



# Avatare und Chatbots: Stets zu Diensten

Ob beim Check-in oder zur Beantwortung von Gästeanfragen: Digitale Technologien eröffnen Hoteliers neue Möglichkeiten, mit ihren Gästen zu kommunizieren. Erste Erfahrungen experimentierfreudiger Gastgeber zeigen, dass von künstlicher Intelligenz (KI) gesteuerte Tools das Team entlasten und gleichzeitig für mehr Onlinebuchungen sorgen können.

Im Ghotel in Bochum empfängt Avatar „Fritz“ die Gäste. Sie können bei ihm ein- und auschecken und ihre Rechnungen bezahlen.

”

Ziel der Eigenentwicklung des Avatars war, eine für den Gast ansprechende und amüsante, aber auch effiziente Check-in-Lösung zu schaffen.“

Erik Florvaag, Managing Partner und CEO,  
The Chocolate on the Pillow Group

Mit einem freundlichen Lächeln begrüßt „Fritz“ die Gäste. Der Avatar lächelt den Besuchern im Ghotel in Bochum aus dem Touchscreen entgegen. Fritz übernimmt Routinejobs: Den Check-in und den Check-out der Reisenden. Das Hotel ist Mitglied der The Chocolate on the Pillow Group (COTP). Seit Juni dieses Jahres wird der Avatar in der Lobby des Hauses getestet. Die Technik haben der Hotelbetreiber, das Unternehmen Humanizing Technologies und das Beratungsunternehmen für Hoteltechnologie Agilotel gemeinsam entwickelt. Erik Florvaag, Managing Partner und CEO des Hotelbetreibers mit einem Portfolio von derzeit über 20 Hotels in der DACH-Region, sagt: „Ziel dieser Eigenentwicklung war es, eine für den Gast

ansprechende und amüsante, jedoch auch effiziente digitale Check-in-Lösung zu schaffen und gleichzeitig die Rolle des Front-Office-Managers neu zu definieren.“ Das Ghotel in Bochum setzt Fritz nun rund um die Uhr an vier Kiosken mit Monitoren ein, immer umgeben auch von erfahrenen menschlichen Kolleginnen und Kollegen. Rund drei Minuten dauert das Einchecken mit Fritz. Die Mitarbeitenden unterstützt Fritz bei wiederkehrenden Vorgängen. Die Aufgaben des Avatars wurden in einer Software programmiert: Die Gäste können bei Fritz nicht nur Ein- und Auschecken, sondern erhalten auch ihren Schlüssel und können bei ihm bezahlen.

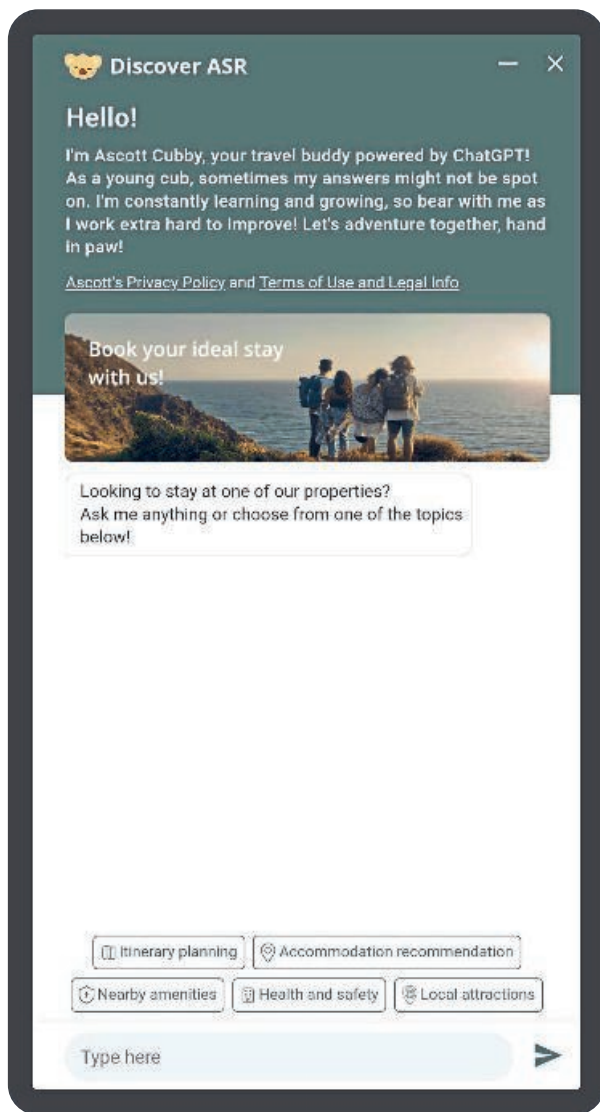
### Avatar in Bochum ist Vorreiter

Fritz spricht mehrere Sprachen. Sein Aussehen kann das Hotel individuell anpassen. Zum Beispiel Fritz' virtuelle Kleidung, damit sie dem Erscheinungsbild der Mitarbeitenden und des Unternehmens entspricht. „Wir sind stolz, dass wir mit unseren Partnern ein in der Branche noch nicht vorhandenes System entwickelt haben“, sagt Florvaag. „Fritz verbessert die Customer Journey und den Alltag unserer Mitarbeitenden mit einem klareren Fokus auf den Gast.“ Wichtig sei es, die Mitarbeitenden so gut wie möglich in die Digitalisierungsschritte einzubeziehen, sie zu schulen und mitzunehmen. In Bochum wird „Fritz“ zurzeit weiter getestet. Später soll die sogenannte Kiosk-Check-in-Lösung in allen Häusern der Hotelgruppe erfolgen und auch bei den Franchisemarken eingeführt werden.

Auch im Lifestyle-Design-Hotel Fritz in Lauterbad im Schwarzwald läuft immer mehr Kommunikation mit den Gästen digital ab. Dort gibt es seit rund einem Jahr den Chatbot „Fritz“, dessen Namensverwandtschaft mit dem „Kollegen“ in Bochum reiner Zufall ist. Chatbot Fritz wurde nach seinem Hotel benannt. Entwickelt hat ihn das Unternehmen Dialog Shift aus Berlin. Steffen Schillinger, Direktor des Hotels, erinnert sich: „Wir haben direkt nach der Neueröffnung sehr viele E-Mails erhalten. Ich habe dann bei der HSMA Olga Heuser von Dialog Shift kennengelernt, mit der ich mich über Chatbots unterhielt. Ich war gleich von der Idee begeistert und habe den Chatbot direkt bei uns integriert.“

### Chatbot Fritz lernt stets neue Antworten

Die Gäste des Hotels treffen den Chatbot auf der Website, im Google Chat, bei Facebook und Straiv an. In den Journey-E-Mails und in Reguest sind Links eingebaut, die die Gäste zum Chatbot führen, wenn sie Fragen haben. Auch auf Printprodukten kann man Chatbot Fritz über einen QR-Code wiederfinden. 80 Prozent der Anfragen an das Hotel seien erfahrungsgemäß wiederkehrend. Dementsprechend wurde Fritz programmiert. „Wir sehen immer wieder einmal nach, welche Fragen er nicht beantworten konnte und formulieren dann Antworten darauf“, sagt Schillinger. Wichtig sei es auch, in die Fragen der Gäste ein Korrekturprogramm zu integrieren. „Wenn ein Gast



Ascott hat den Chatbot „Cubby“ nach seinem Maskottchen benannt. Er basiert auf ChatGPT und gibt Reisetipps.

fragt, wann das SAP geöffnet ist, aber eigentlich den Spa meint, bekommt er sonst keine Antwort“, sagt Schillinger und lacht. Eine Kunst sei es zudem, die künstliche Intelligenz (KI) so zu zügeln, dass sie nicht zu frei agiere und am Thema vorbei antworte.

Heute gibt Fritz zwischen 5.000 und 7.000 Antworten pro Monat und leitet bis zu 2.500 konkrete Buchungsanfragen weiter. Die Bilanz des Hoteldirektors nach einem Jahr fällt gut aus: „Mit dem Chatbot fahren wir wirklich gut“, sagt er. „Wir haben enorm viel Zeitersparnis und sind damit sehr zufrieden.“ Er sieht vor allem Vorteile für seine Mitarbeitenden: „Wir versuchen, unser Team zu schützen, zu pushen und zu fördern. Gleichzeitig wollen wir stressige Belastungen vermeiden und digitale Möglichkeiten bieten, die Zeit einsparen.“

Der Hotel- und Serviced-Apartment-Betreiber The Ascott Limited (Ascott) aus Singapur setzt seit Kurzem

”

Mit dem Chatbot fahren wir sehr gut. Wir sparen viel Zeit und sind wirklich zufrieden.“

Steffen Schillinger,  
Direktor Lifestyle-  
Design-Hotel Fritz,  
Lauterbad

künstliche Intelligenz ein, um mit seinen Gästen zu kommunizieren. Für die Besucher übernimmt der Chatbot „Cubby“, benannt nach dem Maskottchen von Ascott, die Rolle des Reisebegleiters. „Cubby“ gibt Tipps zu Reiserouten, Aktivitäten und Unterkünften. Außerdem stellt er Gesundheits- und Sicherheitshinweise sowie Ratschläge zu Visabestimmungen, Reisebudget und Kofferpack-Checklisten bereit. Der Chatbot unterstützt die Gäste aber auch schon in der Buchungsphase, über einen sogenannten Deeplink in der Buchungsmaschine der Website. „Cubby“ basiert auf ChatGPT, Microsoft Open AI und Azure Services. Er nutzt daher Daten in Echtzeit von Azure-Diensten und der globalen Discover-ASR-Website.

### Chat-Assistenten helfen Mitarbeitenden

In der Testphase soll er vor allem die Live-Chat-Mitarbeitenden entlasten. Danach soll Cubby zum Multikanal-Chatbot heranwachsen und kanalübergreifend in der bevorzugten Sprache und Plattform eines jeden Gastes kommunizieren können. Für Ascott ist der Chatbot erst der Anfang. Das Unternehmen will noch weitere technologische Innovationen einsetzen. Geplant seien zum Beispiel Self-Check-in-Kioske mit KI-gesteuerter Gesichtserkennung. Für die Mitarbeitenden soll es Trainings geben, damit sie mit den neuen technischen Tools umgehen können.

Auch im Boutiquehotel Olympia in Seefeld gibt es seit Kurzem einen Chat-Assistenten. Die ersten Erfahrungen seien positiv, sagt Hotelchefin Elisabeth Schnegg: „Wir haben unsere Website neugestalten lassen und den Chatbot integriert. Das ist unheimlich spannend. Die Gäste erhalten in Sekundenschnelle Antworten, die Buchungen über unsere Website sind seither spürbar gestiegen.“ Wie am Schnürchen beantwortete der Chat-Assistent nicht nur Fragen zum Hotel, sondern auch zu touristischen Besonderheiten der Region. „Dafür besteht eine Verbindung zum Tourismusverband“, sagt Schnegg. Entwickelt hat den Chat-Assistenten das Unternehmen Sissi AI aus Innsbruck. Auf dessen Website befindet sich auch eine Demo-Version, mit der Interessierte das System schon einmal testen können.

### Hoteliere wollen weiter digitalisieren

Angesichts dieser positiven Entwicklung überrascht es wenig, dass die Bereitschaft der Hotellerie, in digitale Lösungen zu investieren, deutlich gestiegen ist. Eine Umfrage des Cloud-Plattform-Anbieters Guestline in Kooperation mit der Netzwerkplattform Elevatr ergab, dass mehr als drei Viertel der Hoteliere dementsprechende Pläne haben. Etwas mehr als hundert Gastgeber wurden befragt. Demnach bieten das Gästeelebnis und die Gästekommunikation das mit Abstand größte Digitalisierungspotenzial: Fast drei Viertel der befragten Hoteliere wollen diesen Bereich in den kommenden zwölf Monaten digitalisieren. Ihr Ziel: Mitarbeitende entlasten und Gästen ein besse-

res Erlebnis bieten. Digitale Lösungen werden bisher vor allem im Buchungsprozess und als Channel Manager eingesetzt. Chatbots, Self-Check-in-Lösungen und digitale Technologien für die interne Kommunikation sind hingegen noch weniger verbreitet. Stefan Schlachter, European Director of Sales bei Guestline, sieht hier noch viel Potenzial. „Vor allem durch Front-Office-Prozesse kann viel Zeit gespart werden. Aufgaben an den Gast abzugeben, wie das Ausfüllen des Meldescheins oder der Check-in, ist sinnvoll und wird sicher bald der neue Standard sein.“

### Thema sollte nicht nur Chefsache sein

Die Umfrage zeigt auch, dass die Umsetzung der Digitalisierung oft Chefsache ist. Wer Aufgaben und Ideen für die Digitalisierung jedoch nicht an die Mitarbeitenden weitergibt, stößt schnell an eigene Grenzen und verschenkt das Potenzial, sich Zeit für andere Aufgaben zu nehmen. Schlachter empfiehlt: „Schauen Sie sich in Ihrem Team nach motivierten Mitarbeitenden um und beauftragen sie diese zum Test mit einem kleinen Digitalisierungsprojekt. Sie werden erstaunt sein, welche tollen Ideen nur darauf warten, gehört zu werden.“

Susanne Stauß

## EXPERTEN FÜR AVATARE, CHATBOTS UND KI

**Agilotel** ist ein österreichisches Beratungsunternehmen mit den Schwerpunkten Hoteltechnologie, Integrationsfragen und Datenmigrationen ([www.agilotel.com](http://www.agilotel.com)).

**Dialog Shift** aus Berlin ist Anbieter von GPT-Chatbots für Hotels mit generativer KI ([www.dialogshift.com](http://www.dialogshift.com)).

**Guestline** in München bietet cloudbasierte Software für die Hospitality-Branche, für das Property-Management, das Gästelerlebnis und das Buchungsmanagement ([www.guestline.com](http://www.guestline.com)).

**Humanizing Technologies** mit Sitz in Olpe und Wien ist ein Lösungsanbieter für Software im Bereich Roboter und Avatare ([www.humanizing.com](http://www.humanizing.com)).

**Sissi AI** in Innsbruck ist Anbieter maßgeschneiderter Lösungen und Technologien für künstliche Intelligenz im Tourismusbereich ([www.sissi.ai](http://www.sissi.ai)).

# VOGLAUER

HOTEL CONCEPT

Die erfolgreiche Realisierung eines Hotelprojektes bedarf höchster Planungsstärke und Umsetzungskraft. Mit eigener Design und Architekturabteilung und einem Netzwerk an kompetenten Handwerkern, Lieferanten und Dienstleistern ist VOGLAUER HOTEL CONCEPT als Generalunternehmer für den Innenausbau der bevorzugte Partner. Davon zeugen unsere internationalen Referenzen.



Abonnieren Sie uns auf Instagram!



[www.voglauer.com](http://www.voglauer.com)



ALLES AUS EINER HAND

DAS ALLES SIND WIR

REALISIERUNG

BETREUUNG

PLANUNG

© FreshSuites | Dachau | DE