



Themen, Trends und Tools in der Travel-Technologie: Neues von der ITB 2018

Der Besuch der Internationalen Tourismus-Börse Berlin (ITB) bot auch 2018 wieder spannende Entdeckungen, neue Anbieter, innovative Produkte und interessante Weiterentwicklungen bei bekannten Tools.

Fachartikel von Gabriele Bryant
Bilder: Shutterstock

An der ITB 2018 waren die grossen Themen Mobile Check-in und Room-Keys, Mobile Payment, Ratenvergleichs-Widgets und Exit Overlays, Gästekommunikation via App oder auch MICE-Booking. Künstliche Intelligenz wurde 2017 zwar oft erwähnt, war aber bei Weitem nicht überall drin, wo es draufstand.

2018 dagegen ist Artificial Intelligence definitiv angekommen. Die grossen Themen, die ich an der ITB 2018 beobachtete, sind:



1. Künstliche Intelligenz

zur automatisierten Analyse und Nutzung von Daten, zur Personalisierung des Gästeerlebnisses schon auf der Webseite, in der Einbindung von Messenger-Kommunikation und/oder Chatbots etc.



2. Sprachsteuerung

in allen Hotelbereichen, ob intern an der Rezeption oder im Revenue Management, durch den Gast zum Abruf von Informationen oder für die Raumsteuerung.



3. Plattformen

Immer mehr Anbieter gehen dazu über, externe Tools/Anbieter zu integrieren, um ihren Kunden multiple Funktionalitäten auf der eigenen Plattform zu ermöglichen.



4. EU-DSGVO

Ein Thema, das bei den meisten Anbietern leider nicht besonders in den Vordergrund gestellt wurde, auch wenn es das sollte: die EU-DSGVO und ihre Umsetzung durch Datenverarbeiter. Weitere Beobachtung am Rande: «Die Asiaten» kommen, nicht nur als Touristen, sondern auch als Travel-Tech-Anbieter. Heuer waren viel mehr asiatische Tech-Companies an der ITB vertreten als noch im letzten Jahr.

Weitere interessante Tools und Anbieter (inklusive Kurzvideos) sehen Sie im Blog der BlumBryant GmbH:

blumbryant.ch/de/newsroom/meldungen/ITB-2018.php

Hier ein paar Beispiele interessanter Produkte und Anbieter zu diesen Themen:

Künstliche Intelligenz für E-Mails oder Gästekommunikation
Die Firma TravelClick bietet mit dem Campaign Advisor ein Artificial Intelligence Tool, das die Planung von massgeschneiderten E-Mail-Kampagnen ermöglicht. Auf der Basis der bei TravelClick gespeicherten Milliarden von E-Mail-Daten zu Lesezeitpunkt, Klickverhalten und Umsatzhöhe der Empfänger können E-Mails so geplant werden, dass sie jeden Gast zum optimalen Zeitpunkt und mit den optimalen Inhalten erreichen.

Das Front Desk Tool der Firma Triptease ermöglicht über einen so genannten Chatbot die direkte Online-Beantwortung der gängigsten Gästefragen. Dieser Chatbot (= Chat-Roboter) lernt mittels künstlicher Intelligenz aus den Interaktionen stetig dazu, sodass er immer mehr Gästeanfragen selbständig beantworten kann.

Messaging-Integration

Einige Anbieter integrieren Messaging-Dienste wie Facebook Messenger oder WhatsApp in ihre Tools, so zum Beispiel auch Hotelkit, der bekannte Anbieter für interne Kommunikation im Hotel. Besonders umfassend ist die Integration von Messaging-Diensten im Messaging Hub des Online-Reputation-Management-Anbieters Review Pro. Hier können Gästenachrichten aus vielen unterschiedlichen Kommunikationskanälen wie etwa WhatsApp, Facebook Messenger, WeChat oder Skype am selben Ort entgegengenommen und beantwortet werden.

Personalisierung auf der Webseite

Personalisierung nutzt Daten, die über alle Webseitenbesucher erhältlich sind, um ihm oder ihr genau passende Angebote anzuzeigen. Die Firma Hotelchamp liest dazu die Herkunft des Besuchers aus. Je nachdem, ob er zum Beispiel von der Google-Suchergebnisseite oder von Tripadvisor aus auf die Hotelwebseite kommt, kann ihm gleich auf der Startseite ein passendes Angebot unterbreitet werden. Das Tool Message Porter der Firma Triptease verfolgt dagegen das Verhalten des Besuchers auf der Webseite und liest daraus seine Interessen ab. Wird dann erkennbar, dass der Besucher die Webseite verlassen möchte, kann ihm ein Angebot angezeigt werden, das ihn vielleicht doch zum Bleiben motiviert. Auch die Firma Ve Global bietet ein solches Exit Tool, das dem Besucher unterschiedliche Angebote zeigt, um ihn vor Verlassen der Webseite zu einer Buchung zu bewegen.

Sprachsteuerung in allen Bereichen

Die Firma HelloGuest ermöglicht Gästen den Abruf von Informationen oder die Steuerung von Raumfunktionen nicht nur über das eigene Mobilgerät, sondern auch über Amazon Echo, besser bekannt als Alexa. Für den Empfangsbereich grosser Ferienresorts könnte die Sprachsteuerung der Firma Dignetmedia interessant sein: 360-Grad-Panoramen könnten hier via Sprachsteuerung zum Beispiel an der Rezeption aufgerufen werden.

Der bekannte Revenue-Management-Anbieter IDEaS bindet ebenfalls Sprachsteuerung via Amazon Echo oder Google Home ein. So können die Ergebnisse von gestern oder auch die Umsatzpläne für den kommenden Monat bequem und «handsfree» abgerufen werden.

Sprachsteuerung, das zeigt sich bei allen Anbietern, ist heute noch bei Weitem nicht dort, wo sie (ziemlich bald) sein wird. Aktuell funktioniert sie meist noch über ein relativ mühsames Abrufen und Vorlesenlassen von Auswahlmöglichkeiten. Bald wird es jedoch möglich sein, Informationen oder Ansichten direkt per Sprachbefehl abzurufen, das ist nur eine Frage der Zeit und der Programmierung der Tools. Diese Ausbaustufe wird dann wiederum grossen Einfluss haben auf die Suchmaschinenoptimierung und die Aufbereitung des Contents von Webseiten.

Plattformen und Marktplätze

Protel, eines der führenden PMS in der Schweiz, entwickelt sich zur Plattform und integriert neu einen Marktplatz mit externen Anbietern, deren Tools der Protel-Kunde ins eigene Protel-PMS integrieren kann. Dazu gehört auch, dass künftig sogar ein externes PMS in Protel integriert werden kann. Auch das zentrale Datenanalyse-Cockpit der Firma Snapshot bindet neue externe Anbieter ein, sodass Nutzer des Systems zusätzliche Tools zum Beispiel für Bewertungen, Revenue Management etc. direkt in ihre Nutzeroberfläche integrieren können.

EU-DSGVO

Die neue europäische Datenschutz-Grundverordnung tritt im Mai 2018 in Kraft und gilt auch für alle Schweizer Hoteliers, die die Daten europäischer Gäste speichern und verarbeiten. Das Bewusstsein für die Erfordernisse dieser Verordnung ist in der Schweiz noch nicht wirklich vorhanden, dabei sind sie sehr weitreichend. Gäste haben damit unter anderem das Recht, dass ihre Daten auf Verlangen gelöscht oder ihnen ausgehändigt werden, und sie haben das Recht zu sehen, wann und wie sie in die Nutzung ihrer Daten eingewilligt haben. Das allein erfordert schon einen Überblick über und einen Zugriff auf die Gästedaten, die die meisten Hotels überhaupt nicht haben und der durch das Vorhandensein von Daten in verschiedenen Systemen erschwert wird.

Alle von mir interviewten Anbieter betonten an der ITB zwar, absolut EU-DSGVO-konform zu sein, aber nur der deutsche CRM-Anbieter DailyPoint konnte schlüssig zeigen, wie und wo die nötigen Funktionen ins System eingebettet sind.

Egal, welches System Sie für Ihr PMS, CRS oder Ihre E-Mail-Kampagnen nutzen: Lassen Sie sich von Ihren Partnern beweisen und zeigen, dass sie die neuen, verbindlichen Regeln erfüllen. Denn als Hotelier sind letztlich Sie verantwortlich dafür, dass Ihre Dienstleister sich betreffend der Daten Ihrer Gäste an die Gesetze halten! ■



Gabriele Bryant

ist Spezialistin im Bereich Online-Marketing und Social Media für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus. Neben ihrer Beratungstätigkeit ist sie als Referentin und Dozentin tätig.

blumbryant.ch

WASABI SALSA PICANTE SCOVILLE HORSERADISH CURRY HARISSA SPICY CAROLINA REAPER HOT CHILI PEPPERY TRINIDAD SCOTCHION MORUGA



PERFECT WITH
SPICY DISHES

