

## Neue Studie zeigt: Hotelbetreiber fürchten Roboter, halten künstliche Intelligenz für die Personalisierung aber für unerlässlich

**London, Großbritannien** – Laut einem Whitepaper von [SiteMinder](#) und IDEaS Revenue Solutions fürchten sich Hotelbetreiber zwar vor einer Zukunft, in der Roboter immer mehr Arbeit übernehmen. Gleichzeitig glauben sie aber auch, dass künstliche Intelligenz (KI oder AI für Artificial Intelligence) für die Bereitstellung eines hochgradig individualisierten Gästeerlebnisses von entscheidender Bedeutung ist. Diese Erkenntnisse wurden im Rahmen eines Frühstücks für Vordenker während des World Travel Market in London im November und eines Webinars im Dezember gewonnen. Dort räumten führende Hoteliers ein, dass Roboter zwar nie echte Gastfreundschaft erlernen können, sie aber große Datenmengen über Gäste schneller erfassen und entschlüsseln können als Menschen.

Für Monica Or, Beraterin bei Star Quality Hospitality Consultancy und Moderatorin beider Veranstaltungen, liegt ein Grund hierfür darin, dass die Erwartungen von Hotelgästen in den letzten 25 Jahren durch die wachsende Verfügbarkeit digitaler Technologie gestiegen sind.

„Hotelbetreiber dürfen die technologischen Fortschritte, die wir als Verbraucher täglich sehen und erleben, nicht länger ignorieren. Gäste erwarten, dass ihnen die Technologien, die sie zuhause nutzen, auch in einem Hotel zur Verfügung stehen“, so Monica Or.

Die Hotelbetreiber gehen davon aus, dass sich künstliche Intelligenz am besten für die Optimierung des Gästeerlebnisses nutzen lässt: durch eine individuelle Preisgestaltung im Rahmen des Buchungsprozesses, durch Stimm- und Gesichtserkennung bei der Ankunft und einen durchgehenden Gäste-Service. Wenn es nach den Teilnehmern der Studie geht, sollte Technologie mit einer menschlichen Note verbunden werden, um ein angenehmes und gleichzeitig authentisches Erlebnis zu schaffen.

Die Herausforderung ist allerdings, dass vielen Hotelbetreibern weiterhin nicht bewusst ist, wie wichtig die Integration ihrer Systeme ist, damit sie überhaupt die erforderlichen Erkenntnisse aus den Gästedaten gewinnen können.

„Hotels steht eine Fülle von Gästeinformationen zur Verfügung. Sie haben die Möglichkeit, jeden Aspekt des Gästeerlebnisses zu verstehen und zu analysieren, um dadurch innovativere, fundiertere Entscheidungen treffen zu können. Aber sie müssen diese Informationen auch nahtlos in ihre Systeme integrieren, damit das funktioniert“, so Ruairi Conroy, Managing Director für EMEA bei SiteMinder.

„Es gibt einen eindeutigen Trend innerhalb der Hotellerie, Technologien einzusetzen, um die Ergebnisse zu steigern und das Gästelerlebnis zu verbessern“, sagt Fabian Specht, EMEA Managing Director bei IDEaS. „IT-Herausforderungen, die angegangen werden müssen, wird es zwangsläufig geben. Gleichzeitig wird A.I. eine immer größere Rolle bei der Bereitstellung von maßgeschneiderten Dienstleistungen für Gäste spielen – so wie in anderen verbraucherorientierten Branchen auch.“

## Über IDEaS

Mit täglich mehr als 1.6 Millionen Zimmerpreisen, wissenschaftlich berechnet, führt IDEaS Revenue Solutions mit ihren aktuellen Revenue Management Lösungen und Beratungsdienstleistungen die Branche an. Mit der Kraft von SAS® und über 30 Jahren Erfahrung ist IDEaS stolz darauf, über 10.000 Kunden in 124 Ländern zu betreuen, und arbeitet unermüdlich daran, Hotelbetreibern mehr Einblicke in die Möglichkeiten zum Managen der hinter der Kalkulation der Hotelzimmerpreise steckenden Daten zur Verfügung stellen.

IDEaS hilft seinen Kunden dabei, eine Revenue Management-Kultur aufzubauen und zu pflegen – von Einzelobjekten bis zu weltberühmten Häusern – durch den Fokus auf ein einfaches Versprechen: das Erzielen höhere Umsätze.

IDEaS bietet umfangreiches Wissen, Kompetenz und langjährige Erfahrung, um mit modernsten Analysemethoden auf erprobten Revenue Management-Verfahren aufzubauen, um benutzerfreundlichere, aussagekräftigere und rentablere Umsatzmöglichkeiten zu schaffen – nicht nur für Hotelzimmer, sondern für das gesamte Spektrum eines Hotelunternehmens.

Mehr auf [www.ideas.com](http://www.ideas.com)

## Über SiteMinder

SiteMinder wurde durch Mike Ford in Australien gegründet. Das Unternehmen unterstützt Hoteliers, Online-Umsätze zu steigern, Geschäftsabläufe zu rationalisieren sowie Kosten zu senken.

Als marktführende Cloud-Software für Hotels verwandelt SiteMinder weltweit Reisende in Gäste. Die preisgekrönten Lösungen eignen sich für unabhängige Hotels sowie Gruppen. Zu den Produkten von SiteMinder gehören [The Channel Manager](#), der in der Branche als führende Online-Vertriebsplattform gilt; [TheBookingButton](#), eine Buchungsmaschine mit einer leistungsstarken und provisionsfreien Technologie für die eigene Webseite mit umfassenden Funktionen; [Canvas](#), der intelligente Website Creator für unabhängige Hoteliers; [Prophet](#), die intelligente Echtzeit-Pricing-Lösung für die effektive Preisgestaltung der Hotelzimmer und das [GDS by SiteMinder](#), welches für nahtlose Reservierungsabläufe über alle großen GDS sorgt.

SiteMinder ist weltweit marktführend im Bereich der Integration und arbeitet derzeit mit rund 550 Partnern zusammen – inklusive [PMS](#), [RMS](#) und [CRS](#) Partnern sowie Vertriebskanälen. Bereits rund 28.000 Hotelbetriebe in mehr als 160 Ländern vertrauen der innovativen Technologie von SiteMinder.

# IDEAS™

A **sas** COMPANY

Für weitere Informationen besuchen  
Sie [www.siteminder.com](http://www.siteminder.com).

Pressekontakt:

**Lermann Public Relations**  
**Bernhard Lermann**  
[bernhard@lermann-pr.com](mailto:bernhard@lermann-pr.com)  
+49 89 21551215