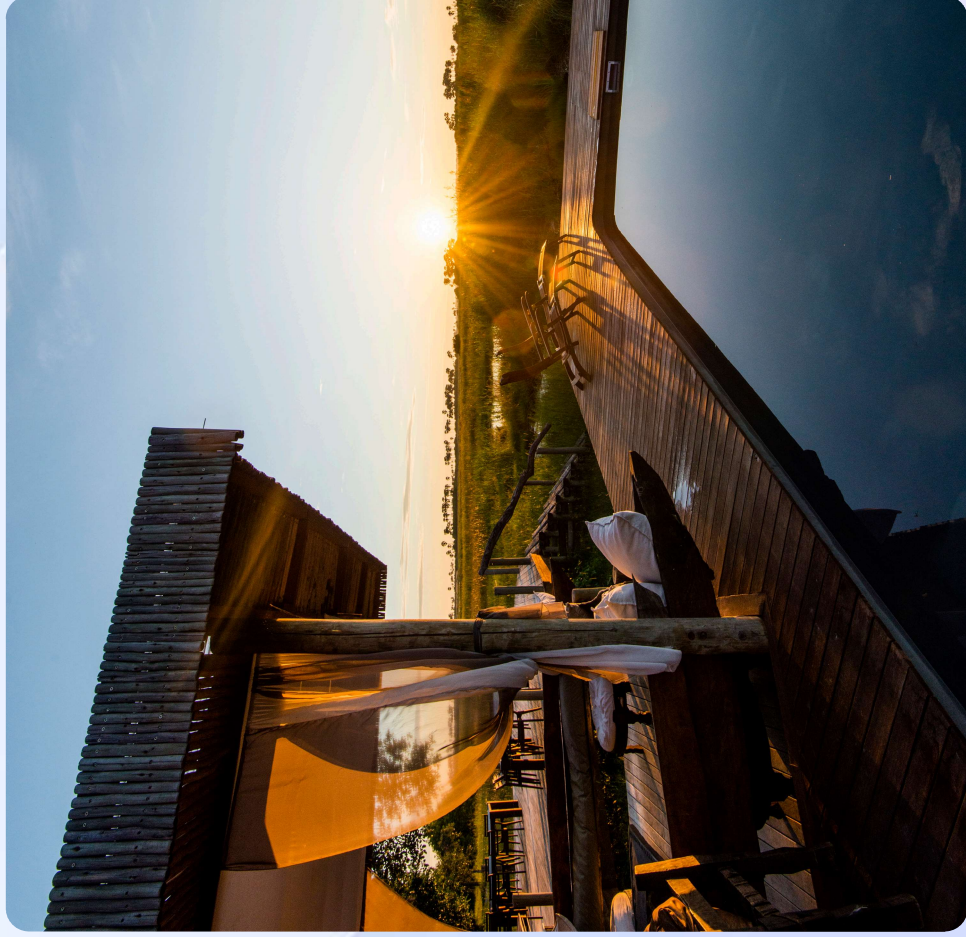


# SiteMinder's **Changing Traveller** Report 2026

Die wichtigsten Erkenntnisse  
für globale Hotelmarken



# Einleitung



Im „Changing Traveller Report 2026“ von SiteMinder haben wir erneut wichtige Veränderungen im Verhalten und bei den Vorlieben moderner Reisender aufgezeigt. Denn im digitalen Zeitalter der künstlichen Intelligenz (KI) wird die Hotelbranche immer intensiver.

Wir haben Erkenntnisse von 12.000 Befragten aus 14 Ländern gesammelt, von denen fast 2.500 planen, bei ihrer nächsten Reise in einem großen Hotel, einer Hotelgruppe oder einem Resort zu übernachten.

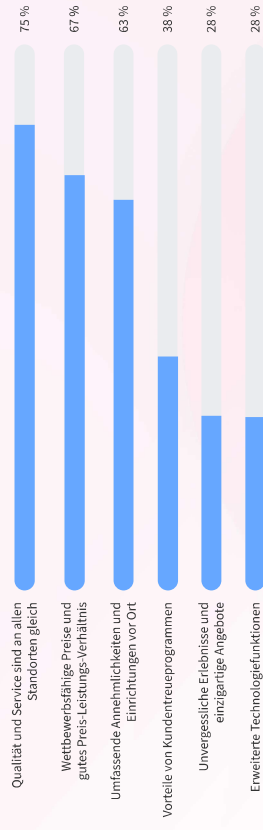
Innerhalb dieses spezifischen Segments haben wir einzigartige Erkenntnisse gewonnen, die Hoteliers dabei helfen werden, ihre Gäste im Jahr 2026 besser zu verstehen und so eine stärkere Personalisierung und ein besseres Erlebnis zu ermöglichen.

Dazu gehörten hohe Kundentreue, ein größerer Wunsch nach Luxus und eine zunehmend aufgeschlossene Denkweise bezüglich neuer Technologien.

Entdecken Sie einige der faszinierendsten Daten aus dem Bericht, darunter ein vollständiges Profil der idealen Gäste für Ihre Marke.

# Markentreue im Kontrast zu Online-Reiseagenturen

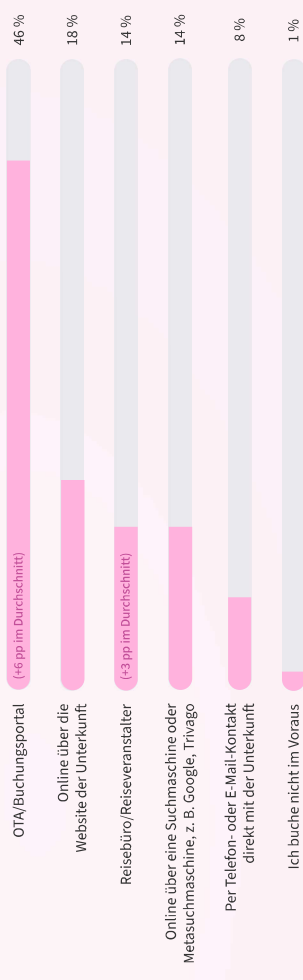
## Gründe für die Wahl einer bekannten Gruppe oder Kette



Gäste bei Hotelgruppen und -ketten wählen ihre Unterkunft am häufigsten nach dem Kriterium gleiche Qualität und gleicher Service an allen Standorten und beginnen ihre Suche eher als andere Reisende direkt bei einer bekannten Hotelmarke.

Allerdings sind sie dem Durchschnittsreisenden auch voraus, wenn es darum geht, mit der Recherche auf Online-Reiseagenturen (OTAs) zu beginnen und über diese zu buchen.

## Methoden zur Organisation der Unterkunft

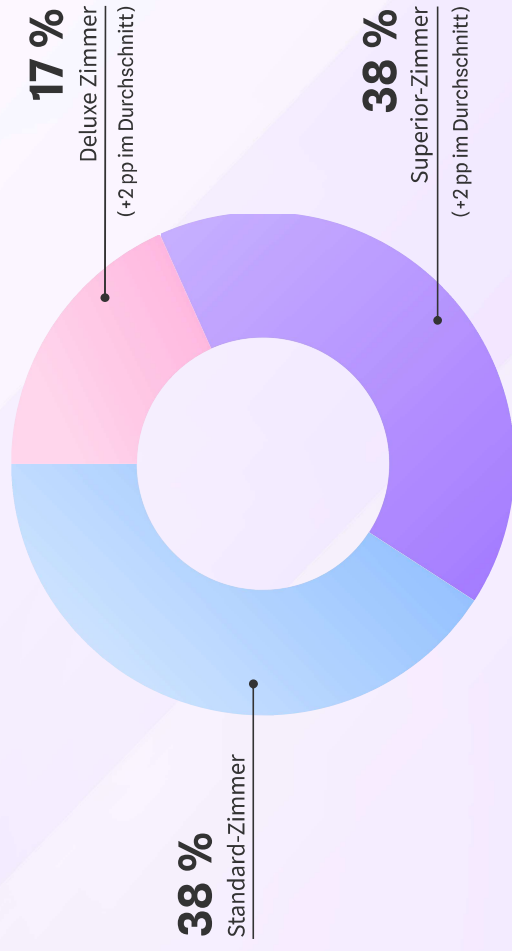


## Erkenntnis

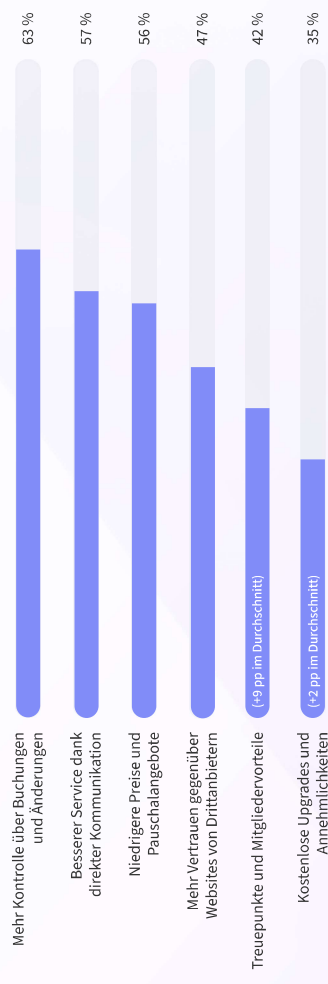
Markentreue bestimmt zwar, wo die Gäste übernachten, garantiert aber keine Direktbuchungen. Dies verdeutlicht den Wunsch dieses Segments nach Bequemlichkeit und Vergleichsmöglichkeiten bei der Kaufentscheidung.

# Hohe Nachfrage nach Premium-Erlebnissen

## Buchungen verschiedener Zimmerkategorien im Vergleich zum Durchschnitt



## Gründe für die Direktbuchung



Reisende bei Hotelgruppen und -ketten haben ein stärkeres Verlangen nach Luxus als der durchschnittliche Reisende und lassen sich stärker von Treuepunkten und Mitgliedervorteilen motivieren.

Auch ihre Ausgabenewohnheiten unterscheiden sich: 27 % geben pro Nacht mehr für Qualität aus (gegenüber durchschnittlich 23 %), und nur 22 % planen, weniger auszugeben, um ihr Budget zu schonen (gegenüber durchschnittlich 29 %).



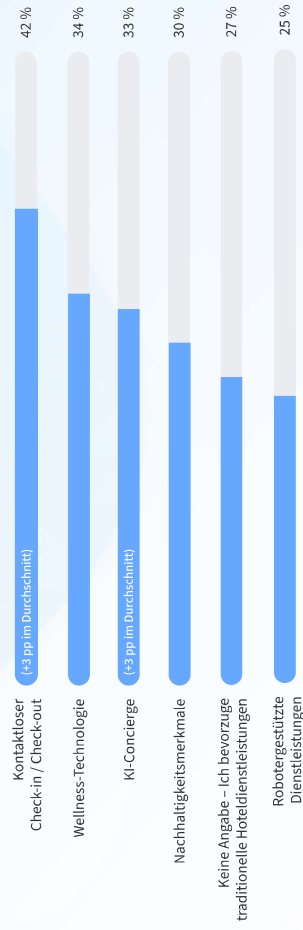
## Erkenntnis

Gäste von Hotelgruppen und -ketten suchen nach Premium-Erlebnissen und einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis für ihre höheren Ausgaben. Sie werden auf einzigartige und starke Weise durch hochwertige Treueprogramme und herausragende Mitgliedervorteile zu Direktbuchungen motiviert.



# Komfort und Sicherheit bestimmen die Technologiepräferenzen

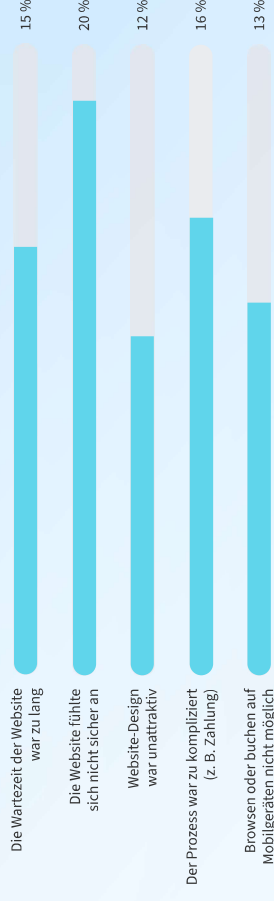
## Technologische Präferenzen zur Verbesserung des Aufenthalts



Gäste von Hotelgruppen und -ketten schätzen Technologie besonders dann, wenn sie ihre An- und Abreise vereinfacht und KI schnelle Lösungen liefern kann, was ihre allgemeine Vorliebe für Komfort und ein problemloses Erlebnis weiter verstärkt.

Dem größten Anteil der Befragten war die Sicherheit der Website besonders wichtig, wobei sich auch die Funktionalität als Knackpunkt erwies. Ladezeiten und Verarbeitungsgeschwindigkeit waren für viele besonders frustrierend.

## Gründe für abgebrochene Buchungen



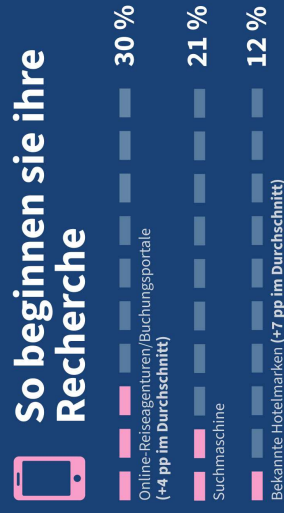
### Erkenntnis

Dieses Reisensegment setzt stark auf Technologien, die einen direkten Nutzen für den Aufenthalt bieten, wobei alles, was die mühsame Seite des Reisens erleichtert, als äußerst wertvoll angesehen wird. Beseitigen Sie Reibungspunkte und Ihre Gäste werden gerne mehr bezahlen.

# Die verschiedenen Arten von Reisenden

Gäste, die bei einer bekannten Hotelgruppe, Kette oder einem bekannten Resort buchen, haben andere Vorlieben und Entdeckungen als der durchschnittliche Reisende. Hier finden Sie eine vollständige Übersicht darüber, wie sie ihre Aufenthalte planen, buchen und genießen.

## So beginnen sie ihre Recherche



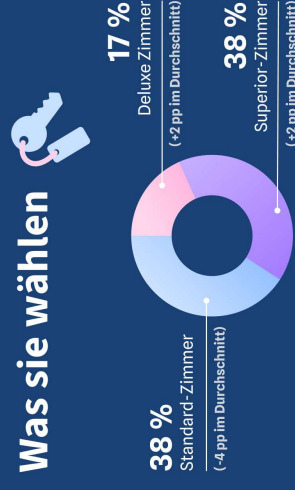
## So buchen sie



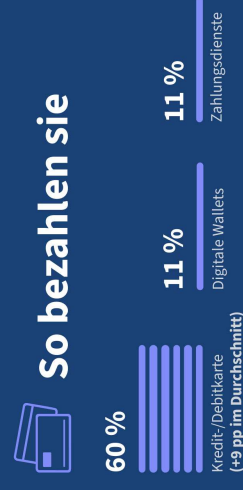
## Die attraktivsten Angebote



## Was sie wählen

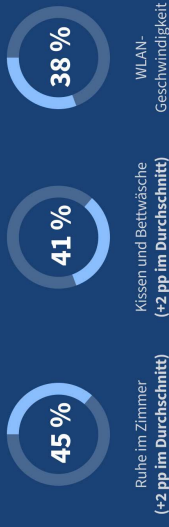


## So bezahlen sie





## Wichtigste Zimmerausstattungen



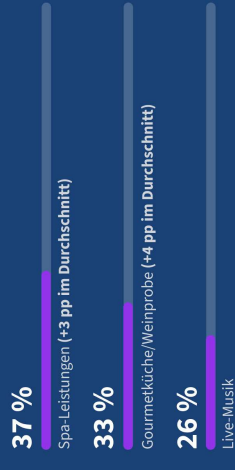
## Beliebteste Zusatzleistungen



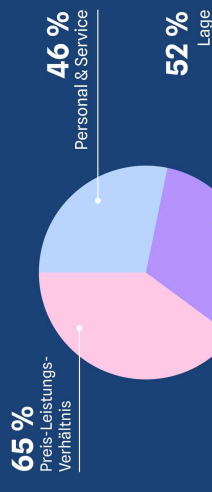
## Technologie präferenzen



## Erlebnisse, für die sie extra bezahlen würden



## Warum sie zurückkommen





# So maximieren Sie den Erfolg Ihrer Marke





# 1 Optimieren Sie Ihre OTA-Präsenz durch intelligente Verteilung.



Da ein so großer Teil der Reisenden über Online-Reiseagenturen (OTAs) recherchiert und bucht, ist es entscheidend, die Sichtbarkeit über mehr Portale hinweg zu erhöhen und gleichzeitig alle Einträge und Preise strategisch verwalten zu können.

Mit einer leistungsstarken Plattform wie SiteMinder, die einen preisgekrönten Channel Manager beinhaltet, können Sie die volle Kontrolle über Ihren Vertrieb übernehmen.

Verbinden Sie sich mit mehr als 450 OTAs mit Echtzeit-Synchronisierung

Konfigurieren Sie Ratenpläne für mehrere Unterkünfte

Verwalten Sie Zimmerraten für einzelne Unterkünfte

Führen Sie sofort Massenaktualisierungen durch

Erhalten Sie ein zentrales Dashboard, um alles im Blick zu behalten.



Vergessen Sie auch nicht die 14 % Buchungen über Reisebüros, denn SiteMinder GDS bietet ein Portal zu mehr kaufkräftigen Gästen weltweit.



2

## Fördern Sie Markentreue, um höhere Umsätze zu erzielen



Je mehr Sie dieser Gruppe bieten können, desto mehr werden Sie im Gegenzug erhalten.

Mit Funktionen wie dem Buchungssystem und dem Gästelerlebnis von SiteMinder können Sie Ihre Kommunikation und Ihren Service optimieren, personalisieren und aufwerten.

Upgrades und Upselling vor dem Aufenthalt

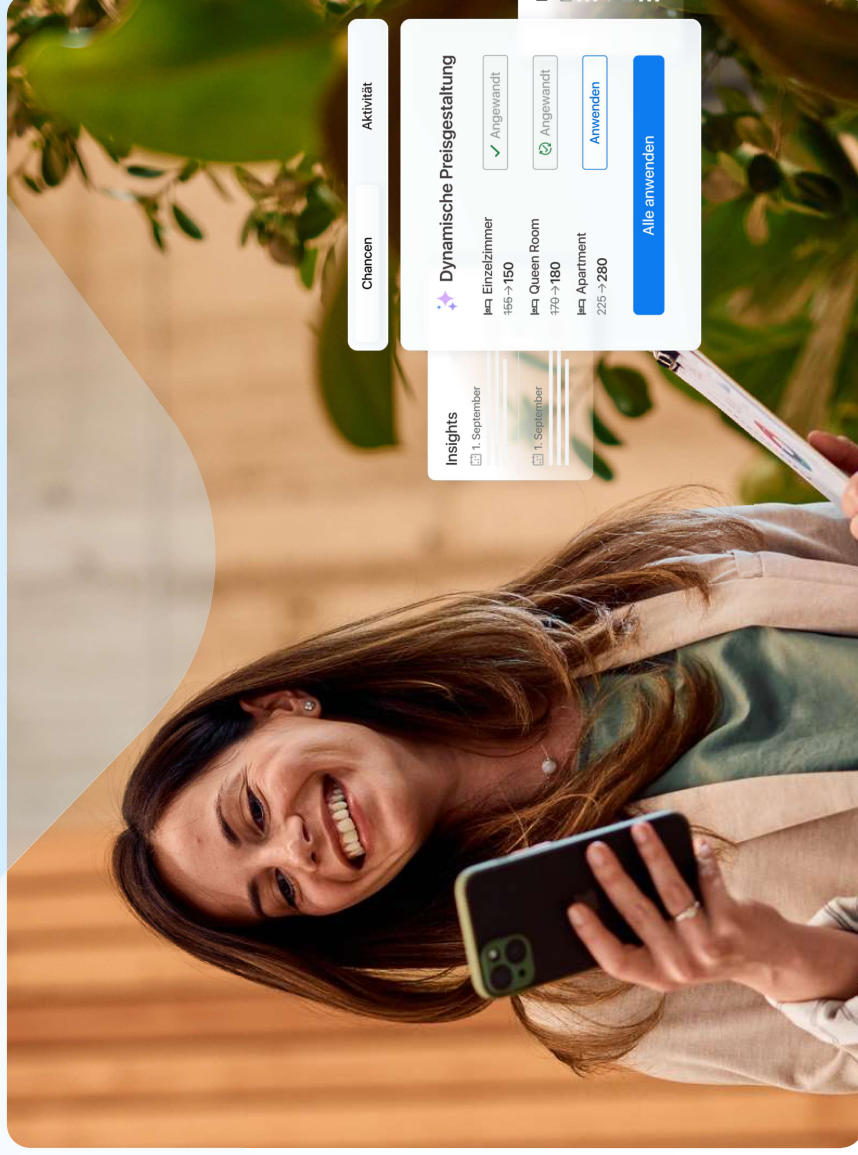
Nachrichten und Angebote während des Aufenthalts

Nachrichten nach dem Aufenthalt für Feedback und erneute Aufenthalte



Sie können Ihre Technologie nahtlos in Ihre Treueprogramme integrieren, um Ihren Gästen die Vorteile aufzuzeigen, die sie während des gesamten Buchungsprozesses erhalten.

## Nutzen Sie Premium-Umsatzchancen



Da diese Gästegruppe Luxuszimmer bevorzugt, können Sie Ihren Umsatz durch dynamische Preisgestaltung und Anreize noch weiter steigern.

### Die Plattform von SiteMinder macht es Ihnen leicht ...

Dynamische Preisgestaltungsmöglichkeiten zu erkennen

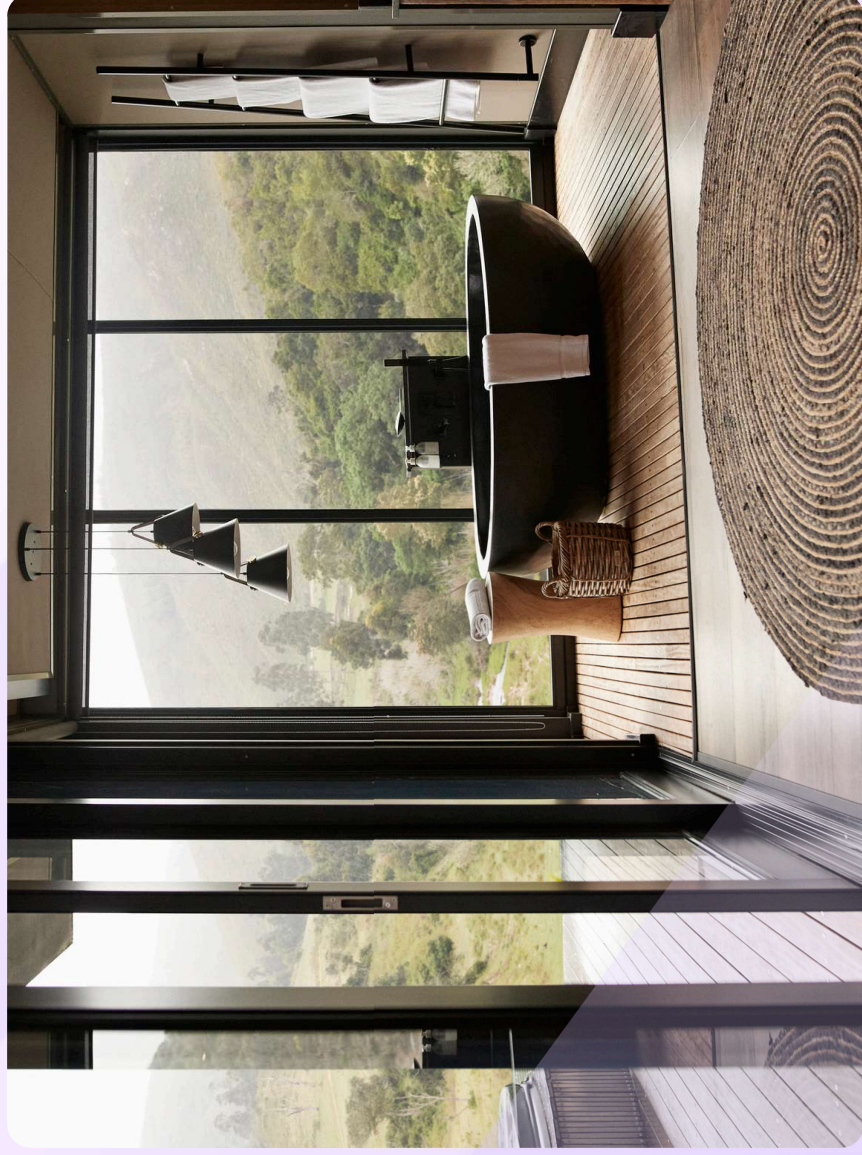
Anpassungen in Echtzeit vorzunehmen

wichtige Zusatzleistungen wie Spa-Anwendungen, Zimmer-Upgrades oder kulinarische Erlebnisse hervorzuheben



4

## Gewährleisten Sie Betriebsstandards in allen Unterkünften



Da 75 % der Kunden Ketten aufgrund der gleichen Qualität an allen Standorten bevorzugen, gewährleistet SiteMinder Multi-Property Folgendes:

Einheitliche Gästedaten

Buchungsverwaltung

Servicesstandards für Ihr gesamtes Portfolio



Diese Beständigkeit verstärkt genau die Eigenschaft, die dieses lukrative Segment überhaupt erst zu Ihrer Marke bringt.

5

## Mit Technologie führen, mit Service gewinnen



**Während 42 % einen kontaktlosen Check-in wünschen, bevorzugen 27 % weiterhin den traditionellen Service.**

**So finden Sie die richtige Balance:**

Implementieren Sie kontaktlose Optionen, aber stellen Sie gleichzeitig Personal bereit

Setzen Sie einen KI-Concierge-Service für sofortige Antworten ein, aber stellen Sie auch menschlichen Support zur Verfügung

Investieren Sie in Wellness-Technologie als Alleinstellungsmerkmal für Premium-Zimmer



Mit Tools zur Gästekommunikation, mobilen Funktionen und wichtigen App-Integrationen ermöglicht die Plattform von SiteMinder eine nahtlose Kombination aus moderner Technologie und menschlicher Note.

Bieten Sie Ihren Gästen Komfort und Schnelligkeit, wo sie es wünschen – und gleichzeitig Authentizität und Personalisierung, wo nötig.



## SiteMinder | We put you in demand.

Vielen Dank, dass Sie diese Daten mit uns analysiert haben  
– wir hoffen, dass sie Ihnen bei Ihren Entscheidungen für  
das Jahr 2026 helfen werden.

Möchten Sie die Ergebnisse weiter diskutieren und erfahren, wie die  
Plattform von SiteMinder Ihnen dabei helfen kann, Umsatzpotenziale  
optimal zu nutzen?

Kontaktieren Sie uns, um ein Gespräch mit einem unserer  
Experten zu vereinbaren. 7