

Die Top 10 Hospitality Branchen-Trends 2022

Die Hospitality Branche ist ständig im Wandel. Zwei EHL-Experten geben Ratschläge zu den aktuellen Trends und nennen die wichtigsten Erfolgsfaktoren.



(Copyright: EHL)

Lausanne, 4. Januar 2022 - Die COVID-19-Pandemie hat die Hospitality Branche nachhaltig beeinflusst und verändert. Heute gibt die weltweit führende Hotelfachschule Ecole hôtelière de Lausanne ihre Prognose für die 10 wichtigsten Trends bekannt, welche die Branche im Jahr 2022 prägen werden.

Die Hospitality Branche stellt sich auf der ganzen Welt weiterhin auf die sich ständig ändernden COVID-19-Massnahmen ein und setzt sich mit den neuen Anforderungen und Wünschen der Gäste auseinander. Zwei Professoren der EHL Ecole hôtelière de Lausanne, [Dr. Weisskopf](#) und [Dr. Masset](#), haben untersucht, was das nächste Jahr für den sich ständig weiterentwickelnden Sektor bereithalten wird, während dieser seine Erholung inmitten der Pandemie fortsetzt.

«Mit dem neuen Jahr wird das Gastgewerbe in eine neue Richtung gelenkt. Wir an der EHL glauben, dass das wachsende Bewusstsein der Konsumentinnen und Konsumenten neue Möglichkeiten und Trends in den Vordergrund rücken wird, insbesondere in Bezug auf die Nachhaltigkeit, die Gesundheit und das Wohlbefinden. Die Branche muss sich weiterentwickeln, um den neuen Anforderungen und Bedürfnissen der Gäste in einer Welt nach der Pandemie gerecht zu werden», erklärt Dr. Jean-Philippe Weisskopf, Associate Professor an der EHL.

«Ich bin der festen Überzeugung, dass diese Krise auch Chancen mit sich bringt und dass die Unternehmen, die sich am besten an die "neue Normalität" und an die neuen Trends anpassen können, erfolgreiche Jahre vor sich haben. Unsere Aufgabe an der EHL ist es, diese Erkenntnisse an unseren Standorten in der Schweiz und in Singapur in die Lehre einfließen zu lassen, um die zukünftigen Führungskräfte der Branche bestmöglich vorzubereiten», betont Dr. Philippe Masset, Associate Professor an der EHL.

Die EHL hat für das Jahr 2022 folgende 10 Trends für die Hospitality Branche erkannt und dazu einen ausführlicheren Artikel [auf EHL Insights](#) veröffentlicht.

1. Bleisure-Reisende und Workspaces in Hotels

Mit dem hybriden Arbeitsmodell wird *Bleisure* im Jahr 2022 voraussichtlich an Beliebtheit gewinnen. Unter *Bleisure* versteht man die Verlängerung von Geschäftsreisen zu Freizeitzwecken oder die Kombination von Arbeit und Freizeit während einer Geschäftsreise. Hotels müssen diesen neuen Anforderungen und Bedürfnissen gerecht werden.

2. Ganzheitliche Angebote, Gesundheit und Wohlbefinden

Angesichts der anhaltenden COVID-19-Pandemie wird [die Gesundheits- und Wellnessbranche auch im Jahr 2022 eine wichtige Rolle spielen](#). Neben strengen Gesundheitsvorkehrungen zum Schutz vor dem Virus wird der Wellness-Sektor auch weiterhin eine hohe Nachfrage nach ganzheitlichen Angeboten zur Erholung von Körper und Seele verzeichnen.

3. Digitalisierte Gästerlebnisse

In den letzten zwei Jahren haben sich traditionelle, kundenorientierte Dienstleistungen zu kontaktlosen Dienstleistungen entwickelt, um zum Beispiel durch mobiles Ein- und Auschecken oder kontaktloses Zahlen die Übertragung des Virus zu reduzieren. Die Hotelbranche muss sich an die ständige Weiterentwicklung der Technologie anpassen und mit diesen Innovationen mitgehen. So wird beispielsweise der Zugang zu Hotelzimmern per Fingerabdruck- oder Gesichtserkennung bald von Gästen erwartet werden, ähnlich wie dies bei Smartphones heute bereits der Fall ist.

4. Personalisierung

Gästerlebnisse durch Personalisierung zu verbessern, ist ein Trend, der im Gastgewerbe von Jahr zu Jahr weiter an Bedeutung gewinnt. Durch [die Nutzung von Kundendaten mithilfe von Technologie](#) können Betriebe massgeschneiderte Angebote erstellen, die für bestehende und potenzielle Gäste besonders interessant und attraktiv sind.

5. Erlebnisökonomie & Essentialismus

Experten sagen für das Jahr 2022 einen Anstieg der Anzahl Feriengäste voraus, die ihr Geld sinnvoll und bewusst ausgeben, und die gleichzeitig einen positiven Einfluss auf unseren Planeten ausüben wollen. Die Gäste werden nicht nur vermehrt in Erwägung ziehen, ihre Ferien bei nachhaltigen Reiseveranstaltern zu verbringen, sondern auch nach einzigartigen Erlebnissen suchen, die der örtlichen Community oder der unmittelbaren Umwelt etwas zurückgeben.

6. Vermögensverwaltungsstrategie

Die Vermögensverwaltung bleibt weiterhin ein integraler Bestandteil des Gastgewerbes, hat sich jedoch zu einem komplexeren Prozess der Analyse von Daten und Betriebsergebnissen entwickelt. Die Trennung zwischen der Verwaltung des Hotelbetriebs und des Immobilienvermögens ermöglicht es den Unternehmen, sich auf ihr Geschäftsmodell zu konzentrieren und die Effizienz in allen Bereichen zu verbessern.

7. Solo Travellers

Nach zahlreichen Lockdowns wird im Jahr 2022 die Zahl der Alleinreisenden zunehmen, die auf ihre individuelle Art und Weise nach Freiheit und Abenteuer suchen. Die Betriebe müssen ihr Angebot auf deren Wünsche anpassen, indem sie die Distanz zwischen dem Hotelpersonal und den Gästen abbauen und ihre Räume so gestalten, dass es gelingt eine gemütliche und informelle Atmosphäre zu schaffen.

8. Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit, ein aktueller und bedeutender Trend in der Hotellerie, wird 2022 weiterhin wichtig bleiben. Dies äussert sich in weitergehenden ethischen und ökologischen Überlegungen, insbesondere bei Entscheidungen auf [Ebene des Hotelmanagements](#). Dazu gehören die Reduzierung der Verwendung von Einwegplastik, die Vermeidung von überflüssigem Papier durch Opt-in-Quittungen, die Reduzierung von Lebensmittelverschwendung, die Reduzierung des Energieverbrauchs durch intelligente Lampen, das Angebot von vegetarischen und veganen Menüs usw.

9. Virtuelle und erweiterte Realität

Angesichts des Erfolgs von Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) gestalten Unternehmen ihre Reiseerlebnisse um. Die Hotellerie wird sich Möglichkeiten wie virtuelle Rundgänge zunutze machen müssen, um eine digitale Umgebung zu schaffen, in der sich die Gäste vor der Buchung ihrer Ferien ein genaues Bild machen können – ein Trend, der vermutlich noch zunehmen wird.

10. Weniger Reisen (und Staycations)

Obwohl der internationale Reiseverkehr wieder in Gang gekommen ist, haben die COVID-Testanforderungen, die Quarantänepflichten, die Preiserhöhungen der Fluggesellschaften und die komplizierte Bürokratie einige Reisende dazu veranlasst, sich für sogenannte *Staycations* zu entscheiden, also Tagesausflüge ohne Übernachtungen. Andere waren gezwungen, das Reisen für längere Zeitspannen als vor der Pandemie bedeutend zu reduzieren. Zusätzlich zu den genannten Gründen neigen ökobewusste Urlauber dazu, aus Umweltgründen weniger und/oder näher an ihr Zuhause zu reisen.

Über die EHL Gruppe:

Die EHL Gruppe ist eine weltweite Referenzgrösse für Bildung, Innovation und Beratung im Hospitality- und Dienstleistungssektor.

Mit ihrer Expertise, die bis ins Jahr 1893 zurückreicht, bietet die EHL Gruppe heute an drei Standorten in der Schweiz und in Singapur eine breite Palette an wegweisenden Bildungsprogrammen an – von der Berufslehre bis zum Master-Abschluss und von der beruflichen Weiterbildung bis zur Weiterbildung von Führungskräften. Darüber hinaus erbringt die EHL Gruppe Beratungs- und Zertifizierungsdienstleistungen für Unternehmen und Lernzentren auf der ganzen Welt.

Abgestimmt auf ihre Werte und das übergeordnete Ziel, eine nachhaltige Welt zu schaffen, bündelt die EHL Gruppe Bildung, Dienstleistungen und Arbeitsumgebungen, die den Menschen in den Mittelpunkt stellen und für Weltoffenheit stehen.

www.ehlgroup.com