

# Digitalisierung im Hotel

Fachkräftemangel, Digitalisierung, besser informierte und anspruchsvollere Kunden sind die Themen, die die Hotelbranche derzeit stark beschäftigen

**B**eginnen wir mit dem Thema Digitalisierung: Der Hotellerie bieten sich auf diesem Gebiet viele Themen, sei es das Mobile Payment oder der mobile Check-In/Check-Out, die digitale Gästemappe, diverse Bewertungsportale, die Hotelwebsite oder die Hotel-App – um nur einige zu nennen.

► **Wo fängt das „Erlebnis Hotel“ für den künftigen Gast an? Beim Finden.**

Hotelgäste holen sich über diverse Portale Informationen über angebotene Leistungen und die Umgebung des Hotels. Dabei sind nicht nur die bewährten und bekannten Buchungsportale oder die eigene, modern und ansprechend gestaltete Hotel-Website- oder -App werthaltige Informationsgeber, sondern auch YouTube oder Google Earth bieten Informationen über die Zimmer, nahegelegene Gleise oder Schnellstraßen. Also wichtig: Alle Kanäle sollten bespielt werden. Call-to-Action-Buttons und Empfehlungen anderer Gäste sowie die unbedingt notwendige Suchmaschinenoptimierung (bekannt als SEO) sorgen für weitere Resonanz auf der eigenen Website. Gerade in Zeiten von Smartphone, Tablet und Co. muss die Darstellung der Hotel-Website auch auf mobilen Endgeräten überzeugen.

Wichtig ist, dafür zu sorgen, dass dabei Informationen über nahegelegene Attraktionen, hoteleigene Erlebnisse sowie die Anbindung an Verkehrsmöglichkeiten, aber auch der Digitalisierungsgrad des Hotels (schnelles und kostenfreies WLAN ist dabei natürlich eine Selbstverständlichkeit) vorhanden sind.

► **Die Reise des künftigen Gastes geht weiter: Beim Buchen**

Website, Hotel-App und Hotline fungieren hier neben den gängigen Buchungsportalen als Buchungsmanager. Dabei kann die Direktbuchungsfunktion auf den hoteleigenen Kanälen den Kunden dazu animieren, direkt mit dem Hotel zu kommunizieren, etwa durch Hinweise, dass neben einem besseren Übernachtungspreis oder dem kostenfreien Parkplatz auch die Abwicklung,

Stornierung und Rechnungserstellung einfacher für alle Beteiligten ist.

► **Der Aufenthalt**

Hier trifft die Hotellerie mit vielen verschiedenen Generationen zusammen. Zu keiner

anderen Zeit hat die Branche es mit so vielen Menschen unterschiedlicher Altersstufen zu tun gehabt. Und jede dieser Generation hat eigene Vorstellungen, wie die Tabelle verdeutlicht. Die Hotelbranche unserer Tage muss sich daher vielen „menschlichen“ Themen und Bedürfnissen stellen.

► **„Sesam öffne dich“: Smart Lock/ Mobile Key - Digitalisierung ist generationenunabhängig**

Der Gast erhält zunächst online via Datentransfer den virtuellen Schlüssel zu seinem Hotelzimmer. Dadurch ist er unabhängig von Hotelöffnungszeiten, braucht keine lästige Anmeldeprozedur über sich ergehen zu lassen (die Daten liegen bereits durch die Buchung vor) und checkt bequem ein.

Per Datentransfer erzeugt die Türöffnung die Aktivierung des Smart-TV und der Name des Gastes erscheint auf dem Display. Das TV-Gerät oder ein separat zur Verfügung gestelltes Pad stellt dem Gast neben Videos on Demand über Netflix, Amazon und Co. auch einen digitalen Concierge zur Verfügung, der die primären Informationsbedürfnisse des Gastes erfüllt oder als Buchungsassistent für Wellness-Anwendungen dient und bei der Reservierung eines Tisches im Hotelrestaurant oder der Buchung eines Taxis unterstützt.

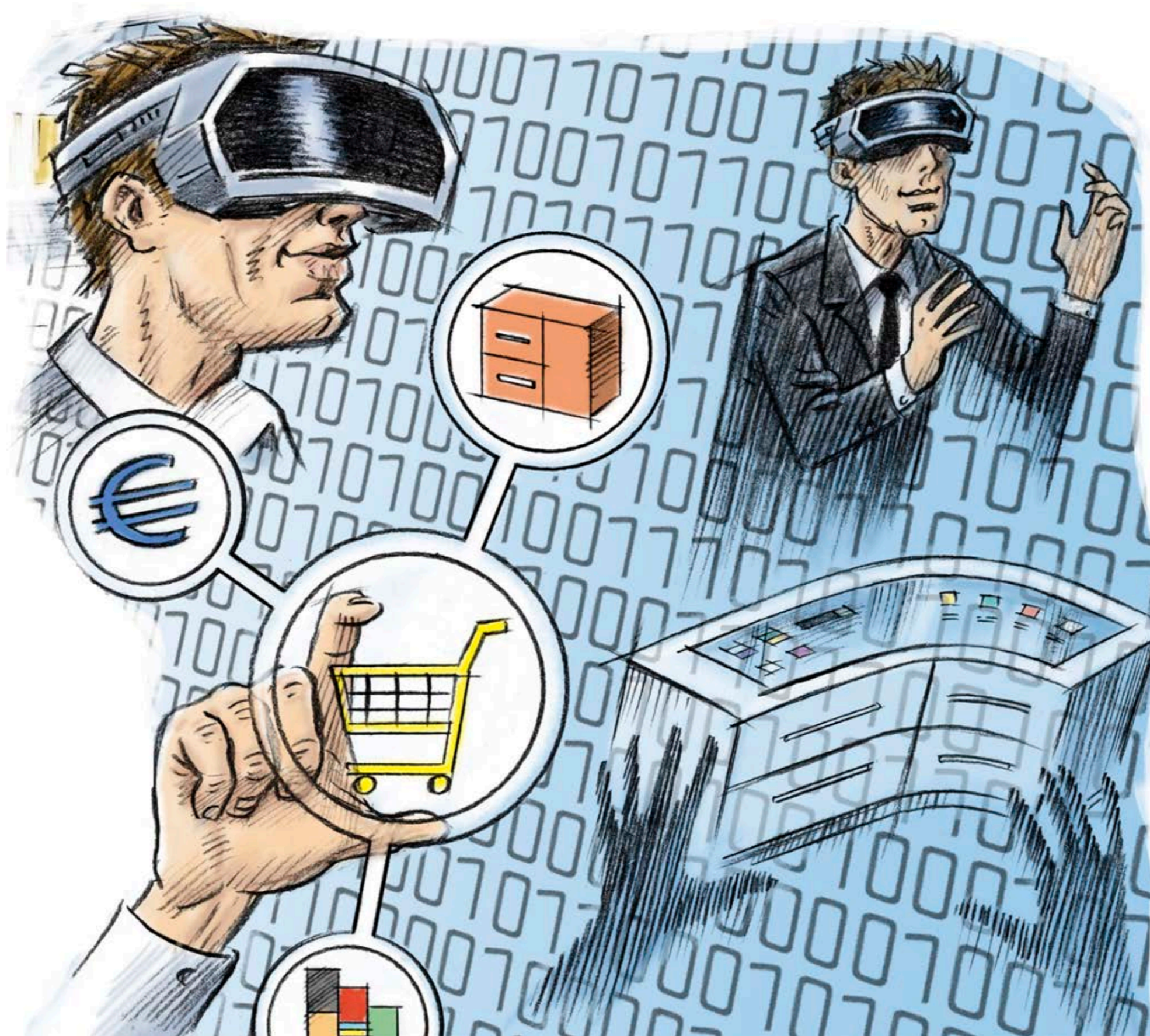
Die hoteleigene App führt den Gast mittels In-Hotel-Navigation sicher in den Spa-Bereich oder an die Hotelbar, bietet Informationen zu möglichen Ausflügen, besonderen kulturellen Highlights in der Region sowie nahegelegenen Veranstaltungen und Freizeitaktivitäten.

Gebucht wird direkt über den Online-Ausflugplaner mit Buchungsoption via App. Mitarbeiter oder Gäste haben dabei die Gelegenheit, neuen Gästen Tipps und Hinweise zu geben, denn persönliche Empfehlungen, transportiert durch die eigene Seite, erhöhen die Wirksamkeit und untermauern die Unterstützung und Professionalität des Hotelangebots. Nebenbei werden das Rezeptionsteam entlastet, die Ausgaben für Printmaterialien eingespart und die hoteleigenen Angebote beworben.

Dank Mobile Payment ist es dem Gast möglich, die Rechnung für Übernachtung, Verzehr und weitere durchgeführte Buchungen schnell und einfach per Smartphone zu bezahlen und somit digital auszuchecken. Und da selbst der Schlüssel via Datencode vorliegt, muss dieser auch nicht abgegeben werden. Der Gast verlässt bequem sein Zimmer und geht den nächsten Schritt an:

► **Die Bewertung:**

Hier schließt sich der Kreis des bereits erwähnten Social-Media-Marketings und es zeigt sich das i-Tüpfelchen für die digitale Präsenz des Hotels. Gäste, die mittels



einfach geführtem Bewertungsformular ihre digitale Meinung hinterlassen und ihre Erlebnisse im Hotel schildern und dabei auch noch authentische Bilder posten, tragen effektiver als Hochglanz-Werbung dazu bei, dass ein Hotel wirksam und positiv im Internet zur Kenntnis genommen wird.

► **Und die Mitarbeiter?**

Hotellerie und Gastronomie haben wie viele andere Branchen Probleme, junge Leute zu begeistern und qualifizierte Fachkräfte zu finden und zu halten. Dabei können v.a. die großen, global agierenden Ketten mit einer

entsprechenden Infrastruktur punkten. Denn in welcher Branche kann man sonst überall auf der Welt arbeiten, mit hoher Sicherheit einen Job finden, viele interessante Menschen kennenlernen, in internationalen Teams arbeiten und ggf. weltweit zu Mitarbeiterpreisen selbst Gast sein? Zu beachten ist hierbei, dass auch die Mitarbeiter Wert auf die digitale Infrastruktur eines Hotels legen. Schließlich gehört ein großer Teil von ihnen der Generation Y an. Diese sogenannten „Digital Natives“ werden vermehrt nicht nur als Gast, sondern auch als Mitarbeiter anzutreffen sein. So besteht z.B. die Möglichkeit, die Mitarbeiter auch

hier via App über hoteleigene Veranstaltungen zu informieren oder die Bestätigung für das Mitwirken im Service oder in der Küche direkt via Button zu bestätigen zu lassen.

Über sogenannte Wearables, die Armbändern oder Uhren ähneln, werden Aufgaben (z.B. Störungen oder dringend durchzuführende Reparaturen) disponiert und dadurch anfallende Aufgaben flexibel in Echtzeit durch den Techniker erledigt. Diese smarten Accessoires bringen zum einen Spaß und Freude für den Mitarbeiter, sparen Zeit für beim Personaleinsatz und bieten den Gästen zudem mehr Service. ■

Generation	Zeitraum	Geprägt durch	Kontaktspruch	Werte
Nachkriegsgeneration	1945 - 1955	Aufbau, Trümmer	„Write me“	Gemeinsam etwas aufbauen
Baby-Boomer	1955 - 1965	Wirtschaftswunder	„Call me“	Besitz, Status
Generation X	1961-1981	Krisen wie 70er-Jahre, Terror, Umbruch	„E-Mail me“	Freiheit, Ausbrechen
Generation Y	1981-1999	Computer, Internet	„Text me“	Eigenständigkeit, Individualismus
Generation Z	2000-	Soziale Netzwerke	„Skype me“	Vernetzen, nutzen wenn notwendig, Globalisierung

## Digitization in the Hotel

Shortage of skilled workers, digitization, better informed and more demanding customers are the topics that are currently occupying the hotel industry

Let's start with the subject of digitization: The hotel industry offers many topics in this field, be it mobile payment or mobile check-in/check-out, the digital guest folder, various rating portals, the hotel website or the hotel app – just to name a few.

► **Where does the “hotel experience” begin for the future guest? When finding a hotel.**

Hotel guests can get information about services offered and the surroundings of the hotel through various portals. Not only are the proven and well-known booking portals or the own, modern and attractively designed hotel website or app valuable information

providers, but also YouTube or Google Earth provide information about the rooms, nearby tracks or highways. So it is important that all channels are used.

Call-to-action buttons and recommendations from other guests as well as the absolutely necessary search engine optimization (known as SEO) ensure further response on your own website. Especially in times of smartphone, tablet and Co., the presentation of the hotel website must convince even on mobile devices.

It is important to ensure that there is information about nearby attractions, hotel experiences as well as the connection to traffic, but also the degree of digitization of the hotel (fast and free WiFi is a matter of course).

► **The journey of the future guest continues: booking the hotel**

Website, hotel app and hotline act as booking managers in addition to the usual booking portals. The direct booking function on the hotel's channels can encourage the customer to communicate directly with the hotel, for example by indicating that in addition to a better room rate or a free parking lot, the handling, cancellation, and billing is easier for all involved.

► **The stay**

The hotel industry meets with many different generations. At no other time has the industry dealt with so many people of different ages.

Generation	Period	Marked by	Contact method	Values
Post-war generation	1945 - 1955	Construction, rubble	“Write me”	Building something together
Baby Boomers	1955 - 1965	Economic miracle	“Call me”	Possession, status
Generation X	1961 - 1981	Crises like the 70s, terror, upheaval	“Email me”	Freedom, breaking out
Generation Y	1981 - 1999	Computer, internet	“Text me”	Self-reliance, individualism
Generation Z	2000 -	Social networks	“Skype me”	Network, use, if necessary, globalization

And every generation has its own ideas, as the table shows. The hotel industry of our day must therefore face many “human” issues and needs.

► **“Open Sesame”: Smart Lock/ Mobile Key - Digitization is generation independent**

The guest initially receives the virtual key to their hotel room online via data transfer. Thus, they are independent of hotel opening hours, there is no need to go through annoying registration procedure (the data is already in the booking system) and they can check in comfortably.

The door opening generates the activation of the Smart TV via data transfer and the name of the guest appears on the display. In addition to Videos on Demand on Netflix, Amazon and Co., the TV or a separately provided tablet will provide the guest with a digital concierge that will meet the guest's primary information needs or serve as a booking assistant for spa treatments, reserving a table in the hotel restaurant, or booking a taxi.

The hotel's own app leads the guest by means of in-hotel navigation to the spa area or the hotel bar, offering information on possible excursions, cultural highlights in the region as well as nearby events and leisure activities. Bookings are made directly via the online trip planner with booking option via app. Employees or guests have the opportunity to give tips and advice to new guests, because personal recommendations, provided through the own web page, increase the effectiveness and underpin the support and professionalism of the hotel offer. By the way, the reception team can free up time for other tasks, the expenses for print materials are reduced and the hotel's own offers are advertised.

Thanks to mobile payment it is possible

for the guest to pay the bill for the room, consumption and other bookings quickly and easily via smartphone and check out digitally. And since even the key is provided via data code, it does not have to be returned. The guest leaves his room comfortably and goes on to the next step:

► **The review:**

This closes the circle of the already mentioned social media marketing and it shows the icing on the cake for the digital presence of the hotel. Guests who use an easy-to-use review form to leave their reviews digitally while still posting authentic images contribute more effectively to presenting a hotel effectively and positively on the internet than glossy ads.

► **And the employees?**

The hotel and catering industry, like many other industries, has problems inspiring young people and finding and keeping qualified professionals. Large, globally operating chains with an appropriate

infrastructure can score points. Because in which industry can you work anywhere else in the world, find a job with a high degree of certainty, get to know many interesting people, work in international teams and even be a guest at employee prices worldwide?

It should be noted that the employees value the digital infrastructure of a hotel. After all, a large proportion of them belong to Generation Y. These so-called “digital natives” will increasingly be found not only as guests, but also as employees. For example, it is also possible to inform employees about the hotel's own events via the app or to have them confirm their participation in the service or in the kitchen directly with click of a button.

Using so-called wearables, which are similar to bracelets or watches, tasks (e.g. remedying malfunctions or urgent repairs) are scheduled, and the tasks to be completed by the technician can be done flexibly in real-time. On the one hand, these smart accessories bring fun and enjoyment for the employee, save time in personnel deployment and also offer guests more service. ■

**Autor**  
**Author**

**Thomas Frey**

Thomas Frey, Inhaber von Personalpotential, hat umfangreiche berufliche Erfahrungen in mittelständischen Unternehmen als Betriebsleiter, kaufmännischer Leiter und Personalleiter gesammelt, bevor er zehn Jahre in einem amerikanischen, global agierenden Konzern (Konsumgüter) als Standortleiter tätig war.

Thomas Frey, owner of Personalpotential, has extensive professional experience in medium-sized companies as a manager/commercial executive/HR manager before working as a site manager in a US global corporation (consumer goods) for 10 years.

