

CHECK IN DIGITALE ZUKUNFT

Der hotelnext.io Praxisguide

Die Digitalisierung
ist wie eine Welle.
Entweder du reitest auf ihr
oder sie wird dich
überrollen.

INHALTS VERZEICHNIS

01 TECH IM HOTEL

Bedeutung der Digitalisierung

Übersicht Tech Stack

Experten vs. All-in-One

Interview: Vom Bedarf zur passenden Lösung

Suche und Auswahl der Anbieter

02 DEEP DIVE

Die Hotelsoftware

Die Digitale Gästereise

Direktbuchung & Channel Management

Revenue Management

Intelligente Zutrittskontrolle

Die passende Hotelsoftware finden

03 WAS NOCH ZÄHLT

Funktionierende Schnittstellen

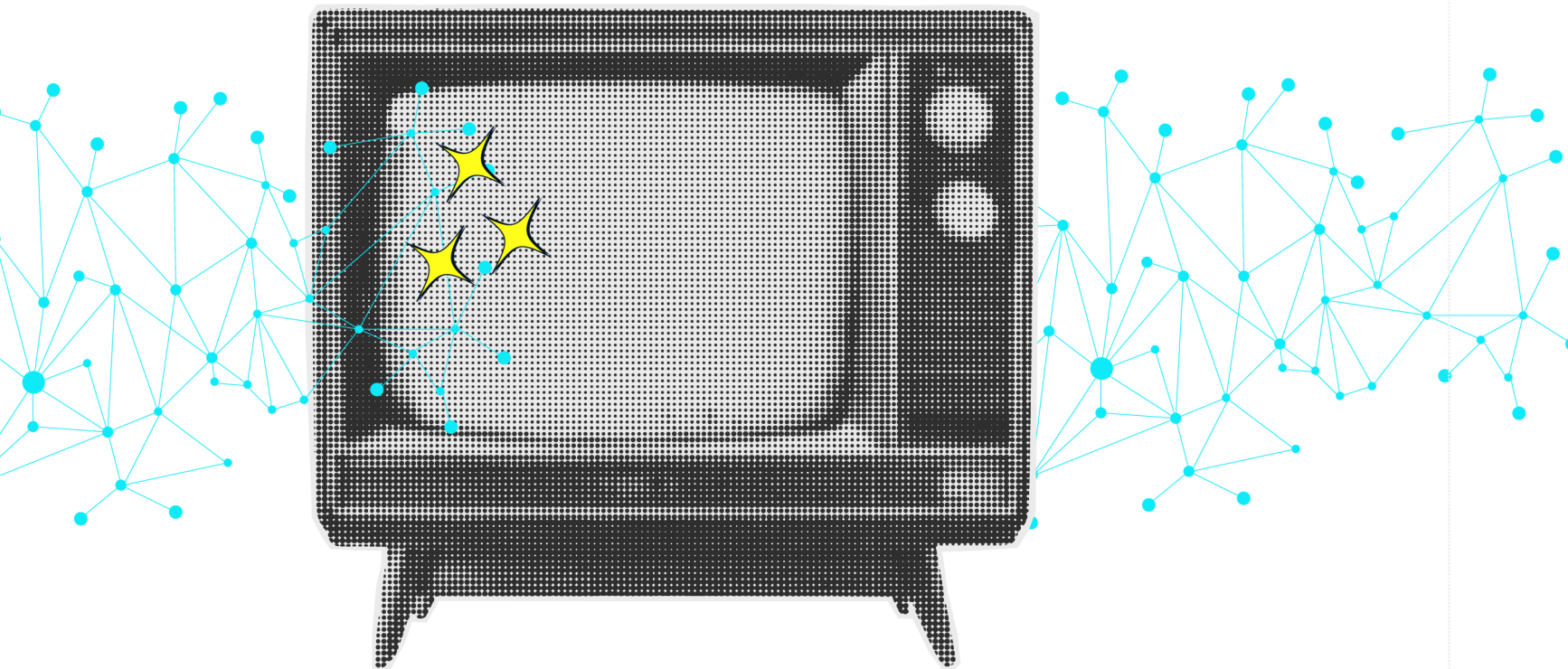
Interview: Service ist kein Extra, sondern die Basis

hotelnext.io

01

TECH
IM HOTEL

BEDEUTUNG DER **DIGITAL** ISIERUNG



**DIGITALISIERUNG IN DER HOTELLERIE:
EIN MUSS, KEIN NICE-TO-HAVE**

Die Digitalisierung ist heute nicht länger ein optionales Upgrade im Hotelbetrieb – sie ist strategisch zwingend notwendig. Gerade in der Hotellerie zeigt sich: Wer seine Gäste binden, im Wettbewerb bestehen und effizient wirtschaften will, kommt an digitalen Lösungen nicht vorbei.

01 GÄSTEERWARTUNGEN AN TECHNOLOGIE UND DIGITALISIERUNG AUF REISEN

Die Art zu reisen hat sich verändert. Gäste sind heute digital geprägt – und sie erwarten, dass sich diese Realität auch im Hotel widerspiegelt. Ob online buchbare Zusatzleistungen, digitale Kommunikation vor der Anreise oder mobile Schlüssel: Komfort beginnt für viele Gäste nicht mehr an der Rezeption, sondern bereits mit dem ersten Klick.

Ein modernes Hotel bietet seinen Gästen die Möglichkeit, ihren Aufenthalt so selbstbestimmt wie möglich zu gestalten – schnell, transparent und flexibel. Wer umständliche Papierprozesse oder Wartezeiten beim Check-in in Kauf nimmt, riskiert Frustration und das Gefühl, nicht zeitgemäß zu handeln.

Digitale Services ermöglichen es Gästen, ihre Reise ihren eigenen Bedürfnissen anzupassen: ob bei spontanen Änderungen der Anreisezeit, individuellen Zimmerwünschen oder einer kontaktlosen Abwicklung von Prozessen. Sie wünschen sich Kontrolle über ihre Zeit – und erwarten, dass Hotels ihnen genau das ermöglichen.

02 POSITIONIERUNG ALS MODERNER GASTGEBER

Hotels, die heute als innovativ und zukunftsorientiert wahrgenommen werden wollen, müssen mehr bieten als eine schöne Lobby. Die Erwartungshaltung vieler Gäste umfasst einen reibungslosen digitalen Service, der nahtlos mit der persönlichen Betreuung vor Ort zusammenspielt.

Wer moderne digitale Tools einsetzt, signalisiert nicht nur technologische Offenheit, sondern auch einen klaren Fokus auf Servicequalität. Ein personalisierter Aufenthalt, intelligente Zimmerfunktionen oder dynamische Kommunikation vor und während des Aufenthalts zeigen: Dieses Haus nimmt seine Gäste ernst – und denkt mit.

Dabei geht es nicht um Technik um der Technik willen. Es geht um Relevanz: Was macht den Aufenthalt angenehmer? Was vereinfacht Abläufe – für den Gast und das Hotelteam? Und wie lassen sich vorhandene Systeme so einsetzen, dass sie echte Mehrwerte schaffen, anstatt Prozesse zu verkomplizieren?

Digitale Technologien helfen dabei, Standards neu zu definieren: Mehr Komfort, höhere Flexibilität, bessere Anpassung an individuelle Gästewünsche – all das stärkt die Marke als Gastgeber mit Anspruch.

03 MEHR ZEIT FÜR DAS WESENTLICHE

Hinter jedem erfolgreichen Hotel stehen Menschen, die mit Leidenschaft und Einsatz arbeiten. Doch der operative Alltag ist oft geprägt von Hektik, manuellen Abläufen und wiederkehrenden Aufgaben, die Zeit kosten – Zeit, die anderswo besser investiert wäre.

Digitale Prozesse schaffen hier entscheidenden Freiraum: Automatisierte Check-in-Prozesse, digitalisierte Gästemappen, zentralisierte Kommunikationskanäle oder cloudbasierte Verwaltungssoftware sorgen dafür, dass Routinen schneller und zuverlässiger ablaufen. Das Ergebnis: Weniger Stress, weniger Fehler, mehr Fokus auf das Wesentliche.

Diese gewonnene Zeit lässt sich vielseitig nutzen – für eine persönlichere Gästebetreuung, für strategische Weiterentwicklung oder schlicht für mehr Ausgeglichenheit im Team. Denn ein digital unterstützter Arbeitsalltag entlastet nicht nur die Hoteliere, sondern steigert auch die Mitarbeiterzufriedenheit. Digitalisierung bedeutet also nicht nur technologische Veränderung, sondern eine neue Art zu arbeiten – effizienter, entspannter und gleichzeitig näher am Gast.

FAZIT.

01 DIGITALISIERUNG IST HEUTE UNVERZICHTBAR

Gäste erwarten digitale Steuerung und personalisierte Erlebnisse – Hotels, die hier nicht liefern, verlieren an Relevanz.

02 DIGITALE TECHNOLOGIEN SIND STRATEGISCH WERTVOLL

Cloud, Plattformintegration und Personalisierung sind keine Spielereien, sondern Wachstumstreiber und Wettbewerbsvorteile.

03 DIGITALISIERUNG ENTLASTET UND VERSCHAFFT RAUM

Für mehr Servicequalität, Gästebindung oder einfach mehr Lebensqualität im Hotelbetrieb



UND DU?

WELCHE DIGITALEN ERWARTUNGEN HABEN DEINE GÄSTE – UND WIE GUT ERFÜLLST DU SIE HEUTE SCHON?

AN WELCHEN STELLEN KANNST DU DURCH AUTOMATISIERUNG ZEIT ZURÜCKGEWINNEN?

WIE MÖCHTEST DU DICH ALS GASTGEBER KÜNFTIG POSITIONIEREN – UND WELCHE ROLLE KANN TECHNOLOGIE DABEI SPIELEN?

ÜBERSICHT TECH STACK

DIGITALE HELFER MIT SYSTEM: DER TECH STACK IM HOTELBETRIEB

In kaum einer Branche ist der Anspruch an Service, Effizienz und persönliche Note so hoch wie in der Hotellerie. Gleichzeitig bedeutet genau das: Prozesse müssen reibungslos funktionieren – vor, während und nach dem Aufenthalt der Gäste. Hier kommt der Tech Stack ins Spiel: eine Kombination digitaler Werkzeuge, die Hotels helfen, ihre Abläufe zu optimieren, die Gästezufriedenheit zu steigern und Ressourcen sinnvoller einzusetzen.

Doch was genau gehört zu einem solchen Tech Stack?

Und welche manuellen Aufgaben lassen sich in der Praxis digitalisieren, ohne dass die persönliche Handschrift verloren geht?

Die Möglichkeiten der Digitalisierung reichen heute weit über klassische Hotelsoftware hinaus. Ein durchdachter Tech Stack deckt unterschiedliche Bereiche ab:

HOTELSOFTWARE

Die Hotelsoftware ist das Herzstück eines digitalen Hotels. Hier laufen alle folgenden Prozesse zusammen, reibungslos, sicher und stets verfügbar. Eingebundene Payment-Prozesse bringen Digitalisierung auf ein neues Level.

BUCHUNG UND VERFÜGBARKEIT

Channel-Management-Systeme und Buchungsmaschinen sorgen für einen automatisierten Überblick über Belegungen, Preise und Kanäle – manuelle Kalenderpflege war gestern.

CHECK-IN/CHECK-OUT

Digitale Gästereisen ermöglichen kontaktlose Abläufe – ob Self-Check-in, Mobile Key oder Online-Bezahlung. Das entlastet das Rezeptionsteam und reduziert Wartezeiten.

KOMMUNIKATION

Automatisierte, personalisierte Nachrichten begleiten den Aufenthalt – von der Buchungsbestätigung über den Feedback-Link bis zum digitalen Concierge.

HOUSEKEEPING & INSTANDHALTUNG

Aufgaben können zentral verwaltet, zugewiesen und in Echtzeit aktualisiert werden – so spart das Team Zeit und Abstimmungsaufwand.

REVENUE- & YIELD-MANAGEMENT

Intelligente Tools helfen bei der dynamischen Preisgestaltung, analysieren Nachfrage und unterstützen die strategische Positionierung des Hauses.

VERWALTUNG & BACKOFFICE

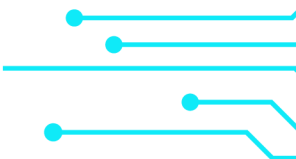
Schnittstellen zu Buchhaltung, Zahlungsdienstleistern und Personalplanung erleichtern administrative Tätigkeiten und minimieren Fehler.

ZUTRITT & SICHERHEIT

Moderne Schließsysteme ermöglichen eine nahtlose Anbindung an PMS und Check-in-Prozesse. Gäste erhalten digitale Schlüssel per App oder Code, während das Hotel jederzeit den Überblick über Zutrittsrechte behält – sicher, effizient und komfortabel.

MARKETING

Intelligente Marketing-Tools unterstützen Hotels dabei, ihre Reichweite online zu steigern. Automatisierte Kampagnen, gezielte Suchmaschinenoptimierung und der Einsatz von KI für Content und Anzeigen sorgen dafür, dass potenzielle Gäste bereits beim Erstkontakt das Hotel finden – und zwar dort, wo sie suchen.



● EIN TECH STACK IST KEIN PRODUKT SONDERN EIN SYSTEM

Wichtig zu verstehen: Der Tech Stack ist kein einzelnes Programm, sondern eine Kombination von Lösungen, die wie Zahnräder ineinandergreifen. Je nach Hoteltyp, Größe und Zielgruppe variieren die Anforderungen, dementsprechend sollte der Tech Stack modular aufgebaut sein.

Während All-in-One-Plattformen häufig mit Einfachheit werben, bieten spezialisierte Anbieter oft den entscheidenden Vorteil: Sie sind auf ihr jeweiliges Fachgebiet fokussiert, entwickeln ihre Lösungen laufend weiter und ermöglichen tiefere Funktionen in ihrem Bereich. Zudem lassen sich einzelne Systeme gezielt ersetzen oder erweitern – ohne das ganze Setup zu gefährden

SCHRITTWEISE DIGITALISIEREN, NICHT ÜBERFORDERN

Ein häufiger Fehler: Alles auf einmal digitalisieren zu wollen.

Dabei lohnt sich ein strategischer Blick: Wo entstehen im Alltag die größten Reibungsverluste? Welche Aufgaben kosten besonders viel Zeit oder führen regelmäßig zu Fehlern?

Die Antworten darauf zeigen, wo sich Digitalisierung besonders lohnt. Oft beginnen Hotels mit einem digitalen Check-in oder einem neuen PMS und erweitern dann schrittweise. Entscheidende Kriterien bei der Auswahl: **Offene Schnittstellen**, transparente Kostenmodelle, zuverlässiger Support und die Möglichkeit, flexibel zu skalieren.

DIGITALISIERUNG SCHAFFT ZEIT FÜR DAS WESENTLICHE

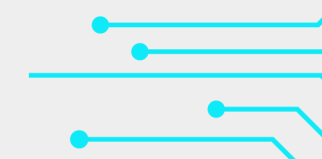
Der zentrale Nutzen eines funktionierenden Tech Stacks liegt nicht in der Technik selbst, sondern in dem, was sie ermöglicht: mehr Zeit für persönliche Gastfreundschaft, weniger Aufwand in der Administration, höhere Planbarkeit im operativen Geschäft. Gut integrierte Systeme unterstützen das Team dabei, sich auf das zu konzentrieren, was den Aufenthalt für Gäste besonders macht.

UND DEIN TECH STACK?

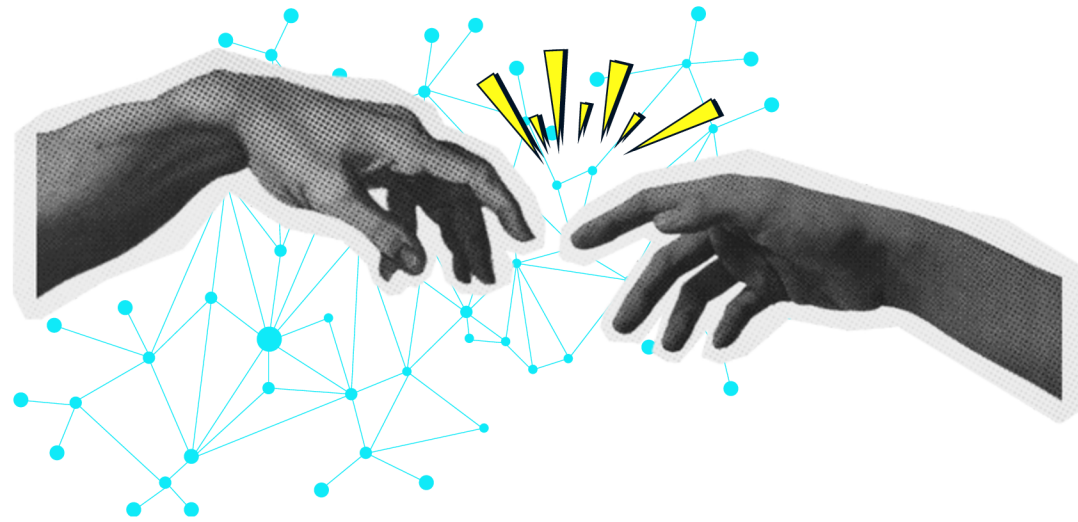
WO IM BETRIEB ENTSTEHT
HEUTE DER GRÖSSTE
MANUELLE AUFWAND?

WELCHE SYSTEME NUTZT DU
BEREITS UND WIE GUT
SPRECHEN SIE
MITEINANDER?

WAS WÄRE DER NÄCHSTE
SINNVOLLE
DIGITALISIERUNGSSCHRITT,
UM DEIN TEAM ZU
ENTLASTEN?



EXPERTEN VS. ALL-IN-ONE



**WEIL KEIN HOTEL
WIE DAS ANDERE IST:
SPEZIALISTEN STATT
STANDARDLÖSUNGEN**

Die Digitalisierung im Hotelgewerbe schreitet stetig voran – doch mit ihr wächst auch die Herausforderung, die richtige IT-Landschaft aufzubauen. Viele Anbieter werben mit sogenannten All-in-One-Systemen, die scheinbar alle Anforderungen eines Hotels aus einer Hand abdecken. Doch was auf den ersten Blick nach einer komfortablen Gesamtlösung aussieht, entpuppt sich im Alltag oft als unflexibel, überdimensioniert oder schlichtweg nicht passgenau.

Spezialisierte Lösungen bieten hier einen anderen, deutlich anpassungsfähigeren Weg. Sie orientieren sich an den tatsächlichen Bedürfnissen des jeweiligen Hotels – nicht umgekehrt. In diesem Artikel zeigen wir, warum Hotels langfristig besser fahren, wenn sie auf modulare, spezialisierte Systemesetzen – und warum das Versprechen der All-in-One-Welt oft trügt.

01 JEDES HOTEL IST ANDERS UND SOLLTE AUCH SO BEHANDELT WERDEN

Ein familiengeführtes Boutique-Hotel hat andere Anforderungen als ein Stadthotel mit 300 Zimmern oder ein Resort mit Wellnessfokus. Trotzdem bieten viele All-in-One-Systeme eine starre Funktionspalette an, die sich nur schwer auf individuelle Gegebenheiten anpassen lässt.

Spezialisierte Lösungen hingegen richten sich nach den Gegebenheiten des Hotels – nicht umgekehrt. Sie ermöglichen es, exakt die Komponenten auszuwählen, die gebraucht werden: sei es ein intelligentes Channel-Management, ein maßgeschneidertes Revenue-Management oder automatisierte Gästekommunikation. So entsteht eine digitale Infrastruktur, die das Hotel im Alltag unterstützt – statt es in ein starres System zu zwingen.

02 FLEXIBILITÄT STATT MODULARITÄT MITWACHSEN STATT MITZIEHEN

Ein entscheidender Vorteil spezialisierter Systeme ist ihre Modularität. Sie bieten die Freiheit, einzelne Tools bedarfsgerecht einzuführen, zu testen und bei Bedarf zu erweitern – ganz ohne Komplettumstellung oder lange Integrationsphasen

Das bedeutet:

- **Individueller Funktionsumfang:** Nur nutzen, was tatsächlich gebraucht wird.
- **Eigenes Tempo:** Neue Module einführen, wenn das Team und die Organisation bereit dafür sind.
- **Anpassbarer Automatisierungsgrad:** Automatisierung dort, wo sie Prozesse vereinfacht – nicht wo sie Prozesse verkompliziert.
- **Skalierbarkeit:** Die Lösung wächst mit – bei steigender Gästezahl, neuen Standorten oder geänderten Marktanforderungen.

Diese Flexibilität ist gerade für wachsende oder sich wandelnde Betriebe essenziell. Wer morgen neue Ziele verfolgt, sollte heute keine starren Systeme wählen, die ihn daran hindern.

03 MEHR EFFIZIENZ DURCH WENIGER BALLAST

All-in-One-Systeme werben oft mit einem riesigen Funktionsumfang. In der Praxis führt dies jedoch häufig zu überladenen Benutzeroberflächen, verwirrten Mitarbeitenden und einem hohen Schulungsaufwand. Die Folge: Die Effizienz sinkt, statt zu steigen.

Spezialisierte Tools hingegen konzentrieren sich auf ihren jeweiligen Anwendungsbereich – und liefern dort maximale Performance. Das reduziert die Komplexität im Arbeitsalltag, verbessert die Nutzerfreundlichkeit und sorgt dafür, dass Mitarbeitende sich auf das konzentrieren können, was wirklich zählt: den Gast.

04 UNABHÄNGIGKEIT STATT ANBIETERBINDUNG

Ein kritischer Punkt bei All-in-One-Lösungen ist die langfristige Abhängigkeit vom Anbieter. Einmal integriert, lassen sich einzelne Komponenten kaum mehr austauschen – was den Handlungsspielraum massiv einschränkt. Dazu kommen oft undurchsichtige Preisstrukturen, lange Vertragsbindung und fehlende Innovationskraft.

Spezialisten hingegen behaupten sich am Markt durch Qualität, Innovation und echte Kundennähe – denn nur so bleiben sie wettbewerbsfähig. Sie liefern modernste Technologien, fokussieren sich auf klare Problemlösungen und bieten in der Regel flexible Vertragsmodelle. Wer sich für ein Ökosystem aus Spezialisten entscheidet, behält die Kontrolle – über Kosten, Weiterentwicklung und Zukunftssicherheit.

FAZIT.

DER MASSGESCHNEIDERTE WEG IST DER BESSERE

Hotels stehen heute mehr denn je vor der Aufgabe, ihre digitalen Werkzeuge strategisch zu wählen.

Spezialisten bieten dafür die besten

Voraussetzungen: individuelle Anpassung, hohe Spezialisierung, Flexibilität und Unabhängigkeit.

Wer seine IT-Infrastruktur heute auf Spezialisten ausrichtet, legt den Grundstein für langfristige Effizienz, bessere Gästebetreuung – und unternehmerische Freiheit.



DER UNTERSCHÄTZTE ERFOLGSFAKTOR: WIE GUTER SUPPORT DEN HOTELALLTAG ERLEICHTERT

Support ist nicht gleich Support. Wenn dein Hotel auf digitale Systeme setzt, entscheidet nicht nur die Funktion, sondern auch der Service über deinen Erfolg. Während All-in-One-Anbieter oft mit zentralisierten Strukturen und standardisierten Antworten arbeiten, zeigen spezialisierte Anbieter, was praxisnaher, partnerschaftlicher Support bedeutet – und wie viel entspannter du deinen Alltag damit gestalten kannst.



WAS MACHT DEN SUPPORT VON SPEZIALISTEN SO BESONDERS?

01 PERSÖNLICHE ANSPRECHPARTNER STATT ANONYMER TICKETSYSTEME

Wer hilft, wenn es brennt?

Entscheidend ist, wen du am anderen Ende der Leitung hast.

Spezialisten setzen auf echte Beziehungen statt auf Callcenter-Logik. Viele Hoteliers erleben: Ein Anruf reicht – und es meldet sich jemand, der bereits weiß, worum es geht. Kein langes Erklären, kein Ticket ziehen, keine Warteschleife.

02 SPRACHE AUF AUGENHÖHE

Guter Support spricht deine Sprache

– nicht die des Technikhandbuchs.

Spezialisten erklären so, dass du es verstehst – direkt, klar und ohne Umwege. Kein Fachchinesisch, keine Halbsätze wie „das ist leider nicht vorgesehen“, sondern konkrete Hilfe, wie du sie im stressigen Hotelalltag brauchst.

03 NÄHE ZUR ENTWICKLUNG

Guter Support spricht deine Sprache

– nicht die des Technikhandbuchs.

Spezialisten nehmen das Feedback ernst. Wenn etwas nicht rund läuft oder du eine Idee hast, gibt es oft schnelle Rückmeldung und manchmal sogar eine zügige Umsetzung. Viele Verbesserungen entstehen direkt aus der Praxis heraus – weil die Entwickler mitdenken.

04 PROAKTIVE HILFE STATT REAKTIVER SCHADENSBEGRENZUNG

Nicht erst helfen, wenn der Gast sich beschwert

– sondern bevor etwas passiert.

Spezialisten schauen mit dir voraus. Wenn sich etwas im System verändert, wenn ein Ablauf plötzlich stockt, bekommst du frühzeitig einen Hinweis – oft, bevor du es selbst bemerkst. Das spart Zeit, Nerven und unangenehme Situationen an der Rezeption.

ALL-IN-ONE

UND WIE SIEHT'S BEI ALL-IN-ONE-ANBIETERN AUS?

Was auf den ersten Blick als „alles aus einer Hand“ verkauft wird, bringt im Hintergrund oft versteckte Komplexität mit sich. Support ist dann eine Zusatzleistung – oder funktioniert nur eingeschränkt, weil einzelne Teams nicht miteinander sprechen oder zu groß sind für die schnelle Problemlösung.

Viele Hoteliers berichten: Für einfache Hilfe braucht es plötzlich einen Termin, für schnelleren Support muss ein Premium-Paket abgeschlossen werden. Und bei Problemen ist oft nicht klar, wer eigentlich zuständig ist – die Suche nach Hilfe wird zur Odyssee.

EXPERTEN VS. ALL-IN-ONE

PERSÖNLICHER KONTAKT	✓	X
TIEFE PRODUKT-KENNTNIS	✓	X
PROAKTIVER SUPPORT	✓	X
KOSTEN-STRUKTUR	transparent	oft intransparent
NÄHE ZUM DEVELOPMENT	hoch	gering

DEIN VORTEIL: MIT SPEZIALISTEN WÄCHST DEIN DIGITALES HOTEL SOUVERÄN

Wenn du in Lösungen investierst, investierst du in Partnerschaften. Und die besten Partnerschaften beginnen mit echtem Interesse, direkter Kommunikation – und Support, der dich weiterbringt. Nicht morgen. Sondern heute.



UND DU?

**WIE ZUFRIEDEN BIST DU
AKTUELL MIT DER
ERREICHBARKEIT UND
KOMPETENZ DEINES
SOFTWARE-SUPPORTS?**

**LISTE AUF, BEI WELCHEN
ANBIETERN DU FÜR
SUPPORT EXTRA ZAHLST -
UND PRÜFE, OB DER
SERVICE DEM
ENTSPRICHT, WAS DU
BRAUCHST.**

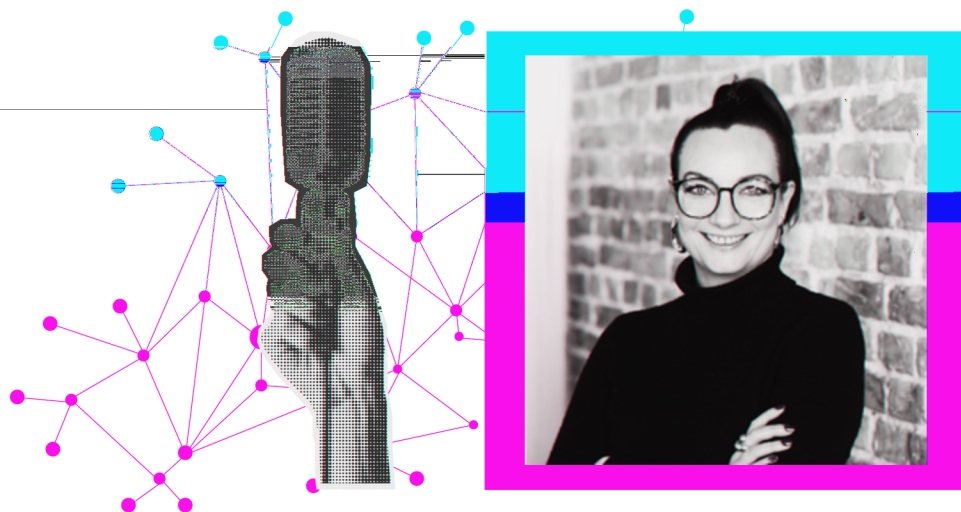
**FRAG BEI DEINEM NÄCHSTEN
ANBIETER NACH: WER IST
MEIN PERSÖNLICHER
ANSPRECHPARTNER - UND
WIE ERREICHE ICH IHN IM
ALLTAG?**

GEDANKEN



INTERVIEW

VOM BEDARF ZUR PASSENDEN LÖSUNG



IM GESPRÄCH MIT DENISE SCHMIDT
HEAD OF COMMUNICATION & DEVELOPMENT
BEI JF HOSPITALITY

Bevor Hotels in neue Technologien investieren, lohnt sich ein genauer Blick nach innen: Welche Ziele sollen erreicht werden, wo hakt es im Alltag, welche Prozesse lassen sich verbessern? Erst wenn die eigenen Bedarfe klar definiert sind, macht die Suche nach Anbietern wirklich Sinn. Darüber sprechen wir mit Denise Schmidt. Sie begleitet seit über 25 Jahren Hotels bei Veränderungsprozessen, Kommunikation und Digitalisierung – von internationalen Ketten bis zu individuellen Häusern. Bei JF Hospitality unterstützt sie Hoteliers dabei, Bedarfe zu erkennen, Prozesse zu strukturieren und die passenden Lösungen zu finden.

AUSGANGSLAGE UND ZIELKLÄRUNG

Denise, welche typischen Herausforderungen erlebst du, wenn Hotels ihren digitalen Bedarf ermitteln wollen?

Ganz oft spürt man, dass etwas nicht rund läuft. Aber was genau, bleibt unklar. Viele Häuser arbeiten noch mit Insellösungen, Excel-Tabellen oder sehr alten Systemen. Das größte Problem ist meist nicht die Technik, sondern die Frage: Wo fangen wir überhaupt an?

Und was sind die ersten Schritte, bevor Anbieter ins Spiel kommen?

Zuerst gilt es, die eigenen Ziele zu klären. Wollen wir Zeit sparen, Kosten senken, die Mitarbeiter entlasten oder das Gästerlebnis verbessern? Wenn das nicht klar ist, bringt auch die beste Anbieterpräsentation nichts.

Warum ist diese Zieldefinition so entscheidend?

Weil sie der rote Faden ist. Ohne klare Ziele verliert man sich in Details oder lässt sich von glänzenden Funktionen ablenken. Wer aber weiß, wofür er eine Lösung sucht, trifft Entscheidungen leichter und holt das Team von Anfang an mit ins Boot.

DIE INTERNE ANALYSE

“ Wie können Hotels ihren Status quo strukturiert analysieren?

Indem sie Prozesse wirklich mitschreiben. Also nicht so, wie es laut Handbuch gedacht ist, sondern wie es im Alltag tatsächlich läuft: Reservierung, Check-in, Forecasting. Ehrlichkeit ist hier wichtiger als Perfektion.

“ Welche Bereiche sollten zuerst betrachtet werden?

Die mit der größten Wirkung: Reservierung, Revenue, Front Office und F&B. Dort entstehen die größten Reibungsverluste und damit auch die größten Chancen.

“ Welche Rolle spielen Team und bestehende Workflows?

Eine sehr große. Systeme sind kein Selbstläufer. Wenn Workflows nicht passen oder das Team nicht überzeugt ist, bleibt jede Lösung wirkungslos.

ANFORDERUNGSKATALOG ERSTELLEN

“ Was gehört in einen guten Anforderungskatalog?

Eine klare Struktur mit Must-haves, Soll-Anforderungen und Nice-to-haves. Und natürlich die Schnittstellen, ohne die nichts funktioniert.

“ Wie konkret müssen Anforderungen formuliert sein?

Je klarer, desto besser. „Ein PMS mit Reporting“ ist zu vage. „Ein PMS, das Forecasts automatisiert und eine DATEV-Schnittstelle hat“ ist dagegen konkret und vergleichbar.

“ Welche Tools helfen dabei?

Eine einfache Excel-Liste reicht völlig aus. Wir bringen zusätzlich Checklisten mit, die Hotels individuell anpassen können.

BEST PRACTICES UND FEHLER VERMEIDEN

“ Kennst du gute Praxisbeispiele?

Ein Hotel hat Anforderungen als Team-Checkliste gesammelt. Jede Abteilung konnte Punkte beisteuern, so entstand ein gemeinsames Bild. Das hat die Gespräche mit Anbietern enorm erleichtert.

“ Welche Fehler begegnen dir am häufigsten?

Typisch sind fehlende Prioritäten, ein zu spätes Einbinden des Teams oder eine zu große Begeisterung für bunte Präsentationen. Wer seine Hausaufgaben macht, vermeidet das. Es klingt unspektakulär, ist aber Gold wert.

STAKEHOLDER EINBINDEN

“ Wer sollte von Anfang an beteiligt sein?

Alle, die täglich mit den Systemen arbeiten: Reservierung, Front Office, Revenue, F&B und Buchhaltung. Sie wissen am besten, wo es hakt.

“ Welche Perspektiven dürfen nicht fehlen?

Die der Gäste und die der Mitarbeiter. Digitalisierung funktioniert nur dann, wenn beides zusammenspielt: ein besseres Gästelerlebnis und ein einfacherer Arbeitsalltag. Deshalb gehört Changemanagement immer dazu.

TYPISCHE FEHLER: KEINE PRIORITÄTEN UND DAS TEAM ZU SPÄT ODER GAR NICHT EINZUBINDEN



PRIORISIERUNG UND ENTSCHEIDUNGSREIFE

Wie gelingt die Priorisierung?

Durch ehrliches Sortieren. Was brauchen wir unbedingt, was wäre schön und was ist nur „nice to have“? Und dann konsequent daran festhalten.

Wann ist ein Hotel entscheidungsreif?

Wenn die Anforderungen klar sind, das Team eingebunden ist und das Budget steht. Dann lohnt es sich, den Markt systematisch zu sondieren.

WELCHEN RAT GIBST DU HOTELIERS, DIE NEU IN DAS THEMA EINSTEIGEN?



LOCKER BLEIBEN

Digitalisierung klingt groß,
ist aber eine Abfolge kleiner Schritte.
Wichtig ist, klar zu bleiben, das Team
mitzunehmen und sich nicht verrückt machen zu
lassen. **Und wenn man nicht weiterkommt, lohnt
es sich, jemanden dazuzuholen,
der den Weg schon gegangen ist.**

UND DU?

WELCHE DREI PROZESSE IN
DEINEM HAUS SIND
AKTUELL AM FEHLER-
ANFÄLLIGSTEN ODER
KOSTEN AM MEISTEN ZEIT?

WELCHE STRATEGISCHEN
ZIELE VERFOLGT DEIN HOTEL
IN DEN NÄCHSTEN ZWEI
JAHREN UND WIE KANN
TECHNIK DABEI HELFEN?

STARTE EINEN TEAM-
WORKSHOP!
ÜBERLEGT GEMEINSAM,
WELCHE TÄGLICHEN AUFGABEN
SICH SCHON HEUTE
DIGITALISIEREN LASSEN UND
WAS DAS FÜR EUREN ALLTAG
BEDEUTEN WÜRD.



SUCHE UND AUSWAHL DER ANBIETER



SCHRITT FÜR SCHRITT ZUR
PASSENDEN ANBIETERWAHL

**ZIEL FÜHRE DEIN HAUS IN 10 KLAREN
SCHRITTEN – VON DER ERSTEN IDEE
BIS ZUR FUNDIERTEN ENTSCHEIDUNG UND
EINEM REALISTISCHEN EINFÜHRUNGSPLAN.**

So nutzt du die Checkliste:

- Arbeite Schritt für Schritt.
- Setze erst dann ein Häkchen, wenn das Ergebnis steht.
- Drei STOP-Punkte markieren Entscheidungen, an denen du nur weitergehst, wenn die Voraussetzungen erfüllt sind.

01 ZIELE ERKLÄREN

Zweck: Richtung geben & Erwartungen ausrichten

To-Dos:

- 3–5 messbare Ziele formulieren (z. B. Kosten senken, Zeit sparen, Gästezufriedenheit erhöhen)
- Prioritäten vergeben

Ergebnis: Zielübersicht mit Priorität & Kennzahl

**? VERSTEHT JEMAND AUSSENSTEHENDES,
WAS DU ERREICHEN WILLST UND WORAN
IHR EUREN ERFOLG MESST?**

02 IST-ANALYSE DER PROZESSE

Zweck: Klarheit über heutige Abläufe & Schmerzpunkte schaffen

To-Dos:

- Soll- und Ist-Abläufe in Reservierung, Check-in, Revenue, F&B und Buchhaltung dokumentieren
- Medienbrüche, Wartezeiten, Fehlerquellen notieren

Ergebnis: Prozessskizzen & Liste der größten Hürden

**? WEISST DU, WO ZEIT
UND GELD
VERLOREN GEHEN?**



**STOP! NUR WEITER, WENN ALLE
PERSPEKTIVEN VORLIEGEN!**

03 TEAM & STAKEHOLDER EINBINDEN

Zweck: Akzeptanz & Praxisbezug sichern

To-Dos:

- Workshop mit allen betroffenen Teams (Front Office, Revenue, F&B etc.)
- Anforderungen & Hürden sammeln
- Sicht der Gäste & Eigentümer ergänzen

Ergebnis: Gemeinsame Bedarfs-Liste mit Verantwortlichen

**? SPIEGELT DIE LISTE
DEN ALLTAG
- ODER NUR DAS HANDBUCH?**

04 ANFORDERUNGSKATALOG ERSTELLEN

Zweck: Vergleichbarkeit schaffen

To-Dos:

- Muss-, Soll- & Kann-Anforderungen definieren
- Schnittstellen & Datenschutzanforderungen festlegen

Ergebnis: Klarer, prüfbarer Anforderungskatalog

**? LÄSST SICH JEDE ANFORDERUNG
MIT JA ODER NEIN
PRÜFEN?**



**STOP! OHNE PRIORITÄTEN
KEINE AUSWAHL.**

05 PRIORISIEREN & K.O.S FESTLEGEN

Zweck: Fokus halten

To-Dos:

- Anforderungen gewichten
- K.O.-Kriterien festlegen (z. B. keine API, kein 2FA, kein DE-Support)

Ergebnis: Gewichtungsmatrix & K.O.-Liste

**? KANNST DU BEGRÜNDEN,
WARUM EIN NEIN SOFORT ZUM
AUSSCHLUSS FÜHRT?**



06 BUDGET & NUTZENRAHMEN FESTLEGEN

Zweck: Wirtschaftlichkeit sichern

To-Dos:

- Gesamtkosten für 3 Jahre kalkulieren (Lizenz, Setup, Schulung etc.)
- Nutzenannahmen & Kennzahlen ableiten

Ergebnis: Budgetband & Zielwerte

**? WEISST DU, AB WANN
SICH DIE INVESTITION
RECHNET?**

07 AUSWAHL EINGRENZEN

Zweck: Markt überblicken, auf 3–5 Kandidaten verdichten

To-Dos:

- Anbieter recherchieren & Longlist erstellen
- Mit K.O.-Kriterien zur Shortlist verdichten

Ergebnis: Shortlist, Kontaktliste und Terminplan

**? ERFÜLLT JEDER KANDIDAT
ALLE
MUSS-ANFORDERUNGEN?**

08 DEMOS STRUKTURIERT DURCHFÜHREN

Zweck: Realitätcheck mit Praxisszenarien

To-Dos:

- 3 Test-Szenarien festlegen (z. B. Gruppenanfrage, Preisänderung, Kassenabschluss)
- Einheitlichen Bewertungsbogen nutzen

Ergebnis: Bewertungsbögen mit Noten & Kommentaren

**? KÖNNTEST DU ANHAND
DER BÖGEN BEGRÜNDEN,
WER VORNE LIEGT?**



**STOP! NUR WEITER, WENN DEMOS
VERGLEICHBAR BEWERTET SIND!**

09 PRÜFUNG VOR ENTSCHEIDUNG

Zweck: Risiken minimieren

To-Dos:

- Referenzen prüfen
- Datenschutz & Sicherheit (DSGVO, NIS2) checken
- Service-Level & Onboarding klären
- Anbindungen prüfen: was geht genau?

Ergebnis: Risikoübersicht & verhandelte Vertragsbausteine

**? GIBT ES NOCH OFFENE RISIKEN,
DIE SPÄTER TEUER
WERDEN KÖNNTEN?**



10 ENTSCHEIDUNG & EINFÜHRUNGSPLAN

Zweck: Vom Beschluss zum Nutzen

To-Dos:

- Entscheidung treffen
- Meilensteine, Schulungen & Erfolgsmessung planen

Ergebnis: Entscheidungsprotokoll & Start-Fahrplan

**? WEISS JEDE
BETEILIGTE PERSON,
WAS SIE BIS WANN LIEFERT?**



UND NUN?

**WELCHER PROZESS
VERURSACHT HEUTE DEN
GRÖSSTEN AUFWAND – UND
WARUM?**

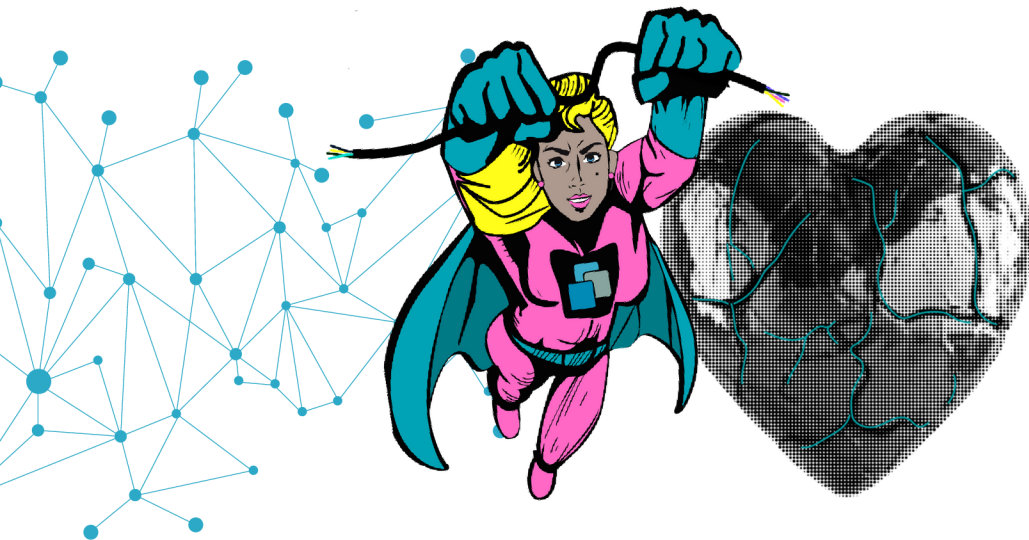
**WELCHE DREI MUSS-
ANFORDERUNGEN
ENTSCHEIDEN ÜBER DIE
ANBIETERWAHL?**

**WELCHE KENNZAHL WILLST DU
6 MONATE NACH EINFÜHRUNG
SICHTBAR VERBESSERT HABEN?**

02

DEEP
DIVE

DAS HERZSTÜCK DIE HOTEL- SOFTWARE



BEIM PROPERTY MANAGEMENT
SYSTEM LÄUFT ALLES ZUSAMMEN.

Die Wahl Deines Property Management Systems (PMS) ist die wichtigste Technologie-Entscheidung, die Du heute triffst. Das PMS ist nicht länger nur eine Software für Reservierungen; es ist die zentrale Kommandozentrale und das digitale Rückgrat Deines Hotels, von dem jeder operative Prozess abhängt. Die richtige Lösung steigert nicht nur die Effizienz, sondern ist auch der Schlüssel zu erfolgreichem Revenue Management und zufriedenen Gästen.

KERNFUNKTION ZENTRALES NERVENSYSTEM

Ein Hotel-PMS ist die spezialisierte Software, die Dein Hotel verwaltet. Sie organisiert, plant und steuert alle täglichen Abläufe und Transaktionen.

Die Hauptaufgaben des Digitalen Herzstücks:

- **Zentrale Steuerung:** Das PMS speichert alle Gästedaten und verwaltet den gesamten Aufenthalt – von der Buchung über Check-in und Check-out bis zur Abrechnung.
- **Weg vom Inselsystem:** Moderne PMS-Lösungen sind heute keine isolierten "Inselsysteme" mehr, sondern hochgradig integrierte Cloud-Plattformen.
- **Die Excel-Falle:** Auch wenn es verlockend scheint, Buchungen manuell zu verwalten, ist dies am Ende teurer. Der hohe Zeitaufwand, die Fehleranfälligkeit und entgangene Umsatzchancen kosten mehr, als die Investition in ein professionelles System.
- **Wichtig für die Steuerung:** Ohne genaue und aktuelle Daten aus dem PMS kannst Du wichtige Kennzahlen (wie Auslastung oder Umsatz) nicht verstehen und keine fundierten Entscheidungen treffen.

EIN GUTES PMS NIMMT KOMPLEXITÄT BÜNDELT ALLE KERNFUNKTIONEN UND VEREINFACHT ARBEITSPROZESSE

REVENUE UND GÄSTE BINDEN

Das PMS liefert die operativen Daten, die Du benötigst, um Deine Preise dynamisch zu steuern und Gäste zu binden.

Das PMS als Revenue-Beschleuniger:

- **Basis für optimales Revenue Management:** Cloud-basierte Systeme ermöglichen es Dir, Preise und Zimmerkontingente über alle Vertriebskanäle hinweg effizient zu verwalten, was Auslastung und Einnahmen steigert (RevPAR und ADR).
- **Monetarisierung des Inventars:** Mit einem modernen PMS kannst Du nicht nur Zimmer, sondern Dein gesamtes Inventar kreativ vermarkten, um zusätzliche Einnahmequellen zu erschließen.
- **Gäste personalisiert ansprechen (CLV):** Das Cloud-PMS führt einen zentralen Kundenstamm. Mit diesen Daten kannst Du Angebote basierend auf den Präferenzen und der Ausgabenhistorie personalisieren und so die Zufriedenheit und die Bereitschaft des Gastes erhöhen, für Premium-Services auszugeben.
- **Echtzeit ist entscheidend:** Das PMS muss in Echtzeit mit Channel Managern und Revenue Management Tools kommunizieren können. Verzögerungen bei der Datenübertragung ("Lags") führen zu Doppelbuchungen oder falschen Preisen und sabotieren Deine gesamte Preisstrategie.



SERVER ODER CLOUD KOMPLEXITÄT ODER FLEXIBILITÄT

Die Entscheidung zwischen Cloud und Server-Installation (On-Premise) ist eine Wahl zwischen Komplexität und Flexibilität. Die Cloud-native Architektur ist die zukunftssichere und ökonomisch sinnvollere Lösung.

SERVER PMS VS CLOUDBASIERTES PMS

INITIAL-KOSTEN	Hohe Anfangsinvestitionen für Server, Hardware & Lizenzen	Geringere Startkosten keine hohen Hardware nötig
WARTUNG & UPDATES	Manuelle, oft kostspielige Updates; Volle Eigenverantwortung für Wartung, Hardware & Backups	Automatische Updates, Backups & Wartung
IT-TEAM	Erfordert eigenes IT-Team oder teure externe Dienstleister	Kein eigenes IT-Team im Hotel notwendig
FLEXIBILITÄT	Fernzugriff ist ohne komplexe VPN-Lösungen stark eingeschränkt	Remote-Access mit Internetverbindung; volle Flexibilität
DATEN-SICHERHEIT	Eigenverantwortung für physische Sicherheit des Servers	Robuste Sicherheitsprotokolle
WEITER-ENTWICKLUNG	limitiert und abhängig von Einzelanbietern; langsame Update-Zyklen	kontinuierliche Weiterentwicklung, Erweiterung des Ökosystems
INTEGRATION (API)	Oft nur Zeitaufwändige, kostspielige Point-to-Point Lösungen möglich	Offene API: nahtlose Anbindung neuer Apps oder Software

OFFENE INNOVATION WARUM API DIE ZUKUNFT IST

Monolithische All-in-One-Systeme waren gestern.
Die Integrationsfähigkeit eines PMS ist der Schlüssel zur Agilität im Markt.

Die Nachteile von starren All-in-One-Lösungen:

- **Starres Funktionsspektrum:** All-in-One-Systeme bieten ein vordefiniertes Paket, das selten perfekt zu den individuellen Bedürfnissen Deines Hotels passt.
- **Schlechte Integration:** Sie lassen sich oft schlecht mit den besten spezialisierten Tools von Drittanbietern verbinden, was zu unzuverlässigen Datenflüssen führt.
- **Innovation wird ausgebremst:** Du bist auf die Entwicklungsgeschwindigkeit eines einzelnen Anbieters beschränkt.



Die Strategie der Offenen API:

- **Zentrale Datendrehscheibe:** Eine API-First-Strategie verwandelt das PMS in eine flexible Drehscheibe, an die Du die besten Tools einfach "andocken" kannst.
- **Schnelle Verbindung:** Wo früher Integrationen Jahre dauerten, erlauben Cloud-native Plattformen heute das sofortige Plug-in spezialisierter Apps (z. B. Channel Manager, Kassensysteme oder automatisiertes Key-Management)
- **Echtzeit-Datenfluss:** Die offene API stellt sicher, dass alle Systeme – Rezeption, Housekeeping, F&B – jederzeit auf denselben Datensatz zugreifen. Das eliminiert Fehler und unterstützt Entscheidungen in Echtzeit.

PAYMENT UND PMS AUTOMATISIERUNG DES ZAHLUNGSVERKEHRS

Die Integration der Zahlungsabwicklung direkt ins PMS ist ein entscheidender Hebel für die betriebliche Effizienz und Sicherheit. Durch die Automatisierung von Zahlungen reduzierst Du nicht nur den Zeitaufwand für Verwaltungsaufgaben, sondern die manuelle Bearbeitung von Transaktionen oder der Abgleich von Zahlungen entfällt weitgehend und das bedeutet: weniger Buchhaltung und weniger Fehler.

- **Höhere Effizienz:** Du sparst Stunden, die sonst für manuelle Prozesse benötigt würden (Übertragen von externen Zahlungen in die eigene Buchhaltung, Zählen von Bargeld, usw.)
- **Verbessertes Gästelerlebnis:** Zahlungen werden schnell und reibungslos abgewickelt. Hotels können zudem eine Reihe unterschiedlicher Zahlungsoptionen anbieten (Kreditkarten, mobile Zahlungen), um den unterschiedlichen Bedürfnissen der Kunden gerecht zu werden.
- **Erhöhte Sicherheit:** Automatisierte Systeme nutzen fortschrittliche Verschlüsselungsprotokolle, um sensible Daten zu schützen. Da manuelle Eingriffe entfallen, verringert sich auch das Risiko interner Fehler oder Betrug.
- **Zentralisierte Informationen:** Die direkte Integration im PMS sorgt dafür, dass alle Zahlungsinformationen zentralisiert sind, was Verwaltung und Entscheidungsfindung erleichtert - auch Auflösung der Kreditkartendaten

DER DEUTSCHE WETTBEWERBSVORTEIL ENTWICKLUNG UND SUPPORT

Gerade in Deutschland bietet die Wahl eines Anbieters mit lokaler Entwicklung und Support strategisch wichtige Vorteile.

- **Rechtssicherheit und DSGVO:** Ein deutsches Unternehmen stellt sicher, dass die Software von Grund auf auf die Einhaltung strenger europäischer Datenschutzrichtlinien (DSGVO) ausgelegt ist. Das minimiert Dein Compliance-Risiko.
- **Entwicklungsnähe:** Die Nähe zur Entwicklung ermöglicht eine schnellere Reaktion auf lokale Besonderheiten oder neue gesetzliche Vorgaben.
- **Persönlicher Support:** ein kompetenter, persönlichen Support per Telefon und E-Mail zu den regulären Geschäftszeiten, ergänzt durch einen Notfalldienst am Wochenende ist essentiell, wenn das Cloud-PMS Probleme macht.



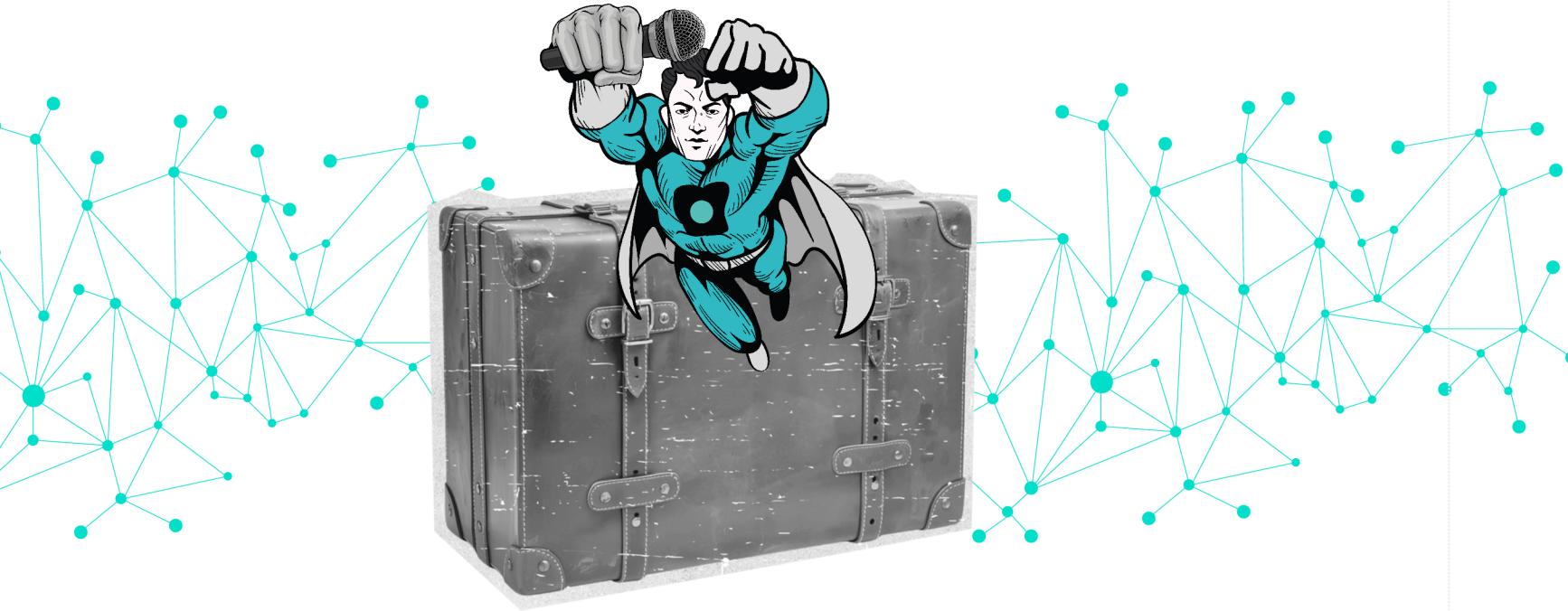
FAZIT:

OFFEN FÜR ALLES UND ÜBER DEN WOLKEN: EINE HERZENSENTSCHEIDUNG

Hotels stehen heute mehr denn je vor der Aufgabe, ihre digitalen Werkzeuge strategisch zu wählen. Die Kombination aus Cloud-Native, offener API und speziellem Know-how aus Deutschland ist dafür der Grundstein. Wer sein PMS als agile Datendrehscheibe nutzt, legt den Grundstein für langfristige Effizienz, bessere Gästebetreuung – und unternehmerische Freiheit.



DIE DIGITALE GÄSTEREISE



**PROZESSE AUTOMATISIEREN,
GÄSTE BEGEISTERN**

Moderne Gäste erwarten eine reibungslose, kontaktlose Reise – vom ersten Klick bis zum Check-out. Für Hoteliers bedeutet das: mehr Service bieten, trotz knapper Ressourcen. Digitale Systeme zur Gästereise bündeln alle zentralen Funktionen – von Meldeschein über Check-in bis zur mobilen Türöffnung – in einem nahtlosen Ablauf. Voraussetzung dafür: offene Schnittstellen zu PMS, Zahlungs- und Zutrittssystemen, damit Daten fließen, Prozesse automatisiert ablaufen und der Aufenthalt für alle einfacher wird.

WAS DIR EIN GUTES SYSTEM ABNIMMT UND WAS ES LEISTEN MUSS

Ein durchdachtes System begleitet den Gast über alle Phasen hinweg – von der ersten Information bis zum Check-out. Vor dem Aufenthalt erhalten Gäste automatisiert alle wichtigen Informationen, füllen den Meldeschein digital aus und können Zusatzleistungen bequem vorab buchen. Beim Check-in entfällt die Wartezeit: Gäste checken kontaktlos via Smartphone oder Tablet ein und aktivieren direkt ihre digitale Schlüsselkarte. Während des Aufenthalts stehen Informationen und Services über ein digitales Gästeportal bereit – ergänzt durch Feedbackkanäle oder direkten Kontakt zum Hotel. Auch der Check-out erfolgt unkompliziert per Smartphone – inklusive Bezahlung und Rechnung.

SO PROFITIERT DEIN BETRIEB

Digitale Systeme sind keine Spielerei, sondern ein echter Hebel für deinen Hotelalltag: Sie entlasten dich dort, wo es zählt – bei Routinen, Ressourcen und reibungslosen Abläufen. Diese Vorteile spürst du direkt im operativen Geschäft

- **Höhere Effizienz** Automatisierte Prozesse – vor allem an Rezeption und im Front Office – sparen Zeit und reduzieren Fehlerquellen.
- **Kostenreduktion** Weniger Papierverbrauch, geringerer Personalaufwand und optimierte Abläufe senken die Betriebskosten.
- **Besseres Gästeerlebnis** Digitale Abläufe sorgen für mehr Komfort – messbar in besseren Bewertungen und höherer Zufriedenheit.
- **Nahtlose Integration** Bestehende Systeme wie PMS, Zahlungsanbieter oder Zutrittslösungen lassen sich problemlos anbinden – ohne Medienbrüche.
- **Skalierbarkeit und Flexibilität** Du entscheidest, welche Funktionen du wann nutzt – je nach Betriebsgröße, Strategie und Gästestruktur.

DIGITALE SERVICES, DIE GÄSTE SCHÄTZEN

Moderne Reisende erwarten digitale Lösungen, die ihren Aufenthalt komfortabler und flexibler machen. Wer die passenden Funktionen einsetzt, schafft Erlebnisse, die in Erinnerung bleiben – und die Bewertungen verbessern.

- **Schneller und bequemer Check-in** Kein Warten, kein Papierkram – der Aufenthalt beginnt entspannt.
- **Maximale Flexibilität bei An- und Abreise** Ideal für Gäste mit engem Zeitplan oder bei später Anreise.
- **Selbstbestimmte Kommunikation** Gäste wählen selbst, ob sie digital oder persönlich kommunizieren möchten.
- **Sicherheit und Transparenz** Datenschutzkonforme Prozesse geben Sicherheit und Orientierung.
- **Modernes Nutzungserlebnis** Digitale Services sind heute Standard – Gäste erwarten sie auch im Hotel.

UND DU?

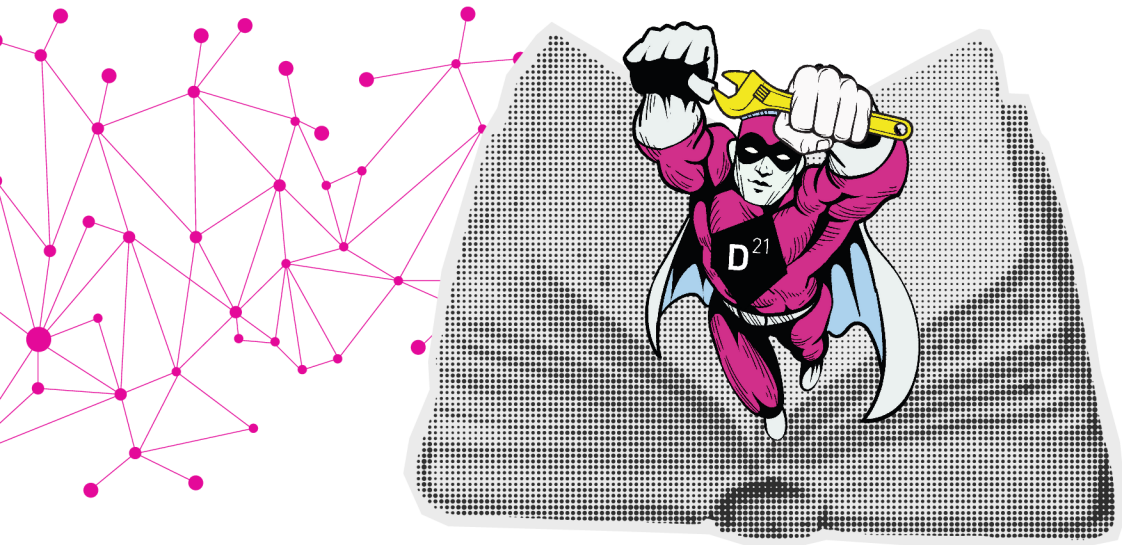
SKIZZIERE DEINE AKTUELLE GÄSTEREISE – AN WELCHEN PUNKTEN ENTSTEHEN WARTENZEITEN, MEDIENBRÜCHE ODER FRUST?

TESTE DIE DIGITALE GÄSTEREISE SELBST – ALS ROLLENSPIEL MIT DEINEM TEAM ODER ALS GAST IN EINEM DIGITALISIERTEN HOTEL.

DEFINIERE DEINE TOP-3-ZIELE Z. B. EFFIZIENZ, GÄSTE-ZUFRIEDENHEIT, FLEXIBILITÄT UND BEWERTE, WIE EIN DIGITALES SYSTEM SIE UNTERSTÜTZEN KANN.



DIREKT- BUCHUNG & CHANNEL- MANAGEMENT



DIREKTBUCHUNG DIGITAL GEDACHT: GÄSTE ÜBERZEUGEN, PROZESSE VEREINFACHEN, UMSATZ STEIGERN

Moderne Reisende buchen nicht nur einen Aufenthalt – sie suchen nach Erlebnissen, Verlässlichkeit und Einfachheit. Und sie möchten dort buchen, wo es am direktesten und transparentesten ist: auf der Website des Hotels. Direktbuchungen bringen aber nicht nur mehr Marge. Sie schaffen Spielräume – für bessere Gästekommunikation, stärkere Kundenbindung und mehr Kontrolle über das eigene Angebot.

Digitale Systeme entlang der Buchungstrecke helfen, genau dieses Potenzial zu heben. Sie machen den Direktvertrieb effizienter, persönlicher und relevanter – vom ersten Klick bis zum Check-out. Das gelingt, wenn alle Funktionen harmonisch zusammenspielen: von der Buchungsmaske über Zusatzverkäufe und Gutscheine bis hin zu Treueprogrammen, Auslastungsoptimierung und intelligenter Kanalsteuerung.

WAS EIN GUTES DIREKTBUCHUNGSSYSTEM LEISTEN MUSS – UND WAS ES DIR ABNIMMT

Ein durchdachtes System zur Direktbuchung integriert alle Phasen der digitalen Gästereise. Gäste finden nicht nur aktuelle Verfügbarkeiten, sondern können direkt auf der Website buchen – inklusive Upselling-Optionen, personalisierter Extras oder exklusiver Direktbuchervorteile. Angebote sind flexibel kombinierbar, dynamisch bepreist und mobil optimiert darstellbar.

Bereits vor dem Aufenthalt lassen sich Anreize setzen: Etwa durch Frühbucher- oder Longstay-Angebote, exklusive Erlebnispakete oder Zusatzleistungen wie Spa, Candle-Light-Dinner oder Parkplatzreservierung. Die Möglichkeit, individuelle Leistungen direkt hinzuzufügen, schafft Erlebnis statt Standard.

DIGITALE WERKZEUGE, DIE HOTELIERS ENTLASTEN – UND DEN UNTERSCHIED MACHEN

Digitale Systeme sind keine Spielerei, sondern ein echter Hebel für deinen Hotelalltag: Sie entlasten dich dort, wo es zählt – bei Routinen, Ressourcen und reibungslosen Abläufen. Diese Vorteile spürst du direkt im operativen Geschäft

- **Zusatzverkäufe** Zusatzleistungen können gezielt im Buchungsprozess platziert werden – abgestimmt auf Aufenthaltsdauer, Saison oder Zielgruppe.
- **Gutscheinsysteme** Wert- oder Erlebnisscheine – digital erstellbar, sofort verfügbar und direkt online einlösbar. Umsatz unabhängig von der Auslastung.
- **Treueprogramme** Gäste registrieren sich einmalig und profitieren bei Folgebuchungen automatisch – mit exklusiven Vorteilen, Aktionen und Angeboten.
- **Auslastungssteuerung** Intelligente Algorithmen erkennen Lücken und unterstützen mit konkreten Preis- und Angebotsimpulsen.

Diese Funktionen nehmen dir Arbeit ab – und stärken gleichzeitig deinen Vertrieb. So wird aus Technik echte Entlastung und aus Digitalisierung ein Erlebnis.

SO PROFITIERT DEIN HOTEL

Ein digital optimierter Direktvertrieb ist kein technisches Add-on, sondern ein klarer Wettbewerbsvorteil. Die Vorteile zeigen sich im operativen Alltag:

- **Mehr Umsatz pro Buchung** Durch Zusatzleistungen, Upgrades und personalisierte Angebote steigt der Durchschnittserlös pro Gast.
- **Geringere OTA-Abhängigkeit** Klare Vorteile auf der eigenen Website schaffen Anreize für Direktbuchungen und senken Provisionskosten.
- **Effizientere Abläufe** Automatisierte Prozesse schaffen Übersicht, entlasten das Team und reduzieren Fehler.
- **Stärkere Kundenbindung** Gäste kehren zurück, wenn sie sich erkannt, belohnt und persönlich angesprochen fühlen.
- **Planbarkeit und Auslastung** Datenbasierte Steuerung hilft, Leerzeiten zu füllen – mit Angeboten zur richtigen Zeit für die richtigen Gäste.



SICHTBAR AUF ALLEN KANÄLEN ABER ZENTRAL GESTEUERT

Neben der Direktbuchung ist die Anbindung an externe Kanäle ein zentraler Bestandteil jeder Vertriebsstrategie. Ein intelligentes Channelmanagement sorgt dafür, dass Preise, Verfügbarkeiten und Restriktionen konsistent über alle Buchungskanäle hinweg gesteuert werden – zentral, zeitsparend, fehlerfrei.

Das bringt entscheidende Vorteile:

- **Schnittstellen, die verbinden** Der Datenaustausch mit PMS, Channelmanager und OTA funktioniert reibungslos – in Echtzeit und ohne manuelle Doppeleingaben.
- **Sichtbarkeit dort, wo Gäste suchen** Ob über Buchungsportale, Metasuchen oder regionale Plattformen: Angebote werden dort ausgespielt, wo Nachfrage entsteht.
- **Relevanz durch Konsistenz** Einheitliche Preise und Bedingungen stärken die Glaubwürdigkeit – und verhindern doppelte Kommunikation oder inkonsistente Angebote.
- **Flexibilität bei der Steuerung** Du entscheidest, welche Kanäle du wie bespielst. Sonderangebote, Mindestaufenthalte oder Buchungssperren lassen sich granular einstellen – auch kurzfristig.

So ergänzt Channelmanagement die Direktbuchungsstrategie auf smarte Weise – und sorgt für maximale Reichweite bei voller Kontrolle.

UND DU?

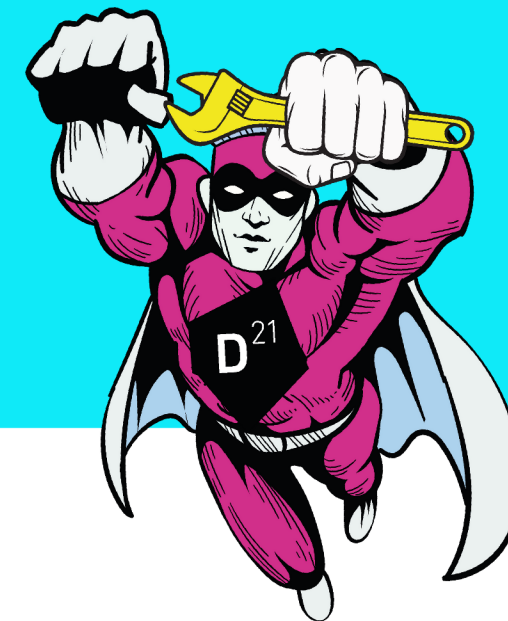
**TESTE DEINE
BUCHUNGSSTRECKE**
– AUS SICHT EINES GASTS.
IST SIE MOBIL OPTIMIERT,
ÜBERZEUGEND UND INTUITIV?

**DEFINIERE DEINE
DIREKTBUCHERVORTEILE.**
SIND SIE SICHTBAR,
ATTRAKTIV UND RELEVANT?

**ANALYSIERE DEINE
VERFÜGBARKEITEN.**
WO ENTSTEHEN LÜCKEN –
UND WIE KANNST DU SIE
PROAKTIV SCHLIESSEN?

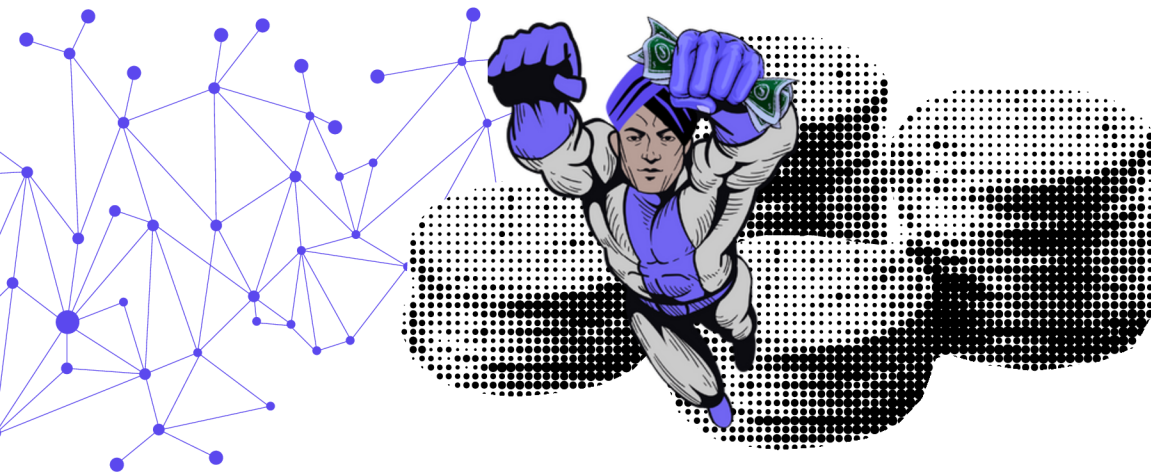
VERGLEICHE DEINE KANÄLE.
SIND PREISE UND INHALTE
KONSISTENT DARGESTELLT?

DENKE LANGFRISTIG.
WELCHE DIGITALEN
VERTRIEBSLÖSUNGEN WILLST
DU MORGEN NUTZEN – UND
WAS KANNST DU HEUTE
BEREITS VORBEREITEN?



VOM BAUCH- GEFÜHL ZUR STRATEGIE

REVENUE MANAGEMENT



WARUM REVENUE MANAGEMENT FÜR JEDES HOTEL WICHTIG IST

Revenue Management klingt oft nach einer Disziplin für große Hotelketten mit spezialisierten Abteilungen.

Tatsächlich stammt das Konzept aus der Airline-Branche – und wurde dann von internationalen Hotelgruppen übernommen.

Doch die Grundidee ist einfach und für jedes Haus relevant:

„Das richtige Zimmer, zum richtigen Preis, an den richtigen Gast, über den richtigen Kanal, zur richtigen Zeit.“

Gerade für kleinere Hotels, Pensionen und Ferienunterkünfte kann Revenue Management den Unterschied machen: zwischen leeren Zimmern und einer gesunden Auslastung, zwischen Preisdumping und stabilen Erträgen.

WAS IST REVENUE MANAGEMENT?

Im Kern bedeutet Revenue Management: bestehende Nachfrage so zu steuern, dass der Umsatz maximiert wird.

Das Hotelgeschäft hat dabei drei Besonderheiten:

- **Zimmer sind begrenzt** Man kann keine zusätzlichen Kapazitäten schaffen. Bei hoher Nachfrage sichern höhere Preise den Wert.
- **Zimmer sind verderblich** Jede unverkaufte Nacht ist unwiederbringlich verloren.
- **Viele Kosten sind fix** Ob fünf oder 50 Zimmer belegt sind: Miete, Strom und Personal fallen an. Jeder zusätzliche Gast trägt direkt zur Profitabilität bei.

DIE WICHTIGSTEN HEBEL IM REVENUE MANAGEMENT

Revenue Management besteht aus verschiedenen Stellschrauben. Schon mit den Grundlagen kannst du viel bewirken:

Preisgestaltung

- Statische Preise (Saison- oder Jahrespreise) sind einfach, aber oft unflexibel.
- Dynamische Preise passen sich an Nachfrage, Wochentage, Events oder Buchungsfenster an.

Nachfrageprognose

- Beobachte Buchungstrends, historische Daten, Wettbewerber und externe Faktoren wie Ferien, Festivals oder Wetter. So kannst du frühzeitig reagieren.

Distribution

- Welche Kanäle nutzen Gäste, um dein Hotel zu buchen?
 - Direkt (Website, Telefon, Walk-in)
 - OTAs wie Booking.com oder HRS
 - Nischenplattformen (z. B. Airbnb, Hostelworld)
 - Metasearch (z. B. Google Hotels, Trivago)
- Ein guter Mix ist entscheidend: OTAs bringen Reichweite, Direktbuchungen sichern deine Marge.

Marktsegmente

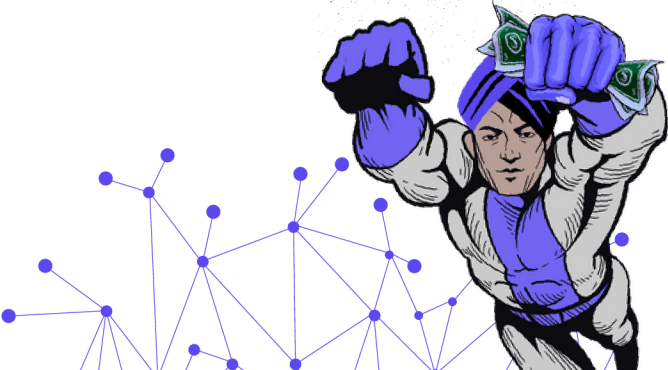
- Nicht alle Gäste sind gleich. Unterschiedliche Segmente – Geschäftsreisende, Urlauber, Gruppen, Langzeitgäste, Frühbucher oder Last-Minute-Gäste – haben unterschiedliche Preis- und Angebotsvorlieben.

TYPISCHE FEHLER VERMEIDEN

- „Immer ausgebucht“ als Ziel. 100 % Belegung klingt gut, kann aber niedrige Preise bedeuten. Oft ist eine geringere Auslastung bei höheren Raten profitabler.
- Zu spät reagieren. Wer Preise erst kurz vor Anreise anpasst, verpasst Chancen.
- Einheitsbrei. Gleiche Preise für alle? Dann bleibt dein Umsatz gleich klein.

BAUCHGEFÜHL VS REVENUE STRATEGIE

PREIS-GESTALTUNG	Statisch, nach Gefühl	Dynamisch, nach Nachfrage
AUSLASTUNG	Leere Zimmer oder Preisdumping	Gesunde Balance höhere Marge
KANÄLE	“Alles auf Booking.com”	Mix aus OTA & Direktbuchungen
GÄSTE	Alle zahlen gleich	Seegmente, passende Raten
ROLLE HOTELIER	Gestresst, Excel-Fokus	Entspannt, Gast-Fokus
KENNZAHLEN	Keine Kontrolle	RevPAR, ADR, Belegung im Blick



PRAKTISCHE STRATEGIEN UND QUICK WINS

- Frühbucherrabatte und Last-Minute-Angebote gezielt einsetzen.
- Mindestaufenthalte an Tagen mit hoher Nachfrage festlegen.
- Flexible und nicht stornierbare Raten parallel anbieten.
- Daten nutzen: Buchungsfenster, Nachfragekurven, historische Auslastung.

ERFOLG MESSEN DIE WICHTIGSTEN KENNZAHLEN

Um Erfolge sichtbar zu machen, helfen Kennzahlen (KPIs):

- **Belegung (Occupancy):** Anteil der verkauften Zimmer.
- **ADR (Average Daily Rate):** Durchschnittlicher Zimmerpreis pro Nacht.
- **RevPAR (Revenue per Available Room):** Umsatz pro verfügbarem Zimmer – die wichtigste Kennzahl, da sie Preis und Auslastung kombiniert.

FAZIT.

Revenue Management ist keine Raketenwissenschaft, sondern vor allem ein strukturiertes Denken: Preise differenzieren, Nachfrage antizipieren, Kanäle steuern. Schon kleine Schritte bringen Wirkung – und mit der Zeit wird es Routine. Oder anders gesagt: Revenue Management ist kein Projekt, sondern ein Prozess. Wer ihn konsequent anwendet, gewinnt – egal ob mit zehn oder hundert Zimmern.



DU? UND

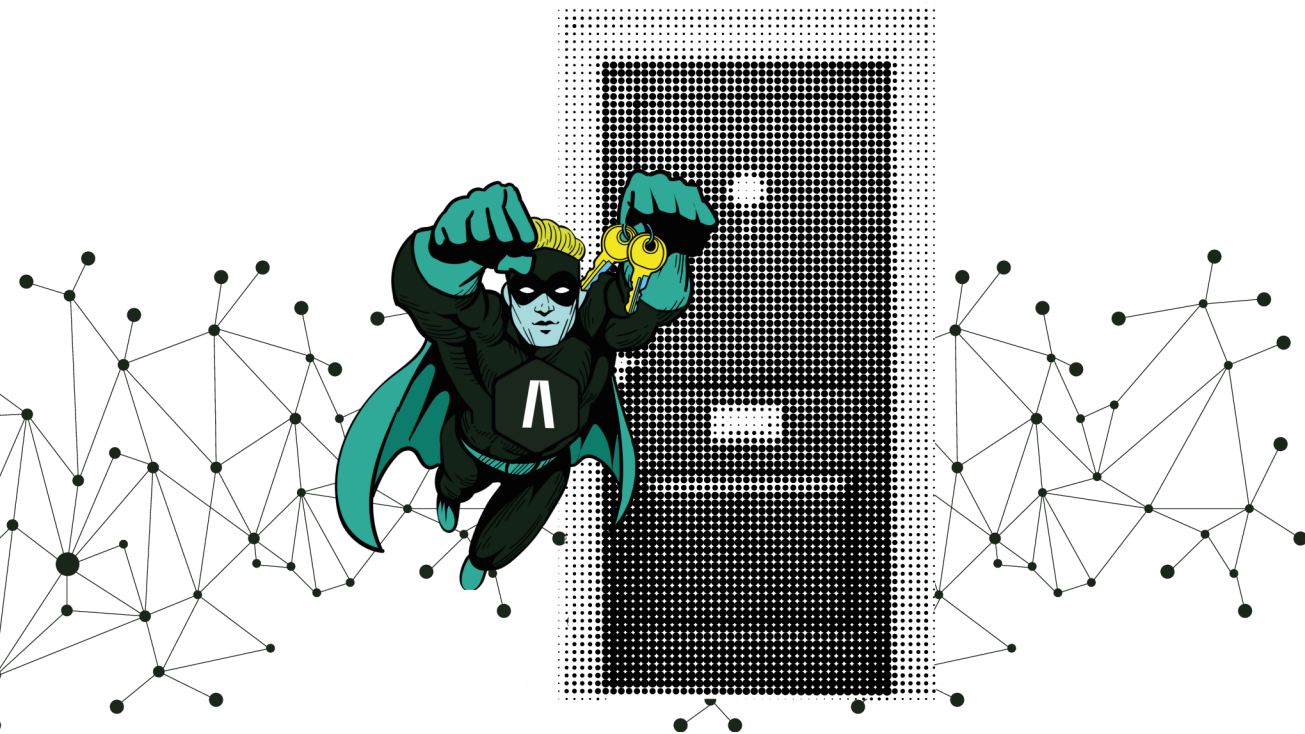
PRÜFE DEINE PREISSTRATEGIE:
WANN HAST DU ZULETZT DEINE
RATEN ANGEPASST?

KANÄLE DIE MEISTEN
BUCHUNGEN KOMMEN
– UND WIE PROFITABEL SIE
SIND.

WÄHLE EINE KENNZAHL
(Z. B. REVPAR) UND
BEOBACHTE SIE REGELMÄSSIG,
UM FORTSCHRITTE SICHTBAR
ZU MACHEN.



INTELLIGENTE ZUTRITTS- KONTROLLE



**MEHR KOMFORT FÜR GÄSTE,
WENIGER AUFWAND IM BETRIEB**

Die Zeiten, in denen Gäste an der Rezeption auf ihren Zimmerschlüssel warten mussten, gehören der Vergangenheit an. Moderne, elektronische Hotelschließsysteme ermöglichen eine nahtlose Einbettung in die digitale Gastreise und bieten gleichzeitig enorme Vorteile im Hotelbetrieb – vom Empfang bis zum Back of House.

MEDIENBRÜCHE VERMEIDEN **DIGITAL EINCHECKEN, DIGITAL AUFSPERREN**

Mit elektronischen Hotelschließsystemen lassen sich Räume und Bereiche in Gebäuden und Liegenschaften klar strukturieren und nur für berechtigte Personen zugänglich machen. In größeren Häusern mit unterschiedlichen Angeboten, etwa Veranstaltungs- und Konferenzräumen oder auch Fitness- und Spa-Bereichen, lassen sich die Einrichtungen trennen und die Laufwege der Gäste optimieren. Hotelschließsysteme bieten aber noch viel mehr, wenn man sie mit Drittsystemen integriert. Die typischsten Integrationen in der Hotellerie sind jene mit Property Managementsystemen (PMS), digitalen Hotelservices und Self-Check-in-Terminals. Über die Anbindung an das PMS lassen sich auf Basis der Buchungsdaten automatisch die passenden Zutrittsrechte vergeben. Diese können als Gästekarte und/oder als digitale Schlüssel für die Türöffnung mit dem Smartphone (Mobile Access) ausgestellt werden. Dabei sind auch alle möglichen Varianten für Gruppenreisende (z.B. Familien) möglich. Der Check-in-Prozess wird dadurch vollständig digital. Ohne Umweg über die Rezeption gelangen sie bequem ins Zimmer. Das verbessert nicht nur das Gästeerlebnis, sondern reduziert Wartezeiten und Rückfragen spürbar.

MEHR EFFIZIENZ UND WETTBEWERBSVORTEILE

Für Hoteliers bedeutet das: mehr Effizienz und eine stärkere Positionierung als moderner Gastgeber. Besonders für individuelle Betriebe oder Häuser mit unbesetzten Rezeptionszeiten entsteht so ein echter Wettbewerbsvorteil. Auch hinter den Kulissen bringen digitale Zutrittskontrollsysteme spürbare Erleichterung. Zutrittsrechte für verschiedene Rollen – z. B. Housekeeping, Haustechnik oder externe Dienstleister – lassen sich zentral verwalten, automatisieren und zeitlich begrenzen. Verlorene Schlüssel und manuelles Schlüsselmanagement gehören damit im gesamten Haus der Vergangenheit an.

RECHTLICHE ANFORDERUNGEN ERFÜLLEN

Zutrittssysteme müssen selbstverständlich alle geltenden Auflagen für Brandschutztüren, Fluchtwege oder auch die Anbindung an eine Einbruchmeldeanlage erfüllen.

Diese komplexe Thematik muss ein Hersteller sicher im Griff haben, wenn er die Komplexität für den Betreiber wirksam reduzieren will. Auch eine leichte und zügige Installation ist ein wichtiges Entscheidungskriterium, damit sich Projekte in der Praxis schnell und unkompliziert umsetzen lassen. Anwender sollten bei der Begutachtung von Zutrittskontrollsystemen auch den Sicherheitsaspekt in den Blick fassen. In dieser Hinsicht ist ein wichtiger Punkt, dass alle Daten – Personendaten, Zutrittsrechte, Managementdaten, Protokolldaten etc. – in der zentralen Datenbank verschlüsselt gespeichert werden und die Kommunikation innerhalb des Zutrittssystems als auch zu Drittsystemen stets verschlüsselt stattfindet. Externe und interne Datenabgriffe laufen somit ins Leere, was u.a. aus Sicht des Datenschutzes relevant ist.

BETRIEBSSICHERHEIT UND ZUVERLÄSSIGKEIT

In diesem Zusammenhang spielt auch die Betriebssicherheit eine entscheidende Rolle. Dazu zählt vor allem die Zuverlässigkeit der Hardware. Anwender sollten darauf achten, dass in den elektronischen Beschlägen und Zylindern nur hochwertige Materialien verbaut sind. Zum Beispiel halten Lagerungen aus Plastik typischerweise kürzer als solche aus Edelstahl. Entsprechend hellhörig sollte man werden, wenn Anbieter mit günstigen Preisen locken. Qualitativ hochwertige Bauteile kosten in der Beschaffung und Verarbeitung etwas mehr. Der Gewinn an Lebensdauer und Nutzerzufriedenheit lässt sich damit aber bei Weitem aufwiegen.

FAZIT.

EIN MODERNES ZUTRITTSMANAGEMENT IST WEIT MEHR ALS EIN DIGITALES TÜRSCHLOSS.

Es ist ein strategischer Baustein für Automatisierung, Prozessklarheit und ein digitales Gästerlebnis ohne Reibungsverluste. Wer heute in eine passende Lösung investiert, spart morgen nicht nur Zeit und Geld, sondern stärkt auch die eigene Zukunftsfähigkeit als Gastgeber.



UND DU?

WELCHE AUFGABEN RUND UM ZUTRITTSRECHTE KOSTEN DICH HEUTE ZEIT ODER FÜHREN ZU FEHLERN?

WIE GUT IST DEIN AKTUELLES SYSTEM IN DEINE DIGITALE INFRASTRUKTUR EINGEBUNDEN?

WELCHE ROLLEN UND PROZESSE KÖNNTEST DU MIT EINER NEUEN LÖSUNG AUTOMATISIEREN?

BIST DU SICHER, DASS DEIN HOTELSCHLIESSSYSTEM SICHER IST?

CHECKLISTE DIE PASSENDE HOTEL- SOFTWARE FINDEN



02

01 AUSGANGSLAGE VERSTEHEN NICHT ALLES AUF EINMAL

- Welche Prozesse verursachen aktuell den größten Aufwand, Zeitverlust oder Fehler?
- Welche Ziele willst du konkret erreichen – z.B. mehr Direktbuchungen, weniger Verwaltungsaufwand oder zufriedенere Gäste?
- Welche bestehenden Systeme funktionieren gut, wo hakt es – und wo lohnt gezielte Verstärkung durch Speziallösungen?
- Wer sollte in deinem Haus bei der Auswahl mitreden, damit die Lösung wirklich zum Betrieb passt?

02 ANFORDERUNGEN KONKRET MACHEN STATT KOMPROMISSE EINGEHEN

- Welche Funktionen brauchst du im Alltag wirklich – und welche wirken nur auf dem Papier gut?
- Welche Bereiche lassen sich durch gezielte Software-Einsätze effizienter machen (z. B. Gästereise, Revenue, Housekeeping)?
- Wie wichtig ist dir eine modulare Erweiterbarkeit – also die Freiheit, Systeme nach deinem Tempo zu ergänzen?
- Welche Schnittstellen brauchst du, um bestehende Systeme smart zu vernetzen?

03 ANBIETER RECHERCHIEREN LIEBER PASSEND ALS PAUSCHAL

- Nutze unabhängige Plattformen (z. B. Hotel Tech Report) für eine erste Orientierung
- Sprich mit Kolleg:innen aus ähnlichen Betrieben – was funktioniert dort gut?
- Vertraue auf Erfahrung: Fachbeiträge, Webinare und Events zeigen oft, welche Anbieter in der Praxis liefern

05 SUPPORT & EINFÜHRUNG WIE VERLÄSSLICH IST DER PARTNER?

- Wie sieht der Onboarding-Prozess aus – wirst du persönlich begleitet oder auf ein Helpcenter verwiesen?
- Welche Supportleistungen sind im Alltag verfügbar – direkt, greifbar und kompetent?
- Gibt es klare Service-Standards und Kennzahlen, die dir echte Verlässlichkeit bieten?

04 AUSWAHL EINGRENZEN QUALITÄT VOR QUANTITÄT

- Erstelle eine Shortlist mit 3–5 spezialisierten Lösungen, die deine Anforderungen präzise abdecken
- Vereinbare Demos und teste, wie gut Anbieter auf deine individuelle Situation eingehen
- Achte auf Referenzen aus vergleichbaren Häusern – nicht auf Hochglanzversprechen

06 WIRTSCHAFTLICHKEIT REALISTISCH EINSCHÄTZEN

- Welches Budget hast du – und welchen Mehrwert bringt dir die Lösung konkret?
- Wie sieht das Preismodell aus – transparent, modular oder voller versteckter Kosten?
- Wie kannst du den Erfolg messen – etwa mit KPIs zu Zeitersparnis, Buchungssteigerung oder Gästezufriedenheit?



UND DU?

IN WELCHEM BEREICH
DEINES HOTELS WÜRD
EINE SPEZIALISIERTE
LÖSUNG DEN GRÖSSTEN
UNTERSCHIED MACHEN –
UND WARUM?

WELCHE FUNKTIONEN
BRAUCHST DU WIRKLICH –
UND WELCHE KÖNNTEN
DICH BEI EINEM ALL-IN-
ONE-SYSTEM SOGAR
AUSBREMSEN?

MIT WELCHEN PARTNERN
MÖCHTEST DU KÜNFTIG AUF
AUGENHÖHE SPRECHEN
KÖNNEN – STATT DICH IN
EINEM GROSSEN SYSTEM
„EINFACH EINZUFÜGEN“?

GEDANKEN

03

**WAS
NOCH
ZÄHLT**

SCHNITT- STELLEN, DIE FUNKTIONIEREN



**VERNETZTE
HOTELTECHNOLOGIE
DAS A UND O.**

Wer heute erfolgreich wirtschaften, effizient arbeiten und Gästen ein überzeugendes Erlebnis bieten will, setzt auf leistungsstarke Hoteltechnologie. Besonders wirkungsvoll wird sie dann, wenn spezialisierte Systeme optimal zusammenarbeiten – über funktionierende Schnittstellen.

DATEN MÜSSEN FLIESSEN REIBUNGSLOS UND IN ECHTZEIT

Schnittstellen – häufig als APIs (Application Programming Interfaces) bezeichnet – verbinden verschiedene Systeme wie PMS (Property Management System), Channel Manager, Revenue Management oder Gästekommunikation bis hin zum automatisierten Zutrittsmanagement im ganzen Haus. Wenn diese Systeme nahtlos miteinander kommunizieren, entstehen automatisierte Prozesse, Echtzeitdaten und ein durchgängig professionelles Gästeerlebnis. Die Vorteile liegen auf der Hand: Klare Datenströme reduzieren manuelle Arbeit, steigern die Genauigkeit und verbessern die Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen.

ZUSAMMENARBEIT STATT ALLEINGÄNGE

Eine gute Schnittstelle ist mehr als ein technisches Element – sie ist das Ergebnis einer aktiven Partnerschaft zwischen Technologieanbietern. Gemeinsame Weiterentwicklung, offener Austausch und ein klarer Supportprozess sorgen dafür, dass Systeme nicht nur verbunden sind, sondern auch gemeinsam wachsen. Ideal verknüpfte Partner zeichnen sich durch ihre Nähe zum Kunden, kurze Wege und aktives Engagement in der täglichen Praxis aus. Herausforderungen werden gemeinsam gelöst – direkt, lösungsorientiert und mit echtem Dialog.

INTERVIEW

SERVICE IST KEIN EXTRA, SONDERN DIE BASIS



IM GESPRÄCH MIT PHILIPP BERCHTOLD
GESCHÄFTSFÜHRER IBELSA GMBH

Welchen Service kann ein Hotelier von seinen Dienstleistern erwarten? Philipp Berchtold ist der klaren Meinung: Service sollte kein Extra sein, sondern ist die notwendige Basis für eine vertrauensvolle und damit erfolgreiche Zusammenarbeit.

Als Geschäftsführer von ibelsa und Initiator der Branchenplattform hotelnext begleitet er seit vielen Jahren Hotels bei der digitalen Transformation – von privat geführten Häusern bis hin zu komplexen Betrieben. Aufgewachsen in einer Hotel- und Gastronomiefamilie und mit betriebswirtschaftlichem Hintergrund vereint er praktische Branchenerfahrung mit technologischer Expertise.

Mit ibelsa entwickelt er ein cloudbasiertes PMS, das Hoteliers entlasten soll, statt sie mit unnötiger Komplexität zu überfordern. Mit hotelnext verfolgt er den Ansatz, spezialisierte Anbieter entlang der Guest Journey zu vernetzen, um individuelle Lösungen passend zum Geschäftsmodell jedes Hauses bereitzustellen – ohne versteckte Zusatzkosten und ohne Einheitssoftware.

“ Philipp, was verstehst du unter gutem „Service“ in der Zusammenarbeit zwischen Hotels und Softwareunternehmen?

Service bedeutet für mich nicht nur reaktives Problemlösen, sondern vor allem aktives Begleiten. Ein guter Anbieter denkt mit, ist proaktiv, erreichbar – und fühlt sich verantwortlich für den Erfolg des Hotels. Es geht um Verlässlichkeit, Transparenz und das ehrliche Interesse an einer langfristigen Partnerschaft auf Augenhöhe.

“ Welche Mindestanforderungen stellt hotelnext.io an seine Partner in puncto Service?

Wir haben klare Erwartungen: Ein verlässlicher Support, transparente Prozesse und eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Lösung. Dazu zählen u. a. eine funktionierende API, ein dedizierter Ansprechpartner für das Hotel sowie definierte Reaktionszeiten. Uns ist wichtig, dass Service nicht als „Add-on“ verkauft wird, sondern integraler Bestandteil ist.

“ *Wie sieht ein ideales Onboarding aus – vom Kick-off bis zum Go-live?*

Es gibt einen klaren Fahrplan, der gemeinsam mit dem Hotelteam erstellt wird. Durch die koordinierte Zusammenarbeit innerhalb des hotelnext.io-Verbunds profitieren unsere Kunden von klaren Abläufen und reibungslosen Prozessen. Vom ersten Workshop über technische Set-ups bis hin zur Schulung der Mitarbeitenden. Wichtig ist, dass der Anbieter den Prozess strukturiert moderiert und das Hotel nicht mit Aufgaben alleine lässt. Ein typisches Roll-out dauert je nach System zwischen zwei und sechs Wochen.

“ *Welche Integrationsleistungen sollten Hoteliers heute erwarten dürfen?*

Offene Schnittstellen, automatisierte Datensynchronisation und zukunftsweisende Lösungen sind heute Standard. Kein Hotel sollte sich mit Systeminseln herumschlagen müssen, die für jede Weiterentwicklung und Updates Kosten in Rechnung stellen. Gute Anbieter zeigen zudem konkrete Beispiele, wie ihre Lösung im Zusammenspiel mit anderen Produkten nahtlos funktioniert. Zukunftsorientiert, kundennah und ohne Mehrkosten.

“ *Und beim Thema Support – was ist da ein realistischer Anspruch?*

Grundsätzlich wollen wir mit unseren Kunden sprechen. Das ist ein von vornherein anderer Ansatz als viele andere Anbieter verfolgen. Ein Mix aus gut erreichbarem Helpdesk, Self-Service-Angeboten und persönlichem Support ist ideal. Wir erwarten von unseren Partnern unter anderem erreichbare Servicezeiten und ein transparentes Reporting der Supportqualität. Support ist kein “nice-to-have” sondern eine Haltungsfrage. Ein Hotelier muss wissen: Wer hilft mir – und wie schnell.

**SUPPORT IST KEIN
NICE-TO-HAVE
SONDERN EINE
HALTUNGSFRAGE**



“ *Wie wird das Hotelteam im Alltag geschult?*

Es braucht eine gute Mischung aus kostenlosen E-Learnings, flexiblen Online-Formaten und individuell buchbaren Schulungen. Wichtig ist, dass das Format zum jeweiligen Betrieb passt. Gute Anbieter unterstützen zusätzlich mit Templates, Prozessbeschreibungen oder Playbooks, damit die Umstellung im Team leichter gelingt.

“ *Wie lässt sich der wirtschaftliche Nutzen einer Lösung belegen?*

Bei der Wahl einer digitalen Lösung spielt nicht nur der Funktionsumfang eine Rolle – entscheidend ist oft, wie schnell und unkompliziert der Einstieg gelingt. Genau hier setzt ibelsa an: “Keep it simple” lautet das Credo. Ziel ist es, dass auch ungelerntes Personal sofort mit dem System arbeiten kann. Ein hoher Automatisierungsgrad – bis zu 100 %, wenn gewünscht – sorgt zusätzlich für Entlastung im Alltag. Natürlich lassen sich hier auch konkrete KPIs messen: Einsparungen bei Zeit und Kosten, Steigerung der Direktbuchungen, verbesserte Bewertungen. Viele Anbieter bieten heute regelmäßige Business-Reviews an, um gemeinsam mit dem Hotel zu reflektieren: Wo stehen wir? Wo wollen wir hin? Was brauchen wir dafür?

“ *Welche Rolle spielt der Hotelier bei der Produktweiterentwicklung?*

Eine zentrale! Die besten Innovationen entstehen im Austausch mit den Nutzern. Deshalb setzen wir auf kurze Release-Zyklen, Feedback-Schleifen und Beta-Programme. Unsere Partner sollen aktiv zuhören und das Hotel in die Produktentwicklung einbinden.

“ *Abschließend: Wie sieht es beim Thema Datenschutz und IT-Sicherheit aus?*

DSGVO-Konformität ist Pflicht, ebenso wie Transparenz zu Hosting-Standorten und Sicherheitsmaßnahmen. Wir erwarten regelmäßige Penetrationstests, Audit-Reports und klare Verantwortlichkeiten. Ein Hotelier muss darauf vertrauen können, dass seine Daten geschützt sind – und dass im Ernstfall schnell reagiert wird.

Setze mit deinen wichtigsten Lieferanten regelmäßige Service-Reviews an – wie ein Jahresgespräch mit deinem Team.



**THERE'S A HOTEL NEXT
HERO IN ALL OF US**

BECOME THE HOTEL NEXT HERO!



 **room price genie** **DIRS²¹**  **ibelsa** **salto**  **strav.**





www.hotelnext.io

www.ibelsa.com

www.dirs21.de

www.roompricegenie.com

www.saltosystems.com

www.straiv.io

