

Booking stagniert auf hohem Niveau

Der Marktanteil der Online-Buchungsplattformen blieb 2018 hoch. Übers Jahr bezahlten Hotels durchschnittlich mehr als 1000 Franken Kommission pro Zimmer.



Traditionelle Buchungskanäle wie Telefon, Brief oder Fax verlieren an Bedeutung.

Bild: 123RF/Pixabay/Montage htr

Die Hochschule für Wirtschaft HES-SO Valais-Wallis hat heute die neusten Zahlen zu den [Vertriebstrends in der Schweizer Hotellerie](http://etourism-monitor.ch/node/176) (<http://etourism-monitor.ch/node/176>) veröffentlicht. Die direkten Buchungskanäle (Telefon, Fax, Walk-ins, E-Mail, Formular oder Buchungssystem auf der eigenen Website) waren demnach auch 2018 noch die mit Abstand wichtigsten Verkaufskanäle (58 Prozent). Dieser Wert ist seit 2014 praktisch konstant. 2008 wurden dagegen noch 75 Prozent der Logiernächte über direkte Kanäle verkauft.

«Traditionelle Buchungskanäle wie Telefon, Brief oder Fax und auch der Verkauf über traditionelle touristische Partner (Tourismusverbände, Reisebüros) haben grundsätzlich einen geringen Anteil und sind seit 16 Jahren rückläufig, wobei der Prozess schleichend voranschreitet», heisst es in der Präsentation der Studie. Der elektronische Vertrieb wachse dagegen stetig: Insgesamt werden heute gut 40 Prozent der Buchungen in Echtzeit generiert, also beispielsweise über eine Online-Buchungsplattform (OTA), Social Media oder die Buchungsfunktion auf der eigenen Hotelwebsite. Mit 28 Prozent dominieren die Online-Buchungsportale hier wie bereits in den vergangenen Jahren klar. Damit setze sich der Trend zu den OTAs weiter fort, so die Studie. Immerhin: Der Marktanteil der Booking Holdings mit ihrem Platzhirsch Booking.com stagniert in der Schweiz auf hohem Niveau. Wie bereits im Vorjahr machten die Booking Holdings, Expedia und HRS zusammen 94 Prozent des Marktes für Online-Reiseplattformen unter sich aus. Allerdings konnte Expedia (+2,8 Prozent) auf Kosten von Booking.com (-3,6 Prozent) 2018 etwas zulegen. Dies sei auf den starken Anstieg der amerikanischen Gäste zurückzuführen, welche eher über Expedia als Booking buchen, mutmasst die Studie. Die Booking Holdings bleibe jedoch der dominante OTA-Akteur in der Schweiz (relativer Marktanteil von 72 Prozent gegenüber 75,6 Prozent im Jahr 2017).

[IMG 2]

Einblicke erlaubt die Studie auch hinsichtlich der Kommissionszahlungen. Über 60 Prozent der befragten Hotels geben an, übers Jahr durchschnittlich 12 Prozent Kommission an Booking.com bezahlt zu haben. Knapp jeder fünfte Betrieb hat sogar 15 Prozent bezahlt. Im Schnitt ergibt sich für die Booking Holdings eine mittlere Kommissionsrate von 13,1 Prozent. Die Durchschnittswerte für HRS und Expedia liegen dagegen leicht höher bei 14,4 respektive 15 Prozent.

Rund die Hälfte der Hotels bezahlen jedes Jahr zwischen 10 000 und 50 000 Franken Kommissionen an die OTAs. Jeder fünfte Betrieb gibt auf diese Weise mehr als 100 000 Franken aus. Die durchschnittliche jährliche Kommissionszahlung liegt bei 61 328 Franken pro Hotel. Insgesamt belaufen sich die Kommissionszahlungen der Schweizer Hotellerie an die OTA im Jahr 2018 auf 169 Millionen Franken, schätzt die Studie. Dies sind rund 20 Millionen Franken mehr als in den vergangenen zwei Jahren. Der Anstieg sei insbesondere auf den deutlich höheren Beherbergungsumsatz 2018 zurückzuführen. Im Durchschnitt liegt die jährliche Kommissionszahlung pro Hotelzimmer damit bei 1203 Franken.

An der Befragung nahmen 261 Schweizer Betriebe teil.



Patrick Timmann

Publiziert am Donnerstag, 18. April 2019