



Europaweite Studie zur Hoteldistribution

Die Abhängigkeit der Hotellerie von Online-Plattformen nimmt weiter zu

Brüssel, 18. April 2018 – HOTREC führte Anfang des Jahres zusammen mit der Fachhochschule Westschweiz (HEV-SO Wallis-Wallis) seine im Zwei-Jahres-Rhythmus stattfindende Studie über den europäischen Hotelvertriebsmarkt durch. Erste Ergebnisse, die auf den Angaben von über 3.400 Hotels in ganz Europa basieren, zeigen, dass die Abhängigkeit der Hotels von Online-Plattformen weiter zunimmt, während der Anteil der Direktbuchungen abnimmt. Größter Player im Markt der Online Travel Agencies (OTA) ist weiterhin Booking.com, das seine Dominanz im Vergleich zu 2015 weiter ausbauen konnte und in Europa einen durchschnittlichen Marktanteil von 66% erreicht hat.

Gerade einmal drei Anbieter kontrollieren über 92% des OTA-Marktes in Europa (in einigen Ländern sogar noch mehr), während die beiden Größten, nämlich Booking.com (66,4%) und Expedia (16,6%) im Jahr 2017 an Marktanteilen gewannen, verlor der drittgrößte Anbieter HRS (9,0%) in den letzten beiden Jahren weiter an Boden. Der Anteil des Direktvertriebs in der europäischen Hotellerie sank im Jahr 2017 auf 52% aller gebuchten Übernachtungen; im Jahr 2015 waren es noch 55,2%. Der Anteil der Übernachtungen, die über OTAs vermittelt wurden, stieg dagegen auf 26,1% (2015: 23,1%).

In Bezug auf die Zusammenarbeit mit den Online-Buchungsplattformen fühlt sich die Mehrheit der Hoteliers (50%) unter Druck gesetzt, Vertragsinhalte und Bedingungen (wie Stornierungsrichtlinien, Sonderrabatte, Online-Marketing und PPC-Werbung) zu akzeptieren, die man freiwillig nicht akzeptieren oder anbieten würde. Kleine und unabhängige Hotels fühlen sich dabei stärker unter Druck gesetzt als große Hotels oder Hotelketten.

Wenn es zu Problemen zwischen Hotels und OTAs kommt, sind 70% der Hotels der Meinung, dass es seitens der Portale keine faire und effektive Lösung für die Meinungsverschiedenheiten gibt. Auch hier scheinen kleine und unabhängige Hotels mehr Probleme mit der Streitbeilegung zu haben, als größere Hotels oder Hotelketten.

„Die ersten Ergebnisse unserer Studie zeigen, dass Online-Vermittler mehr und mehr Kontrolle über den Hotelvertrieb gewinnen, die Abhängigkeit der Hotels zunimmt und sich die eigenen unternehmerischen Handlungsspielräume verringern“, so Markus Luthé, Vorsitzender der HOTREC Distribution Task Force. „Hotels müssen in der Lage sein, die Konditionen und Bedingungen ihrer eigenen Angebote frei festzulegen und über die werbliche Nutzung ihres geistigen Eigentums, z.B. des Markennamens, selbst zu entscheiden“, fügte Luthé hinzu.

„Die Studie bestätigt, dass politische Regelungen erforderlich sind, um faire und transparente Marktbedingungen im Bereich der Online-Plattformen zu gewährleisten, insbesondere wenn es keinen wirksamen Wettbewerb gibt“, so Christian de Barrin, CEO von HOTREC.

Eine Kurzfassung der Studie steht auf HOTRECs Website www.hotrec.eu zur Verfügung. Nähere Informationen zu HOTRECs „Direkt Buchen“-Kampagne sind unter www.book-direct-shop.eu abrufbar.

Pressekontakt: Daniel Makay +32(0)2 504 78 42, daniel.makay@hotrec.eu

Über HOTREC

HOTREC repräsentiert Hotels, Restaurants und Cafés in Europa. Die Branche steht für 1,8 Mio. Betriebe, von denen rund 99,5% Kleinstunternehmen sind. Das Gastgewerbe bietet allein in der Europäischen Union über 10 Mio. Arbeitsplätze. Das Gastgewerbe ist zusammen mit anderen touristischen Dienstleistern einer der größten Wirtschaftszweige überhaupt in Europa. HOTREC vereint 40 nationale Hotel- und Gaststättenverbände aus 29 Ländern. So sind für Deutschland der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband) als auch der Hotelverband Deutschland (IHA) Mitglieder von HOTREC.