

Beyond bed and breakfast - der neue Kunde der Hospitality-Branche

Covid hatte großen Einfluss auf die Reisenachfrage und -erwartungen



-68% weniger internationale **Touristenankünfte** in Europa ('20 vs. '19)¹



-61% weniger Ausgaben für **Geschäftsreisen** ('20 vs. '19)¹



-72% Rückgang der **Hotelübernachtungen** in Deutschland ('20 vs. '19)¹



67% der **Reiseinspirationen** werden **online recherchiert**² und **66 %** des **Reiseumsatzes** wird **online generiert**³



83% der Reisenden glauben, dass **nachhaltiges Reisen** **wichtig** ist⁴



Sicherheit ist der **zweitwichtigste Faktor** bei der Reiseplanung⁵



77% der Reisenden wünschen Buchungen in letzter Minute zu stornieren oder zu ändern zu können⁵

Quellen: ¹Statista - Impact of the coronavirus (COVID-19) on the hotel and hospitality industry, ²Booking.com - The Future of Travel 2020 (n=29K), ³Statista Mobility Market Outlook 2021, ⁴booking.com survey (n=29K), ⁵Airbnb-Report-on-Travel-Living 2021 (n=10k)

**Die letzten zwei Jahre des
"Stillstands" haben
beeinflusst, was Konsumenten
auf ihren Reisen suchen und
den Bedarf an Innovation
verstärkt.**

Reisen, wie wir es kennen, verändert sich fundamental

Persönliches Wachstum

Die Achtsamkeits-Kultur führt zu einer Zunahme von Reisen mit Purpose.

Work & Travel

Home Office und flexible Arbeitsbedingungen laden zum Arbeiten aus der Ferne ein.

Nachhaltigkeit

Ökologische Trends und knappe Ressourcen inspirieren dazu, Reisen anders zu gestalten.

Convenience & Personalisierung

Digitale Services sind ein wesentliches Element zur Förderung der Kundenloyalität.

Es gibt Bedarf für Innovation, um mit dem wandelnden Markt mitzuhalten



Integriert im Kerngeschäft

**Personalisierung & Convenience:
Ein voll personalisiertes
Gästerlebnis, das über App
verwaltet wird**

BEISPIEL



Mit Bezug zum Kerngeschäft

**Echtes kulturelles Eintauchen:
Vermittlung lokaler Erfahrungen
an Gäste über eine
Peer-to-Peer-Plattform**

BEISPIEL



Neben dem Kerngeschäft

**Experiential retail:
Online-Shop, in dem die Gäste
die Produkte des Hotels als
Souvenirs kaufen können**

BEISPIEL

Fallen Sie nicht zurück und bereiten Sie Ihr Geschäft auf die Zukunft vor

Bei hy können wir Ihnen dabei helfen:

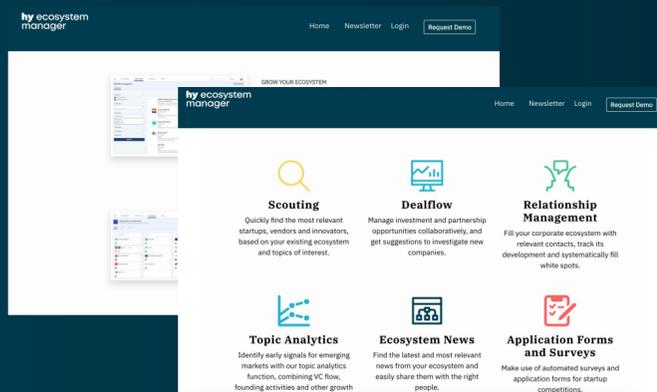


Bei hy arbeiten wir hands-on und bringen schnelle, umsetzbare Ergebnisse



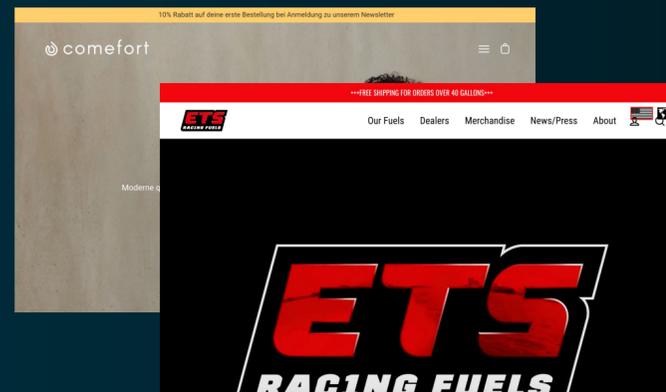
Wir haben die richtigen Tools, um Trends und Chancen zu erkennen

hy Ecosystem Manager



Wir validieren iterativ und testen Chancen direkt im Markt

Prototype/MVPs



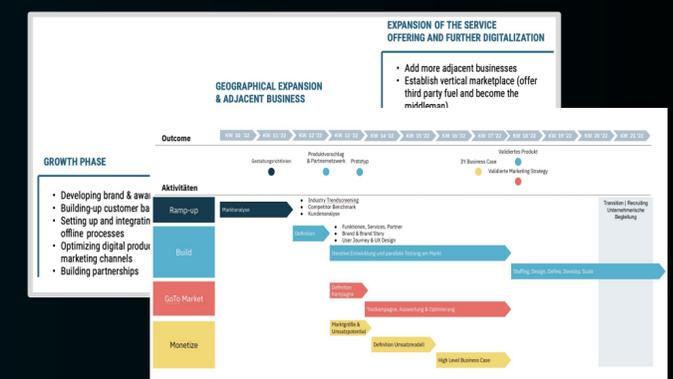
Wir wissen, dass schneller ROI und Rentabilität entscheidend sind

Business Case



Wir geben Ihnen umsetzbare Empfehlungen

Roadmap or Playbook



Entwickeln, Validieren und Launch neuer Konzepte ist unsere Kompetenz



Integriert im Kerngeschäft

Wir unterstützen den Lackhersteller Dörken bei der Validierung und Implementierung eines neuen digitalen B2B-Marktplatzes für Lackierbedarf.

FarbFinder

Von Malern - für Maler!
Die Vergleichsplattform für Farben,
Lacke und Oberflächen.

DÖRKEN



Mit Bezug zum Kerngeschäft

Wir halfen dem Schaumstoffhersteller Neveon, sein Geschäft entlang der Wertschöpfungskette zu erweitern, indem wir das Matratzenrecycling-Venture "REMATTRESS" validierten und aufbauten.

**MATRATZEN-
ABHOLUNG
BUCHEN**

Lass deine alte Matratze ganz einfach und bequem zuhause abholen.

NEVEON

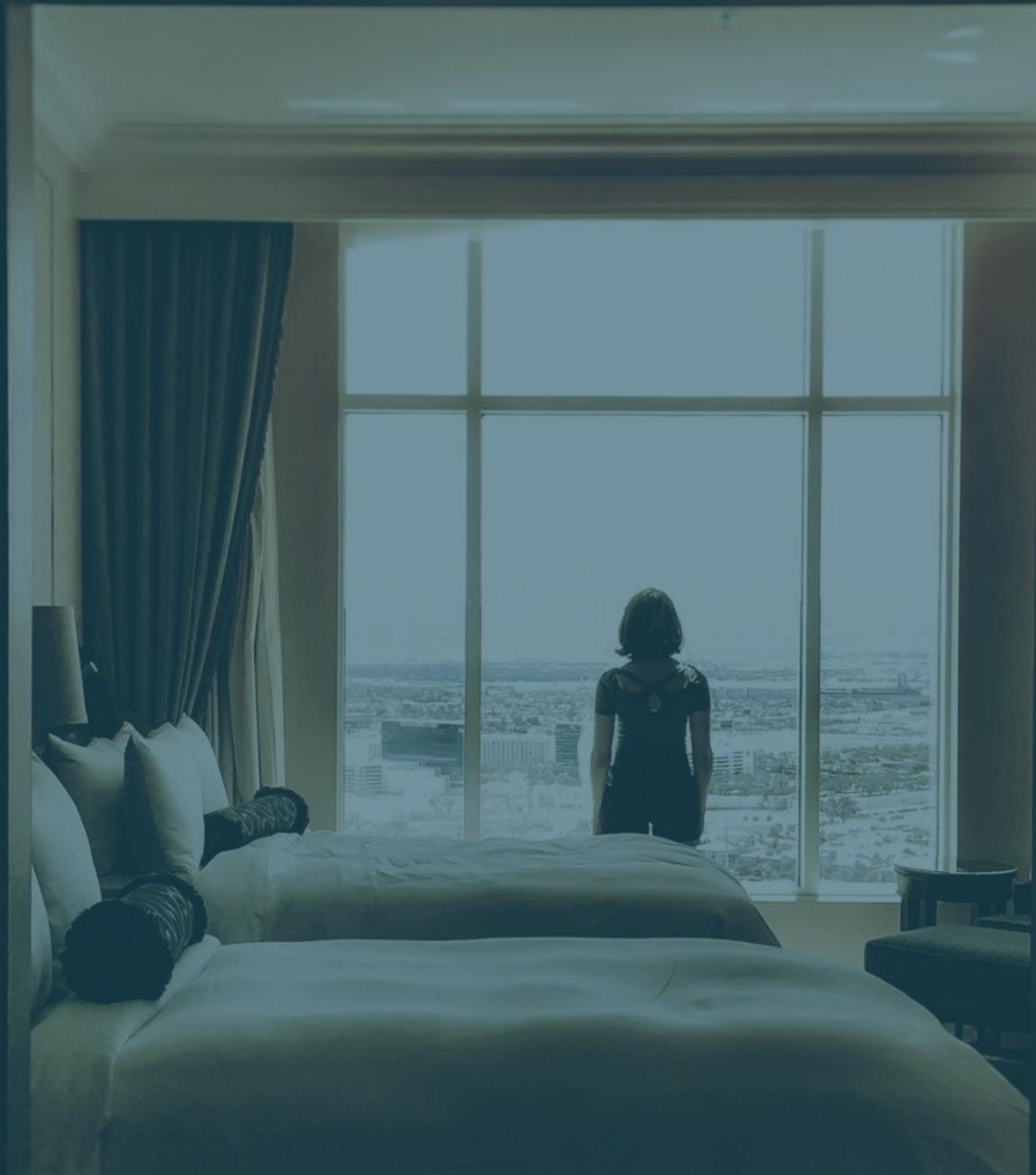


Neben dem Kerngeschäft

Wir ermöglichten einem Werbemittelhersteller die Diversifizierung seines Portfolios durch die Konzeption, Validierung und Entwicklung eines Produkt- und Marken-Builders für Influencer.

STANCY.

**Verpassen Sie nicht Ihre
Möglichkeit zu wachsen!
Entdecken Sie, wie Sie Ihr
Hotelgeschäft innovativ gestalten
und mit den Veränderungen im
Reiseverhalten Schritt halten
können.**

A photograph of a hotel room with two beds and a large window. A woman is standing by the window, looking out at a cityscape. The room is dimly lit, and the window provides a view of a city with buildings and a body of water.

**Wir freuen uns darauf, mit
Ihnen durchzustarten!**



the axel springer
consulting group



Danny Fiedler

Senior Vice President
danny.fiedler@hy.co
+ 49 151 6558 7143



Steffen Vollmerding

Senior Vice President
steffen.vollmerding@hy.co
+ 49 173 4960660



Nora Fehringer

Engagement Manager
nora.fehringer@hy.co
+ 49 151 6558 7226

Anhang

Markttrends

Der bewusste Umgang mit verschiedenen Reisezwecken steigt und das Addressieren dieser eröffnet neue Möglichkeiten zur Diversifizierung

Persönliches Wachstum

In den letzten Jahren handeln wir immer mehr nach unserem Wunsch nach Wachstum und neuen Erfahrungen - und das schlägt sich auch in der Art und Weise nieder, wie wir reisen. Wir verbinden unsere Freizeit bewusst mit Aktivitäten, die es uns eine Entwicklung in verschiedenen Aspekten des Lebens ermöglichen: persönlich, beruflich, spirituell. Dies wirft die Frage auf, wie das Gastgewerbe den Reisenden eine zielgerichtetere und persönlichere Erfahrung bieten kann.

52% der Befragten legen einen zunehmenden Schwerpunkt auf transformative Reisen¹

Subtrends

- # Solo travel
- # Travel & learn
- # Conscious travel
- # True cultural immersion
- # Transformative travel
- # Connective travel
- # Personalization

Auslandsstudienprogramm für Professionals

Sojrn bietet einmonatige Aufenthalte - Chapters genannt - in internationalen Städten für Remote Worker an, die sich in einem bestimmten Bereich weiterbilden wollen.



Reisende und Einheimische zusammenbringen

Withlocals ist ein globaler Marktplatz für personalisierte Reiseerlebnisse, der Touristen mit lokalen Gastgebern und privaten Touren zusammenbringt, um ihnen eine andere Erfahrung abseits der ausgetretenen Pfade zu einem erschwinglichen Preis zu ermöglichen.

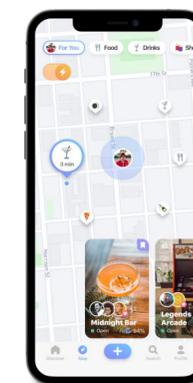
Alleinreisende durch Abenteuer verbinden

Flash Pack bringt Solo-Reisende in ihren 30ern und 40ern während preisgekrönter Boutique-Gruppenreisen zusammen.



Personalisierte lokale Reiseempfehlungen

Welcome ist eine City Curation App, die ihren Nutzern hochpersonalisierte und kontextbezogene Empfehlungen auf der Grundlage ihrer Interessen gibt. Dabei werden Faktoren wie Wetter, Zeit, Ort, aktuelle Events und Ortsdetails berücksichtigt.



Transformative Aufenthalte mit Ausblick

Goodtimes Sportreisen ist eine von vielen Plattformen, um Yoga-Retreats in schöner Landschaft zu buchen.

Quelle: ¹Skiftx - The Rise of Transformative Travel (n=1350), 2018

COVID hat das Verschwimmen von Arbeit und Freizeit beschleunigt und wirft die Frage auf, wie Arbeitskräfte der Zukunft beherbergt werden

Work & Travel

Regelmäßige Ortswechsel beim Remote-Arbeiten waren schon vor der Pandemie ein aufkommendes Thema. Lockdowns und die Sehnsucht nach einer besseren Aussicht haben diesen Trend jedoch beschleunigt - jetzt, da Unternehmen gezwungen sind, Modelle für Remote Work anzubieten. Dies stellt bestehende Ansichten über Reisen in Frage und kreiert die Möglichkeit, Umgebungen zu schaffen, die nicht nur für die Freizeit, sondern auch für die Arbeit geeignet sind.

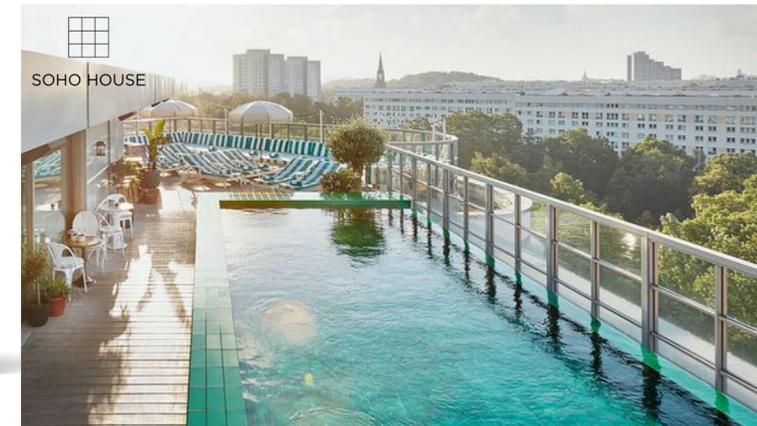
49% der befragten Deutschen würden gerne gelegentlich von einem anderen Ort aus arbeiten¹

Subtrends

- # Co-Living
- # Digital nomadism
- # Spontaneous travel
- # Bleisure
- # Clocking off
- # Everything-as-a-service

Die nächste Stufe von Mitarbeiter Benefits

Smace ist ein italienisches Start-up, das Mitarbeitern mit ihrer B2B-Lösungen Workations mit Ausblick ermöglicht.



Sorgenfrei arbeiten & um die Welt reisen

Soho House ist ein Members-only Abo-Club, der es Kreativen ermöglicht, in weltweiten Metropolen zu wohnen, zu entdecken, sich zu treffen und zu arbeiten.

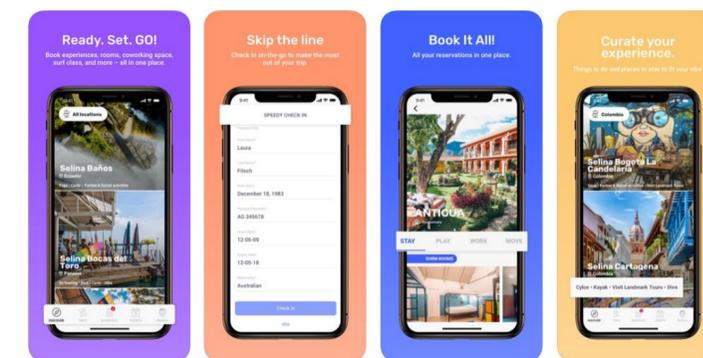
Work & Travel in 12 Wohnungen in 12 Monaten

Ukio disruptiert den traditionellen Wohnimmobilienmarkt, indem es stilvoll eingerichtete Wohnungen für einen Monat oder länger anbietet.



Panorama-Arbeitsplätze für Führungskräfte

Wander ist ein U.S. Start-up, das luxuriöse, smarte Häuser mit toller Aussicht anbietet, die für Arbeitsaufenthalte optimiert sind.



All-in-One-Service für digitale Nomaden

Selina ist eine schnell wachsende digitale Plattform, die es digitalen Nomaden ermöglicht, im Ausland zu leben, zu arbeiten und Kontakte zu knüpfen.

Quelle: ¹OnePoll/Expedia 'Working from Here' Study (n=8000), 2021

Die Sorge um die Umwelt wirkt sich immer mehr auf Reiseentscheidungen aus. Wie sieht nachhaltiges Reisen in der Zukunft aus?

Nachhaltigkeit

Wir machen uns zunehmend Gedanken darüber, wie sich unsere Reisen auf die Umwelt auswirken. Neben unserer Bereitschaft, Emissionen auszugleichen, stellen wir auch unseren Ansatz im Kern in Frage: Wie kann ich den Drang, neue Orte zu sehen und Abstand zum Alltag zu gewinnen, mit meinen ökologischen Überzeugungen in Einklang bringen? Dies stellt sowohl eine Herausforderung für das Gastgewerbe als auch die Transparenz und Kommunikation von Marken dar.

37% wollen in Zukunft nachhaltiger reisen¹

Subtrends

- # Eco-travel
- # Local travel
- # Slow travel
- # VanLife
- # Carbon offsetting
- # Brand transparency

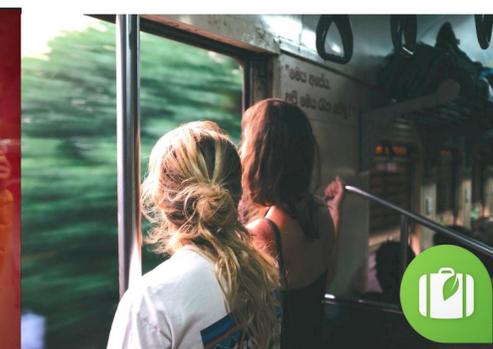


Byway

Discover the world by travelling through it, not flying over it.

Die Reisegeschwindigkeit verringern

Byway ist ein in London ansässiger Anbieter von flugfreien Reisen mit einem Funding von mehr als 1,4 Mio. \$.



Vergleich von Reiseformen unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit

Green Tickets ist ein niederländisches Startup-Unternehmen, das eine nachhaltige Routenplanungslösung für den europäischen Markt entwickelt, mit der Nutzer die Nachhaltigkeit der verschiedenen angebotenen Routen vergleichen können.



Next-Level Nachhaltigkeit als Hotel-Markenschwerpunkt

The OO in Amsterdam ist ein Luxushotel, in dem Nachhaltigkeit im Mittelpunkt steht. Von lokalen und recycelten Baumaterialien über Lebensmittelzutaten, die aus dem Dach-Gewächshaus stammen, bis hin zu intelligenten Wasser- und Energiesystemen.



Quelle: ¹BCG survey (n=3000), 2020

Convenience und Mehrwert-getriebene Experiences werden zu USPs und steigern den Bedarf nach digitalen Lösungen

Convenience & Personalisierung

Digitale Services passen sich unseren dynamischer werdenden Lebensstilen an, manchmal inspirieren sie uns sogar, und wir beginnen, diese Erwartungen auf andere Aspekte unseres Lebens zu übertragen, z. B. auf das Reisen und das Gastgewerbe. Wie können wir die Bedürfnisse von Kunden, die Wert auf Komfort legen, mit digitalen Helfern auf ihrer Reise erfüllen?

69% der Hoteliers glauben, dass die Einführung neuer Technologien ihre Fähigkeit, die Rentabilität zu steigern, verbessern wird¹

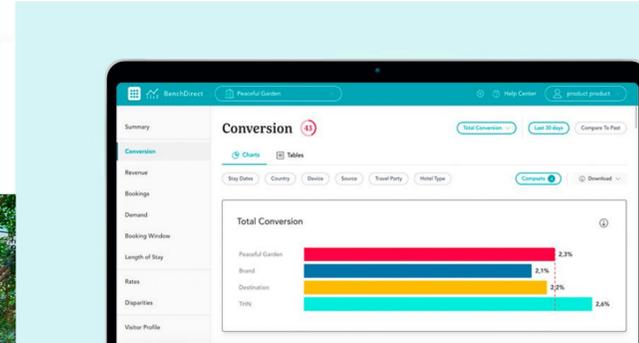


Revolutionierung des Reisekomforts mit einer einzigen Lösung

AirAsia's SuperApp erfüllt die Komfortbedürfnisse der Reisenden, indem sie nicht nur die Buchung von Flügen und Hotels ermöglicht, sondern auch Dienstleistungen wie Essenslieferungen, E-Commerce, Logistik, Ride-Hailing und eine Digital Wallet in einem einzigen Touchpoint für den Nutzer integriert.

Conversion-Maximierung durch Personalisierung

The Hotels Network ermöglicht es Hoteliers, ihre Direktbuchungen durch vorausschauende Personalisierung im gesamten Conversion Funnel zu steigern.



KI-gesteuerte Reiseempfehlungen

LuckyTrip ist eine Reise-Inspirations-App, die ihren Nutzern mithilfe von KI hilft, einzigartige Reisen zu finden, die ihren Vorlieben entsprechen.



Gäste-App und Alexa für mehr Reisekomfort

Das **Wynn Las Vegas** bietet seinen Gästen nicht nur eine App, mit der sie sich informieren und Reservierungen vornehmen können, sondern hat auch eine Sprachsteuerung über Amazons Alexa in allen seinen 2.000 Zimmern installiert.



Adaptive Technologien und Interfaces, für personalisierte Raumerlebnisse

Marriott & Samsung haben sich zusammengetan, um ein futuristisches Hotelzimmer zu schaffen, das sich auf Personalisierung und immersive Schnittstellen konzentriert.

Subtrends

- # Contactless
- # Smart home
- # Super apps
- # Predictive Analytics
- # Personalization
- # Immersive interfaces

Quelle: ¹Travel Singularity Study, 2021