SUPERIOR HOTEL

BRANCHENNEWS

Mehr Zeit für persönliche Beratung

Kristof Roemer / Foto: Guestline

Lange haben Hoteliers darauf gewartet, jetzt ist es endlich soweit: Der digitale Meldeschein wird ab 2020 Realität. Ein Gastbeitrag von Kristof Roemer, Managing Director Germany bei Guestline.

Die Vorteile des digitalen Meldescheins liegen auf der Hand: Gäste können ohne lange Wartezeiten einchecken und das Hotel spart sich Berge an Papier, die verwaltet und aufbewahrt werden müssen. Darüber freut sich nicht nur der Hotelier, sondern auch die Umwelt. Dennoch: Der digitale Meldeschein wirft auch Fragen auf. Was sind die Anforderungen des Gesetzgebers? Wie gelingt die technische Umsetzung? Und wie können Hoteliers weiterhin eine persönliche Beziehung zum Gast aufbauen, wenn der erste und wichtigste Kontaktpunkt ? der Check-In ? wegfällt?

Die Grundlage für die Umsetzung des digitalen Meldescheines ist das Bürokratieentlastungsgesetz III. Dieses sieht vor, dass künftig kein Gast mehr einen Meldeschein physisch unterschreiben muss. Statt einer Unterschrift kann das Meldeverfahren elektronisch vollzogen werden und zwar, indem die Identität des Gastes über eine Kreditkarte oder die elektronischen Funktionen seines Personalausweises erfasst wird. Hier muss allerdings die zur PSD2 gehörige SCA-Richtlinie (Starke Kundenauthentifizierung) beachtet werden. Das bedeutet eine Zwei-Faktor-Authentifizierung: Wenn ein Kunde online mit seiner Kreditkarte reserviert oder bucht, muss die Buchung auf zwei verschiedene Arten authentifiziert werden. Mögliche Faktoren sind hier neben Pin und Passwort etwa Dinge, die sich im Besitz des Gastes

befinden, sein Wissen und/oder Inhärenz.

Hohe Anforderungen an technische Umsetzung

Im Konkreten bedeutet dies für den Gast erstmal, dass er wie gewohnt bequem übers Internet sein Hotelzimmer buchen kann. Nach Buchung erhält er neben der Reservierungsbestätigung eine Mail, die zum online Check-in auffordert. Der Gast benötigt dann für die erforderliche Authentifizierung die zuvor erwähnten zwei ?starken? Faktoren. Das kann zum einen seine Kreditkarte (Besitz) und seine Pin (Wissen) sein. Alternativ aber auch sein Fingerabdruck (Inhärenz) und ein Personalausweis mit elektronischen Funktionen (Besitz). Zusätzlich besteht die Möglichkeit, dass der Gast einen Code per SMS (Wissen) erhält, der beim Check-in-Prozess abgefragt wird. Ist die Authentifizierung erfolgt, erhält der Gast eine Bestätigungsmail mit allen Details.

Hoteliers, die den Meldeschein digitalisieren möchten, brauchen daher eine Software, die die Zwei-Faktor-Authentifizierung ermöglicht und den Prozess des elektronischen Meldeverfahrens abbilden kann. Doch die Software muss auch sicher sein, da es sich um sehr sensible Informationen handelt. Dies gelingt, indem die vom Gast angegebenen Daten zunächst geprüft, verifiziert und anschließend in einen verschlüsselten Token umgewandelt werden. Erst dann sollten sie an die Hotels weitervermittelt werden ? ohne dass diese die eigentlichen Kreditkartendaten speichern müssen. So sind die Daten der Gäste vor Hackangriffen geschützt (denn Hacker könnten höchstens den verschlüsselten Token erbeuten) und der Hotelier ist trotzdem seiner Meldepflicht nachgekommen. An derlei Lösungen tüfteln derzeit Firmen wie Code2order, Betterspace und ChicoStay. Die Softwarelösungen zum digitalen Meldeschein können dann wie andere Services ganz normal an das PMS angebunden werden.

Ist das Meldeverfahren endlich elektronisch, kann der gesamte Check-in-Prozess digitalisiert werden. Gäste könnten sich dann nach erfolgter Online-Anmeldung mit einem in der Bestätigungsmail versendeten QR-Code im Hotel eine Schlüsselkarte vor Ort von einem Automaten ausgeben lassen. Auch könnten sie mittels QR-Code auf dem Smartphone direkt ihre Zimmertüren öffnen, sofern die dazu notwendige Technologie an den Türen angebracht ist. So oder so ? den persönlichen Support eines Hotelangestellten bräuchten Gäste beim Check-in nun eigentlich nicht mehr. Und dennoch sollten Hoteliers nach Wegen suchen, dem Gast einen persönlichen Empfang zu bereiten und eine gute Beziehung zu ihm aufbauen. Doch wie kann das gelingen?

Persönliche Beratung und Kontakt zum Gast wichtiger als je zuvor

Die Antwort ist ganz einfach: Indem Hoteliers die durch den automatisierten Check-in gewonnene Zeit dem Gast widmen. Denn die Rezeption als persönliche Anlaufstelle des Gasts wird nicht aussterben. Und das ist gut so. Im Gegenteil: Durch den automatisieren Check-in haben Hoteliers mehr Zeit, sich persönlich um die Anliegen der Gäste zu kümmern. Denn Digitalisierung hin oder her ? manchmal wünschen Gäste persönliche Beratung, etwa zu Spa-Angeboten oder Dingen, die sie in der Umgebung erleben können. Sie werden in Zukunft eine größere Rolle dabei spielen, Gäste zu binden.

Neben der Rezeption werden auch Restaurant und Bar zum wichtigen Begegnungsort. Hier kann der Hotelier in einen für beide Parteien unterhaltsamen Austausch gehen. Dazu muss er dem Gast nach dem Online-Check-in jedoch signalisieren, dass er auch offline für ihn da ist. Das gelingt zum Beispiel mit einer hinterlassenen Botschaft, dass das Hotel sich kümmert

und der Info, wo Hilfe und Auskünfte zu bekommen sind. Auch kleine Geschenke wie zum Beispiel Begrüßungsgeschenke oder besondere Angebote können dem Gast erste Anreize geben, den direkten Kontakt mit Hotelmitarbeitern zu suchen. Denn sie sind es doch, die den Aufenthalt für den Gast besonders machen und dazu beitragen, dass er wiederkommt. Außerdem gilt: Wer nicht auf den physischen Meldeschein verzichten möchte, etwa, weil seine Zielgruppe digital schlecht aufgestellt ist, der muss das nicht tun. Der digitale Meldeschein ist nämlich nicht verpflichtend, sondern lediglich ein Angebot, um den Bürokratieaufwand der Hotels zu reduzieren und mehr Zeit für Wichtigeres zu schaffen: den Gästen persönlich Wünsche zu erfüllen.

Über den Autor
Kristof Roemer ist Managing Director Germany bei Guestline. Zuvor besetzte er leitende Positionen im Vertrieb bei führenden Technologie- und Gastronomieunternehmen, darunter Sabre, TrustYou, Marriott, Hyatt und IHG. Roemer hat über 20 Jahre Erfahrung in der Tourismusbranche.

Über Guestline
Guestline bietet cloudbasierte, skalierbare Hospitality-Softwarelösungen fu?r das Property Management, den Vertrieb und das digitale Marketing. Betreiber von Hotels jeder Kategorie sowie professionelle Apartment-Betreiber (Serviced Apartments) können damit die Prozesse in ihren Unternehmen optimieren und ihre Auslastung und somit ihre Umsätze steigern. Das Produktportfolio von Guestline beinhaltet u.a. eine Property Management Software, Komponenten fu?r Konferenz- und Bankettbuchungen, Online-Buchungen und Bezahlvorgänge, einen Channel Manager fu?r den optimierten Vertrieb u?ber OTAs und andere Distributionskanäle sowie eine WebSuite fu?r den Direktvertrieb und digitales Marketing. Guestline wurde 1991 in Großbritannien gegru?ndet und zählt derzeit u?ber 2.500 Kunden in 25 Ländern.