



Fünfte HOTREC-Studie zum Hotelvertrieb zeigt auf, wie die Pandemie die Buchungsgewohnheiten verändert hat

Die heute veröffentlichte 5. HOTREC-Studie zum Hotelvertrieb liefert neue Erkenntnisse über die Entwicklung der wichtigsten Hotelvertriebskanäle in Europa, wobei ein besonderes Augenmerk auf der Rolle der Online-Buchungsportale (OTA) liegt. Seit dem Jahr 2013 führen die Hotelverbände in Europa unter dem Dach von *HOTREC Hospitality Europe* und in Zusammenarbeit mit Prof. Roland Schegg vom *Institut für Tourismus der Fachhochschule Westschweiz Wallis* im Zweijahresturnus europaweite Online-Umfragen unter Hotels durch, um die Entwicklungstendenzen der wichtigsten Distributionskanäle aufzuzeigen, Marktanteile zu ermitteln und in einem Gesamtkontext zu analysieren. Für das Pandemiejahr 2021 gaben nahezu 3.900 Hotels unterschiedlicher Lage, Größe und Sternekategorie Auskunft über die Bedeutung und Marktanteile der einzelnen Vertriebskanäle.

Aus den Antworten lassen sich europaweit mehrere wichtige Trends ablesen:

- Der Anteil der **Direktbuchungen** ist zum ersten Mal seit Beginn der HOTREC-Studie im Jahr 2013 gestiegen, vor allem durch Reservierungen per E-Mail oder über die eigenen Websites der Hotels.
- Trotz mehr Direktbuchungen blieb die **Abhängigkeit** der Hotels von den OTA im Jahr 2021 fast auf dem gleichen Niveau wie 2019.
- Die **Booking Holding** ist der bei weitem einflussreichste Akteur im Distributionsmix mit einem Anteil von 71,2% am OTA-Markt. Die Dominanz von Booking.com ist in den letzten 8 Jahren um mehr als 11 Prozentpunkte gestiegen, von 60,0% im Jahr 2013 auf 71,2% im Jahr 2021.
- Die meisten Hoteliers (55%) fühlen sich von OTA unter **Druck** gesetzt, Bedingungen und Konditionen zu akzeptieren, die sie sonst freiwillig nicht anbieten würden.
- Im Jahr 2021 sind die Hotel Ads by Google der Marktführer bei der **Metasuche** (73%), gefolgt von TripAdvisor (57%) und Trivago (44%). Im Jahr 2013 dominierte noch TripAdvisor den Markt mit einem Anteil von 71%.

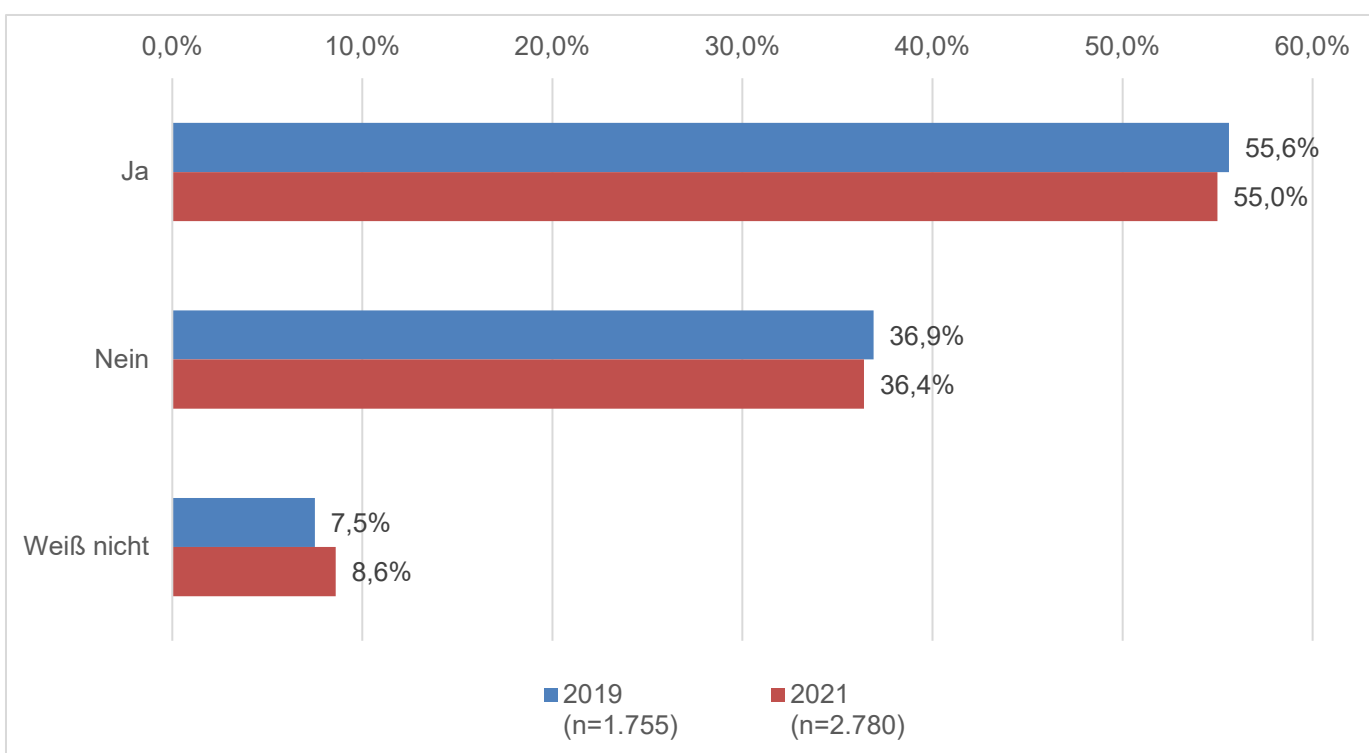
Ergebnisse aus Deutschland (gewichtete Werte):

- Der Anteil der Übernachtungen, die direkt über die **hoteleigene Website** (in Echtzeit) gebucht wurden, lag 2019 bei 8,8% und stieg im Jahr 2021 um 17% auf 10,3%.
- Die **Online-Buchungsportale** konnten ihre Spitzenposition im Distributionsmix der deutschen Hotellerie auch im Jahr 2021 behaupten und weiter ausbauen. Sie distribuierten 32,8% aller Hotelübernachtungen, was einem Plus von 10,8% im Vergleich zu 2019 entspricht (2019: 29,6%).
- Der dominanteste Player in Deutschland war und ist die **Booking Holdings Inc.** Die Kernmarke Booking.com ist im Jahr 2021 mit einem Marktanteil von 65,9% in Deutschland unangefochtener Marktführer im Bereich der Online-Buchungsportale. Im Vergleich zum Jahr 2019 (65,7%) konnte Booking.com seinen Marktanteil trotz Corona-Pandemie festigen bzw. sogar leicht ausbauen.

Markus Luthé, Vorsitzender der Arbeitsgruppe Distribution von HOTREC und Hauptgeschäftsführer des Hotelverbandes Deutschland (IHA), erklärt: „Der Anstieg der Direktbuchungen ist ein erfreulicher Lichtblick, wären da nicht die verheerenden Auswirkungen der Pandemie auf den europäischen Hotelsektor. Der direkte Kontakt mit den Hoteliers war für die Reisenden während der Pandemie unbestreitbar ein Vorteil, da spezifische Anliegen und Fragen durch einen einfachen Anruf oder eine E-Mail leicht geklärt werden konnten. Zur Erinnerung: Diese Vorteile der Direktbuchung behalten auch nach der Pandemie ihre Gültigkeit. Wir hoffen daher, dass dieser Trend auch während der Erholung des Tourismus und des Gastgewerbes anhält.“

HOTREC-Generaldirektorin Marie Audren sagte: „Was die Online-Distribution betrifft, so ist der Hotelvertrieb mehr denn je in den Händen eines einzigen Unternehmens konzentriert. Wir freuen uns darauf, diese Studie in den Jahren 2024 und 2026 zu wiederholen, um die Auswirkungen der neuen EU-Vorschriften für Online-Plattformen, wie das Gesetz über digitale Märkte (Digital Markets Act - DMA) und digitale Dienstleistungen (Digital Services Act - DSA), konkret zu bewerten.“

Frage: Fühlen Sie sich von OTA unter Druck gesetzt, deren AGB zu akzeptieren & Bedingungen anzunehmen, die Sie sonst nicht akzeptieren würden?



Quelle: HES-SO Wallis (2020) und (2022).

Die vollständigen Ergebnisse der Studie finden Sie hier: www.hotrec.eu

Pressekontakt: Alessia Angiulli
Kommunikationsmanagerin
alessia.angiulli@hotrec.eu
+ 32 (0)2 504 78 48

Wer ist HOTREC?

HOTREC ist der Dachverband der Hotels, Restaurants, Bars und Cafés und ähnlicher Einrichtungen in Europa, der 46 nationale Verbände in 35 Ländern vereint und die Stimme des europäischen Gastgewerbes ist. Die Aufgabe von HOTREC ist es, die Interessen des Gastgewerbes gegenüber der EU und internationalen Institutionen zu vertreten und zu fördern, den Austausch von Wissen und bewährten Verfahren unter den Mitgliedern zu unterstützen, um Innovationen zu fördern, und als Plattform für Fachwissen für das Gastgewerbe zu fungieren.