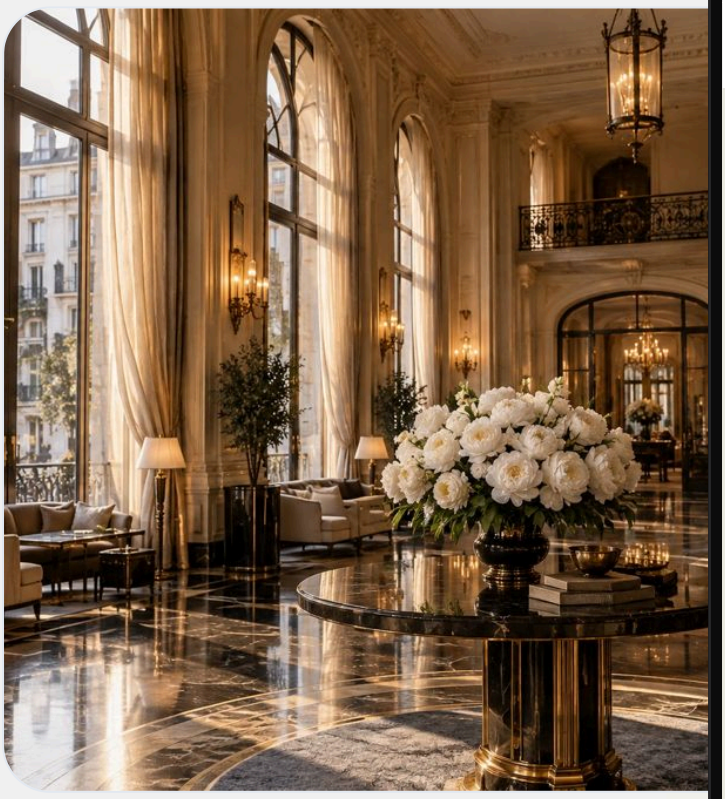
chatlyn

CHATLYN-LEITFADEN 2026

KI im Hotel: 20 Anwendungsfälle mit Wirkung

Wo KI-Software und Robotik im Hotel heute schon ihren Platz verdienen, wie die KI-Suche das Buchungsverhalten der Gäste verändert und wie Gästekommunikation aus schnelleren Antworten Umsatz macht.

20 Anwendungsfälle · 3 Abteilungen · 5 Fehler





chatlyn.com

INHALT

Was Sie erwartet

	KI ist im Hotel angekommen. Jetzt muss sie sich bewähren	03
01	KI in der Hotellerie: Stand 2026	04
02	Die Guest Journey: wo KI zum Einsatz kommt	06
03	Gästeerlebnis und Front Office	09
04	Revenue, Vertrieb und Marketing	18
05	Betrieb und Back of House	26
06	Gästekommunikation als Umsatzmotor	33
07	Fünf Fehler, die Sie vermeiden sollten	37
08	Ein KI-Fahrplan für 90 Tage	40
	Quellen	43

EINLEITUNG

KI ist im Hotel angekommen. Jetzt muss sie sich bewähren

KI ist in der Hotellerie vom Pilotprojekt zur Gewohnheit geworden. Fast jedes Haus setzt sie inzwischen irgendwo ein, doch nur wenige nutzen sie im ganzen Betrieb, und noch weniger können sagen, was sie einbringt. Gleichzeitig beginnen Gäste ihre Suche in KI-Assistenten, und seit August 2026 können Reisende in den USA ein Hotel buchen, ohne Googles KI-Modus (AI Mode) zu verlassen.

Dieser Leitfaden richtet sich an Eigentümer, General Manager und Abteilungsleitungen, die wissen wollen, wo KI und Robotik wirklich helfen, wo nicht und in welcher Reihenfolge man beginnt. Er stellt 20 Anwendungsfälle in drei Bereichen vor: **Gästeerlebnis und Front Office**, **Revenue, Vertrieb und Marketing** sowie **Betrieb und Back of House**. Zu jedem erfahren Sie, was er leistet, was er voraussetzt und worauf Sie achten sollten.

Zum Schluss geht es um Gästekommunikation, weil dort aus schnelleren Antworten Buchungen und Upsells werden, dann um die fünf Fehler, die wir am häufigsten sehen, und um einen 90-Tage-Plan, mit dem Sie nächsten Montag beginnen können.

DAS WICHTIGSTE

- Fast jedes Hotel nutzt KI irgendwo. Den Nutzen haben jene, die sie mit ihren Gästedaten verbinden.
- Gäste beginnen, über KI-Assistenten zu suchen und zu buchen. Klare, aktuelle Fakten entscheiden, wer empfohlen wird.
- Die erste hilfreiche Antwort auf dem Kanal des Gastes gewinnt die Buchung und den Upsell.
- Beginnen Sie mit einer verantwortlichen Person, einem Ausgangswert und zwei Anwendungsfällen, und bauen Sie nach 90 Tagen aus.

01

KAPITEL 1

KI in der Hotellerie: Stand 2026

KI hat in fast jedem Hotel Einzug gehalten, doch meist ist sie noch eine Reihe von Experimenten. Gleichzeitig verlagert sich die Art, wie Gäste Hotels finden und buchen, in KI-Assistenten.



Fast jedes Hotel nutzt KI inzwischen irgendwo. Nur wenige nutzen sie überall. Im **Mews Hotelier Survey 2026** hatten 98 % der mehr als 500 befragten Häuser in den sechs Monaten davor KI eingesetzt, im Schnitt für 11 von 19 typischen Hotelaufgaben. Wyndhams Eigentümerumfrage vom Jänner 2026 zeigt die andere Seite: Begonnen hat KI fast überall, aber nur rund ein Drittel der Eigentümer sagt, sie sei in den Großteil des Betriebs eingebunden, und 73 % wollen mehr tun, fühlen sich aber überfordert.

98 %

der Hoteliers haben in den letzten sechs Monaten KI genutzt

Source: Mews Hotelier Survey 2026

32 %

der Hoteleigentümer sagen, KI sei in den Großteil ihres Betriebs eingebunden

Source: Wyndham Owner Trends Report 2026

41 %

der Hotels haben keine formelle KI-Richtlinie

Source: Mews Hotelier Survey 2026

Am Geld liegt es nicht. In der Studie Travel Dreams 2026 von Amadeus gaben 499 von 500 Hoteliers an, dieses Jahr in KI investieren zu wollen. Der Druck dahinter ist das Personal. HOTREC, der europäische Dachverband des Gastgewerbes, schätzt, dass rund jede zehnte Stelle im Gastgewerbe der EU unbesetzt ist. In Deutschland meldete laut KfW-ifo-Fachkräftebarometer im Oktober 2025 noch mehr als ein Viertel der Beherbergungsbetriebe Fachkräftemangel, und über alle Branchen hinweg dauerte es im Schnitt 161 Tage, eine offene Stelle zu besetzen.

~10 %

der Stellen im Gastgewerbe der EU sind unbesetzt

Source: HOTREC, Jänner 2026

27,9 %

der deutschen Beherbergungsbetriebe melden Fachkräftemangel (Oktober 2025)

Source: KfW-ifo Fachkräftebarometer

26 %

der US-Hoteliers finden die Rezeption nach dem Housekeeping am schwersten zu besetzen

Source: AHLA und Hireology, 2025

Die Buchung wandert in KI-Assistenten

Adobe hat im Mai 2026 um 194 % mehr Traffic von KI-Assistenten auf US-Reiseseiten gemessen als im Vorjahr. Diese Besucher bleiben 70 % länger und springen 41 % seltener ab als andere. Sie konvertieren zwar noch 28 % schlechter als übriger Traffic, doch der Abstand ist rund 70 % kleiner als im Oktober 2024. In der SiteMinder-Umfrage unter 12.000 Reisenden stieg der Anteil derer, die ihre Hotelsuche in einem KI-Tool beginnen, binnen eines Jahres von 1 % auf 4 %: noch klein, aber viermal so groß. In Großbritannien nutzen laut MMGY inzwischen 52 % der Reisenden KI für die Reiseplanung, ein Jahr zuvor waren es 40 %.

+194 %

KI-vermittelter Traffic auf US-Reiseseiten, Mai 2026 vs. Mai 2025

Source: Adobe Analytics

4 %

der Reisenden beginnen ihre Hotelsuche in einem KI-Tool, zuvor waren es 1 %

Source: SiteMinder Changing Traveller Report 2026

6 %

der Reisenden vertrauen KI voll und ganz

Source: Booking.com Global AI Sentiment Report 2025

Der nächste Schritt ist der KI-Agent, der selbst bucht. Im Oktober 2025 starteten Booking.com und Expedia Apps in ChatGPT. Im April 2026 öffnete SiteMinder den Hotelvertrieb für KI-Plattformen wie ChatGPT und Claude und übermittelt Live-Hoteldaten über das Model Context Protocol. Am 27. August 2026 startete Google in den USA die Hotelbuchung im KI-Modus (AI Mode), mit Partnern wie Booking.com, Expedia, Marriott, Hilton und IHG; der Gast vergleicht Zimmer, liest die Stornobedingungen und bezahlt mit Google Pay, alles an einem Ort. Europa ist noch nicht dabei. Das Vertrauen hinkt hinterher: Nur 12 % der Reisenden wären einverstanden, dass KI ohne sie entscheidet, und laut Expedia würden nur 8 % einer KI eine Buchung überlassen.

Für ein Hotel ändert das zwei Dinge. Ein Assistent kann nur empfehlen, was er lesen und prüfen kann. Fakten, die über PDFs, eine veraltete Website und das Gedächtnis Ihres Teams verstreut sind, sprechen also gegen Sie. Und wenn der Gast den Assistenten mit einer letzten Frage verlässt, behält jenes Haus die Buchung, das zuerst antwortet, und zwar auf dem Kanal des Gastes.

TIPP

Fragen Sie die Assistenten nach Ihrem eigenen Hotel

Stellen Sie ChatGPT, Gemini, Claude und Perplexity die Fragen Ihrer Gäste: „Welches Hotel in unserem Ort passt im Februar zu einer Familie mit Hund?“ und „Was kostet das Parken in unserem Hotel?“ Notieren Sie, was falsch ist, fehlt oder veraltet ist, und korrigieren Sie es an der Quelle: auf Ihrer Website, in Ihrem Google-Unternehmensprofil und in Ihren OTA-Einträgen. Wiederholen Sie das jedes Quartal.

02

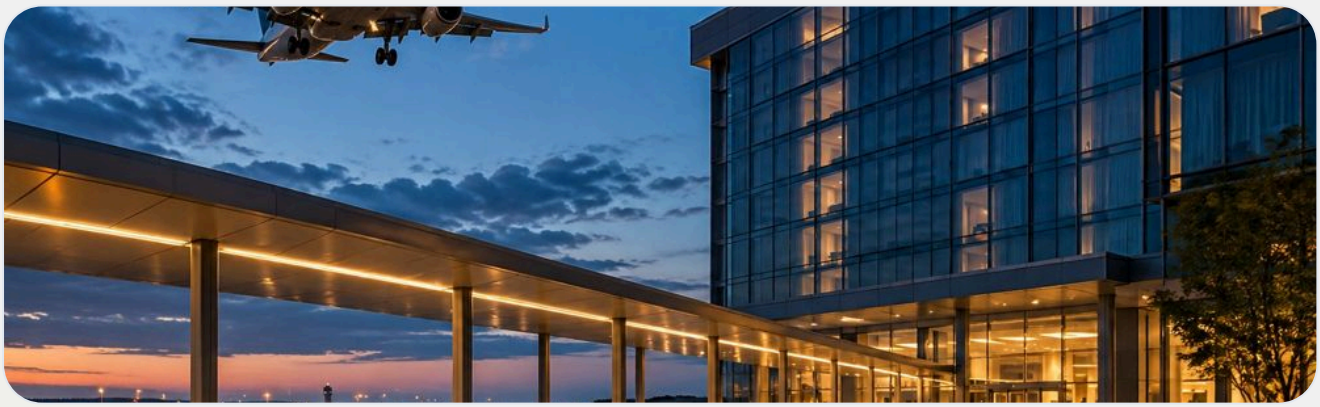
KAPITEL 2

Die Guest Journey: wo KI zum Einsatz kommt

Die nützliche Frage lautet nicht, wo Sie KI einsetzen könnten, sondern wo Ihre Gäste warten, sich wiederholen oder aufgeben. Diese Momente reichen von der ersten Reiseidee bis zur Bewertung danach.

IN DIESEM KAPITEL

- Was Gäste in jeder Phase erwarten
- Software und Robotik



Ordnen Sie KI den Momenten des Aufenthalts zu statt den Abteilungen, dann werden die Prioritäten klarer. Manche Momente drehen sich darum, gefunden zu werden, manche um schnelle Antworten, manche um das richtige Angebot zur richtigen Zeit und manche um die Arbeit, die Gäste nie sehen. Die sechs Phasen unten geben den Überblick; die Kapitel 3 bis 5 stellen die 20 Anwendungsfälle im Detail vor, Abteilung für Abteilung.

Wo KI im Aufenthalt zum Einsatz kommt

Inspiration

Gefunden über die KI-Suche

Assistenten empfehlen Hotels, deren Fakten sie lesen und denen sie vertrauen können. Saubere, aktuelle Informationen auf Ihrer Website und in Ihren Einträgen entscheiden, ob Sie erscheinen.

Buchung

Antworten vor der Buchung

Fragen zu Hunden, Parkplätzen oder Verbindungszimmern kommen nachts und am Sonntag. Eine sofortige, korrekte Antwort mit Link zu Ihrer Buchungsmaschine hält den Gast davon ab, zur OTA zurückzukehren.

Vor der Anreise

Vorbereitet, bevor der Gast ankommt

Eine Nachricht einige Tage vor der Anreise bestätigt die Details und bietet das Upgrade, den Spa-Termin oder den Tisch zum Abendessen an, solange der Gast noch plant.

Anreise

Kürzer warten an der Rezeption

Werden Ankunftszeit, Parken und praktische Details vorab erfasst, kann sich der Empfang um den Gast drehen statt um Formulare.

Aufenthalt

Wünsche im Chat statt am Telefon

Handtücher, Restauranttipps und Spa-Fragen landen im Chat. Routinefragen werden sofort beantwortet; alles, was Hände braucht, geht an das richtige Team.

Nach der Abreise

Die Bewertung und die Rückkehr

Eine Dankesnachricht, eine Bitte um Bewertung im richtigen Moment und eine Antwort auf jede Bewertung, von KI entworfen und von einem Menschen freigegeben.

Was Gäste in jeder Phase erwarten

58 %

der Reisenden bevorzugen SMS, WhatsApp oder E-Mail für kurze Fragen; 4 % wollen eine App

Source: eviivo Reisendenumfrage 2025

74 %

der Konsumenten erwarten Service rund um die Uhr

Source: Zendesk CX Trends 2026

74 %

der US-Hotelgäste würden für ein Zimmer-Upgrade mehr bezahlen

Source: Forge Consumer Hotel Habits Report 2026

Zusammengenommen beschreiben diese Zahlen einen Gast, der sofort eine Antwort will, auf einem Kanal, den er bereits nutzt, und der mehr ausgibt, wenn das Angebot passt. Kaum jemand will noch eine App. Deshalb steht Messaging im Zentrum der Journey: Dort kommen Fragen an, dort lassen sich Angebote mit einem Tippen annehmen, und dort sieht das Team, was jeder Gast schon gefragt hat.

KI entlang der Journey, nach Abteilung

Phase	Bedürfnis des Gastes	Wo KI hilft	Abteilung
Inspiration	Das passende Hotel finden	Korrekte Fakten für KI-Suche, Content und SEO	Revenue, Vertrieb und Marketing
Buchung	Eine schnelle, verlässliche Antwort	Antworten rund um die Uhr, Link zur Buchungsmaschine, schnellere Angebote	Gästeerlebnis und Front Office
Vor der Anreise	Den Aufenthalt planen	Zeitgesteuerte Nachrichten mit Upgrade- und Restaurantangeboten	Revenue, Vertrieb und Marketing
Anreise	Keine Warteschlange, keine Überraschungen	Anreisedetails vorab erfasst	Gästeerlebnis und Front Office
Aufenthalt	Wünsche schnell erledigt	Antworten im Chat, Weiterleitung an Housekeeping und Haustechnik	Betrieb und Back of House
Nach der Abreise	Gehört und erinnert werden	Antworten auf Bewertungen, Rückkehrangebote, Gästeeinblicke	Revenue, Vertrieb und Marketing

Software und Robotik

Die meiste KI im Hotel ist Software: Sprachmodelle, die antworten und schreiben, Prognosemodelle, die Zimmer bepreisen und Personal planen, sowie Kamera- und Sensorsysteme, die Energie und Wartung überwachen. Robotik ist die physische Ebene. Lieferroboter bringen Handtücher und Room-Service-Bestellungen zwischen den Etagen, autonome Reinigungsroboter fahren nachts durch Gänge und Lobbys, und einige Häuser testen Roboter-Concierges. Roboter rechnen sich dort, wo die Arbeit repetitiv und körperlich ist und sich in Wegen oder Quadratmetern messen lässt. Im Gespräch mit Gästen ist Software die bessere Wahl, weil sie in der Sprache des Gastes antworten kann, zu jeder Stunde, auf dem eigenen Handy des Gastes.

TIPP

Beginnen Sie dort, wo Gäste warten

Bevor Sie ein Tool wählen, zählen Sie eine normale Woche: wie viele Nachrichten pro Kanal ankommen, wie lange die erste Antwort dauert und welche zehn Fragen am häufigsten kommen. Diese drei Zahlen zeigen, wo KI am meisten Zeit spart und wo eine schnellere Antwort am meisten Geld wert ist.

03

KAPITEL 3

Gästeerlebnis und Front Office

Sieben Wege, wie KI der Rezeption Routinearbeit abnimmt, von der ersten WhatsApp-Frage bis zur Bewertung nach dem Check-out. Beginnen Sie mit den Quick Wins, und setzen Sie Menschen dort ein, wo Gäste sie weiterhin wollen.

IN DIESEM KAPITEL

- Anwendungsfall 01 · KI-Gästekommunikation und Concierge auf WhatsApp und im Webchat
- Anwendungsfall 02 · Mehrsprachige Echtzeit-Übersetzung
- Anwendungsfall 03 · Bewertungs- und Stimmungsanalyse mit Antwortentwürfen
- Anwendungsfall 04 · Online-Check-in und Ausweis-Scan
- Anwendungsfall 05 · Personalisierung aus Gästeprofilen
- Anwendungsfall 06 · KI-Telefonannahme für Reservierungen



Im Front Office passiert das meiste, was Gäste wahrnehmen: die Antwort um 23:00 Uhr, die Warteschlange beim Check-in, die Antwort in ihrer eigenen Sprache. Hier ist auch der Personalmangel zuerst zu spüren. Laut HOTREC ist in der EU rund jede zehnte Stelle in der Hotellerie unbesetzt. Die sieben Anwendungsfälle unten reichen von Quick Wins bis zu Großprojekten. Zu jedem erfahren Sie, worum es geht, was echte Hotels damit erreicht haben, was er voraussetzt und wie Sie beginnen.

58 %

der Reisenden bevorzugen WhatsApp, SMS oder E-Mail-Links; nur 4 % wollen App oder QR-Code

Source: eviivo Reisendenumfrage, 2025

70 %

der Hotels sagen, Gäste sprechen beim Check-in und bei Fragen lieber mit einem Menschen

Source: Hotels.com Hotel Room Innsights, 2025

10 %

der Stellen in der Hotellerie sind im EU-Schnitt unbesetzt

Source: HOTREC, Jänner 2026

Sieben Anwendungsfälle im Front Office im Überblick

Quick Win

Anwendungsfall 01 · KI-Gästekommunikation und Concierge

Ein KI-Assistent beantwortet Routinefragen auf WhatsApp und im Webchat rund um die Uhr und übergibt den Rest an Ihr Team.

Quick Win

Anwendungsfall 02 · Mehrsprachige Echtzeit-Übersetzung

Übersetzung in Text und Sprache, damit jedes Teammitglied im Dienst Gästen in ihrer Sprache helfen kann.

Quick Win

Anwendungsfall 03 · Bewertungsanalyse und Antwortentwürfe

KI sortiert Bewertungen nach Thema und Stimmung und entwirft Antworten im Ton Ihres Hauses, die eine Führungskraft veröffentlicht.

Mittlerer Aufwand

Anwendungsfall 04 · Online-Check-in und Ausweis-Scan

Gäste melden sich vor der Anreise an und scannen ihren Ausweis; die Rezeption tippt keine Pässe mehr ab.

Mittlerer Aufwand

Anwendungsfall 05 · Personalisierung aus Gästeprofilen

Aus früheren Aufenthalten, Vorlieben und Gesprächen werden das passende Zimmer, die passende Nachricht und das passende Angebot.

Mittlerer Aufwand

Anwendungsfall 06 · KI-Telefonannahme für Reservierungen

Ein Voice-Agent nimmt jeden Anruf an, beantwortet Routinefragen und gibt Buchungen und Sonderfälle an Menschen weiter.

Großprojekt

Anwendungsfall 07 · Lobby- und Serviceroboter

Roboter, die in großen Häusern nachts Lieferungen übernehmen, wo die Wege das rechtfertigen.

Anwendungsfall 01 · KI-Gästekommunikation und Concierge auf WhatsApp und im Webchat

Ein KI-Assistent antwortet Gästen auf den Kanälen, die sie ohnehin nutzen, vor allem auf WhatsApp und im Chat auf Ihrer Website, zu jeder Stunde. Er stützt sich nur auf Ihre eigenen Informationen (Hausordnung, Öffnungszeiten, Speisekarten, Anfahrt) und gibt alles Persönliche, Heikle oder Unklare an ein Teammitglied weiter. Gut umgesetzt, fallen die wiederkehrenden Fragen weg, die jede Schicht füllen: Parken, Frühstückszeiten, späte Anreise, Spa-Öffnungszeiten. Ihr Team behält die Gespräche, die Urteilsvermögen brauchen.

- Gäste wollen Nachrichten, keine weitere App: In der eviivo-Umfrage 2025 unter 430 Reisenden bevorzugten 58 % Links per WhatsApp, SMS oder E-Mail, nur 4 % wünschten sich eine eigene App des Hauses oder einen QR-Code (eviivo, November 2025).
- Dieselben Fragen kommen in jeder Schicht wieder. Diese Arbeit sollten Sie zuerst abgeben, weil sich die Antworten selten ändern und Gäste sie sofort erwarten, auch nachts.



Zweiter Aufenthaltstag, 22:40

BEISPIELGESPRÄCH

Alpenglüh

Chalet-Hotel, Tirol

Eine Routinefrage am späten Abend, beantwortet aus den eigenen Informationen des Hotels, mit dem nächsten Schritt als Buttons.

Aufwand: gering, sofern Ihre Hausinformationen aktuell sind. **Wirkung:** hoch, auf Antwortzeiten und die Arbeitslast an der Rezeption. **Kosten:** ein monatliches Software-Abo plus die Gebühren von Meta pro Nachricht für WhatsApp-Vorlagen, mit denen Sie ein Gespräch eröffnen.

So starten Sie

1. **Die 30 häufigsten Fragen sammeln**
   Bitten Sie Rezeption und Reservierung, die Fragen aufzuschreiben, die sie täglich beantworten, und formulieren Sie zu jeder eine klare Antwort.
2. **Die Quellen bereinigen**
   Aktualisieren Sie Hausordnung, Öffnungszeiten, Speisekarten und Anfahrt. Die KI kann nur so aktuell sein wie das, was Sie ihr geben.
3. **Mit einem Kanal und klaren Übergaberegeln beginnen**
   Schalten Sie zuerst Webchat oder WhatsApp ein, legen Sie fest, welche Themen immer an einen Menschen gehen (Beschwerden, Zahlungen, Gesundheit), und prüfen Sie schwache Antworten jede Woche.

chatlyn

Wo chatlyn ins Spiel kommt

Die KI von chatlyn beantwortet routinemäßige Gästefragen auf WhatsApp und im Webchat rund um die Uhr, in der Sprache des Gastes und im Ton Ihres Hauses, ausschließlich auf Basis Ihres eigenen Wissens. Sie übergibt das Gespräch an Ihr Team, wenn ein Gast darum bittet oder wenn sie unsicher ist, und bei E-Mails entwirft sie Antworten, die ein Mensch versendet. Ist Ihr PMS verbunden, liegt jedes Gespräch im Gästeprofil neben den Buchungen. Im Hotel Enzian Obertauern bearbeitet die KI rund 85 % der Routineanfragen, mit einer durchschnittlichen Antwortzeit von etwa drei Sekunden. Die IMLAUER Group steigerte den Anteil gelöster Anfragen von 6 % mit den früheren Chatbots auf 93 % mit chatlyn.

Anwendungsfall 02 · Mehrsprachige Echtzeit-Übersetzung

Übersetzungs-KI funktioniert inzwischen in Text und Sprache. Schriftlich übersetzt ein Messaging-Tool die Nachricht des Gastes in die Sprache des Teammitglieds und die Antwort zurück in die des Gastes, sodass jede Person im Dienst antworten kann, nicht nur jene, die Tschechisch oder Japanisch spricht. An der Rezeption ermöglichen Apps für Sprachübersetzung auf Handy oder Tablet, dass Rezeption und Gast jeweils in ihrer eigenen Sprache sprechen, mit Untertiteln am Bildschirm.

- DeepL brachte im November 2024 DeepL Voice auf den Markt, inklusive eines mobilen Modus für Gespräche von Angesicht zu Angesicht. Bis Juli 2025 verstand es 16 gesprochene Sprachen und zeigte Untertitel in 35 an (DeepL, 2024 und 2025).
- Apple brachte im September 2025 die Live-Übersetzung auf die AirPods und kündigte sie für Nutzer in der EU mit iOS 26.2 für Dezember 2025 an, nach einer Verzögerung im Zusammenhang mit dem Digital Markets Act (PhoneArena, November 2025). Viele Ihrer Gäste werden also bald mit Übersetzung im Ohr anreisen.

Aufwand: gering. **Wirkung:** mittel, für Häuser mit vielen internationalen Gästen hoch. **Kosten:** gering; oft schon in Messaging-Tools enthalten, sonst eine Business-Lizenz pro Nutzer.

So starten Sie

1. **Prüfen, was Sie schon haben**
   Viele Messaging-Tools und Gäste-Apps übersetzen Nachrichten bereits. Schalten Sie diese Funktion ein, bevor Sie etwas Neues kaufen.
2. **Die Rezeption ausstatten**
   Installieren Sie eine App für Sprachübersetzung auf einem Tablet an der Rezeption für Gespräche mit Gästen vor Ort, und testen Sie sie mit Ihren drei häufigsten Gästesprachen.
3. **Alles Verbindliche schriftlich bestätigen**
   Preise, Stornobedingungen sowie Sicherheits- oder Gesundheitsinformationen sollten schriftlich bestätigt werden, idealerweise in beiden Sprachen.

TIPP

Auf die Daten achten

Nutzen Sie einen Business-Tarif und lesen Sie die Bedingungen des Anbieters zur Auftragsverarbeitung, bevor Ihr Team Gästenamen, Zimmernummern oder Gesundheitsangaben in ein Übersetzungstool kopiert.

Anwendungsfall 03 · Bewertungs- und Stimmungsanalyse mit Antwortentwürfen

KI liest jede Bewertung auf Google, Booking.com, Tripadvisor und in Ihren eigenen Umfragen, sortiert sie nach Thema und Stimmung und entwirft eine Antwort im Ton Ihres Hauses, die eine Führungskraft prüft und veröffentlicht. Der Nutzen ist doppelt: Sie beantworten mehr Bewertungen schneller, und Sie erkennen wiederkehrende Themen (den lauten Lift, den langsamen Frühstücksservice), bevor sie sich über alle Plattformen verbreiten.

- HM Hotels mit 23 Häusern auf Mallorca, in Mexiko und in der Dominikanischen Republik führte 2025 nach einem zweimonatigen Pilotprojekt in zwei Hotels die KI-Antworten von ReviewPro in der ganzen Gruppe ein. Im Februar 2025 beantwortete die Gruppe 82 % von 661 Bewertungen, reagierte auf negative und neutrale Bewertungen im Schnitt innerhalb von 2,7 Tagen und erreichte auf Google, Booking.com und Tripadvisor eine Antwortquote von 100 % (Shiji, 2025).
- ReviewPro beziffert die weltweite durchschnittliche Antwortzeit auf eine Bewertung für 2025 mit 3,2 Tagen, nach 10 Tagen im Jahr 2021 (Hospitality Net, Juni 2025). Gäste und andere Leser merken, wer antwortet und wie schnell.

Aufwand: gering. **Wirkung:** mittel bis hoch, auf die Reputation und darauf, wie früh Sie betriebliche Probleme erkennen. **Kosten:** gering; in den meisten Reputationstools enthalten oder mit einem allgemeinen KI-Assistenten und einem klaren Prompt umsetzbar.

So starten Sie

1. **Hausregeln für Antworten festlegen**
   Legen Sie Ton und Grußformel fest und was Sie öffentlich nie sagen: keine Schuldzuweisungen, keine Gästedaten, keine Angebote zur Entschädigung.
2. **KI entwirft, ein Mensch veröffentlicht**
   Jede Antwort wird von jemandem gelesen und angepasst, der den Aufenthalt kennt. Negative Bewertungen werden immer persönlich überarbeitet.
3. **Die Themen monatlich berichten**
   Lassen Sie sich jeden Monat die fünf meistgelobten und die fünf meistkritisierten Themen ausgeben, und schicken Sie sie an die Abteilungsleitungen.

Anwendungsfall 04 · Online-Check-in und Ausweis-Scan

Gäste erledigen die Anmeldung vor der Anreise am Handy: Sie bestätigen ihre Daten, scannen Reisepass oder Personalausweis, unterschreiben den Meldeschein und bezahlen manchmal schon oder wählen eine Ankunftszeit. Am Anreisetag holen sie einen Schlüssel ab oder gehen direkt aufs Zimmer. An der Rezeption lesen Dokumentenscanner den Ausweis ins PMS ein, statt dass jemand ihn abtippt. KI übernimmt das Auslesen der Dokumente und die Plausibilitätsprüfung.

- In einer Umfrage von Talker Research im Auftrag von Mews unter 2.000 US-Reisenden im Frühjahr 2025 gaben 70 % an, sie würden eine App oder ein Kiosk-Terminal statt der Rezeption nutzen. Laut Mews kauften Gäste, die an den Kiosken einchecken, dreimal so häufig ein Upsell (Mews, Juni 2025).
- Die Nutzung kommt nicht von selbst: In Hotels mit dem Online-Check-in von P3 schlossen ihn 2024 im Schnitt 26 % der eingeladenen Gäste ab, mit einer Spanne von 8 % bis 85 % (P3, Mai 2024).
- Seit 1. Jänner 2025 müssen deutsche Staatsangehörige in deutschen Hotels keinen Meldeschein mehr ausfüllen. Für ausländische Gäste gilt die Pflicht weiterhin, wobei die Regeln digitale Alternativen wie die elektronische Ausweisprüfung zulassen (IHK Osnabrück).

Aufwand: mittel; er hängt von Ihrem PMS und vom lokalen Melderecht ab. **Wirkung:** hoch, auf Warteschlangen zu Spitzenzeiten und auf Upsells bei der Anreise. **Kosten:** mittel; meist ein Abo pro Zimmer oder pro Check-in, plus Hardware, wenn Sie ein Kiosk-Terminal aufstellen.

So starten Sie

1. **Meldepflichten klären**
   Die Regeln unterscheiden sich je nach Land, in Deutschland zudem zwischen in- und ausländischen Gästen. Klären Sie, was Sie erfassen müssen, wie Sie es erfassen dürfen und wie lange Sie es aufbewahren.

2. **Beim PMS beginnen**
   Viele PMS-Anbieter bieten Online-Check-in an oder binden ihn ein. Nutzen Sie, was nativ angebunden ist, bevor Sie ein weiteres Tool hinzufügen.

3. **Den Link dort platzieren, wo Gäste hinschauen**
   Senden Sie den Check-in-Link in einer kurzen Nachricht vor der Anreise statt am Ende einer langen Bestätigungs-E-Mail, und verfolgen Sie die Abschlussquote Woche für Woche.

Anwendungsfall 05 · Personalisierung aus Gästeprofilen

KI führt zusammen, was Sie bereits über einen Gast wissen (frühere Aufenthalte, Zimmervorlieben, Bestellungen, Fragen in Nachrichten, Reiseanlass), und macht daraus kleine, gut getimte Schritte: die richtige Zimmerzuteilung, eine Nachricht vor der Anreise, die den gewohnten Spa-Termin erwähnt, ein Angebot, das zu einer Familie passt statt zu einem Geschäftsreisenden. Voraussetzung sind saubere Daten an einem Ort.

- In der TakeUp-Umfrage 2025 unter 350 Reisenden, die regelmäßig in Individualhotels übernachten, sagten 95 %, personalisierte Angebote oder Empfehlungen nach ihren Interessen würden ihre Buchungsbereitschaft erhöhen (Hotel Business, Juli 2025).
- In der Umfrage von Mews und Talker Research nannten fast 80 % der Reisenden personalisierte Annehmlichkeiten als Grund für eine Rückkehr, und 93 % waren bereit, persönliche Daten zu teilen, um ihren Aufenthalt zu verbessern (Mews, Juni 2025).
- Hoteliers sehen das Umsatzpotenzial: 85 % der von Amadeus Befragten glauben, dass Personalisierung mehr als 5 % zusätzlichen Umsatz bringen kann (Amadeus, 2024).

Aufwand: mittel; die meiste Arbeit steckt in Datenqualität und Einwilligungen. **Wirkung:** hoch, auf die Gästezufriedenheit und auf Umsätze über die Zimmerrate hinaus. **Kosten:** mittel; eine Plattform für Gästeprofile oder ein CRM, verbunden mit PMS und Messaging.

So starten Sie

1. **Fünf relevante Datenpunkte wählen**
   Zum Beispiel Reiseanlass, Zimmervorliebe, Ernährungsbedürfnisse, Jahrestage und bisherige Ausgaben für Spa oder F&B.

2. **Daten dort erfassen, wo sie entstehen**
   In Buchungsformularen, Fragen vor der Anreise und Gästegesprächen. Speichern Sie sie im Gästeprofil, mit einer klaren Rechtsgrundlage nach DSGVO.

3. **Zuerst in einer Journey einsetzen**
   Personalisieren Sie die Nachricht vor der Anreise nach Segment (Familien, Paare, Geschäftsreisende), bevor Sie überall Eins-zu-eins-Personalisierung versuchen.

Anwendungsfall 06 · KI-Telefonannahme für Reservierungen

Ein Voice-Agent nimmt Anrufe an, versteht natürliche Sprache, beantwortet Routinefragen und nimmt entweder die Reservierung über Ihr Buchungs- oder Reservierungssystem auf oder verbindet mit einem Menschen und übergibt eine Zusammenfassung. Er übernimmt die Anrufe, die die Rezeption zu Stoßzeiten und nachts verpasst, und hinter genau diesen steckt oft eine Buchung.

- McDreams, eine deutsche Budget-Hotelgruppe, führte 2024 einen KI-Telefonassistenten von Onsei ein. Er erledigt rund die Hälfte der routinemäßigen Gästeanrufe selbstständig, und die Gruppe rechnete mit jährlichen Einsparungen von 600.000 € (Travolution, Mai 2024).
- Im März 2026 ging das Hotel Pecr in Prag mit dem Voice-Agent BE-A von Flae Robotics live, der während eines Anrufs Buchungen anlegen, ändern und stornieren kann und automatisch die Sprache wechselt. Laut Anbieter lassen sich damit bis zu 90 % der wiederkehrenden Anfragen im Front Office automatisieren (TravelDailyNews, März 2026).
- HotelPlanner meldete, dass seine KI-Voice-Agents täglich 10.000 Anrufe in 15 Sprachen annehmen (Travolution, November 2024).

Aufwand: mittel; Telefonie-Einrichtung, Integrationen und sorgfältige Tests. **Wirkung:** hoch für Häuser mit vielen Anrufen oder ohne Reservierungsteam in der Nacht. **Kosten:** mittel; meist pro Minute oder pro Anruf abgerechnet, plus Integrationsaufwand.

So starten Sie

1. **Zuerst die Anrufe messen**
   Erfassen Sie zwei Wochen lang die Anrufe: wie viele, zu welchen Zeiten, wie viele verpasst wurden und worum es ging.

2. **Erst Information, dann Buchungen**
   Lassen Sie den Agent Fragen beantworten und Anrufe weiterleiten, bevor er Reservierungen oder Zahlungen annimmt.

3. **Die Übergabe gestalten**
   Anrufer müssen jederzeit einen Menschen erreichen, wenn sie das wünschen, und die Zusammenfassung des Anrufs muss mitgehen.

ACHTUNG

Sagen Sie Gästen, dass sie mit einer KI sprechen

Die KI-Verordnung der EU (AI Act) verlangt, dass Menschen informiert werden, wenn sie mit einem KI-System interagieren, sofern das nicht aus dem Kontext offensichtlich ist. Diese Transparenzpflicht gilt ab 2. August 2026. Eine natürlich klingende Stimme macht das wichtiger, nicht weniger wichtig: Sagen Sie es in der Begrüßung, am Telefon und im Chat.

Anwendungsfall 07 · Lobby- und Serviceroboter

Serviceroboter in Hotels liefern heute vor allem: Handtücher, Amenities und Room-Service-Tabletts. Einige begrüßen Gäste in der Lobby oder tragen Gepäck. Am besten funktionieren sie als verlässliche Läufer auf langen Gängen in der Nacht, nicht als Ersatz für die Rezeption.

- Das Renaissance Paris La Défense mit 330 Zimmern setzt den Roboter W3 von SoftBank Robotics für den Room Service ein und kann den Room Service dadurch rund um die Uhr anbieten (TOPHOTEL, April 2024).
- Die Ergebnisse sind gemischt: In der Hotels.com-Umfrage 2025 unter mehr als 450 Hotels berichteten einige Häuser, dass sie Roboter aus dem Frühstücksservice und aus Lobbybereichen wieder entfernt haben (Hotels.com, September 2025).

Aufwand: hoch; Lifte, WLAN, Grundriss und Sicherheit spielen alle eine Rolle. **Wirkung:** gering bis mittel; am stärksten in großen Hotels mit langen Wegen und viel Betrieb in der Nachtschicht. **Kosten:** hoch; Leasing oder Abo pro Roboter, plus Anbindung an Lifte und Türen.

So starten Sie

1. **Eine echte Aufgabe finden**
   Zählen Sie die nächtlichen Lieferungen pro Woche. Sind es nur eine Handvoll, ist ein Roboter vor allem ein Fotomotiv.
2. **Das Gebäude prüfen**
   Lifte, Türbreiten, Schwellen, WLAN-Abdeckung und Brandschutzvorgaben entscheiden, was möglich ist.
3. **Erst testen, dann entscheiden**
   Leasen Sie drei Monate lang und messen Sie Lieferungen, eingesparte Arbeitszeit und Gästefeedback, bevor Sie ausrollen.

Nicht auf dieser Liste: Sprachassistenten im Zimmer. Amazons Alexa Smart Properties brachte Sprachsteuerung und Serviceanfragen in Hotelzimmer, zum Beispiel 2024 in vier NH Collection Hotels in Barcelona und Madrid. In der Hotels.com-Umfrage 2025 zählten Hotels smarte Zimmersteuerungen jedoch zu den Dingen, mit denen Gäste am meisten kämpfen. Für die meisten Häuser erledigen das eigene Handy des Gastes und ein Messaging-Kanal dieselbe Aufgabe mit weniger Hardware.

Anwendungsfälle im Front Office im Vergleich

Anwendungsfall	Aufwand	Wirkung	Zeit bis zum Nutzen
01 KI-Gästekommunikation	Gering	Hoch	2 bis 4 Wochen
02 Echtzeit-Übersetzung	Gering	Mittel	Tage
03 Antworten auf Bewertungen	Gering	Mittel bis hoch	1 bis 2 Wochen
04 Online-Check-in und Ausweis-Scan	Mittel	Hoch	1 bis 3 Monate
05 Personalisierung aus Profilen	Mittel	Hoch	3 bis 6 Monate
06 KI-Telefonannahme	Mittel	Hoch	1 bis 3 Monate
07 Lobby- und Serviceroboter	Hoch	Gering bis mittel	3 bis 6 Monate

04

KAPITEL 4

Revenue, Vertrieb und Marketing

Im Revenue Management setzen Hotels maschinelles Lernen am längsten ein, und hier lassen sich Ergebnisse am leichtesten messen. Diese sieben Anwendungsfälle reichen vom Preis des Zimmers für heute Nacht bis zur Frage, ob ChatGPT Ihr Hotel überhaupt erwähnt.

IN DIESEM KAPITEL

- Anwendungsfall 08 · KI-Revenue-Management und dynamische Preise
- Anwendungsfall 09 · Nachfrageprognose
- Anwendungsfall 10 · Automatisiertes Upselling und Upgrade-Angebote
- Anwendungsfall 11 · Personalisierte E-Mail- und CRM-Kampagnen
- Anwendungsfall 12 · Content und Sichtbarkeit in der KI-Suche
- Anwendungsfall 13 · KI-Vertriebsassistent für Gruppen- und MICE-Anfragen

Sieben Anwendungsfälle für Revenue, Vertrieb und Marketing

Mittlerer Aufwand

08 · KI-Revenue-Management und dynamische Preise

Ein System, das jede Zimmerkategorie und jedes Datum mehrmals täglich bepreist, auf Basis Ihres Buchungstempos und des Marktes.

Großprojekt

09 · Nachfrageprognose

Eine Prognose für Zimmer, Gedecke und Behandlungen, nach der nicht nur Revenue, sondern auch Housekeeping, F&B und Spa planen.

Quick Win

10 · Automatisiertes Upselling und Upgrade-Angebote

Die drei passenden Extras für jeden Gast vor der Anreise: ein besseres Zimmer, Frühstück, Parkplatz, eine Behandlung.

Mittlerer Aufwand

11 · Personalisierte E-Mail- und CRM-Kampagnen

Kleine, gut getimte Kampagnen, ausgelöst durch das Verhalten eines Gastes, statt eines Newsletters für alle.

Quick Win

12 · Content und Sichtbarkeit in der KI-Suche

Dafür sorgen, dass ChatGPT, Gemini und Perplexity Ihr Hotel korrekt beschreiben und überhaupt empfehlen.

Mittlerer Aufwand

13 · KI-Vertriebsassistent für Gruppen- und MICE-Anfragen

Von der langen RFP-E-Mail zum strukturierten Angebotsentwurf in Ihrem Design, in Minuten, geprüft von Ihrem Sales Manager.

Quick Win

14 · Monitoring von Distribution und Ratenparität

Tägliche Prüfung, dass keine OTA und kein Wiederverkäufer Ihre Zimmer günstiger anbietet als Ihre eigene Website.

Die Tags geben einen ersten Eindruck vom Aufwand. Ein **Quick Win** lässt sich mit Ihrem bestehenden Team in wenigen Wochen umsetzen. **Mittlerer Aufwand** bedeutet eine Anbindung an PMS oder CRM und eine Person, die für das Ergebnis verantwortlich ist. Ein **Großprojekt** betrifft mehrere Abteilungen und hängt von der Datenqualität ab. Zu jedem Anwendungsfall finden Sie, worum es geht, ein reales Beispiel mit Quelle, Aufwand, Wirkung, Kosten und einen ersten Schritt.

Anwendungsfall 08 · KI-Revenue-Management und dynamische Preise

Ein Revenue-Management-System (RMS) liest Ihren Buchungsstand, das Buchungstempo, Mitbewerberpreise und die Marktnachfrage und empfiehlt oder setzt dann einen Preis für jede

Zimmerkategorie und jedes Datum. Der KI-Anteil: Es rechnet mehrmals täglich neu und lernt, wie Gäste auf jeden Preis reagieren, was weder eine Tabellenkalkulation noch ein montägliches Pricing-Meeting leisten kann. Bei den meisten Systemen wählen Sie zwischen Empfehlungen, die Sie freigeben, und einem Autopiloten, der die Raten selbst an den Channel Manager schickt.

- **Beispiel:** Das Hotel de la Couronne, ein familiengeführtes Hotel in Genf, steigerte den RevPAR innerhalb von drei Monaten nach Einführung von Atomize, einem Unternehmen von Mews, um 11 %, bei 12 % mehr Auslastung und 5 % höherer ADR im Vergleich zum Vorjahr. Der General Manager sah schon nach sechs Wochen eine deutliche Verbesserung (Mews-Kundenstory, März 2025).
- **Aufwand:** mittel. Das RMS braucht eine bidirektionale Verbindung zu Ihrem PMS oder Channel Manager, saubere Zimmerkategorien und Ratenpläne sowie einige Wochen, in denen jemand jede Empfehlung prüft, bevor das Team dem Autopiloten vertraut.
- **Wirkung:** hoch. Der Preis ist der größte einzelne Hebel für den Logisumsatz, und das Ergebnis zeigt sich im RevPAR, der Kennzahl, auf die Eigentümer ohnehin schauen.
- **Kosten:** ein monatliches Abo, meist nach Zimmeranzahl und Modulen berechnet. Tools für Individualhotels beginnen bei rund 119 US-Dollar pro Monat und Funktion (Capterra-Eintrag für RoomPriceGenie); Enterprise-Systeme für Gruppen werden individuell angeboten.
- **So starten Sie:** Exportieren Sie Raten und Auslastung der letzten 12 Monate, legen Sie pro Zimmerkategorie eine Unter- und eine Obergrenze fest, und lassen Sie das System vier bis sechs Wochen im Empfehlungsmodus laufen. Vergleichen Sie seine Vorschläge mit den Preisen, die Sie tatsächlich verlangt haben.

+19 %

mehr Umsatz im Schnitt bei 567 Häusern mit RoomPriceGenie-Autopilot im Vorjahresvergleich

Source: RoomPriceGenie, April 2025

+11 %

RevPAR im Hotel de la Couronne, Genf, drei Monate nach Einführung von Atomize

Source: Mews, März 2025

+10 %

RevPAR im Sofitel Bangkok Sukhumvit 2025 vs. 2024 mit IDeaS G3 RMS; RGI um 18 % höher

Source: IDeaS via iTWire, August 2026

Anwendungsfall 09 · Nachfrageprognose

Die Prognose ist der vorausschauende Teil des Revenue Managements: wie viele Zimmer, Gedecke und Behandlungen Sie an jedem Datum verkaufen werden. KI-Modelle verbinden das Buchungstempo mit externen Signalen wie Veranstaltungen, Schulferien und Flugkapazitäten und aktualisieren die Prognose täglich. Die Prognose dient nicht nur dem Pricing. Dienstpläne im Housekeeping, der Einkauf fürs Frühstück und die Personalplanung im Spa werden besser, wenn die Zahl, mit der sie planen, näher an der Realität liegt.

- **Beispiel:** Eine globale Hotelkette mit Hunderten Häusern in Nordamerika verbesserte ihre Prognosen für An- und Abreisen um 10 % und für Food & Beverage um 25 %, nachdem sie Eventdaten von PredictHQ hinzugenommen hatte, und schätzt den Effizienzgewinn beim Personal auf bis zu 90 Mio. US-Dollar pro Jahr (PredictHQ-Kundenstory). Im September 2026 führte Aimbridge LIFT, sein KI-gestütztes Tool für die Personalprognose, in seinem Portfolio von rund 1.000 Hotels ein (CoStar).
- **Aufwand:** hoch. Eine Prognose ist nur so gut wie die Daten darunter. RoomPriceGenie schätzt, dass 6 % bis 8 % der Reservierungen im Buchungsstand Fehler wie Duplikate oder Geisterbuchungen enthalten; die Bereinigung des PMS kommt also zuerst (RoomPriceGenie, August 2026).
- **Wirkung:** hoch, und sie reicht über die Zimmer hinaus bis zu Personal- und F&B-Kosten, meist den zwei größten Kostenblöcken eines Hotels.
- **Kosten:** Die Zimmerprognose ist oft Teil eines RMS; Eventdaten und Prognosen für andere Abteilungen sind Zusatzmodule oder eigene Abos. Bei gruppenweiten Projekten kommt Daten- und Integrationsaufwand hinzu.
- **So starten Sie:** Vergleichen Sie ein Quartal lang Ihre aktuelle Prognose zu festen Zeitpunkten (90, 30 und 7 Tage vor Anreise) mit den tatsächlichen Ergebnissen. Dieser Ausgangswert zeigt Ihnen später, ob ein neues Tool wirklich genauer ist.

Anwendungsfall 10 · Automatisiertes Upselling und Upgrade-Angebote

Upselling-Software schickt jedem Gast vor der Anreise eine kleine Auswahl an Extras (ein besseres Zimmer, früher Check-in, Frühstück, Parkplatz, eine Spa-Behandlung) und lernt, welche Angebote bei welchen Gästen ankommen. Gut gemacht, wirkt das wie Service: Der Gast sieht drei Dinge, die zu diesem Aufenthalt passen, keinen Katalog. Verfügbarkeitsabhängige Angebote lassen sich automatisch bestätigen, wo das PMS es erlaubt; den Rest bestätigt das Team.

- **Beispiel:** Das Mercure Hotel MOA Berlin verschickt Upselling-E-Mails vor der Anreise, die mit dem PMS verbunden sind. Sie erreichten eine Öffnungsrate von 63 % und eine Conversion-Rate von 10 %, bei durchschnittlich 50,47 € Upselling-Umsatz pro Anfrage (Hotel Tech Report Fallstudie, 2025).
- **Datenpunkt:** Bei den Kunden von Revinate lag der durchschnittliche Upselling-Umsatz 2024 weltweit bei 941 US-Dollar pro Hotel und Monat, in EMEA bei 836 US-Dollar (Revinate Hospitality Benchmark Report, März 2025). Für die meisten Hotels ist das ein bescheidener Wert mit Luft nach oben.
- **Aufwand:** gering. Die meisten Tools verbinden sich mit dem PMS und bringen Angebotsvorlagen mit. Die eigentliche Arbeit ist, zehn gute Angebote auszuwählen, zu fotografieren und zu bepreisen.
- **Wirkung:** mittel bis hoch, mit kaum zusätzlichen Kosten pro Verkauf, sobald die Angebote stehen.
- **Kosten:** gering. Ein monatliches Abo pro Haus; vergleichen Sie es vor der Unterschrift mit Ihrem aktuellen monatlichen Upselling-Umsatz.

- **So starten Sie:** Wählen Sie fünf Angebote mit guter Marge und einem klaren Moment (früher Check-in, Frühstück, Parkplatz, Late Check-out, eine Behandlung), senden Sie sie drei bis fünf Tage vor der Anreise, und messen Sie einen Monat lang die Conversion pro Angebot.

chatlyn

Upselling direkt im Gespräch

Mit chatlyn löst Ihr PMS die Nachricht vor der Anreise auf WhatsApp aus, mit Buttons für Frühstück, Behandlungen oder Anreisedetails. Antwortet der Gast, landet das Gespräch im selben Posteingang, in dem Ihr Team bereits arbeitet, und die KI beantwortet Rückfragen im Ton Ihres Hauses. Der Gast sagt Ja, Ihr Team bestätigt. Das Spa Resort Geinberg erreichte mit seinen WhatsApp-Kampagnen eine Öffnungsrate von 95 %, und im Hotel Enzian Obertauern stiegen die Restaurantreservierungen durch WhatsApp-Kampagnen um 38 %.

Anwendungsfall 11 · Personalisierte E-Mail- und CRM-Kampagnen

KI in einem Hotel-CRM erfüllt drei Aufgaben. Sie bildet Segmente aus Aufenthaltshistorie und Verhalten, wählt den Zeitpunkt für den Versand (eine abgebrochene Buchung, eine Stornierung, ein Jahr seit dem letzten Aufenthalt) und entwirft Betreffzeilen und Texte in Ihrem Ton. Das Ergebnis: weniger Massen-Newsletter und mehr kleine, gut getimte Kampagnen, die jeweils genau die Gäste erreichen, für die sie gedacht sind.

- **Beispiel:** Der Revinate Hospitality Benchmark Report 2026, basierend auf 2,8 Milliarden im Jahr 2025 versendeten E-Mails, zeigt für Newsletter eine durchschnittliche Öffnungsrate von 33,6 % und 1.249 US-Dollar Buchungswert pro Kampagne. E-Mails nach abgebrochenen Buchungen und Stornierungen konvertieren mit 5 % bis 6 %, E-Mails an kalte Leads mit mehr als 6,5 % (Revinate, März 2026).
- **Aufwand:** mittel. Das CRM muss aus PMS und Buchungsmaschine gespeist werden, die Einwilligungen müssen DSGVO-konform sein, und jemand muss für den Kampagnenkalender verantwortlich sein.
- **Wirkung:** mittel bis hoch, vor allem bei ausgelösten Kampagnen, die auf eine Handlung des Gastes reagieren.
- **Kosten:** mittel. Hotel-CRMs sind Abos, die nach Größe des Hauses oder Anzahl der Kontakte berechnet werden, und die Integration ist ein einmaliges Projekt.
- **So starten Sie:** Bevor Sie den Newsletter anfassen, schalten Sie zwei automatische Abläufe ein: die Rückgewinnung abgebrochener Buchungen und die Rückgewinnung nach Stornierungen. Lassen Sie dann ChatGPT oder Claude drei Betreffzeilen pro Kampagne entwerfen und testen Sie sie gegeneinander.

Anwendungsfall 12 · Content und Sichtbarkeit in der KI-Suche

Immer mehr Gäste fragen ChatGPT, Gemini oder Perplexity, wo sie übernachten sollen, statt durch eine Ergebnisseite zu scrollen. Diese Assistenten bauen ihre Antworten aus dem, was das Netz über Sie sagt: Ihre eigene Website, OTA-Einträge, Bewertungen, YouTube, Reddit und Reiseblogs. Dort sichtbar zu sein, manchmal Generative Engine Optimisation (GEO) genannt, ist vor allem gründlich umgesetzte gute Praxis: korrekte Fakten, konkrete Inhalte, die echte Fragen beantworten, und ein guter Ruf in den Quellen, die die Assistenten lesen.

+3.500 %

Wachstum des Traffics von generativen KI-Tools auf US-Reiseseiten, Juli 2024 bis Juli 2025

Source: Adobe Analytics, September 2025

8 % vs. 15 %

Anteil der Google-Suchen mit Klick auf ein Ergebnis, mit KI-Zusammenfassung vs. ohne

Source: Pew Research Center, Juli 2025

55 %

der von KI zitierten Hotelquellen waren OTAs, vor allem Tripadvisor, Booking.com, Expedia

Source: Cloudbeds-Studie via Hotel Management, Juni 2025

- **Beispiel:** Cloudbeds untersuchte 145 Hotels, die ChatGPT, Perplexity und Gemini in sechs Destinationen durchgehend empfahlen: 95 % davon waren auch auf Reddit präsent und 98 % auf YouTube (Juni 2025). Eine Auswertung von 180 KI-Antworten im Juli 2026 ergab, dass nur 23 Häuser die Hälfte aller 824 Hotelempfehlungen in sechs US-Luxusmärkten erhielten und dass ein Assistent noch ein Hotel in Miami empfahl, das 108 Tage zuvor abgerissen worden war (Hospitality Net, August 2026).
- **Aufwand:** gering für den Start, danach laufende Pflege. Die meiste Arbeit besteht darin, Fakten zu korrigieren und konkrete Seiten zu schreiben, nicht in neuer Technologie.
- **Wirkung:** heute mittel, mit steigender Tendenz. Laut Adobe konvertierten KI-Verweise auf US-Reiseseiten im Juli 2025 um 47 % seltener als anderer Traffic, nach 86 % im Oktober 2024, während diese Besucher länger blieben und seltener absprangen.
- **Kosten:** gering. Vor allem Zeit des Teams oder Agenturstunden; Tools, die messen, wie oft KI-Assistenten Ihr Hotel erwähnen, sind ein optionales Abo.
- **So starten Sie:** Prüfen Sie, ob Ihre robots.txt den OAI-SearchBot zulässt, den Crawler, mit dem OpenAI Websites in der ChatGPT-Suche anzeigt. Laut Google brauchen KI-Übersichten (AI Overviews) kein spezielles Markup über die normale Indexierung und korrekte strukturierte Daten hinaus. Stellen Sie dann drei Assistenten die zehn Fragen, die Ihre Gäste stellen („bestes Spa-Hotel in Tirol für Paare"), und korrigieren Sie jeden falschen Fakt an der Quelle: auf Ihrer Website, im Google-Unternehmensprofil und in den OTA-Einträgen.

Anwendungsfall 13 · KI-Vertriebsassistent für Gruppen- und MICE-Anfragen

Gruppen- und Tagungsanfragen kommen als lange E-Mails und Ausschreibungen (RFPs): Daten, Zimmerkontingente, Tagungsräume, Catering, Budget. Ein KI-Vertriebsassistent liest die Anfrage, bringt die wichtigsten Fakten in eine Struktur, gleicht sie mit Ihrer Verfügbarkeit und Ihren Pauschalen ab und entwirft ein Angebot in Ihrem Design, das der Sales Manager prüft. Es geht um Tempo, denn die erste glaubwürdige Antwort gewinnt oft den Auftrag.

- **Beispiel:** 80 % der Planer erwarten, dass ein Hotel oder eine Location innerhalb von vier Tagen auf ein RFP antwortet (Cvent, Februar 2025), doch die durchschnittliche Antwortzeit von Hotels auf Cvent stieg von 4,84 Tagen im März 2025 auf 5,08 Tage im März 2026 (Cvent-Daten laut AltexSoft, Mai 2026). ProposalPath brachte im Juli 2025 einen KI-Angebotsassistenten heraus, der aus einer E-Mail, einem RFP, einem PDF oder einer Sprachnotiz in weniger als einer Minute ein bearbeitbares Angebot im eigenen Design erstellt (Hospitality Net).
- **Datenpunkt:** In der Amadeus-Umfrage unter mehr als 315 Vertriebsverantwortlichen von Hotels und Locations gaben 86 % an, KI bereits im Betrieb zu nutzen, und 70 % nannten Firmenmeetings als ihre größte Chance für 2026 (Amadeus, Mai 2026).
- **Aufwand:** mittel. Der Assistent braucht Ihre Raumkapazitäten, Pauschalen, Menüs und Regeln zum Mindestumsatz. Preis und finaler Versand bleiben beim Sales Manager.
- **Wirkung:** hoch für Hotels mit Tagungsräumen, wo die Antwortzeit viele Anfragen entscheidet, bevor überhaupt Preise verglichen werden.
- **Kosten:** mittel. Spezialisierte Tools für Angebote sowie für Sales und Catering sind Abos. ChatGPT oder Claude mit einer guten Prompt-Vorlage sind ein günstiger erster Schritt.
- **So starten Sie:** Nehmen Sie Ihre letzten 20 Gruppenanfragen, schreiben Sie einen Prompt, der Daten, Zimmer, Räume, Catering und Budget in eine Tabelle überträgt, und messen Sie, wie lange ein erster Angebotsentwurf jetzt dauert und wie lange vorher.

Anwendungsfall 14 · Monitoring von Distribution und Ratenparität

Paritätstools prüfen Ihre Raten auf Booking.com, Expedia, Metasuchen und vielen kleineren Wiederverkäufern mehrmals täglich und vergleichen sie mit Ihrer eigenen Website. KI hilft an zwei Stellen: Sie erkennt dasselbe Zimmer und dieselbe Rate auf Seiten, die sie unterschiedlich beschreiben, und sie verfolgt, woher ein Leck kommt, oft ein Großhandelsvertrag, dessen Raten auf einer kleineren OTA wieder auftauchen. Wer diese Lücken schließt, sorgt dafür, dass die Direktrate die beste bleibt, die ein Gast finden kann.

- **Beispiel:** Der World Parity Monitor von 123Compare.me für das erste Halbjahr 2025 ergab, dass bei 75 % der Suchen mindestens eine OTA günstiger war als die Website des Hotels und dass OTAs das Hotel bei 38 % der mobilen Suchen unterboten, am Desktop bei 31 % (August 2025).

- **Beispiel:** Lighthouse und Bowerbird Technologies verbanden KI-gestützte Paritätserkennung mit der Entfernung nicht autorisierter Verkäufer. In einem Pilotprojekt der Radisson Hotel Group sanken die Paritätsverluste um 25 %, und die Paritätsquote verbesserte sich um 20 % (Hospitality Net, Juni 2026).
- **Aufwand:** gering. Für die Einrichtung listen Sie Ihre Kanäle auf und ordnen die Zimmerkategorien zu; die laufende Arbeit besteht darin, auf die Warnungen zu reagieren.
- **Wirkung:** mittel. Sie schützt Direktbuchungen und deren Marge und senkt, was Sie für bezahlte Suchanzeigen auf Ihren eigenen Hotelnamen ausgeben.
- **Kosten:** gering bis mittel. Paritätsmonitoring ist oft ein Modul eines Rate-Shopping-Tools; das Vorgehen gegen nicht autorisierte Wiederverkäufer ist eine Zusatzleistung.
- **So starten Sie:** Prüfen Sie zwei Wochen lang Ihre drei wichtigsten kommenden Termine am Handy, Metasuche inklusive, und notieren Sie, wer Sie unterbietet. Tauchen dieselben Namen immer wieder auf, verfolgen Sie sie bis zum Vertrag dahinter, bevor Sie ein Tool kaufen.

Revenue, Vertrieb und Marketing im Überblick

Anwendungsfall	Aufwand	Wirkung	Zeit bis zum Nutzen
08 · Revenue Management und dynamische Preise	Mittel	Hoch	6 bis 12 Wochen
09 · Nachfrageprognose	Hoch	Hoch	3 bis 6 Monate
10 · Automatisiertes Upselling und Upgrades	Gering	Mittel bis hoch	2 bis 4 Wochen
11 · Personalisierte E-Mails und CRM	Mittel	Mittel bis hoch	1 bis 3 Monate
12 · Sichtbarkeit in der KI-Suche	Gering	Mittel, steigend	2 bis 6 Monate
13 · KI-Vertriebsassistent für Gruppen und MICE	Mittel	Hoch mit Tagungsräumen	4 bis 8 Wochen
14 · Monitoring der Ratenparität	Gering	Mittel	1 bis 2 Wochen

05

KAPITEL 5

Betrieb und Back of House

Sechs KI-Anwendungsfälle, die Gäste nie sehen, die aber über Ihre Kosten entscheiden: von der Housekeeping-Liste und dem Küchenabfall bis zur Haustechnik, zum Rechnungseingang und zu den Robotern im Gang.

IN DIESEM KAPITEL

- Anwendungsfall 15 · Housekeeping und Zimmerstatus optimieren
- Anwendungsfall 16 · Lebensmittelabfall in der Küche erfassen
- Anwendungsfall 17 · Personalprognose und Dienstplanung
- Anwendungsfall 18 · Automatisierung von Rechnungen und Kreditoren
- Anwendungsfall 19 · Energie, HLK und vorausschauende Wartung
- Anwendungsfall 20 · Serviceroboter für Lieferung und Reinigung



Gäste sehen selten die Wäscherei, den Technikraum oder die Kreditorenbuchhaltung, doch dort liegt der Großteil der Kosten eines Hotels. Die KI ist hier unspektakulär: Sie entscheidet, welches Zimmer zuerst gereinigt wird, wiegt, was im Küchenabfall landet, liest Lieferantenrechnungen und sagt der Haustechnik, welche Pumpe bald ausfällt. Mehrere dieser Tools rechnen sich innerhalb einer Saison, und sie geben Ihrem Team Zeit für die Arbeit am Gast, die Gäste nach eigener Aussage weiterhin von Menschen wollen.

Sechs Anwendungsfälle für Betrieb und Back of House

Quick Win

Anwendungsfall 15 · Housekeeping und Zimmerstatus optimieren

KI ordnet die Reinigungsliste nach Anreisen, Abreisen und Standort der Room Attendants, damit Prioritätszimmer zuerst fertig sind.

Quick Win

Anwendungsfall 16 · Lebensmittelabfall in der Küche erfassen

Kamera und Waage über dem Abfallbehälter erfassen, was weggeworfen wird, damit die Küche Überproduktion reduzieren kann.

Mittlerer Aufwand

Anwendungsfall 17 · Personalprognose und Dienstplanung

Dienstpläne auf Basis prognostizierter Auslastung, Gedecke und Veranstaltungen statt der Tabelle vom Vorjahr.

Mittlerer Aufwand

Anwendungsfall 18 · Automatisierung von Rechnungen und Kreditoren

KI liest Lieferantenrechnungen, kontiert sie und leitet sie zur Freigabe weiter; nur Ausnahmen bleiben für Menschen.

Großprojekt

Anwendungsfall 19 · Energie, HLK und vorausschauende Wartung

Gebäudesysteme, die Heizung und Kühlung an den Bedarf anpassen und Störungen melden, bevor Gäste sie bemerken.

Großprojekt

Anwendungsfall 20 · Serviceroboter für Lieferung und Reinigung

Roboter, die Amenities aufs Zimmer bringen oder nachts Gänge und Veranstaltungsräume saugen.

36 %

weniger Speiseabfall in vier Mandarin-Oriental-Pilothotels in sechs Monaten mit Winnow

Source: Mandarin Oriental via Hospitality Net, Juni 2024

50 %

der Kapazität des Kreditorenteams der PPHE Hotel Group durch KI-Rechnungsverarbeitung frei

Source: Rossum-Kundenstory, Oktober 2025

89 %

der Reisenden wollen KI neben dem Personal oder im Hintergrund, nicht allein im Service

Source: Mews-Reisendenumfrage, Oktober 2026

Anwendungsfall 15 · Housekeeping und Zimmerstatus optimieren

Housekeeping-Software mit KI liest Anreisen, Abreisen, Bleiber und VIP-Kennzeichen aus dem PMS, erstellt daraus die Liste jedes Room Attendants und ordnet sie während der Schicht laufend neu. Frühe Anreisen bekommen ihre Zimmer zuerst, die Wege werden kürzer, und die Rezeption sieht den Zimmerstatus in Echtzeit, statt auf der Etage anzurufen. Das Housekeeping ist meist der größte Personalkostenblock im Hotel, deshalb summieren sich auch kleine Verbesserungen.

- **Beispiel:** Staycity Aparthotels mit mehr als 45 Häusern meldet nach der Einführung von Optii 20 % mehr Produktivität im Housekeeping, 10 % weniger Fluktuation im Housekeeping und Zimmer, die fast zwei Stunden früher bezugsfertig sind (HotelTechReport Success Story).
- **Beispiel:** Im The Ritz-Carlton Cleveland schafften Room Attendants nach dem Wechsel von Papierlisten zu Optii statt etwa 12 bis 14 Zimmern pro Tag 16 bis 18, laut dem Rooms Operations Manager des Hotels (HotelTechReport).
- **Aufwand / Wirkung / Kosten:** geringer Aufwand, wenn Ihr PMS eine fertige Integration hat; mittlere bis hohe Wirkung auf Personalkosten und frühen Check-in; die Kosten sind ein Software-Abo, meist pro Zimmer berechnet.
- **So starten Sie:** Messen Sie zwei Wochen lang die heutigen Minuten pro Abreise- und pro Bleiberzimmer, testen Sie dann auf zwei Etagen und vergleichen Sie die Zimmer pro Room Attendant und den Zeitpunkt, zu dem die Zimmer der ersten Anreisen frei werden.

Anwendungsfall 16 · Lebensmittelabfall in der Küche erfassen

Eine smarte Waage mit Kamera sitzt über den Abfallbehältern der Küche. Jedes Mal, wenn Essen weggeworfen wird, erkennt Computer Vision, worum es sich handelt, und das System erfasst Gewicht und Kosten. Die Küche erhält einen täglichen Bericht, welche Buffetartikel, Vorbereitungsmengen oder Tellerreste am meisten kosten, und passt Produktion und Portionsgrößen an. Es ist eines der wenigen KI-Tools, die gleichzeitig Geld und CO_2 sparen.

- **Beispiel:** Hilton setzte Winnow während des Ramadan 2025 in 45 Hotels in EMEA und APAC ein und senkte den Tellerabfall um 26 %, von 102 g auf 64 g pro Gedeck (Hilton, Juni 2025).
- **Beispiel:** Das Novotel Warszawa Centrum reduzierte den Lebensmittelabfall pro Gast mit Orbisk in zwei Jahren um 69 % und sparte rund 60.600 € (Orbisk, November 2025).
- **Aufwand / Wirkung / Kosten:** geringer Aufwand, ein Gerät pro Hauptabfallstelle; mittlere Wirkung, Winnow nennt 2 bis 8 % niedrigere Wareneinsatzkosten; Orbisk gibt ein Jahresabo von 5.000 bis 8.000 € pro Küche an.
- **So starten Sie:** Beginnen Sie beim Frühstücksbuffet, wo der Abfall am höchsten und am besten vorhersehbar ist, und vereinbaren Sie mit der Küchenleitung, welche zwei Artikel Sie im ersten Monat ändern.

Anwendungsfall 17 · Personalprognose und Dienstplanung

Workforce-Tools prognostizieren den Bedarf aus Auslastung, Anreisen, Restaurant-Gedecken und Veranstaltungen und schlagen pro Abteilung einen passenden Dienstplan vor. Führungskräfte passen an, statt bei null zu beginnen, und das System warnt vor Überstunden oder Überplanung, bevor sie entstehen, nicht erst nach der Lohnabrechnung. Neuere Tools bieten einen Chat-Assistenten, der Fragen beantwortet wie „Warum ist das Bankett-Team am Donnerstag so groß?“

- **Beispiel:** Harbour Hotels mit 14 Häusern in Großbritannien meldet mit dem Scheduling von Fourth 400 bis 600 weniger geplante Stunden pro Woche und 2 % Einsparung bei den erwarteten Personalkosten, dazu 2 bis 3 Stunden weniger Verwaltungsaufwand pro Woche für Führungskräfte (Fourth-Fallstudie, 2025).
- **Datenpunkt:** Nur 11 % der nordamerikanischen Führungskräfte mit Stundenpersonal nutzten KI-Tools für die Dienstplanung, während 59 % drei oder mehr Stunden pro Woche mit Dienstplänen verbrachten (Legion-Umfrage, Juni 2025).
- **Aufwand / Wirkung / Kosten:** mittlerer Aufwand, weil zuerst Personalstandards pro Abteilung vereinbart werden müssen; mittlere Wirkung auf den größten Kostenblock; Abo pro Mitarbeiter oder pro Standort.
- **So starten Sie:** Beginnen Sie in einer Abteilung mit schwankendem Bedarf, etwa F&B oder Housekeeping, und halten Sie Ihren Personalstandard schriftlich fest (zum Beispiel Minuten pro Abreisezimmer), bevor Sie eine Prognose einschalten.

Anwendungsfall 18 · Automatisierung von Rechnungen und Kreditoren

Ein Hotel mit viel Betrieb erhält jeden Monat Hunderte Lieferantenrechnungen in allen möglichen Formaten. KI-Dokumentenverarbeitung liest sie, ordnet Positionen Bestellungen und Kostenstellen zu und schickt sie zur Freigabe an die richtige Person aufs Handy. Das Team bearbeitet nur die Ausnahmen. Für Hotelgruppen in mehreren Ländern kommt sie zudem mit verschiedenen Sprachen und Umsatzsteuerregeln zurecht.

- **Beispiel:** Die PPHE Hotel Group verarbeitet mit Rossum mehr als 12.500 Rechnungen pro Monat in ihrem europäischen Portfolio; 75 % der Dokumente laufen inzwischen durch, ohne dass jemand sie anfasst, und die Hälfte der Zeit des Kreditorenteams ist für Lieferanten- und Kostenanalysen frei geworden (Rossum, Oktober 2025).
- **Beispiel:** Strawberry (vormals Nordic Choice Hotels) senkte mit Vic.ai die durchschnittliche Bearbeitungszeit von 10 Minuten auf 1,2 Minuten pro Rechnung, bei rund 600.000 Rechnungen pro Jahr, und sparte im ersten Jahr mehr als 60.000 Stunden (Vic.ai-Fallstudie).
- **Aufwand / Wirkung / Kosten:** mittlerer Aufwand, da saubere Lieferantenstammdaten und Freigaberegeln nötig sind; hohe Wirkung für Gruppen und Cluster, geringere für ein einzelnes Haus; meist nach Rechnungsvolumen berechnet.
- **So starten Sie:** Exportieren Sie die Rechnungsanzahl des Vorjahres nach Lieferant; machen wenige Lieferanten den Großteil des Volumens aus, automatisieren Sie diese zuerst und prüfen Sie in den ersten zwei Monaten wöchentlich die Genauigkeit.

Anwendungsfall 19 · Energie, HLK und vorausschauende Wartung

KI-Gebäudesteuerungen docken an die bestehende Gebäudeleittechnik an, lernen, wie jede Zone heizt und kühlt, und passen die Sollwerte alle paar Minuten an Belegung, Wetterprognose und Energiepreise an. Dieselben Sensordaten ermöglichen vorausschauende Wartung: Das System

erkennt, wenn sich eine Kältemaschine, eine Pumpe oder ein Lift ungewöhnlich verhält, und legt einen Arbeitsauftrag an, bevor das Gerät vor den Augen der Gäste ausfällt.

- **Beispiel:** Ein Hilton-Hotel in Mumbai senkte seinen Energieverbrauch über 18 Monate um 10 % gegenüber dem Ausgangswert, nach einer viermonatigen Nachrüstung mit IoT-Gebäudesteuerung von 75F, und sparte rund 273.700 kWh bei Kälteanlage und Lüftung (75F-Fallstudie).
- **Datenpunkt:** Der Aufzugshersteller KONE meldet 40 % weniger Reparatureinsätze und halb so viele eingeschlossene Personen, seit er bei seinen vernetzten Aufzügen auf vorausschauende Analysen setzt (Solita, 2023). Das gilt für Aufzüge allgemein, nicht nur in Hotels.
- **Aufwand / Wirkung / Kosten:** hoher Aufwand, der Haustechnik, den Anbieter der Gebäudeleittechnik und oft die IT erfordert; hohe Wirkung auf die Energie, einen der größten beeinflussbaren Kostenblöcke; Herstellerangaben wie die „bis zu 25 %“ niedrigeren HLK-Energiekosten von BrainBox AI sind Höchstwerte, keine Durchschnitte.
- **So starten Sie:** Fragen Sie die Anbieter Ihrer Gebäudeleittechnik und Ihrer Lifte, welche Daten sie bereits erfassen und ob eine KI-Ebene darauf aufsetzen kann; testen Sie zuerst in öffentlichen Bereichen, wo das Risiko für den Gästekomfort am geringsten ist, und legen Sie den Ausgangswert vor dem Start fest.

Anwendungsfall 20 · Serviceroboter für Lieferung und Reinigung

Das ist die physische Seite der KI. Lieferroboter navigieren durch Gänge und rufen Lifte, um Handtücher, Pflegeprodukte oder ein Room-Service-Tablett an die Tür zu bringen. Reinigungsroboter saugen Gänge, Ballsäle und Tagungsräume, oft nachts. Beide nutzen Kameras und Lidar, um das Gebäude zu kartieren und Menschen auszuweichen. Sie ersetzen keinen Room Attendant und keinen Kellner; sie übernehmen die Wege.

- **Beispiel:** Das Pullman Paris Montparnasse (957 Zimmer) setzt den Saugroboter Whiz von SoftBank Robotics in Gängen und Veranstaltungsflächen ein; er kam auf 855 Betriebsstunden und 268.000 m² gesaugte Fläche (SoftBank Robotics via TOP HOTEL, aktualisiert im Jänner 2025).
- **Beispiel:** 2025 begann RobotLAB, Liefer- und Reinigungsroboter von LG in Marriott-Hotels in den USA einzusetzen, beginnend mit dem Renaissance Dallas Hotel, mit Lift-Anbindung für die Lieferung zwischen den Etagen (IoT M2M Council, April 2025).
- **Beispiel aus DACH:** Das Parkhotel Eisenstadt in Österreich setzt Pudu-Roboter für Zimmerlieferungen, Restaurantservice, Geschirrrückführung und die Reinigung von Tagungsräumen ein (Pudu Robotics, Dezember 2023).
- **Aufwand / Wirkung / Kosten:** Reinigungsroboter bedeuten mittleren Aufwand; Lieferroboter sind wegen Lift-Anbindung, WLAN-Abdeckung und Sicherheitsfreigabe ein Großprojekt. Relay Robotics nannte eine Monatsgebühr, die über drei Jahre inklusive Wartung rund 75.000 USD ergibt (Hotel Dive, 2023).
- **So starten Sie:** Zählen Sie Ihre täglichen Amenity-Läufe und die Stunden für Gänge in der Nachtschicht; sind sie gering, rechnet sich ein Roboter nicht. Sind sie hoch, leasen Sie zuerst einen Reinigungsroboter für die Veranstaltungsflächen, bevor Sie Zimmerlieferungen angehen.

Roboter: was funktioniert und was Hype ist

Roboter bekommen in der Hoteltechnologie die Schlagzeilen, die Realität ist bescheidener. Jene, die sich bewähren, erledigen repetitive Aufgaben mit geringem Risiko in Nebengängen und leeren Veranstaltungsräumen. Jene, die scheitern, sollen Urteilsvermögen, Gespräche oder feinmotorische Arbeit ersetzen.

Wo Roboter 2026 stehen

NOCH HYPE

- × Humanoide, die Betten machen: Forschende der Hotelschool The Hague erwarten, dass das Housekeeping zu den letzten Hoteljobs gehört, die automatisiert werden, weil Bettwäsche und Kissen schwer zu handhaben und die Löhne niedrig sind (Jänner 2026)
- × Roboter-Concierges für offene Fragen: Das japanische Henn na Hotel musterte 2019 rund die Hälfte seiner 243 Roboter aus, nachdem sie Gäste falsch verstanden und die meisten Fragen nicht beantworten konnten
- × Vollständig von Robotern betriebene Hotels: Pudus Roboterhotel mit 44 Zimmern in Shenzhen soll erst Ende 2026 in den Testbetrieb gehen und 2027 eröffnen

FUNKTIONIERT HEUTE

- ✓ Gänge, Ballsäle und Tagungsräume über Nacht saugen
- ✓ Amenities in der Nachtschicht aufs Zimmer bringen, wenn eine Person allein die Rezeption besetzt
- ✓ Schmutziges Geschirr in Restaurants mit viel Betrieb zurück in die Küche bringen
- ✓ Gästen kurze Wegbeschreibungen oder Informationen geben, wo eine Studie der Hotelschool The Hague keinen Unterschied in der Zufriedenheit gegenüber Personal fand

> Wenn man Roboter tatsächlich einsetzt, merkt man, dass es Bereiche gibt, in denen sie nicht gebraucht werden oder den Leuten einfach auf die Nerven gehen.
>
> Hideo Sawada, Präsident der Betreibergesellschaft des Henn na Hotel, zitiert nach HR Reporter, 2019 [übersetzt]

- **Kosten:** Ein Erklärartikel von Hospitality Net (Juli 2026) beziffert Lieferroboter in der Grundausstattung mit rund 15.000 bis 45.000 USD in der Anschaffung, vor Lift-Anbindung, Software und Support. Leasing verteilt die Kosten, doch die Summe über drei Jahre ist für ein mittelgroßes Hotel immer noch erheblich.

- **Akzeptanz bei Gästen:** 89 % der Reisenden wollen KI an der Seite des Personals oder im Hintergrund, und 75 % sagen, gute Gastfreundschaft hänge weiterhin von Menschen ab (Mews, Oktober 2026). Ein Roboter, der um Mitternacht Zahnpasta bringt, ist willkommen; ein Roboter am Empfang nicht.
- **Wirkung auf das Team:** 67 % derselben Reisenden sorgen sich um Jobverluste durch KI, und 51 % würden im Gegenzug keinen Personalabbau akzeptieren. Stellen Sie Roboter Ihrem Team so vor, dass sie die Wege übernehmen, nicht den Job, und lassen Sie das Team entscheiden, welche Läufe es abgibt.
- **Praxistest:** Prüfen Sie vor der Unterschrift die Kompatibilität mit den Liften, WLAN in jedem Gang, Bodenbeläge und Schwellen, und klären Sie, wer den Roboter um 3 Uhr früh neu startet, wenn er stehen bleibt.

TIPP

Beginnen Sie dort, wo Gäste nicht hinsehen

Die schnellsten Erträge in diesem Kapitel sind für Gäste unsichtbar: die Housekeeping-Liste, der Küchenabfall und der Rechnungseingang. Beweisen Sie den Nutzen dort, und entscheiden Sie dann, ob ein sichtbarer Roboter Ihrem Service etwas hinzufügt.

Betrieb und Back of House im Überblick

Anwendungsfall	Aufwand	Wirkung	Zeit bis zum Nutzen
15 · Housekeeping-Optimierung	Gering	Mittel bis hoch	1 bis 3 Monate
16 · Erfassung von Lebensmittelabfall	Gering	Mittel	1 bis 3 Monate
17 · Personalprognose	Mittel	Mittel bis hoch	3 bis 6 Monate
18 · Rechnungsautomatisierung	Mittel	Hoch für Gruppen	3 bis 6 Monate
19 · Energie und Wartung	Hoch	Hoch	6 bis 18 Monate
20 · Serviceroboter	Mittel bis hoch	Gering bis mittel	6 bis 12 Monate

06

KAPITEL 6

Gästekommunikation als Umsatzmotor

Alle Anwendungsfälle in diesem Leitfaden treffen sich an einem Punkt: im Gespräch mit dem Gast. Dort wird aus einer schnellen Antwort eine Buchung und aus einem gut getimten Angebot Umsatz.



Gäste geben nicht mehr aus, weil ein Hotel stärker drängt. Sie geben mehr aus, weil das Hotel da war, als sie etwas wollten. Bei mehr als drei Milliarden Menschen, die WhatsApp jeden Monat nutzen, findet dieser Moment immer öfter in einem Chat statt. Das Timing zählt so viel wie das Angebot: Laut einer Studie von Plusgrade nehmen Gäste ein Upgrade beim Check-in mit 48 % höherer Wahrscheinlichkeit an als vor der Anreise. Verteilen Sie die Angebote über den Aufenthalt, statt sie alle in eine E-Mail vor der Anreise zu packen.

92 %

Öffnungsrate von WhatsApp-Nachrichten vor der Anreise im Hotel Enzian Obertauern

Source: chatlyn-Fallstudie, Hotel Enzian Obertauern

+38 %

Restaurantreservierungen durch WhatsApp-Kampagnen im Hotel Enzian Obertauern

Source: chatlyn-Fallstudie, Hotel Enzian Obertauern

15x

Lösungsquote der KI bei Anfragen in der IMLAUER Group, von 6 % auf 93 %

Source: chatlyn-Fallstudie, IMLAUER Group

Die andere Hälfte ist Tempo. In der Zendesk-Studie 2026 sagten 86 % der Konsumenten, dass schnelle Reaktion und eine korrekte Antwort ihre Kaufentscheidung beeinflussen. Im Hotel Enzian Obertauern, einem Adults-only-Hotel mit drei Restaurants, antwortet die KI in rund drei Sekunden, Tag und Nacht, und bearbeitet etwa 85 % der Routineanfragen. Die Rezeption widmet ihre Zeit den Gästen vor Ort, und die Nachrichten vor der Anreise stellen die Restaurants und das Wochenprogramm für genau die Tage des jeweiligen Aufenthalts vor.

> Das Einzige ist, dass sie die Antworten sofort haben wollen … und das ist wirklich etwas, das mit unserem neuen KI-System zu 100 % super funktioniert.

Elisabeth Veit, Eigentümerin, Hotel Enzian Obertauern [übersetzt]

Upselling entlang des Aufenthalts

Moment	Was Sie anbieten	Wie es den Gast erreicht
Buchung bestätigt	Noch nichts: bestätigen und den Kanal öffnen	Buchungsbestätigung auf WhatsApp
3 bis 7 Tage vor der Anreise	Zimmer-Upgrade, Spa, Tisch zum Abendessen	Nachricht vor der Anreise mit Buttons
Anreisetag	Früher Check-in, Frühstück bei Ankunft, Parkplatz	Morgennachricht mit praktischen Details
Während des Aufenthalts	Spa-Termin, Aktivität, Weindinner	Gast fragt im Chat oder scannt einen QR-Code
Abend vor der Abreise	Late Check-out	Eine Nachricht, zwei Buttons
Nach dem Aufenthalt	Bewertung, Rückkehrangebot	Nachricht nach der Abreise; Antworten erreichen Ihr Team

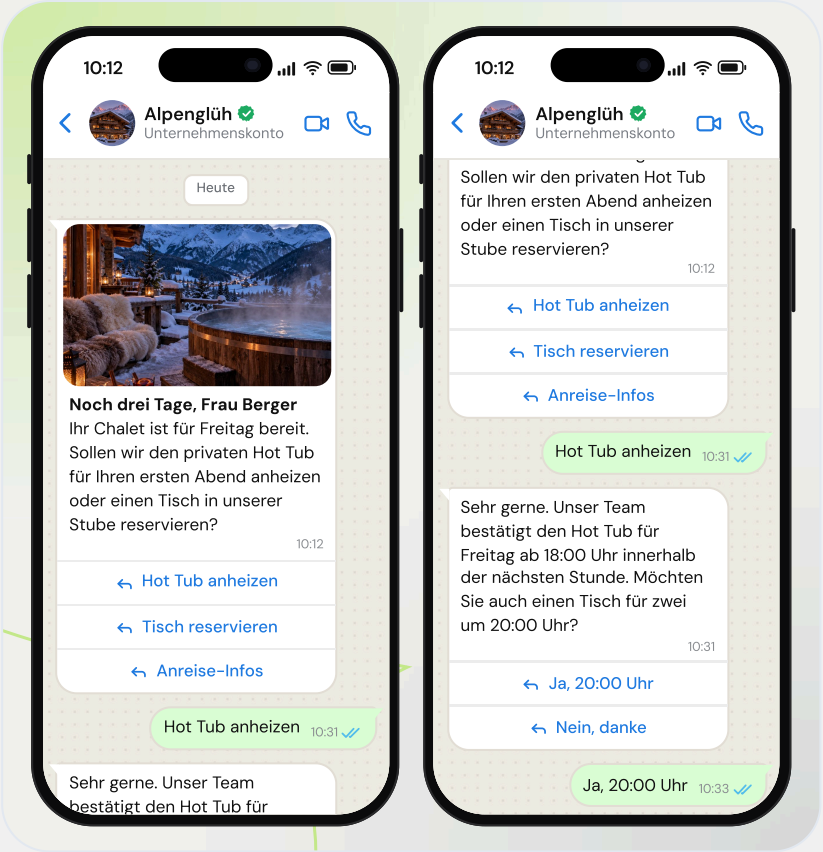
3 Tage vor der Anreise

BEISPIELGESPRÄCH

Alpenglüh

Chalet-Hotel, Tirol

Eine Nachricht vor der Anreise, ausgelöst durch die Buchung im PMS. Der Gast wählt mit einem Tippen, das Team bestätigt.





Tag 2 des Aufenthalts

BEISPIELGESPRÄCH

Isla Calma Resort & Spa

Strandresort, Mallorca

Aus einer Frage im Chat wird eine Spa-Anfrage. Die KI antwortet aus dem eigenen Wissen des Resorts und gibt die Anfrage an das Spa-Team weiter.

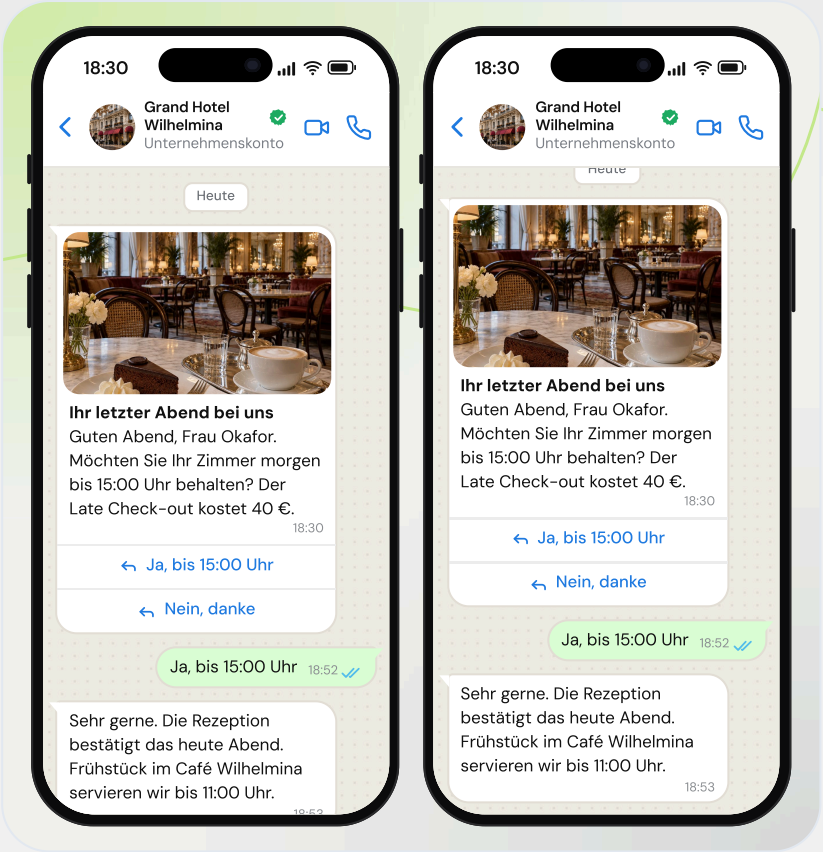
Abend vor der Abreise

BEISPIELGESPRÄCH

Grand Hotel Wilhelmina

Historisches Grandhotel, Wien

Der Late Check-out, angeboten am Abend vor der Abreise. Zwei Buttons, eine Entscheidung.



Von Einweg-Nachrichten zu Gesprächen

EINWEG-NACHRICHTEN

- Versendet von einer No-Reply-Adresse, der Gast kann nicht antworten
- Derselbe Newsletter für alle, egal wie der Aufenthalt aussieht
- Fragen in der Nacht warten bis zur Frühschicht
- Angebote kommen in einer E-Mail vor der Anreise, danach nichts mehr
- Jedes Tool kennt nur einen Ausschnitt des Gastes

GESPRÄCHE MIT CHATLYN

- Nachrichten auf WhatsApp, ausgelöst durch Buchungsereignisse in Ihrem PMS
- Mit Buttons sagt der Gast mit einem Tippen Ja; die Antwort landet bei Ihrem Team
- Die KI beantwortet Routinefragen rund um die Uhr aus Ihrem eigenen Wissen und übergibt den Rest an einen Menschen
- Fragen zur Verfügbarkeit enden mit einem Link zu Ihrer Buchungsmaschine, mit vorausgefüllten Daten, wo die Buchungsmaschine das unterstützt
- Ein Gästeprofil mit Aufenthalten, Umsatz und jedem Gespräch

chatlyn

Wo chatlyn ins Spiel kommt

chatlyn ist das erste AI-Native GRM. Es führt Buchungen, Umsatz und Gespräche jedes Gastes in einem Profil zusammen und setzt sie ein: Buchungsereignisse im PMS lösen WhatsApp-Nachrichten im richtigen Moment des Aufenthalts aus, Journeys führen den Gast mit Buttons von einer Frage zu einem Ja, und Live-Segmente wie „reist heute an" oder „reist morgen ab" zeigen, mit wem Sie sprechen sollten. Die KI beantwortet Routinefragen auf WhatsApp und im Webchat in der Sprache des Gastes und im Ton Ihres Hauses und übergibt den Rest an Ihr Team. Bei E-Mails entwirft sie, und ein Mensch versendet. Die KI nimmt nie selbst eine Buchung vor: Sie führt den Gast zu Ihrer Buchungsmaschine, und wenn ein Gast Ja zu einem Upsell sagt, setzt Ihr Team es um.

07

KAPITEL 7

Fünf Fehler, die Sie vermeiden sollten

Die Technologie ist selten das Problem. Die Art der Einführung meistens schon.

IN DIESEM KAPITEL

- Fehler 1 · KI einschalten, bevor Ihre Fakten stimmen
- Fehler 2 · Die KI verstecken oder Gäste in ihr gefangen halten
- Fehler 3 · WhatsApp wie eine Newsletter-Liste behandeln
- Fehler 4 · Ein Tool hinzufügen, das Ihre Gäste nicht kennt
- Fehler 5 · KI ohne Verantwortung, Richtlinie oder Ausgangswert betreiben

Die meisten KI-Projekte in Hotels scheitern nicht an schwacher Technologie. Sie scheitern an der Art, wie sie eingeführt werden. Diese fünf Fehler sehen wir immer wieder, und für jeden gibt es eine klare Lösung.

Fehler 1 · KI einschalten, bevor Ihre Fakten stimmen

ACHTUNG

Warum das schadet

Eine KI antwortet nur so gut wie die Informationen dahinter. Füttern Sie sie mit einem alten PDF und der gesamten Marketing-Website, nennt sie selbstbewusst die Spa-Zeiten vom Vorjahr oder sagt, sie habe keine Information, obwohl die Antwort im Kopf einer Kollegin steckt.

- **Was Sie stattdessen tun:** Erstellen Sie ein Faktenblatt für das Haus: Zimmer, Richtlinien, Zeiten, Preise, Parken, Haustiere, Kinder. Benennen Sie eine verantwortliche Person dafür.
- Verweisen Sie die KI auf Seiten mit echten Antworten, etwa Richtlinien und FAQs, nicht auf jede Marketingseite.
- Testen Sie mit Ihren 30 häufigsten Gästefragen, bevor ein Gast eine Antwort sieht.
- Prüfen Sie schwache Antworten jede Woche und beheben Sie die Ursache an der Quelle, nicht das Symptom.

Fehler 2 · Die KI verstecken oder Gäste in ihr gefangen halten

ACHTUNG

Warum das schadet

Seit 2. August 2026 verlangt die KI-Verordnung der EU (AI Act), dass Menschen informiert werden, wenn sie mit einem KI-System sprechen. Gäste erwarten außerdem einen Menschen, wenn es darauf ankommt: 59 % der Hoteliers in der Mews-Umfrage sagen, Empfang und Check-in sollten von Menschen geführt bleiben. Ein Bot, der sich als Mensch ausgibt oder nie loslässt, kostet Vertrauen, das Sie mit keinem Rabatt zurückgewinnen.

- **Was Sie stattdessen tun:** Sagen Sie klar, dass ein KI-Assistent antwortet, und bieten Sie mit einem Tippen einen Menschen an.
- Legen Sie Übergaberegeln fest: Beschwerden, Sonderwünsche und alles rund um Geld oder Gesundheit gehen sofort an einen Menschen.
- Halten Sie manche Momente ganz persönlich. Im The St. Regis Le Morne auf Mauritius beantworten 30 Butler die Gäste persönlich über eine WhatsApp-Nummer, mit einer durchschnittlichen menschlichen Antwortzeit unter fünf Minuten und ohne KI bei Gästeantworten.
- Prüfen Sie jede Woche, wie die Übergaben funktionieren: welche zu spät kamen und welche unnötig waren.

Fehler 3 · WhatsApp wie eine Newsletter-Liste behandeln

ACHTUNG

Warum das schadet

WhatsApp ist keine E-Mail. Meta begrenzt, wie viele Marketingnachrichten eine Person pro Tag von allen Unternehmen zusammen erhält, verwirft den Rest, ohne Sie zu informieren, und senkt Ihre Versandlimits, wenn Gäste Sie als Spam melden. Dasselbe Angebot an alle, jede Woche, verbrennt den Kanal, den Ihre besten Gäste öffnen.

- **Was Sie stattdessen tun:** Schreiben Sie nur Gästen, die eingewilligt haben, über WhatsApp von Ihnen zu hören.

- Trennen Sie Buchungsinformationen in Utility-Nachrichten von Angeboten in Marketing-Nachrichten. Wer beides mischt, riskiert, dass Vorlagen abgelehnt oder neu eingestuft werden.
- Senden Sie etwa eine Marketingnachricht pro Gast alle ein bis zwei Wochen, zwischen spätem Vormittag und frühem Nachmittag in der Zeitzone des Gastes.
- Segmentieren Sie nach Aufenthalt: Ein Gast in der Spa-Suite und ein Geschäftsreisender mit einer Nacht sollten nicht dasselbe Angebot bekommen.

Fehler 4 · Ein Tool hinzufügen, das Ihre Gäste nicht kennt

ACHTUNG

Warum das schadet

Hier ein Chatbot, dort ein Upselling-Tool, ein CRM, das niemand pflegt: Jedes kennt nur einen Ausschnitt des Gastes, keines sieht den ganzen Aufenthalt. In Wyndhams Eigentümerumfrage nennen 40 % die Integration mit Altsystemen als Hürde, und 74 % der Konsumenten in der Zendesk-Studie ärgern sich, wenn sie sich wiederholen müssen.

- **Was Sie stattdessen tun:** Verbinden Sie zuerst Ihr PMS. Anreisedaten, Zimmerkategorien und Aufenthaltshistorie machen eine Nachricht relevant.
- Führen Sie ein Gästeprofil mit Aufenthalten, Umsatz und jedem Gespräch, egal über welchen Kanal.
- Fragen Sie jeden Anbieter genau, welche Daten in welche Richtung fließen und was passiert, wenn sich eine Buchung ändert.
- Zählen Sie Ihre Tools, bevor Sie ein weiteres hinzufügen. Wenige verbundene Systeme schlagen viele clevere.

Fehler 5 · KI ohne Verantwortung, Richtlinie oder Ausgangswert betreiben

ACHTUNG

Warum das schadet

41 % der Hotels in der Mews-Umfrage haben keine formelle KI-Richtlinie. Wo es eine gibt, berichten 92 % von hohem Vertrauen in KI; ohne sind es nur 49 %. Und ohne Ausgangswert kann nach drei Monaten niemand sagen, ob die KI Zeit gespart oder Geld verdient hat.

- **Was Sie stattdessen tun:** Geben Sie jedem Anwendungsfall eine verantwortliche Person mit der Befugnis, ihn zu ändern.
- Schreiben Sie eine einseitige Richtlinie: was die KI allein darf, was einen Menschen braucht und welche Gästedaten sie nutzen darf.

- Messen Sie, bevor Sie beginnen: Zeit bis zur ersten Antwort pro Kanal, Anteil der Routinefragen, Annahmequote bei Upsells.
- Prüfen Sie die Zahlen monatlich und schalten Sie ab, was nicht funktioniert.

08

KAPITEL 8

Ein KI-Fahrplan für 90 Tage

Drei Monate reichen, um die Grundlagen zu legen, zwei Anwendungsfälle zu beweisen und zu entscheiden, was als Nächstes kommt. Hier ist die Reihenfolge, die funktioniert.



Beginnen Sie klein und nah am Gast. In den ersten 30 Tagen geht es um Fakten und Zahlen, in den nächsten 30 darum, den Kanal zu öffnen und der KI die Routine zu überlassen, und in den letzten 30 um die ersten Angebote und eine ehrliche Bilanz. Wählen Sie Ihre nächsten Anwendungsfälle aus den Kapiteln 3 bis 5 erst, wenn das läuft.

Ihre ersten 90 Tage

1. **Tag 1 bis 10 · Verantwortung, Richtlinie, Ausgangswert**
   Benennen Sie eine verantwortliche Person. Schreiben Sie eine einseitige KI-Richtlinie. Messen Sie eine normale Woche: Nachrichten pro Kanal, Zeit bis zur ersten Antwort, die zehn häufigsten Fragen und die aktuelle Annahmequote bei Upsells.

2. **Tag 11 bis 30 · Fakten in Ordnung bringen**
   Erstellen Sie ein Faktenblatt und aktualisieren Sie die Seiten Ihrer Website, die Antworten liefern. Fragen Sie die KI-Assistenten nach Ihrem Hotel und korrigieren Sie Fehler an der Quelle.

3. **Tag 31 bis 45 · Den Kanal öffnen, den Gäste nutzen**
   Verbinden Sie eine WhatsApp-Business-Nummer und Ihr PMS. Senden Sie Buchungsbestätigung und Nachricht vor der Anreise über WhatsApp, und platzieren Sie in jedem Zimmer einen QR-Code. Planen Sie einige Tage ein, bis Meta Ihre Vorlagen freigibt.

4. **Tag 46 bis 60 · Der KI die Routine überlassen**
   Schalten Sie die KI für den Website-Chat und WhatsApp ein, zuerst außerhalb der Geschäftszeiten. Legen Sie Übergaberegeln fest und prüfen Sie schwache Antworten jede Woche.

5. **Tag 61 bis 75 · Zwei Angebote im richtigen Moment**
   Ein Upgrade- oder Spa-Angebot vor der Anreise und ein Late Check-out am Abend vor der Abreise. Halten Sie jede Nachricht kurz, mit Buttons.

6. **Tag 76 bis 90 · Bilanz ziehen und den nächsten Schritt wählen**
   Vergleichen Sie mit Ihrem Ausgangswert. Behalten Sie, was funktioniert hat, korrigieren oder streichen Sie, was nicht funktioniert hat, und wählen Sie einen Back-of-House-Anwendungsfall für das nächste Quartal.

Quick Wins für den ersten Monat

Quick Win	Abteilung	Aufwand	Erstes Ergebnis
Faktenblatt für die 30 häufigsten Gästefragen	Front Office	Ein halber Tag	In derselben Woche
Prüfen, was KI-Assistenten über Sie sagen	Marketing	Zwei Stunden	Am selben Tag
WhatsApp-Nachricht vor der Anreise mit drei Buttons	Front Office	Ein bis zwei Tage	Erste Anreisen
Late-Check-out-Angebot am Abend vor der Abreise	Revenue	Ein Tag	Erste Abreisen
KI im Website-Chat außerhalb der Geschäftszeiten	Front Office	Ein bis zwei Tage	Erste Nacht
Antworten auf Bewertungen: von KI entworfen, von einem Menschen freigegeben	Marketing	Eine Stunde pro Woche	Erste Woche

- **Messen Sie an Tag 1 und Tag 90:** Zeit bis zur ersten Antwort pro Kanal
- Anteil der Gästefragen, die ohne Personal beantwortet werden

- Nachrichten, die an einen Menschen übergeben wurden, und wie schnell sie übernommen wurden
- Annahmequote bei Upsells pro Angebot und Moment
- Direktbuchungen, die mit einer Frage im Chat begonnen haben

chatlyn

Schritte 3 bis 5 auf einer Plattform

Mit chatlyn richten Sie die PMS-Anbindung gemeinsam mit unserem Customer-Success-Team ein, WhatsApp läuft über die Business API eines von Meta zugelassenen Anbieters, und PMS-ausgelöste Nachrichten lassen sich auf Ihrer eigenen Nummer testen, bevor ein Gast sie erhält. Die KI lernt aus Ihren Dateien und Ihrer Website, spricht im Ton Ihres Hauses und kann ausschließlich außerhalb der Geschäftszeiten antworten, sodass sie als Ihre Nachtschicht starten kann. Journeys mit Buttons tragen Ihre ersten zwei Angebote, und jede Antwort landet in einem Gästeprofil, das Ihr Team sieht.

QUELLEN

Quellen

1 RoomPriceGenie: The real impact of revenue management, insights from 567 hotels (April 2025)
https://roompricegenie.com/the-real-impact-of-revenue-management-insights-from-567-hotels-using-roompricegenie/

2 Mews customer story: Family-owned Swiss hotel sees RevPAR rise 11% in just 3 months (Hotel de la Couronne, Atomize)
https://community.mews.com/customer-stories-95/family-owned-swiss-hotel-sees-revpar-rise-11-in-just-3-months-1948

3 iTWire: Sofitel Bangkok Sukhumvit reaches new revenue performance heights with IDeaS G3 RMS (August 2026)
https://itwire.com/guest-articles/company-news/sofitel-bangkok-sukhumvit-reaches-new-revenue-performance-heights-with-ideas-g3-rms

4 Capterra: RoomPriceGenie pricing and reviews
https://www.capterra.com/p/176568/RommPriceGenie/

5 PredictHQ customer story: How a global hotel chain improved forecast accuracy and saved $90M
https://www.predicthq.com/customers/global-hotel-chain

6 CoStar: Aimbridge's new labor forecasting tool applies AI and data science to staffing (September 2026)
https://www.costar.com/article/1840797616/aimbridges-new-labor-forecasting-tool-applies-ai-and-data-science-to-staffing

7 RoomPriceGenie: How to improve hotel forecast accuracy (August 2026)
https://roompricegenie.com/improve-hotel-forecast-accuracy/

8 Hotel Tech Report: Mercure Hotel MOA Berlin and Oaky case study
https://hoteltechreport.com/news/accor

9 Revinate: 2025 Hospitality Benchmark Report release (March 2025)
https://www.revinate.com/press-releases/2025-hospitality-benchmark-report-release/

10 Hospitality Net: The 2026 Revinate Hospitality Benchmark report is live, with channel-level insights (March 2026)
https://www.hospitalitynet.org/podcast/4131366/the-2026-revinate-hospitality-benchmark-report-is-live-with-channel-level-insights

11 Adobe: Consumers embrace generative AI for trip planning (September 2025)
https://business.adobe.com/blog/consumers-embrace-generative-ai-for-trip-planning

12 Pew Research Center: Google users are less likely to click on links when an AI summary appears in the results (July 2025)
https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/07/22/google-users-are-less-likely-to-click-on-links-when-an-ai-summary-appears-in-the-results/

13 Hotel Management: New Cloudbeds study examines impact of AI platforms on hotel recommendations (June 2025)
https://www.hotelmanagement.net/data-trends/new-cloudbeds-study-examines-impact-ai-platforms-hotel-recommendations

14 Hospitality Net: Five hotels take half the answers, one recommendation went to a demolished building (August 2026)
https://www.hospitalitynet.org/opinion/4133762/five-hotels-take-half-the-answers-one-recommendation-went-to-a-demolished-building.html

15 OpenAI: Overview of OpenAI crawlers (OAI-SearchBot, GPTBot, ChatGPT-User)
https://developers.openai.com/api/docs/bots

16 Google Search Central: AI features and your website
https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features

17 Cvent: Group sourcing volume sets new record in 2024 (February 2025)
https://cvent.com/en/press-release/cvent-group-sourcing-volume-sets-new-record-2024

18 AltexSoft: Amadeus warns hotels slow replies could cost them group bookings (May 2026)
https://www.altexsoft.com/travel-industry-news/hotels-risk-group-bookings-with-slow-replies/

19 Amadeus: Global hotel sales leaders say lead quality is the top barrier to growth in 2026 (May 2026)
https://www.amadeus-hospitality.com/insight/global-hotel-sales-leaders-say-lead-quality-is-the-top-barrier-to-growth-in-2026/

20 Hospitality Net: ProposalPath launches hospitality's first AI proposal assistant (July 2025)
https://www.hospitalitynet.org/news/4128258.html

21 123Compare.me: Three out of four searches show OTAs undercutting hotel direct rates (World Parity Monitor H1 2025)
https://123compare.me/en/three-out-of-four-searches-show-otas-undercutting-hotel-direct-rates/

22 Hospitality Net: Lighthouse and Bowerbird Technologies give hotels the first end-to-end solution to rate parity (June 2026)
https://www.hospitalitynet.org/news/4133147/lighthouse-and-bowerbird-technologies-give-hotels-the-first-end-to-end-solution-to-rate-parity

23 chatlyn case study: Hotel Enzian Obertauern (Spa Resort Geinberg figures from the chatlyn case-study library, Bäderforum Salzburg presentation, March 2026)
https://chatlyn.com/de/case-studies/enzian-obertauern/

24 Mews: Most hoteliers use AI daily, but guest experience still needs a human touch (Mews Hotelier Survey 2026, May 2026)
https://www.mews.com/en/press/mews-research-ai-standard-in-hotel-operations

25 Hotel Technology News: 98% of hotels have begun using AI, but only 32% say it's embedded (Wyndham Owner Trends Report, January 2026)
https://hoteltechnologynews.com/2026/01/research-98-of-hotels-have-begun-using-ai-but-only-32-say-its-embedded-across-most-of-their-operations/

26 PhocusWire: Amadeus Travel Dreams 2026, AI investment and hotel challenges (April 2026)
https://www.phocuswire.com/news/technology/amadeus-ai-investment-challenges-hotels-travel-dreams-2026

27 HOTREC: Skills and labour shortages in hospitality, a roadmap for action (January 2026)
https://www.hotel-online.com/news/skills-and-labor-shortages-in-hospitality-a-roadmap-for-action

28 Tageskarte: Fachkräftemangel geht zurück, bleibt aber in Hotellerie und Gastronomie hoch (KfW-ifo Fachkräftebarometer, November 2025)
https://www.tageskarte.io/zahlen/detail/fachkraeftemangel-geht-zurueck-bleibt-aber-in-hotellerie-und-gastronomie-hoch.html

29 Hotel Online: 65% of surveyed hotels report staffing shortages (AHLA and Hireology, January 2025)
https://www.hotel-online.com/news/65-of-surveyed-hotels-report-staffing-shortages

30 Adobe: AI traffic to travel sites surges (June 2026)
https://business.adobe.com/blog/adobe-report-ai-traffic-travel-sites-surges-200-percent

31 SiteMinder: Changing Traveller Report 2026 (November 2025)
https://www.siteminder.com/news/changing-traveller-report-2026/

32 Hospitality Net: UK travellers lead Europe in using AI to plan holidays (MMGY 2026 Portrait of European Travellers, June 2026)
https://www.hospitalitynet.org/news/4132965/uk-travelers-lead-europe-in-using-ai-and-social-media-to-plan-holidays-new-study-reveals

33 Hospitality Net: Booking.com releases the Global AI Sentiment Report (July 2025)
https://www.hospitalitynet.org/news/4128268.html

34 Skift: Expedia, only 8% trust AI to book travel (April 2026)
https://skift.com/2026/04/14/expedia-ai-survey-travel-discovery-booking-8-percent/

35 Skift: ChatGPT travel apps, starting with Booking.com and Expedia (October 2025)
https://skift.com/2025/10/06/expedia-booking-chatgpt-apps-openai/

36 Hospitality Net: SiteMinder opens hotel distribution to the AI era (April 2026)
https://www.hospitalitynet.org/news/4131904/siteminder-opens-hotel-distribution-to-the-ai-era

37 Skift: Google's agentic hotel booking tool comes to AI Mode (August 2026)
https://skift.com/es/2026/08/27/googles-agentic-hotel-booking-tool-comes-to-ai-mode/

38 Hospitality Net: Google ships agentic booking (August 2026)
https://www.hospitalitynet.org/news/4134140/google-ships-agentic-booking-and-puts-a-points-price-beside-your-rate-hvs-holds-45-for-2026-98-of-ready-buyers-abandon-anyway

39 eviivo: Survey on travellers' communication preferences (November 2025)
https://eviivo.com/blog/eviivo-survey-communication-preferences/

40 Zendesk: CX Trends 2026, contextual intelligence becomes the new standard
https://www.zendesk.com/newsroom/press-releases/contextual-intelligence-becomes-the-new-standard-for-exceptional-customer-experience-in-2026/

41 Hotel Management: Forge 2026 Consumer Hotel Habits Report (September 2026)
https://www.hotelmanagement.net/hospitality-show/hm-exclusive-hotels-are-missing-loyalty-opportunities

42 Hospitality Net: The hotel upsell strategy guests actually want (Plusgrade research, March 2025)
https://www.hospitalitynet.org/opinion/4126428.html

43 TechCrunch: WhatsApp now has more than 3 billion users a month (May 2025)
https://techcrunch.com/?p=3001817

44 Jones Walker: Yes, August 2 still matters, EU AI Act transparency obligations (July 2026)
https://www.joneswalker.com/en/insights/blogs/ai-law-blog/yes-august-2-still-matters-the-eu-approved-a-high-risk-ai-delay-but-most-trans.html

45 chatlyn case study: IMLAUER Group
https://chatlyn.com/de/case-studies/imlauer-group/

46 chatlyn case study: The St. Regis Le Morne Resort, Mauritius
https://chatlyn.com/de/case-studies/st-regis-le-morne/

47 Hotels.com 2025 Hotel Room Innsights survey (Expedia Group newsroom, September 2025)
https://www.expedia.com/newsroom/hotels-com-survey-smart-hotel-rooms-may-have-guests-struggling-to-turn-on-the-lights/

48 Hotel Management Network: Europe's hotel industry struggles with ongoing staff shortages (HOTREC data, February 2026)
https://www.hotelmanagement-network.com/news/europes-hotel-industry-struggles-with-ongoing-staff-shortages/

49 DeepL: DeepL Voice launch (November 2024)
https://www.deepl.com/en/press-release/deepl-unveils-next-frontier-for-language-ai-with-voice-translation-solution-deepl-voice

50 DeepL: real-time voice translation expansion (July 2025)
https://www.deepl.com/en/press-release/deepl-expands-real-time-voice-translation-capabilities-with-new-features-and-upcoming-zoom-integration

51 PhoneArena: AirPods Live Translation coming to EU users (November 2025)
https://www.phonearena.com/news/apple-is-launching-one-of-its-best-new-features-to-users-in-the-eu-next-month_id175466

52 Shiji: HM Hotels case study, AI review responses (2025)
https://www.shijigroup.com/customers/smarter-reviews-happier-guests-unlocking-the-power-of-ai

53 Hospitality Net: ReviewPro upgrades AI Responses (June 2025)
https://www.hospitalitynet.org/news/4127738.html

54 Mews: 70% of travellers would skip the front desk (June 2025)
https://mews.com/en/press/the-rise-of-self-check-in-hotels

55 P3: online check-in conversion rates (May 2024)
https://www.p3hotels.com/p3-insights-on-online-check-in-conversion-rates

56 IHK Osnabrück: Meldeschein für deutsche Gäste fällt weg
https://www.ihk.de/osnabrueck/standortpolitik/branchen/tourismusstandort/newsaktuelles-tourismuswirtschaft/abschaffung-meldeschein-6274322

57 Hotel Business: independent hotel guests want personalisation over price (TakeUp report, July 2025)
https://hotelbusiness.com/report-independent-hotel-guests-want-personalization-over-price/

58 Hotel Management: hoteliers prioritise personalisation (Amadeus Travel Technology Investment Trends, May 2024)
https://www.hotelmanagement.net/tech/hoteliers-prioritize-personalization-they-increase-investment

59 Travolution: McDreams rolls out AI-powered phone system (May 2024)
https://www.travolution.com/news/travel-sectors/accommodation/mcdreams-becomes-europes-first-hotel-group-to-roll-out-100-ai-powered-phone-system

60 TravelDailyNews: BE-A launches AI phone guest service in Czech hotel (March 2026)
https://www.traveldailynews.com/technology/be-a-launches-ai-phone-guest-service-in-czech-hotel/

61 Travolution: HotelPlanner AI voice agents take 10,000 calls a day (November 2024)
https://www.travolution.com/news/travel-sectors/accommodation/hotelplanner-reveals-its-ai-voice-hotel-agents-takes-10-000-calls-a-day/

62 EU AI Act, Article 50: transparency obligations
https://artificialintelligenceact.eu/article/50/

63 TOPHOTEL: room service robot at Renaissance Paris La Défense (April 2024)
https://tophotel.news/room-service-delivery-made-easy-with-the-help-of-a-trusted-robot-softbank-robotics/

64 Amazon: Alexa Smart Properties for hospitality launches in Spain (February 2024)
https://press.aboutamazon.com/es/noticias/noticias-de-la-compania/2024/2/amazon-anuncia-la-llegada-a-espana-del-servicio-de-alexa-disenado-para-las-necesidades-de-la-industria-hotelera

65 HotelTechReport: Staycity Aparthotels success story with Optii
https://hoteltechreport.com/success-stories/marketing/optii/staycity-aparthotels

66 HotelTechReport: The Ritz-Carlton Cleveland success story with Optii
https://hoteltechreport.com/success-stories/marketing/optii/the-ritzcarlton-cleveland

67 Optii Housekeeping product page
https://www.optiisolutions.com/housekeeping

68 Hospitality Net: Mandarin Oriental to install Winnow in its 40 hotels (June 2024)
https://www.hospitalitynet.org/news/4122341.html

69 Hospitality Net: Hilton Green Ramadan 2025 achieves 26% reduction in plate waste
https://www.hospitalitynet.org/news/4127460.html

70 Hotel Dive: Hospitality operators using Winnow's AI saving USD 100 million in food waste (April 2026)
https://www.hoteldive.com/press-release/20260429-hospitality-operators-using-winnows-ai-now-saving-100-million-in-food-was-1/

71 Orbisk: Food waste ROI and payback (September 2025)
https://orbisk.com/?p=25545706

72 Orbisk: How Novotel Warszawa Centrum cut food waste by 69% (November 2025)
https://orbisk.com/?p=25546471

73 Fourth: Harbour Hotels case study (2025)
https://uk.fourth.com/wp-content/uploads/sites/2/2025/06/Fourth-Case-Study-UK-Harbour-Hotels.pdf

74 Business Wire: Legion hourly workforce survey (June 2025)
https://www.businesswire.com/news/home/20250604395950/en

75 Rossum: How PPHE unlocked 50% of its AP team's capacity (October 2025)
https://rossum.ai/customer-stories/pphe/

76 Vic.ai: Strawberry hotel group case study
https://www.vic.ai/resources/case-studies/revolutionizing-finance-operations-how-nordic-choice-hotels-increased-efficiency-and-accuracy-with-vic-ais-ai-driven-solution

77 75F: Hilton hotel Mumbai case study
https://www.75f.io/case-studies/hilton-hotel/

78 BrainBox AI: AI Control
https://brainboxai.com/en/solutions/ai-control

79 Solita: Predictive maintenance gets more intelligent with advanced analytics (KONE, 2023)
https://www.solita.fi/work/predictive-maintenance-gets-more-intelligent-with-advanced-analytics/

80 TOP HOTEL: SoftBank Robotics Whiz at Pullman Paris Montparnasse
https://tophotel.news/softbank-robotics-supporting-hotel-staff-at-the-new-flagship-4-luxury-hotel-pullman-paris-montparnasse-to-improve-guest-experience-in-the-hotel-industry/

81 IoT M2M Council: RobotLab installs LG robots at Marriott hotels (April 2025)
https://iotm2mcouncil.org/iot-library/news/smart-building-construction-news/robotlab-installs-lg-robots-at-marriott-hotels/

82 PR Newswire: Pudu robots at Parkhotel Eisenstadt (December 2023, German)
https://www.prnewswire.com/de/pressemitteilungen/perfekte-kombination-aus-technologie-und-gastfreundschaft-pudu-revolutioniert-das-hotelerlebnis-mit-intelligenten-robotiklosungen-302021732.html

83 Hotel Dive: The robot butlers taking over hotel deliveries (Relay Robotics, 2023)
https://www.hoteldive.com/news/hotel-tech-in-robot-deliveries/689438/

84 Hospitality Net: Hotel robots, integrating automation in hospitality (July 2026)
https://www.hospitalitynet.org/explainer/4133412/hotel-robots-integrating-automation-in-hospitality

85 Hospitality Net: When will humanoid robots start cleaning my hotel room? (Klaas Koerten, January 2026)
https://www.hospitalitynet.org/opinion/4130361/when-will-humanoid-robots-start-cleaning-my-hotel-room

86 HR Reporter: Humans 1, Robots 0 (Henn na Hotel, 2019)
https://www.hrreporter.com/news/hr-news/humans-1-robots-0/299027

87 eWeek: World's first robot-run hotel set to open in China by 2027 (June 2026)
https://www.eweek.com/news/shenzhen-robot-run-hotel-pudu-robotics/

88 Hotelschool The Hague: Human vs robot, customer perceptions and staffing
https://www.hotelschool.nl/blog/research/human-vs-robot-crucial-insights-into-technology-integration-customer-perceptions-and-staffing-strategies-for-hospitality-industry

89 Hospitality Net: 89% of guests want AI working behind the scenes, Mews finds (October 2026)
https://www.hospitalitynet.org/news/4134791/89-of-guests-want-ai-working-behind-the-scenes-not-running-the-front-desk-mews-finds

chatlyn

IHR NÄCHSTER SCHRITT

Ihre Guest Journey auf WhatsApp erleben

In einer kurzen Demo zeigen wir Ihnen, was Ihre Gäste vor, während und nach dem Aufenthalt erhalten würden, auf Basis Ihres PMS und Ihres eigenen Wissens über Ihr Haus.

- Eine Nachricht vor der Anreise mit Upgrade- und Restaurantangeboten, ausgelöst durch Ihre Buchungsdaten
- Die KI beantwortet Fragen Ihrer Gäste anhand Ihres eigenen Faktenblatts und Ihrer Website und übergibt den Rest an Ihr Team
- Ein Gästeprofil mit Aufenthalten, Umsatz und jedem Gespräch

Demo buchen

chatlyn.com