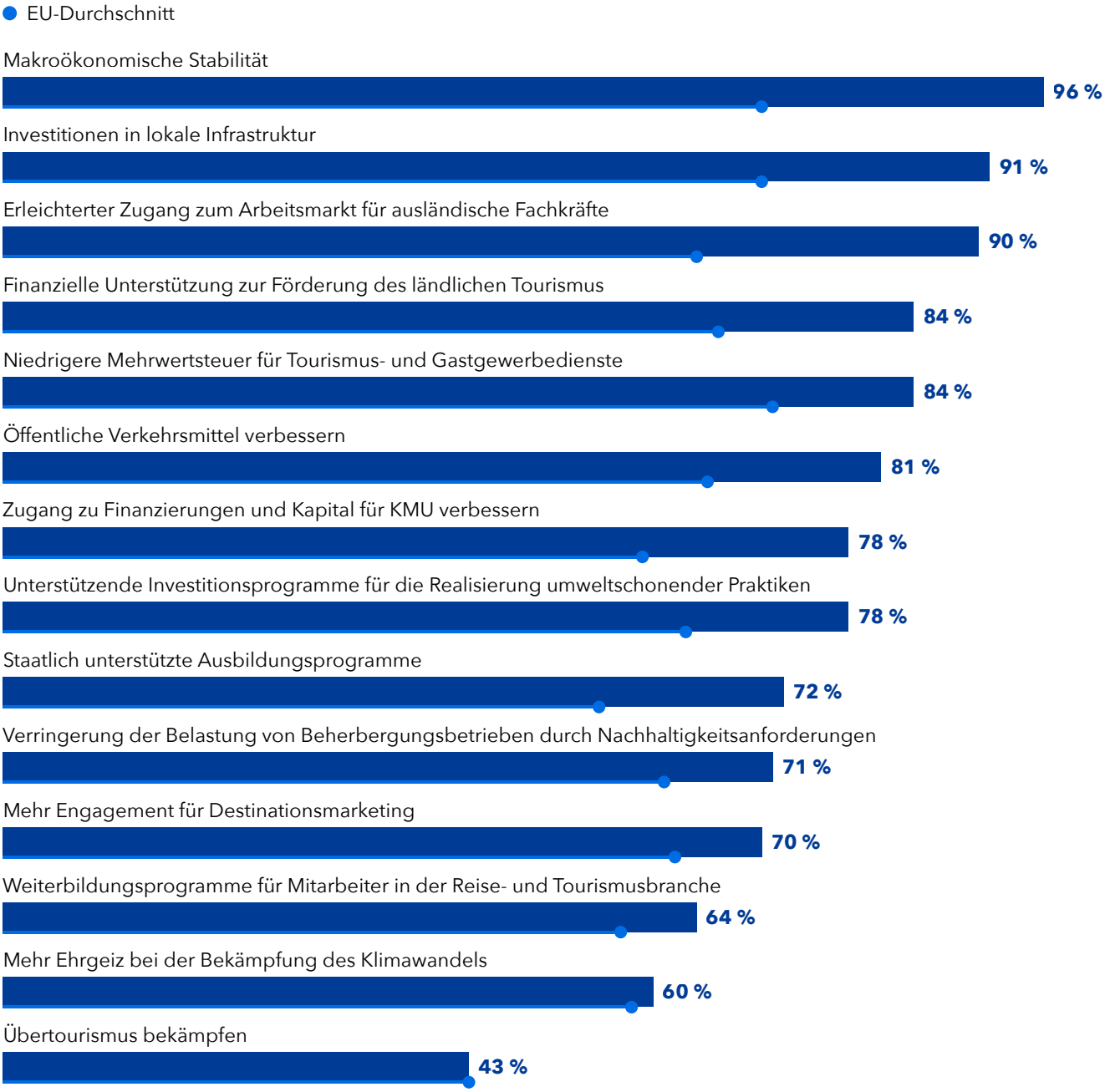


Die Mehrheit der deutschen Beherbergungsbetriebe investiert viel Zeit in die Einhaltung staatlicher Vorschriften. 70 % der Befragten gaben an, dass dies mit einem (sehr) hohen Aufwand verbunden sei, deutlich mehr als im EU-Durchschnitt (mit 53 % etwa die Hälfte der Hoteliers). Darüber hinaus berichteten knapp zwei Drittel (62 %) der deutschen Betriebe, dass ihr Arbeitsaufwand in dieser Hinsicht in den letzten zwölf Monaten (stark) gestiegen sei. Im EU-Durchschnitt betrifft dies lediglich 45 %. Wie oben erwähnt, betrachten fast drei Viertel (73 %) der deutschen Hoteliers staatliche Vorschriften als erhebliches Risiko in den nächsten sechs Monaten.

Steinerne Brücke in Regensburg

Da die deutschen Hoteliers sich stark bemüht haben, die Vorschriften einzuhalten, erwarten sie mehr von ihrer Regierung. Nach den vielen Höhen und Tiefen der vergangenen Jahre scheint sich die deutsche Hotelbranche nun hauptsächlich nach etwas Stabilität zu sehnen. 96 % der Befragten meinten, Politiker und Regierungen sollten die makroökonomische Stabilität priorisieren, um ihre Branche langfristig zu unterstützen. Dies liegt deutlich über dem EU-Durchschnitt von 70 %. Ähnlich verhält es sich mit Investitionen in die lokale Infrastruktur auf dem zweiten Platz. Neun Zehntel (91 %) der deutschen Beherbergungsbetriebe gaben an, dass diese priorisiert werden sollten (im Vergleich zum EU-Durchschnitt von 70 %). An dritter Stelle steht der erleichterte Zugang zum Arbeitsmarkt für ausländische Fachkräfte, den 90 % der Befragten nannten. Dies deckt sich mit den Beschwerden deutscher Beherbergungsbetriebe in Hinsicht auf staatliche Vorschriften.

Themen, die von Politikern und Regierungen vorrangig behandelt werden sollten, um die Reise- und Tourismussektor langfristig zu unterstützen



05

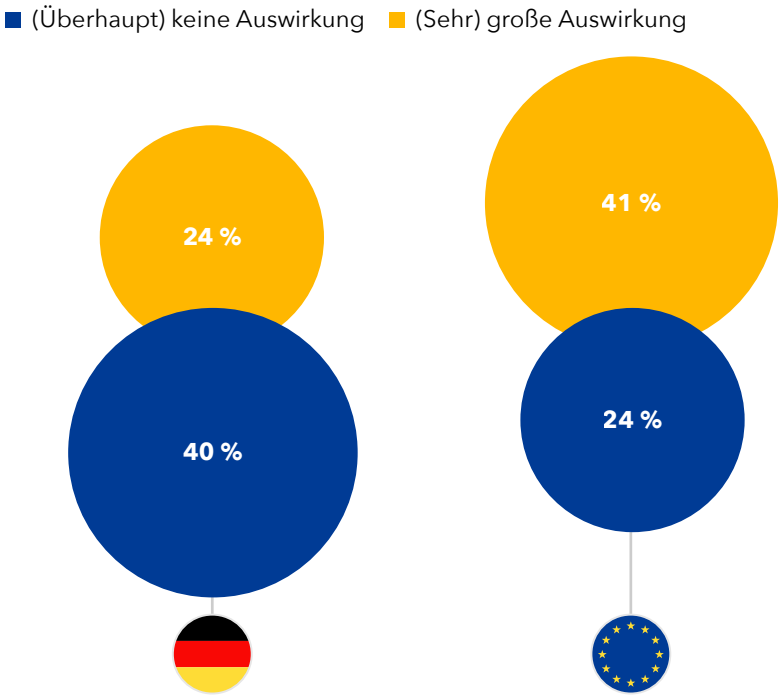
Nachhaltigkeit

Der Nachhaltigkeit wird in deutschen Beherbergungsbetrieben nur mäßig Bedeutung beigemessen. Insbesondere der Klimawandel bereitet deutschen Hoteliers weniger Sorgen als Hoteliers in anderen EU-Ländern, was möglicherweise am gemäßigteren Klima in Deutschland im Vergleich zu Nord- und Südeuropa liegt. Dennoch besteht bei den deutschen Hoteliers die Bereitschaft, in diesem Bereich zu investieren - hauptsächlich aus wirtschaftlichen Gründen.

Foto: Nationalpark im Berchtesgadener Land

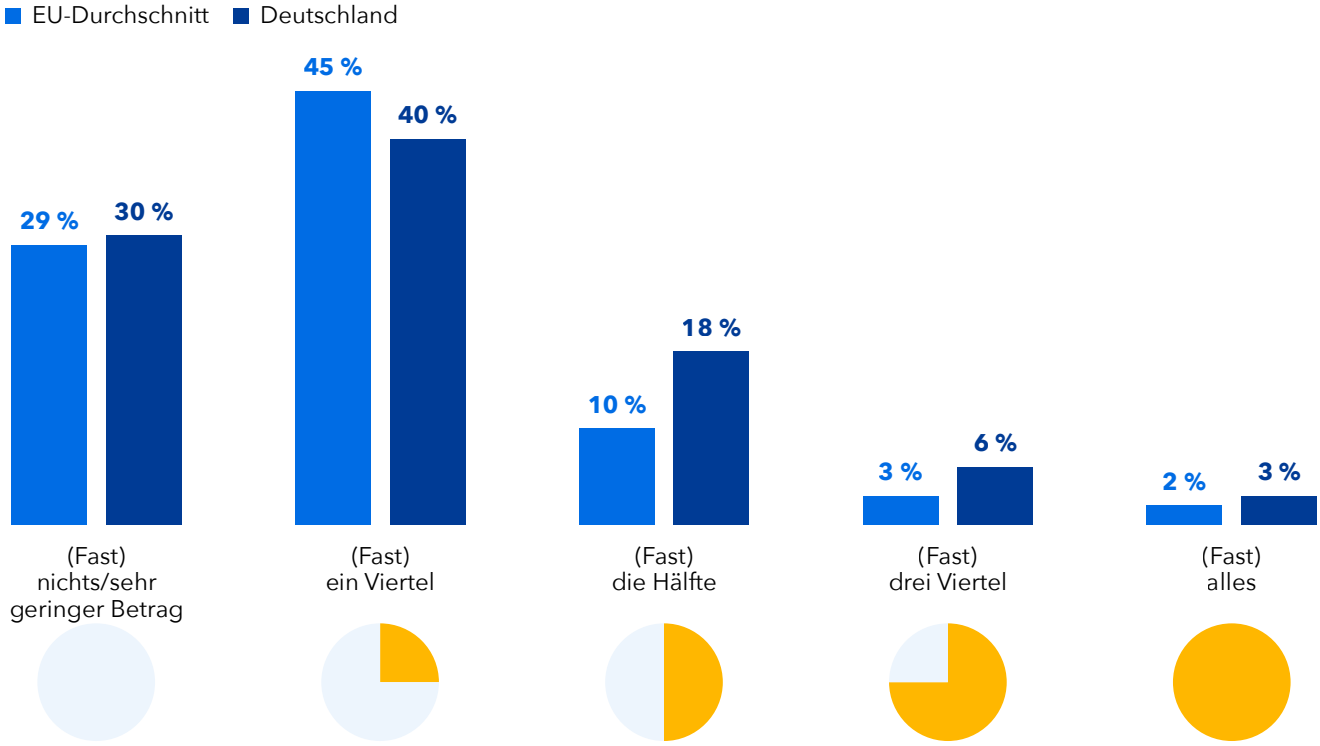
Der Klimawandel ist in den Nachrichten nach wie vor präsent. Interessanterweise scheinen deutsche Beherbergungsbetriebe dieses Thema jedoch anders wahrzunehmen als die durchschnittliche Einschätzung der Befragten in der EU. Zwei Fünftel (40 %) der deutschen Betriebe glauben, dass der Klimawandel in den nächsten drei Jahren (überhaupt) keine Auswirkungen auf ihr Geschäft haben wird. In der EU ist dies dagegen nur bei einem Viertel (24 %) der Betriebe der Fall. Umgekehrt sagen zwei Fünftel (41 %) der Hoteliers in der EU, dass die Auswirkungen des Klimawandels in Zukunft (sehr) groß sein werden, doch nur ein Viertel (24 %) der deutschen Hoteliers ist dieser Meinung.

Einschätzung der Beherbergungsbetriebe, wie sich der Klimawandel in den nächsten 3 Jahren auf ihr Geschäft auswirken wird



Was die Ausgaben für Nachhaltigkeit betrifft, die die Beherbergungsbetriebe in den nächsten zwölf Monaten planen, liegt Deutschland etwa mit dem EU-Durchschnitt gleichauf. 40 % in Deutschland und 45 % im EU-Durchschnitt wollen (fast) ein Viertel ihrer Investitionen in die Nachhaltigkeit fließen lassen. Mit knapp einem Fünftel (18 %) ist der Anteil der deutschen Betriebe, die (fast) die Hälfte ihrer Investitionen in die Nachhaltigkeit fließen lassen möchten, fast doppelt so hoch wie im EU-Durchschnitt (10 %).

Anteil der Investitionen, die in den nächsten 12 Monaten direkt in die Nachhaltigkeit fließen sollen



Hauptmotivationen für Investitionen in die Nachhaltigkeit

87 %
Langfristige Kosteneinsparungen

77 %
Verbesserung der Wahrnehmung und der Reputation bei den Gästen

60 %
Steigerung der Profitabilität, indem umweltbewusste Reisende angelockt werden

55 %
Staatliche Vorgaben

47 %
Erhalt einer Nachhaltigkeitszertifizierung

Deutsche Beherbergungsbetriebe werden bei ihren Nachhaltigkeitsinvestitionen in erster Linie von wirtschaftlichen Faktoren motiviert. Die überwiegende Mehrheit (87 %) nannte die Aussicht auf langfristige Kosteneinsparungen als Hauptmotivation; dieser Wert liegt über dem EU-Durchschnitt von 67 %. Ebenso nannten 60 % der deutschen Hoteliers die Steigerung der Profitabilität durch die Anlockung umweltbewusster Reisender. Dies entspricht mehr oder weniger dem EU-Durchschnitt (56 %). Mehr als drei Viertel (77 %) gaben die Verbesserung der Wahrnehmung und der Reputation bei den Gästen als Motivation an, was ebenfalls über dem EU-Durchschnitt (62 %) liegt.

Donau-Radweg von Donaueschingen über Passau nach Wien bis Budapest

67 %
der deutschen Beherbergungsbetriebe planen, fast ein Viertel oder mehr ihrer jährlichen Investitionen in die Nachhaltigkeit zu stecken

06

Anhang

Foto: Speicherstadt und Wasserschloss in Hamburg

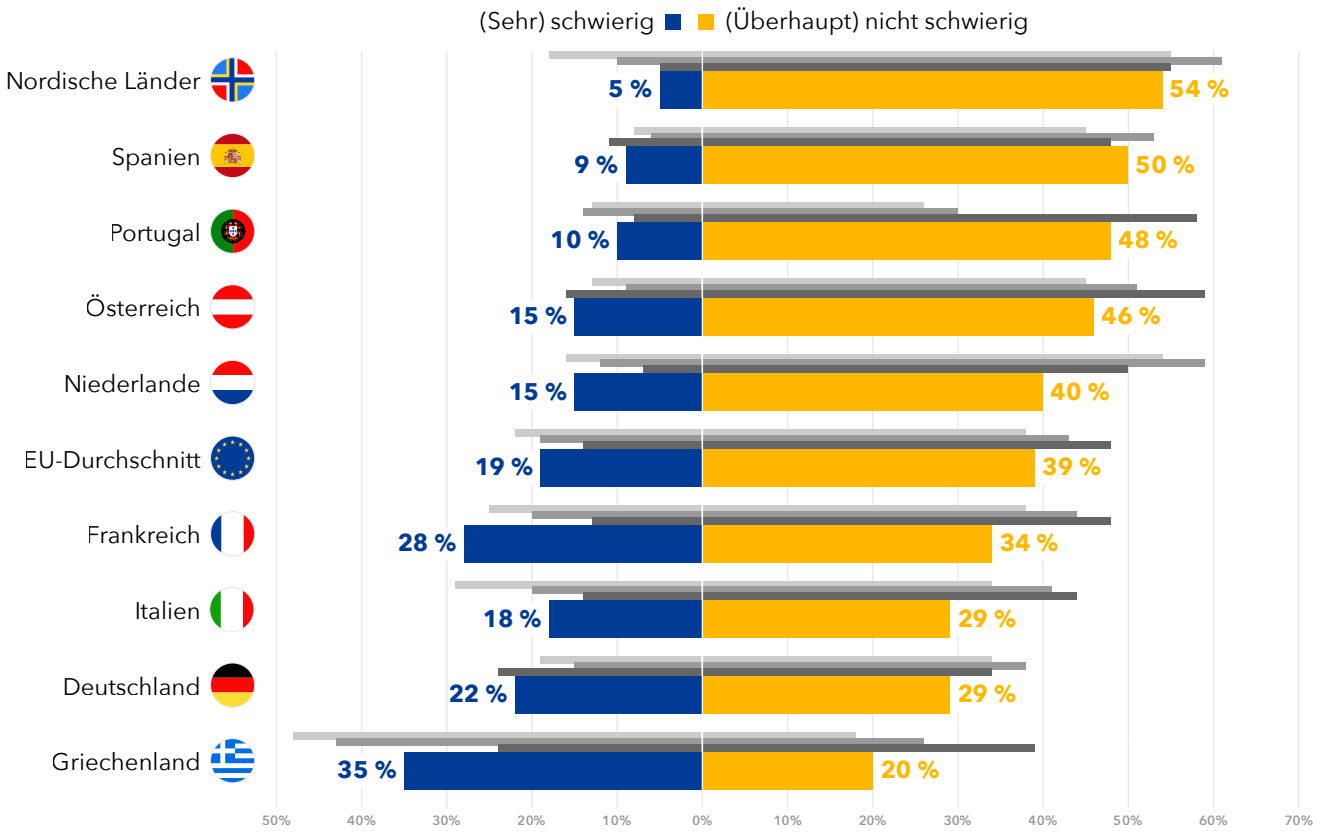
Wahrnehmung der Beherbergungsbetriebe hinsichtlich ihrer Geschäftsentwicklung

2024 Herbst 2023 Sommer 2023 2022

	Vergangene Entwicklung (Sehr) gut	Aktueller Status (Sehr) gut	Zukünftige Erwartungen (Sehr) positiv
	65 %	63 %	65 %
	68 %	73 %	79 %
	64 %	65 %	61 %
	53 %	41 %	54 %
	75 %	69 %	53 %
	50 %	43 %	47 %
	65 %	65 %	66 %
	78 %	80 %	79 %
	70 %	76 %	76 %
	60 %	46 %	65 %

Zugang zu Finanzierungen und Kapital

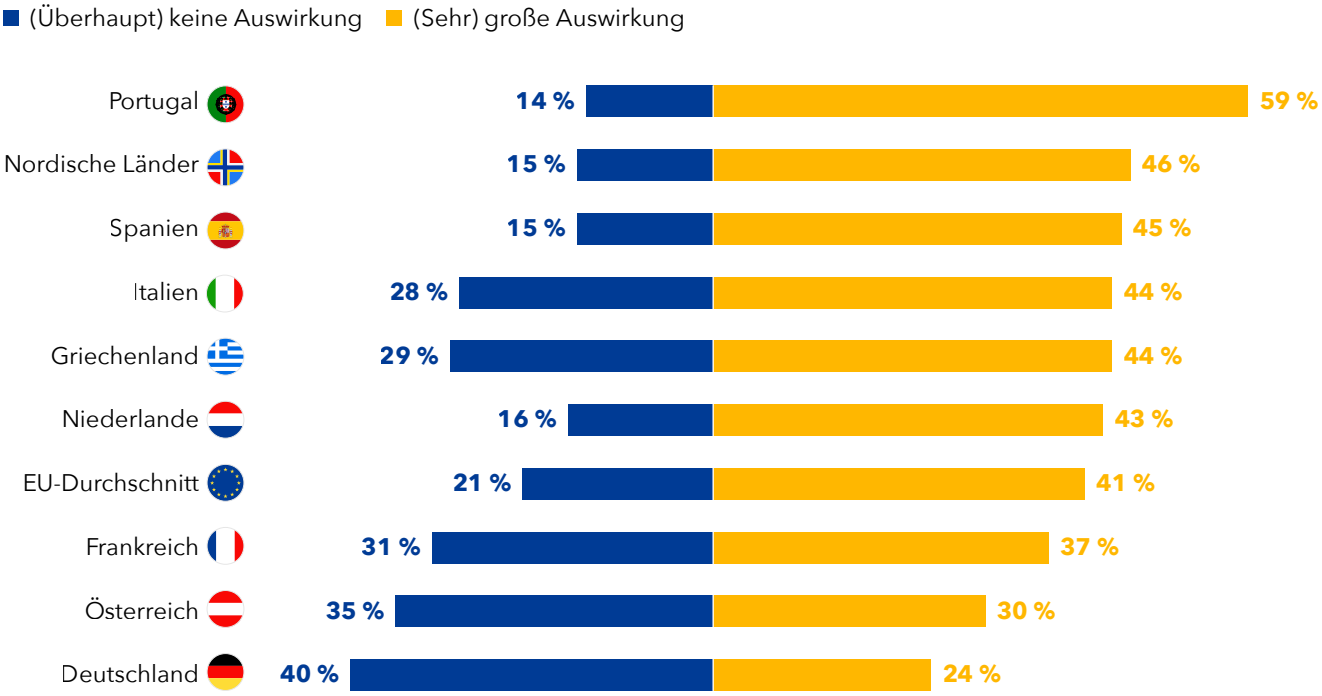
2024 Herbst 2023 Sommer 2023 2022



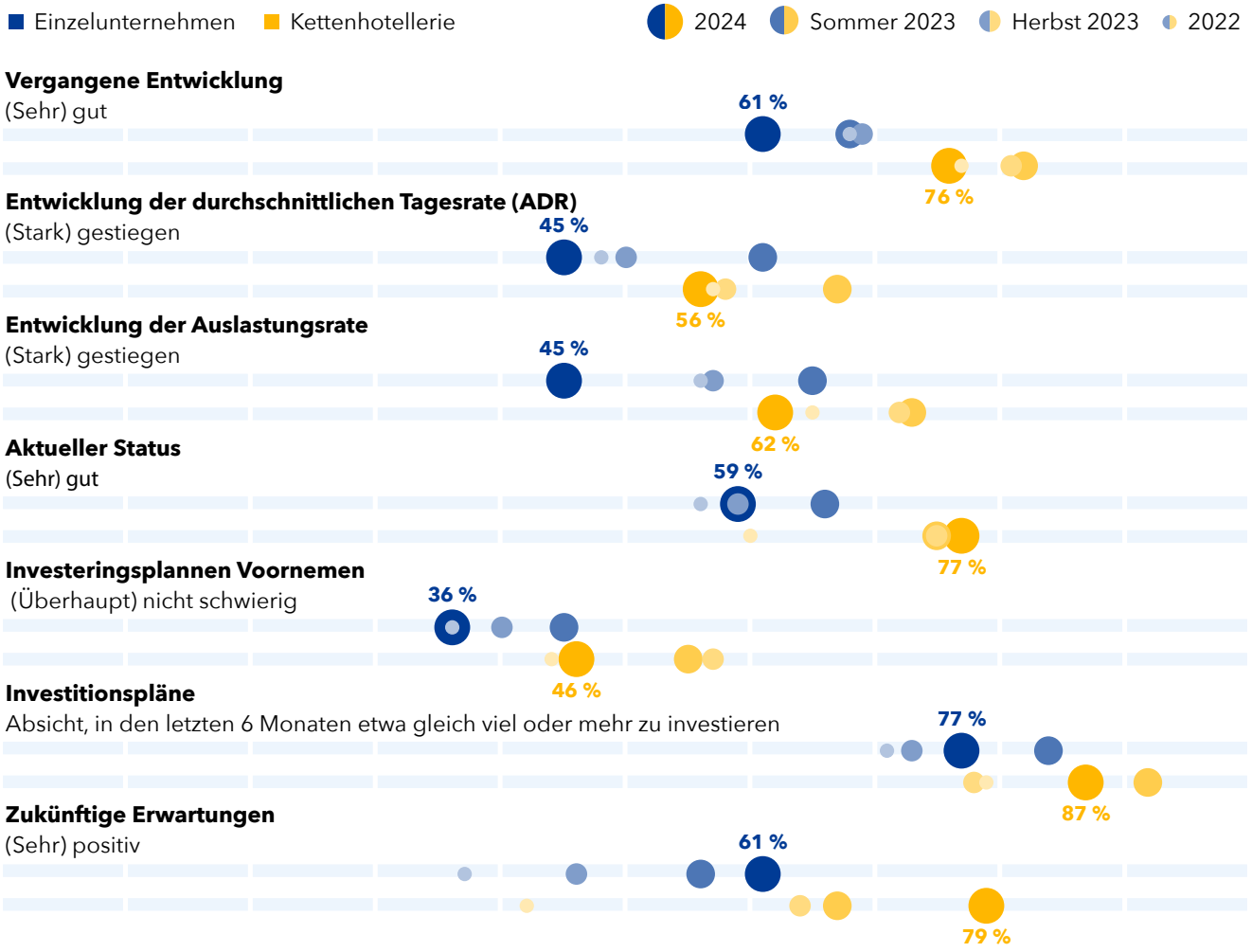
Aspekte, die jetzt oder in den nächsten 6 Monaten die größten Risiken für das Beherbergungsgewerbe darstellen

	Griechenland	Spanien	Deutschland	Frankreich	Niederlande	EU-Durchschnitt	Italien	Portugal	Österreich	Nordische Länder
Energiekosten	93 %	88 %	84 %	80 %	80 %	78 %	75 %	71 %	68 %	65 %
Kosten für Personal	65 %	64 %	77 %	68 %	66 %	65 %	56 %	70 %	75 %	50 %
Mangel an Fachkräften	55 %	69 %	80 %	63 %	59 %	61 %	65 %	50 %	68 %	56 %
Potenzielle Steuererhöhungen	75 %	50 %	71 %	60 %	46 %	58 %	71 %	55 %	61 %	55 %
Geopolitische Unsicherheiten	70 %	44 %	57 %	58 %	49 %	55 %	55 %	58 %	43 %	59 %
Kosten für Vorleistungen und Dienstleistungen	60 %	49 %	59 %	56 %	53 %	54 %	55 %	56 %	36 %	63 %
Staatliche Vorschriften und Bürokratie	58 %	46 %	73%	61 %	43 %	53 %	43 %	55 %	65 %	39 %
Mangel an finanziellen Mitteln	54 %	31 %	31 %	54%	40 %	42 %	44 %	45 %	25 %	38 %
Verbraucher unternehmen weniger Reisen	43 %	28 %	34 %	51 %	29 %	39 %	46 %	33 %	53 %	40 %
Verbraucher wählen günstigere Reisen	45 %	36 %	32 %	42 %	40 %	39 %	31 %	41 %	25 %	46 %
Konkurrenz durch andere Beherbergungsbetriebe	46 %	41 %	41%	54 %	38 %	39 %	29 %	30 %	34 %	35 %
Änderungen im Suchverhalten von Verbrauchern	29 %	36 %	30 %	40 %	38 %	33 %	25 %	26 %	31 %	39 %
Verbraucher entscheiden sich aufgrund des Klimawandels für andere Reiseziele	35 %	34 %	30 %	37 %	34 %	32 %	36 %	36 %	24 %	39 %

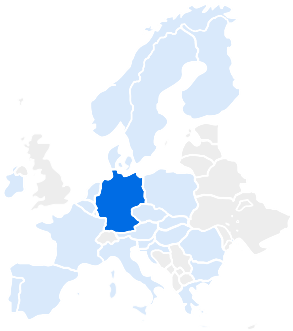
Einschätzung der Beherbergungsbetriebe, wie sich der Klimawandel in den nächsten 3 Jahren auf ihr Geschäft auswirken wird



Wahrnehmung der Geschäftsentwicklung in der Beherbergungsbetriebe, nach Unterkunftsart (EU-weit)



Methodik



Die Umfrage wurde von Statista durchgeführt und fand zwischen dem 6. Februar und 22. März 2024 mittels Telefoninterviews statt. An der Umfrage nahmen 940 Führungskräfte und Manager aus dem europäischen Hotelgewerbe teil. Aus jedem Land und jeder Region wurden 80 Teilnehmer befragt, darunter Österreich, Griechenland, Italien, die Niederlande, Skandinavien (Schweden, Dänemark, Norwegen und Finnland), Portugal, Spanien, jeweils 90 Befragte aus Frankreich und Deutschland* sowie 200 aus dem Rest von Europa (Polen, Rumänien, Belgien, Tschechien, Ungarn, Bulgarien, Slowenien, Slowakei, Irland, Kroatien).

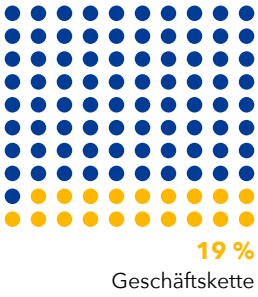
Die Daten für Herbst 2023 basieren auf dem European Accommodation Barometer vom Herbst 2023, das zwischen dem 17. Juli und 29. August 2023 durchgeführt wurde und einen Stichprobenumfang von 940 Befragten hatte, von denen 90 aus Deutschland stammten.

Die Daten für den Sommer 2023 basieren auf dem European Accommodation Barometer vom Sommer 2023, das zwischen dem 28. März und 15. Mai 2023 durchgeführt wurde und einen Stichprobenumfang von 1.040 Befragten hatte, von denen 90 aus Deutschland stammten.

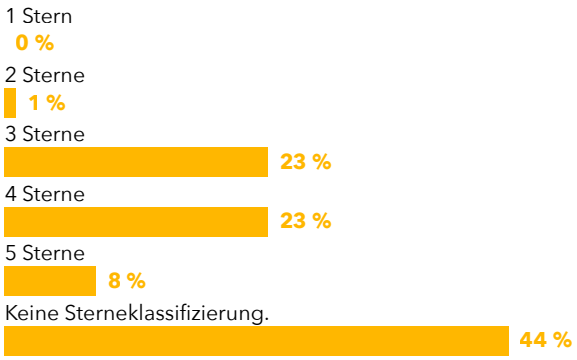
Die Daten für 2022 basieren auf dem European Accommodation Barometer 2022, das zwischen dem 15. August und 21. Oktober 2022 durchgeführt wurde und einen Stichprobenumfang von 1.000 Befragten hatte, von denen 80 aus Deutschland stammten.

* Die Ergebnisse der französischen und deutschen Stichproben wurden in den europäischen Durchschnittswerten für 2024 proportional gewichtet.

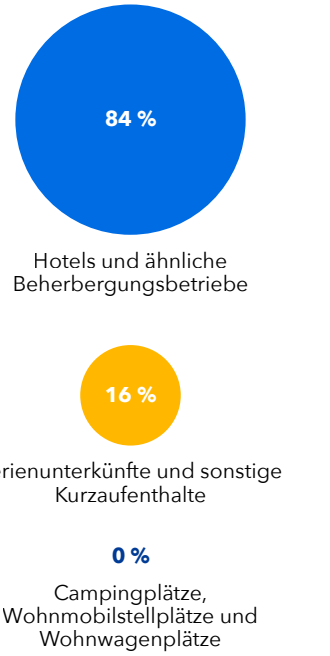
Unternehmenstyp



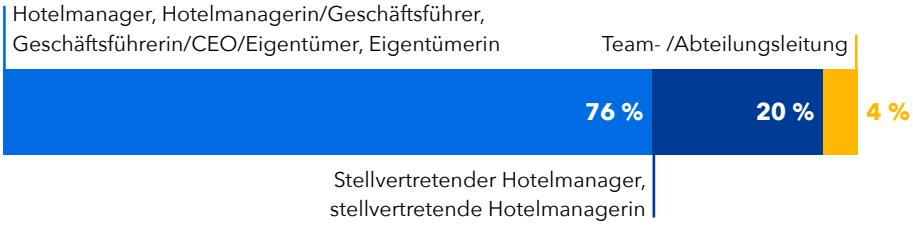
Sterneklassifizierung



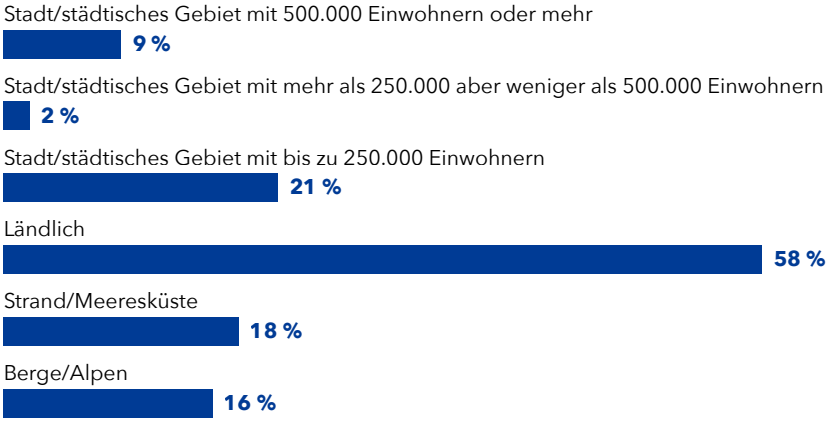
Art der Unterkunft



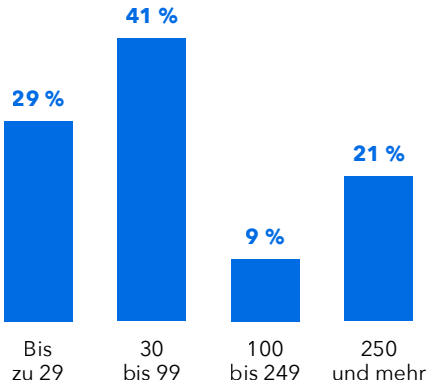
Position



Standort der Unterkunft (Mehrfachnennungen sind möglich)



Anzahl der Betten



Aufgrund von Rundungen können die Gesamtsummen der Prozentsätze von 100 % abweichen.

Booking.com

statista