

# Real Estate to go

Neue Hotelwelten

Ausgabe 6 – September 2021

## Freizeit über Geschäft

Bevor die Pandemie über die Welt hereinbrach, stieg der Anteil von Tourismus an der Weltwirtschaftsleistung in der letzten Dekade stark an. Insgesamt brachte die Branche 2019 ca. EUR 8 Billionen auf die Waage, was ungefähr 50% der Wirtschaftsleistung der Europäischen Union entsprach. Wobei Freizeitreisen der entscheidende Treiber waren: Rund vier Fünftel der Wertschöpfung entfielen vor der Pandemie auf Urlaube. Das ist beruhigend, denn Freizeitreisen erholen sich von der Pandemie weitaus schneller als Geschäftsreisen. Gemäss STR soll das Vorkrisenniveau für Freizeitreisen bereits 2023 erreicht werden, Geschäftsreisen folgen erst 2025. Einer Studie von Oliver Wyman zufolge planen zudem 63% der Befragten, nach der Pandemie genauso viel – oder sogar mehr – privat zu reisen als davor.

Anteil Befragter, die nach der Pandemie planen, genauso viel oder mehr Freizeitreisen zu unternehmen als davor



Quelle: Oliver Wyman

## Staycation ist das neue Bleisure

Erweiterte man vor der Pandemie seine Geschäftsreise noch gerne um eine Freizeitkomponente (engl. leisure), erlebt Staycation, d. h. der Urlaub zu Hause oder in Heimatnähe, derzeit einen Aufschwung. In Grossbritannien, wo Staycation schon vor der Pandemie auf dem Vormarsch war, stiegen die Buchungen für die Sommerferien 2021 um 460% im Vergleich zu 2019. Umfragen zufolge scheint sich diese Form des Urlaubs auf Dauer durchsetzen zu können. Laut einer Umfrage von Booking.com wollen 38% der Befragten zukünftig dem Urlaub in Heimatnähe weiter frönen. Doch auch Bleisure Travel liegt weiterhin im Trend, wenn auch in abgewandelter Form: Immer mehr Menschen arbeiten aus dem Urlaubsort heraus – das mobile Arbeiten macht es möglich.



## Paris, mon amour

Frankreich war vor Covid-19 mit 90 Millionen internationalen Touristen 2019 das am meisten besuchte Land der Welt. An sich stand für 2020 in Aussicht, die 100-Millionen-Marke zu knacken – das dürfte nun noch ein wenig dauern. Und auch bei den Museen ist die Grande Nation führend. Der Louvre ist das am meisten besuchte Museum der Welt und konnte 2019 9,6 Millionen Besucher anlocken. 2020 waren es dann nur noch 2,7 Millionen – dennoch reichte es auch 2020 für den ersten Platz.

2,7 Millionen  
Besucher  
2020



Quelle: Louvre

## Reisen mit gutem Gewissen

Nachhaltigkeit allerorten. Sowohl Hoteliers als auch Reisende werden sich ihrer Verantwortung und ihres ökologischen Fussabdrucks immer mehr bewusst. Das Coronavirus hat dieses Bewusstsein sogar noch verschärft. Einer aktuellen Studie zufolge wollen 53% aller Reisenden nachhaltiger reisen. Genauso viele sind auch bereit, für nachhaltiges Reisen mehr auszugeben. Im Vergleich zu vor der Pandemie ist das eine Zunahme von 13%. Doch auch schon vor 2020 hatten Reisende diverse Gründe, warum sie sich für nachhaltigen Tourismus entschieden. Besonders Naturerlebnisse aus vorherigen Reisen spielten eine erhebliche Rolle.

### Beweggründe, nachhaltig zu reisen

Von Naturereignissen während des eigenen Urlaubs beeindruckt sein (wie von Korallenriffen oder vom Regenwald):



Die Erkenntnis, dass Tourismus einen sichtbaren Eindruck in den Zielländern hinterlässt:



Die Wahrnehmung positiver Auswirkungen, die nachhaltiger Tourismus auf die lokale Bevölkerung haben kann:



Die negativen Effekte von nicht nachhaltigem Tourismus auf das eigene Heimatland zu sehen:



Sich wegen der Auswirkungen, die der eigene Urlaub auf die Umwelt hatte, schuldig fühlen:

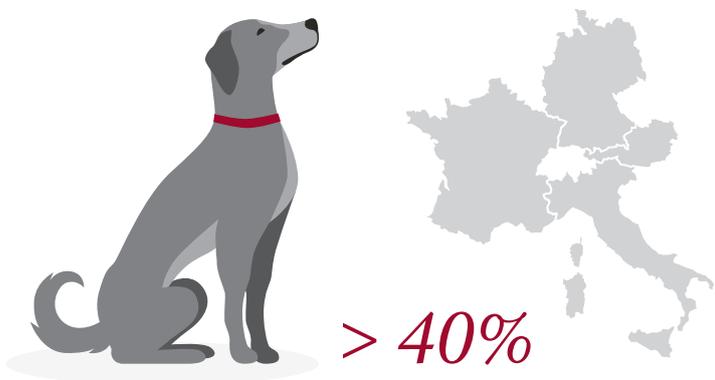


Quelle: Booking.com

## Nicht ohne meinen Hund!

Ein Familienurlaub ohne Hund? Kaum vorstellbar. Die meisten Menschen wollen mit ihrem Tier verreisen und sind gute Gäste: Tierfreundliche Hotels weisen eine höhere Anzahl wiederkehrender Urlauber auf und erhalten mehr Empfehlungen. In Frankreich, Deutschland, Italien und Österreich öffnen bereits mehr als 40% aller Hotels ihre Pforten für vier Pfoten. Was sich einer britischen Studie zufolge lohnt: Hotels, die Tiere erlauben, können ihre Umsätze um 30% steigern. In Grossbritannien, Staycation sei Dank, hat sich die Nachfrage nach tierfreundlichen Unterkünften 2021 mehr als verdoppelt.

### Tierfreundliche Hotels in Europa

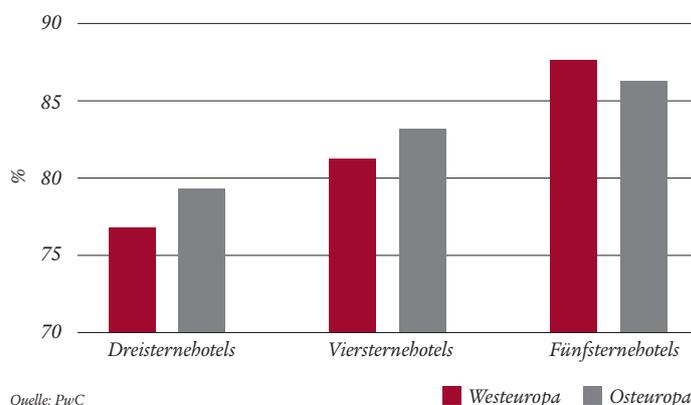


Quelle: TourismReview, TravelDailyNews International

## Twinkle, Twinkle, Little Star

Nicht nur die Tierfreundlichkeit zählt bei der Auswahl des Hotels, sondern auch die Bewertung. Zwei von drei Kunden lassen sich bei ihrer Hotelwahl durch Onlinebewertungen beeinflussen – so eine amerikanische Studie. Die Effekte sind enorm: Fallen die Beurteilungen schlecht aus, können Hotels bis zu 70% ihrer potenziellen Kunden verlieren, wohingegen ein Stern mehr in der Bewertung den Umsatz um 5 bis 9% erhöhen kann, so eine Studie der Harvard Business School. Ein Blick auf Europa verrät, dass Hotels in Osteuropa durchschnittlich mehr positive Bewertungen erhalten als in Westeuropa. Anscheinend erfüllen sie im Allgemeinen besser die Erwartungen der Gäste.

### Anteil positiver Hotelbewertungen nach Sternekategorie und Region



## Kontakt



**Gudrun Rolle**

gudrun.rolle@swisslife-am.com



**Francesca Boucard**

francesca.boucard@swisslife.ch

Bei weiteren Fragen zu Research über Hotelimmobilien wenden Sie sich bitte an Béatrice Guedj (PhD), Head of Research & Innovation, unter [beatrice.guedj@swisslife-am.com](mailto:beatrice.guedj@swisslife-am.com).

Sie haben Interesse an unserem Dienstleistungsspektrum und den Research-Publikationen aus unserem Haus? Dann kontaktieren Sie uns gerne unter [info@swisslife-am.com](mailto:info@swisslife-am.com).

Für mehr Informationen besuchen Sie auch unsere Webseite: [www.swisslife-am.com/research](http://www.swisslife-am.com/research).



**Impressum:** Herausgeber: Erstellt und verabschiedet durch die Swiss Life Asset Management AG, Zürich • Redaktion: Gudrun Rolle, Milambo Chanda  
Übersetzung: Swiss Life Language Services • Layout/Design: Ulla Bartoszek • Bildnachweis: Gettyimages.com\_©\_ilbusca

**Haftungsausschluss:** Swiss Life Asset Managers hält fest, dass die oben stehend erläuterten Empfehlungen möglicherweise vor der Publikation dieses Dokuments durch Swiss Life Asset Managers umgesetzt oder verwendet worden sind. Wir stützen uns in der Erstellung unserer Prognosen auf Quellen, welche wir für vertrauenswürdig halten, lehnen jedoch jede Haftung betreffend Richtigkeit oder Vollständigkeit der verwendeten Informationen ab. Dieses Dokument beinhaltet Aussagen zu in der Zukunft liegenden Entwicklungen. Wir übernehmen keinerlei Verpflichtung, diese Annahmen später zu aktualisieren oder zu revidieren. Die tatsächlichen Entwicklungen können im Ergebnis von unseren ursprünglichen Erwartungen deutlich abweichen. **Frankreich:** Die Abgabe dieser Publikation an Kunden und potenzielle Kunden in Frankreich erfolgt durch Swiss Life Asset Managers France, 153 rue Saint Honoré, 75001 Paris. **Deutschland:** Die Abgabe dieser Publikation in Deutschland erfolgt durch Swiss Life Asset Managers Deutschland GmbH, Aachenerstrasse 186, D-50931 Köln, Swiss Life Asset Managers Luxembourg, Niederlassung Deutschland, Hochstrasse 53, D-60313 Frankfurt am Main, und BEOS AG, Kurfürstendamm 188, D-10707 Berlin. **Grossbritannien:** Die Abgabe dieser Publikation erfolgt durch Mayfair Capital Investment Management Ltd., 55 Wells St, London W1T 3PT. **Schweiz:** Die Abgabe dieser Publikation erfolgt durch die Swiss Life Asset Management AG, General-Guisan-Quai 40, CH 8022 Zürich.