



PRESSEMITTEILUNG

Adagio mit positiver Bilanz 2024: Gastfreundschaft, Expansion und Nachhaltigkeit im Fokus

PARIS/MÜNCHEN, 12. März 2025 (SC) – Adagio zieht für 2024 eine positive Bilanz. Das vergangene Jahr war für die Marke insbesondere von soliden wirtschaftlichen Leistungen, unvergesslichen Höhepunkten und einem verstärkten Engagement für einen nachhaltigeren Tourismus geprägt. Damit bestätigt Europas Marktführer im Bereich der Aparthotellerie nicht nur die Stärke seines Marken-Angebots und seines Geschäftsmodells, sondern auch den Ehrgeiz, die Hotelbranche zu verändern und die neuen Bedürfnisse, die Freizeit- und Geschäftsreisende haben, noch besser zu erfüllen.

2024: Das Jahr der Hospitality

Das Thema Gastfreundschaft hatte 2024 für Adagio Priorität. Damit untermauerte das Unternehmen seine Ambitionen, seinen Gästen ein weiterhin zunehmend hochwertiges Erlebnis zu bieten. Diese Strategie ging auf, wie die Zahlen von 2024 belegen. Mit 1,65 Millionen Gästen an den 129 Standorten verzeichnet Adagio eine bemerkenswerte Belegungsrate von 76 %. Die Kundenzufriedenheit entwickelte sich ebenfalls positiv und erreichte einen Durchschnittswert von 82,6/100 (+1,4 vs. 2023). Die Weiterempfehlungsrate (NPS) lag bei 52 und bestätigte damit die wachsende Markenbindung der Kunden.

Adagio bestätigte seine wirtschaftliche Rekordleistung von 2023 und setzte seine Expansion mit sechs Neueröffnungen (mit insgesamt 659 zusätzlichen Apartments) im Großraum Paris und anderen französischen Regionen, in Europa und Afrika fort und gewann neue Partner in einem Markt, der die Stärken des Adagio-Modells anerkennt.

Wichtige Ereignisse prägten 2024

Bereits im Januar hat Adagio das Jahr 2024 durch die Partnerschaft mit dem Skipper Eric Péron bei der Arkéa Ultim Challenge, einem spannenden Katamaran-Rennen rund um den Globus, eingeleitet. Außerdem verstärkte die Marke ihre Präsenz in der Welt des Sports und bei kulturellen Veranstaltungen für die breite Öffentlichkeit durch die offizielle Partnerschaft mit der Paris La Défense Arena, der größten Indoor-Halle Europas.

Der Sommer 2024 war mit den großen Sportereignissen in Paris und dem großen Zustrom an Reisenden ein historischer Moment. 38 Adagio Aparthotels im Großraum Paris und anderen Regionen Frankreichs beherbergten Besucher aus aller Welt in einer freundlichen und herzlichen Atmosphäre. Zu Gast waren außerdem viele Geschäftskontakte, die an der Organisation dieser Veranstaltungen beteiligt waren. Während des gesamten Zeitraums spielte Adagio eine Schlüsselrolle bei der Unterbringung von Fans, von Delegationen internationaler Sportverbände, von Sicherheitskräften, Medien und Logistik-Teams, die alle für den reibungslosen Ablauf dieser Veranstaltungen unerlässlich waren. Bis zu 1.190 Apartments mit insgesamt 36.000 Übernachtungen wurden allein für die Mitarbeiter gebucht.

Positive Übernachtungszahlen und positive Gäste-Resonanz

Überhaupt wirkte sich dieses weltweite Ereignis auf die allgemeinen Besucherzahlen sehr positiv aus. Vom 26. Juli bis zum 11. August 2024 wurden 64.000 Übernachtungen verzeichnet. Das entspricht einem Anstieg von 15 % gegenüber dem gleichen Zeitraum 2023. Ein Erfolg, der einmal mehr verdeutlicht, wie bedeutend das Adagio-Modell für den Unterbringungsbedarf bei internationalen Großveranstaltungen ist.

Positiv ist auch, dass Adagio trotz des außergewöhnlichen Besucherandrangs in diesem Zeitraum eine deutliche Verbesserung der Kundenzufriedenheit verzeichnen konnte (+3,3 Punkte im Vergleich zum Sommer 2023). Diese Leistung spiegelt den bemerkenswerten Einsatz aller Adagio-Teams während dieser außergewöhnlichen Zeit Wochen wider.

Neue TV – und Digital-Kampagne: erstmals auch in Deutschland

Auf der Medienebene kehrte Adagio mit einer neuen TV- und Digital Kampagne, die in Frankreich, Deutschland und Großbritannien ausgestrahlt wurde, auf die Bildschirme zurück. Nach dem Erfolg von „Ich habe dort gelebt“ im Jahr 2023 wurde ein zweiter Werbespot in Form einer Erzählung entwickelt. Mit dem Motto „Bei uns wie bei Ihnen“ veranschaulicht Adagio sein Engagement für einen komfortablen und authentischen Aufenthalt, bei dem sich Gäste schnell wie zu Hause fühlen.

Parallel dazu setzte Adagio seine digitale Transformation mit der Einführung von IDEaS G3 RMS, einer auf künstlicher Intelligenz basierenden Lösung für das Revenue Management, an allen europäischen Standorten fort und optimierte so das Revenue Management und die Kundenzufriedenheit.

Starkes Engagement für nachhaltigeren Tourismus

Getreu der Unternehmens-Philosophie „Das Leben in der Stadt schöner machen“ und dem Engagement „Für den Wandel der Städte handeln“ hat Adagio den Übergang zu einem verantwortungsbewussten Tourismus durch drei Schlüsselbereiche beschleunigt: Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks, Stärkung der sozialen Bindungen in der Stadt und kollektives Engagement.

So hat Adagio 2024 eine striktere Energiepolitik eingeführt und an seinem externen Labeling-Prozess gearbeitet. Diese Strategie trägt Früchte: 55 Adagio Aparthotels tragen seit Januar 2025 das „Green Key“ Label, eine schöne Anerkennung für das Engagement der Marke für seine verschiedenen CSR-Komponenten. Das Label „Green Key“, das in 77 Ländern präsent ist, zeichnet Hospitality-Einrichtungen aus, die ihren ökologischen Fußabdruck reduzieren und einen verantwortungsvolleren Tourismus fördern, während sie gleichzeitig ein gesundes und angenehmes Lebensumfeld bieten.

Adagio setzt damit seine Mission fort, verantwortungsvollere, solidarischere und lebenswertere Städte zu fördern und sich als Schlüsselakteur für einen nachhaltigeren und engagierteren Städtetourismus zu etablieren.

«2024 war in vielerlei Hinsicht außergewöhnlich. Unsere wirtschaftliche Leistung bestätigte, dass wir ein sehr solides Model haben. Wir konnten von Großveranstaltungen profitieren und damit die Attraktivität unserer Marke steigern und gleichzeitig die Gastfreundschaft in den Mittelpunkt unseres Ansatzes stellen. Mit der zunehmend steigenden Kundenzufriedenheit konnten wir unsere Verpflichtung, all unseren Gästen beispielhafte Erlebnisse zu bieten, eindeutig erfüllen. Diese Dynamik treibt alle Adagio-Teams an, in 2025 noch weitere Schritte zu gehen und bekräftigt unsere strategischen Entscheidungen.»

Xavier Desaulles, CEO Adagio



Über Adagio

Adagio ist der europäische Marktführer für Aparthotels. 2007 in Frankreich als Joint Venture zwischen Accor und Pierre & Vacances Center Parcs gegründet, verfügt Adagio heute über 129 Standorte und 14.851 Apartments in 16 Ländern. Es ist das größte Netzwerk von Aparthotels in Europa. Weil sie die Flexibilität eines Apartments mit dem Service eines Hotels verbinden, sind Adagio Aparthotels die beste Lösung für mittlere und lange Aufenthalte. Sie bieten Geschäfts- und Urlaubsreisenden sowie all jenen, die beides miteinander kombinieren möchten, den besten Komfort und das beste Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Aparthotels von Adagio befinden sich in städtischen Gebieten und sind in drei Kategorien unterteilt: Adagio Original, in den Zentren der Großstädte; Adagio Access, im Zentrum regionaler Hauptstädte oder direkt am Stadtrand; und Adagio Premium, Aparthotels mit hohem Standard. www.adagio-city.com

PRESSEKONTAKT:

Schaffelhuber Communications GmbH

Petra Maier

petra.m.extern@pr-sc.de