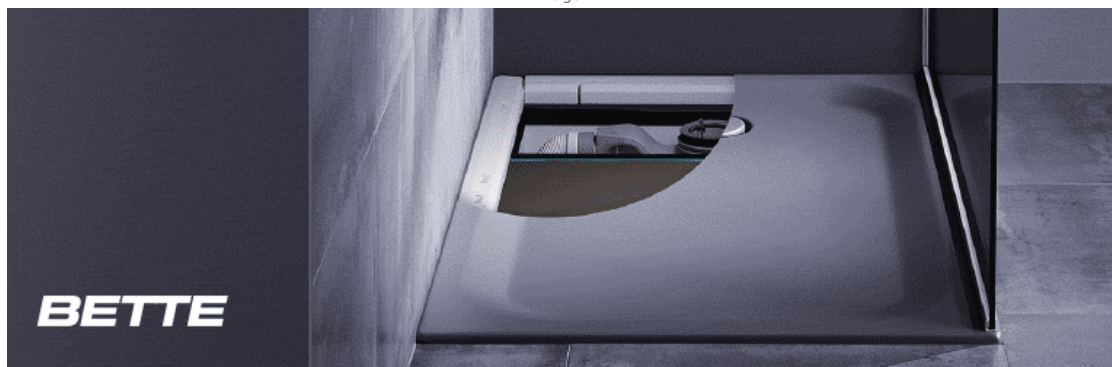


Anzeige



Studie "Die Digitalisierung ist voll in der Hotellerie angekommen"

12. Juni 2019



Digitalisierung (Bild: Shutterstock)

Das deutsche Gastgewerbe arbeitet kontinuierlich an seiner Digitalisierung – mit Erfolg, wie eine aktuelle Studie belegt. Als nächste Evolutionsstufe sind maßgeschneiderte Lösungen zur Entlastung der Mitarbeiter gefragt.

Zum dritten Mal veröffentlicht Roland Berger, der Hotelverband Deutschland und die Österreichische Hotelierversammlung (ÖHV) eine länderübergreifende Benchmarkstudie zum Digitalisierungsstand der Branche. „Die Ergebnisse ‚Hotellerie 4.1‘ zeigen klar, dass die Digitalisierung voll in der Hotellerie angekommen ist, und das nicht nur seit gestern. Die Hotelmanager haben ein Gespür für die Tragweite der laufenden Entwicklungen ausgebildet und wissen, dass sie nicht ins Hintertreffen geraten dürfen“, fasst Studienautor Dr. Vladimir Preveden, Partner bei Roland Berger, die Ergebnisse zusammen. Weitgehend unbestritten sehen die knapp 600 befragten Hoteliers aus Deutschland und Österreich die tiefgreifenden Folgen und bewerten die Auswirkungen des Megatrends auf die Branche und den eigenen Betrieb als sehr wichtig oder wichtig. „Eine Start-up-Mentalität und der damit verbundene offene und agile Zugang zum Thema Technologie halten Einzug in die Branche: Knapp jeder zweite Hotelier sieht sich bei der Umsetzung neuer digitaler Trends vorne mit dabei. Wer rastet, rostet in dem Fall nicht nur, sondern läuft Gefahr auf der Strecke zu bleiben“, unterstreicht IHA-Hauptgeschäftsführer Markus Luthé und verweist auf zahlreiche verbandliche Informationsangebote, wie **beispielsweise den Innovation Summit der vergangenen Woche im Rahmen des IHA-Hotelkongresses in Böblingen.**

Selbsterkenntnis: Bedarf an Know-how steigt rasant

Voraussetzung dafür ist nach Ansicht von Dr. Markus Gratzner, Generalsekretär der ÖHV, vor allem das Wissen um die Möglichkeiten und deren Einsatz im Betrieb. Dabei geht es vor allem um einfache operative Anwendbarkeit der Lösungen. Das spiegelt sich in den Ergebnissen der Befragung wider: Um auf dem Feld noch fitter zu werden, benötigen die Unternehmen mehr digitalen Support von außen (Deutschland (DE): 71 Prozent / Österreich (AT): 78 Prozent) und gleichzeitig mehr Know-how im Betrieb (DE : 60 Prozent / AT: 73 Prozent): „Genau hier setzen wir an. Die Hotellerie schätzt uns als Wissensprovider. An unserem ÖHV-Campus bekommen die Hotels jene Tools in die Hand, mit denen sie im Online-Match um den Gast als Sieger vom Platz gehen“, betont Gratzner mit Verweis auf die Weiterbildungs- und Partnerprogramme beider Vereine. Gefordert in dem Zusammenhang: eine zeitgemäße Ausbildung für die Fachkräfte von morgen. „Die Schulen müssen dem Nachwuchs die Tools von morgen beibringen mit Lerninhalten, die laufend evaluiert und mit Inputs aus der Praxis angereichert werden“, so die Interessenvertreter unisono.

Nächste Innovationsstufe der Digitalisierung erreicht

Als Top-Chancen sehen die Betriebe nach wie vor, neue Gäste zu gewinnen (DE: 80 Prozent / AT: 85 Prozent) und die Auslastung zu steigern (DE: 75 Prozent / AT: 72 Prozent). Als interessanter bewertet Preveden die Nennungen hinter den Spitzenplätzen: mehr Effizienz, maßgeschneiderte Lösungen, Entlastung der Mitarbeiter: „Das ist die nächste Phase der Digitalisierung! Immer mehr Unternehmen erkennen und nutzen diese digitalen Anwendungen zur innerbetrieblichen Optimierung von Abläufen und Prozessen.“ Gleichzeitig werden die Herausforderungen bewusster wahrgenommen. Mit den neuen Möglichkeiten steigen Wettbewerbsdruck, Komplexität und Anforderungen an die Datensicherheit. Luft nach oben ortet der Experte noch mit Blick auf die Customer Journey. Während der Gast an einigen Touchpoints, wie der Buchung oder Hotelsuche, bereits digital gut abgeholt wird, sieht Preveden speziell noch während des Aufenthaltes und bei der Buchung von Zusatzangeboten Potential.

Vor dem Durchbruch: Mitarbeiterkommunikation und App-basiertes Lernen

„Online buchbare Zimmer, eine responsive Website und die aktive Betreuung von Facebook und Instagram sind schon lange nicht mehr Kür, sondern Pflicht“, führt Gratzner weiter aus. Wenig Durchdringung attestiert die Studie momentan noch Chatbots und Sprachassistenten wie Siri, Alexa und Co., was sich in den nächsten Jahren deutlich ändern wird, ist Gratzner überzeugt: „Die Zukunft gehört der der automatisierten Kommunikation und der Sprachsteuerung, sofern sie die ihr immanenten und für ein Hotelzimmer besonderen Datenschutzprobleme in den Griff bekommt. Das wird sich bei der nächsten Neuauflage der Studie zeigen.“ Auch hinter den Kulissen hält die Digitalisierung immer mehr Einzug. „Suchmaschinenoptimierung und Revenue Management sind aus dem Hotelalltag nicht mehr wegzudenken, aber auch die Mitarbeiterkommunikation wird immer digitaler“, zeigt Luthe auf. Laut Studie möchten die Betriebe intern vor allem in Lösungen zur mobilen Weiterbildung und Tools für Teamkommunikation in den nächsten Jahren investieren.

Download der Ergebnisse: [Deutschland](#) und [Österreich](#)

Diesen Beitrag teilen

[teilen](#)[twittern](#)[merken](#)[E-Mail](#)

FOLGEN SIE UNS AUF INSTAGRAM

[@TOPHOTEL_MAGAZIN](#)

