
Aktuelle Branchenanalyse: Betriebsergebnisse in der Hotellerie sanken trotz Umsatzsteigerung

- Bilanzanalyse heimischer Hotelbetriebe entkräftet Vorwurf der Inflationstreiberei im Tourismus
- Preissteigerungen decken Inflation nicht ab – operative Betriebsergebnisse rückläufig

Wien, 21. Juni 2024 – Die Kooperationspartner Österreichische Hotel- und Tourismusbank (OeHT) sowie die Tourismus-Beratungsunternehmen Kohl > Partner und Prodingen haben die vorläufige Bilanz von österreichweit über 200 repräsentativen Hotelbetrieben analysiert. Ziel davon war es – wie auch bei den bisherigen Fitnesschecks, den größten österreichweiten Branchen-Benchmarkvergleichen – bereits erste Erkenntnisse und Trends abzulesen, wie sich das Jahr 2023 betriebswirtschaftlich im Vergleich zu 2022 entwickelt hat

Hotellerie und Gastronomie durchleben derzeit herausfordernde Zeiten. Einerseits sind die Betriebe mit dem Vorwurf konfrontiert, aufgrund ihrer überdurchschnittlichen Preissprünge „Inflationstreiber“ zu sein. Andererseits zeigt die vorliegende Analyse, dass sie trotzdem real an Ertrag verlieren. Konkret wuchsen die Umsätze im Österreich-Tourismus um 7 bis 10 % zwischen 2022/23, das operative Betriebsergebnis (GOP) verschlechterte sich jedoch im selben Zeitraum um 3 bis 5 Prozentpunkte.

Erkenntnisse aus 2023: Preise, Auslastung und damit Umsatz mit zu geringem Anstieg

1. **Auslastung & Umsatz mit zu geringem Anstieg:** Die Auslastung der touristischen Betriebe zeigte 2023 im Vergleich zum Vorjahr zwar eine positive Tendenz, aber insgesamt nur eine leichte Verbesserung. Durch eine Steigerung der Preisdurchsetzung von durchschnittlich 5 bis 8 % konnte 2023 ein Umsatzplus von 7 bis 10 % erzielt werden. Die tatsächliche Steigerung der Preisdurchsetzung in der Ferienhotellerie war in diesem Wirtschaftsjahr auf einem ähnlichen Niveau wie der Verbraucherpreisindex, der laut Statistik Austria 2023 bei +7,8 % lag.
2. **Überproportionale Kostensteigerung in vielen Bereichen:** Einer der größten Kostentreiber in der Branche waren die Lebensmittelpreise. Die Kosten für den Küchenwareneinsatz pro Nächtigung stiegen im Jahr 2023 um bis zu 15 %. Die Sachkosten blieben auf den ersten Blick stabil. Bei genauerer Betrachtung wird deutlich, dass gestiegene Energiekosten und allgemeine Inflationsanpassungen durch Einsparungen kompensiert werden konnten. Diese Einsparungen wurden jedoch häufig durch aufgeschobene Instandhaltungen und Einsparungen im Marketing erzielt.

3. **Mitarbeiterkosten stiegen aufgrund der angespannten Arbeitsmarktlage:** Bei den Mitarbeiterkosten gab es eine deutliche Erhöhung. Die Mitarbeiterkosten, die den größten Kostenblock in der Hotellerie darstellen, sind deutlich stärker gestiegen als die Erlöse. Durch die angespannte Arbeitsmarktlage sind die Bruttolöhne zuletzt bei gleichzeitig sinkender Arbeitszeit gestiegen. Dadurch hat sich die Mitarbeiterkostenquote um 1,5 bis 3 Prozentpunkte erhöht. Dieser Trend wird sich aller Voraussicht nach auch 2024 weiter fortsetzen.
4. **Preissteigerung deckt Inflation nicht ab – rückläufige GOPs:** Besonders aussagekräftig ist die Entwicklung des Bruttobetriebsergebnisses (Gross Operating Profit/GOP) im Tourismus. Im Branchendurchschnitt sind die GOPs im Vergleich zu 2022 deutlich rückläufig und in absoluten Zahlen um 4 bis 7 % gesunken. Dies verdeutlicht, dass die Preissteigerungen in der Branche die Inflation im Schnitt nicht abgedeckt haben. In der Folge sank die GOP-Quote in der Hotellerie um 2 bis 4 Prozentpunkte.

„Im Wirtshaus wird über die hohen Preise gejammert. Zeitgleich klagt der Hotelier über sinkende Margen. Aber eines ist Fakt: Der Tourismus hat es nicht geschafft, die Preisdurchsetzung in Höhe der eigenen Kostensteigerung zu erhöhen. Daraus ergeben sich sinkende Betriebsergebnisse, wodurch in Kombination mit dem hohen Zinsniveau Investitionen immer schwieriger werden“, fasst Stefan Brida, von Kohl ► Partner die Analyseergebnisse für 2023 zusammen.

Empfehlungen für 2024: Fokus auf Preisgestaltung, Mitarbeiterereinsatzplanung und Kostenmanagement

1. **Preisgestaltung professionalisieren:** Im Jahr 2023 war auffallend, dass sehr viele Betriebe bereits mit hohen Preissteigerungen in die Saison gestartet sind. Mit kurzfristigen Angeboten und Rabatten in den schwachen Nachfragezeiten relativierte sich dies jedoch oftmals und die tatsächliche Preisdurchsetzung verschlechterte sich wieder. Es wird weiterhin einen gewissen Mut zum Preis brauchen, jedoch wird eine feinfühligere Optimierung in puncto Saisonzeiten, Zimmerkategorien, Aufenthaltsdauer und Buchungsbedingungen durch ein professionelles Revenue Management immer wichtiger.
2. **Fokus auf Mitarbeiterereinsatzplanung:** Angesichts der Kollektivlohnsteigerungen in 2024 um durchschnittlich knapp 8 % ist es essenziell, die Mitarbeiterereinsatzplanung sorgfältig zu gestalten. Es sollte darauf geachtet werden, Überstunden und Urlaubstage in schwachen Zeiten abzubauen, um die Personalkosten zu optimieren. Eine effektive Planung und Verwaltung der Arbeitszeiten können dabei helfen, Kosten zu sparen und die Effizienz zu erhöhen ohne die Qualität der Dienstleistungen zu beeinträchtigen.
3. **Kostenkontrolle weiter intensivieren:** Ein detaillierter und kritischer Blick auf die Kostenstruktur wird 2024 ebenfalls weiterhin unabdingbar sein. Es gilt, das bestehende Geschäftsmodell zu hinterfragen und mögliche Anpassungen vorzunehmen, um die langfristige Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Durch ein stringentes Kostenmanagement (Optimierung des Einkaufs, Anpassung des Angebots, Standardisierung der Abläufe, ...) können ineffiziente Ausgaben identifiziert und eliminiert werden, wodurch die Betriebe ihre Profitabilität trotz herausfordernder Rahmenbedingungen erhalten können.

„Erträge und Kosten unter Kontrolle zu haben und strategisch zu steuern ist das Gebot der Stunde. Es geht längst nicht mehr um Gewinnoptimierung, sondern möglichst um den Erhalt von positiven Betriebsergebnissen!“, hält Marco Riederer von der Prodinger Tourismusberatung fest.

Zu einer ähnlichen Erkenntnis kommt auch Sonja Rauch-Beran, die seitens OeHT für den Fitnesscheck verantwortlich zeichnet: „Die Betriebe konnten 2023 sowohl Auslastung als auch Preisdurchsetzung steigern. Dies spricht für eine erfolgreiche Produktpositionierung am Markt. Die deutlich spürbaren Aufwandssteigerungen konnten im Pricing nicht in vollem Umfang abgedeckt werden, was zu einem rückläufigen operativen Ergebnis führt. Um den Wertschöpfungsbeitrag des Tourismus und die betriebliche Liquidität zukünftig sicherzustellen, bedarf es eines Bündels an unterschiedlichen Maßnahmen, die von der Optimierung von betrieblichen Prozessen bis hin zu noch stärker auf die individuellen Bedürfnisse der Gäste ausgerichteten Angebote reichen.“

Der detaillierte Fitnesscheck 2024 samt den Kennzahlen nach Betriebstypen wird voraussichtlich im Oktober 2024 veröffentlicht. Heuer werden erstmalig aktuelle ESG-Kennzahlen mit aufgenommen.

Über die OeHT

Die Österreichische Hotel- und Tourismusbank GmbH (OeHT) ist seit 1947 die nationale Anlaufstelle für Förderungen und Finanzierungen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft und steht im Eigentum der Oesterreichischen Kontrollbank AG und der Raiffeisen ÖHT Beteiligungs GmbH. Die OeHT wickelt im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft seit 1996 die gewerbliche Tourismusförderung des Bundes ab und verfolgt die Mission, den heimischen Tourismus innovativ, nachhaltig und wettbewerbsfähig mitzugestalten. Sie bietet attraktive Finanzierungs- und Förderungsmöglichkeiten als Instrumente zur Realisierung von Investitionsvorhaben, als Starthilfe bei Unternehmensgründungen oder zur Unternehmensstabilisierung an. Themenschwerpunkte sind dabei die grüne Transformation des Tourismus, die Sicherstellung von Betriebsübergaben sowie die Attraktivierung des „Arbeitgebers Tourismus“.

<https://www.oeht.at>

Über Kohl ► Partner

Kohl ► Partner etabliert sich als führendes Consultingunternehmen im Bereich der Tourismusberatung und setzt neue Standards für die europäische Tourismusentwicklung. Mit einem Team von 40 Tourismusexperten an 9 Standorten in Österreich, Deutschland, Schweiz und Südtirol präsentiert sich das Unternehmen als unangefochtener Experte mit beeindruckender Fachkompetenz.

Die Expertise von Kohl ► Partner erstreckt sich über verschiedene Aspekte des Tourismussektors, darunter Marktforschung, strategische Planung, Finanzmanagement, Vermarktung, Personalbeschaffung und -bindung sowie die Entwicklung nachhaltiger und innovativer Tourismusprojekte. <https://www.kohl-partner.at>

Über Prodinger

Als führende Wirtschaftsberatung unterstützt die Prodinger Gruppe ihre Kunden mit vielfach prämiierter Steuerberatung sowie in sämtlichen Bereichen der Unternehmensberatung, darunter Finanzierung, Controlling, Immobilien, Tourismusberatung, Digitalisierung, Human Resources, ESG Nachhaltigkeitsbewertungen und Marketing.

Die Prodinger Gruppe bietet an 10 Standorten mit über 220 Mitarbeitern mehr als 8.000 Kunden preisgekrönte Rundum-Beratung aus einer Hand. Prodinger ist unabhängiges Mitglied der GGI Geneva Group International, im Travel Industry Club Tourismus sowie im österreichischen Senat der Wirtschaft. Die Unternehmensberatung Neopraxx wurde mit dem Constantinus-Award ausgezeichnet und die Prodinger Steuerberatung wurde 5 mal Steuerberater des Jahres. <https://www.prodinger.at>

Rückfragehinweis:

Oesterreichische Kontrollbank AG
Presseservice
T: +43 1 53127-2441
presse@oekb.at
www.oekb.at

Kohl ► Partner
Stefan Brida, MA
T: +43 664 11 09 269
stefan.brida@kohl-partner.at

Prodinger Tourismusberatung
Marco Riederer
T: + 43 1 890 730 920
m.riederer@prodinger.at