



**BOXENSTOPP**

**HOTELMARKT  
DEUTSCHLAND 2026**



# Inhalt

<b>1. Editorial</b> .....	2
<b>2. Executive Summary</b> .....	4
<b>3. Konjunktur</b> .....	10
3.1 Gesamtwirtschaft .....	12
3.2 Tourismus .....	14
3.3 Gastgewerbe .....	19
3.4 Hotellerie .....	24
<b>4. Angebot</b> .....	50
4.1 Betriebsstrukturen .....	52
4.2 Kapazitäten .....	60
4.3 Hotelneubau, Hotelanbau, Hotelumbau .....	62
4.4 Insolvenzen und Betriebsaufgaben .....	69
<b>5. Nachfrage</b> .....	72
5.1 Ankünfte .....	74
5.2 Übernachtungen .....	75
5.3 Nachfrageentwicklung nach Bundesländern .....	78
5.4 Entwicklung der größten Beherbergungsmärkte .....	81
5.5 Zimmer- und Bettenauslastung .....	88
5.6 Incoming .....	92
5.7 Aufenthaltsdauer .....	98
<b>6. Arbeitsmarkt</b> .....	100
6.1 Beschäftigungszahlen im Hotel- und Gastgewerbe .....	102
6.2 Fokus Berufsausbildung .....	104
6.3 Fokus Fachkräfteeinwanderungsgesetz .....	113
<b>7. Hotelimmobilie</b> .....	120
7.1 Bewertung von Hotelimmobilien in einem volatilen Marktumfeld .....	122
7.2 Bewertung von Hotelimmobilien in einem dynamischen Marktumfeld .....	122
7.3 Transaktionsmarkt in Deutschland 2025 .....	132
<b>8. Marktentwicklungen &amp; Segmente</b> .....	136
8.1 Tourismus Trends 2026 .....	138
8.2 TREUGAST Performance-Analyse der deutschen Hotellerie (am Beispiel von Limited-Service Hotels) .....	145
8.3 Markenhotellerie .....	150
8.4 Entwicklung der Markenhotellerie an Primär-, Sekundär- und Tertiärstandorten .....	156
8.5 Die stille Marktbereinigung hat begonnen .....	163

# Inhalt

8.6	Entwicklung des Geschäftsreisemarktes .....	165
8.7	Entwicklungen auf dem Veranstaltungsmarkt .....	167
8.8	Serviced Apartments: Ein Segment zwischen Konsolidierung und Expansionsdrang .....	170
8.9	Private Kurzzeitvermietungen .....	175
8.10	Wellness-Hotellerie – Trends 2026 .....	184
8.11	Longevity in der Hotellerie: Vom Begriff zur belastbaren Strategie .....	187
8.12	Hotelinvestitionen im Jahre 2025 und Hotelfinanzierung am Beispiel des H+Hotel4Youth Berlin .....	192
8.13	Supply Chain Management – Shaping the cost .....	196
<b>9.</b>	<b>Hotelklassifizierung</b> .....	<b>206</b>
9.1	Deutsche Hotelklassifizierung .....	208
9.2	Hotelstars Union .....	215
<b>10.</b>	<b>Nachhaltigkeit</b> .....	<b>218</b>
10.1	Einführung Nachhaltigkeit .....	220
10.2	Nachhaltigkeit in deutschen Hotel- und Gastronomiebetrieben – eine quantitative Erhebung zur Bestandsanalyse in Deutschland .....	224
10.3	Rechtliche Anforderungen .....	228
10.4	Sustainable Finance .....	249
10.5	Doppelte Wesentlichkeitsanalyse .....	253
10.6	Der VSME-Standard als Referenzrahmen für freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung .....	259
10.7	Treibhausgasbilanzierung & Dekarbonisierungsstrategien in der Hotellerie .....	263
10.8	Zusammenfassung Nachhaltigkeit in der Hotellerie .....	274
<b>11.</b>	<b>Digitalisierung</b> .....	<b>276</b>
11.1	Digitale Transformation .....	278
11.2	Online-Marketing – wie KI die Spielregeln verändert .....	283
11.3	Distribution .....	286
11.4	Marktanteile der Distributionskanäle in Deutschland .....	289
11.5	Online-Buchungsportale .....	293
11.6	Direktvertrieb .....	299
11.7	Bestpreisklauseln in Deutschland und Europa .....	302
11.8	Unfaire Praktiken in der Online-Distribution .....	307
11.9	Regulierungen im Plattformbereich .....	315
11.10	Suchmaschinen .....	325
11.11	Agentic AI: Der nächste Evolutionsschritt der Hoteldigitalisierung .....	330
<b>12.</b>	<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>334</b>
<b>13.</b>	<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>336</b>
<b>14.</b>	<b>Quellenverzeichnis</b> .....	<b>340</b>

## Hotelmarkt Deutschland 2026: Zurück im Spiel, gefordert im Ergebnis

Das Jahr 2025 hat der Hotellerie in Deutschland erneut vor Augen geführt, wie widersprüchlich die Lage unserer Branche derzeit ist. Die Nachfrage bleibt insgesamt tragfähig, das Reiseland Deutschland behauptet seine Attraktivität im In- und Ausland und viele Betriebe haben sich operativ stabilisiert. Zugleich wird aber immer deutlicher, dass eine Rückkehr zu mehr Geschäft noch längst nicht automatisch eine Rückkehr zu wirtschaftlicher Entspannung bedeutet. Die Branche ist zurück im Wettbewerb, steht aber unverändert unter erheblichem Ergebnisdruck.

Die deutsche Hotellerie agiert damit weiterhin in einem anspruchsvollen konjunkturellen Umfeld. Die durchschnittliche Zimmerauslastung der klassischen Hotellerie lag 2025 mit 68,1% zwar leicht über dem Vorjahreswert, blieb aber weiterhin spürbar unter dem Niveau des Jahres 2019. Auch bei den internationalen Gästeübernachtungen wurde das Vorkrisenniveau noch nicht wieder erreicht. Gleichzeitig steigen die Belastungen auf der Kostenseite unvermindert weiter. Hohe Energie- und Personalkosten, wachsende Bürokratie, zunehmende Regulierung und eine vielfach angespannte Ertragslage setzen die Betriebe unter erheblichen Druck. Besonders deutlich wird dies an der Entwicklung der Unternehmensinsolvenzen, die sich 2025 im Gastgewerbe und vor allem in der Beherbergung nochmals kräftig erhöht haben.

Umso bedeutsamer ist es, wenn politische Durchbrüche gelingen. Die dauerhafte Reduzierung der Mehrwertsteuer auf Speisen in der Gastronomie auf 7 Prozent seit dem 1. Januar 2026 ist ein solcher Durchbruch – und zwar ein großer! Diese steuerliche Korrektur schafft überfällige Fairness im Wettbewerb, stärkt die Betriebe in einer Zeit massiv gestiegener Kosten und verschafft vielen Unternehmen überhaupt erst wieder die Chance, mit vertretbaren Margen zu arbeiten, zu investieren und Beschäftigung zu sichern. Dass der reduzierte Steuersatz nun dauerhaft gilt, ist ein großer Erfolg hartnäckiger, professioneller und politisch wirksamer Interessenvertretung.

Das gilt auch für den Kampf gegen die Übermacht der marktbeherrschenden Online-Buchungsportale. Der Hotelverband Deutschland führt diese Auseinandersetzung seit Jahren beharrlich, juristisch präzise und mit bemerkenswerter strategischer Reichweite. Während viele andere sich mit der wachsenden Abhängigkeit von marktmächtigen Plattformen arrangiert haben, hat die IHA den Missbrauch dieser Macht konsequent angegriffen. Dieser Einsatz ist für die Hotellerie von existenzieller Bedeutung. Es geht hier nicht um eine technische Detailfrage des Vertriebs, sondern um unternehmerische Freiheit, um Preisautonomie, um faire Marktbedingungen und letztlich um die wirtschaftliche Souveränität der Hotels.

Trotz der vielfältigen Herausforderungen wäre es aber falsch, ein Bild des Pessimismus zu zeichnen. Die Hotellerie in Deutschland bleibt eine leistungsfähige, anpassungsstarke und zukunftsrelevante Branche. Sie schafft Beschäftigung, sichert regionale Wertschöpfung, stärkt Städte und Destinationen und ist ein unverzichtbarer Bestandteil der touristischen und wirtschaftlichen Infrastruktur unseres Landes. Zugleich beweist unsere Branche Tag für Tag ihre Anpassungsfähigkeit, ihre Innovationskraft und ihre unternehmerische Resilienz – sei es bei der Digitalisierung betrieblicher Prozesse, bei Investitionen in Nachhaltigkeit oder bei der Entwicklung neuer Angebots- und Betriebsformen.



# 01

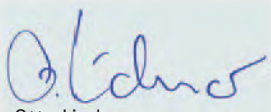
Gerade deshalb kommt es jetzt auf die richtigen politischen Weichenstellungen an. Die Branche braucht keine zusätzlichen Hemmnisse, sondern endlich ein Umfeld, das unternehmerische Leistung honoriert statt erschwert. Wettbewerbsfähige steuerliche Rahmenbedingungen, weniger Bürokratie, verlässliche Energiepreise, praxistaugliche Regeln zur Fachkräftesicherung sowie ein realistischer Blick auf Investitionsfähigkeit und Ertragslage sind keine Sonderwünsche, sondern Voraussetzungen für wirtschaftliche Stabilität. Wer die Hotellerie als Zukunftsbranche will, muss ihr auch die Möglichkeit geben, Zukunft aus eigener Kraft zu gestalten.

Unser Branchenreport „Hotelmarkt Deutschland 2026“ ist der zeitnahe und verlässliche Indikator des Branchengeschehens. Er analysiert Entwicklungen, identifiziert Chancen und benennt Risiken. Er bietet fundierte Informationen und praxisnahe Impulse – für eine starke, wettbewerbsfähige und zukunftsfähige Hotellerie in Deutschland.

Wir danken allen Partnerinnen und Partnern, die durch ihre Daten, Expertise und Perspektiven zum Entstehen dieses Reports beigetragen haben. Ein besonderer Dank geht an unsere Preferred Partner Christie & Co., die progros GmbH, die MKG-Group ebenso wie an die HOTOUR Hotel Consulting, die Hotel Affairs Consulting GmbH, Apartment-service, SELECT Hotel Advisory Services, die TREUGAST Solutions Group, den Informationsdienstleister TOPHOTELPROJECTS sowie an Michael Altewischer, Wilfried Dreckmann und Prof. Dr. Dr. Jörg Soller.

Der Branchenreport „Hotelmarkt Deutschland 2026“ des Hotelverbandes Deutschland (IHA) wurde Anfang April 2026 inhaltlich abgeschlossen und erscheint in bereits fünfundzwanzigster Auflage.

Berlin, im April 2026



Otto Lindner

Vorsitzender Hotelverband Deutschland (IHA)

## 1 EDITORIAL