

Zahlungsprozesse im Hotel

Operative Realität 2026 – Zahlen, Fakten, Handlungsempfehlungen

Michael Menzel · Co-Founder Fanz GmbH

Payment gehört auf jede Agenda

Zahlungen sind keine Backoffice-Funktion

Sie entscheiden über Umsatz, Effizienz und Gästelerlebnis –
an jedem einzelnen Touchpoint.

Agenda

1

Was Payment kostet

2

Was Gäste erwarten

3

Was sich gerade ändert

4

Was zu tun ist

A

Appendix

Alle zentralen Marktzahlen mit Quelle; Praxiswerte und Anbieterangaben sind gekennzeichnet.

37 %

der Gäste haben eine Buchung schon einmal abgebrochen –
weil sie nicht so zahlen konnten, wie sie wollten.

Quelle: Adyen Global Hospitality Report, September 2024 – 31.312 befragte Personen

Hotel

3 ×

Bei Buchung · Check-in · Check-out

Beispiel eines fragmentierten Prozesses

Uber

1 ×

Einmalig bei Registrierung.

Danach: zahlen ohne Aufwand.

Wie oft fragt Ihr Eure Gäste nach der Kreditkarte?

68 %

der Hospitality- und Reiseunternehmen sagen,
dass fragmentierte Zahlungssysteme operative Probleme verursachen.

Quelle: Adyen Index – Hospitality & Travel Report 2025

Wie viele Stunden

pro Monat braucht Euer Team für manuelle Zahlungsadministration?

Rechnet selbst: Schon wenige Minuten pro Zahlungsschritt summieren sich auf Tage pro Monat.

128 \$

Bearbeitungskosten je Chargeback
im Durchschnitt bei US-Händlern – zusätzlich zum strittigen Umsatz.

Quelle: Mastercard, veröffentlicht: 30. April 2025, aktualisiert: 8. Juni 2026, Was sind die wahren Kosten einer Rückbuchung für Unternehmen?

+18 %

mehr Zusatzumsatz
durch Pre-Arrival-
Angebote per Link

Anbieterangabe – als Größenordnung verstehen.

12.480 €

Verlustpotenzial pro Jahr – bei nur 2 No-Shows
pro Woche à 120 €/Nacht.

Rechenbeispiel: $2 \times 120 \text{ €} \times 52 \text{ Wochen}$. Verlustpotenzial, nicht realisierter Verlust.

20 h/Woche

zurückgewonnen durch integrierte Zahlungsautomatisierung.
Das berichtet ein Haus aus der Praxis.

Einzelfall aus Anbieterkommunikation – keine Erhebung.

Teil 1

Was Payment kostet

Fünf Kostenfelder und was sie im Jahr ausmachen

Fünf Kostenfelder und ihre Kosten

1	Virtual Credit Cards	mehrere Minuten	nur bei manueller Bearbeitung
2	No-Shows & Stornierungen	12.480 €	pro Jahr bei 2 No-Shows/Woche
3	Chargebacks	128 \$	je Fall, zusätzlich zum Streitwert (USA)
4	PCI DSS	Sanktionen und Folgekosten	bei Nichteinhaltung
5	Zahlungsabgleich	1 bis 3 Tage	pro Monat für den Kassenabschluss

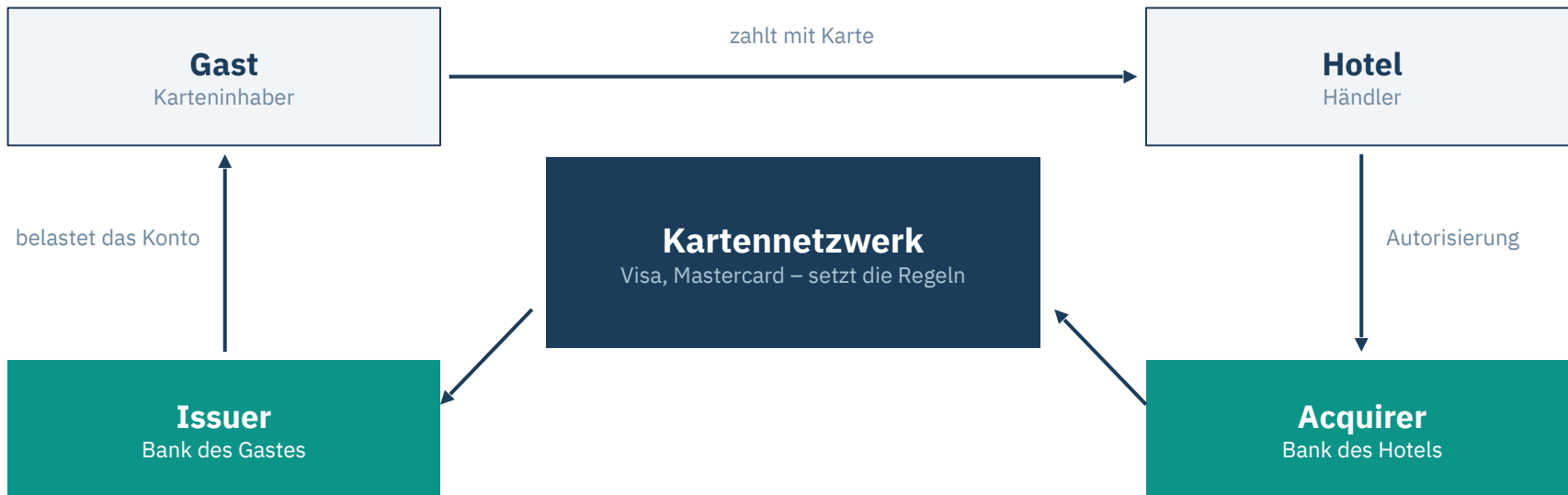
Details zu jedem Punkt in Teil 4 und Appendix

Karte 0,7 bis 3,9 %

direkte Transaktionsgebühren

Quelle: 2–3,9% aus Phocuswright, The State of Global Travel Payments 2024; 0,7 % aus eigenen Daten

Wer bei einer Kartenzahlung beteiligt ist



Was von jeder Kartenzahlung abgeht



Nur die Marge ist verhandelbar. Interchange ist für EU-Verbraucherkarten gedeckelt – für Firmen- und Nicht-EU-Karten nicht.

Teil 2

Was Gäste erwarten

Digital Wallets

sind weltweit die führende Online-Zahlungsart.
Fehlende relevante Wallets können Buchungen kosten.

Quelle: Worldpay Global Payments Report 2026 – digitale Wallets machen 56 % des weltweiten E-Commerce-Transaktionswertes 2025 aus

Ihre Zahlungsmethoden

SEPA-Lastschrift, PayPal, Kreditkarte (Rewards), Apple Pay, Google Pay,
Alipay, WeChat Pay, UnionPay, Firmenkreditkarte, digitale Rechnung,
Rechnung auf Firmenanschrift, SEPA-Überweisung

Illustrative Beispiele – tatsächliche Präferenzen im eigenen Gästemix prüfen

Teil 3

Was sich gerade ändert

Markt, AI-Buchung und neue Zahlarten

Skift-Prognose 2030: Direktbuchungen vor den Portalen

\$409 Mrd.

Direktbuchungen

55 % dieser beiden Kanäle

Digitale Direktkanäle

\$333 Mrd.

Portalbuchungen

45 % dieser beiden Kanäle

Über Buchungsportale

Quelle: Skift Research, Hotel Distribution Outlook 2024.

30 %

aller Reisebuchungen könnten laut IDC-Prognose bis 2030 über AI-Agenten laufen.
Nicht mehr der Gast bucht – seine Software bucht.

Quelle: IDC-Prognose laut Stripe, 2026. Gemeint sind abgeschlossene Buchungen, nicht Suchanfragen.

Neue Zahlarten sind kein Selbstzweck

Wero Stablecoin

Mehr Zahlarten bringen nur dann Wert, wenn sie sauber in Buchung, Hotelsystem, Rechnung und Auszahlung integriert sind.

Buchungsstrecke · Zahlungslink · Rezeption · Kiosk · virtuelle Karten · Erstattungen · Auswertungen

Teil 4

Was zu tun ist

Vorgehen und erwarteter Nutzen

Gesparte Zeit ist nicht nur weniger Kosten.
Sie schafft Kapazität für Service und zusätzlichen Umsatz.

Payment als Kostenstelle

→ Payment als Werttreiber

Wer verantwortet Zahlungen im Hotel?

Front Office

Ausführung

- ▶ Check-in / Check-out
- ▶ Manuelle Korrekturen
- ▶ Gastreklamationen

Finance / Buchhaltung

Reporting

- ▶ Monatsabschluss
- ▶ DATEV-Export
- ▶ Chargeback-Bearbeitung

Revenue Management

Optimierung

- ▶ Gebührenvergleich
- ▶ Zahlungskanal-Mix
- ▶ Direktbuchungsanteil

IT / Systemadmin

Integration

- ▶ PMS-Anbindung
- ▶ PCI-Compliance
- ▶ Token-Verwaltung

Klare Verantwortung ist die Voraussetzung für jede Verbesserung.

Sechs Empfehlungen auf einen Blick

01	Ist-Analyse	Manuelle Schritte zählen und hochrechnen
02	No-Show-Kalkulation	No-Shows/Woche × Ø verlorener Zimmerumsatz × 52
03	PCI-DSS-Check	Letzte Selbstauskunft (SAQ), Zuständigkeit, Speicherorte
04	Man. VCC-Aufwand messen	Anzahl Karten × gemessene Minuten = gebundene Stunden pro Monat
05	Gästemix prüfen	Herkunftsmix gegen Zahlungsmethoden abgleichen
06	AI-Bereitschaft	AI-Assistenten nach dem eigenen Hotel fragen

Ist-Analyse: Zählt Eure manuellen Schritte

01

- 1 Virtual Credit Cards
- 2 No-Shows & Stornierungen
- 3 Chargebacks
- 4 PCI DSS
- 5 Zahlungsabgleich

Was tun?

- ▶ Alle Zahlungsschritte im Buchungsfluss notieren
- ▶ Zählen: Wie viele davon sind heute manuell?
- ▶ Rechnen: manuelle Schritte je Transaktion × Minuten je Schritt × Transaktionen/Monat = gebundene Zeit
- ▶ Auch den Monatsabschluss mitzählen: Wie viele Tage? Wie viele Korrekturen?

Was es bringt:

Klarheit über den wahren Aufwand – Basis für jede weitere Entscheidung.

02

1 Virtual Credit Cards

2 **No-Shows & Stornierungen**

3 Chargebacks

4 PCI DSS

5 Zahlungsabgleich

No-Show-Kalkulation: Kennt Ihr Eure Zahl?

Was tun?

- ▶ Eigene No-Show-Rate aus PMS-Daten abrufen (eigene Zielvorgabe formulieren)
- ▶ Formel: $\text{No-Shows/Woche} \times \emptyset \text{ verlorener Zimmerumsatz} \times 52 = \text{Verlustpotenzial/Jahr}$
- ▶ Prüfen: Gibt es Vorauszahlungspflicht bei OTA-Buchungen?

Was es bringt:

Konkrete Verlustziffer – macht das Thema intern entscheidbar und priorisierbar.

03

- 1 Virtual Credit Cards
- 2 No-Shows & Stornierungen
- 3 Chargebacks
- 4 PCI DSS
- 5 Zahlungsabgleich

PCI DSS: Wann war die letzte Selbstauskunft?

Was tun?

- ▶ Letzte PCI-Validierung prüfen – bei jährlichem SAQ: >12 Monate = prüfen
- ▶ Klären: Wer ist intern für PCI-Compliance verantwortlich?
- ▶ Check: Werden Kartendaten irgendwo unkontrolliert gespeichert?

Was es bringt:

Weniger Haftungsrisiko und eine belastbare Grundlage für Gästevertrauen

04

1 Virtual Credit Cards

2 No-Shows & Stornierungen

3 Chargebacks

4 PCI DSS

5 Zahlungsabgleich

VCC-Aufwand messen: Wie viel Zeit verliert Ihr?

Was tun?

- ▶ OTA-Buchungen/Monat mit VCC-Anteil ermitteln
- ▶ Formel: Anzahl VCC × selbst gemessene Minuten = Stunden/Monat für VCC-Management
- ▶ Frage: Erkennt Euer Hotelsystem virtuelle Kreditkarten automatisch?

Was es bringt:

Transparenz über einen oft unsichtbaren Zeitfresser – direkt quantifizierbar.

05

Zielgruppe

Gästemix prüfen: Welche Methoden fehlen?

Was tun?

- ▶ Eigenen Gäste-Mix analysieren: woher kommen die meisten Gäste?
- ▶ Abgleich: Welche Zahlungsmethoden bietet Ihr an – welche fehlen?
- ▶ Prüfen: Unterstützt Euer System Mobile Wallets und Tokenisierung?

Was es bringt:

Potenzial für weniger Buchungsabbrüche und bessere Gästezufriedenheit erkennen

06

Markt

AI-Bereitschaft: Kann eine Maschine bei Euch buchen?

Was tun?

- ▶ Testen: Fragt einen AI-Assistenten nach Eurem Hotel – was kommt?
- ▶ Prüfen: Sind Preise und Verfügbarkeit maschinenlesbar hinterlegt?
- ▶ Klären: Kann eine Buchung inklusive Zahlung maschinell abgeschlossen werden?

Was es bringt:

Frühe Sichtbarkeit in einem Kanal, über den laut IDC-Prognose bis 2030 rund 30 % aller Reisebuchungen laufen könnten.

Drei Denkanstöße zum Mitnehmen

1

Die Kosten sind da – nur nicht als Payment-Kosten sichtbar

Sie verteilen sich über Personal, Umsatzverlust und Gebühren.

2

Fast alles davon ist eine Prozessfrage

Wo der Prozess automatisiert durchläuft, entsteht der Aufwand gar nicht erst.

3

Messen kostet (fast) nichts

Alle sechs Empfehlungen sind Erhebungen – kein Budget, kein Projekt, kein Systemwechsel.

Appendix

Details, Belege und die ausführlichen Empfehlungen

A Payment-Kosten & Hebel B Was Gäste wollen C Markt und AI
D Systeme und Technik E Steuerung

Appendix A

Payment-Kosten & Hebel

Fünf Kostenfelder – mit Herleitung und Gegenmaßnahmen

Kostenfeld 1: Manuelle VCC-Bearbeitung

Manuell abtippen

mehrere Minuten

pro Karte

- ▶ Kartendaten aus dem Extranet holen
- ▶ Gültigkeitsfenster und Betrag prüfen
- ▶ Am Terminal / virtuellen Terminal manuell belasten
- ▶ Rechnungszuordnung
- ▶ ...

Hebel: Automatisierung

nahezu 0 Aufwand

pro Karte

- ▶ Channel Manager reicht die VCC durch
- ▶ Hotelsystem bucht zum richtigen Termin
- ▶ Personal greift nur bei Ausnahmen ein

Der Aufwand ist kein Naturgesetz – er entsteht nur dort, wo der Prozess bricht.
Reicht Euer Channel-Manager die VCC durch, und kann Euer Hotelsystem sie automatisch belasten?

Kostenfeld 1: Manuelle VCC-Bearbeitung

1 x

Viele OTA-VCCs haben begrenzte Nutzungs- und Belastungsregeln.

Deshalb prüfen – aber ohne Testtransaktion:

- ▶ Betrag, Gültigkeit und Aktivierungsdatum gegen die Buchung abgleichen
- ▶ Aktivierungsregel des jeweiligen OTA-/VCC-Programms kennen: oft erst, wenn die Buchung kaum noch erstattbar ist
- ▶ Zum frühestmöglichen zulässigen Zeitpunkt gemäß OTA-/VCC-Regel belasten

MOTO = Mail Order / Telephone Order: Belastung ohne anwesende Karte, teils ohne Prüfziffer (CVC).

Keine Testautorisierung durchführen, ohne die konkreten VCC-Regeln zu kennen.

Kostenfeld 2: No-Shows & Stornierungen

5% → 1%

Senkung der
eigenen No-Show-Rate.

Hebel = Vorauszahlung / klare Stornoregeln

- ▶ Wer bezahlt hat, erscheint eher
- ▶ Wer nicht zahlen will, storniert früher – Zimmer wird neu verkauft
- ▶ Stornogebühr kann automatisiert eingezogen werden – kein manueller Mahnprozess.

*Vorsicht: Rechnet mit Eurer eigenen Rate.
Rechenbeispiel, keine Benchmark.*

Kostenfeld 3: Chargebacks vermeiden – Erlöse sichern

Hebel: Digitale Autorisierung

- ▶ Kartenzahlungen regulär über den Zahlungsanbieter autorisieren
- ▶ Lückenlos dokumentieren
- ▶ Kein Papiersystem

Hebel: Tokenisierung

- ▶ Keine Kartennummern speichern
- ▶ Nur Token vorhalten
- ▶ reduziert Kartendaten- und Compliance-Risiken

Hebel: Klare Storno-Konditionen

- ▶ Schriftlich, digital, nachweisbar
- ▶ Das Hotel muss belastbare Nachweise liefern können
- ▶ Ohne belastbaren Nachweis sinken Eure Erfolgchancen deutlich

**Das Chargeback-Verfahren ermöglicht dem Karteninhaber, eine Kartenzahlung zu reklamieren.
Ihr müsst strittige Zahlungen belastbar nachweisen können**

Kostenfeld 4: PCI DSS – Pflicht, keine Option

PCI DSS = Payment Card Industry Data Security Standard

ASV = Approved Scanning Vendor

Was gilt:

- ▶ Gilt für jedes Hotel mit Kartenzahlungen
- ▶ Kartendaten niemals unkontrolliert speichern
- ▶ PCI-DSS-Compliance regelmäßig validieren – häufig über einen jährlichen SAQ
- ▶ Seit 31.03.2025 gilt PCI DSS 4.x vollständig.
- ▶ Juni 2026 noch einmal klargestellt: Bei SAQ-A-E-Commerce-Seiten gelten externe IT-Sicherheitsprüfungen (ASV-Scans) auch bei Redirect- und iframe-Lösungen

Was bei Verstößen droht:

- ▶ Mögliche Folgen laut Branchenangaben:
 - ▶ Sanktionen über Kartensysteme, Acquirer oder Zahlungsdienstleister
 - ▶ zusätzliche Prüfkosten
 - ▶ Haftungs- und Ersatzrisiken
 - ▶ erhebliche Sanktionen und Folgekosten

Hebel = Kartendaten aus eigenen Systemen heraushalten, PCI-Prüfbereich verkleinern und Compliance sauber organisieren

Neu und für Hotels besonders relevant: Bei eingebetteten Payment Pages/iframes müssen relevante Skripte auf der Händlerseite gegen Manipulation abgesichert sein. Auch Analytics-, Tracking- oder Chat-Skripte können relevant sein, wenn sie den Zahlungsprozess beeinflussen. Die Frage an Euer Haus: Wisst Ihr, welche Skripte auf Eurer Buchungs- und Zahlungsstrecke ausgeführt werden – und wer sie kontrolliert?

1 bis 3 Tage

(Praxiswert) pro Monat für den
Kassenabschluss –
ohne Automatisierung

Was am Monatsende zusammenkommt:

- ▶ PMS + Terminal + Bank + OTAs + Kreditkarten + DATEV + Trinkgeld
- ▶ Fehler werden erst Wochen nach Entstehung entdeckt
- ▶ Mit Automatisierung: deutlich weniger Personalaufwand

Hebel = automatischer Zahlungsabgleich

Handlungsempfehlung: Wie lange dauert Euer Monatsabschluss? Wie viele Korrekturen fallen an?

Wo Ihr bei den Gebühren Geld liegen lasst

Kontobasierte Verfahren können günstiger sein

- ▶ SEPA-Lastschrift und Konto-zu-Konto-Verfahren umgehen die Kartennetze
- ▶ Aber: Apple Pay und Google Pay nutzen weiterhin die zugrunde liegenden Kartenschienen
- ▶ Alternative Zahlarten werden trotz möglicher Kostenvorteile noch vergleichsweise wenig genutzt – auch bestehende Systemlandschaften bremsen

Versteckte Zusatzkosten

- ▶ Gebührenmodelle sind oft nicht durchschaubar
- ▶ Festpreismodelle machen Kosten planbar

Fremdwährung als Ertrag

- ▶ Gast zahlt in seiner Heimatwährung
- ▶ Je nach DCC-Modell kann das Hotel an der Umrechnungsmarge beteiligt werden.
- ▶ Aus einem Kostenposten kann ein Ertragsposten werden

Welchen Anteil Eures Umsatzes wickelt Ihr über Karte ab – und welche günstigere Methode fehlt?

Appendix B

Was Gäste erwarten

Erwartungen nach Markt und Segment

Der Gästemix bestimmt den Payment-Mix

Gästegruppe / Herkunft	Beispiele relevanter Methoden
Deutsche Gäste	SEPA-Lastschrift, Kreditkarte, PayPal
US-Gäste	Kreditkarte (Rewards), Apple Pay
Chinesische Gäste	Alipay, WeChat Pay, UnionPay
Business-Reisende	Firmenkreditkarte, digitale Rechnung
Gruppen / Kongress	Rechnung auf Firmenanschrift, SEPA

**Global haben 37 % schon wegen einer fehlenden gewünschten Zahlungsmethode abgebrochen;
31 % der Betriebe können Optionen wie Wallets oder BNPL nicht anbieten.**

Beispiele – eigenen Gästemix prüfen.

Einmal authentifizieren – später automatisiert belasten

1 ×

Einmal stark authentifizieren.
Echte MITs auf Basis eines zuvor mit SCA
eingerichteten Mandats können ohne
erneute Gastabfrage verarbeitet werden.

Der Mechanismus in zwei Schritten:

- ▶ Bei der Buchung: SCA – bei Karten online typischerweise über 3-D-Secure-Authentifizierung
- ▶ Das Payment-System speichert die nötigen technischen Referenzen, z. B. Token und Originaltransaktions-ID
- ▶ Folgebelastungen tragen die Referenz und gelten als MIT – ohne neue Abfrage

SCA = starke Kundenauthentifizierung. MIT = Merchant Initiated Transaction, vom Hotel ausgelöste Zahlung.

Die Grenze: Bucht der Gast selbst neu, ist das eine neue Kundentransaktion und SCA greift wieder.

Das Mandat entscheidet, ob Ihr später belasten könnt

Was drinstehen muss

- Zustimmung zu Zahlungen im Namen des Gastes
- Zeitpunkt und Häufigkeit – auch ungeplante Belastungen
- Wie sich der Betrag bestimmt
- Die Stornoregelung

Der typische Fehler

- Das Mandat nennt nur die Zahlung bei Anreise
- No-Show, Minibar und Nachbelastung sind aber ungeplant
- Variable Beträge brauchen eine Berechnungsgrundlage

Die Falle beim Kartenwechsel

- Gespeicherte Karten werden automatisch aktualisiert
- Ändert sich dabei die Kartenmarke, ist für MITs eine neue Karteninhabervereinbarung erforderlich
- Der Token läuft weiter – die Belastung scheitert

Die Zustimmung muss dem Gast eindeutig zugeordnet und nachweisbar dokumentiert sein.

Pay by Link – Umsatz vor der Anreise erschließen

+18 %

mehr Zusatzumsatz
durch Pre-Arrival-
Angebote per Link

Anbieterangabe – als Größenordnung verstehen.

Wie es funktioniert:

- ▶ Individueller Zahlungslink per E-Mail oder SMS vor Anreise
- ▶ Gast bucht Upgrade, Spa oder Frühstück bequem online
- ▶ Keine Kreditkarte an der Rezeption – Zahlung schon erledigt

Welche Zusatzleistungen bietet Ihr noch nicht per Link an?

Die Karte bekommt Konkurrenz – von zwei Seiten

Wero / Pay by Bank

- ▶ Gastkonto → Händlerkonto
- ▶ sichtbar für den Gast
- ▶ relevant für IBE & Payment Links

Stablecoins

- ▶ digitale Zahlungsinfrastruktur mit digitalem Token, meist an Euro oder US-Dollar gekoppelt
- ▶ zunächst eher im Hintergrund
- ▶ relevant für Plattformen & internationale Zahlungen

Für Hotels zählt nicht die Technologie – sondern ob Zahlung einfach, sicher und automatisiert funktioniert.

Appendix C

Markt und AI

Direktbuchung, Portale und agentischer Handel

Direktbuchung vs. Portal: Die Rechnung

Kriterium	Direktbuchung	Portalbuchung
Provision	0 %, aber IBE, Marketing, Payment, SEO / GEO	typisch 15–25 % OTA-Provision
Zahlungsaufwand	abhängig vom Setup	häufig VCC / Portalprozess
Kundendaten	direkter Kundenzugang	häufig eingeschränkt
Chargeback-Risiko	mit 3DS besser absicherbar	Gering bei VCC hoch bei Gastkarte

Bei OTA-Payment-Modellen prüft das Portal die Gastzahlung und zahlt das Hotel z. B. per VCC aus.
Wird die Gastkarte dagegen an das Hotel weitergegeben, liegen Belastung und Dokumentation beim Hotel.
Und: 3DS hilft vor allem bei Fraud-Risiken, nicht bei Service-Disputes.

Handlungsempfehlung: Welcher Anteil Eurer Buchungen kommt direkt? Was würde +5 % bedeuten?

Agentic Commerce: Wer baut was – und was bleibt beim Hotel?

KI-Plattformen

Bauen die Agenten

- OpenAI, Google, Meta
- Microsoft Copilot
- Sie führen den Dialog

Karten-Netzwerke

Setzen die Regeln

- Regeln für agenten-initiierte Zahlungen
- Authentifizierung und Haftung

Zahlungsanbieter

Bauen die Brücke

- Hotelangebote für AI-Agenten verfügbar machen
- Zahlung ermöglichen, ohne Kartendaten an den AI-Agenten zu geben
- Stripe ACS: Deutschland-Start für Ende 2026 angekündigt.

Euer Hotel

Liefert die Substanz

- Preise und Verfügbarkeit maschinenlesbar
- Buchung und Zahlung ohne klassisches Checkout-Formular
- Keine maschinenlesbare Anbindung: Buchung nur über Portal oder GDS

Deutsche Payment-Anbieter sind beim Agentic Commerce bislang deutlich weniger sichtbar.

Agentic Booking – das läuft bereits

11 %

der Hotelorganisationen
haben bereits echte
AI-Agenten im Einsatz.

Was 2026 passiert ist:

- ▶ Google testet agentische Hotelbuchung live in den USA
- ▶ Pilotpartner: vor allem große Ketten, OTAs und Plattformen
- ▶ Neue Protokolle lassen Agenten direkt im Chat bezahlen
- ▶ Die Zahlungsschicht wird gebaut, z. B. durch Googles Agent Payments Protocol (AP2). Damit könnte der Absprung zur klassischen Zahlungsseite entfallen.

AP2 – ein offenes Protokoll, mit dem AI-Agenten Zahlungen sicher und nachvollziehbar auslösen können.

Die Bremse heißt Vertrauen

24 %

der Befragten sorgen
sich, wie AI-Agenten mit
ihren Daten umgehen

Was Verbraucher zurückhält:

- ▶ 21 % fürchten, dass Agenten ohne Zustimmung handeln
- ▶ Unklar, wer bei einer Fehlbuchung haftet
- ▶ Nachvollziehbarkeit wird zum Verkaufsargument

Quelle: Nosto-Umfrage (US/UK, E-Commerce allgemein). Buchungsbestätigung und Storno so klar formulieren, dass auch ein skeptischer Gast sie sofort versteht.

Was AI-Buchung voraussichtlich für Eure Zahlungsprozesse bedeutet

Kein Mensch am Checkout

- ▶ Nicht unterstützte Zahlungswege können zum technischen Abbruch führen
- ▶ Keine Rückfrage, kein Anruf, keine zweite Chance
- ▶ Zahlungsmethoden-Lücken können Buchungen kosten

Maschinen brauchen Standards

- ▶ Preise und Verfügbarkeit maschinenlesbar bereitstellen
- ▶ Zahlung muss ohne Formular funktionieren
- ▶ Tokenisierung wird noch wichtiger

Neue Risikofragen

- ▶ Wer haftet, wenn ein Agent falsch bucht?
- ▶ Authentifizierung ohne anwesenden Gast
- ▶ Chargeback-Nachweis wird komplexer

Ist Eure Website und Buchungstrecke für Maschinen lesbar – nicht nur für Menschen?

Appendix D

Systeme und Technik

Was integrierte Zahlung leisten kann

Was ein integriertes Zahlungssystem leisten kann

Automatisierung

- ▶ VCC automatisch erkennen und verbuchen
- ▶ Vorautorisierung bei Buchung aktivieren
- ▶ Zahlungsabgleich auf Knopfdruck
- ▶ No-Show-Gebühren automatisch einziehen

Sicherheit

- ▶ Tokenisierung – Kartennummern bleiben beim Payment-Anbieter
- ▶ 3DS-Authentifizierung integriert
- ▶ Betrugserkennung möglich / integriert je nach Anbieter
- ▶ Keine Kartennummern im Hotelsystem gespeichert

Transparenz

- ▶ Alle Transaktionen in einem Dashboard
- ▶ Buchung und Zahlung automatisch verknüpft
- ▶ Exportfähige Berichte für DATEV
- ▶ Fehler sofort sichtbar

Integrationstiefe: angebunden oder wirklich eingebettet?

Integriert

- ▶ Externer Payment-Dienstleister per Schnittstelle angebunden
- ▶ Daten werden ausgetauscht, aber es bleiben zwei Systeme
- ▶ häufig zwei Ansprechstellen

Eingebettet

- ▶ Zahlung ist Teil des Systems selbst
- ▶ Abstimmung, Reporting und Erstattung an einem Ort
- ▶ potenziell eine Ansprechstelle

Die Frage an Euren Anbieter: Wo liegen Transaktionsdaten – im PMS oder in einem zweiten System?
Die Begriffe werden oft synonym verwendet. Der Unterschied beeinflusst Euren Abstimmungsaufwand.

Software und Payment wachsen zusammen – aus beiden Richtungen

Hospitality Stack übernimmt Finanzfunktionen

- ▶ 2026: erhält E-Geld-Lizenz für den EWR
- ▶ kann künftig regulierte Zahlungs- und Geldverwahrungsfunktionen auf eigener Infrastruktur übernehmen
- ▶ ab Ende 2026 Pilot, dann schrittweise europaweiter Einsatz ab 2027/28

Payment-Anbieter übernimmt Hospitality-Funktionen

- ▶ 2022: kauft ein Hotelsystem für den EWR
- ▶ 2022: kauft eine Vermietungsplattform
- ▶ 2023: kauft drei Vertriebspartner desselben Systems

Was Ihr fragen solltet

- ▶ Sind meine Gelder vom Betriebsvermögen getrennt?
- ▶ Wie schnell und verlässlich wird ausgezahlt?
- ▶ Wie groß wird meine Abhängigkeit von einem Anbieter?

Beide Seiten schließen dieselbe Lücke: Betriebsdaten hier, Finanzdaten dort, dazwischen die Abstimmungstabelle.
Der strategische Preis kann höhere Anbieterabhängigkeit sein.

Appendix E

Steuerung

Kennzahlen und Leitplanken

Payment-KPIs: Was Ihr messen solltet

Kern-KPIs

- Conversion Rate
- Drop-off Rate
- Transaktionswert
- Kosten / Transaktion

Operative KPIs

- Zeit pro Check-in
- Abstimmungszeit
- Fehlerquote
- VCC-Aufwand / Monat

Risikokennzahlen

- Chargeback-Rate – Grenzwerte von Kartenorganisationen und Zahlungsabwicklern beobachten.
- Authentifizierungs-Erfolgsrate
- No-Show-Rate – eigenen Zielwert setzen
- PCI-Compliance-Status

Payment: Was tun – was lassen

✓ Das solltet Ihr tun

- Zahlungen automatisieren – Buchung bis Monatsabschluss
- KPIs monatlich messen und intern kommunizieren
- Tokenisierung aktivieren – keine Kartendaten im Klartext
- Vorauszahlungs- und No-Show-Prozesse bei OTA-Buchungen konsequent nutzen
- Zahlungsverantwortung klar intern zuweisen

✗ Das solltet Ihr lassen

- Kartendaten in Excel oder E-Mails weitergeben
- VCC manuell abtippen – ohne Systemunterstützung
- PCI-Validierung / SAQ ignorieren oder verschieben
- Gebühren akzeptieren ohne Vergleich einzuholen
- Zahlungsprozesse ohne klare Verantwortung betreiben

Abkürzungen kurz erklärt

3DS – 3-D Secure: Sicherheitsverfahren zur Authentifizierung bei Online-Kartenzahlungen

AI – Artificial Intelligence / Künstliche Intelligenz

ACS – Agentic Commerce Suite; Stripe-Lösung für agentische Käufe

AP2 – Agent Payments Protocol: Offenes Protokoll für sichere Zahlungen durch KI-Agenten

ASV – Approved Scanning Vendor; zugelassener Anbieter für PCI-Schwachstellenscans

BNPL – Buy Now, Pay Later; später bezahlen / Ratenzahlung

CVC – Card Verification Code; Kartenprüfnummer

DATEV – Buchhaltungs-/Steuersoftware, häufig für Steuerberaterexporte

DCC – Dynamic Currency Conversion; Zahlung in Heimatwährung des Gastes

EWK – Europäischer Wirtschaftsraum: EU-Staaten plus Norwegen, Island und Liechtenstein

GDS – Global Distribution System; Vertriebsnetz für Reisebuchungen

GEO – Generative Engine Optimization; Sichtbarkeit in KI-Antwortsystemen

IBE – Internet Booking Engine; Buchungsstrecke auf der Hotelwebsite

KPI – Key Performance Indicator: Kennzahl zur Messung von Leistung und Erfolg

MIT – Merchant Initiated Transaction; vom Händler/Hotel ausgelöste Folgebuchung

MOTO – Mail Order / Telephone Order; Zahlung ohne physisch anwesende Karte

OTA – Online Travel Agency; Buchungsportal wie Booking oder Expedia

PCI DSS – Payment Card Industry Data Security Standard; Sicherheitsstandard für Kartendaten

PMS – Property Management System; Hotelsystem

SAQ – Self-Assessment Questionnaire; PCI-Selbstauskunft

SCA – Strong Customer Authentication; starke Kundenauthentifizierung

SEO – Search Engine Optimization; Sichtbarkeit bei Suchmaschinen

VCC – Virtual Credit Card; virtuelle Kreditkarte, oft von OTAs ausgegeben

Quellen 1/3 – Studien und Reports

[Adyen – Limited payment choices drive away guests \(2024\)](#)

37 % Buchungsabbrüche, Gästeverhalten

[Adyen Index – Hospitality and Travel Report 2025](#)

68 % fragmentierte Systeme, Direktbuchung

[Phocuswright Research – The cost of payments in the travel industry \(2024\)](#)

Kartengebühren 2–3,9 %

[Phocuswright – Travel Forward: Trends 2026](#)

Branchentrends

[Worldpay – Global Payments Report 2026](#)

56 % digitale Wallets

[Skift – The Ideal Mix For Hotel Distribution \(2024\)](#)

Prognose 2030: 409 vs. 333 Mrd. \$

[Skift Research – Hotel Distribution Outlook 2024](#)

Originalreport zur Prognose

[IBM – Cost of a Data Breach Report 2024](#)

4,88 Mio. \$ Schaden pro Vorfall

[Stripe – Travel and hospitality trends, HITEC 2026](#)

IDC: 30 % AI-Buchungen bis 2030

Alle Links sind klickbar. Faktenprüfung am 28. August 2026.

Quellen 2/3 – Agentic Commerce und Regulierung

[Skift – Google Confirms Agentic Hotel Booking \(2026\)](#)

Live-Test in den USA

[Skift – What AI-Bookable Actually Means \(2026\)](#)

11 % der Hotelorganisationen arbeiten mit AI-Agenten

[Skift – Direct Booking Tug-of-War \(2026\)](#)

Gegenposition zur 2030-Prognose

[Skift – Marriott, Google AI Mode und Buchungen \(2026\)](#)

Konzerne als Pilotpartner

[EMARKETER – Adyen und Stripe: agentische Infrastruktur](#)

Rollen im agentischen Handel, Vertrauen

[Payment & Banking – Stripe und Agentic Commerce \(2026\)](#)

Deutsche Anbieter kaum sichtbar

[EBA – Q&A 2019_4792: MIT für Hotels](#)

SCA-Ausnahme, Mandatspflicht

[gPayments – 3D Secure und PSD2 SCA \(2026\)](#)

SCA gilt seit 31.12.2020

[SiteMinder – SCA und PSD2 für Hotels](#)

Hotelspezifische Einordnung

[Stripe Docs – CIT und MIT: Regeln der Kartennetzwerke](#)

Mandatspflichten, Kartenmarkenwechsel

[Hospitality Net – Google just put agentic booking into testing \(2026\)](#)

Amadeus als erster GDS-Partner

[Akia – Agentic hotel booking und Googles Ask Maps \(2026\)](#)

Ask Maps, Agent Payments Protocol

Quellen 3/3 – Karten, Chargebacks und Markt

SecurityMetrics – Neue Anforderungen PCI DSS 4.0.1	51 neue Anforderungen seit März 2025
Clone Systems – Kosten der PCI-Nichteinhaltung	mögliche PCI-Nichteinhaltungs-Sanktionen (Branchenangabe)
Chargebacks911 – Chargeback TCO Framework	Multiplikator 2–4 ×
Mastercard – True cost of a chargeback (2025)	128 \$ interne und externe Kosten pro Fall
AltexSoft – Virtual Credit Cards in Travel	VCC-Mechanik, Chargeback-Abschirmung
Tab – Virtual Card Charging Guide for Hotels	Aktivierungsfenster der Portale
Terra Insight – Hotel OTA Virtual Card Reconciliation	Abstimmung und Fehlerquellen
Investing.com – Mews erhält E-Geld-Lizenz (2026)	Software und Payment wachsen zusammen
ZDFheute – Giropay eingestellt, Wero als Nachfolger	Einstellung zum 31.12.2024
PhocusWire – Planet expands hospitality with acquisitions (2023)	Zahlungsanbieter kauft Hotelsoftware
Wero – Informationen für Händler	SEPA Instant, Konto-zu-Konto, DE/FR/BE
EPI – ING Germany erweitert Wero auf Online-Zahlungen	Seit Juni 2026 im Online-Handel
Visa – Stablecoin Settlement erreicht 7 Mrd. \$ (2026)	Neun Blockchains, Abrechnung zwischen Banken

Wo eine Zahl nicht extern belegbar ist, steht der Hinweis auf der jeweiligen Folie.