

# TREND REPORT

BY HOTELNETSOLUTIONS

**Online-Hotelbuchungen in Deutschland und Österreich 2020**

Einfluss der Corona-Pandemie auf das Online-Buchungsvolumen für Hotels

Stand: 20.01.2021

# HotelNetSolutions Trendreport

## Online-Hotelbuchungen in Deutschland und Österreich 2020

Nach dem ersten Lockdown: Bis September Ferienhotels im Rausch, Stadthotellerie mit Verlusten. Oktober geprägt von Beherbergungsverboten und Lockdown-Ankündigung. November-Lockdown führt zu drastischen Rückgängen.

Die Online-Distribution-Experten von HotelNetSolutions in Berlin haben den Einfluss der Corona-Pandemie auf das Online-Buchungsvolumen für Hotels in der DACH-Region untersucht und hierbei besonders mögliche Unterschiede zwischen den Buchungskanälen betrachtet.

Ausgewertet wurde der durchschnittlich gebuchte Umsatz pro Monat (nach Buchungstag) über die verschiedenen Kanäle für knapp 2.000 Hotels unterschiedlicher Kategorien vom 15-Zimmer-Boutiquehotel bis zum 400-Zimmer-Resort. Alle Hotels nutzen die IBE OnePageBooking und den ChannelManager von HotelNetSolutions.

Ferienhotels verzeichneten vor Corona (im **Januar 2020**) ein Buchungsvolumen von durchschnittlich 31.000 € über die eigene Webseite/IBE pro Monat, und damit fast doppelt so viele Direktbuchungen wie Buchungsumsatz über die OTA (Booking.com 13.500 €, Expedia 2.000 €, HRS 1.300 €).

In **Stadthotels** stellte sich die Ausgangssituation im **Januar 2020** im Durchschnitt genau umgekehrt dar: knapp 36.000 € OTA - Umsatz (Booking 21.000 €, Expedia 8.000 €, HRS 6.000 €) standen 16.500 € Direktbuchungsvolumen pro Monat gegenüber.

In allen Hotelkategorien und für alle Buchungskanäle muss für die Monate März und April ein drastischer Rückgang des Buchungsvolumens festgestellt werden.

In den Ferienhotels sanken die Direktbuchungen im **April 2020** auf knapp 1/3 des Januar-Umsatzvolumens (Ø 9.500 €), die OTA-Buchungen z.T. auf weniger als 1/4.

Noch härter traf es die Stadthotels, wo über alle Kanäle im **April 2020** während des Lockdowns ein Rückgang auf nur noch 8-10 % des Januar-Buchungsvolumens zu verzeichnen war.

Ab **Mai 2020** ist eine deutliche Schere in der Entwicklung des Buchungsvolumens zwischen Ferien- und Stadthotels festzustellen. Ursache hierfür waren eindeutig die weltweiten Reisewarnungen der Regierungen und der Run auf Ferienunterkünfte im eigenen Land für die bevorstehenden Sommer- und Herbstferien.

In **Ferienhotels** stieg das Direktbuchungsvolumen bereits im **Mai 2020** wieder fast auf Vor-Corona-Werte (30.000 €), und erreichte dann fast jeden Monat einen neuen Rekordwert, im September erstmals über Ø 35.000 €. Gleichzeitig stieg der Umsatz von Booking.com von Ø 13.500 € auf Ø 23.500 €, während die Umsätze von Expedia und HRS pro Hotel unter Vor-Corona-Werten stagnieren.

Die **Stadthotellerie** jedoch leidet bis heute unter dem Ausfall fast aller Buchungsgründe. Messen, Großveranstaltungen, Geschäftsreisen, Tagungen, Kongresse finden kaum statt, internationale Besucher können, wollen oder dürfen nicht einreisen.

Eine erste leichte Erholung des Buchungsumsatzes war hier erst ab Juni 2020 zu verzeichnen. Ab Juli verzeichneten die Stadthotels im Durchschnitt ein Direktbuchungsvolumen, das mit Ø 13.000 - 15.000 € weiterhin, wenn auch nur leicht, unter dem Vor-Corona-Niveau liegt.

Bemerkenswert für die Stadthotellerie ist, dass die OTA ihren Vorsprung im Buchungsvolumen (Januar 36.000 € vs. 16.000 € Direktbuchungen) deutlich eingebüßt haben. Im Juli 2020 lag der Vergleichswert bei 24.000 € OTA-Buchungen vs. 15.000 € Direktbuchungen.

Der Herbstferien-Monat Oktober brachte weder der Stadthotellerie noch der Ferienhotellerie den erwarteten Zuwachs im Buchungsvolumen - dieser Monat war geprägt von steigenden Infektionszahlen, sich nahezu täglich ändernden Restriktionen und Beherbergungsverbots und großer Verunsicherung auf Seiten der Verbraucher.

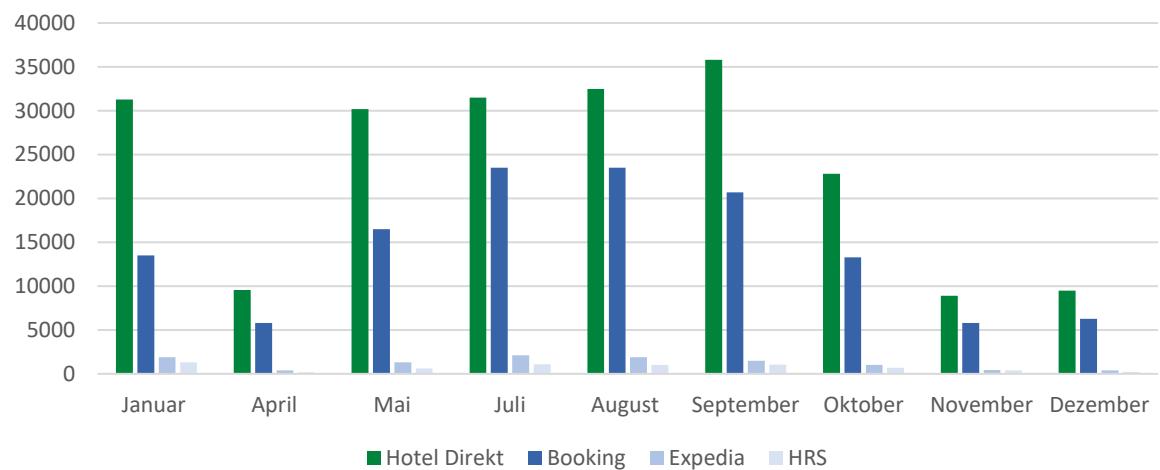
Im Lockdown-Monat November hat sich das geringe Buchungsvolumen des Monats Oktober noch einmal drastisch reduziert. Die meisten Hotels sind geschlossen, und das Vertrauen der Verbraucher in ein baldiges Ende des Lockdowns ist gering. Die Lead Time (Vorausbuchungsfrist) der wenigen Onlinebuchungen ist hat sich im November im Vergleich zum Oktober mehr als verdoppelt auf über 60 Tage. Mit der Verlängerung des Lockdowns hat sich die Lead Time im Dezember nochmals erhöht auf z.T. über 100 Tage.

In Ferienhotels ging das Buchungsvolumen im November auf allen Kanälen um ca. 50% im Vergleich zu Oktober 2020 zurück. Die eigene Webseite bleibt für Ferienhotels der stärkste Kanal, mit allerdings nur noch knapp 9.000 € Buchungsumsatz (OTA 6.500 €). Der Dezember im Lockdown brachte den Ferienhotels einen minimalen Zuwachs von ca. 500 € pro Kanal.

In Stadthotels ist der OTA-Umsatz im November ebenfalls um 50% unter dem Vormonat, die Direktbuchungen jedoch nur um knapp 30%. So verzeichnen wir im November 2020, wenn auch auf ausgesprochen niedrigem Niveau von knapp je 7.000 €, erstmals im Betrachtungszeitraum bei Stadthotels einen Gleichstand von OTA- und Direktbuchungsvolumen. Dieser Gleichstand blieb im Dezember 2020 erhalten, jedoch in den Stadthotels bei nochmals reduziertem Umsatzvolumen von je knapp 5.000 € pro Kanal.

Alle Werte für Ferien- und Stadthotels sind in den nachfolgenden Diagrammen aufgeführt. Für die Metropolen Wien, München, Berlin und Hamburg sind die Trends recht gegensätzlich und noch einmal separat aufgeschlüsselt.

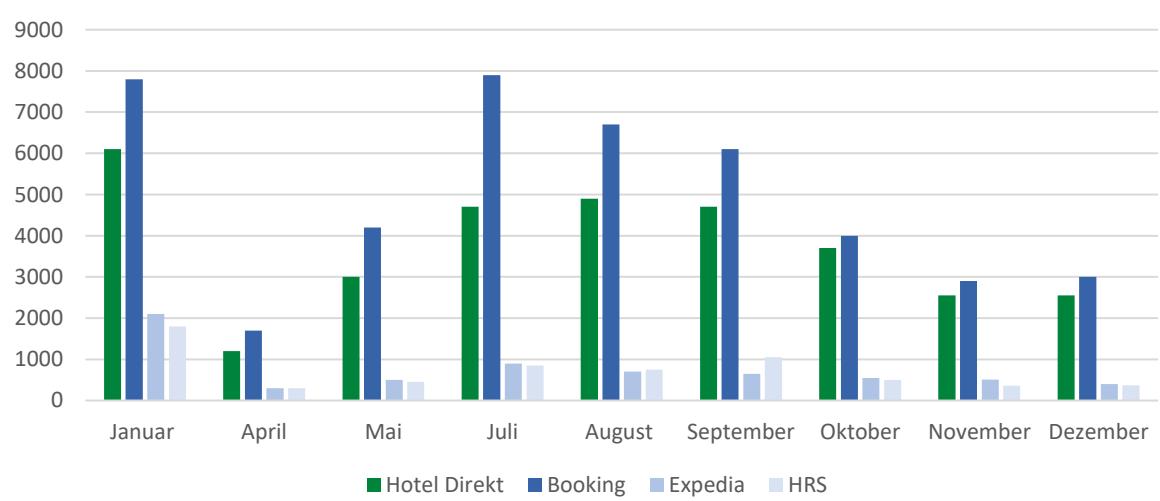
### Ferienhotels DACH | Ø Online-Buchungsvolumen 2020 in €



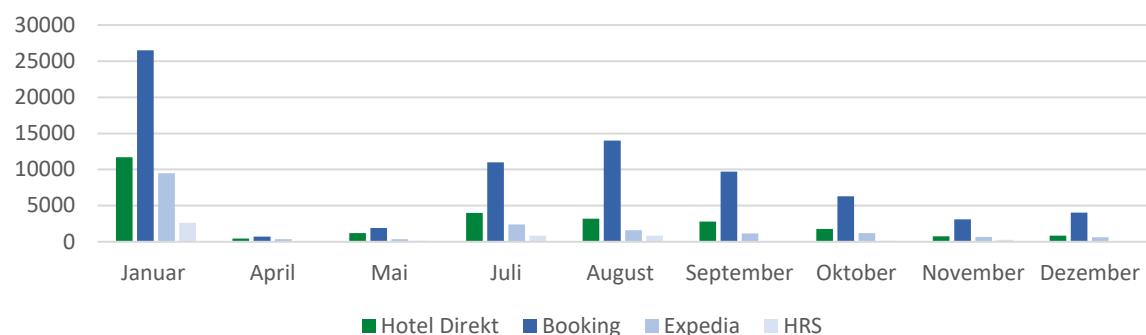
### Stadthotels DACH | Ø Online-Buchungsvolumen 2020 in €



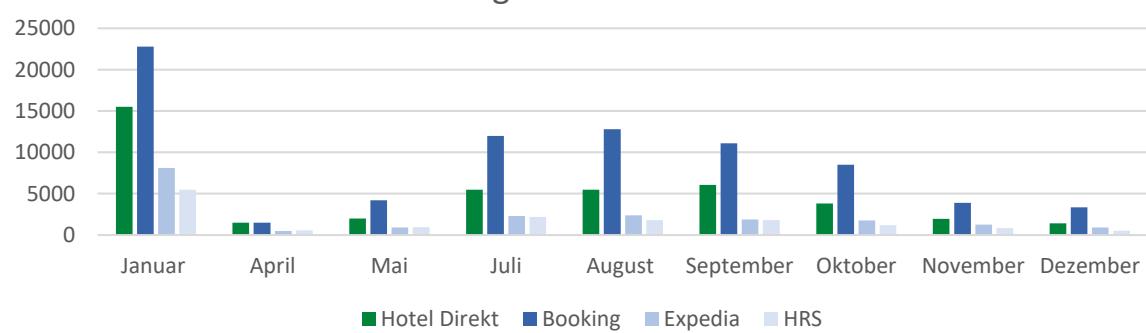
### Serviced Apartments | Ø Online-Buchungsvolumen 2020 in €



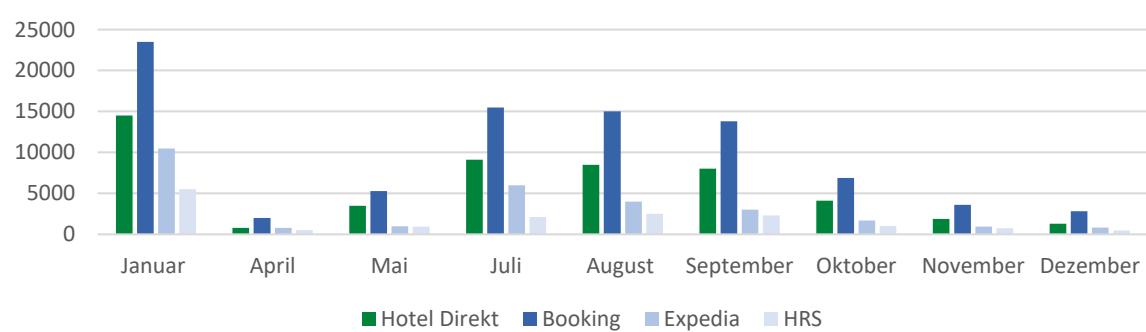
### Hotels in Wien | Ø Online-Buchungsvolumen 2020 in €



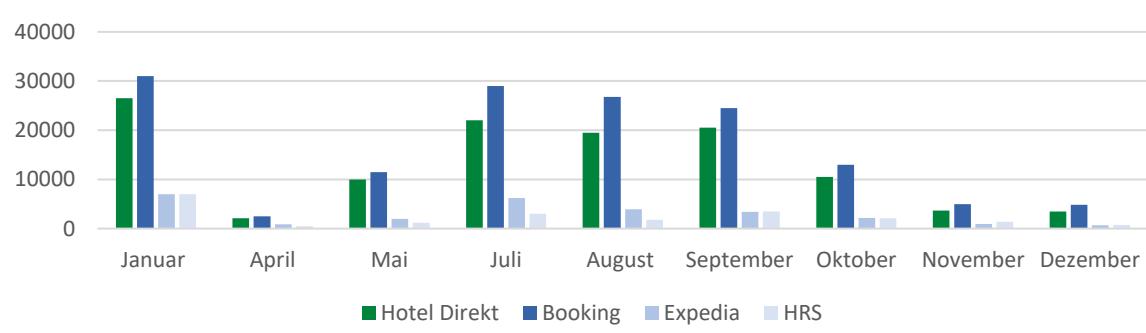
### Hotels in München | Ø Online-Buchungsvolumen 2020 in €



### Hotels in Berlin | Ø Online-Buchungsvolumen 2020 in €

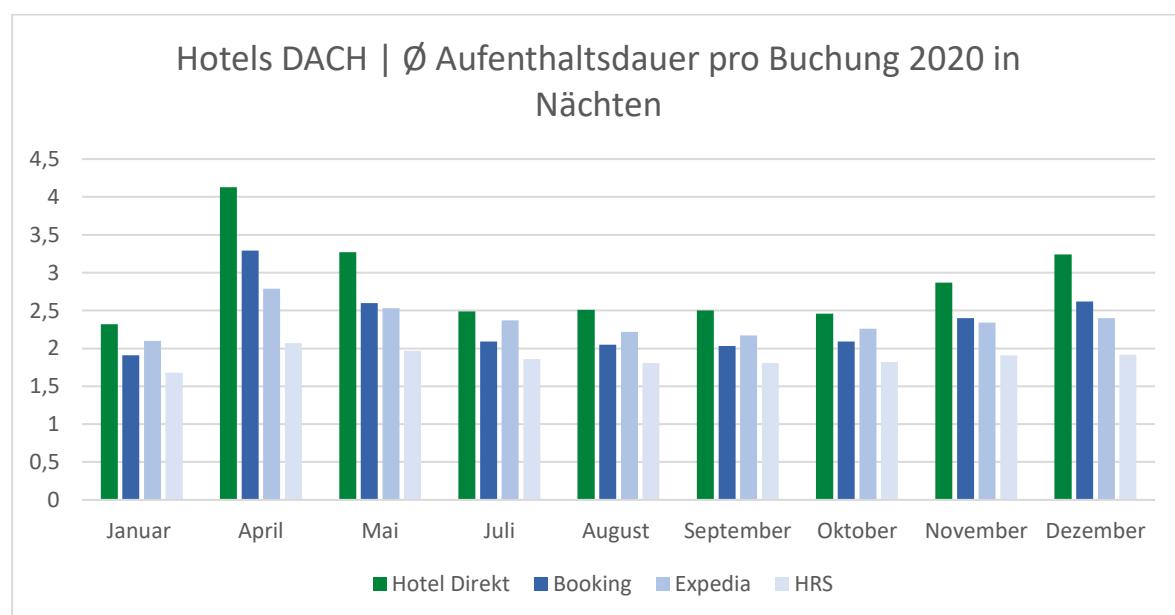
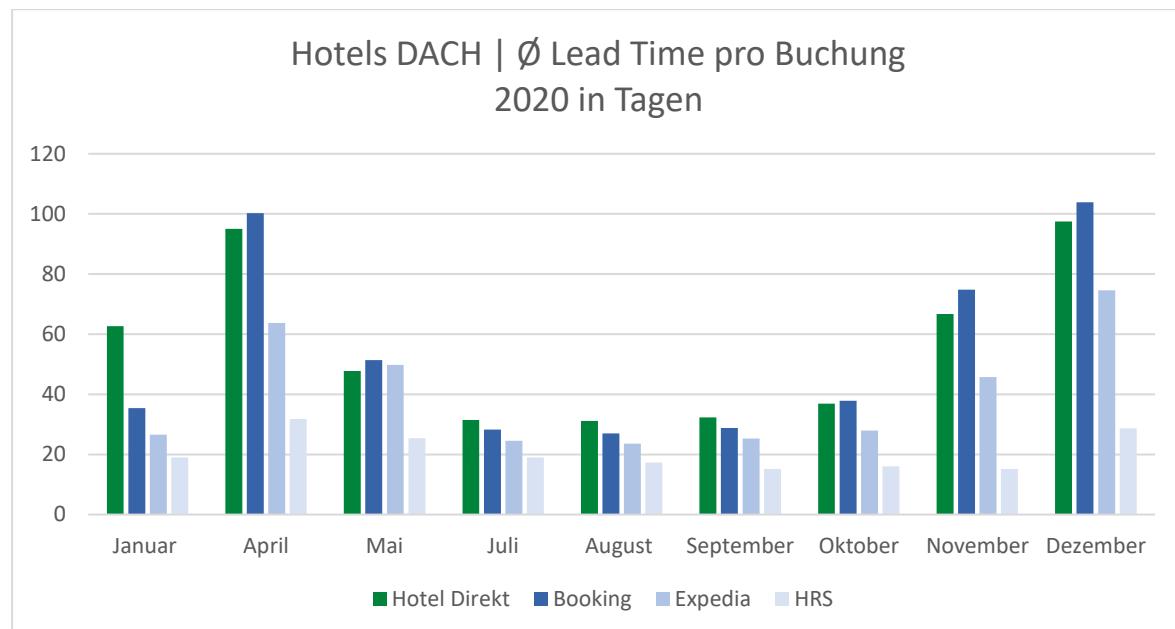


### Hotels in Hamburg | Ø Online-Buchungsvolumen 2020 in €



Neben dem Buchungsvolumen haben die HNS-Experten auch die Entwicklung der Vorausbuchungsfrist (**Lead Time**) und der durchschnittlichen **Aufenthaltsdauer** pro Online-Buchungskanal ausgewertet.

Hier ergeben sich bis Oktober nur minimale Änderungen durch Pandemiebedingte Einflüsse. Lediglich die wenigen Buchungen des Monats April waren durch eine deutlich längere Lead Time und längere Aufenthaltsdauer gekennzeichnet - bei diesen Buchungen handelte es sich vorwiegend um Ferienhotel-Buchungen. Im November sehen wir dann einen deutlichen Anstieg der Lead Time auf über 60 Tage, im Dezember sogar auf knapp 100 Tage - da fehlt dem Verbraucher offenbar das Vertrauen in ein baldiges Ende des Lockdowns.



Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer ist mit 2,5 Nächten am höchsten bei Direktbuchungen, diese haben mit durchschnittlich etwas über 30 Tagen auch die längste Lead Time.

Der auf Geschäftsreisen spezialisierte Anbieter HRS weist mit 1,8 Nächten Durchschnittsaufenthalt und 17,5 Tagen Lead Time die kürzesten Fristen auf.

Im Fazit der umfassenden Analyse rät Antje Pflug, Head of Marketing & Communications bei HotelNetSolutions, den Hoteliers in der DACH-Region: „Die Marktdaten zeigen, dass die Direktbuchungen über die eigene Webseite besonders für den lokalen bzw. Inlands-Markt an Bedeutung zunehmen. Auch wenn selbst die beste Booking Engine die fehlende Nachfrage in bestimmten Segmenten nicht kompensieren kann: Sorgen Sie dafür, dass Ihr Hotel direkt buchbar ist und auch gefunden wird, z.B. durch Google Hotel Ads. Optimieren Sie Ihre Booking Engine für die Zeit nach dem Lockdown.“

The screenshot shows a hotel booking interface. At the top, there's a navigation bar with a menu icon, a search bar indicating '2 Gäste 2 Erwachsene', and a date selector showing '0 Nächte' and '0 Zimmer'. The total price is listed as '0,00'. On the right, there are links for 'Buchungscode', 'Login', and currency selection ('EUR'). Below the header is a large image of a city skyline at dusk.

In the center, a modal window displays '2 Gäste' with a person icon and a link 'Buchungscode vorhanden?'. Below it is a button '+ zweites Zimmer'. The main page below the modal has a heading 'Wählen Sie Ihren An- und Abreisetag' with a 'Filter' link. It shows the month 'Februar 2021' with arrows for navigation. A row of seven date boxes shows the days from Monday 01 to Sunday 07, each with a price of 'ab 105,00 €'.