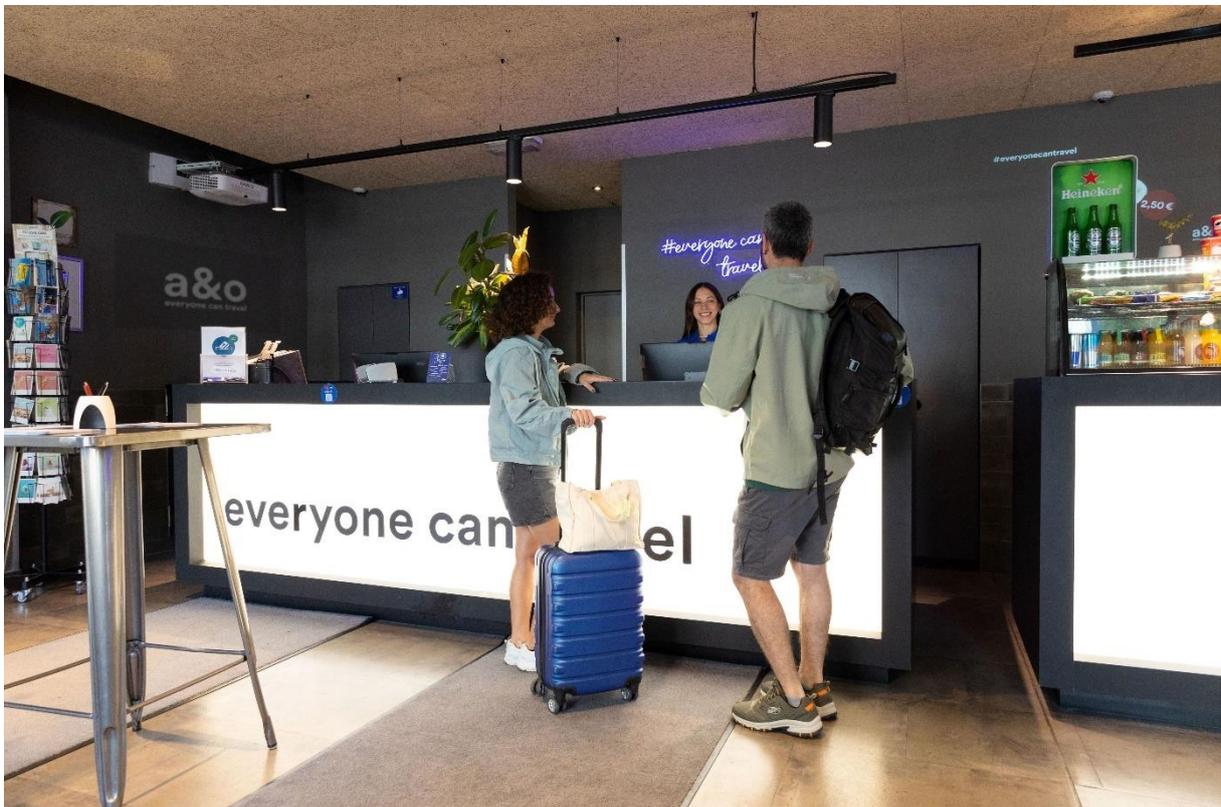


Berlin, 16. Juli 2024

Knapp 3 Millionen Übernachtungen und 10 Prozent Umsatz-Wachstum: „Stärkstes erstes a&o-Halbjahr“

- Gäste buchen wieder spontaner
- 75 Prozent Zimmerauslastung
- CO₂e -Emissionen weiter reduziert auf 3,32 Kg/Übernachtung
- Zweites Haus in Großbritannien
- a&o erwartet rund 6 Millionen Übernachtungen in 2024



Wieder spontaner: Buchten 2023 fast 40 Prozent der Sommergäste „Last Minute“, also weniger als 24 Stunden vor Ankunft, sind es in diesem Jahr bereits über 50 Prozent. Während der Fußball EM hat die Hostelgruppe in Deutschland eine Auslastung von 90 bis 100 Prozent erreicht. Insgesamt rechnet das Unternehmen mit rund 6 Millionen Übernachtungen im Jahr 2024 (Foto: a&o).

Berlin – „Stärkstes erstes Halbjahr in unserer fast 25-jährigen Unternehmensgeschichte“, bestätigt Oliver Winter: 2,98 Millionen Übernachtungen, fünf Prozent mehr als im Vorjahr, eine Zimmerauslastung von durchschnittlich 75 Prozent und dazu zwei weitere Neueröffnungen noch in diesem Jahr. „Wir sind sehr gut auf Kurs“, bestätigt der a&o-Gründer und CEO angesichts der Halbjahreszahlen. Europas größte private Hostelkette bietet aktuell 38 Häuser in 25 Städten und neun europäischen Ländern – und wächst weiter.

Später als geplant, aber „glücklich über eine neue Adresse mit Charme“, eröffnet das a&o Firenze Campo di Marte Ende des Jahres; noch in diesem Sommer ergänzt ein weiteres Haus in Großbritannien das a&o-Portfolio.

Mit einem Gesamtumsatz von über 111 Millionen Euro übertrifft die Berliner Hostelkette a&o ihr Vorjahresergebnis um zehn Prozent; das erste Halbjahr 2024 ist somit das stärkste in der Unternehmensgeschichte. Beste Monate mit einer Zimmerauslastung von gut 80 Prozent waren Mai und Juni. Rund 1,4 Millionen Übernachtungen allein im ersten Quartal versprachen bereits ein starkes erstes Halbjahr. Am meisten nachgefragt waren in Deutschland die Häuser a&o Berlin Mitte, a&o Hamburg City und a&o Berlin Hauptbahnhof; sowie international a&o Prague Rhea, a&o Wien Hauptbahnhof und a&o Venice Mestre.

Weitere Halbjahreszahlen auf einen Blick:

- Top 3 Quellmärkte: Deutschland, Polen und Großbritannien
- 54% Domestic Gäste (2022: 66%)
- >200.000 Anrufe im Servicecenter und >180.000 Bot Nachrichten
- 75 Prozent Zimmerauslastung (2023: 72 Prozent)
- Durchschnittliche Zimmerauslastung im Mai 80 und 82 Prozent im Juni
- Sommerauslastung von bis zu 90 Prozent erwartet

„Nachhaltige, bezahlbare, transparente Angebote“

Herausforderungen gerade für preissensible Angebote wie a&o seien gestiegene Kosten insbesondere im Bereich Food. Mit Familien, Schulklassen und Gruppen als Kern-Klientel können Preissteigerungen nicht komplett weitergegeben werden, betont Oliver Winter, „wir suchen stets nach guten Alternativen.“ Verzicht kann eine sein – so z.B. wurde Orangensaft bis auf weiteres aus dem Frühstücksangebot gestrichen – die Gäste vermissen dank Alternativen wie Apfel- bzw. Multifruchtsaft nichts: „Wir setzen auf nachhaltige, bezahlbare, transparente Angebote.“ Sollten weitere Anpassungen nötig sein, werden Gäste aktiv nach ihrem Feedback und ihren Ideen gefragt.

EM, Taylor Swift und Coldplay – Eventreisen immer wichtiger

Megaevents, megavolle Häuser. Ob Fußball oder Konzerte – volle Häuser sind zu Spiel- und Tourdaten so gut wie sicher. Auch a&o profitiert von den Zuschauer-Spektakeln: Mit einer Auslastung von 100 Prozent an Spieltagen und rund 90 Prozent über die Gesamtdauer, hat die EM bei a&o für eine „außerordentliche Nachfrage“ gesorgt. Auch die Auftritte von Taylor Swift oder Coldplay lassen kaum freie Betten übrig. „Die Zahl der Eventreisenden wird immer größer“, bestätigt Winter, „egal an welchem Wochentag – Konzerte und Sportevents sind Publikumsmagnete, gebucht wird weit im Voraus.“ Die a&o-Clubmitgliedschaft sorgt selbst in Hochzeiten für kräftige Rabatte: a&o-Stammgäste können von Preisnachlässen bis zu 25 Prozent profitieren.

77 Prozent weniger seit 2015 – a&o reduziert CO₂e-Emissionen weiter

Um weitere 410 Gramm pro Übernachtung hat a&o die CO₂e-Emissionen im letzten Jahr senken können und erreicht damit den rechnerischen Durchschnittswert von 3,32 Kilogramm (2022: 3,73 Kg). Das entspricht einer Reduzierung von über 77 Prozent seit Messbeginn im Jahr 2015. „Die Zahlen sind wirklich gut“, kommentiert Oliver Winter, „aber es bleibt noch viel zu tun“, heißt es im aktuellen, dem insgesamt zweiten a&o-Nachhaltigkeitsbericht. Ziel von a&o ist es, 2025 Net Zero zu sein.

„Das Reiseerlebnis geht in Zukunft noch sehr viel weiter über Unterkunft und Verpflegung hinaus“, ist sich Winter sicher, „es geht mehr und mehr um Engagement, Interaktion und Bewusstsein.“

[Der 37-seitige Report für das Jahr 2023 steht seit Ende Juni zum Download bereit.](#)

Über a&o Hostels

a&o wurde im Jahr 2000 von Oliver Winter gegründet und betreibt derzeit 38 Hostels mit rund 28.500 Betten. Die Berliner Budgetgruppe ist in 25 Städten und neun europäischen Ländern vertreten. Der a&o-Gästemix ist vielfältig: Rucksacktouristen gehören ebenso wie Alleinreisende, Familien, Schulgruppen und Vereine zur a&o-Zielgruppe. Auch die Zahl der Businessreisenden und Senioren nimmt zu. Mit 6,1 Mio. Übernachtungen (2022: 5,55 Mio.), 2,7 Mio. Gästen (2,2 Mio.) und einem Umsatz von 217 Mio. Euro (172) verzeichnet a&o mit 2023 sein bisher erfolgreichstes Jahr in der Unternehmensgeschichte. Im Rahmen der Nachhaltigkeits-Strategie wird a&o im Jahr 2025 Net Zero sein, d.h. die CO₂e-Emissionen je Übernachtung werden dann weniger als drei Kilogramm betragen, der Rest wird ausgeglichen. Mehr Infos unter <https://www.aohostels.com/de/> bzw. Übersicht a&o Standorte unter <https://www.aohostels.com/de/alle-standorte/>

Kontakt:

Dr. Petra Zahrt
Tel. +49 (0) 221 3018 2363
Mobile +49 (0) 172 94 54 753
Mail petra.zahrt@aohostels.com