

# Inhalt

<b>1. Editorial</b> .....	3	<b>7. Betriebsergebnisse</b> .....	156
<b>2. Executive Summary</b> .....	4	7.1 GuV-Analyse der deutschen Hotellandschaft .....	158
<b>3. Konjunktur</b> .....	10	<b>8. Arbeitsmarkt</b> .....	166
3.1 Gesamtwirtschaft .....	12	8.1 Erfolgsfaktor Mitarbeiter .....	168
3.2 Tourismus .....	13	8.2 Der Arbeitsmarkt in Zahlen .....	168
3.3 Gastgewerbe .....	15	8.3 Fokus Arbeitszeitgesetz .....	171
3.4 Hotellerie .....	19	8.4 Fokus Berufsausbildung .....	172
<b>4. Angebot</b> .....	40	8.5 Erfolgsfaktor Employer Branding .....	174
4.1 Betriebsstrukturen .....	42	8.6 Motivierte Fachkräfte für die Hotellerie aus Europa rekrutieren und langfristig halten .....	182
4.2 Kapazitäten .....	45	<b>9. Nachhaltigkeit</b> .....	188
4.3 Hotelneubau, Hotelanbau, Hotelumbau .....	50	9.1 Neue Gästeperspektiven .....	194
4.4 Investitionen .....	58	9.2. Nachhaltigkeit in der deutschen Hotellerie - Best Practice .....	198
4.5 Insolvenzen .....	59	9.3 Auswahl an Zertifizierungen .....	204
<b>5. Nachfrage</b> .....	62	9.4 Elektromobilität in der Hotellerie .....	214
5.1 Ankünfte .....	64	9.5 Benchmark .....	215
5.2 Übernachtungen .....	65	9.6 Förderprogramme .....	218
5.3 Zimmer- und Bettenauslastung .....	72	<b>10. Markenhotellerie</b> .....	222
5.4 Incoming .....	74	10.1 Betreiberformen .....	224
5.5 Aufenthaltsdauer .....	79	10.2 Hotelgesellschaften und -gruppen .....	229
<b>6. Marktsegmente</b> .....	80	10.3 Marktanteile .....	242
6.1 Markttrends .....	82	10.4 Erfolgsfaktoren der Markenhotellerie .....	248
6.2 Ferienhotels .....	90	<b>11. Marketing</b> .....	250
6.3 Geschäftsreisehotels .....	94	11.1 Online-Marketing .....	252
6.4 Tagungs- und Kongresshotels .....	96	11.2 Distribution .....	255
6.5 Serviced Apartments .....	100	11.3 Online-Buchungsportale .....	263
6.6 Private Kurzzeit Vermietungen .....	108	11.4 Suchmaschinen .....	274
6.7 Budgethotels .....	120	11.5 Meta-Suchmaschinen .....	276
6.8 Hostels .....	127	11.6 Mobile Medien .....	281
6.9 Lifestyle-, Design-, Boutique- und Themenhotels .....	130	11.7 Social Media .....	283
6.10 Grand- und Luxushotels .....	145	11.8 Bewertungsportale .....	286
6.11 Barrierefreie Hotels .....	147	11.9 Direktvertrieb .....	291
6.12 Familienhotels .....	151	11.10 Digitalisierung .....	296
6.13 Wellnesshotels .....	152		

# Inhalt

<b>12. Qualitätsmanagement</b> .....	300	<b>15. Einkauf 4.0</b> .....	350
12.1 Deutsche Hotelklassifizierung .....	303	15.1 Digitale Transformation .....	352
12.2 Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen .	309	15.2 E-Procurement .....	354
12.3 Hotelstars Union .....	313	15.3 Webbasierte Warenwirtschaft .....	356
12.4 Servicequalität Deutschland .....	314	15.4 Intelligentes Vertragsmanagement ...	359
		15.5 Künstliche Intelligenz für Triple Match .....	359
<b>13. Hotelimmobilie</b> .....	318	<b>16. Branchenpolitik</b> .....	362
13.1 Spezialimmobilie .....	320	16.1 Mehrwertsteuer .....	364
13.2 Vorgehensweise und Ablauf der Bewertung .....	320	16.2 Bettensteuern .....	368
13.3 Transaktionen .....	327	16.3 Pauschalreiserichtlinie .....	371
13.4 Hotelkonzeption und Projektentwicklung .....	329	16.4 Platform-to-Business Regulierung (P2B)	
		16.5 WLAN-Störerhaftung .....	373
<b>14. Finanzierung</b> .....	334	16.6 Zahlungssysteme .....	374
14.1 Entwicklung des Hotelimmobilien- marktes im Jahr 2018 .....	336	16.7 Melderecht .....	375
14.2 Erfolgsfaktoren zur Finanzierung von Hotels .....	336	16.8 Datenschutz .....	379
14.3 Hotelimmobilien und Klimawandel ...	338	<b>17. Tabellenverzeichnis</b> .....	382
14.4 Hotellerie im ländlichen Raum .....	342	<b>18. Abbildungsverzeichnis</b> .....	385
14.5 Förderprogramme .....	346	<b>19. Quellenverzeichnis</b> .....	390



# 01

Eigentlich hätten wir an dieser Stelle erfreut darüber berichten wollen, dass die Deutsche Hotellerie zufrieden auf das zehnte Rekordjahr in Folge zurückblicken kann. Deutschland als Reiseland sowie Tagungs- und Kongressstandort lag auch 2019 im Trend und punktete im internationalen Vergleich mit seinem exzellenten Preis-Leistungs-Verhältnis. Mit 495,6 Millionen Gästeübernachtungen aus dem In- und Ausland meldeten die Beherbergungsbetriebe 2019 insgesamt 3,7% mehr Übernachtungen als im Vorjahr.

Aber spätestens seit Ende Februar 2020 wurde diese in Deutschland bislang einmalige Erfolgsgeschichte jäh durch den Coronavirus beendet. Die Auswirkungen möglicherweise längerer Reisebeschränkungen und die Absage von zahlreichen Messen und Großveranstaltungen haben eine brutale Bremsspur in der wirtschaftlichen Entwicklung von Hotellerie und Gastronomie hinterlassen. Die Branche hofft auf schnelle und unbürokratische Hilfe der Bundesregierung.

Gleichzeitig drängt eine Vielzahl neuer Hotels sowie Angebote aus dem Bereich der Kurzzeitvermietung auf den Markt, so dass sich der Wettbewerb weiter verschärfen wird. Ein klares Profil und eine konsequente Positionierung werden somit immer wichtiger. Zudem gilt es, die Balance zwischen den Chancen und Risiken der Digitalisierung zu finden, unfaire Marktpraktiken im Online-Vertrieb zu bekämpfen, die Mitarbeiterführung an die gesellschaftliche Realität anzupassen und die Zukunftssicherung der Ausbildungssysteme in Angriff zu nehmen. Steigende Kosten und immer neue gesetzliche Reglementierungen wirken wachstumshemmend. Die Branche braucht dringend mehr Entlastung und Flexibilität.

Unser Branchenreport „Hotelmarkt Deutschland 2020“ ist der zeitnahe und profunde Indikator des Branchengeschehens. Unser Anspruch ist es, verfügbare Daten aus den unterschiedlichsten Quellen so aufzubereiten, dass ein einheitliches Branchenbild entsteht. Nur so lassen sich frühzeitig belastbare Trends erkennen und aussagekräftige Zeitvergleiche anstellen.

Wir erhielten erneut Unterstützung externer Experten. Hierfür danken wir besonders unseren Preferred Partnern Christie & Co., der YOURCAREERGROUP, der progros Einkaufsgesellschaft, Inolares, der OlaKala ebenso wie der HOTOURL Hotel Consulting, der Hotel Affairs Consulting GmbH, der Deutschen Hotelakademie (DHA), der TREUGAST Solutions Group, der Beratungsgesellschaft DICON, dem Informationsdienstleister TOPHOTELPROJECTS und den Experten um Prof. Dr. Dr. Jörg Soller und Dr. Dieter Hasse. Der Branchenreport „Hotelmarkt Deutschland 2020“ des Hotelverbandes Deutschland (IHA) wurde Ende Februar 2020 inhaltlich abgeschlossen und erscheint in bereits neunzehnter Auflage.

Berlin, im Februar 2020

Otto Lindner  
Vorsitzender Hotelverband Deutschland (IHA)

## 01 EDITORIAL