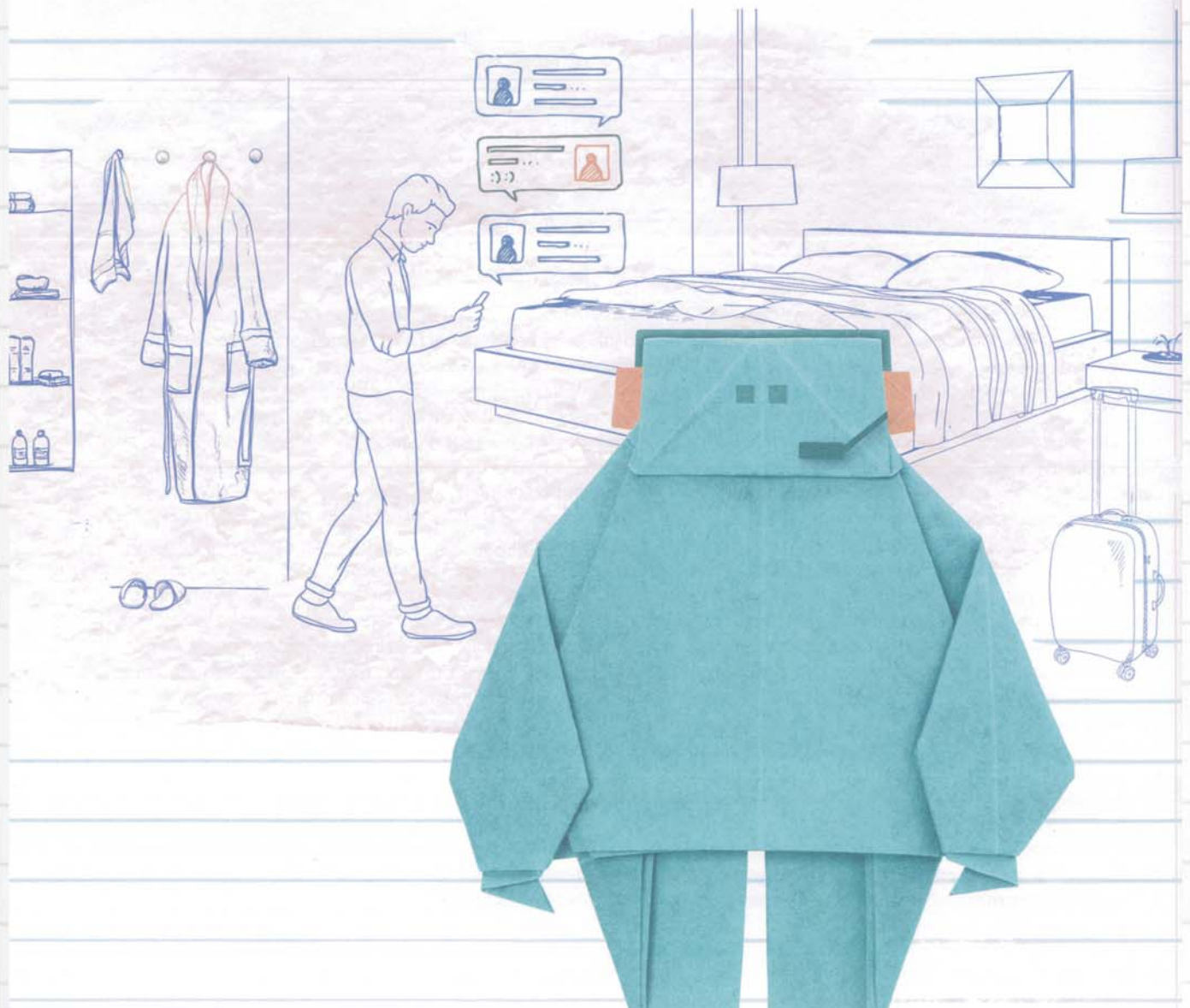


TEXT Jürgen Baltes

# Bitte **recht einfach!**

Geschäftsreisende lieben Effizienz: einfache Prozesse, die ihnen das Leben und das Arbeiten unterwegs erleichtern. Die Hotellerie kann hierzu einiges beitragen - und dabei auch ganz nebenbei selbst effizienter werden. Neue Technologien machen's möglich.



In der Nähe von Nagasaki, im Freizeitpark Huis Ten Bosch, hat vor knapp drei Jahren das »effizienteste Hotel der Welt« eröffnet. Nach einem Mitarbeiter kann man im Henn na Hotel lange suchen: Es gibt keinen. Zumindest keinen menschlichen. Einchecken am Frontdesk, Koffer tragen oder Zimmer reinigen – das alles erledigen mehr oder weniger humanoide Roboter. Die Zimmertür öffnet sich mittels Gesichtserkennung, auch alles andere ist digitalisiert. Willkommen in der Zukunft!

Und die hat auch andernorts bereits Einzug gehalten: In amerikanischen A-Loft-Hotels unterstützt bereits seit 2014 der Roboter Botlr den Roomservice, im Residence Inn Los Angeles ist es Wally. Im Hilton McLean in Virginia hilft der Roboter-Concierge Connie Gästen bei Fragen, im Motel One München ist es der IBM-Roboter Sepp. Mit viel Engagement arbeiten derzeit Roboterfirmen daran, ihren digitalen Nachwuchs zu lehren, Aufzug zu fahren und höflich zu Gästen zu sein.

Für Andreas Romani, Experte des Münchener Beratungsunternehmens Ideas4Hotels, sind dies – Spielereien. »Das ist toll für Instagram«, sagt der Berater. Einen wirklichen Nutzen für die Gäste oder eine Entlastung der Hotelmitarbeiter sehe er – zumindest aus heutiger Sicht – nicht.

#### »Den Entwicklungen der Airlines hinkt die Hotellerie immer zehn Jahre hinterher«

»Da gibt es andere Entwicklungen, die beiden Seiten das Leben wirklich erleichtern«, sagt Romani. Etwa der digitale Check-in und Check-out. Da reiche ein Blick hinüber zu den Airlines, denen die Hotellerie immer zehn Jahre hinterherhinkt. »Passagiere checken dort ganz selbstverständlich selbst ein, bekommen die Bordkarte aufs Handy und nehmen so den Flughafenmitarbeitern die Arbeit ab«, sagt Romani. »Jeder versteht es, niemand regt sich darüber auf.«

Auch diejenigen Hotels, die bereits digitalen und schlüssellosen Check-in böten, machten damit durchweg gute Erfahrungen, weiß der Berater. Vor allem beim Check-out zeige sich der Vorteil: »Wer zum Geschäftsstermin muss und hinter einer 20-köpfigen Reisegruppe ansteht, verliert schnell mal die Nerven.« Aber auch andere effizienzsteigernde Features erweisen sich oft als Entlastung. Der vorausgefüllte Meldeschein etwa, der nur noch unterschrieben wird (vergleiche Seite 13).

## »Es ist gar nicht so wichtig, ob ein Computer oder ein Mitarbeiter mit den Gästen kommuniziert.«

#### »Geschäftsreisende wollen es schnell und einfach, beim Payment etwa«

Oder die Onlinerechnung, die der Reisende bei Abreise nur noch per Klick bestätigt und dann gleich virtuell in seine Reisekostenabrechnung schiebt. »Das Thema Onlinebezahlung haben viele Hoteliers noch gar nicht auf dem Schirm«, weiß Romani. Dabei schlummere hier auch für sie selbst viel Potenzial, nicht zuletzt durch neue virtuelle Bezahlwege.

Umgesetzt werden derlei Innovationen bislang vor allem von jungen, kreativen Hotelketten und großen Ketten in selektiven Märkten. Best Western etwa hat in den USA 2017 die »Mobile Guest Engagement Platform« gestartet, die demnächst auch in fünf deutschen Häusern pilotiert werden soll. Darüber erhalten Best Western-Gäste zum Beispiel eine digitale Gästemappe, können Extras buchen, einem Mitarbeiter schreiben oder ein Taxi bestellen. Der Check-in-Prozess ist da nur ein Teil des Ganzen.

#### Zukunftstrend Nr. 1: Die digitale Interaktion mit dem Gast

Solch digitale Interaktion mit dem Gast ist für Andreas Romani der wichtigste Zukunftstrend. Immer öfter griffen Menschen nicht mehr zum Telefon, sondern bevorzugten die asynchrone Kommunikation. Und so müssten auch Hoteliers ihre Gäste genau hier abholen. »Messenger werden der Renner sein«, ist Romani überzeugt, es sei schlichtweg »charmant, mit einem Mitarbeiter chatten zu können«.

Die Entwickler des Henn na Hotels haben dies dem Chatbot

Andreas Romani,  
Ideas4Hotels:  
Roboter?  
Spielerei! Digitale  
Services? Echte  
Erleichterung!







Jennifer Schönau, Ameron Hotel Speicherstadt: Chatbots zur Entlastung der Mitarbeiter

Dinosaur übertragen. Dem Cartoon-saurier wurden zuvor typische Fragen und Antworten einprogrammiert. Dinosaur steht nicht allein: In den Londoner Edwardian Hotels, Betreiber von mehreren Radisson Blu, steht der digitale Assistent Edward den Gästen zur Seite, im Hamburger Ameron Hotel Speicherstadt ist es James.

»Ein Chatbot ist für uns sehr interessant«, sagt Jennifer Schönau, General Managerin des Ameron, »da er unsere Mitarbeiter entlasten und den Gästen einen zusätzlichen Service bieten kann.« James, seit einem Jahr im Dienst, ist über die Website und den Facebook-Messenger erreichbar und weiß bislang auf rund hundert Fragen die Antworten, etwa »Was kostet ein Hund?«, »Wie teuer ist das Frühstück?« oder »Wo kann ich parken?«. Weiß James nicht weiter, ploppt die Frage am Frontdesk auf, wo ein Mitarbeiter die Antwort eingibt. So soll der digitale Helfer stetig dazulernen.

#### Das nächste große Ding: Sprachassistenten

Für Romani ist es »gar nicht so wichtig, ob ein Computer oder Mitarbeiter mit den Gästen kommuniziert«. Wichtig sei vielmehr, dass es »tatsächlich auf dem Kanal passiert, auf dem die Gäste unterwegs sind«. Manche Ketten stellten Mitarbeiter einzig zum Chatten mit Gästen ab. Bei Marriott etwa lässt sich über die App kommunizieren, bei Starwood per Whatsapp, Hyatt nutzt den Facebook-Messenger als Servicekanal.

Doch schon bahnt sich die nächste Evolutionsstufe an, die digitalen Sprachassistenten. Ihnen sagen Marktforscher eine große Zukunft voraus, zu Hause – und möglicherweise im Hotel. Junge Unternehmen wie Roompad installieren Alexa bereits in ersten Häusern hierzulande. Experte Romani ist skeptisch. Vor allem für Geschäftsreisende sieht er Datenschutzprobleme. Alexa im Zimmer könne da sogar zum K.-o.-Kriterium werden.

Hotelmanagerin Schönau – die bislang übrigens keine wirkliche Entlastung durch James spürt – findet: »Wer ein Hotel aufsucht, vor allem in einer höheren Kategorie, möchte

den persönlichen Kontakt.« Jede technische Entwicklung müsse sich hier geschickt einordnen. So sieht es auch Berater Romani. »Die Realität sind ja nicht japanische Hightech-Hotels, sondern mittelständische Privathotels, die oft noch mit einem stabilen WLAN kämpfen. Wenn ich dann per Whatsapp kommuniziere, die Antwort aber vier Stunden später sende, ist das eher kontraproduktiv.« Für Jennifer Schönau funktionierte in einer »idealen« Welt »ein Service, so persönlich wie möglich, unterstützt durch alle Nützlichkeiten der Technik«. ■

### Diese Trends erleichtern Gästen und Mitarbeitern das Hotelleben

- 1. Check-in und Check-out selbst machen**  
– meist über das eigene Smartphone, das im Idealfall auch für den Zugang zum Zimmer sorgt.
- 2. Bezahlprozess vereinfachen:** Innovative Bezahlssysteme können den Payment-Prozess für Hotel und Business-Gast erheblich vereinfachen. Dazu gehören etwa das Mobile Payment und neue Zahlungsmittel wie virtuelle Firmenkreditkarten. HRS arbeitet hier unter anderem mit den Kreditkartenanbietern AirPlus und American Express zusammen.
- 3. Messenger:** Austausch zwischen Gästen und Mitarbeitern nicht mehr persönlich oder über Telefon, sondern asynchron über Text- oder Sprachnachrichten.
- 4. Chatbots:** Lernende digitale Systeme beantworten Standardfragen schnell und zuverlässig, nehmen Wünsche entgegen und entlasten so die Mitarbeiter.
- 5. Roboter:** Roboter-Concierges und Servicroboter beantworten Gästefragen und übernehmen Dienstleistungen, etwa den Roomservice. Die Entwicklung steht noch am Anfang, wird aber stark vorangetrieben.
- 6. Sprachassistenten:** Die Kommunikation wird sich laut Marktforschern teilweise vom Smartphone auf Alexa und Co. verlagern. Die Anwendung im Hotel wird aus Datenschutzgründen skeptisch gesehen.

