

AIRBNB HAT SEINEN MARKTANTEIL ERHÖHT



Im Jahr 2024 konnte Airbnb seinen Marktanteil im Vergleich zu Hotels erfolgreich steigern und war gut positioniert, um mit Vrbo, einer Tochtergesellschaft von Expedia, zu konkurrieren. Das Unternehmen führt seinen Erfolg auf Produktinnovationen und eine ausgefeilte Markenstrategie zurück.

„Unsere Produktverbesserungen und gezielten Marketingbemühungen haben uns geholfen, traditionelle Hotelgäste auf unsere Plattform zu locken, wodurch wir unseren Marktanteil ausbauen konnten“, erklärte Ellie Mertz, Finanzvorstand von Airbnb, während der Telefonkonferenz zum Ergebnis des vierten Quartals. Airbnb bleibt zuversichtlich im Wettbewerb mit Vrbo.

Airbnb und Expedia Group verzeichneten im vierten Quartal einen Anstieg der Buchungen für Übernachtungen und Erlebnisse um 12 Prozent. Das Wachstum von Expedia wurde hauptsächlich durch einen Anstieg der Hotelübernachtungen um 14 Prozent getrieben. Gleichzeitig erweiterte Vrbo sein Angebot, indem es im Laufe des Jahres eine Million neue Unterkünfte hinzufügte, von denen sich viele in städtischen Gebieten befinden.

Im Gegensatz dazu schnitt Airbnb besonders gut in nicht-städtischen Regionen der USA ab, wo es traditionell mit Vrbo konkurriert. Mertz betonte, dass „nicht-städtische Märkte im vergangenen Quartal eine unserer am schnellsten wachsenden Kategorien waren.“

Strategischer Ausblick: Kooperationen und Expansion

Airbnb-CEO Brian Chesky kündigte an, dass das Unternehmen zunehmend mit Drittanbietern zusammenarbeiten werde. Während Airbnb traditionell als geschlossenes System operierte und viele Produkte intern entwickelte, deutete Chesky eine strategische Verschiebung in Richtung Offenheit an.

„Integrationen von Drittanbietern sind eine äußerst spannende Möglichkeit. Warum sollten wir nicht zulassen, dass die Welt zu Airbnb beiträgt? Wir müssen die Zukunft nicht alleine aufbauen“, erklärte Chesky.

Potenzielle Partnerschaften könnten lokale Dienstleister wie Reinigungs- oder Lieferdienste einbeziehen. Gleichzeitig betonte Chesky, dass Airbnb sich weiterhin auf die interne Produktentwicklung konzentrieren werde, bevor größere Kooperationen umgesetzt würden.

Darüber hinaus kündigte Chesky die für Mai geplante Einführung einer neuen Ausgabe von „Airbnb Experiences“ an. Diese Innovation ist Teil einer umfassenderen Strategie, Airbnb von einer Plattform für Kurzzeitmieten in einen Anbieter umfassender Reiseerlebnisse umzuwandeln. „Die Unterkunft ist nur ein kleiner Teil des gesamten Reiseerlebnisses“, erklärte Chesky.

Finanzielle Zahlen untermauern den Erfolg

Die Finanzergebnisse des vierten Quartals bestätigen die starke Marktposition von Airbnb. Der Umsatz stieg um 12 Prozent auf 2,5 Milliarden Dollar, während der Nettogewinn auf 461 Millionen Dollar stieg, eine bemerkenswerte Erholung vom Verlust des Vorjahres von 349 Millionen Dollar.

Chesky stellte fest, dass Airbnb im Vergleich zum dritten Quartal ein beschleunigtes Wachstum bei Umsatz, Buchungen und Bruttobuchungsvolumen verzeichnete. Er betonte, dass Airbnbs Wachstum das der gesamten Reisebranche übertraf.

Date: 2025-02-23

Article link: <https://www.tourism-review.de/airbnb-meldet-gestiegenen-marktanteil-news14810>