PRESSEMITTEILUNG

Berlin, den 9. November 2026

18. HSMA-Hotelcamp: Hoteliers diskutieren Zukunft der Branche auf Augenhöhe

Rund 130 Teilnehmende kamen in Göttingen zum ausgebuchten Barcamp zusammen. KI, Operations, Digitalisierung, Vermarktung, Nachwuchsförderung und Nachhaltigkeit bestimmten den Austausch.

Steigende Betriebskosten, zunehmende Digitalisierung, der Einsatz künstlicher Intelligenz sowie der anhaltende Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeitende stellen die Hotellerie vor vielfältige Herausforderungen. Wie sich diese Entwicklungen auf den Betriebsalltag auswirken und welche Lösungsansätze die Branche verfolgt, stand im Mittelpunkt des 18. HSMA-Hotelcamps vom 5. bis 7. November 2026 im Hotel FREIZEIT IN in Göttingen. Zahlreiche Hoteliers, Branchenexperten und Hospitality-Interessierte kamen zu dem von der Hospitality Sales & Marketing Association Deutschland e.V. (HSMA) gemeinsam mit ihrem langjährigen Partner Realizing Progress veranstalteten Barcamp zusammen.
Die Veranstaltung war auch in diesem wieder Jahr ausgebucht. Das große Interesse unterstreicht nach Einschätzung der Veranstalter die Bedeutung des persönlichen Austauschs in einer Branche, die sich wirtschaftlich, technologisch und personell zugleich neu aufstellen muss.

Von KI bis Operations: Die Praxisfragen der Hotellerie im Mittelpunkt

Das Themenspektrum reichte von künstlicher Intelligenz und Digitalisierung über Marketing, Vermarktung und Revenue Management bis zu Human Resources und Nachhaltigkeit. Dabei wurde deutlich, wie eng die Themen verbunden sind: KI verändert Gästekommunikation, Vertrieb und interne Abläufe. Zugleich rückt Operations stärker in den Fokus. Angesichts hoher Personal- und Betriebskosten müssen Hotels Prozesse effizienter gestalten, Mitarbeitende entlasten und dennoch die Servicequalität sichern. Auch die

Abhängigkeit von Buchungsplattformen, die Stärkung des Direktvertriebs sowie Mitarbeitergewinnung und -bindung gehören zu den Aufgaben, für die Betriebe tragfähige Antworten suchen. Im Barcamp-Format bringen die Teilnehmenden eigene Fragen ein und gestalten die Agenda gemeinsam. Erfahrungen aus dem Hotelalltag werden geteilt, Lösungsansätze diskutiert und Ideen auf ihre Praxistauglichkeit geprüft. Dieser offene Ansatz unterscheidet das Hotelcamp von Veranstaltungen, bei denen Produktpräsentationen und Anbieterinteressen die Inhalte bestimmen.
„Die Herausforderungen der Hotellerie lassen sich heute nicht mehr isoliert in einzelnen Abteilungen lösen. Wir müssen Technologie, Vertrieb, Operations und Personal stärker zusammendenken. Dass rund 130 Teilnehmende dabei gewesen sind und das Hotelcamp ausgebucht war, zeigt den großen Bedarf an einem ehrlichen Austausch auf Augenhöhe. Hier bestimmen die Fragen der Hoteliers die Agenda – nicht die Verkaufsinteressen einzelner Anbieter“, so Christian von Rumohr, Hotelier und Präsident der HSMA Deutschland e.V.

Vier Young Rockstars im Austausch mit der Branche

Auch die Nachwuchsförderung war erneut fester Bestandteil des Hotelcamps. Über die Initiative #YoungRockstars ermöglichte die HSMA Deutschland e.V. vier jungen Talenten die Teilnahme. Sie knüpften Kontakte zu erfahrenen Branchenvertretern, gewannen Einblicke und brachten eigene Perspektiven in die Diskussionen ein. Damit setzt der Verband auf Nachwuchsförderung, die über Ausbildung und Recruiting hinausgeht: Junge Menschen sollen frühzeitig am fachlichen Dialog teilnehmen und die Zukunft der Hotellerie mitgestalten.
Anna Heuer, Verbandsgeschäftsführerin der HSMA Deutschland e.V., erklärt: „Wir möchten Nachwuchskräften nicht nur den Zugang zu einem starken Netzwerk ermöglichen, sondern ihnen zeigen, dass ihre Ideen und Perspektiven in der Hotellerie gefragt sind. Beim Hotelcamp begegnen sich unterschiedliche Generationen und Erfahrungsstufen ohne grosse Hierarchien. Davon profitieren alle Seiten.“
Seit 2008 veranstaltet die HSMA Deutschland e.V. zusammen mit Realizing Progress das Hotelcamp als offenes Barcamp für die Hotellerie. Die 18. Ausgabe in Göttingen hat erneut gezeigt, dass die Branche Räume braucht, in denen sie Wissen teilt, voneinander lernt und gemeinsam Antworten auf aktuelle Herausforderungen entwickelt.

Foto: HSMA Hotelcamp. Fotoquelle: Thomas Loris. Online-Nutzung unbegrenzt. Frei zum Druck. Abdruck der Presseinformation honorarfrei.

4'126 Anschläge mit Leerzeichen (Ohne Unternehmens-Footer)

Über HSMA Deutschland e.V.:

Die Hospitality Sales & Marketing Association Deutschland e.V. (HSMA) ist der führende Fachverband für die Hospitality-Branche und vereint über 1.600 Fach- und Führungskräfte aus Hotellerie und Tourismus. Als branchenübergreifendes Netzwerk und Wissensplattform fördert die HSMA aktiv den kollegialen Dialog sowie die beruflichen Interessen ihrer Mitglieder in allen relevanten Disziplinen.
Die Fachbereiche der HSMA Deutschland e.V. umfassen Online Marketing & E-Commerce, Marketing & Communication, Distribution, Revenue Management, MICE, Sales, Technology, HR & People and Culture sowie Sustainability. Ziel des Verbands ist es, Fachwissen durch strukturierten Informations- und Erfahrungsaustausch nachhaltig zu stärken. Neben Fachkongressen, Roadshows, Barcamps und weiteren Weiterbildungsformaten schätzen die Mitglieder insbesondere das hochkarätige Netzwerk und den persönlichen Austausch, der für eine erfolgreiche Zusammenarbeit innerhalb der Hospitality-Branche essenziell ist. www.hsma.de

Kontakt Unternehmen:

HSMA Deutschland e.V.
c/o Design Offices
Anna Heuer
Koppenstrasse 93
10234 Berlin
Telefon +49 176 47812663
info@hsma.de
www.hsma.de

Kontakt Medien:

Wolf.Communications
by Wolf-Thomas Karl
Schulhausstrasse 3
8306 Brüttisellen/ZH
Telefon: +41 (0)76 4985993
mail@wolfthomaskarl.com
www.wolfthomaskarl.com