



Die Trends in der Hotellerie 2024

Inhalt

1.	Die Trends für die Hotellerie	03
2.	Veränderte Erwartungen an Hotels	05
	Trend 1: Unvergessliche Erlebnisse	07
3.	Digitalisierung	09
	Trend 2: Künstliche Intelligenz	11
	Trend 3: Intelligentes Energiemanagement	15
	Trend 4: Smart Building-Konzept	17
4.	Reisen im Trend	19
	Trend 5: Mehr internationale Reisen	20
5.	Persönliche Verbindungen	22
	Trend 6: Persönliche Verbindungen zur Unterkunft	23
	Trend 7: Persönliche Verbindungen zur Lokalkultur	25
6.	Emotional Wellness	26
	Trend 8: Themen-Workshops & Retreats	27
7.	Ausblick auf 2024	29



1. Die Trends 2024

Die Trends für die Hotellerie

Neue Digitalisierungs-Trends und gesellschaftliche Entwicklungen beeinflussen nicht nur die Hotelbranche, sondern die ganze Welt. Der große Erfolg von Technologien wie ChatGPT und die sich stetig verändernden Bedürfnisse der Reisenden macht es daher umso wichtiger, als Hotel am Puls der Zeit zu bleiben. So gelingt es nicht nur wettbewerbsfähig zu bleiben, sondern auch Stammkunden zu gewinnen und die Umsätze zu steigern.

Spannende Entwicklungen und Veränderungen in der Hotelbranche erwarten uns auch im Jahr 2024. Wir haben uns wieder auf die Suche gemacht und einige interessante Trends gefunden, die Hotels definitiv auf dem Schirm haben sollten!



2. Veränderte Erwartungen an Hotels

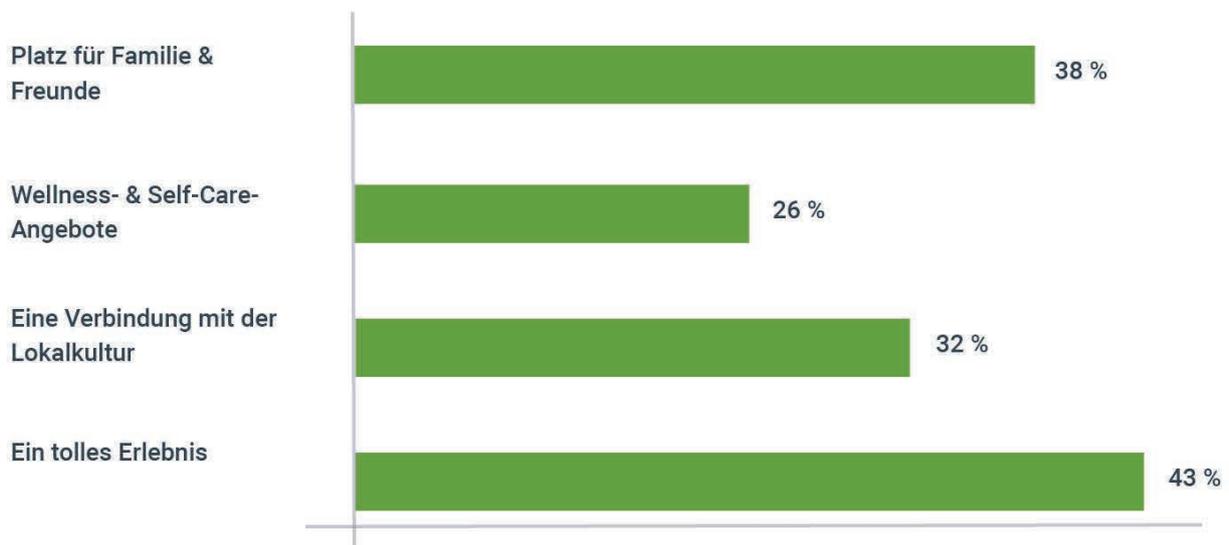
Veränderte Erwartungen an Hotels

Beeinflusst durch den technologischen Fortschritt, gesellschaftliche Entwicklungen und sich verändernde Lebensstile, haben sich die traditionellen Ansprüche an ein Hotel verändert. Die Erwartungen der Reisenden an ein Hotel sind hoch, daher möchten sie mehr als nur einen bequemen Schlafplatz. Reisende möchten während des Hotelaufenthaltes tolle Erlebnisse, an die sie sich für den Rest ihres Lebens erinnern werden.

Vorteile von better.energy:

- Prozesse optimieren
- Energiekosten senken
- CO2-Emissionen reduzieren
- Energieverbrauch senken

Welche „Aufgabe“ der Unterkunft ist Ihnen jetzt wichtiger im Vergleich zum Vorjahr

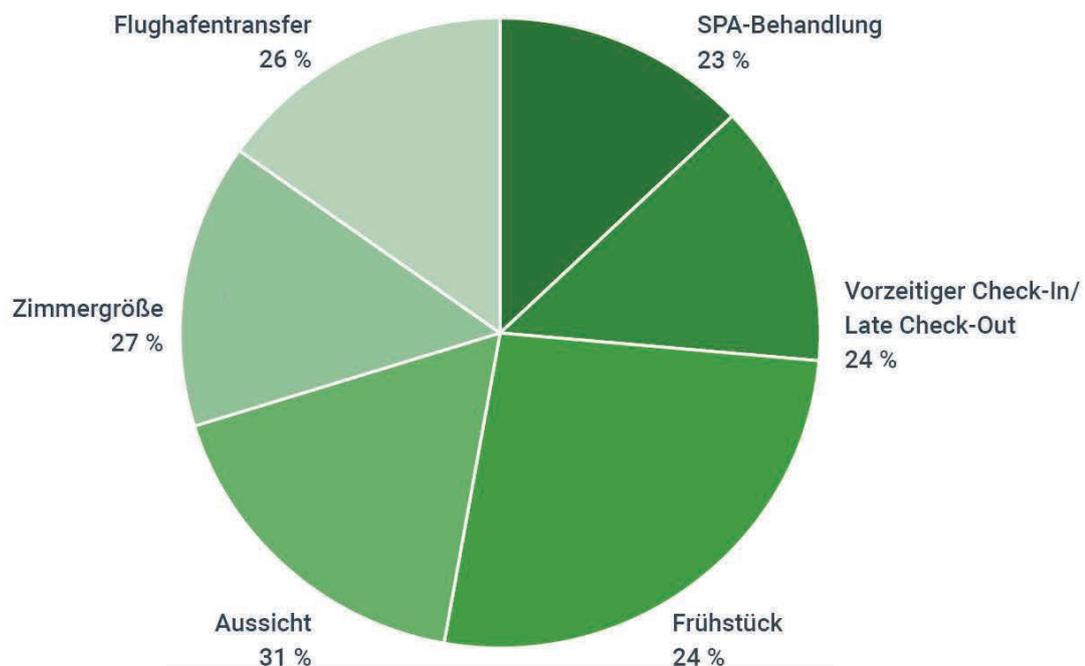


Quelle: SiteMinder`s Changing Traveller Report 2023, Der Erlebnissammler

Trend 1: Unvergessliche Erlebnisse

Die Erwartungen an die Hotels haben sich seit letztem Jahr verändert. Erlebnisse, die für unvergessliche Momente sorgen, sind für Reisende wichtiger denn je. Laut des SiteMinder`s Changing Traveller Report 2023 soll die Unterkunft für 43 Prozent der Reisenden ein tolles Erlebnis bieten wie beispielsweise Musik, Essen oder etwas Interaktives. Die Hotelgäste sind entschlossen, neben der Übernachtung mehr Geld für Erlebnisse oder Dinge auszugeben, die ihren Aufenthalt bereichern. Das sind 97 Prozent der Reisenden aus Indonesien, 95 Prozent der Reisenden zwischen 18 bis 26 Jahren, sowie 95 Prozent der Reisenden, die mit Mitarbeitenden unterwegs sind.

Zusatzleistungen, für die Reisende am liebsten Geld ausgeben



Quelle: SiteMinder`s Changing Traveller Report 2023, Der Erlebnissammler

Auch Reisende, die während ihres Urlaubes arbeiten, suchen häufig unvergessliche Momente während des Hotelaufenthaltes, wobei sich hier aktuell ein Rückgang abzeichnet. Gegenüber dem Vorjahr ist ein Anstieg nur bei Reisenden aus Mexico zu sehen. Reisende, die zeitweise während ihres Urlaubes arbeiten, werden im Vergleich zu denen, die nicht arbeiten, eher eine Spa-Behandlung buchen oder positiv auf personalisierte Angebote der Unterkunft reagieren.

Der Hotelrend, unvergessliche Erlebnisse für Reisende zu schaffen, sollte im Jahr 2024 besonders beachtet werden, da hier enorme Möglichkeiten zur Steigerung von Zusatzverkäufen im Hotel lauern. Helfer wie digitale Gästemappen sind hier bedeutsame Tools, um den Gästen personalisierte Angebote zu bieten. Hotelgäste können bequem und einfach mit nur einem Klick auf der digitalen Gästemappe einen Spa-Termin oder den Late-Check-Out buchen, im Hotel-Shop einkaufen oder Getränke und Speisen über den Room-Service bestellen. So werden den Hotelgästen unvergessliche Erlebnisse geboten und gleichzeitig der Umsatz gesteigert.

Fazit

Der Hotelrend unvergessliche Erlebnisse ist für das Jahr 2024 ein absoluter Garant, die Zufriedenheit der Gäste zu steigern und gleichzeitig die Zusatzverkäufe im Hotel anzukurbeln. Hoteliers sollten sich also mit den veränderten Erwartungen der Gäste an die Unterkunft auseinandersetzen und Services dementsprechend anpassen.

Vorteile der digitalen Gästemappe:

- Gäste informieren
- Umsatz steigern
- Kommunikation verbessern
- Kosten reduzieren
- Prozesse optimieren
- Personal entlasten

Digitalisierung

Die Digitalisierung, besonders die Bereiche KI-Technologien und Smart Building-Konzepte, ist ein Dauerbrenner in der Hotelbranche und wird es noch lange bleiben. Denn diese neuen Technologien ermöglichen es Hotels nicht nur ihre Dienstleistungen zu optimieren, sondern auch personalisierte Erlebnisse zu bieten und die betriebliche Effizienz zu steigern. Außerdem fördern neue Technologien das Innovationsimage des Hotels und bringen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil mit sich.

Wenn es um die Nutzung von Technologien geht, sind 78 Prozent der Befragten der Meinung, dass das Gastgewerbe durchschnittlich (53 Prozent) oder im Rückstand (25 Prozent) liegt.

Quelle: SiteMinder's Changing Traveller Report 2023

Digitale Wettbewerbsfähigkeit weltweit

Dänemark war im Jahr 2022 Spitzenreiter im weltweiten Länderranking zur digitalen Wettbewerbsfähigkeit. Dieses Ranking zielt darauf ab, die Fähigkeit eines Landes zu analysieren, digitale Technologien einzuführen und diese in Unternehmen zu implementieren. Mit einem Indexwert von 85,17 Punkten belegt Deutschland den 19. Platz.

Quelle: Statista, Länderranking zur digitalen Wettbewerbsfähigkeit weltweit 2022

Trend 2: Künstliche Intelligenz

Immer mehr Reisende setzen bei der Unterkunftsempfehlung auf Künstliche Intelligenz. Das sagen auch die erhobenen Daten des SiteMinder`s Changing Traveller Report 2023. Mehr als 50 Prozent würden entweder wahrscheinlich oder sehr wahrscheinlich KI bei der Unterkunftsempfehlung nutzen. Da die Nutzung intelligenter Lösungen wie Website-Chatbots oder digitale Check-Ins immer normaler wird, stehen die Reisenden solchen Technologien offen gegenüber.

Nicht nur Reisende, vor allem auch Hotels können enorm von dem Einsatz künstlicher Intelligenz profitieren. Große Potenziale lauern beim Einsatz von KI im Hotel, um beispielsweise die Leistung auf Bewertungsportalen zu optimieren. Mit KI-Tools können Bewertungen analysiert, der Service verbessert und das Erlebnis der Hotelgäste personalisiert werden. Es gibt verschiedene Analysen und Integrationen, welche sinnvoll im Hotel eingesetzt werden können. Beispiele hierfür sind:

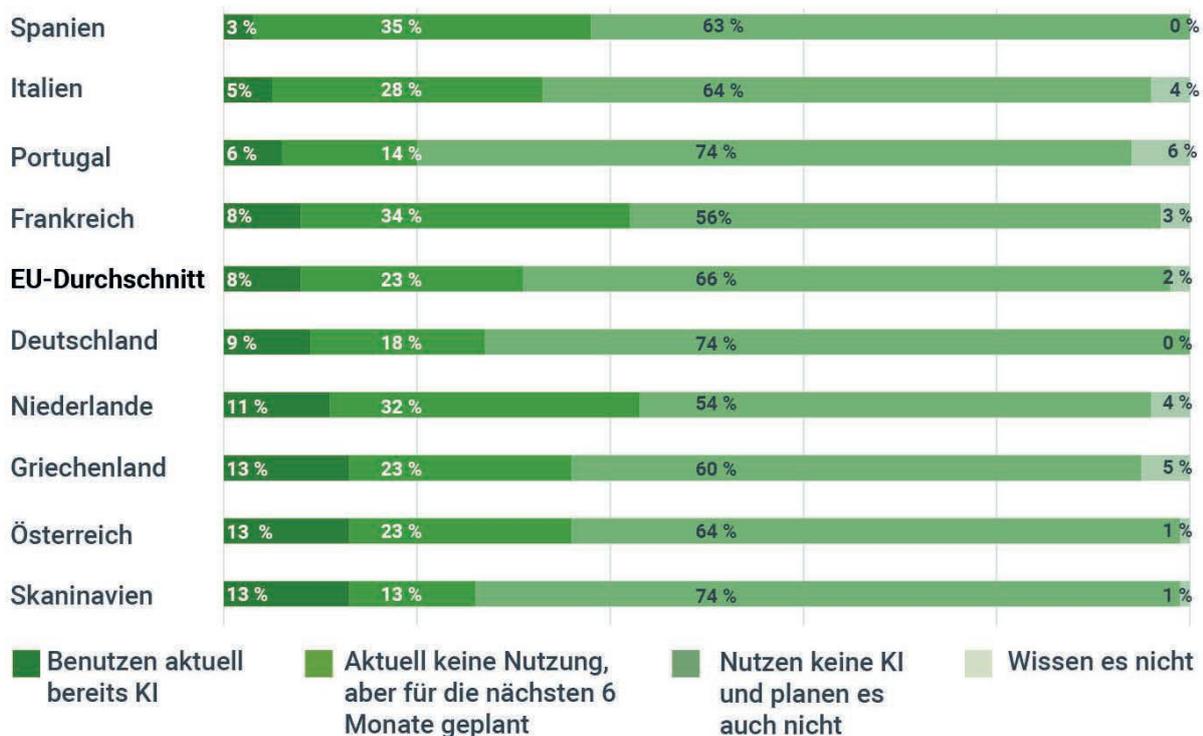
- Sentiment-Analysen
- Chatbots und virtuelle Assistenten
- Wettbewerbsanalysen
- Automatisierte Bewertungsweiterleitung

Weltweit ist die Wahrscheinlichkeit, dass Reisende ihre Unterkunft über eine Suchmaschine recherchieren, mehr als zweieinhalb Mal höher als über Freunde.

Quelle: SiteMinder`s Changing Traveller Report 2023

Dass aber in Deutschland noch viel Luft nach oben ist in Bezug auf den Einsatz von KI, verdeutlicht die untere Graphik.

Einführung von KI im europäischen Beherbergungsgewerbe



Quelle: In Anlehnung an Statista & Booking.com, Deutsches Unterkunftsbarometer Sommer 2023

KI unterstützt im Hotel unter anderem auch das Personal. Mit der Integration eines Chatbots in die digitale Gästemappe, werden häufig gestellte Fragen der Gäste wie beispielsweise Frühstückszeiten, die besten Ausflugsziele in der Region oder Öffnungszeiten des Wellnessbereiches in Echtzeit vom Chatbot geduldig immer wieder beantwortet. Während der Chatbot die Fragen der Gäste beantwortet, können die Mitarbeitenden sich so um die individuellen Wünsche der Hotelgäste kümmern. Auch auf der Hotel-Website kommen Chatbots zum Einsatz die immer beliebter werden.

Laut des SiteMinder`s Changing Traveller Report 2023 betrachten 10 Prozent der Befragten einen Chatbot mittlerweile als einen der drei wichtigsten Aspekte der Hotel-Website. Sie beantworten dem Gast schon vor der Reise wichtige Fragen und unterstützen bei der Buchung.

Wenn es um Chatbots geht, darf in diesem Zusammenhang natürlich auch ChatGPT nicht fehlen. Der Chatbot interagiert mit seinen Benutzern in natürlicher Sprache und kann daher in verschiedenen Bereichen und Branchen wie im Kundensupport, in der Werbe- und Designbranche oder in der Marktforschung eingesetzt werden. Auch im Hotel erweist sich ChatGPT als nützliches Tool, welches die Mitarbeitenden in vielerlei Hinsicht unterstützen kann. Vor allem ist ChatGPT eine interessante Technologie, um sie in digitale Gästemappen im Hotel einzubinden.

Die Inhalte der digitalen Gästemappen können dank der Unterstützung von ChatGPT schneller erstellt, gepflegt und kontrolliert werden, da die KI-Informationen in kürzester Zeit bereitstellen und Vorschläge unterbreiten kann. Wichtig hierbei ist, dass die Inhalte, welche mit ChatGPT erstellt wurden, immer noch durch einen Hotelmitarbeitenden überprüft werden müssen. Nur so kann sichergestellt werden, dass die Inhalte der digitalen Gästemappe den Hotel-Standards entsprechen.

86 Prozent der befragten Unternehmen, die noch keine KI im Einsatz haben, sind der Meinung, dass die Nutzung für die Kundenbindung relevant sei. **72 Prozent** der Firmen könnten sich vorstellen KI als Unterstützung im Marketing einzusetzen. 80 Prozent halten KI in der Produktion oder in der Buchhaltung für möglich.

Quelle: Statista, Bessere Kund:innenansprache dank KI?

Textgenerierung mit Künstlicher Intelligenz

Rund 17 Prozent von 603 befragten Unternehmen gaben an, künftig die Verwendung einer textgenerierenden KI, wie ChatGPT, in ihren Arbeitsalltag zu integrieren. Ein Viertel hat noch keine Entscheidung zum Einsatz von KI getroffen. Dagegen schließen rund 29 Prozent eine Verwendung von künstlicher Intelligenz aus.

Quelle: Statista, Umfrage zum Einsatz von künstlicher Intelligenz zur Textgenerierung 2023

Fazit

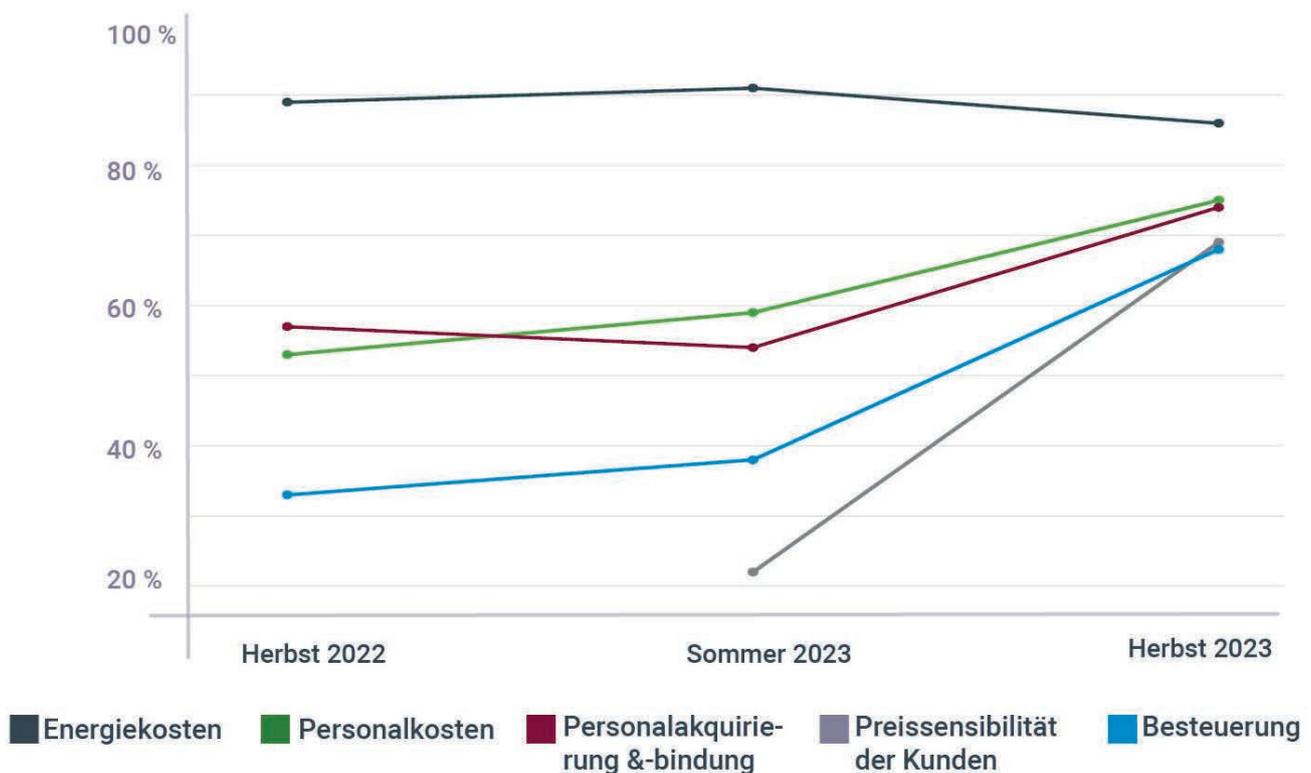
Das Thema Künstliche Intelligenz wird im Jahr 2024 eines der Top-Trends bleiben und sicherlich noch für einige Überraschungen sorgen. Der Mega-Erfolg von OpenAIs ChatGPT hat nur zu gut gezeigt, wie Technologien unsere Welt von jetzt auf gleich beeinflussen und bereichern können.

Trend 3: Intelligentes Energiemanagement

Intelligentes Energiemanagement im Hotel ist nicht mehr nur ein Trend-Thema oder ein Nice-to-Have, sondern in Anbetracht des Klimawandels eine absolute Notwendigkeit die Ressourcen zu schonen und die Umweltauswirkungen zu minimieren. Hotels können mit smarten Energiemanagement-Tools einfach ihre Energieeffizienz steigern und gleichzeitig Kosten reduzieren.

Mit intelligenten Heizkörpersteuerungen sind Energieeinsparungen im Hotel von bis zu 31 Prozent möglich. Zusätzlich werden im gleichen Umfang CO₂-Emissionen eingespart.

Die größten Herausforderungen für Hotels



Quelle: In Anlehnung an Statista & Booking.com, Deutsches Unterkunftsbarometer Sommer 2023

Mit einem Energiemanagement-System reguliert das Hotelpersonal die Heizkörper im gesamten Hotel automatisch und steuert die Temperatur so effizient, dass weniger Energie verbraucht wird. Zudem sinkt der Aufwand für das Hotelpersonal deutlich. Die intelligente Software für das Energiemanagement entlastet das

Hotelpersonal durch die automatische Steuerung der Heizkörper. Dabei berücksichtigt das System die Belegung des Hotels. Das heißt, das System weiß, welches Hotelzimmer belegt ist und welches nicht. Basierend auf diesen Informationen und der Erkennung von offenen Fenstern, passt das System die Temperatur in jedem Zimmer personalunabhängig an.

Checkt ein Gast aus, wird automatisch die Heizleistung abgesenkt. Hier muss das Housekeeping also nicht mehr überprüfen, ob der Gast die Heizung vor dem Verlassen heruntergedreht hat. Auch wenn beim Putzen ein Fenster geöffnet wird, muss sich niemand mehr darum kümmern, das Thermostat herunterzudrehen. Das passiert automatisch. So senkt die intelligente Heizungssteuerung sowohl den Energieverbrauch als auch den Aufwand für das Hotelpersonal.

Vorteile von intelligentem Energiemanagement im Hotel:

- Prozesse optimieren
- Energieverbrauch- und -kosten senken
- CO₂-Emissionen reduzieren
- Gästezufriedenheit steigern
- Klimapositives Image fördern
- Hotelpersonal entlasten
- Mehr Sicherheit und Kontrolle

Funktionen der intelligenten Energiemanagement-Lösung:

- Tag- und Nachtabsenkung
- Heizen in Abhängigkeit vom Belegungsplan
- Temperaturgrenzen
- Realtime Check-In und Check-Out
- Offene-Fenstererkennung

Fazit

Der Trend, intelligentes Energiemanagement im Hotel einzusetzen, ist ein Schlüsselfaktor für eine nachhaltige und umweltbewusste Zukunft. Hotels, die in Energieeffizienz investieren, können nicht nur ihre ökologische Verantwortung wahrnehmen, sondern auch ihre Betriebskosten senken und den Anforderungen umweltbewusster Gäste gerecht werden.

Trend 4: Smart Building-Konzept

Der Hotelrend Smart Building, also die intelligente Vernetzung und Automation von Gebäuden, eröffnet Hotels zahlreiche Möglichkeiten. Denn Ziel ist es, den Komfort zu steigern, Aufwand zu minimieren und gleichzeitig den Energieverbrauch zu senken. Ein Anwendungsfall stellt die smarte Steuerung der Heizung beziehungsweise der Heizkörper im Hotel dar. Diese automatische Steuerung sorgt für optimierte Temperaturen in den Hotelzimmern und öffentlichen Bereich des Hotels und verhindert damit ein Auskühlen und Überhitzen.

Es sind jedoch noch viele weitere Anwendungsfälle denkbar, die den Mitarbeitenden im Hotel und den Gästen einiges zu bieten haben. Die smarte Steuerung von Licht, die automatisierte Überwachung der Ein- und Ausgänge, die Vernetzung von Rauchmeldern oder die Analyse der Luftfeuchtigkeit für ein verbessertes Raumklima.

Vorteile von Smart Building im Hotel:

- Gesteigerte Energieeffizienz im Hotel
- Mehr Komfort für die Hotelgäste
- Entlastetes Personal im Hotel
- Weniger und planbarer Wartungsaufwand
- Erhöhte Gebäudesicherheit
- Mehr Datenschutz im Hotel

Für die Gäste bedeutet Smart Building mehr Komfort im Hotel. Die Sammlung der Gebäudedaten von Hotels schafft hierfür die Basis. Diese Daten werden automatisch analysiert. Anschließend sorgen die Smart Building-Systeme für eine automatische Anpassung an die

Im deutschen Großstadtvergleich war Trier 2023 die Stadt mit dem höchsten Index der Nutzung smarter Energie- und Umweltkonzepte. Die Stadt hatte einen Indexwert von 84,9.

Quelle: Statista, Intelligente Energie- und Umweltkonzepte in deutschen Großstädten 2023

Einflüsse und Gegebenheiten im Hotel, beispielsweise beim Licht, der Temperatur oder der Lüftung. Die intelligente Vernetzung des Hotels führt außerdem zu weniger Aufwand für das Personal. Dabei spielt die Personalentlastung im Hotel eine besondere Rolle. Das Konzept hinter Smart Building verspricht, egal wo es im Hotel zum Tragen kommt, weniger Aufwand durch die Digitalisierung des Hotelgebäudes und die automatische Analyse der Hoteldaten.

Fazit

Die steigenden Energiekosten und die Klimakrise haben dazu geführt, dass Hotels vermehrt auf intelligente Energiemanagement-Systeme setzen. Damit haben Hotels bereits jetzt den ersten Schritt zum Smart Building unternommen. Mit den weiteren Möglichkeiten wird der Smart Building-Ansatz im Jahr 2024 immer mehr genutzt werden.



4. Reisen im Trend

Reisen im Trend

Ein weiterer Hotelrend, der die Hoteliers 2024 beschäftigen wird, sind mehr internationale Reisende. Vor allem die letzten Jahre haben gezeigt, wie wertvoll freie Bewegung ist. Daher verwundert es nicht, dass Reisende keine Kompromisse mehr eingehen und auch international verreisen möchten, trotz steigender Zimmerpreise. Die Reiselust ist größer als je zuvor. Hotels können sich auf viele internationale Gäste freuen.

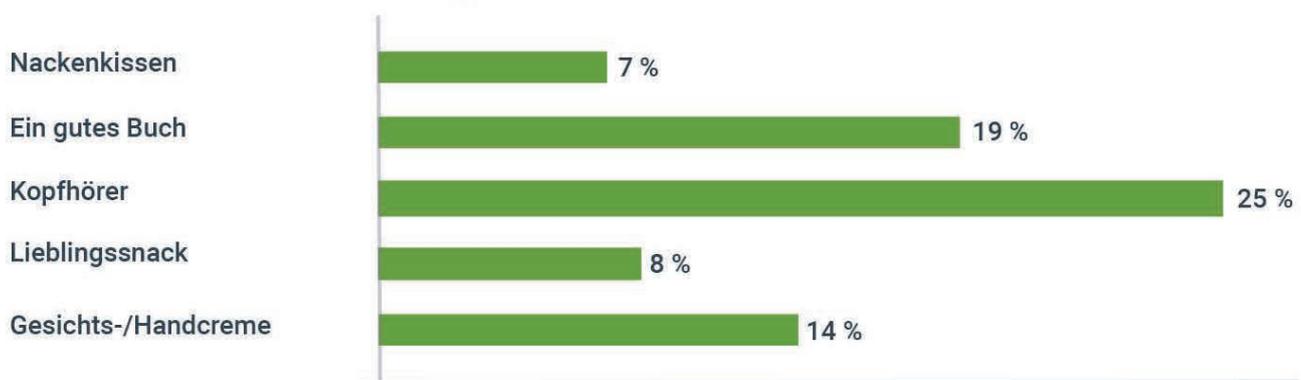
Reisen hat weltweit oberste Priorität. Auch 48 Prozent der deutschen Reisenden reduzieren in anderen Lebensbereichen ihre Ausgaben, um in den nächsten 12 Monaten reisen zu können.

Quelle: SiteMinder`s Changing Traveller Report 2023, Der unermüdliche Entdecker

Trend 5: Mehr internationale Reisen

Enthusiastische Reisende, die mehr von der Welt sehen wollen, werden die Hotelbranche beschäftigen. Indische sowie junge, urbane Reisende haben, laut SiteMinder`s Changing Traveller Report 2023, dabei die Nase vorn. Auch die deutschen Urlauber möchten die Welt erkunden. 55 Prozent wollen in den nächsten 12 Monaten ausschließlich internationale Reisen unternehmen. Der Trend, mehr zu reisen, steht hoch im Kurs. Auch die Zahl der chinesischen Reisenden, die ausschließlich international reisen wollen ist von 13 auf 48 Prozent drastisch angestiegen.

Diese Dinge dürfen beim Reisen nicht fehlen



Quelle: In Anlehnung an SiteMinder`s Changing Traveller Report 2023, Der unermüdliche Entdecker

Steigende Zimmerpreise machen es den Reisenden auch im Jahr 2024 zu schaffen. Sie passen ihre Reiseentscheidungen gezwungenermaßen an die steigenden Kosten an. Nur 20 Prozent der befragten Reisenden gaben an, nicht von den Preiserhöhungen betroffen zu sein. 39 Prozent hingegen greifen auf Pauschalangebote und günstigere Zimmer zurück.

Fazit

Die Hotelbranche sollte sich im Jahr 2024 gut auf Reisende aus China und Indien einstellen, denn der Trend mehr zu reisen trotz Preiserhöhungen wird uns noch lange beschäftigen.



5. Persönliche Verbindungen

Persönliche Verbindungen

Reisende möchten im Jahr 2024 mehr von der Unterkunft als nur eine Möglichkeit zum Übernachten. Sie möchten als kontaktfreudige Menschen Beziehungen zum Personal pflegen, um so einen personalisierten Aufenthalt zu erhalten. Außerdem wollen sie die lokale Kultur mit all ihren Facetten erkunden. Persönliche Verbindungen stehen klar im Fokus im Jahr 2024.

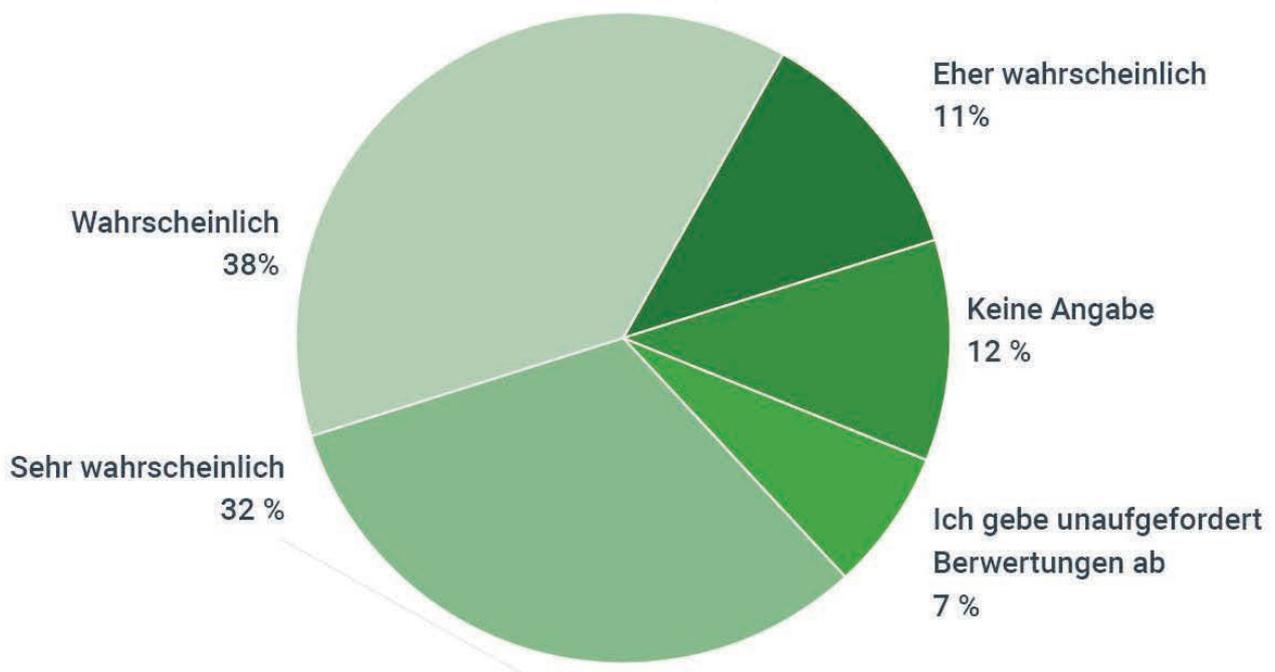
Trend 6: Persönliche Verbindung zur Unterkunft

Immer mehr Reisende möchten eine Verbindung zum Hotelpersonal aufbauen, um so einen personalisierten Aufenthalt zu erleben. Laut des SiteMinder`s Changing Traveller Report 2023 geben 52 Prozent der Befragten an, dass das Hotelpersonal und der Service ein Grund für erneute Buchungen seien. Direktbuchungen sind zudem leicht angestiegen, welches ein Zeichen dafür ist, dass Reisende den Kontakt zu Unterkünften suchen.

Reisende, vor allem die Generation Z, Millennials, Reisende, die mit Kollegen und Kolleginnen international unterwegs sind, und Reisende aus Asien, möchten, dass ihre Daten benutzt werden, um ihre Aufenthalte zu optimieren. 70 Prozent der Reisenden geben zudem gerne Feedback ab, allerdings nur, wenn sie darum gebeten werden.

Zu der Generation Z, auch Post-Millennials genannt, werden überwiegend diejenigen zugerechnet, die 1997 bis 2012 zur Welt gekommen sind. Millennials oder Generation Y werden diejenigen genannt, die im Zeitraum der frühen 1980er bis zu den späten 1990er Jahren geboren wurden.

Wahrscheinlichkeit, dass Reisende eine Bewertung schreiben, wenn die Unterkunft darum bittet



Quelle: In Anlehnung an SiteMinder`s Changing Traveller Report 2023, Der aufmerksame Verbündete

Die Reisenden haben großes Verständnis und sind mitfühlend gegenüber den Herausforderungen und Belastungen des Personals, aufgrund des Fachkräftemangels. Daher sind 70 Prozent der Reisenden bereit, niedrigere Service-Standards im Hotel zu akzeptieren.

Fazit

Der Hotelrend persönliche Verbindungen birgt enormes Potenzial und ist für die Hotelbranche eine ideale Möglichkeit, Gäste zu Stammkunden zu machen. Auch die Bereitschaft der Reisenden Daten an das Hotel weiterzugeben, um personalisierte Erlebnisse zu erhalten, sollten sich Hotels zunutze machen.

Trend 7: Persönliche Verbindung zu der Lokalkultur

Reisende sind viel bewusster und achtsamer unterwegs, daher möchten sie einen authentischen Austausch mit der Kultur vor Ort erleben. Einem Drittel der Reisenden ist es wichtig, dass das Hotel eng mit der Lokalkultur verbunden ist. Reisende möchten beispielsweise an traditionellen Festen teilnehmen, lokale Märkte besuchen oder sich in gemeinnützigen Projekten engagieren. Durch diesen direkten Austausch mit den lokalen Gemeinschaften bekommen die Reisenden authentische Einblicke in den Alltag und die Werte der Kultur vor Ort.

Im Jahr 2024 möchten die Reisenden nicht nur oberflächliche Touristenerlebnisse, sondern sich förmlich in die lokale Kultur hineinstürzen. Mit allen Sinnen wollen sie bereichernde Reiseerfahrungen sammeln und aktive Teilnehmer sein. Egal ob kulinarische Entdeckungen, sprachliche Interaktionen oder lokale Bräuche und Traditionen – Hauptsache mittendrin.

Fazit

Im Jahr 2024 wird dieser Hotelrend einen großen Impact auf die lokalen Gemeinschaften haben und außerdem die Wichtigkeit des Kontaktes zwischen Menschen in der Hotelbranche verstärken.

Rund 28,99 Millionen Menschen in Deutschland finden es im Leben ganz besonders wichtig, die Welt, andere Länder und Kulturen kennenzulernen.

Quelle: Statista, Umfrage in Deutschland zum Ziel, andere Länder und Kulturen kennenzulernen bis 2023



6. Emotional Wellness

Emotional Wellness

Den Fokus auf die eigene physische und psychische Gesundheit zu legen, ist ein Trend, der gerade während und nach der Corona-Pandemie an Bedeutung gewonnen hat. Reisende möchten Entspannung, persönliche Entwicklung oder kreativen Austausch während ihres Aufenthalts im Hotel erleben und so bedeutungsvolle Erfahrungen sammeln. Emotional Wellness heißt dieser Trend und wird nicht nur bei jungen, sondern auch bei älteren Reisenden immer beliebter.

Trend 8: Themen-Workshops & Retreats

Bei der persönlichen und beruflichen Entwicklung spielen Themen-Workshops und Retreats eine wichtige Rolle. Themen-Workshops zielen darauf ab, die Fähigkeiten des Reisenden zu verbessern, wo hingegen ein Retreat Rückzug bedeutet. Dabei werden die Schwerpunkte auf Entspannung, Achtsamkeit und Erholung gelegt. Laut den Ergebnissen einer Umfrage der Wellness-Hotels & Resorts und dem Reiseportal beauty24 rücken vor allem Millennials und die Generation Z in den Fokus. Dieser Gästekreis möchte inspirierende Erlebnisse wie Workshops und Retreats zu Trendthemen genießen.

Hauptmotive für einen Wellness-Urlaub sind:

- Auszeit (34 Prozent)
- Stress-Reduktion (21 Prozent)
- Gemeinsame Zeit (21 Prozent)

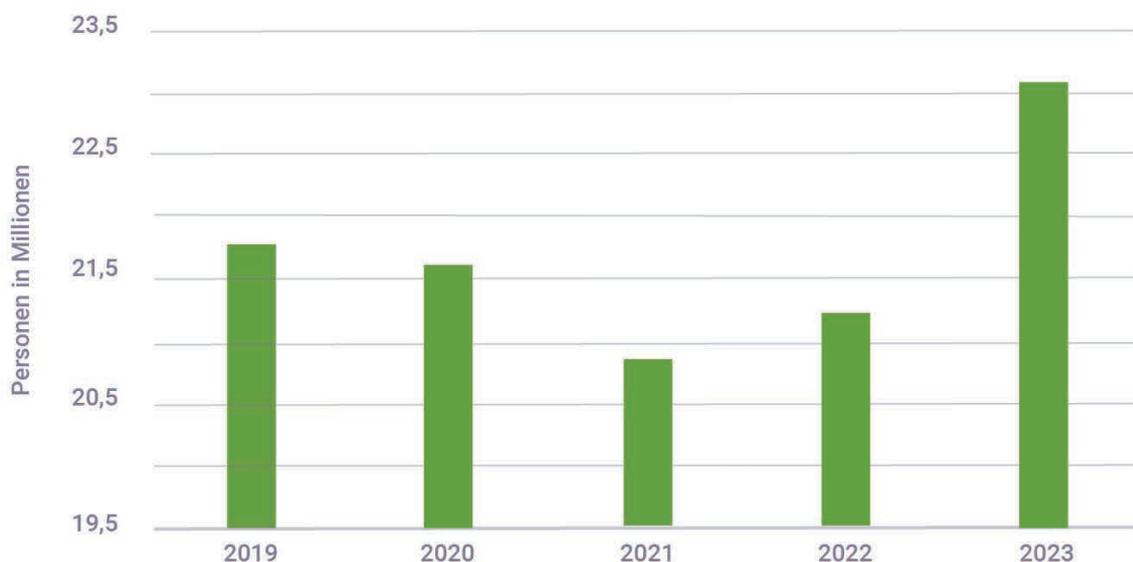
Quelle: Wellness-Hotels & Resorts und beauty24, Wellness-Trends 2023

Beliebte Themen-Workshops & Retreats

- Yoga- und Meditations-Retreats
- Mental-Coaching
- Kreativ-Workshops (z.B. Malen, Fotografie)
- Kulinarische-Workshops
- Spirituelle-Retreats

Die Reisenden erwarten von Hotels, die Themen-Workshops und Retreats anbieten, auch individuellen Genuss. Die junge Generation definiert sich stark über das Thema Ernährung. Rund 61 Prozent der Befragten erwarten vegetarische und rund 55 Prozent vegane Angebote im Hotel. Mindful Drinking, also der Genuss ohne Alkohol, ist ebenfalls ein wichtiger Bestandteil dieser Zielgruppe.

Anzahl der Personen in Deutschland, die Wellness-Urlaub favorisieren



Quelle: Statista, Umfrage in Deutschland zur Bevorzugung von Wellness-Urlaub 2023

Fazit

Mit Themen-Workshops und Retreats erleben die Reisenden eine Ruhepause vom Alltag und besinnen sich auf sich selbst. Dieser Hotelrend wird im Jahr 2024 immer beliebter und die Hotelbranche stark beeinflussen.



7. Ausblick auf 2024

UTILIZA UNA MONEDA DE 1\$

USE 1\$ COINS ONLY

Ausblick auf 2024

Tolle Erlebnisse, KI und Smart Building-Konzepte, internationale Reisende, persönliche Verbindungen zur Unterkunft und der Lokalkultur sowie Emotional Wellness werden die Hotellerie noch lange beschäftigen und sicherlich auch vor Herausforderungen stellen. Hotels sollten sich den ein oder anderen Trend zu Nutze machen, um so Zusatzverkäufe zu generieren und neue Gästekreise anzusprechen. Auch 2024 wird für die Hotelbranche ein spannendes Jahr werden, das viele Veränderungen mit sich bringt. Wir hoffen, dass dieses Whiptepper ein paar Ideen und Inspiration liefern konnte.

Wir wünschen ein erfolgreiches & spannendes Jahr 2024!



Betterspace GmbH
Oberpörlitzer Straße 2
98693 Ilmenau

Tel: +49 (0)3677 76 13 100
Fax: +49 (0)3677 76 13 199
Mail: info@betterspace360.com