

Inhalt

1. Editorial	3
2. Executive Summary	4
3. Konjunktur	10
3.1 Gesamtwirtschaft	12
3.2 Tourismus	13
3.3 Gastgewerbe	17
3.4 Hotellerie	21
4. Angebot	48
4.1 Betriebsstrukturen	50
4.2 Kapazitäten	55
4.3 Hotelneubau, Hotelanbau, Hotelumbau	56
4.4 Investitionen	64
4.5 Insolvenzen	66
5. Nachfrage	70
5.1 Ankünfte	72
5.2 Übernachtungen	73
5.3 Entwicklung der Beherbergungsmärkte im Jahr 2020 – Wer kommt besser durch die Krise?	75
5.4 Zimmer- und Bettenauslastung	86
5.5 Incoming	88
5.6 Aufenthaltsdauer	93
6. Arbeitsmarkt	94
6.1 Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Beschäftigungszahlen im Hotel- und Gastgewerbe	96
6.2 Kurzarbeitergeld	99
6.3 Fokus Berufsausbildung	100
6.4 Moderne Mitarbeitergewinnung und Arbeitgeberbewertungen	109
6.5 Fokus Fachkräfteeinwanderungsgesetz	110
7. Qualitätsmanagement	114
7.1 Deutsche Hotelklassifizierung	117
7.2 Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen	123
7.3 Hotelstars Union	126
7.4 Servicequalität Deutschland	129
8. Markenhotellerie	132
8.1 Betreiberformen und Vertragsarten	134
8.2 Verbreitung der relevanten Hotelvertragstypen nach der Corona-Krise	137
8.3 Entwicklung und Marktanteile der Markenhotellerie in Deutschland	140
8.4 Entwicklung der Markenhotellerie an Primär-, Sekundär- und Tertiärstandorten	143

Inhalt

9. Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Hotellerie	148
9.1 Dauerhafte Entwicklungen – ausgelöst und verstärkt durch die Corona-Pandemie	150
9.2 Corona Hilfs- und Förderprogramme	151
9.3 Geschäftsreisen in der Post-Corona-Zeit	159
9.4 Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Veranstaltungsmarkt	160
9.5 Serviced Apartments 2021 – Krisenresilienz ausgebaut	164
9.6 Wellness-Hotellerie in Zeiten von Covid-19	168
9.7 Zwei Jahre Pandemie – Auswirkungen auf den Hotelimmobilienmarkt	174
9.8 Wann machen Konversionen einen Sinn?	177
9.9 Hotelinvestitionen und Hotelfinanzierung in der Pandemiekrise des Jahres 2021	181
9.10 Supply Chain Management – Kostendruck, Nachhaltigkeit, digitale Transformation & Robotic	183
9.11 TREUGAST Analyse zur Kostenentwicklung in der Hotellerie	190
10. Nachhaltigkeit	194
10.1 Der Stellenwert von nachhaltigem Tourismus in der Corona-(Erholungs-)Phase	196
10.2 Die Pandemie zeigt einen möglichen Wendepunkt auf Nachfrageseite hin zu nachhaltigeren Reisen	197
10.3 Neue Gästeperspektiven	207
10.4 Klimaneutralität in der Hotellerie und umweltfreundliche Mobilitätskonzepte – CO ₂ -Fußabdruck verringern	216
10.5 Nachhaltigkeit in der deutschen Hotellerie – Best Practice	222
10.6 Auswahl an Zertifizierungen	230
10.7 Benchmarks	238
10.8 Förderprogramme	239
11. Digitalisierung	242
11.1 Digitale Transformation	244
11.2 Online-Marketing	246
11.3 Verändertes Such- und Buchungsverhalten durch Covid-19	249
11.4 Distribution	252
11.5 Marktanteile der Distributionskanäle in Deutschland	256
11.6 Online-Buchungsportale	260
11.7 Bestpreisklauseln in Deutschland und Europa	263
11.8 Unfaire Praktiken in der Online-Distribution	266
11.9 Regulierungen im Plattformbereich	271
11.10 Suchmaschinen	277
11.11 Meta-Suchmaschinen	281
11.12 Bewertungsportale	287
11.13 Direktvertrieb	289
11.14 Neue Technologien (Voice / KI / NFT / etc.)	293
12. Tabellenverzeichnis	298
13. Abbildungsverzeichnis	300
14. Literaturverzeichnis	305
15. Internetquellen	312