

AI, Automation & neue Touchpoints in der Guest Journey

Angela Friedrichs-Özdemir

HSMA Expertenkreis Distribution



Historie und Überblick

Traditionelle
Vertriebskanäle

inkrementelle
Innovationen

disruptive
Innovationen

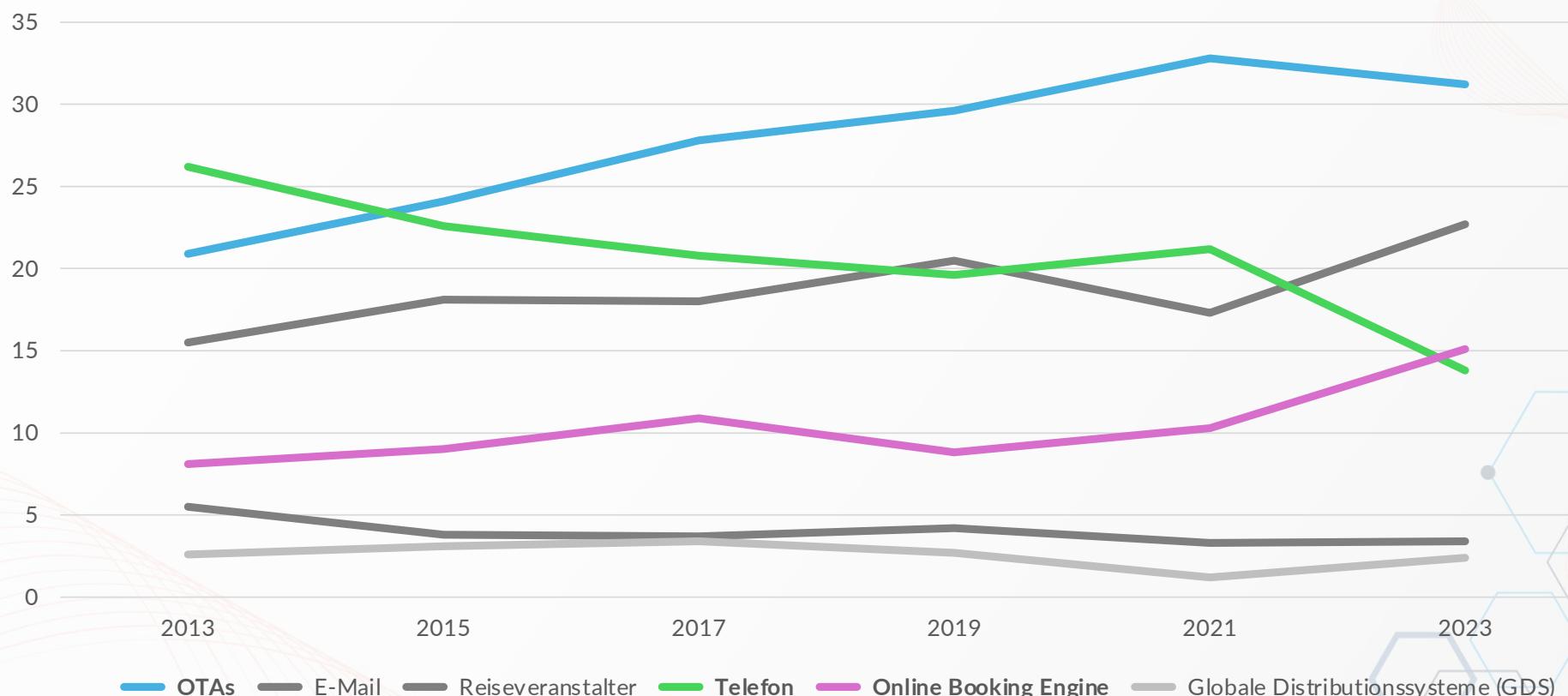
Traditionelle Kanäle wie Telefon, OTAs, eigene Website und GDS wurden und werden für den Vertrieb von Hotelgästen genutzt.

Hotelgäste erwarten **fortschrittliche Technologien** wie Telefon-Bots, Chatbots, E-Mail-Automatisierung und WhatsApp-Nachrichten.

Gänzlich neue Prozesse und Systeme wie die Buchung über autonome KI-Reiseagenten beeinflussen die Hotelbranche erheblich.



Marktanteil verschiedener Buchungswege für Hotel-Übernachtungen in Europa



Quelle: European Hotel Distribution Study, Institut für Tourismus, FH Westschweiz Wallis, Prof. Roland Schegg

Rückblick: Entwicklung der Technologien

Traditionelle Vertriebskanäle

1950

Telefonische Buchung

Gäste rufen im Hotel an, um persönlich zu reservieren. Manuelle Erfassung, direkte Kommunikation mit Personal.

1976

GDS

Hotels nutzen Reservierungssysteme zur Anbindung an Reisebüros. Erster digitaler Zugang zu Verfügbarkeiten und Preisen.

1995

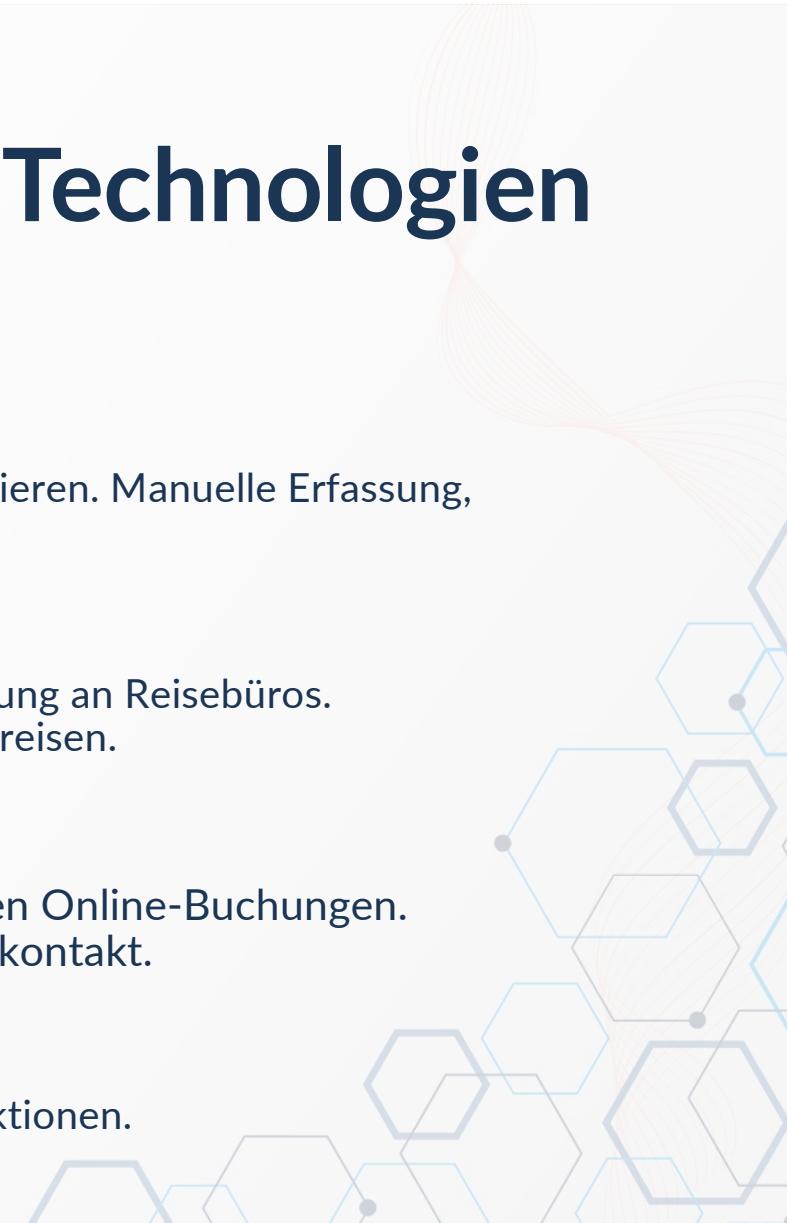
OTAs

Plattformen wie Booking oder Expedia erlauben Online-Buchungen. Reichweite steigt, Hotels verlieren aber Direktkontakt.

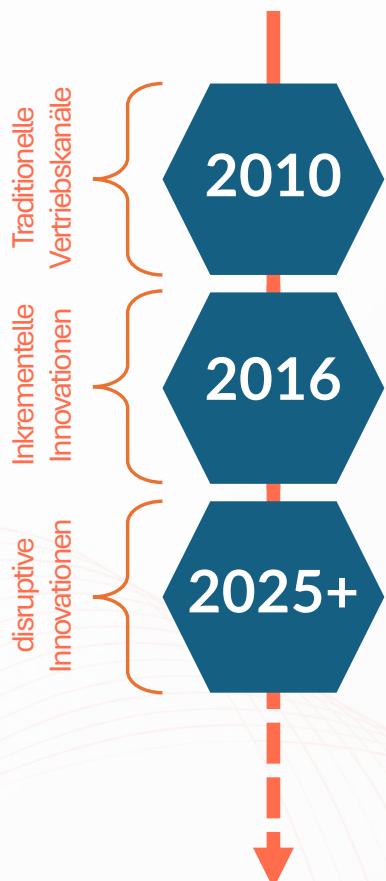
2005

Hotelwebsite

Hotels bauen eigene Websites mit Buchungsfunktionen. Der Direktvertrieb gewinnt an Bedeutung.



Rückblick: Entwicklung der Technologien



Meta-Suchmaschinen

Vergleichsportale bündeln Angebote und leiten weiter. Preistransparenz und Wettbewerb nehmen zu.

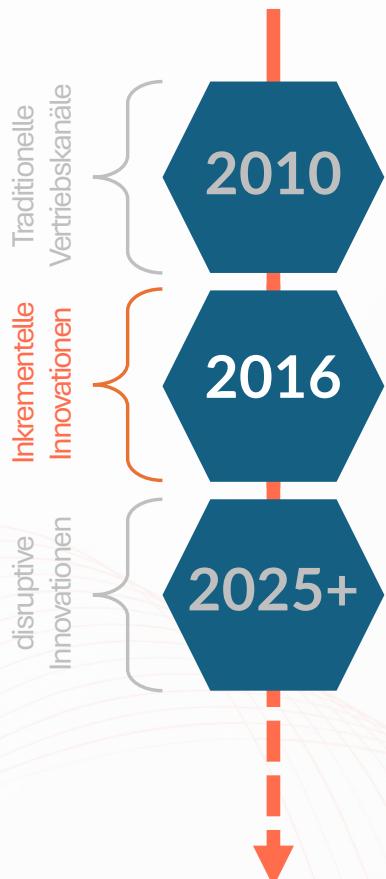
Sprachassistenten und Chatbots

Gäste kommunizieren mit digitalen Assistenten. Erste Automatisierung der Beratungs- und Anfrageprozesse.

KI-gestützte Buchungssysteme

KI versteht individuelle Wünsche, erstellt Angebote in Echtzeit. Buchung wird dialogbasiert, kontextsensitiv und proaktiv.

Rückblick: Entwicklung der Technologien



Meta-Suchmaschinen

Vergleichsportale bündeln Angebote und leiten weiter. Preistransparenz und Wettbewerb nehmen zu.

Sprachassistenten und Chatbots

Gäste kommunizieren mit digitalen Assistenten. Erste Automatisierung der Beratung und Anfrageprozesse.

KI-gestützte Buchungssysteme

KI versteht individuelle Wünsche, erstellt Angebote in Echtzeit. Buchung wird dialogbasiert, kontextsensitiv und proaktiv.



Was ist heute?

Heute erwartet der Guest...

- direkte Reaktion
- Personalisierung
- Kommunikation über gewünschte Kanäle

Was ist heute?

Neue Technologien in
Vertrieb und Service bei...

- Check-In
- Gastro
- Room Service





Telefonbots zur Entlastung der Rezeption

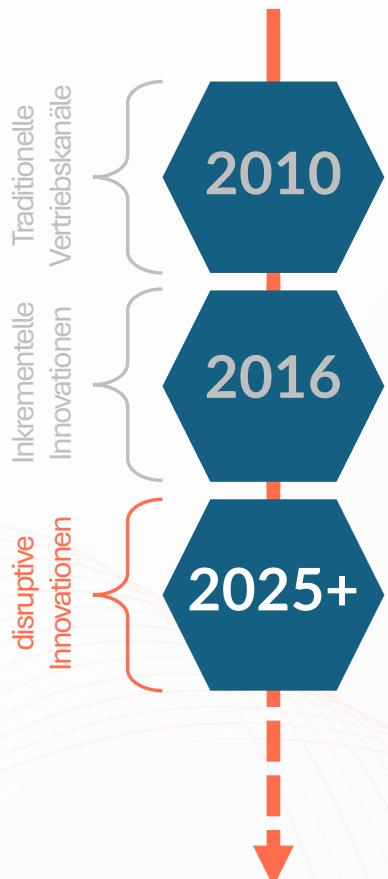
Chatbots auf Website und Buchungstools

Automatisierte E-Mail-Kommunikation

Messaging via WhatsApp, Messenger, SMS etc.

Integration von Systemen für nahtlosen Dialog

Rückblick: Entwicklung der Technologien



Meta-Suchmaschinen

Vergleichsportale bündeln Angebote und leiten weiter. Preistransparenz und Wettbewerb nehmen zu.

Sprachassistenten und Chatbots

Gäste kommunizieren mit digitalen Assistenten. Erste Automatisierung der Beratung und Anfrageprozesse.

KI-gestützte Buchungssysteme

KI versteht individuelle Wünsche, erstellt Angebote in Echtzeit. Buchung wird dialogbasiert, kontextsensitiv und proaktiv.

Innovationen

1990



Internet-Zeitalter

2006



Big Data &
Cloud Computing

2012



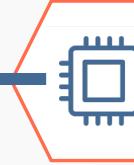
Machine Learning &
Automation

2022



generative KI

2025



angewandte KI





Was kommt?

Eine datengetriebene,
vernetzte Welt!



Was bleibt?

- **Vertrauen in Menschlichkeit und Service**
- **Hotelmarke als Identitätsträger**
- **Physisches Hotelerlebnis** steht im Zentrum
- **Individuelle Gastbedürfnisse**



Distribution 2025

Ganzheitlich,
intelligent,
dialogorientiert.



Zielgruppen



Baby Boomer

bleiben stärker bei klassischen Kanälen – besonders beim Wunsch nach Beratung.



Gen X

befindet sich im Übergang zwischen analogen und digitalen Buchungskanälen.



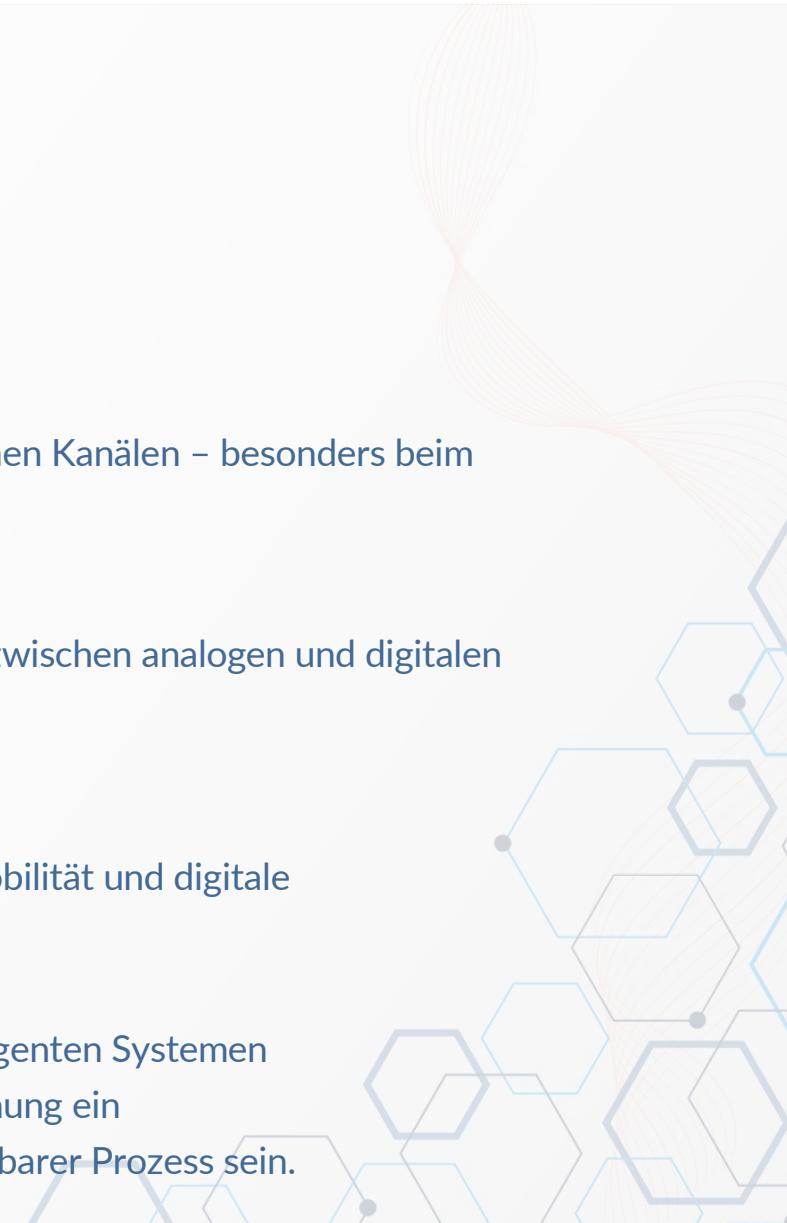
Gen Z

bevorzugt Schnelligkeit, Mobilität und digitale Selbstbestimmung.



Gen Alpha

wächst mit technisch intelligenten Systemen auf – für sie wird Reisebuchung ein integrierter, nahezu unsichtbarer Prozess sein.

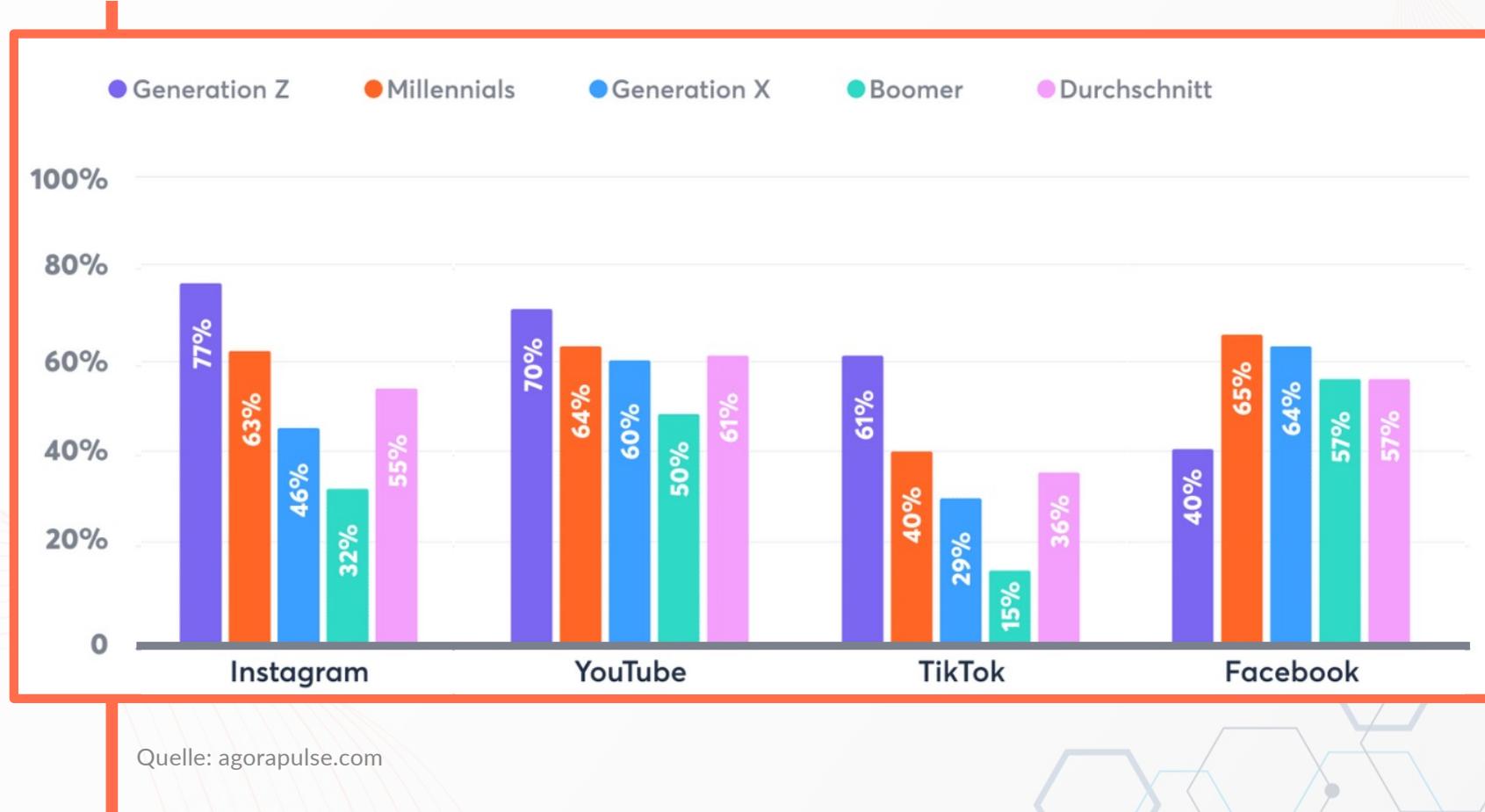


Gästespezifische Touchpoints vor der Anreise



Quelle: Reiseanalyse 2025, FUR

Gästespezifische Touchpoints vor der Anreise



Gästespezifische Touchpoints vor der Anreise

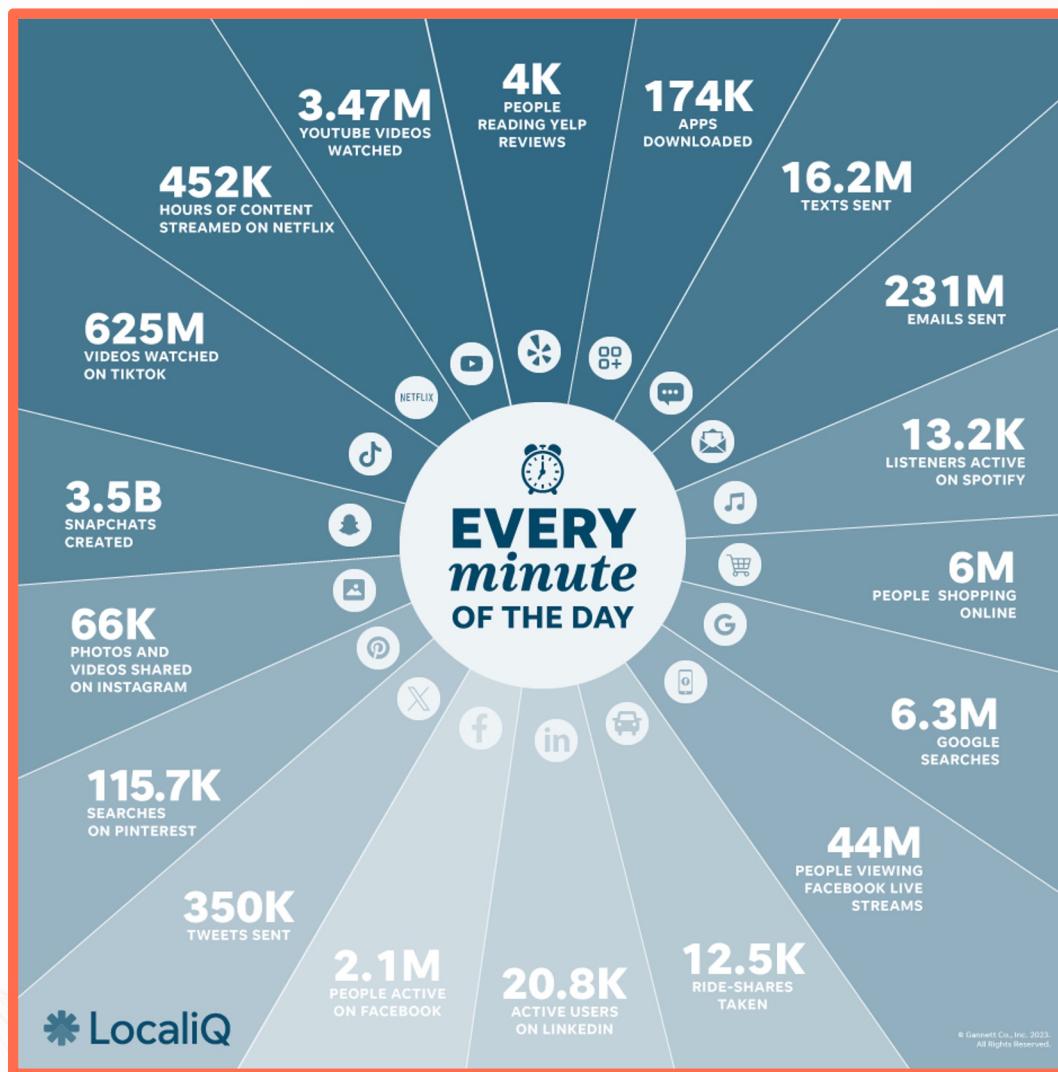
Nutzung von Social Media zur Urlaubsanregung und Information

Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung 14-75 Jahre, die mindestens einen Social-Media-Kanal mehrmals im Monat nutzt
Quelle: Reiseanalyse online 2025



Social-Media-Kanäle sind relevante Plattformen zur Urlaubsinspiration und Information. Viele Menschen nehmen aus den Sozialen Medien Anregungen und Inspiration für ihre Urlaube mit oder nutzen sie für die Information vor Ort. Im Vergleich zu 2021 ist die Relevanz der Sozialen Medien weiter gewachsen.

Quelle: Reiseanalyse online 2025



Quelle: localiq.com

Diese KI-Lösungen gibt es bereits:

Gästekommunikation & Service

 **HiJiffy**

 **asksuite**

Revenue Management & Preisoptimierung

Duetto >

IDEASTM
A SAS COMPANY

 **hotelkit**
 **optii**

Housekeeping & Operations



MARA

 **Shiji** | REVIEWPRO

TRUSTYOU 

Feedback Management



Nicht die Tools sind
entscheidend, sondern
deren Zusammenspiel.