



WHITEPAPER

Technologie, Kultur und das neue Hotelerlebnis

Hotellerie

Technologie verändert sich kontinuierlich, um den neuen Erwartungen und Werten von Verbrauchern gerecht zu werden. Diese Werte werden wiederum auch von der Technologie geprägt, wodurch ein dynamischer Kreislauf entsteht, der die Branchen vorantreibt. Hotelunternehmen stehen vor der Herausforderung, mit den Innovationen Schritt zu halten, um nicht hinter die Konkurrenz zurückzufallen. Für sie gilt es nun, die Beziehung zwischen Technologie, Kultur und Gästenerwartungen, die den modernen Hotelaufenthalt bestimmen, in den Griff zu bekommen. Hier ist der beste Ansatzpunkt für Investitionen in die richtige Technologie, um zukünftiges Wachstum zu gewährleisten.

Inwiefern beeinflussen Technologielösungen die Ansichten und die gängigen Abläufe, die das Hotelerlebnis prägen? Wie spiegeln moderne Technologien die kulturellen Erwartungen der neuen Gästegenerationen wider und wie unterstützen sie sie? Wie wirken sich diese kulturellen Kräfte darauf aus, wie Hotels und Resorts mit ihren Gästen interagieren? Dieses Whitepaper befasst sich mit diesen und weiteren Fragen.

Einstellen auf den kulturellen Wandel

Die Entwicklung von bahnbrechenden Technologien in der Hotellerie ist der Ausdruck einer neuen Verbraucherkultur. Die Nachfrage nach Technologien, die ihren Benutzern mehr Möglichkeiten bieten, hat dazu geführt, dass neue Prozesse entstanden sind, die den Gästen keine Grenzen mehr setzen. Hierbei geht es um die Frage, wer die Kontrolle hat und wer sie haben sollte.

Dieser Wandel der kulturellen Werte in Bezug auf Technologie und Prozesse ist das zugrundeliegende Schlüsselprinzip für jede mobile Technologie. Er ist der Grund dafür, dass sich mobile Technologie weiterentwickelt und nicht mehr nur ein Kommunikationstool ist. Heute dienen Smart Devices als zentraler Knotenpunkt, über den ihre Benutzer verschiedenste Transaktionen steuern. Unternehmen stellen dabei eine stabile und sichere Plattform bereit, die beim Aufkommen neuer Trends ganz einfach mitwächst.

Diese Kräfteverschiebung hat sich einerseits auf die Gestaltung der Geschäftsabläufe ausgewirkt und beeinflusst andererseits, wie sich Technologie selbst als Reaktion darauf weiterentwickelt.

Wie bei allen Technologietrends, die Einfluss auf die Hotellerie haben, geht es auch bei der Verwendung von mobilen Geräten nicht in erster Linie um die Technologie. Es geht darum, welchen zusätzlichen Handlungsspielraum die Technologie den Gästen mit mehr Komfort und Bequemlichkeit bietet, ohne dass das Hotelpersonal eingreifen muss. Für die Gäste eröffnet die Mobilität mehr Bewegungsfreiheit und die Möglichkeit, während oder sogar schon vor Beginn des Hotelaufenthalts dem eigenen Zeitplan zu folgen. Hotelunternehmen erzielen am ehesten skalierbare Erfolge, wenn sie sich an diesen wichtigen Ideen der Freiheit, Flexibilität und fließenden Übergänge orientieren.

Mobile Technologie als Teil des kulturellen Hintergrunds

Führende Hotelunternehmen haben schon vor Jahren auf den Einfluss mobiler Geräte reagiert. Angesichts der zunehmenden Kundenerwartungen befürworten führende Branchenvertreter mittlerweile das Konzept, Gäste in die Lage zu versetzen, über ihre eigenen Geräte ein- und auszuchecken sowie Upgrades zu buchen, Reservierungen vorzunehmen und vieles mehr. Mobile Funktionalität ist heute ein kultureller Standard, der in Property Management Lösungen integriert ist. Die Reisenden können Prozesse dadurch auf die gleiche Weise steuern, wie sie Essen bestellen, Musik und Bücher herunterladen oder ihre Bankgeschäfte erledigen. Aufgrund der Pandemie müssen Verbraucher und Personal Kontakte auf ein Minimum beschränken, was den Wert autonomer Handlungsmöglichkeiten des Gastes mittels mobiler Geräte weiter verstärkt hat.¹

Wesentliche Elemente moderner Hotelservices

Was will der moderne Hotelgast wirklich? Wir haben eine Liste ausgewählter Aspekte zusammengestellt:

- Auf Mobilgeräte ausgelegte Umgebungen, die den Gästen Transparenz und Kontrolle über ihre Erlebnisse bieten
- Aktuelle Informationen, die in Echtzeit oder nahezu in Echtzeit bereitgestellt werden, oft lange vor Beginn eines Aufenthalts und zu jedem Zeitpunkt bis zur Ankunft
- Unterstützung der bevorzugten Zahlungsmittel eines Gastes, einschließlich mobiler Zahlungsoptionen
- Selbstgesteuerte und kontaktlose Prozesse, die dazu beitragen, persönliche Kontakte zu reduzieren: z. B. Apps, Web-basierte Benutzeroberflächen, Kioske usw.
- Papierlose Quittungen und andere digitale Alternativen, die praktischer und nachhaltiger sind
- Bewegungsfreiheit zu jeder Zeit, wobei jeder Transaktionsprozess beim Bewegen innerhalb des Hotelbereichs nahtlos funktioniert: z. B. sollte die Zahlungsart für den Aufenthalt der Zahlungsart im Hotelrestaurant entsprechen und Reservierungen sollten im Spa-Bereich und auf dem Golfplatz gleich ablaufen.
- „Bleisure“-Reisen, d. h. die Kombination aus Geschäftsreise und Freizeitelementen, Arbeit und Komfort. Eine kürzlich durchgeführte Hilton-Umfrage hat ergeben, dass 61-63 % der Befragten während ihrer Geschäftsreise auch Freizeitaktivitäten nachgehen.⁵

Moderne Gäste wollen, dass ihre Individualität gewürdigt wird und der personalisierte Service eine Selbstverständlichkeit ist. Wie alle Aspekte des Lebens der Millennials und der Generation Z werden auch ihre Konsummuster als Spiegelbild der eigenen Persönlichkeit wahrgenommen.

Für mobile Geräte optimierte Plattformen sorgen dafür, dass die Gäste beim Einchecken nicht mehr anstehen müssen. Oftmals verwenden sie dafür einfach eine App, die sie sich heruntergeladen haben. Beim Auschecken können sie diesen Vorgang auf ähnliche Weise über ein mobiles Gerät abwickeln. Gäste müssen heute nicht mehr warten. Sie müssen nicht einmal zur Rezeption gehen. Sie haben die Kontrolle, wo immer sie sind. Das entspricht den aktuellen Wertvorstellungen und zeigt, was neue Technologie leisten kann. Mobile Technologie ist heute überall präsent. Führende Hotelketten reagieren darauf, indem sie Hotelenerlebnisse anbieten, die auf der Flexibilität und Kontrolle mobiler Interaktionen basieren. Dazu gehören mobile Buchungen und Urlaubsplanung.²

Was für Hotelgäste heute wichtig ist

Die Beziehung zwischen dem modernen Verbraucher und technologischer Entwicklung ist in der Regel keine Einbahnstraße. Die aufstrebenden Digital Natives der Generation Z bilden eine mächtige Verbraucherkohorte, für die Erlebnisse sehr viel wichtiger sind als materielle Güter.³ Sie sind für die Hotellerie in diesem Jahrzehnt die ideale Zielgruppe. Digital Natives wollen persönlich begrüßt werden und während ihres Hotelaufenthalts unvergessliche und bereichernde Erfahrungen machen. Elegante und moderne Technologie kann für ein außergewöhnliches Hotelenerlebnis sorgen. Die in einer digitalen Welt aufgewachsenen Generationen der Millennials und der Generation Z erwarten reibungslose, personalisierte Erlebnisse – auch im Umgang mit Hoteltechnologie. Das wiederum ist eine Bereicherung für Hotel-Software, deren Weiterentwicklung reibungslose, personalisierte Erfahrungen für Gäste aller Altersgruppen zum Ziel hat. Es ist wichtig, diese für beide Seiten vorteilhafte Beziehung zwischen technologieorientierter Kultur und kulturorientierter Technologieentwicklung zu verstehen.

Moderne Gäste aus diesem Umfeld wollen, dass ihre Individualität gewürdigt wird und der personalisierte Service eine Selbstverständlichkeit ist. Wie alle Aspekte des Lebens der Millennials und der Generation Z werden auch ihre Konsummuster als Spiegelbild der eigenen Persönlichkeit wahrgenommen.⁴ Der Schlüssel zu einer effektiven Kommunikation mit den aktuellen und nachkommenden Generationen liegt darin, Technologien zu nutzen und strategisch einzusetzen, die Bewegungsfreiheit, mehr Kontrolle und Personalisierung ermöglichen.

Aufbau einer erfolgreichen, skalierbaren Technologieplattform

Für die Unterstützung eines modernen Hotelenerlebnisses sind verschiedene Technologien erforderlich:

- **Cloud-Umgebungen und SaaS:** Investitionen in Cloud-Computing-Umgebungen und „Software-as-a-Service“-Abonnementmodelle haben im letzten Jahr in den Budgets an Priorität gewonnen. 66 % der Hotels gaben an, dass sie SaaS-Modelle in Betracht ziehen, die Skalierungsmöglichkeiten für die Einführung neuer Technologien und veränderte Gästeerwartungen bieten, insbesondere im Hinblick auf die pandemiebedingten einschneidenden Veränderungen.⁵
- **Auf Mobilgeräte abgestimmte Integration:** Mobile Gästeerlebnisse eröffnen neue Gelegenheiten, um mit Gästen in Kontakt zu treten, wo auch immer sie sich gerade aufhalten.⁷ Dazu zählen bequeme Lösungen zur Kommunikation per SMS und sogar zum Öffnen von Türen mithilfe von mobilen Zimmerschlüsseln.
- **Erweiterte mobile Prozesse und Zahlungsunterstützung:** Mit der zunehmenden Bedeutung des kontaktlosen Bezahls aufgrund von Abstandsregelungen zur Minimierung des Risikos der Virusausbreitung hat die Popularität und die Nachfrage nach Mobilgeräte-basierten Optionen wie Google Pay™, Apple Pay® und anderen auf internationaler Ebene erheblich zugenommen.⁸ Dazu gehört auch das kontaktlose Ein- und Auschecken. Mobile Zahlungsvorgänge werden die neue Normalität im Hinblick auf Hotelenerlebnis und Gästeerwartungen auch über die aktuelle Situation hinaus weiterhin bestimmen. Der Aufbau einer Technologieplattform zur Unterstützung mobiler Transaktionen ist ein Schlüsselfaktor für den Erfolg, wenn die Branche in den 2020er Jahren neue Wege geht.

Hoteltechnologie fördert Kommunikation und Dialog

Über die folgenden Kanäle können Sie mit Hotelgästen in Kontakt treten:

- **SMS:** Verbessern Sie das Hotelerlebnis, indem Sie die Gäste mit Namen begrüßen, ihnen Nachrichten senden, um zu fragen, wie es ihnen bisher gefallen hat, und ihnen Empfehlungen für Restaurants und andere interessante Orte in der Nähe geben.
- **Chatbots:** Mithilfe von Chatbots gestalten Sie die Interaktion mit den Gästen auf Grundlage von Informationen über ihre früheren Besuche noch persönlicher.
- **Push-Benachrichtigungen:** Informieren Sie die Gäste darüber, wann ihre Zimmer fertig sind, oder erinnern Sie sie an Reservierungszeiten.

Diese Kommunikationskanäle fördern das personalisierte Hotelerlebnis. Die traditionelle Rezeption und ihre Mitarbeiter werden dabei zur virtuellen Ressource für das Hotel, die nicht mehr auf feste Standorte beschränkt ist. Die Gäste sind wiederum in der Lage, über ihre eigenen Geräte per Textnachricht oder über eine App mit den Hotel-Services zu interagieren, und zwar unabhängig davon, ob sie sich gerade im Hotel befinden oder unterwegs sind. Dank der Technologie bleiben die Gäste mit dem Hotel in Verbindung, erhalten aktuelle Informationen und haben alles unter Kontrolle.

Das breitere Kommunikationsspektrum ist auch nützlich, wenn es zu Problemen kommt, die sich auf die Qualität des Hotelaufenthalts auswirken. Das Hotel kann sofort darauf aufmerksam gemacht werden und erfährt nicht erst im Nachhinein in einer schlechten Bewertung davon, dass ein Problem nicht gelöst werden konnte. Durch den Einsatz von Technologie für die Kommunikation mit ihren Gästen können Hotels heute schneller die Initiative ergreifen.

Durch den Einsatz von Technologie für die Kommunikation mit ihren Gästen können Hotels heute schneller die Initiative ergreifen. Zusammen mit den Gästen kann das Hotelpersonal große und kleine Probleme lösen oder die kleinen, aber wichtigen Faktoren erkennen, die einen Hotelaufenthalt zu etwas Besonderem machen.

Zusammen mit den Gästen kann das Hotelpersonal große und kleine Probleme lösen oder die kleinen, aber wichtigen Faktoren erkennen, die einen Hotelaufenthalt zu etwas Besonderem machen.

Gute Kommunikation während des gesamten Aufenthalts steigert die Qualität und trägt wesentlich zum Storytelling für die Marke und die Gäste bei. Bessere Kommunikation mithilfe von Technologie erzeugt ein Gefühl des Vertrauens, das die Grundlage für alle nachhaltigen Bemühungen zum Markenaufbau und zur Gästebindung ist.

Empathie in einer technologieorientierten Zeit

Automatisierung, KI und selbstgesteuerte Prozesse prägen heute die Hotellerie. Umso wichtiger ist es, der persönlichen Betreuung als zentralem Aspekt der Branche die gebührende Bedeutung beizumessen. Sie spielt nach wie vor eine wesentliche Rolle für das Hotelerlebnis moderner Gäste.

Technologie-Infrastruktur und -Lösungen helfen den Hotelunternehmen, mehr über ihre Gäste zu erfahren und die Bedürfnisse der Gäste immer im Blick zu behalten. Dabei ist es wichtig, Empathie und den Einsatz von Technologie in Einklang zu bringen. Die Gäste wollen sich als Individuen willkommen fühlen und nicht auf Faktoren in einer algorithmischen Gleichung reduziert werden. Der persönliche Kontakt wird heute neu definiert, wenn es um großartigen Service geht. Zwar wollen die Gäste die Warteschlangen und distanzierten Interaktionen vermeiden, die häufig mit dem persönlichen Einchecken einhergehen. Gleichwohl muss das Hotelpersonal freundlich und für sie erreichbar sein, wenn sie Hilfe benötigen.

Bei technologischen Investitionen, die dieses Gefühl der Erreichbarkeit unterstützen, sollte die Wahl auf Hotel-Lösungen fallen, die den Mitarbeitern die Arbeit erleichtern, Stress reduzieren und sie beim Gästeservice unterstützen. Dann können sie weiterhin das tun, was die Hauptaufgabe aller Unternehmen in dieser Branche ist: gastfreundlich sein.

Technologie und Kultur verändern sich – der Auftrag bleibt der gleiche

Dass der Hotelservice jetzt personalisierter ist und die Gäste ihn verstärkt über mobile Geräte steuern können, ist nicht nur ein technologischer Trend. Es ist ein Zeichen dafür, wie die Technologie die Kultur verändert und umgekehrt.

Trotz der Veränderungen, die moderne Hotelaufenthalte in den 2020er Jahren und darüber hinaus ausmachen werden, bleiben einige grundlegende Fragen gleich. Was wollen die Gäste? Welche Prozesse sind für sie in verschiedenen kulturellen Zusammenhängen am sinnvollsten? Was macht bei einem technologiegestützten Prozess den Komfort aus? Wie können technologische Lösungen das Hotelpersonal in die Lage versetzen, ihre Aufgaben besser zu erledigen und dafür sorgen, dass sie mehr Freude an ihrer Arbeit zu haben?

Tools und Plattformen mögen sich ändern, aber die Kernaufgabe der Hotellerie nicht. Hotels, die sich weiterhin mit diesen wesentlichen Fragen befassen, werden sich jetzt und in Zukunft positiv und dauerhaft von anderen abheben.

¹ Seema Mody, „What to expect the next time you check in to a hotel“, CNBC, 7. Mai 2020.

² Brodd, Pernilla: „Why the Mobile Guest Journey is the Way Forward in the 'New Normal'“, HospitalityNet, 12. August 2021

³ Corris Little: „How Hoteliers Can win with Gen Z, Millennials“, Hotel Business, 26. Februar 2020.

⁴ Padfield, Eliot: „How the Hotel Industry Can Connect with Gen Z in the New Normal“, Forbes Magazine, 10. August 2021.

⁵ Escobar, Michal Christine: „Hilton Survey Finds Business Professionals are Keen to Travel“, Hospitality Technology, 30. September 2021

⁶ Jonathan Greig: „66% of hotels and hospitality enterprises considering SaaS models in COVID-19 response“, TechRepublic, 12. August 2020.

⁷ Varsha Kumari: „How Mobile Technology Is Changing the Hospitality Industry“, Qutech, 7. Juni 2020.

⁸ Infor: „Contactless Technology, Hospitality Services, and the Cloud“, Hospitality Net, 14. Juli 2020.

WEITERE INFORMATIONEN 

Folgen Sie uns:



Infor ist einer der weltweit führenden Anbieter von Business-Cloud-Software, die auf ausgewählte Branchen spezialisiert ist. Über 65.000 Unternehmen in mehr als 175 Ländern vertrauen auf die 17.000 Mitarbeiter von Infor, um ihre Geschäftsziele zu erreichen. Weitere Informationen finden sich unter www.infor.de.