

BRANCHENNEWS

Tech-Trends 2023 für die Hotellerie



Stefan Schlachter, Director of Sales Europe beim
Cloud-Hospitality-Lösungsanbieter Guestline / Foto: Guestline

Im Sommer 2022 erreichten die Beherbergungsbetriebe in Deutschland fast Vor-Corona-Niveau, dennoch schauen viele Hoteliers aktuell nicht gerade hoffnungsfroh auf das neue Jahr. Denn der Spagat zwischen der Aufrechterhaltung der betrieblichen Effizienz und der Vermittlung eines echten Erlebnisses von Gastfreundschaft in Zeiten von Personalmangel zehrt weiterhin an den Nerven. Dies ist nur ein Thema, bei dem Technologie Hoteliers unter die Arme greifen kann, aber es gibt noch mehr Tech-Trends, die es für 2023 im Blick zu behalten gilt.

Welche, das weiß Stefan Schlachter, Director of Sales Europe beim Cloud-Hospitality-Lösungsanbieter Guestline:

„Mit der aktuell angespannten Personalsituation in vielen Betrieben steht 2023 für viele Betriebe unter dem KISS-Prinzip – „Keep it simple, stupid“. Es geht um einfach aufzusetzende und zu betreibende Lösungen für den Hotellalltag. Viele solcher Systeme, die gleichzeitig das Personal entlasten, haben in den letzten beiden Jahren bereits ihre Marktreife erreicht und werden 2023 immer mehr zum Standard werden. Das sind zum Beispiel alternative Check-In-Prozesse, vom digitalen Meldeschein über individuelle Self-Check-Ins oder Tablets – der Weg geht klar weg vom Front Desk hin zu digitaleren Lösungen. Gleiches gilt für den Bereich remote Arbeitsplätze und Telearbeit.“

„Was es braucht, ist Akzeptanz und vor allem ein homogenes Verhältnis zwischen High-Tech und High-Touch im Team. Jede neue Lösung, jedes Upgrade, jeder neue Prozess braucht die Zustimmung der Belegschaft. Sollen Team und Tech harmonieren, ist ein

Gespräch mit den Teammitgliedern von entscheidender Bedeutung. Angestellte, die im täglichen Gästekontakt sind, haben oft ein Gespür dafür, wo die Lücken liegen und welche Tools sie benötigen, um sowohl die eigene Arbeit als auch den Aufwand der Gäste effizient zu gestalten. Homeoffice auch in Hotelberieben und outgesourcte Abteilungen, etwa im Bereich Reservierungen, werden mehr und mehr zur Regel. Mit der Folge, dass auch die Anforderungen an das Property Management System steigen, diesen Wandel in der Arbeitsrealität abzubilden.?

?Auch Bots und künstliche Intelligenz werden 2023 immer weiter Einzug auch in die Hotellerie halten. Roboter als künstliches Lobbypersonal? Kein ganz neues Prinzip. Aber sicher eines, von dem wir mehr hören werden. Im ersten Schritt ? keep it simple, stupid ? wird es sich aber eher um Chatbots handeln, die E-Mails, Text-Nachrichten oder WhatsApp beantworten, oder Inhalte filtern und an den richtigen Empfänger weiterleiten. Aber auch Webseiten- und Marketinginhalte werden in der Hotellerie zunehmend mit KI-Unterstützung befüllt.?

?Neben diesen Hands-on-Schwerpunktthemen gilt es natürlich auch, den Bogen etwas weiter zu spannen. Nicht nur die aktuelle Energiekrise, sondern auch die Klimasensibilität der Gäste wird dazu führen, dass wir gewisse Praktiken der Vergangenheit überdenken werden müssen, etwa dauerlaufende Klimaanlage im Hotelzimmer oder Verfügbarkeit von e-Ladestationen am Hotel. Und dann gilt es noch im Blick zu halten was Meta und Twitter in den nächsten Monaten so vorhaben. Mark Zuckerberg weiß vielleicht selber noch nicht so ganz, wo er mit dem Metaverse hin will, aber NFTs und Metaversum sind sicherlich Themen, die jeder moderne Hotelmanager oder jede moderne Hotelmanagerin auch auf dem Schirm haben sollte. Und wenn Elon Musk Twitter wirklich zur ?Super-App? ausbaut, dem digitalen Schweizer Taschenmesser nach Vorbild von WeChat, dann entstehen hier völlig neue Kommunikations- und Vertriebswege, die wir auf dem Schirm haben sollten. Es bleibt also spannend.?