

PRESSEMITTEILUNG

progros:

Krisenfest: Hotels müssen Kosten und Ausstattung optimieren

Eschborn, 2. April 2026. Der Hotellerie droht auf eine nur kurze wirtschaftliche Erholungsphase nach dem Energiepreisschock infolge des Ukrainekriegs eine erneute Energiepreisexplosion im Zuge des USA-Iran-Konflikts. Nach Aussagen von Branchenexperten lassen sich besonders in Zeiten erhöhten Preisdrucks in Einkauf und Hotelprozessen signifikante Wettbewerbsvorteile erzielen, unter anderem durch eine strategische Steuerung, digitalisierte und automatisierte Prozesse sowie die wirtschaftliche Planung von Renovierungs- und Modernisierungsmaßnahmen. So das Fazit der Veranstaltung „UNITED Purple – die Success Days von progros“, einem Unternehmen der DEHAG Hospitality Group. Zu dem Fachevent im Wildparkstadion des Karlsruher SC kamen Hoteliers und Hotelketten aus ganz Deutschland.

Alarmzeichen: „2 % Mehrkosten im Einkauf reduzieren Gewinn um 12 %“

„Durch die steigenden Kosten – aktuell vor allem auch erneut im Energiesektor – steigt der Druck auf die Profitabilität enorm. Der Abstand zwischen Umsatz und Kosten schrumpft in den meisten Hotels momentan. Hier gilt es, kurzfristig aber auch strategisch gegenzusteuern, um die Renditen zu optimieren. Allein die Digitalisierung des kompletten Procure-to-pay-Prozesses beschleunigt den Gesamtprozesses um den Faktor sieben“, sagt Simon Wetzel, PRO, Senior Professional Supply Chain Solutions bei progros. Wichtig sind nach Aussagen von Jochen Oehler, CMO der DEHAG Hospitality Group und CEO der progros, jetzt Ausschreibungen in den großen Sortimentsbereichen wie zum Beispiel Großmarkt, Wäsche, Unterhaltsreinigung oder Food. „Wir stellen bei Ausschreibungen im Gesamtergebnis zurzeit nicht selten Kostenverbesserungen von 20 Prozent und mehr fest, wenn in dem Zusammenhang auch die Produktvielfalten sowie Gesamtwarenkörbe optimiert werden.“ Ein weiterer Punkt ist Oehler zufolge, die Sensibilisierung aller Mitarbeitenden hinsichtlich negativer Effekte von Kostensteigerungen auf die Gesamtprofitabilität: „Bei einem Hotel mit

einem NOP von 5 Prozent, führt eine zweiprozentige Kostensteigerung bei den Einkaufskosten zu einer Reduzierung des Gewinns von 12 Prozent.“

Wettbewerbsdruck: „Für zwei neue Hotels geht nur eines vom Markt“

Neben der Supply Chain bietet vor dem Hintergrund eines sich verschärfenden Hotelwachstums die wirtschaftliche Weiterentwicklung von Hotel-Immobilien eine Chance auf Wettbewerbsvorteile. „Allein im Jahr 2026 werden mehr als 160 neue Hotels auf den Markt kommen – entweder als Neubauten oder als Conversions. Für zwei neue Hotels geht nur ein Hotel vom Markt. In die Jahre gekommene Häuser geraten entweder in einen Preiskampf oder sie müssen ihr Produkt zeitgemäß modernisieren, um im Wettbewerb zu bestehen“, sagt Christian Stachel, Senior Director Procurement, FF&E, Tech & IT. „Die Baukosten sind in den vergangenen acht Jahren um 47,5 Prozent gestiegen. Das bedeutet, dass Investieren nochmals teurer geworden ist.“ Von daher lohnten sich jetzt besonders eine frühe und vorausschauende Planung und Steuerung der Maßnahmen, optimierte Ausschreibungs- und Vergabemodelle sowie der differenzierte Umgang mit Nachhaltigkeit.

Weitere Informationen unter [progros](#)

Pressekontakt:

progros GmbH

Tel.: + 49 6196 5017-833, Mobil: + 49 (0) 172 6704361

E-Mail: presse@progros.de, Web: www.progros.de, [progros Pressebereich](#)