

Analyse der Kosten und Nutzen bei der Einführung eines digitalen Gesamtkonzepts in einem mittelständischen Beherbergungsbetrieb

Bachelorarbeit

eingereicht von: **Ing. Michael Oblasser**
Matrikelnummer: 52105591

im Fachhochschul-Bachelorstudiengang Wirtschaftsinformatik (0470)
der Ferdinand Porsche FernFH

zur Erlangung des akademischen Grades eines
Bachelor of Arts in Business

Betreuung und Beurteilung: Prof.(FH) DI Johannes Edler

Wiener Neustadt, Mai 24

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich versichere hiermit,

1. dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Alle Inhalte, die direkt oder indirekt aus fremden Quellen entnommen sind, sind durch entsprechende Quellenangaben gekennzeichnet.
2. dass ich diese Bachelorarbeit bisher weder im Inland noch im Ausland in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit zur Beurteilung vorgelegt oder veröffentlicht habe.

Mayrhofen, 04.05.2024



Unterschrift

Creative Commons Lizenz

Das Urheberrecht der vorliegenden Arbeit liegt bei Michael Oblasser. Sofern nicht anders angegeben, sind die Inhalte unter einer Creative Commons „Namensnennung - Nicht-kommerziell - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz“ (CC BY-NC-SA 4.0) lizenziert. Die Rechte an zitierten Abbildungen liegen bei den in der jeweiligen Quellenangabe genannten Urheber*innen.

Die Kapitel 1 bis 4 der vorliegenden Bachelorarbeit wurden im Rahmen der Lehrveranstaltung „Bachelor Seminar 1“ eingereicht und am 28.01.2024 als Bachelorarbeit 1 angenommen.
--

Kurzzusammenfassung: Analyse der Kosten und Nutzen bei der Einführung eines digitalen Gesamtkonzepts in einem mittelständischen Beherbergungsbetrieb

Ein mittelständischer Beherbergungsbetrieb im familiären Umfeld des Autors bietet Übernachtungsmöglichkeiten für circa 70 Personen. Der gesamte Geschäftsprozess vom Angebot bis zur Abrechnung wird aktuell manuell abgewickelt. Die Reservierungen werden über eine veraltete Hotelsoftware verwaltet und eine nicht mehr zeitgemäße Homepage bietet die Möglichkeit, Anfragen für Übernachtungsmöglichkeiten zu stellen.

Im Rahmen dieser Arbeit wird eine zentrale Hotelsoftware als Lösung evaluiert, um den Beherbergungsbetrieb für das digitale Zeitalter zu rüsten. Zusätzlich sollen weitere Buchungsplattformen in die zentrale Verfügbarkeitsverwaltung eingebunden werden, sodass diese einfach handzuhaben ist und dadurch keine unterschiedlichen Datenstände entstehen.

Neben der Evaluierung geeigneter Softwarelösungen werden die Kosten unterschiedlicher Anbieter erfasst und mithilfe einer Nutzwertanalyse bewertet. Die durchgeführte Kosten-Nutzen-Analyse berechnet die Gesamtkosten für einen Zeitraum von fünf Jahren und ermittelt die monetären und nicht monetären Nutzenaspekte der ausgewählten digitalen Lösung. Die Ergebnisse zeigen, dass die Investition in ein digitales Gesamtkonzept mit erheblichen Kosten verbunden ist, sich jedoch langfristig durch die erwarteten Nutzenaspekte auszahlt. Es wird dargelegt, dass sich die ausgewählte Lösung mit den prognostizierten monetären Einsparungen nach spätestens sieben Jahren amortisieren wird.

Schlagwörter:

Digitalisierung, Tourismus, Beherbergungsbetrieb, Softwareevaluierung, Nutzwertanalyse, Kosten-Nutzen-Analyse

Abstract: Analysing the costs and benefits of implementing a comprehensive digital strategy in a medium-sized hospitality business.

A medium-sized accommodation business in the author's family environment offers overnight accommodation for approximately 70 people. The entire business process, from quotation to billing, is currently handled manually. Reservations are managed using outdated hotel software, and an outdated website offers the opportunity to make enquiries about accommodation.

As part of this project, centralised hotel software is being evaluated as a solution to equip the accommodation business for the digital age. Furthermore, other booking platforms are to be integrated into the centralised availability management system so that it is easy to use and no different data statuses are created.

In addition to evaluating suitable software solutions, the costs of the various providers are recorded and analysed with the help of a cost-benefit analysis. The cost-benefit analysis carried out calculates the total costs for a period of five years and determines the monetary and non-monetary benefits of the selected digital solution. The results indicate that the investment in a digital overall concept is associated with considerable costs, but will be recouped over time due to the anticipated benefits. It is demonstrated that the selected solution will be fully amortised with the expected monetary savings after seven years.

Keywords:

Digitalisation, tourism, accommodation business, software evaluation, benefit analysis, cost-benefit analysis

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG	1
1.1 Hintergrund und Relevanz der Digitalisierung in der Branche	1
1.2 Ausgangslage	1
1.3 Zielsetzung der Arbeit	2
1.4 Forschungsfrage und Hypothese	2
1.4.1 Forschungsfrage	2
1.4.2 Hypothese	2
2. AKTUELLER FORSCHUNGSSTAND UND BISHERIGE ARBEITEN	3
2.1 Auswirkung der Digitalisierung auf die Beherbergungsbranche	4
2.2 Chancen und Herausforderungen der digitalen Transformation für Beherbergungsbetriebe	4
2.3 Erfahrungen aus anderen Beherbergungsbetrieben	5
3. ANALYSE DES IST-ZUSTANDS	7
3.1 Beschreibung des ausgewählten Beherbergungsbetriebs	7
3.1.1 Betriebsführung und Personal	7
3.1.2 Technologischer Infrastruktur	7
3.2 Bestandsaufnahme der aktuellen Verwaltungsprozesse	8
3.2.1 Reservierungsmanagement	8
3.2.2 Gästebetreuung	9
3.2.3 Marketing und Vertrieb	10
3.2.4 Gästefeedback	10
3.2.5 Rechnungswesen	11
3.3 Beschreibung der aktuell verwendeten Systeme	11
3.3.1 Gastrodat Hotelsoftware	11
3.3.2 Webseite	11
3.3.3 Buchungsplattform Booking.com	12
3.3.4 Microsoft Outlook	12
3.3.5 Zahlungsmöglichkeiten	13
3.3.6 Meldewesen	13

3.4 Identifizierung der Herausforderungen und Schwachstellen	13
3.4.1 Niedriger Automatisierungsgrad	13
3.4.2 Fehlende Schnittstellen	14
3.4.3 Analoge Prozesse	14
4. ANFORDERUNGSANALYSE	15
4.1 Zielgruppen	15
4.1.1 Betriebsführung	15
4.1.2 Mitarbeiter	15
4.1.3 Gäste	16
4.1.4 Rechnungswesen	16
4.1.5 Tourismusverband Mayrhofen-Hippach	16
4.2 Erfassung der Anforderungen an das digitale Gesamtkonzept	16
4.2.1 Funktionale Anforderungen	17
4.2.2 Nichtfunktionale Anforderungen	24
4.3 Definition von Kriterien und Bewertungsmethoden	25
4.3.1 Priorisierung der funktionalen Anforderungen	26
4.3.2 Priorisierung der nichtfunktionalen Anforderungen	29
5. EVALUIERUNG GEEIGNETER SOFTWARELÖSUNGEN	30
5.1 Hotelsoftware und Channel Manager	30
5.1.1 Marktübersicht relevanter Softwarehersteller	30
5.2 Webseite	38
5.2.1 Bevorzugte Technologie	38
5.2.2 Kosten	39
5.3 Kostenvergleich der verschiedenen Lösungen	41
5.3.1 Varianten für die Realisierung des digitalen Gesamtkonzepts	41
5.3.2 Total Cost of Ownership	41
6. BEWERTUNG DER SOFTWARELÖSUNGEN	43
6.1 Nutzwertanalyse	43
6.1.1 Festlegung und Gewichtung der Bewertungskriterien	43
6.1.2 Bewertung der unterschiedlichen Softwarelösungen	44

6.1.3	Interpretation der Bewertung	47
6.2	Interpretation der Analyseergebnisse	48
6.2.1	Total Cost of Ownership	48
6.2.2	Innovation und Zukunftssicherheit	48
6.2.3	Geringer Wartungsaufwand	49
6.2.4	Funktionale Anforderungen Hotelsoftware	49
6.2.5	Funktionale Anforderungen Webseite	49
6.2.6	Funktionale Anforderungen Channel Manager	49
6.2.7	Nichtfunktionale Anforderungen Hotelsoftware	50
6.2.8	Nichtfunktionale Anforderungen Webseite	50
6.2.9	Nichtfunktionale Anforderungen Channel Manager	50
7.	KOSTEN UND NUTZEN ANALYSE	51
7.1	Kosten	51
7.1.1	Einmalige Kosten	52
7.1.2	Laufende Kosten	53
7.2	Nutzen	53
7.2.1	Monetär bewertbarer Nutzen	54
7.2.2	Nicht monetär bewertbarer Nutzen	55
7.3	Gegenüberstellung von Kosten und Nutzen	56
8.	SCHLUSSFOLGERUNG	57
8.1	Beantwortung der Forschungsfrage	57
8.2	Bewertung der Hypothese	58
9.	CONCLUSIO UND SCHLUSSWORT	59
	LITERATURVERZEICHNIS	60
	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	62
	TABELLENVERZEICHNIS	63

1. Einleitung

1.1 Hintergrund und Relevanz der Digitalisierung in der Branche

Das Thema „Digitalisierung“ gilt schon seit geraumer Zeit als der Trend, der jeden einzelnen Bereich in der Wirtschaft und Gesellschaft entscheidend verändern wird. Der Begriff „Industrie 4.0“ ist dabei Vorreiter, der den Beginn des digitalen Zeitalters markiert. Die vierte industrielle Revolution soll durch die programmierbare Steuerung betrieblicher Abläufe die gesamte Arbeitswelt und Industrie vernetzter, digitaler und flexibler gestalten. (Hoppe 2018, S. 1)

Die technologische Entwicklung hat auch die Tourismusbranche bereits erreicht, obwohl der Tourismus im Vergleich zu anderen Branchen nicht als führend in Bezug auf Digitalisierung betrachtet werden kann. (Hoppe 2018, S. 1-2). Die Anforderungen an die digitalen Angebote im Tourismus sind hoch, werden jedoch bei Weitem nicht erfüllt. Digitale Angebote und Services von einzelnen Betrieben oder auch touristische Organisationen müssen bereitgestellt werden, um den Wünschen der Gäste zu entsprechen. In der heutigen Zeit sind digital gebuchte Urlaubsreisen keine Einzelfälle mehr, sondern beinahe Standard. Auch die Zahl der mobilen Buchungen per Smartphone wächst stetig. (Weber-Leibrecht 2021, S. 114-115) Für Unternehmen in der Tourismusbranche ist es unumgänglich das Thema Digitalisierung aufzufassen und sich ernsthaft damit auseinanderzusetzen, damit die Marktposition gesichert werden kann. Der stark ansteigende Bedarf an digitalen Buchungs- und Kommunikationsmöglichkeiten, muss von den Unternehmen in der Branche ernst genommen und umgesetzt werden. Zusätzlich sollten die Qualitätskriterien für die Service- und die Beratungsleistungen gestärkt und erweitert werden. (Hoppe 2018, S. 2-3)

1.2 Ausgangslage

Ein mittelständischer Beherbergungsbetrieb im familiären Umfeld des Autors bietet Übernachtungsmöglichkeiten inklusive Frühstück für circa 70 Personen. Geführt wird der Betrieb hauptsächlich von einer Dame, welche den kompletten Geschäftsprozess vom Angebot bis zur Abrechnung selbst abgewickelt. Für das Haus gibt es eine veraltete Home-page worüber Anfragen für Übernachtungsmöglichkeiten von potenziellen Gästen gesendet werden können. Jede Anfrage wird von der Besitzerin selbst beantwortet. Die Reservierungen werden in einer Hotelsoftware verwaltet, welche über eine veraltete Software verfügt und nur grundlegend eingesetzt wird. Die Unterkunft kann auch über die Buchungsplattform Booking.com gebucht werden, allerdings werden Verfügbarkeiten

und Reservierungen mühsam händisch gepflegt. Dies führt oft zu unterschiedlichen Datenständen in den Verfügbarkeiten und bietet so die Gefahr, dass Zimmer überbucht werden.

Um in Zukunft den Beherbergungsbetrieb für das digitale Zeitalter anzupassen, soll eine zentrale Hotelsoftware als Lösung für den gesamten Prozess von der Anfrage über die Buchung bis zum Check-In und der anschließenden Zahlung evaluiert werden. Zusätzlich sollen weitere Plattformen wie beispielsweise Booking.com in die zentrale Verfügbarkeitsverwaltung eingebunden werden, sodass diese einfach handzuhaben ist und keine unterschiedlichen Datenstände entstehen.

1.3 Zielsetzung der Arbeit

Ziel dieser Arbeit ist es, für den Beherbergungsbetrieb ein individualisiertes digitales Gesamtkonzept zu entwickeln. Dabei soll die angenommene Hypothese idealerweise verifiziert werden können.

Die Modernisierung und Digitalisierung von Prozessen ist dringend notwendig, wenn das Unternehmen die Marktposition festigen beziehungsweise ausbauen möchte. Außerdem soll die Effizienz der täglichen Arbeit und die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden erhöht werden.

Des Weiteren sollen die Kosten und Nutzen für die mögliche Umsetzung des entwickelten digitalen Konzepts analysiert und in Relation gestellt werden. Dabei ist es wichtig, dass die Kosten für die Umsetzung des Konzepts einen bestimmten Rahmen nicht überschreiten. Außerdem soll sich die Einführung mittel- beziehungsweise langfristig rechnen, damit der tagtägliche Arbeitsaufwand mit der Bearbeitung der Buchungen weniger wird, während der Umsatz steigt.

1.4 Forschungsfrage und Hypothese

1.4.1 Forschungsfrage

Welche langfristigen Kosten und Nutzen ergeben sich bei der Einführung eines digitalen Gesamtkonzepts im mittelständischen Beherbergungsbetrieb X und wie stehen diese in Relation zueinander?

1.4.2 Hypothese

Die Einführung eines digitalen Gesamtkonzepts im mittelständischem Beherbergungsbetrieb X wird langfristig die Effizienz steigern, die Wettbewerbsfähigkeit stärken und die Kundenzufriedenheit erhöhen. Es werden jedoch zu Beginn höhere Investitionskosten anfallen, die langfristig durch die erzielten Vorteile ausgeglichen werden.

2. Aktueller Forschungsstand und bisherige Arbeiten

Der Tourismus ist als jener Wirtschaftssektor bekannt, welcher raumwirtschaftliche Effekte entwickelt und dadurch aussichtsreiche Standorte für Touristen, Unternehmen und Investoren kreiert. Besonders im ländlichen Raum ist der Tourismus für die Entwicklung der Region sehr bedeutsam. Die Wirtschaftsbranche, welche als „Querschnittsbranche“ betrachtet wird, boomt im deutschsprachigen Raum enorm, sodass einzelne Tourismus Hochburgen bereits mit Überlastungen zu kämpfen haben. (Weber-Leibrecht 2021)

Die Digitalisierung, welche sich in allen Bereichen des Lebens widerspiegelt, macht auch vor dem Tourismus nicht halt. Besonders seit dem Zeitalter der Smartphones wird bei der Thematik Reisen immer mehr auf digitale Dienste vertraut. Egal ob Online-Buchung oder digitales Zahlungsmittel, auch die Tourismusbranche muss der Gesellschaft die digitalen Möglichkeiten zur Verfügung stellen, um am Markt zu bestehen. (Weber-Leibrecht 2021)

Laut einer Umfrage von Statista, welche im Zeitraum von Dezember 2022 bis Januar 2023 erhoben wurde, werden in fast allen Urlaubsländern über 50 Prozent der Reisen über digitale Kanäle gebucht. Österreich liegt dabei im Mittelfeld mit einem Anteil von 54 Prozent. Bei der Umfrage wurden 7.260 Menschen befragt. Wie in Abbildung 1 dargestellt wird, werden Reisen in den Niederlanden am häufigsten über digitale Dienste gebucht. („Online-Reisebuchung - Anteil nach Reiseziel 2023“ 2023)

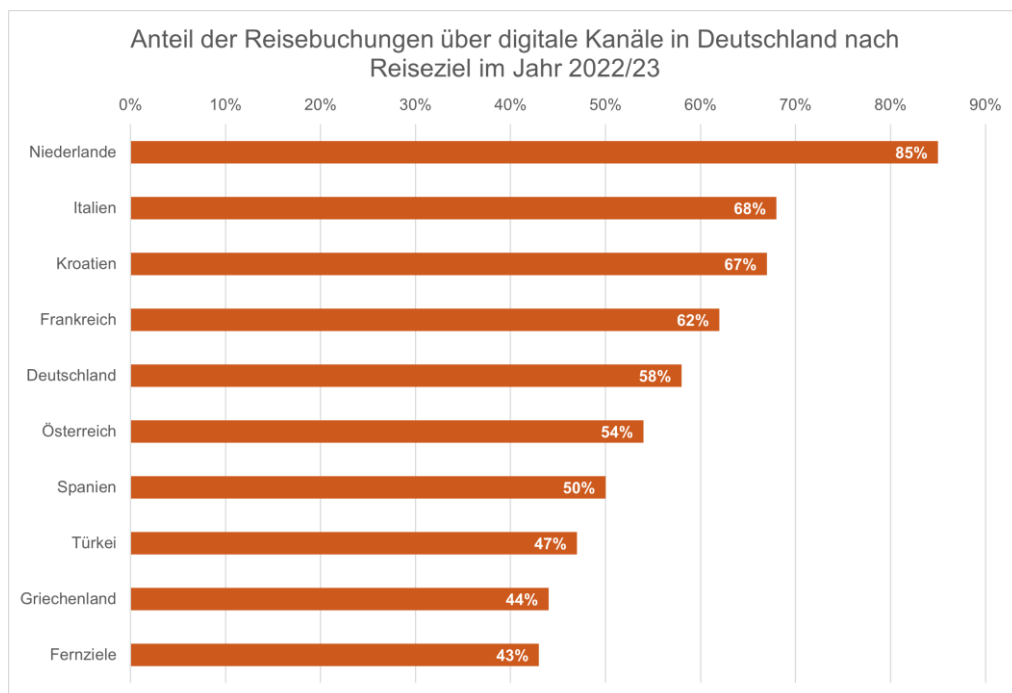


Abbildung 1: Anteil der Reisebuchungen über digitale Kanäle in Deutschland nach Reiseziel im Jahr 2022/23 („Online-Reisebuchung - Anteil nach Reiseziel 2023“ 2023)

2.1 Auswirkung der Digitalisierung auf die Beherbergungsbranche

Das Zeitalter der Informationstechnologie ist bereits seit geraumer Zeit in der Tourismusbranche angekommen. Die Menge an Informationen welche laufend gesammelt werden, wächst stetig und kann als wertvolle Ressource für digitale Produkte verwendet werden. Durch die Angehörigkeit zum Dienstleistungssektor spielen Informationen im Tourismus eine besondere Rolle. Dennoch hat die Branche noch Potenzial zur Verbesserung, um die fortschreitende Digitalisierung weiter auszubauen. (Hoppe 2018, S. 32) Bereits vor der COVID-19 Pandemie wurde eine beträchtliche Anzahl an Reisen online gebucht. Im Jahr 2019 wurde für die internationale Tourismusbörse in Berlin Daten und Fakten zum digitalen Reisemarkt in Deutschland erhoben. Zu diesem Zeitpunkt lag die mobile Nutzung touristischer Webseiten mit 44 Prozent bereits über der Nutzung per Desktop-Zugriffe mit 41 Prozent. Auch Onlinebuchungen wurden bereits im Jahr 2019 zu 39 Prozent mit Smartphone abgewickelt. (Weber-Leibrecht 2021, S. 115)

Mit der COVID-19 Krise nahm die Verwendung von digitalen Ressourcen nochmals stark zu. Eine Trendumfrage des „Institute for Aviation and Tourism“ besagt, dass seit der COVID-19 Pandemie die Zweifel an der Nutzung von digitalen Diensten bei den Touristen zurückgegangen sind. Auch die digitalen Bezahlmöglichkeiten werden zunehmend mehr akzeptiert. (Weber-Leibrecht 2021, S. 116)

Bis zur heutigen Zeit hat die Tourismusindustrie sich nicht als führend in Bezug auf die Implementierung von digitalen Technologien hervorgetan. Dennoch hat das Internet der gesamten Branche verdeutlicht, dass der Erfolg untrennbar mit der Digitalisierung verbunden ist. Das Internet hat in der Tourismusindustrie ein Umdenken eingeleitet und die Notwendigkeit hervorgehoben, sich verstärkt mit digitalen Innovationen zu beschäftigen. Sowohl Tourismusorganisationen als auch die einzelnen Hotelbetriebe in der Branche sind zunehmend darauf angewiesen, im World Wide Web präsent zu sein und online gefunden zu werden, um wettbewerbsfähig zu bleiben. (Hoppe 2018, S. 33)

2.2 Chancen und Herausforderungen der digitalen Transformation für Beherbergungsbetriebe

Um die Zukunftsfähigkeit zu gewährleisten, muss sich die Tourismusbranche mit den digitalen Herausforderungen arrangieren. Es besteht die Möglichkeit die Produkte im Tourismus in digitalen Prozessen abzubilden und diese über Online-Kanäle zu vermarkten und zu vertreiben. Die Branche hat zwar das Potenzial bei Weitem noch nicht ausgeschöpft, jedoch gibt es entlang der Customer Journey eine Menge an digitalen Chancen. Die Customer Journey umfasst den gesamten Prozess des Kaufes, einschließlich der Vorkaufphase, der Kaufphase und der Nachkaufphase. (Kuenen, o. J.)

So könnten die Nachfragenden von touristischen Reisen von immer individuelleren und personalisierten Reiseerlebnissen profitieren. Dies könnte durch attraktive Pakete von Dienstleistungen ermöglicht werden, welche in Echtzeit mithilfe von Suchmaschinen kreiert werden können und sich an den individuellen Präferenzen der Kundinnen und Kunden orientieren. Für die Anbieterinnen und Anbieter der Tourismusbranche bieten diese Chancen eine sehr hohe Komplexität bei der Umsetzung ihrer Marketingstrategien, da der Erfolgsfaktor sein wird, die Aufmerksamkeit der gut informierten Kundinnen und Kunden auf sich zu ziehen.

Die digitalen Herausforderungen im Tourismus erfordern die Bereitschaft aller Beteiligten um den Transformationsprozess als eine strategische Managementaufgabe anzugehen. (Hoppe 2018, S. 33-34)

2.3 Erfahrungen aus anderen Beherbergungsbetrieben

Für die Entwicklung eines umsetzbaren digitalen Gesamtkonzeptes für einen Beherbergungsbetrieb bedarf auch die Betrachtung der Erfahrung aus anderen Betrieben beziehungsweise der Expertinnen und Experten im Bereich Tourismus. Die Analyse der Erfahrungen von anderen Personen soll wertvolle Einblicke in die praktische Anwendung bringen und Aufschluss geben, wie Digitalisierung richtig eingesetzt wird, um das Erlebnis für den Gast zu verbessern.

Carmen Drücker, Geschäftsführerin der BWH Hotel Group Central Europe GmbH¹ berichtet, dass ein Betrieb offen für eine digitale Transformation sein muss. Sowohl das Management als auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen den Willen aufzeigen, Prozesse zu hinterfragen und diese effektiver gestalten wollen. Eine vollständige Digitalisierung der Prozesse ist dabei nicht immer zielführend. Manche Abläufe sollten bewusst analog gehalten werden. In der Tourismuswirtschaft ist der Schlüssel zur erfolgreichen Digitalisierung die Kundenorientierung. Die Transformation soll vor allem das Leben der Gäste verbessern und den Service optimieren. Es sollte darauf geachtet werden das Hotelerlebnis für den Gast zu optimieren und Zeit zu sparen. Die persönliche Interaktion darf dabei auf keinen Fall vernachlässigt werden. Im Grunde sollte die Digitalisierung den Aufenthalt und das Erlebnis für den Gast einfacher und angenehmer gestalten. Es soll Raum für persönliche Ansprache und echten Service gelassen werden. Digitalisierung darf für Gäste keine Belastung darstellen. (Gardini und Sommer, o. J., S. 44-46)

¹ Zur BWH Hotel Group Central Europe GmbH mit Sitz in Eschborn, gehören insgesamt rund 250 individuelle Hotels der Best Western Hotels & Resorts sowie der WorldHotels Collection in den Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn.

Carmen Drücker betont im Hinblick auf den smarten Einsatz von Digitalisierung in einem Hotel, dass Digitalisierung eine zentrale Rolle in der gesamten Gästeerfahrung im Hotel spielt, beginnend bei der Hotelsuche bis hin zur Nachbereitung des Aufenthalts. Sie ermöglicht, aus dem Verhalten der Gäste zu lernen und die Serviceleistungen entsprechend anzupassen. Konkrete Beispiele für die positive Wirkung der Digitalisierung auf den Hotelaufenthalt sind mobiles Check-in, automatisiertes Check-out, digitale Schlüsselkarten und elektronische Rechnungen. Durch den Einsatz von Apps ermöglicht die Digitalisierung eine ständige Kommunikation mit dem Hotel und gibt den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mehr Zeit für die Betreuung und Beratung der Gäste. Digitalisierung und Automatisierung helfen dabei Herausforderungen wie den Fachkräftemangel in der Hotellerie zu bewältigen und sind in Zeiten knapper Personalressourcen oft unerlässlich für den Betrieb. (Gardini und Sommer, o. J., S. 48-49)

3. Analyse des IST-Zustands

Dieses Kapitel widmet sich der Analyse des IST-Zustands, um einen umfassenden Einblick in den gewählten Beherbergungsbetrieb zu erhalten. Die folgenden Beschreibungen bilden die Grundlage für das Identifizieren von Verbesserungspotenzialen und die Entwicklung eines geeigneten digitalen Gesamtkonzepts.

3.1 Beschreibung des ausgewählten Beherbergungsbetriebs

Der ausgewählte Betrieb liegt am Ortsrand der Marktgemeinde Mayrhofen im zahlreich besuchten Zillertal in Tirol und ist von großen Wiesen umgeben. Das Haus besteht aus 4 Stockwerken und bietet Platz für circa 70 Gäste. Dem Besucher und der Besucherin werden sowohl Mehrbettzimmer als auch Ferienwohnungen zum Aufenthalt geboten. Angrenzend zum Gebäude, in dem die Gäste untergebracht sind, befindet sich ein Bauernhof, welcher ebenfalls zum Betrieb gehört.

Um die kulinarische Versorgung sicher zu stellen, hat der Betrieb einen großen Frühstücksraum, wo jeden Morgen ein reichhaltiges Frühstücksbuffet angeboten wird. Zusätzlich besitzt der Betrieb einen Wellnessbereich mit verschiedenen Saunas und Ruheräumen. Der große Parkplatz bietet ausreichend Parkmöglichkeiten für die Gäste.

3.1.1 Betriebsführung und Personal

Das Unternehmen befindet sich in Familienbesitz und wird hauptsächlich von einer Dame geführt. Sie ist für das Reservierungsmanagement, als auch für die Gästebetreuung und den Vertrieb zuständig. Das weitere Personal des Betriebs umfasst 4 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Darunter befindet sich eine Servicemitarbeiterin und 3 Reinigungskräfte, welche für die Sauberkeit in den einzelnen Zimmern zuständig sind.

3.1.2 Technologischer Infrastruktur

Die technologische Infrastruktur weist gegenwärtig einige Defizite auf. Es wurde im letzten Jahr in die Anbindung der Glasfasertechnologie investiert, deshalb steht in allen Zimmern kostenloser WLAN-Zugang für die Gäste zur Verfügung. Allerdings ist sonst noch sehr wenig in Bezug auf die Digitalisierung umgesetzt worden. Es wird eine Hotelsoftware eingesetzt, wobei die Funktionen lediglich in Grundzügen genutzt werden. So gibt es zum Beispiel keine Online-Buchungen über die eigene Homepage oder eine Verfügbarkeitsprüfung für Gäste.

Der Beherbergungsbetrieb ist im Allgemeinen in der Branche gut etabliert und ist durch viele Stammgäste auch sehr gut ausgelastet. Trotzdem hat das Unternehmen noch ein sehr hohes Verbesserungspotential, um den Gästen ein noch besseres Erlebnis zu bieten. Besonders in technologischer Hinsicht besteht noch Raum zur Verbesserung,

um den aktuellen Stand der Technik zu erlangen. Darin wird in den nächsten Jahren größerer Investitionsbedarf bestehen, um den zukünftigen Gästen ein besseres und einfacheres Urlaubserlebnis zu bieten. Im Rahmen dieser Bachelorarbeit sollen die wichtigsten Themen beleuchtet und ein möglichst optimal auf den Betrieb zugeschnittenes digitales Gesamtkonzept entwickelt werden.

3.2 Bestandsaufnahme der aktuellen Verwaltungsprozesse

Im ausgewählten Beherbergungsbetrieb gibt es eine Vielzahl von Verwaltungsprozessen, welche den reibungslosen Ablauf des Geschäftsalltags sicherstellen. In den folgenden Abschnitten wird der derzeitige Ablauf der wichtigsten Prozesse und den dazugehörigen Systemen näher beschreiben.

3.2.1 Reservierungsmanagement

Das Reservierungsmanagement ist ein zentraler Prozess in Beherbergungsbetrieben, die Zimmer und Apartments für Gästeaufenthalte anbieten. Im vom Autor gewählten Unternehmen, beinhaltet das Reservierungsmanagement die Erfassung und Verwaltung von Anfragen und Buchungen. Dies kann über verschiedene Wege passieren.

3.2.1.1 Anfragen

Die Gäste haben die Möglichkeit eine Anfrage über ein Formular (Abbildung 2) auf der eigenen Webseite des Betriebs zu stellen. Im Hintergrund gibt es bei diesem Formular jedoch keine Verfügbarkeitsprüfung, es wird lediglich eine E-Mail an das E-Mail-Postfach des Beherbergungsbetriebs gesendet. Die weitere Kommunikation erfolgt danach per E-Mail über die im Anfrageformular hinterlegte Mailadresse.

The image shows a contact form titled 'ANFRAGEFORMULAR' in the navigation bar. The form contains the following fields:

- Anreise *** (Arrival date)
- Abreise *** (Departure date)
- Nachname *** (Last name)
- Vorname** (First name)
- Adresse** (Address), which includes sub-fields for **Straße** (Street), **Postleitzahl** (Postal code), and **Stadt** (City).
- A dropdown menu for the country, currently set to **Austria**.
- Telefon** (Telephone)
- Email ***
- Unterkunftswunsch** (Accommodation preference) with a dropdown menu showing **bitte auswählen** (please select).
- Anzahl Erwachsene *** (Number of adults)

Abbildung 2: Auszug des Anfrageformulars auf der Homepage

Neben dem Anfragen über die Homepage, gibt es noch die Möglichkeit eine Anfrage direkt per Mail oder telefonisch zu stellen. Außerdem erscheint der Betrieb im Unterkunftsverzeichnis des örtlichen Tourismusverbandes. Interessierte können dort auch Anfragen stellen, die per E-Mail im Unternehmen eingehen.

Nachdem eine Anfrage eingegangen ist, wird geprüft ob für den gewünschten Zeitraum Kapazitäten verfügbar sind. Sollten die gewünschten Zimmertypen vorhanden sein, wird dem Gast per E-Mail oder telefonisch ein Angebot unterbreitet. Sollten in diesem Zeitraum keine Kapazitäten mehr verfügbar sein, erhält der potenzielle Gast in der Regel ein alternatives Angebot für einen anderen Zeitraum oder eine andere Zimmerkategorie.

3.2.1.2 Buchung

Nachdem die Interessierte oder der Interessent eine Anfrage gestellt und ein Angebot erhalten hat, kann er dieses annehmen und eine verbindliche Buchung vornehmen. Dies kann wie bei der Anfrage per E-Mail oder telefonisch erfolgen. Wird die Buchung telefonisch getätigt, wird üblicherweise eine schriftliche Bestätigung per E-Mail gefordert, um stets eine schriftliche Zusage vorliegen zu haben.

Die Möglichkeit zur Online-Buchung kann aktuell nur über einen Drittanbieter erfolgen. Über die Buchungsplattform Booking.com werden ebenfalls Zimmer und Apartments angeboten. Dort können Interessierte direkt und verbindlich einen Aufenthalt im Beherbergungsbetrieb buchen.

Nachdem eine Buchung eingegangen ist, muss die Reservierung in der eingesetzten Hotelsoftware eingetragen werden. Dies erfolgt immer manuell vom Reservierungsmanagement, egal ob die Buchung per Mail, telefonisch oder online über Booking.com erfolgt ist. Absagen und Stornierungen werden manuell bearbeitet und verwaltet.

3.2.2 Gästebetreuung

Der Prozess der Gästebetreuung ist ein sehr bedeutender Prozess, welcher sich auf die Interaktion mit den Gästen während ihres Aufenthalts konzentriert. Dies beinhaltet einen reibungslosen Ablauf von Check-in und Check-out. In dem vom Autor gewählten Betrieb wird der Check-in persönlich und direkt vor Ort durchgeführt. Die Gäste bekommen dabei ein ausgedrucktes Formular, auf dem sie ihre persönlichen Daten händisch erfassen müssen. Der Zeitpunkt für das Einchecken der Gäste wird in der Regel im Vorhinein telefonisch oder per E-Mail in Erfahrung gebracht, sodass die Rezeption zu dieser Zeit besetzt ist.

Ein weiterer Aspekt der Gästebetreuung umfasst die Bereitstellung von Informationen über den Betrieb und die Region sowie das Beantworten und Lösen von Anliegen und Anfragen der Gäste. Um an Informationen zu kommen, können die Gäste die aufliegenden Prospekte zu verschiedenen Aktivitäten und Sehenswürdigkeiten

verwenden. Es besteht auch die Möglichkeit, sich direkt an der Rezeption zu erkunden, sofern diese besetzt ist. Gäste können auch online über gängige Suchmaschinen wie Google, Bing oder Yahoo Informationen finden.

3.2.3 Marketing und Vertrieb

Der Marketing- und Vertriebsprozess beschäftigt sich mit der Bewerbung des Betriebes am Markt und der Gewinnung von neuen Gästen. Dies umfasst meistens die Pflege einer Online-Präsenz, die Teilnahme an externen Buchungsplattformen, die Nutzung von sozialen Medien, sowie die Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern. Der Vertriebsprozess umfasst auch die Preisgestaltung und die Förderung der Buchungszahlen mittels Spezialangeboten, um die Auslastung des Betriebes zu maximieren.

Der ausgewählte Beherbergungsbetrieb unterhält einen Internetauftritt in Form einer Webseite, auf der der Betrieb und die verschiedenen Zimmer präsentiert werden. Darauf gibt es auch zusätzliche Informationen über Aktivitäten in der Region, sowie ein Anfrageformular für einen möglichen Aufenthalt. Eine Online-Buchungsmöglichkeit gibt es über die eigene Homepage nicht, allerdings besteht die Möglichkeit die Unterkunft über eine externe Buchungsplattform online zu buchen. Auf der Plattform „Booking.com“ werden unterschiedliche Zimmertypen für den Beherbergungsbetrieb angeboten, welche direkt gebucht werden können. Der Betrieb kooperiert zudem mit einem Reiseveranstalter, der insbesondere im Winter zwei bis drei Ferienwohnungen kontinuierlich voll belegt.

Derzeit wird die Steigerung der Buchungszahlen nicht intensiv verfolgt. Dies hat den Grund, dass die Auslastung in den letzten Jahren ohnehin sehr gut war. Über die betriebseigene Homepage besteht die Möglichkeit, Angebote zu besseren Konditionen zu veröffentlichen. Interessenten können diese Angebote mit dem Anfrageformular auf der Homepage, per E-Mail oder telefonisch anfragen.

3.2.4 Gästefeedback

Gästefeedback ist ein zentraler Bestandteil der Qualitätskontrolle und bietet Gästen die Möglichkeit, ihre Erfahrungen und Verbesserungsvorschläge zum Aufenthalt zu äußern. Die Analyse des Feedbacks von Gästen hilft dabei, Schwachstellen zu identifizieren und Verbesserungsmaßnahmen zu ergreifen, um die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden zu steigern.

Aktuell haben Gäste die Möglichkeit über die Buchungsplattform „Booking.com“ oder über die Suchmaschine Google, Bewertungen über ihren Aufenthalt abzugeben. Andere Möglichkeiten zur Bewertung des Aufenthalts werden derzeit nicht angeboten.

3.2.5 Rechnungswesen

Das Rechnungswesen umfasst die Buchführung, die Verwaltung von Einnahmen und Ausgaben, sowie die Erstellung von Rechnungen für die Abrechnung mit den Gästen. Dies ist besonders wichtig, um die Rentabilität des Beherbergungsbetriebs sicherzustellen und die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften zu gewährleisten.

In dem vom Autor gewählten Beherbergungsbetrieb, wird die Buchführung von einem externen Steuerberatungsunternehmen durchgeführt. Die Abrechnung der Gästebuchungen erfolgt im Haus mithilfe der eingesetzten Hotelsoftware. Die Rechnungen werden alle in Papierform ausgedruckt und in Mappen gesammelt an den externen Partner für die Buchhaltung übergeben. Die Verwaltung der Einnahmen und Ausgaben, sowie die Prüfung und Zahlung der Eingangsrechnungen wird im Betrieb selbst abgewickelt.

3.3 Beschreibung der aktuell verwendeten Systeme

3.3.1 Gastrodat Hotelsoftware

Die Hotelsoftware des Softwareherstellers „Gastrodat“ ist ein Softwareprodukt, das speziell für Hotels und andere Beherbergungsbetriebe entwickelt wurde. Die Software zielt darauf ab, das Hotelmanagement zu vereinfachen und das Personal zu entlasten. Sie umfasst Funktionen wie grafisch gestaltete Zimmerverwaltung, Gästekartei, Faktura, Kassabuch, statistische Auswertungen und mehr. („gastrodat Produkte für Hotels | Hotelsoftware basic + professional“ 2021)

Die Software wird im gewählten Beherbergungsbetrieb seit einigen Jahren eingesetzt. Installiert ist die Anwendung auf einem PC mit Windows 7. Die Daten mit der die Software arbeitet werden lokal gespeichert, es werden jedoch automatisch regelmäßige Backups durchgeführt, die in der Cloud beim Softwarehersteller gespeichert sind.

Folgende Module werden für den Betrieb des Unternehmens tatsächlich verwendet:

- Zimmerverwaltung
- Gästekartei und Gästeverwaltung
- Faktura

3.3.2 Webseite

Die Webseite des Beherbergungsbetriebs fungiert als digitale Visitenkarte und zentrales Informationsportal für potenzielle Gäste. Sie bietet eine ansprechende Präsentation der Einrichtungen und Dienstleistungen des Hauses. Die Webseite verfügt über eine intuitive Benutzeroberfläche, die es Besuchern ermöglicht, mühelos relevante Informationen wie Zimmerkategorien, Ausstattungsdetails, Standort- und Kontaktinformationen abzurufen.

Der Internetauftritt ist aktuell nicht auf die Nutzung von mobilen Geräten, wie Smartphone oder Tablet, optimiert.

Die Webseite bietet die Möglichkeit, dass Gäste eine Anfrage für Zimmer und Apartments stellen können. Dabei müssen die Interessenten ihre Kontaktinformationen mit ihrer E-Mail-Adresse hinterlegen. Über die angegebene Mailadresse, wird von seitens des Beherbergungsbetriebes der Kontakt bezüglich der gestellten Anfrage, aufgenommen.

Zusätzlich bietet die Webseite aktuelle Informationen zu Preisen, Sonderangeboten und Veranstaltungen. Regelmäßige Aktualisierungen sollen sicherzustellen, dass die präsentierten Informationen stets aktuell und relevant sind. Analysetools, um das Besucherverhalten zu analysieren und die Webseite entsprechend zu optimieren, werden nicht verwendet.

3.3.3 Buchungsplattform Booking.com

Die einzige direkte Buchungsmöglichkeit, welche der Beherbergungsbetrieb seinen Gästen bietet, ist die Buchungsplattform Booking.com. Diese fungiert als Drittanbieter und ermöglicht es dem Betrieb, das Zimmerkontingent einer breiten internationalen Zielgruppe anzubieten. Die Plattform bietet eine benutzerfreundliche Oberfläche, auf der Gäste weltweit nach verfügbaren Unterkünften suchen können.

Die Zusammenarbeit mit Booking.com ermöglicht dem Beherbergungsbetrieb eine bessere Sichtbarkeit in einem globalen Marktsegment. Durch die Integration von Echtzeit-Verfügbarkeiten, Preisen und Buchungsoptionen gewährleistet die Plattform eine effiziente Verwaltung und Aktualisierung der Hotelinformationen. Buchungen, die über Booking.com erfolgen, müssen derzeit manuell in die interne Hotelsoftware eingetragen werden. Ebenso werden die Verfügbarkeiten in regelmäßigen Abständen manuell an das System übermittelt.

Obwohl die Nutzung von Booking.com an bestimmte Vertragsbedingungen und Gebühren gebunden ist, die in der Regel auf Provisionsbasis berechnet werden, ermöglicht die Kooperation einen erweiterten Marktzugang und eine erhöhte Buchungsfrequenz.

3.3.4 Microsoft Outlook

Microsoft Outlook dient als zentrales Kommunikations- und Organisationswerkzeug im Beherbergungsbetrieb. Die Anwendung wird zur Verwaltung von E-Mails eingesetzt. Diese Softwarelösung trägt zu einer effizienten Kommunikation mit den Gästen und Interessenten des Betriebes bei.

Die Synchronisation von Outlook mit anderen Anwendungen und Geräten erleichtert den Zugriff auf relevante Informationen von verschiedenen Plattformen aus. Diese

Integration optimiert die Arbeitsabläufe und trägt zur Verbesserung der Effizienz und Koordination im Hotelmanagement bei. Sensible Informationen und Kommunikationsdaten werden durch entsprechende Sicherheitsmaßnahmen geschützt werden, um die Vertraulichkeit und Integrität zu gewährleisten.

3.3.5 Zahlungsmöglichkeiten

Die Bezahlung des Aufenthaltes erfolgt vor Ort. In einigen Fällen ist es möglich, dass die Gäste bereits eine Anzahlung auf das Konto des Betriebes leisten. Dies wird im Voraus in der Gästekartei der Hotelsoftware erfasst, so dass der bereits bezahlte Betrag bei der Endabrechnung vom Gesamtbetrag abgezogen wird. Die Bezahlung vor Ort kann entweder in bar oder mit den gängigsten Kreditkarten, wie Visa oder Mastercard erfolgen. Dafür steht ein neues und modernes Zahlungsterminal zur Verfügung, das auch kontaktloses Bezahlen unterstützt.

3.3.6 Meldewesen

In der Tourismusbranche muss jeder Gast, der in einem Beherbergungsbetrieb übernachtet, dem örtlichen Tourismusverband gemeldet werden. Auf dieser Basis werden die Abgaben berechnet. Derzeit wird das Meldewesen im Beherbergungsbetrieb analog und manuell abgewickelt. Das heißt, dass der Tourismusverband vorgefertigte Meldeformulare zur Verfügung stellt, die an jeden Gast ausgehändigt werden müssen. Die ausgefüllten Formulare werden dann ebenfalls manuell an den Tourismusverband übergeben.

3.4 Identifizierung der Herausforderungen und Schwachstellen

Die derzeitigen Systeme sind zwar für den täglichen Betrieb geeignet, weisen jedoch einige Schwachstellen auf. Diese können durch den Einsatz moderner Technologien und Softwareprodukte behoben werden. Im folgenden Abschnitt werden die im Rahmen dieser Arbeit identifizierten Schwachstellen näher beschrieben. Ein Konzept zur digitalen Transformation soll diese Schwachstellen kompensieren.

3.4.1 Niedriger Automatisierungsgrad

Die in Kapitel 3.3 beschriebenen Systeme zeigen einen sehr geringen Automatisierungsgrad. Viele Arbeitsschritte, die durch eine Software automatisiert werden könnten, werden derzeit noch manuell durchgeführt. Diese manuellen Prozesse, wie zum Beispiel die Übermittlung der Verfügbarkeiten an die Buchungsplattform Booking.com, sind oft sehr zeitaufwändig und fehleranfällig. Zudem binden diese Aufgaben personelle Ressourcen, die eigentlich für den Gästeservice eingesetzt werden

sollten. Letztlich sind diese manuellen Prozesse auch teurer als automatisierte Prozesse und erhöhen somit die Betriebskosten für den Betrieb.

3.4.2 Fehlende Schnittstellen

Eine weitere Schwachstelle im aktuellen Betrieb ist die mangelnde Integration und Kommunikation zwischen den eingesetzten Softwaresystemen. Die Hotelsoftware, die Buchungsplattform Booking.com, sowie die Webseite des Unternehmens laufen alle autark und sind nicht über Schnittstellen miteinander verbunden, was zu Mehraufwand und Problemen führt.

Ein großes Problem ist die doppelte Dateneingabe, die sehr zeitaufwändig und fehleranfällig ist. Die verfügbaren Pauschalen müssen ständig manuell auf der Webseite angelegt werden. Diese mühsame Arbeit, die einen erheblichen Mehraufwand bedeutet, birgt auch die Gefahr von Fehlern, da die Preise der Pauschalangebote auf der Webseite gepflegt werden müssen. Wie bereits in Punkt 3.4.1 erwähnt, müssen die Verfügbarkeiten und Preise manuell in die Buchungsplattform Booking.com übertragen werden. Dies erfordert besondere Aufmerksamkeit, da die Verfügbarkeiten sorgfältig gepflegt werden müssen, da es sonst zu Überbuchungen kommen kann. Wenn Fehler wie Überbuchungen oder falsche Preise zu häufig auftreten, kann dies einen schlechten Eindruck bei den Gästen hinterlassen.

3.4.3 Analoge Prozesse

Bei einem analogen Prozess werden die Prozessschritte manuell beziehungsweise händisch ausgeführt. Der Nachteil analoger Prozesse liegt vor allem in ihrer Ineffizienz und Fehleranfälligkeit im Vergleich zu digitalisierten Prozessen. Analoge Prozesse, wie manuelle Eingaben oder Papierformulare, sind zeitaufwändig und erfordern häufig physische Präsenz. Dies führt zu langsameren Reaktionszeiten bei Anfragen oder Änderungen und kann die Geschwindigkeit und Effizienz beeinträchtigen.

Im ausgewählten Beherbergungsbetrieb werden viele Prozesse analog abgewickelt. Als Beispiel kann das Meldewesen genannt werden. Wie in Abschnitt 3.3.6 beschrieben, wird das Meldewesen an den örtlichen Tourismusverband komplett analog mit Papierformularen abgewickelt. Ein weiterer Prozess, der analog durchgeführt wird, ist die Übergabe der Belege an die Buchhaltung. Die Buchführung wird von einem externen Unternehmen im ausgewählten Beherbergungsbetrieb durchgeführt. Dabei werden alle Rechnungsbelege der Gäste aus der Hotelsoftware ausgedruckt und in Mappen gesammelt. Diese Mappen werden in regelmäßigen Abständen an das externe Unternehmen übergeben. Dies führt einerseits zu einem erhöhten Arbeitsaufwand und andererseits zu einer sehr hohen Papierverschwendung, wenn jede Rechnung zusätzlich ausgedruckt wird.

4. Anforderungsanalyse

Dieses Kapitel konzentriert sich auf die Analyse der Anforderungen, die für die Entwicklung eines digitalen Konzepts für den Beherbergungsbetrieb erforderlich sind. Ziel des Kapitels ist es, die Kriterien und Bewertungsmethoden für den Auswahlprozess konkreter Systeme festzulegen. Dazu werden die Anforderungen sorgfältig erarbeitet und dargestellt. Die notwendigen Informationen zur vollständigen Erfassung der Anforderungen wurden in enger Zusammenarbeit mit dem Management des gewählten Betriebs gewonnen.

4.1 Zielgruppen

Für die Verfassung dieser Arbeit wurden fünf verschiedene Gruppen von Stakeholdern identifiziert. Die wichtigsten sind dabei die Gruppe der Betriebsführung, die Mitarbeiter, sowie die Gäste und Interessenten des Betriebes. Des Weiteren gibt es das Rechnungswesen, welche von einem externen Unternehmen durchgeführt wird und der Tourismusverband Mayrhofen mit dem in Bezug auf das Meldewesen zusammengearbeitet wird. Im Folgenden werden die Zielgruppen dieses Projekts, sowie ihre Anforderungen und Ziele beschrieben.

4.1.1 Betriebsführung

Die Leiterin des Betriebs hat einen maßgeblichen Einfluss auf die Anforderungen des Projekts. Sie übernimmt zu einem großen Teil die Rolle der Rezeptionistin und kümmert sich um das Reservierungsmanagement im Betrieb. Im Rahmen eines Interviews wurden Anforderungen und Ziele an das digitale Konzept evaluiert. Eine effiziente Verwaltung von Buchungen, Zimmerbelegungen und Kundenbeziehungen hat höchste Priorität. Daher hat die Verbesserung der operativen Effizienz und die damit verbundene Kosteneinsparung oberste Priorität. Darüber hinaus soll ein besseres Kundenerlebnis während der gesamten Customer Journey gewährleistet werden.

4.1.2 Mitarbeiter

Im Beherbergungsbetrieb sind vier Mitarbeiter beschäftigt, die hauptsächlich im Service und in der Reinigung arbeiten. Je nach Bedarf werden sie aber auch für andere Tätigkeiten an der Rezeption eingesetzt. Die Erleichterung der Arbeitsabläufe und die Steigerung der Produktivität ist für sie von großer Bedeutung. Die Hauptanforderung dieser Zielgruppe ist die Einführung digitaler Tools, welche die täglichen Aufgaben und Prozesse vereinfachen. Dazu gehört in erster Linie ein Zimmerverwaltungssystem mit dem die Arbeiten dokumentiert und der Status der Zimmer an die Rezeption gemeldet werden kann.

4.1.3 Gäste

Gäste sind für einen Beherbergungsbetrieb eine wichtige Zielgruppe, da sie über den Unternehmenserfolg entscheiden. Laut einer Studie der WKO in Zusammenarbeit mit der Johannes-Kepler-Universität in Linz ist es im Zuge der Digitalisierung zunehmend wichtig, die spezifischen Bedürfnisse der Gäste entlang der Customer Journey in den Mittelpunkt zu stellen. Das bedeutet, dass die digitalen Dienste vor allem für die Gäste so individuell wie möglich gestaltet sein müssen und die Customer Journey digital abgewickelt werden kann. (Neiß, Bauer, und Schmied-Länger, o. J.)

4.1.4 Rechnungswesen

Ein Beherbergungsbetrieb ist, wie andere Unternehmen auch, gesetzlich dazu verpflichtet, eine Buchhaltung zu führen. Das Rechnungswesen wird bei dem ausgewählten Beherbergungsbetrieb an ein externes Unternehmen ausgelagert. Dieses ist für die lückenlose Erfassung aller Umsätze und Ausgaben des Betriebs und deren Integration in die Buchhaltung verantwortlich. Das Rechnungswesen benötigt Daten wie Auswertungen zu Umsatzdaten und weiteren Finanzkennzahlen aus der Hotelsoftware. Das externe Unternehmen stellt außerdem Schnittstellen zu seinen Buchhaltungssystemen bereit, um eine effiziente und digitale Übertragung der Geschäftsdaten zu gewährleisten.

4.1.5 Tourismusverband Mayrhofen-Hippach

Der Tourismusverband ist die Organisation, welche sich um alle zentralen Fragen und Aufgaben des regionalen Tourismus kümmert. Eine dieser Aufgaben ist das Meldewesen, welches eine direkte Zusammenarbeit mit dem Beherbergungsbetrieb erfordert. Jeder Gast der einen Aufenthalt im Betrieb verbringt, muss beim Tourismusverband gemeldet werden. Der Tourismusverband bietet für das Meldewesen ein elektronisches Meldesystem an. Dieses muss auch bei der Entwicklung des digitalen Gesamtkonzepts berücksichtigt werden. (Tourismusverband Mayrhofen-Hippach, o. J.)

4.2 Erfassung der Anforderungen an das digitale Gesamtkonzept

Dieser Abschnitt beschreibt die Anforderungen an das digitale Gesamtkonzept beschrieben. Die Anforderungen wurden in einem gemeinsamen Workshop mit der Betriebsführung erarbeitet. Das Ziel des Workshops war es, Möglichkeiten zu finden, um die tägliche Arbeit zu erleichtern und den Gästen einen optimalen Service zu bieten. Die benötigten Funktionen werden in der Anforderungsanalyse dieser Arbeit beschrieben.

4.2.1 Funktionale Anforderungen

Die folgenden Punkte beschreiben die funktionalen Anforderungen für das digitale Gesamtkonzept. Funktionale Anforderungen sollten immer einen direkten Nutzen für eine Software haben. (Sommerville 2018) Für ein ganzheitliches Konzept sind mehrere Softwaresysteme erforderlich, die miteinander verbunden und integriert sind. Bereits im Vorfeld der Anforderungsanalyse wurden diese Systeme definiert. Daher sollten in der Anforderungsanalyse nur die funktionalen Anforderungen der verschiedenen Systeme beschrieben werden.

4.2.1.1 Hotelsoftware

Das zentrale System des digitalen Gesamtkonzepts ist die Hotelsoftware, auch bekannt als Property-Management-System (PMS). Es handelt sich um ein umfassendes Tool zur Verwaltung und Optimierung der verschiedenen Prozesse in einem Beherbergungsbetrieb.

4.2.1.1.1 Reservierungen managen

Die Verwaltung von Buchungen und Reservierungen sollte über eine intuitive grafische Oberfläche erfolgen. Um die Gäste den verfügbaren Zimmern zuzuordnen, müssen alle wichtigen Informationen wie, An- und Abreisedaten, auf einen Blick ersichtlich sein. Zusätzlich sollen im Reservierungsmanagement Gästepräferenzen und spezielle Anforderungen erfasst werden können, damit alle wichtigen Informationen zum Gast an einer einzigen Stelle ersichtlich sind.

4.2.1.1.2 Zimmer verwalten

Um Gäste im Reservierungsmanagement den Zimmern zuordnen zu können, müssen diese systemseitig erfasst werden. Neben einer Kategorisierung ist auch der Status des Zimmers wichtig, um beim Check-In des Gastes in der Hotelsoftware zu erkennen, ob das Zimmer bereits gereinigt wurde oder nicht. Außerdem müssen die Tarife für jedes Zimmer oder Apartment gepflegt werden können.

4.2.1.1.3 Kundenbeziehungen pflegen

Kundenmanagement ist in einem Beherbergungsbetrieb von großer Bedeutung, um eine individuellere Betreuung zu ermöglichen. Das Ziel des Kundenmanagements besteht darin, die Bindung zwischen dem Gast und dem Betrieb zu stärken und somit wiederkehrende Aufenthalte zu erreichen. Neben der personalisierten Gästebetreuung, die von individuellen Zimmerwünschen bis hin zu personalisierten Empfehlungen reichen kann, ist es ebenso wichtig, personalisierte Angebote und gezielte Kommunikation mit den Gästen zu fördern. Der Betrieb kann die Servicequalität verbessern und schnell auf Kundenbedürfnisse reagieren, indem er das Kundenmanagement einsetzt.

In Bezug auf das Kundenmanagement sollte vor allem eine gezielte Kommunikation mit den Gästen umgesetzt werden. Der Kunde soll einige Tage vor der Anreise eine E-Mail-Nachricht mit einer Erinnerung an den Aufenthalt und den wichtigsten Informationen zur Anreise erhalten. Darüber hinaus soll dem Gast auch nach der Abreise die Möglichkeit gegeben werden, den Aufenthalt zu bewerten. Der Beherbergungsbetrieb strebt danach, möglichst viele Bewertungen zu sammeln, um seinen Gästen in Zukunft ein noch besseres Urlaubserlebnis bieten zu können. Interessierte Personen können sich über ein Newsletter-System regelmäßig über Neuigkeiten und spezielle Angebote informieren.

4.2.1.1.4 Check-in/Check-out-Prozesse automatisieren

Der Check-in- und Check-out-Prozess soll in Zukunft für Gäste und Beherbergungsbetrieb gleichermaßen einfach und bequem abgewickelt werden. Hierfür wird der nahezu gesamte Prozesse digitalisiert.

Das Einchecken sollte den Gästen bereits vor der Anreise ermöglicht werden. Dazu erhalten die Gäste per E-Mail einen Link zum Online-Check-in. Dort können sie bereits alle notwendigen Daten eingeben, sodass bei der Anreise nur noch der Zimmerschlüssel ausgehändigt werden muss. Dies spart den Mitarbeitern an der Rezeption zusätzliche Arbeit. Zudem können alle Gästedaten bereits im Vorfeld geprüft und für das elektronische Meldewesen, welches in Kapitel 4.2.1.1.8 beschrieben wird, bereitgestellt werden. Sollten die Gäste den Check-in vor Ort wünschen, sollten an der Rezeption Tablets zur Verfügung stehen, welche an die Gäste ausgehändigt werden, damit diese die erforderlichen Daten eingeben können. Dies soll unnötigen Papierverbrauch vermeiden und die Übertragung der Daten ins System vereinfachen.

Der Check-out-Prozess soll ähnlich wie beim Check-in ablaufen und möglichst autonom und ohne Kontakt zur Rezeption erfolgen. Dabei soll vor allem der Bezahlvorgang online abgewickelt werden können. Der Gast soll kurz vor Ende des Aufenthalts über eine Weboberfläche seine Rechnung digital einsehen können und den offenen Betrag dort mittels verschiedener Zahlungsmöglichkeiten begleichen können. Die Abgabe des Zimmerschlüssels, sollte schlussendlich die einzige Interaktion mit der Rezeption sein. Gäste, die an der Rezeption auschecken möchten, haben weiterhin die Möglichkeit, bar oder mit Karte zu bezahlen und eine Rechnung per E-Mail oder in Papierform zu erhalten.

4.2.1.1.5 Rechnungen erstellen und Zahlungen abwickeln

Der Prozess der Rechnungserstellung sollte in die Hotelsoftware integriert werden, um während des Aufenthalts alle Dienstleistungen, wie Übernachtungen und Konsumationen zu erfassen. Dadurch wird eine flexible Rechnungserstellung ermöglicht, die auch das Erstellen von Teilrechnungen pro Reservierung erlaubt.

Die Rechnung kann nach der Erstellung ausgedruckt oder als PDF generiert werden. Alle Leistungen und Gebühren müssen transparent dargestellt werden. Neben der Auflistung der einzelnen Posten, müssen auch alle Steuersätze von der Hotelsoftware entsprechend berechnet und schlussendlich auf der Rechnung ersichtlich sein. Zudem sollten die Rechnungen in verschiedenen Sprachen generiert werden können, um internationalen Gästen ein Dokument aushändigen zu können, welches sie verstehen können.

Wie bereits in Kapitel 4.2.1.1.4 beschrieben, sollte die Rechnung dem Gast elektronisch in einer Weboberfläche oder in eine App zur Verfügung gestellt werden. Es ist empfehlenswert, dass der Gast die Rechnung sofort online begleichen kann, wofür die gängigsten Zahlungsmöglichkeiten wie Kredit- und Debitkarte oder Online-Zahlungsdienste unterstützt werden sollten. Hierbei müssen alle Sicherheitsstandards eingehalten werden. Die Zahlungsverarbeitung sollte ebenfalls von der Hotelsoftware übernommen werden, damit die Zahlungen verbucht werden und die bezahlten Beträge des Gastes übersichtlich in der Gästekartei dargestellt werden.

4.2.1.1.6 Kundenfeedback einholen

Die Bewertungen der Gäste über ihren Aufenthalt sind für den Beherbergungsbetrieb von enormer Bedeutung. Sie geben Aufschluss darüber, welcher Service bei den Gästen gut ankommt und wo es noch Verbesserungspotenzial gibt. Um einen möglichst aussagekräftigen Überblick über die Meinungen der Kunden zu erhalten, ist es unerlässlich so viel Feedback wie möglich einzuholen. Daher sollte die Hotelsoftware das Sammeln von Kundenmeinungen nahtlos in die Gästeerfahrung integrieren. Dies könnte durch automatisierte E-Mail-Nachrichten erfolgen, die nach der Abreise versendet werden. Die Abfrage sollte intuitiv und zeitlich nicht aufwändig gestaltet sein. Wenn der Bewertungsprozess zu kompliziert oder zu zeitaufwändig ist, könnte der Gast überfordert sein und die Bewertung abbrechen. Die Ergebnisse sollten in der Hotelsoftware gespeichert und mithilfe von Auswertungen und Berichten analysiert werden können.

4.2.1.1.7 Geschäftszahlen auswerten

Um eine effektive Steuerung des Betriebs zu ermöglichen, ist es von hoher Bedeutung, dass die Betriebsführung Geschäftszahlen auswerten kann. Eine der wichtigsten Kennzahlen ist dabei der Umsatz, der einen Überblick über die finanzielle Situation gibt. Es ist dabei wichtig, dass die Umsätze nach individuellen Gruppen wie zum Beispiel Zimmertypen kategorisiert werden können. Die Umsatzgruppierung soll Einblicke geben, welche Bereiche einen guten Umsatz erzielen und bei welchen es noch Verbesserungspotenzial gibt.

Ein weiterer Aspekt bei der Berichterstattung von Geschäftszahlen ist die Auslastung der Betriebskapazitäten. Die Analyse der Belegung soll Erkenntnisse darüber liefern, wie gut

die Zimmer genutzt werden. Die Kennzahlen in diesem Bereich sollen insbesondere bei der Preisgestaltung helfen, um Preise dynamisch anpassen zu können und die Auslastung sowie den Umsatz zu maximieren.

Zusätzlich zur Auswertung von Finanzkennzahlen, soll wie bereits im vorherigen Kapitel erwähnt, das Feedback der Gäste ausgewertet werden können. Mithilfe der Gästebewertungen soll die Qualität des Services und des gesamten Betriebs analysiert werden, um Verbesserungen abzuleiten, die das Erlebnis für die Gäste verbessern. Dadurch soll eine langfristige Gästebindung erreicht werden.

4.2.1.1.8 Drittanbietersysteme integrieren

Um das Konzept der Digitalisierung abzurunden, ist es notwendig, dass die Hotelsoftware in der Lage ist, Drittanbietersysteme über Schnittstellen anzubinden. Für den Beherbergungsbetrieb sind dabei drei wesentliche Systeme von Bedeutung.

Um auf externen Buchungsplattformen präsent zu sein, muss die Hotelsoftware mit einem Channel Manager interagieren. Der Channel Manager, der in Kapitel 4.2.1.3 näher erläutert wird, synchronisiert die Verfügbarkeiten und Raten auf den verschiedenen Buchungsplattformen. Damit die notwendigen Daten mit den unterschiedlichen Plattformen abgeglichen werden können, muss der Channel Manager über eine Schnittstelle an die Hotelsoftware angebunden sein.

Wie bereits in Kapitel 4.2.1.1.4 beschrieben, sollen die Gästedaten bei der Ankunft in der Hotelsoftware erfasst werden und anschließend an das Meldewesen des Tourismusverbandes Mayrhofen weitergeleitet werden. Hierfür wird das elektronischen Meldewesen des Tourismusverbandes genutzt, welches von der Firma Feratel bereitgestellt wird. Die Datenübermittlung erfolgt direkt über den Betrieb und die Abrechnung der Abgaben erfolgt automatisch durch das Meldewesen-System automatisch. („Elektronische, digitale Gästemeldung“, o. J.). Um das elektronische Meldewesen für den Beherbergungsbetrieb nutzen zu können, muss die Hotelsoftware eine Schnittstelle zur Meldewesen-Lösung von Feratel bereitstellen.

Das dritte System, welches an die Hotelsoftware angebunden werden muss, ist die Webseite des Betriebes. Dadurch wird es den Gästen ermöglicht, über die eigene Homepage des Hotels Online-Buchungen vorzunehmen. Die Hotelsoftware muss eine direkte Anbindung bereitstellen, um die Verfügbarkeiten und Preise bereitzustellen.

4.2.1.2 Webseite

Eine Webseite ist für einen Beherbergungsbetrieb die zentrale Plattform, um den eigenen Betrieb online zu präsentieren. Dabei soll mit einer Webseite vor allem die Markenpräsenz und die Sichtbarkeit im World Wide Web erhöht werden. Eine Webseite repräsentiert den Beherbergungsbetrieb ansprechend und bietet den Gästen ansehnliche Bilder und Beschreibungen zu Einrichtungen und Umgebung.

Zusätzlich zur Präsentation des Hauses, sollte eine Webseite eine direkte Buchungsfunktion beinhalten. Durch die Integration der Buchungsfunktionalität wird nicht nur der Komfort für den Kunden erhöht, sondern auch die Abhängigkeit von Drittanbieter Buchungsplattformen reduziert. Laut einer Studie von Triptease, einer Marketingplattform für Hotels, würden 72 Prozent der Befragten direkt beim Hotel buchen, um den besten Preis zu erhalten. (hotelsuite-tg 2020)

4.2.1.2.1 Repräsentation des Betriebes

Die Webseite des Betriebs soll den Besuchern ein authentisches Bild des Angebots vermitteln. Besonders die visuelle Darstellung in Form von hochwertigen Bildern soll dazu beitragen. Die Bilder sollen den Betrieb mit seinen Zimmern, Einrichtungen und Besonderheiten wie dem SPA-Bereich hervorheben. Eine optimale Repräsentation des Beherbergungsbetriebes wird durch informative und klare Beschreibungen der Zimmereinheiten und Dienstleistungen erreicht. Dabei sollte jedoch darauf geachtet werden, eine ausgewogene Darstellung zu wahren und keine subjektiven Bewertungen einzubringen. Es ist wichtig, besondere Angebote oder Geschichten zum Betrieb hervorzuheben, damit der Webseite ein einzigartiger Charakter verliehen wird.

4.2.1.2.2 Online-Buchung

Interessierten Besuchern der Webseite soll die Möglichkeit geboten werden, einfach und praktisch einen Aufenthalt direkt über die Webseite zu buchen. Aus diesem Grund muss auf der Webseite ein benutzerfreundliches Buchungssystem integriert werden, welches den Gästen eine direkte Buchung von Zimmern über die Webseite ermöglicht. Um diese Funktionalität umzusetzen, muss die Integration direkt mit der Hotelsoftware kommunizieren, um Echtzeitinformationen über Verfügbarkeiten und Preise zu erhalten. Außerdem sollten nach einer Buchung über die Webseite, die Verfügbarkeiten in der Hotelsoftware angepasst werden, um Doppelbuchungen von Zimmern oder Apartments zu vermeiden.

4.2.1.2.3 Kontaktmöglichkeit

Die Kontaktinformationen des Betriebs sollten auf der Webseite leicht auffindbar sein. Zusätzlich sollte den Besuchern der Webseite die Möglichkeit geboten werden, Kontakt mit dem Betrieb aufzunehmen. Dies könnte über ein Online-Formular realisiert werden, in dem Anfragen gestellt werden können. Das Formular bietet den Gästen eine einfache Möglichkeit, um bei Fragen sehr leicht mit dem Betrieb in Kontakt zu treten.

4.2.1.2.4 Angebote und Pakete

Um den Besuchern der Webseite einen Aufenthalt schmackhaft zu machen, sollen regelmäßig neue Angebote und Aktionen direkt auf der Homepage präsentiert werden. Insbesondere in der Nebensaison sollen diese Angebote die Anzahl der Buchungen erhöhen, um eine bessere Auslastung zu erreichen.

4.2.1.2.5 Mehrsprachigkeit

Im Beherbergungsbetrieb verbringen Gäste aus vielen verschiedenen Ländern ihren Urlaub. Um sicherzustellen, dass sich Interessenten aus allen Nationen auf der Webseite zurechtfinden können, muss diese mehrsprachig sein. Die Mindestanforderung ist, dass sie auf Deutsch und Englisch verfügbar ist.

4.2.1.2.6 Responsive Design

Aufgrund des enormen technologischen Fortschritts in den letzten Jahren werden Webseiten heutzutage nicht mehr ausschließlich auf Desktop-PCs besucht. Weltweit sind mittlerweile 5,9 Milliarden mobile Geräte im Einsatz, von denen etwa 1 Milliarde internetfähig ist. Das bedeutet, dass etwa 50 Prozent der Internetnutzer weltweit mit einem mobilen Endgerät im Web surfen. (Fernandez und Kühn 2012) Daher ist es für den Beherbergungsbetrieb von besonderer Bedeutung, dass die Webseite auf allen Geräten optimiert ist und ein ansprechendes Design aufweist.

4.2.1.2.7 SEO-Optimierung

Die Abkürzung SEO steht für „Search Engine Optimization“, was auf Deutsch übersetzt „Suchmaschinenoptimierung“ bedeutet. Das Ziel dabei ist es, die Sichtbarkeit und das Ranking einer Webseite in den Suchergebnissen von Suchmaschinen zu verbessern. (Nirschl, Kaltenecker, und Eberhardt 2023)

Die Webseite des Beherbergungsbetriebs sollte im Internet so gut wie möglich auffindbar sein. Das bedeutet, dass die Webseite bei der Suche nach dem Begriff „Hotel Zillertal“ in Suchmaschinen wie Google oder Bing, möglichst als eines der ersten Suchergebnisse erscheinen sollte. Dadurch können die Besucherzahlen der Webseite erhöht und letztendlich auch mehr Buchungen generiert werden. Um dieses Ziel zu erreichen, muss die Webseite des Betriebes für Suchmaschinen optimiert sein.

4.2.1.2.8 Newsletter-Anmeldung

Interessierte Gäste und Besucher haben auf der Webseite die Möglichkeit, sich für den Newsletter des Betriebs anzumelden. Dadurch erhalten sie regelmäßig Informationen zu Neuigkeiten und Angeboten. Auch Personen, die sich für einen Aufenthalt interessieren, können sich anmelden.

4.2.1.2.9 Datenschutz und Sicherheit

Die Webseite sollte allen Richtlinien und Gesetzen zum Datenschutz und zur Datensicherheit entsprechen. Insbesondere bei der Online-Buchung und der Zahlungsabwicklung muss die Datensicherheit und Datenschutzkonformität sichergestellt sein.

4.2.1.3 Channel Manager

Buchungsplattformen wie HRS oder Booking.com sind für Beherbergungsbetriebe von enormer Bedeutung, da sie den Vertrieb und die Sichtbarkeit verbessern. Um die Vernetzung mit verschiedenen Vertriebskanäle zu organisieren, ist ein sogenannter „Channel Manager“ erforderlich. Dieser ermöglicht es, Daten zu Verfügbarkeiten und Preisen zentralisiert an die Kooperationspartner zu senden. Der Betrieb selbst muss die Daten an einer Stelle pflegen und muss sich nicht um die Verteilung der Daten kümmern. (Hoppe 2018, S. 17)

4.2.1.3.1 Kanäle zentral verwalten

Die zentrale Verwaltung aller Buchungskanäle ist die wichtigste Funktionalität eines Channel Managers. Es sollten alle bekannten Buchungsplattformen in den Channel Manager eingebunden werden, um für den Beherbergungsbetrieb möglichst viele Vertriebskanäle zu eröffnen und somit die Sichtbarkeit weiter zu erhöhen.

4.2.1.3.2 Integration in die Hotelsoftware

Der Channel Manager muss nahtlos in die Hotelsoftware und deren Reservierungsmanagement integriert werden können. Alle Verfügbarkeiten sollten an einem zentralen Ort, der Hotelsoftware, gepflegt werden müssen. Der Channel Manager verteilt die Verfügbarkeiten aus dem Reservierungsmanagement der Hotelsoftware in die verschiedenen Buchungsplattformen.

4.2.1.3.3 Preise flexibel gestalten

Da bei Buchungsplattformen für jede Buchung Gebühren anfallen, ist es notwendig die Preise für jede Plattform flexibel zu gestalten. Dadurch können die Gebühren der Plattformen in den Zimmerpreis einberechnet werden.

4.2.1.3.4 Echtzeit-Synchronisation

Alle Preise und Verfügbarkeiten müssen automatisch und in Echtzeit über alle Kanäle hinweg aktualisiert werden, um Überbuchungen und inkonsistente Verfügbarkeiten zu vermeiden.

4.2.2 Nichtfunktionale Anforderungen

Im folgenden Abschnitt werden die nichtfunktionalen Anforderungen für das digitale Gesamtkonzept des Beherbergungsbetriebes beschrieben. Nichtfunktionale Anforderungen haben keinen direkten Nutzen, sondern beschreiben die Eigenschaften des gesamten Systems, wie Performance, Zuverlässigkeit oder Verfügbarkeit. (Sommerville 2018). Alle Softwaresysteme, die für das digitale Gesamtkonzept erforderlich sind, müssen diese nichtfunktionalen Anforderungen erfüllen.

4.2.2.1 Benutzerfreundlichkeit

Alle verwendeten Systeme sollten eine übersichtliche Oberfläche und eine intuitive Navigation bieten. Es sollte möglichst wenig Aufwand und Ressourcen in Form von Zeit erforderlich sein, um alle definierten Merkmale auszuführen. Benutzer und Besucher sollten sich schnell in den Systemen zurechtfinden können, um das Produkt effektiv zu nutzen. Die Benutzerfreundlichkeit beeinflusst die Akzeptanz und Zufriedenheit der bereitgestellten digitalen Services.

4.2.2.2 Performance

Alle digitalen Systeme und Plattformen sollten eine schnelle Ladezeit und eine reibungslose Leistung bieten, um eine positive Nutzererfahrung zu gewährleisten. Um die tägliche Arbeit uneingeschränkt durchführen zu können, ist es wichtig, dass die Systeme einen guten Durchsatz aufweisen. Der Durchsatz definiert die Menge an Arbeit, die ein System innerhalb eines bestimmten Zeitraums bewältigen kann.

4.2.2.3 Anpassungsfähigkeit

Alle Softwaresysteme sollten flexibel genug sein, um Anpassungen, Veränderungen oder spezielle Anforderungen effizient implementieren zu können. Deshalb sollten die Produkte gut wartbar und leicht erweiterbar sein. Auch Gesetzesänderungen, wie zum Beispiel neue Steuersätze, sollten problemlos adaptiert werden können. Neue Buchungsplattformen sollten ebenso mit geringem Aufwand in das digitale Gesamtsystem integriert werden.

4.3 Definition von Kriterien und Bewertungsmethoden

Um im späteren Auswahlprozess der Produkte, die unterschiedlichen Softwaresysteme bewerten zu können, müssen Kriterien für den Auswahlprozess definiert werden. Im Forschungsbericht „Entwicklung und Anwendung von Bewertungsgrundlagen für ressourceneffiziente Software unter Berücksichtigung bestehender Methodik“ des Umweltbundesamt, wird eine Systematik der Bewertungskriterien dargestellt. Es geht dabei um drei zentrale Merkmale: Ressourceneffizienz, potenzielle Hardware-Nutzungsdauer und Nutzungsautonomie. Weitere Kriterien sind Ressourcenmanagement, Plattformunabhängigkeit, sowie Transparenz und Interoperabilität. (Gröger u. a. 2018)

Im Rahmen dieser Arbeit werden die Bewertungskriterien nicht nur auf die reine Funktionalität, sondern auch auf betriebswirtschaftliche Aspekte ausgerichtet sein. Das Ziel dieser Arbeit ist es, ein digitales Gesamtkonzept zu entwickeln, das die Relation zwischen Kosten und Nutzen so ausgewogen wie möglich hält. Dementsprechend sollen die verschiedenen Lösungen hinsichtlich ihrer Kosten und des daraus resultierenden Nutzens bewertet werden. Schließlich sollte die Umsetzung des digitalen Gesamtkonzepts betriebswirtschaftlich realisierbar sein.

Die folgenden Abschnitte fassen die in der Anforderungsanalyse definierten Funktionalitäten in einer Tabelle zusammen und priorisieren sie. Dies soll bei der späteren Auswahlverfahren helfen, die Anforderungen auszuwählen. Zur Priorisierung wird die MoSCoW-Methode verwendet. Diese Methode wird häufig im Planungsprozess für die Anforderungen an ein Softwareprodukt eingesetzt. Das MoSCoW-Prinzip wird verwendet, um Anforderungen nach ihrer Dringlichkeit zu priorisieren. (Dumont 2021, S. 36-37)

MoSCoW ist eine Abkürzung und steht für:

- **MUST** – Unverzichtbare Anforderungen, die garantiert umgesetzt werden, die für ein erfolgreiches Projekt zwingend erforderlich sind.
- **SHOULD** – Anforderungen, die nicht zwingend erforderlich sind, aber einen erheblichen Nutzen für das Unternehmen bedeuten
- **COULD** – Anforderungen, welche nach Möglichkeit umgesetzt werden sollten, jedoch bei Problemen als Erstes vernachlässigt werden.
- **WON'T** – Anforderungen, die nicht berücksichtigt werden, jedoch möglicherweise in der Zukunft wichtig werden.

4.3.1 Priorisierung der funktionalen Anforderungen

In der folgenden Tabelle werden alle definierten funktionalen Anforderungen aufgelistet und nach der MoSCoW-Methode priorisiert.

Tabelle 1: Tabellarische Darstellung der funktionalen Anforderungen mit Priorisierung

Priorisierung	System	Anforderung
MUST	Hotelsoftware	Reservierungsmanagement
MUST		Zimmerverwaltung
SHOULD		Kundenbeziehungspflege
SHOULD		Check-in/Check-out Automatisierung
MUST		Rechnungserstellung und Zahlungsabwicklung
COULD		Kundenfeedback
MUST		Geschäftszahlenauswertung
MUST		Integration von Drittanbietersysteme
MUST	Webseite	Repräsentation des Betriebes
SHOULD		Online-Buchung
MUST		Kontaktmöglichkeit
SHOULD		Angebote und Pakete
MUST		Mehrsprachigkeit
MUST		Responsive Design
SHOULD		SEO-Optimierung
COULD		Newsletter Anmeldung
MUST	Channel-Manager	Datenschutz und Sicherheit
MUST		Zentrale Kanalverwaltung
MUST		Hotelsoftwareintegration
MUST		Flexible Preisgestaltung
SHOULD		Echtzeit-Synchronisation

4.3.1.1 Visualisierung der Priorisierung der funktionalen Anforderungen

Zur Visualisierung der funktionalen Anforderungen wird das MoSCoW Chart verwendet. Es soll die verschiedenen Anforderungen des digitalen Gesamtkonzepts visuell darstellen. Die definierten Anforderungen welche bereits in Tabelle 1 priorisiert wurden, werden in den folgenden Abbildungen für jedes System dargestellt.



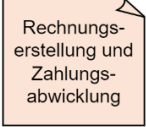



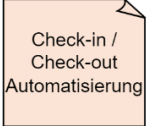

Priorität	Anforderungen
Must have	    
Should have	 
Could have	
Won't have	

Abbildung 3: MoSCoW Chart mit der Priorisierung der Anforderungen an die Hotelsoftware

Priorität	Anforderungen				
Must have	Repräsentation des Betriebes	Kontaktmöglichkeit	Mehrsprachigkeit	Responsive Design	Datenschutz und Sicherheit
Should have	Online-Buchung	Angebote und Pakete	SEO-Optimierung		
Could have	Newsletter Anmeldung				
Won't have					

Abbildung 4: MoSCoW Chart mit der Priorisierung der Anforderungen an die Webseite

Priorität	Anforderungen		
Must have	Zentrale Kanalverwaltung	Hotelsoftwareintegration	Flexible Preisgestaltung
Should have	Echtzeit-Synchronisation		
Could have			
Won't have			

Abbildung 5: : MoSCoW Chart mit der Priorisierung der Anforderungen an den Channel Manager

4.3.2 Priorisierung der nichtfunktionalen Anforderungen

In der folgenden Tabelle werden alle definierten nichtfunktionalen Anforderungen aufgelistet und nach der MoSCoW-Methode priorisiert.

Tabelle 2: Tabellarische Darstellung der nichtfunktionalen Anforderungen mit Priorisierung

Priorisierung	Anforderung
MUST	Benutzerfreundlichkeit
MUST	Performance
MUST	Zuverlässigkeit und Stabilität
SHOULD	Anpassungsfähigkeit

4.3.2.1 Visualisierung der Priorisierung der nichtfunktionalen Anforderungen

Zur Visualisierung der nichtfunktionalen Anforderungen wird wie in Kapitel 4.3.1.1 das MoSCoW Chart verwendet. Es soll die verschiedenen Anforderungen des digitalen Gesamtkonzepts visuell darstellen. Die definierten Anforderungen welche bereits in Tabelle 2 priorisiert wurden, werden in den folgenden Abbildungen dargestellt.

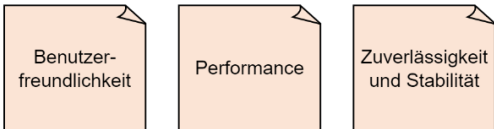

Priorität	Anforderungen
Must have	
Should have	
Could have	
Won't have	

Abbildung 6: MoSCoW Chart mit der Priorisierung der nichtfunktionalen Anforderungen an die Systeme des digitalen Gesamtkonzepts

5. Evaluierung geeigneter Softwarelösungen

5.1 Hotelsoftware und Channel Manager

Im Folgenden wird die Evaluierung einer geeigneten Hotelsoftwarelösung im Rahmen dieser Arbeit beleuchtet. Im Anschluss erfolgt eine Bewertung der verschiedenen Anbieter anhand definierter Kriterien. Die Evaluierung stellt die Grundlage für die Implementierung einer optimalen digitalen Lösung dar, welche die betriebliche Leistungsfähigkeit steigert und gleichzeitig das Kundenerlebnis verbessert.

5.1.1 Marktübersicht relevanter Softwarehersteller

Der Markt der Softwarehersteller für Property-Management-Systeme für Hotels ist durch eine Vielzahl an verschiedenen Anbietern gekennzeichnet. Eine gründliche Marktübersicht ist daher erforderlich, um die optimale Lösung für den Beherbergungsbetrieb zu finden. Mithilfe von Internetrecherche und der Analyse von bekannten und renommierten Hotelsoftwareherstellern, wurde bereits eine Vorselektion getroffen. Dabei wurden drei verschiedene Softwarehersteller für Hotelsoftware und zwei Anbieter für das Channel-Management ausgewählt. Im folgenden Abschnitt werden die unterschiedlichen Hersteller mit ihren Funktionen und den Lizenzkosten detailliert beschrieben.

5.1.1.1 HS/3 Hotelsoftware

Das Unternehmen HS/3 Hotelsoftware GmbH & Co. KG mit Sitz in Detmold, Nordrhein-Westfalen in Deutschland bietet seit 25 Jahren seine eigens entwickelte Hotelsoftware an. Die Software, welche von mehr als 5.000 Kunden verwendet wird, zeichnet sich durch praxisnahe Funktionen, effiziente Prozesse und echten Mehrwert für Hotels aus. („HS3 Hotelsoftware für moderne Hoteliers“, o. J.)

5.1.1.1.1 Funktionsübersicht

Die Hotelsoftware, welche in einer lokalen Desktopanwendung läuft, bietet einen Standardfunktionsumfang an, welcher die Hauptfunktionen vieler Beherbergungsbetriebe bereits abdeckt. Mit Zusatzmodulen kann das Softwaresystem unkompliziert erweitert und auf die individuellen Anforderungen angepasst werden. Die Software wird vom Hersteller in drei verschiedenen Editionen (Basic, Professional und Premium) mit unterschiedlichen Funktionen angeboten. Für den ausgewählten Beherbergungsbetrieb im Rahmen dieser Arbeit wäre die mittlere Version „Professional“ geeignet, da diese für bis zu 50 Zimmer zugelassen ist. Die Datenbank läuft in Abhängigkeit von der Version entweder direkt auf dem lokalen PC oder auf einer SQL-Datenbank, wobei zusätzliche Hardware erforderlich ist. Für die SQL-Datenbank bietet der Softwarehersteller eine eigene Hardwarelösung mit dem Namen Bluebox an, auf der die Datenbank läuft. („HS3 Hotelsoftware für moderne Hoteliers“, o. J.)

Das Produkt beinhaltet folgende zentrale Grundfunktionen:

- Zimmerverwaltung inklusive Belegungsplan
- Gästeverwaltung
- Rechnungserstellung und -verwaltung
- Check-in und Check-out Übersicht mit allen wichtigen Gästeinformationen
- Listen und Statistiken
- Mailingfunktion
- Freimeldung an Online-Reservierungssystemen
- Schnittstellen zu Channel Manager, Online-Buchungsportal, etc.

HS/3 stellt zudem Zusatzmodule bereit, um auch den spezifischen Anforderungen gerecht zu werden. Diese Zusatzmodule werden vom Hersteller angeboten:

- Arrangements für die Verwaltung von Pauschalpreisen und Komplettpaketen
- Erweiterter Vorlagendesigner für Rechnungen und Briefvorlagen
- Fremdsprachen, um die Gästekorrespondenz in mehreren Sprachen erzeugen zu können
- Kontingentverwaltung für die Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern
- Marketingmodul für Newsletter-Service und gezielte Marketingmaßnahmen

Die Hotelsoftware HS/3 verfügt über keine eigene Channel-Manager-Software. Die Funktionalität für das Channel-Management muss folglich über einen externen Anbieter bezogen werden.

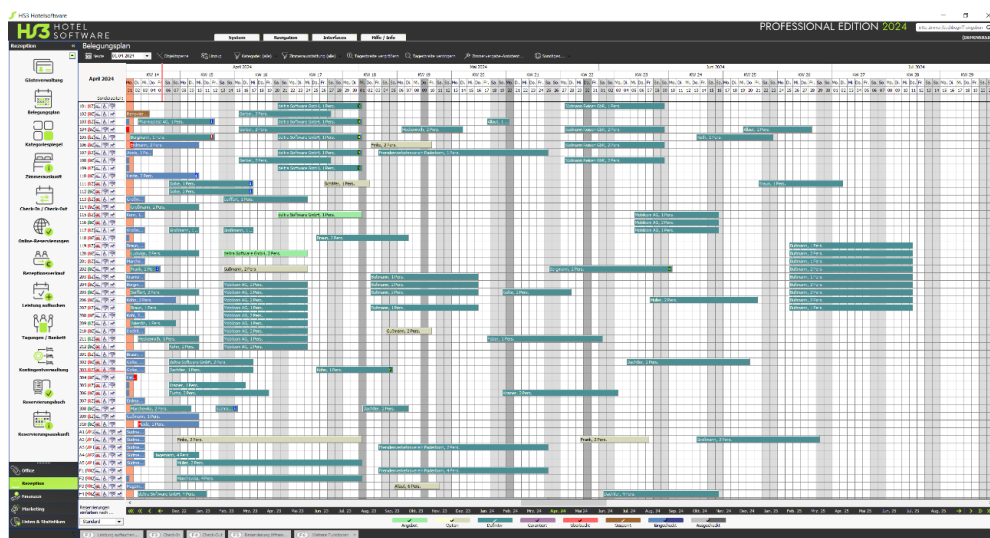


Abbildung 7: Belegungsplan HS/3 Hotelsoftware (Quelle: Demoversion Software)

5.1.1.1.2 Kosten

Zur Erlangung eines Überblicks über die Preisgestaltung wurde für die Softwarelösung ein erstes Angebot eingeholt. Das Angebot wurde vom Anbieter nicht nach den genau definierten Spezifikationen des gewählten Beherbergungsbetriebs erstellt, sondern unter der Annahme, dass einige Zusatzmodule und zusätzlich zwei Schnittstellen benötigt werden. Das Lizenzmodell ist bei dieser Softwarelösung so ausgestaltet, dass für die Softwarelizenz an sich ein einmaliger Betrag fällig ist. Für die Inanspruchnahme von Service- und Wartungsleistungen ist ein monatlicher Betrag zu entrichten. Die folgenden Nettopreise sind gemäß dem Angebot für die HS/3 Hotelsoftware zu veranschlagen.

Tabelle 3: Preisauflistung HS/3 Hotelsoftware

Beschreibung	Preis
Softwarelizenz (einmalig)	€ 7.000,00
Wartungskosten (monatlich)	€ 80,00

5.1.1.2 CASABLANCA Hotelsoftware

Die CASABLANCA Hotelsoftware GmbH wurde im Jahr 1990 gegründet und hat sich seither zu einem führenden Anbieter von Software-Lösungen für Gastronomie- und Hotelbetriebe entwickelt. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Schönwies in Tirol und bietet innovative Lösungen für über 2000 Hotelbetriebe in Österreich, Deutschland, Italien und der Schweiz. („CASABLANCA hotelsoftware“, o. J.)

5.1.1.2.1 Funktionsübersicht

Das zentrale Element dieser Softwarelösung ist das lokal installierte Property-Management-System, welches Funktionen wie einen grafischen Zimmerplan, eine Gästeverwaltung sowie ein Korrespondenzmanagement umfasst. Der modulare Aufbau ermöglicht eine individuelle Anpassung der Hotelsoftware an Betriebe jeder Größenordnung. Zudem ermöglicht er eine vollständige Digitalisierung der Rezeption. Zusätzlich wird die Funktion des Online-Vertriebs angeboten, welche sowohl über die eigene Webseite als auch über verschiedene Buchungskanäle erfolgt. Des Weiteren offeriert das Unternehmen eine Cloud-Lösung, welche die Hotelsoftware als Desktopanwendung ergänzt. Dies ermöglicht es unabhängig von Ort und Zeit zu arbeiten. Die Daten zwischen Cloud und Desktop werden dabei in Echtzeit synchronisiert.

Folgende Funktionen bietet die Hotelsoftwarelösung von CASABLANCA:

- Zimmerplan
- Gästeverwaltung
- Korrespondenzverwaltung
- Rechnungslegung und Kontomanagement
- Listen & Auswertungen
- Buchungsintegration auf der eigenen Webseite
- Digitale Rezeption mit Marketing, Online Check-in und Check-out

Im Vergleich zu anderen Softwareanbietern, bietet CASABLANCA zusätzlich noch einen eigenen Channel Manager an, welcher die Integration in unterschiedliche Buchungsplattformen realisiert. Die Verwaltung, Steuerung und Überwachung der aktivierten Kanäle erfolgt zentralisiert über die Hotelsoftware oder das Cloudsystem von CASABLANCA. Ein großer Vorteil ist dabei die nahtlose Integration des Channel Managers in die Hotelsoftware, welche den Wartungsaufwand erheblich reduziert. („CASABLANCA hotelsoftware“, o. J.)

Diese Funktionen bietet der Channel Manager von CASABLANCA:

- Multipräsenz auf den wichtigsten Kanälen
- Live-Aktualisierung der Verfügbarkeiten und Buchungen zwischen Channel Manager und Property-Management-System
- Einmalige Dateneingabe von Raten und Verfügbarkeiten
- Hotelsoftware und Channel Manager sind nahtlos integriert
- Zentrale Steuerung von Verfügbarkeiten und Kontingente pro Kanal

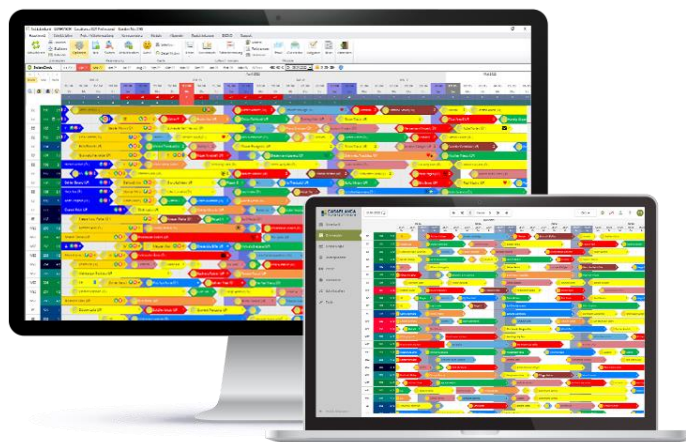


Abbildung 8: Übersicht grafischer Belegungsplan (Quelle: <https://www.casablanca.at/hotelsoftware/> abgerufen am 01.04.2024)

5.1.1.2.2 Kosten

Im Rahmen der Kostenermittlung wurde ebenfalls wie bei der HS/3 Hotelsoftware ein Angebot eingeholt, welches den Anforderungen des Beherbergungsbetriebes entspricht. Das Angebot von CASABLANCA umfasst die lokale Hotelsoftware-Lösung in der Professional-Version inklusive Datenbanklizenzen für drei Arbeitsplätze. Für die Schnittstellen beziehungsweise Zusatzmodule wurde das RKS-V-Fiskalpaket, das Buchungsmodul für die eigene Hotelwebseite, die Anbindung an booking.com und die Schnittstelle zum Feratel-Meldesystem angeboten. Das Preismodell beinhaltet einmalige Lizenzkosten und monatliche Servicegebühren. Die Preise exklusive Mehrwertsteuer aus dem Angebot sind in der folgenden Tabelle beschrieben.

Tabelle 4: Preise CASABLANCA Hotelsoftware

Beschreibung	Preis
Lizenz Hotelsoftware Professional Version → Zimmerplan On-Premise → Gästeverwaltung → Korrespondenzverwaltung → Automailing → Rechnungslegen → Datenbanklizenzen für drei Arbeitsplätze	€ 6.555,00
Lizenz Channel Manager mit diversen Schnittstellen u.a. → Anfragemanager → Anbindung an booking.com → Onlinezahlungssystem → Anbindung Feratel und HRS → Schnittstelle Kreditkartenterminal → Export für Finanzbuchhaltung	€ 9.246,00
Einrichtung, Installation und Schulung nach Aufwand	€ 35,00 pro ¼ Stunde
Wartungskosten Hotelsoftware (monatlich)	€ 160,00
Wartungskosten Channel Manager	€ 494,00
Gesamt einmalige Kosten	€ 15.801,00
Gesamt monatliche Kosten	€ 654,00

5.1.1.3 3RPMS Hotelsoftware

3RPMS bietet seit 2014 ein rein webbasiertes Property-Management-System an, welches derzeit bei mehr als 1.400 Kunden in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Spanien im Einsatz ist. Der Schwerpunkt der Hotelsoftware liegt auf einer benutzerfreundlichen und intuitiven Bedienung für die Nutzerinnen und Nutzer, sowie auf der Automatisierung und Digitalisierung im Bereich der Guest Journey. Die Software wurde von erfahrenen Hotelfachleuten entwickelt, um klare Strukturen und Abläufe zu gewährleisten. („3RPMS - Ihre Hotelsoftware in der Cloud“, o. J.)

5.1.1.3.1 Funktionsübersicht

Die Hotelsoftware von 3RPMS wird in der Cloud gehostet, was den Vorteil bietet, dass mit der Software unabhängig vom Betriebssystem gearbeitet werden kann. Zudem kann jederzeit von jedem Ort auf der Welt auf das System zugegriffen werden, sofern eine Internetverbindung besteht. Um die Daten vor unberechtigtem Zugriff durch Dritte zu schützen, wird eine moderne Ende-zu-Ende-Verschlüsselung verwendet. Die Daten werden ausschließlich in deutschen Rechenzentren mit ISO-27001-Zertifizierung gespeichert und mehrmals täglich gesichert. Die Hotelsoftware kann in drei verschiedenen Versionen (Basic, Pro und Pro plus) erworben werden. Die Nutzung ist auf beliebig vielen Arbeitsplätzen möglich, ohne dass hierfür zusätzliche Kosten entstehen. Dadurch ist es möglich, dass mehrere Personen gleichzeitig mit der Hotelsoftware arbeiten können. („3RPMS - Ihre Hotelsoftware in der Cloud“, o. J.)

3RPMS stellt keine eigene Channel-Manager-Software für die Hotelsoftware bereit. Die Software für das Channel-Management muss von einem externen Anbieter bezogen werden, die in die Hotelsoftwarelösung integriert werden kann.

Folgende zentralen Funktionen bietet die Hotelsoftwarelösung von 3RPMS:

- Belegungsplan zum Anlegen, Fakturieren und Einchecken von Buchungen
- Gästeverwaltung
- Angebote und Reservierungsverwaltung mit der Reservierungsansicht
- Finanzen Registrierkassen-konform (RKSV) aufbereitet
- Listen und Auswertungen
- Automailing
- Online Check-in
- Self-Check-out
- Diverse Schnittstellen zu Channel Manager, Steuerberater, und viele weitere

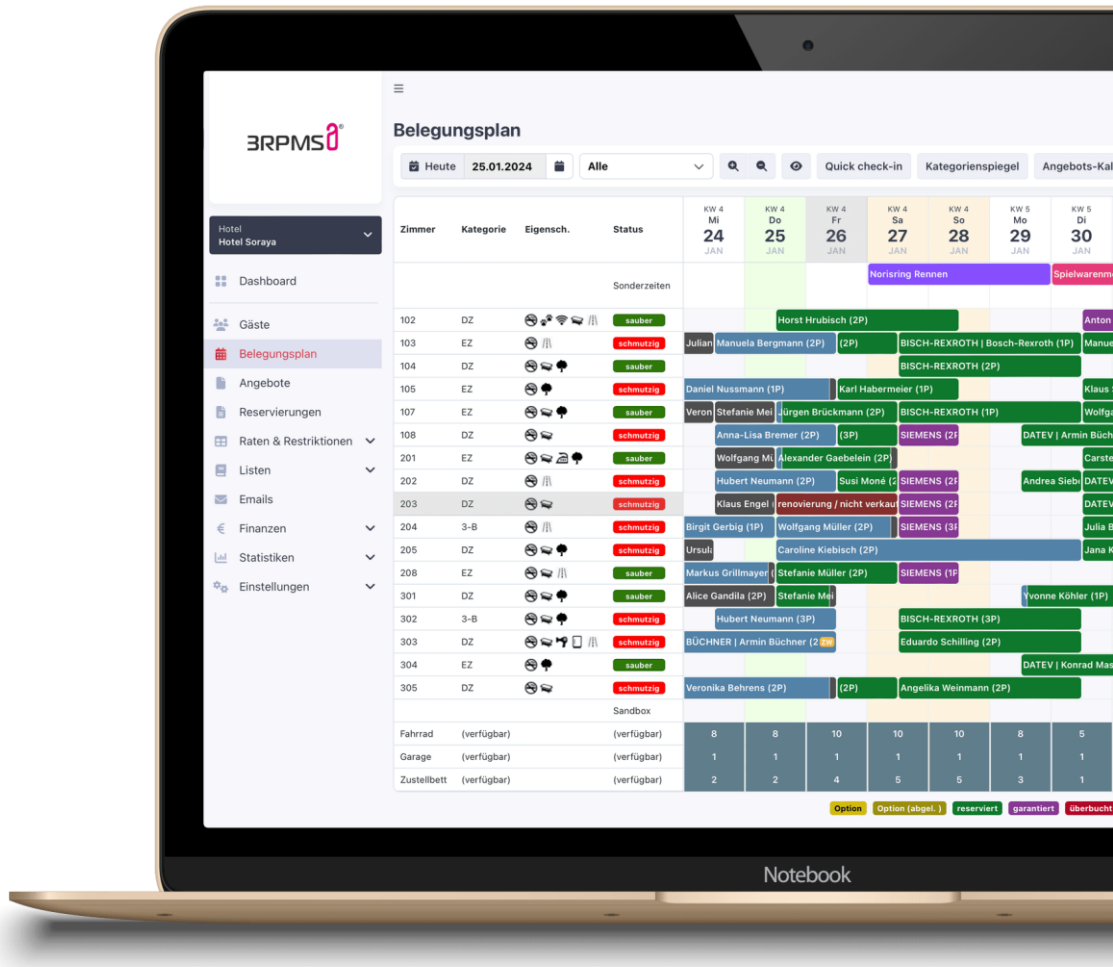


Abbildung 9: Grafischer Belegungsplan 3RPMS Hotelsoftware (Quelle: <https://3rpms-hotelsoftware.de/>, abgerufen am 01.04.2024)

5.1.1.3.2 Kosten

Die Kosten für die Nutzung der Hotelsoftware werden in Form eines monatlichen Pauschalbetrags pro Zimmer abgerechnet. Die Einrichtung der Software ist abhängig von der jeweiligen Version und mit einem einmaligen Einrichtungsbetrag verbunden. Der monatliche Preis beinhaltet bereits kostenlose Updates sowie telefonischen Support von Montag bis Freitag und E-Mail-Support rund um die Uhr an sieben Tagen pro Woche. Zusätzlich wird beim Erwerb eine Online-Einführungsschulung von circa 90 Minuten bereitgestellt. Darüber hinaus werden halbjährliche Auffrischungsschulungen angeboten. Des Weiteren sind im monatlichen Preis zwei Schnittstellen enthalten, welche für die Integration der Channel-Manager-Software und des Feratel-Meldesystems genutzt werden können. Ein weiterer Vorteil der Software besteht in der Tatsache, dass keine zusätzliche Hardware beziehungsweise kein Speicher notwendig ist, da sie in der Cloud läuft.

Folgende Nettopreise können der Webseite von 3RPMS entnommen werden.

Tabelle 5: Preise 3RPMS Hotelsoftware

Beschreibung	Preis
Softwarelizenz 3RPMS Version Pro Plus (monatlich) → Inklusive halbjährliche Auffrischungsschulungen → 2 Schnittstellen inklusive → Premium Support telefonisch und per E-Mail	pro Zimmer € 5,90
Einrichtungskosten (einmalig)	€ 799,00
Monatliche Gesamtkosten für 30 Zimmer	€ 177,00

5.1.1.4 Viato Channel Manager und Booking Engine

Das Unternehmen Viato mit Sitz in Freiburg entwickelt Lösungen für Beherbergungsbetriebe, welche die Optimierung des Online-Vertriebs von Nächtigungen und der damit verbundenen Leistungen zum Ziel haben. Seit der Unternehmensgründung im Jahr 2008 setzen über 1.600 Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf Softwareprodukte von Viato. („Viato - Channelmanager & Buchungssysteme für Hotels / Fewos“, o. J.)

5.1.1.4.1 Funktionsübersicht

Der Viato Channel Manager ermöglicht die nahtlose Integration sämtlicher Buchungsportale in einem Tool. Dies soll zu einer Optimierung der Auslastung sowie zu einer Reduzierung des Zeitaufwands für die Verwaltung von Buchungen führen. Für die in dieser Arbeit beschriebenen Hotelsoftware-Lösungen HS/3 und 3RPMS stellt der Channel Manager Schnittstellen zur Verfügung, sodass eine problemlose Integration gewährleistet ist.

Folgende Funktionen bietet der Channel Manager von Viato:

- Anbindung an diverse Buchungsportale wie booking.com oder Airbnb
- Individuelle Preisaufläge pro Portal
- Automatische Eintragung von Reservierungen in die Hotelsoftware
- Dynamische Preise je nach Auslastung und automatisierte Anpassung der Preise

Um den Gästen die Möglichkeit zu bieten direkt über die eigene Hotel-Webseite zu buchen, stellt Viato eine Booking Engine zur Verfügung, die in die hoteleigene Webseite integriert werden kann. Neben der Option rund um die Uhr Zimmer zu buchen, bietet die Buchungsmaschine weitere Möglichkeiten zur Umsatzsteigerung, indem bereits im Vorfeld besondere Services für den Aufenthalt angeboten werden können.

5.1.1.4.2 Kosten

Die Preisgestaltung für Viato erfolgt ähnlich wie beim Hotelsoftwareanbieter 3RPMS im Rahmen eines Abonnement-Modells, wobei die Preise monatlich verrechnet werden. Dabei ist eine Mindestlaufzeit von 12 oder 24 Monaten zu berücksichtigen. Die Preise richten sich nach der Anzahl an Zimmern. Die Produkte „Booking Engine“ und „Channel Manager“ können separat oder in Kombination erworben werden. Für die Einrichtung ist pro Produkt eine einmalige Einrichtungsgebühr fällig. Die folgenden Nettopreise werden auf der Website von Viato für 30 Zimmereinheiten angeboten:

Tabelle 6: Preise Viato Channel Manager und Booking Engine

Beschreibung	Preis
Lizenz Channel Manager (monatlich)	€ 60,50
Einrichtungskosten Channel Manager (einmalig)	€ 385,00
Lizenz Booking Engine (monatlich)	€ 42,35
Einrichtungskosten Booking Engine (einmalig)	€ 385,00
Kombi-Lizenz Channel Manager + Booking Engine (mtl.)	€ 90,75
Einrichtungskosten Kombi-Lizenz (einmalig)	€ 715,00

5.2 Webseite

Die aktuelle Webseite des gewählten Beherbergungsbetriebs entspricht nicht mehr den modernen Standards und muss daher durch eine neue Webseite ersetzt werden. Da eine Webseite nicht als fixes Softwareprodukt wie bei der Hotelsoftware erworben werden kann, muss sie zu einem gewissen Maße individuell entwickelt werden. In den folgenden Abschnitten werden sowohl die verwendete Technologie als auch eine mögliche Umsetzungsvariante inklusive der damit verbundenen Kosten beschrieben.

5.2.1 Bevorzugte Technologie

Webseiten werden in der heutigen Zeit in der Regel auf Basis eines sogenannten Content-Management-Systems, kurz CMS, entwickelt. Ein CMS stellt ein Grundgerüst dar, welches bei der Erstellung und Verwaltung von Webseiten und deren Inhalte unterstützt. Es existiert eine Vielzahl an Content-Management-System-Herstellern,

welche ihre Produkte als Open-Source-Produkte frei auf den Markt anbieten. Der wesentliche Vorteil solcher Systeme besteht darin, dass sie bereits eine Vielzahl an Funktionalitäten standardmäßig bieten. Dies ermöglicht eine erhebliche Zeitersparnis, sodass sich der Fokus auf die Individualisierung und das Design der Webseite richten kann. („Das Wer, Was und die Arten von Contentmanagementsystemen“, o. J.)

Im Fall des ausgewählten Beherbergungsbetriebs wurde bereits im Vorfeld entschieden, dass die neue Webseite mit dem Content-Management-System von WordPress entwickelt werden soll. Diese Entscheidung basiert auf der Tatsache, dass im Betrieb bereits über internes Knowhow für WordPress verfügt wird. Dadurch ist es möglich, die Webseite problemlos hausintern zu warten und auch zu erweitern.

WordPress erfreut sich großer Beliebtheit und ermöglicht es, Websites ohne umfangreiche technische Kenntnisse zu erstellen. Die Software zeichnet sich durch eine benutzerfreundliche Oberfläche, eine Vielzahl von Designvorlagen und Funktionserweiterungen aus, die eine individuelle Anpassung und Erweiterung von Websites ermöglichen. Zu den Stärken von WordPress zählen seine Flexibilität, Skalierbarkeit und die große Community, die kontinuierlich an der Verbesserung des Systems arbeitet. WordPress wird sowohl von Einzelpersonen als auch von Unternehmen verschiedener Größenordnungen genutzt und eignet sich insbesondere für die Erstellung von Blogs, Online-Shops und Unternehmenswebsites. („WordPress – auf deine Art“, o. J.)

5.2.2 Kosten

Im Rahmen einer Internetrecherche wurde das Unternehmen LimeSoda Interactive Marketing GmbH aus Wien als möglicher Anbieter für die Entwicklung der neuen WordPress-Seite identifiziert. Die Firma ist im Bereich der Webentwicklung und des E-Commerce führend und kann eine Vielzahl von namhaften Kunden aufweisen. Des Weiteren bietet das Unternehmen Webentwicklungen mit WordPress an. Um einen Überblick über die Kosten zu erhalten, wurde eine Anfrage mit den Anforderungen des Beherbergungsbetriebs gestellt. Die folgende Tabelle präsentiert die Preise für die Entwicklung der Webseite sowie die Integration einer Booking Engine für Onlinebuchungen.

Tabelle 7: Preise für die Webseitenentwicklung des Unternehmens LimeSoda Interactive Marketing GmbH

Beschreibung	Preis
Webseitenentwicklung (einmalig) <ul style="list-style-type: none"> → Landingpages für jede Zimmerkategorie → Mehrsprachigkeit → Responsive Design → SEO-Optimierung 	€ 7.000,00
Integration Booking Engine (einmalig)	€ 800,00
Gesamtkosten	€ 7.800,00

5.3 Kostenvergleich der verschiedenen Lösungen

Im Folgenden wird eine detaillierte Analyse durchgeführt, um die Gesamtkosten der verschiedenen Softwarelösungen über einen bestimmten Zeitraum zu bewerten. Die Wahl der richtigen Softwaresysteme hat signifikante und erhebliche finanzielle Auswirkungen und beeinflusst direkt die Kosten-Nutzen-Analyse des digitalen Gesamtkonzepts.

5.3.1 Varianten für die Realisierung des digitalen Gesamtkonzepts

Im Rahmen des Preisvergleichs wurden drei verschiedene Lösungen aus den in Kapitel 5.1 beschriebenen Systemen ausgewählt, welche mehrere Systeme für Hotelsoftware, Channel Manager und Website beinhalten. Die folgende Übersicht zeigt die in Frage kommenden Softwaresysteme für die Einführung des digitalen Konzepts im gewählten Beherbergungsbetrieb.

Tabelle 8: Mögliche Varianten für die Realisierung des digitalen Gesamtkonzepts

Variante	Hotelsoftware	Channel Manager	Webseite
Lösung #1	HS/3 Hotelsoftware	Viato Channel Manager	Individuelle WordPress Lösung
Lösung #2	CASABLANCA Hotelsoftware	CASABLANCA Channel Manager	Individuelle WordPress Lösung
Lösung #3	3RPMS Hotelsoftware	Viato Channel Manager	Individuelle WordPress Lösung

5.3.2 Total Cost of Ownership

Im Rahmen der Auswahl einer geeigneten Softwarelösung erfolgt die Berücksichtigung der entstandenen Kosten für die Einführung der digitalen Lösung mittels des Konzepts des Total Cost of Ownership. Hierbei handelt es sich um eine betriebswirtschaftliche Gesamtkostenrechnung, welche neben den Anschaffungskosten auch die Kosten der Nutzung berücksichtigt. (Schwan 2015) Der Begriff TCO wurde erstmals im Jahr 1987 von der Gartner Group eingeführt, um Unternehmen eine ganzheitliche Sicht auf die Gesamtkosten einer Investition über deren gesamte Nutzungsdauer zu ermöglichen. („Gartner | Delivering Actionable, Objective Insight to Executives and Their Teams“, o. J.)

Im Rahmen dieser Bachelorarbeit soll eine Gesamtkostenrechnung der nächsten fünf Jahre Aufschluss darüber geben, welche Software wirtschaftlich am sinnvollsten für den Beherbergungsbetrieb ist. Dabei werden die Anschaffungskosten und die laufenden Kosten der einzelnen Softwareanbieter herangezogen. Zusätzlich werden die Kosten für die Anschaffung neuer Hardware in Form von PCs und Tablets sowie die

Dienstleistungskosten während der Einführungsphase kalkuliert. In der folgenden Tabelle werden die drei unterschiedlichen Lösungen gegenübergestellt.

Tabelle 9: Gesamtkostenvergleich Hotelsoftware Lösungen und Webseite für 5 Jahre

Beschreibung	Art	HS/3 und Viato	Casablanca	3RPMS und Viato
Hotelsoftware	einmalig	€ 7.000,00	€ 6.555,00	€ 799,00
Hotelsoftware	monatlich	€ 80,00	€ 160,00	€ 177,00
Channel Manager	einmalig	€ 357,50	€ 9.246,00	€ 357,50
Channel Manager	monatlich	€ 53,54	€ 494,00	€ 53,54
Booking Engine	einmalig	€ 357,50	Booking Engine in Channel Manager inkludiert	€ 357,50
Booking Engine	monatlich	€ 37,21		€ 37,21
Webseite	einmalig	€ 7.800,00	€ 7.800,00	€ 7.800,00
Kosten für Hardware-Neuanschaffung	einmalig	€ 1.500,00	€ 1.500,00	€ 1.500,00
Weitere Dienstleistungen in der Einführungsphase	einmalig	€ 1.000,00	€ 1.000,00	€ 1.000,00
Gesamtkosten einmalig		€ 18.015,00	€ 26.101,00	€ 11.814,00
Monatliche Kosten		€ 170,75	€ 654,00	€ 267,75
Jährliche Kosten		€ 2.049,00	€ 7.848,00	€ 3.213,00
Gesamtkosten für 5 Jahre		€ 28.260,00	€ 65.341,00	€ 27.879,00

6. Bewertung der Softwarelösungen

Die Entscheidung für eine adäquate Softwarelösung kann signifikante Auswirkungen auf die Effizienz und die Wettbewerbsfähigkeit des Beherbergungsbetriebs haben. Daher ist eine gründliche Analyse und Bewertung der unterschiedlichen Lösungen unerlässlich, um eine möglichst objektive Entscheidung treffen zu können. Im folgenden Kapitel erfolgt eine Bewertung der verschiedenen Softwareanbieter mithilfe einer Nutzwertanalyse.

6.1 Nutzwertanalyse

Bei der Entscheidung zwischen unterschiedlichen Handlungsalternativen besteht häufig die Gefahr, dass diese Entscheidung auf Basis eigener Erfahrungen getroffen wird. Mithilfe einer Nutzwertanalyse sollen alle Alternativen systematisch bewertet und eingeordnet werden, um schlussendlich die geeignetste Variante zu erkennen. Der Prozess dieser Methode soll unterschiedliche Perspektiven und Blickwinkel miteinbeziehen und somit ein transparentes und nachvollziehbares Verfahren zur Entscheidungsfindung gewährleisten. (Woock u. a. 2022)

Im Rahmen der Nutzwertanalyse erfolgt zunächst die Erstellung eines Anforderungskatalogs, welcher alle relevanten Kriterien umfasst. Im Anschluss werden die Kriterien gewichtet und in einer Tabelle angeordnet. Die Punkteverteilung je nach Gewichtung ermöglicht die Erstellung eines Scorings und somit die Klassifizierung der unterschiedlichen Anbieter nach den definierten Kriterien. (Günther 2020)

6.1.1 Festlegung und Gewichtung der Bewertungskriterien

Die in Kapitel 4.3 definierten funktionalen und nichtfunktionalen Anforderungen dienen als Bewertungskriterien. Zusätzlich wird als weiteres Bewertungskriterium die Gesamtkosten für fünf Jahre (Total Cost of Ownership) herangezogen. Im Folgenden werden die unterschiedlichen Kriterien pro System nochmals aufgelistet und gewichtet.

Tabelle 10: Bewertungskriterien mit definierter Gewichtung für die Nutzwertanalyse

Bewertungskriterium	Gewichtung
Total Cost of Ownership	20%
Innovation und Zukunftssicherheit	7%
Niedriger Wartungsaufwand	3%
Funktionale Anforderungen Hotelsoftware	16%
Funktionale Anforderungen Webseite	10%
Funktionale Anforderungen Channel Manager	13%
Nichtfunktionale Anforderungen Hotelsoftware	12%
Nichtfunktionale Anforderungen Webseite	14%
Nichtfunktionale Anforderungen Channel Manager	5%
Summe	100 %

6.1.2 Bewertung der unterschiedlichen Softwarelösungen

Die Nutzwertanalyse wird für die drei verschiedenen Lösungsmöglichkeiten in tabellarischer Form dargestellt. Die Bewertung der in Tabelle 10 definierten Kriterien erfolgt pro Lösungsvariante mittels Vergabe von Punkten. Im Anschluss werden die vergebenen Punkte mit der definierten Gewichtung multipliziert. Die Summe der gewichteten Punkte aller Kriterien ergibt einen Gesamtscore, welcher als Vergleichswert für die drei Lösungsmöglichkeiten dient. Der Gesamtscore soll Aufschluss geben, welche Softwarelösung am geeignetsten für den ausgewählten Beherbergungsbetrieb ist.

Die Vergabe der Punkte erfolgt gemäß einem Punktesystem, das eine Skala von 1 bis 10 verwendet. Dabei entspricht der Wert 1 keiner Erfüllung des Kriteriums, während der Wert 10 eine vollständige Erfüllung der Anforderung widerspiegelt. Die Aufteilung des Punktesystems ist wie folgt:

- 1 Punkt → Die Anforderungen werden überhaupt nicht erfüllt.
- 2 Punkte → Minimale Erfüllung der Anforderungen.
- 3 Punkte → Erfüllt einige Anforderungen, zeigt jedoch erhebliche Mängel.
- 4 Punkte → Die grundlegenden Anforderungen werden erfüllt.
- 5 Punkte → Erfüllung der Anforderungen.
- 6 Punkte → Die meisten Anforderungen werden zufriedenstellend erfüllt.
- 7 Punkte → Erfüllt die meisten Anforderungen.
- 8 Punkte → Die Anforderungen werden gut erfüllt.
- 9 Punkte → Erfüllt die Anforderungen hervorragend.
- 10 Punkte → Die Anforderungen werden herausragend erfüllt.

Tabelle 11: Nutzwertanalyse HS/3 Hotelsoftware und Viato Channel Manager

Bewertungskriterien	Gewichtung	Bewertung	Punkte
Total Cost of Ownership	20%	9	1,80
Innovation und Zukunftssicherheit	7%	4	0,28
Niedriger Wartungsaufwand	3%	6	0,18
Funktionale Anforderungen Hotelsoftware	16%	7	1,12
Funktionale Anforderungen Webseite	10%	10	1,00
Funktionale Anforderungen Channel Manager	13%	9	1,17
Nichtfunktionale Anforderungen Hotelsoftware	12%	5	0,60
Nichtfunktionale Anforderungen Webseite	14%	10	1,40
Nichtfunktionale Anforderungen Channel Manager	5%	8	0,70
Summe	100%		7,95

Tabelle 12: Nutzwertanalyse CASABLANCA Hotelsoftware und Channel Manager

Bewertungskriterien	Gewichtung	Bewertung	Punkte
Total Cost of Ownership	20%	8	1,60
Innovation und Zukunftssicherheit	7%	8	0,56
Niedriger Wartungsaufwand	3%	6	0,18
Funktionale Anforderungen Hotelsoftware	16%	10	1,60
Funktionale Anforderungen Webseite	10%	10	1,00
Funktionale Anforderungen Channel Manager	13%	10	1,30
Nichtfunktionale Anforderungen Hotelsoftware	12%	7	0,84
Nichtfunktionale Anforderungen Webseite	14%	10	1,40
Nichtfunktionale Anforderungen Channel Manager	5%	8	0,40
Summe	100%		8,88

Tabelle 13: Nutzwertanalyse 3RPMS Hotelsoftware und Viato Channel Manager

Bewertungskriterien	Gewichtung	Bewertung	Punkte
Total Cost of Ownership	20%	10	2,00
Innovation und Zukunftssicherheit	7%	9	0,63
Niedriger Wartungsaufwand	3%	10	0,30
Funktionale Anforderungen Hotelsoftware	16%	9	1,44
Funktionale Anforderungen Webseite	10%	10	1,00
Funktionale Anforderungen Channel Manager	13%	9	1,17
Nichtfunktionale Anforderungen Hotelsoftware	12%	9	1,08
Nichtfunktionale Anforderungen Webseite	14%	10	1,40
Nichtfunktionale Anforderungen Channel Manager	5%	8	0,40
Summe	100%		9,42

Tabelle 14: Vergleich der Nutzwertanalyse der verschiedenen Lösungsvarianten

Bewertungskriterien	HS/3 und Viato		CASABLANCA		3RPMS und Viato	
	Bew.	Punkte	Bew.	Punkte	Bew.	Punkte
Total Cost of Ownership	9	1,80	8	1,60	10	2,00
Innovation und Zukunftssicherheit	4	0,28	8	0,56	9	0,63
Niedriger Wartungsaufwand	6	0,18	6	0,18	10	0,30
Funktionale Anforderungen Hotelsoftware	7	1,12	10	1,6	9	1,44
Funktionale Anforderungen Webseite	10	1,00	10	1,00	10	1,00
Funktionale Anforderungen Channel Manager	9	1,17	10	1,30	9	1,17
Nichtfunktionale Anforderungen Hotelsoftware	5	0,60	7	0,84	9	1,08
Nichtfunktionale Anforderungen Webseite	10	1,40	10	1,40	10	1,40
Nichtfunktionale Anforderungen Channel Manager	8	0,40	8	0,40	8	0,40
Summe		7,95		8,88		9,42

6.1.3 Interpretation der Bewertung

In Kapitel 6.1.2 wurden die evaluierten Softwaresysteme mit den definierten Kriterien aufgelistet und einer Bewertung unterzogen. Die Gewichtung der unterschiedlichen Kriterien wurde entsprechend den spezifischen Anforderungen des ausgewählten Beherbergungsbetriebes definiert. Die Bewertung der einzelnen Kriterien erfolgte anhand einer festgelegten Skala von 1 bis 10. Die vergebenen Bewertungszahlen wurden mit den jeweiligen Gewichten multipliziert, sodass sich die Anzahl der Punkte für jedes Kriterium ergab. In Tabelle 14 erfolgt eine gemeinsame Darstellung der

Punkteanzahl der verschiedenen Softwareanbieter, um einen Vergleich der Ergebnisse zu ermöglichen.

Die Evaluierung der unterschiedlichen Aspekte erfolgte mittels ausführlicher Tests der verschiedenen Softwareprodukte. Zu diesem Zweck wurden Zugänge zu Demoversionen bei den jeweiligen Herstellern beantragt. Auf diese Weise konnte ein erstes Gefühl für die Bedienung und Funktionen der Produkte gewonnen werden. Zudem ermöglichte dies einen Vergleich zwischen den unterschiedlichen Lösungen.

6.2 Interpretation der Analyseergebnisse

Im Rahmen der Nutzwertanalyse in Kapitel 6.1 wurden die drei evaluierten Softwarelösungen nach definierten Kriterien bewertet. Die Auswertung hat ergeben, dass sich die Softwarelösung von 3RPMS als Hotelsoftware und Viato als Channel Manager, für den ausgewählten Beherbergungsbetrieb am besten eignet. Die Softwarelösungen 3RPMS und Viato wurden bei allen Bewertungskriterien mit einer äußerst hohen Punktzahl bewertet und konnten somit in allen Bereichen mit einer Bewertung von 7 Punkten oder höher überzeugen.

6.2.1 Total Cost of Ownership

Im Zuge der Untersuchung des Total Cost of Ownership hat sich gezeigt, dass 3RPMS und Viato im Vergleich mit den anderen Varianten am besten abschneiden. Das Lizenzmodell der monatlichen Abrechnung führt zu geringen Anschaffungskosten. Auch im Vergleich der monatlichen Kosten ist diese Variante im Vergleich zu den anderen Lösungen ebenfalls sehr preiswert, insbesondere wenn man berücksichtigt, dass im monatlichen Preis die Lizenzkosten enthalten sind.

6.2.2 Innovation und Zukunftssicherheit

In diesem Bereich zeigen sich 3RPMS und Viato ebenfalls als die am geeignetste Variante. Dies ist darauf zurückzuführen, dass diese Variante als Cloud-Lösung über einen beliebigen Webbrowser von jedem Ort der Welt aufgerufen werden kann. Die anderen Varianten bieten für die Hotelsoftware eine Desktop-Anwendung an, welche auf dem lokalen PC erst installiert werden muss. Auch die Speicherung der Daten erfolgt vor Ort mit einer Zusatzhardware, was wiederum zusätzliche Hardware und Wartungsaufwand bedeuten würde. Die Datenhaltung bei 3RPMS und Viato in der Cloud kann in Bezug auf Datenschutz bedenken hervorrufen. Allerdings garantiert der Softwareanbieter, dass die Daten ausschließlich in Deutschland nach der ISO-27001-Norm gespeichert werden und die Übertragung der Daten über Ende-zu-Ende-Verschlüsselung gesichert ist.

6.2.3 Geringer Wartungsaufwand

Die Variante mit 3RPMS und Viato zeichnet sich durch den geringsten Wartungsaufwand aus, wodurch sie sich von den anderen Varianten unterscheidet. Ein entscheidender Vorteil ist dabei die Tatsache, dass die Software in der Cloud läuft. Dies bedeutet, dass sich der Nutzer weder um Updates kümmern noch dafür bezahlen muss. Bei den beiden anderen Varianten müssen die Desktopanwendungen entweder vom Nutzer selbst oder vom Softwareanbieter aktualisiert werden, was zusätzlichen Aufwand und Kosten bedeuten kann.

6.2.4 Funktionale Anforderungen Hotelsoftware

Bei der Bewertung der funktionalen Anforderungen wurden die in Kapitel 4.2.1 definierten Anforderungen herangezogen. Die Softwarelösung von CASABLANCA konnte dabei die volle Punktzahl erreichen. Im Vergleich zu den anderen Anbietern, bietet der Softwarehersteller eine Vielzahl an Funktionen, die über die definierten Anforderungen hinausgehen. Im Gegensatz dazu bieten 3RPMS und Viato zumindest alle Funktionen, die in der Anforderungsanalyse mit „MUST“ und „SHOULD“ priorisiert wurden. Die Software von HS/3 konnte mit den funktionalen Anforderungen nicht in vollem Umfang überzeugen. So bietet die Software beispielsweise keinen Online Check-in an.

6.2.5 Funktionale Anforderungen Webseite

Im Rahmen der funktionalen Anforderungen der Webseite wurden alle drei Varianten mit 10 Punkte bewertet. Dies ist damit zu begründen, dass die Webseite individuell programmiert werden muss und kein fertiges Softwareprodukt zugekauft werden kann. Daher müssen die funktionalen Anforderungen bei der Planung der Software mit einfließen.

6.2.6 Funktionale Anforderungen Channel Manager

Im Rahmen der Evaluierung des Channel Managers wurden für die drei Varianten zwei verschiedene Softwarelösungen in Betracht gezogen. Dabei konnte sowohl der Viato Channel Manager als auch das Produkt von CASABLANCA überzeugen und alle definierten funktionalen Anforderungen erfüllen. Der einzige Vorteil, den CASABLANCA aufweist, ist der Integrationsgrad des Channel Managers in die Hotelsoftware, da beide vom gleichen Hersteller entwickelt wurden und somit optimal aufeinander abgestimmt sind. Dennoch ist auch eine Integration von Viato in die Softwaresysteme von HS/3 und 3RPMS möglich, sodass alle wichtigen Funktionen, die ein Channel Manager laut Anforderungen des Beherbergungsbetriebs aufweisen muss, zur Verfügung stehen.

6.2.7 Nichtfunktionale Anforderungen Hotelsoftware

Auch bei den nichtfunktionalen Anforderungen konnte die Lösungsvariante mit 3RPMS als Hotelsoftware überzeugen. Die definierten Kriterien wie Benutzerfreundlichkeit und Anpassungsfähigkeit werden zur vollsten Zufriedenheit erfüllt. Ein weiterer Vorteil ist die Anpassungsfähigkeit der Software, die sich in verschiedenen Aspekten manifestiert. Dazu zählen das Dashboard und der Belegungskalender, aber auch die Möglichkeit, die Software auf verschiedenen Geräten wie PC, Smartphone und Tablet aufzurufen und optimal darzustellen, was auf die Webdarstellung zurückzuführen ist. Auch die beiden anderen Lösungsvarianten zeichnen sich durch Übersichtlichkeit, gute Performance und Anpassbarkeit aus. Aus Sicht des Beherbergungsbetriebes ist jedoch die Lösung von 3RPMS die optimale Variante.

6.2.8 Nichtfunktionale Anforderungen Webseite

Die Bewertung der nichtfunktionalen Anforderungen der Webseite ist erst nach deren Entwicklung möglich. Allerdings weisen diese Anforderungen ein sehr hohes Gewicht auf, da eine performante, intuitive und benutzerfreundliche Webseite für den Betrieb unerlässlich ist. Diese Faktoren sind entscheidend für die Besucher, damit Buchungen auch direkt über die Hotelwebseite vorgenommen werden.

6.2.9 Nichtfunktionale Anforderungen Channel Manager

Die beiden Channel Manager Produkte Viato und CASABLANCA konnten im Rahmen der Evaluierung in allen drei Lösungsvarianten hinsichtlich der nichtfunktionalen Anforderungen überzeugen. Allerdings stellt diese Art von Anforderungen bei Channel Manager lediglich ein untergeordnetes Bewertungskriterium dar. Die Verwaltung der Channel Manager erfolgt ausschließlich betriebsintern. Dabei muss in erster Linie die Erfüllung der funktionalen Kriterien nachgewiesen werden, um den Anforderungen zu entsprechen.

7. Kosten und Nutzen Analyse

Um eine Entscheidung für oder gegen die Umsetzung des digitalen Grundkonzepts treffen zu können, ist eine Gegenüberstellung der Kosten und des potenziellen Nutzens in Form einer Wirtschaftlichkeitsanalyse erforderlich. Im folgenden Abschnitt werden die Kosten und Nutzen welche bei der Umsetzung entstehen einer gründlichen Analyse unterzogen und anschließend gegenübergestellt. Dabei werden auch mögliche Probleme bei der Kosten-Nutzen-Analyse aufgezeigt.

7.1 Kosten

Die Kosten eines IT-Systems lassen sich in zwei Kategorien unterteilen: Einmalige und fortlaufende Kosten. Einmalige Kosten umfassen Anschaffungen, die während der Einführung eines Systems getätigt werden. Fortlaufende Kosten entstehen während des Betriebs des Systems und umfassen Wartungs- und Supportkosten sowie kontinuierliche Anpassungen und Erweiterungen. (Abts und Müller 2017, S.342f)

Um eine umfassende Kostenanalyse der Investition zu gewährleisten, ist es von entscheidender Bedeutung, die Gesamtbetriebskosten (Total Cost of Ownership, TCO) zu berücksichtigen. Die Berücksichtigung direkter Kosten, wie beispielsweise Ausgaben für Hard- und Software, sowie indirekter Kosten, beispielsweise für Schulungen, zielt darauf ab, ein umfassendes Verständnis für die Gesamtkosten des IT-Systems zu erlangen. Dadurch sollen bereits im Voraus bekannte Kostentreiber sowie versteckte Belastungen identifiziert werden. (Abts und Müller 2017, S. 342f)

7.1.1 Einmalige Kosten

Die einmaligen Kosten für die Einführung der Lösung von 3RPMS und Viato belaufen sich wie in Abschnitt 5.3.2 bereits ausgeführt auf 11.814,00 Euro. Der Preis umfasst die Einrichtungsgebühr für Hotelsoftware, Channel Manager und Booking Engine, sowie die Implementierung der neuen Webseite. Die Kosten für die Neuanschaffung von Hardware sowie für zusätzlich benötigte Dienstleistungen während der Einführungsphase wurden anhand eines Pauschalbetrags kalkuliert. Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass der tatsächliche Aufwand für die Inanspruchnahme der zusätzlichen Dienstleistungen nicht exakt vorhergesagt werden kann.

Tabelle 15: Einmalige Kosten für die Umsetzung des digitalen Gesamtkonzepts

Beschreibung	Kosten
Einrichtungsgebühr 3RPMS Hotelsoftware → Grundeinrichtung durch 3RPMS → Einführungsschulung	€ 799,00
Einrichtungsgebühr Viato Channel Manager → Personalisierte Einrichtung durch Viato → Professionelle Schulung	€ 357,50
Einrichtungsgebühr Viato Booking Engine → Personalisierte Einrichtung durch Viato → Professionelle Schulung	€ 357,50
Webseitenimplementierung	€ 7.800,00
Kosten für Hardware-Neuanschaffung	€ 1.500,00
Kosten für zusätzliche Dienstleistungen während der Einführungsphase	€ 1.000,00
Gesamtkosten	€ 11.814,00

7.1.2 Laufende Kosten

Die laufenden Kosten, die im Rahmen der Einführung des digitalen Gesamtkonzepts anfallen, werden monatlich in Rechnung gestellt und umfassen Lizenzkosten für die Hotelsoftware, den Channel Manager und die Booking Engine. Nicht inbegriffen sind Kosten für den Internetzugang oder das Webhosting, da diese auch ohne die Einführung der neuen Softwarelösungen bereits jetzt anfallen. Die laufenden Kosten wurden im Rahmen der Berechnung des Total Cost of Ownership in Kapitel 5.3.2 auf fünf Jahre berechnet. Auf diese Weise lassen sich die zu erwartenden Gesamtkosten in den kommenden fünf Jahren ermitteln.

Tabelle 16: Laufende Kosten für die Umsetzung gerechnet auf 5 Jahre

Beschreibung	Kosten
Hotelsoftware 3RPMS → Softwarelizenz PRO Plus € 5,90 pro Zimmer	€ 177,00
Channel Manager → Softwarelizenz SuitePro für 30 Zimmer	€ 53,54
Booking Engine → Softwarelizenz SuitePro für 30 Zimmer	€ 37,21
Monatliche Kosten	€ 267,75
Jährliche Kosten	€ 3.213,00
Gesamtkosten für 5 Jahre	€ 16.065,00

7.2 Nutzen

Die Bewertung des Nutzens von IT-Systemen erweist sich im Vergleich zu den Kosten als wesentlich komplexer. Dennoch ist eine Nutzenbewertung unerlässlich, da allein mit den Kosten keine umfassende Argumentation möglich ist. Die Herausforderung bei der Ermittlung des Nutzens liegt darin, dass viele Aspekte des Nutzens qualitative oder weiche Faktoren darstellen, die schwer monetär zu bewerten sind, wie beispielsweise Effizienzsteigerungen. (Kütz 2007, S. 11)

Der Nutzen kann in zwei Kategorien unterteilt werden: monetär bewertbarer Nutzen und nicht monetär bewertbarer Nutzen. Wenn der Nutzen in Form von Kostensenkungen quantifiziert werden kann, spricht man von monetär bewertbarem Nutzen. Demgegenüber kann Nutzen, der zwar quantifizierbar ist, nur indirekt in Geldeinheiten bewertet werden, wie beispielsweise kürzere Wartezeiten. Darüber hinaus gibt es

bedeutende Nutzenaspekte, die nicht quantifizierbar sind, wie beispielsweise eine gesteigerte Zufriedenheit bei Kunden und Mitarbeitern. Dieser nicht quantifizierbare Nutzen kann nicht monetär bewertet werden. (Abts und Mülder 2017, S. 343)

7.2.1 Monetär bewertbarer Nutzen

Die monetäre Bewertung der Nutzenaspekte erweist sich als anspruchsvolle Aufgabe, da exakte Zahlen nicht verfügbar sind. Daher wurden Erfahrungswerte aus der Vergangenheit sowie Schätzungen des zukünftigen Verlaufs herangezogen, um mögliche monetäre Faktoren zu ermitteln. Die folgenden Zahlen wurden gemeinsam mit der Leitung des gewählten Beherbergungsbetriebes kalkuliert.

Tabelle 17: Geschätzte Einsparungen von Arbeitsstunden durch die Einführung des digitalen Gesamtkonzepts

Beschreibung	Stunden im Monat	Stunden im Jahr
Manuelle Pflege von Verfügbarkeiten	3	36
Manuelle Datenerfassung beim Check-in	12	144
Abgleich von Buchungseingängen	2	24
Summe	17	204

Der monetäre Nutzen ergibt sich aus den eingesparten Stunden multipliziert mit dem Stundensatz einer Rezeptionskraft. Als Grundlage dient das Grundgehalt von 2.065,00 Euro brutto in der Beschäftigungsgruppe 2 gemäß Kollektivvertrag für Angestellte in der Hotellerie in Tirol. („Gehaltsordnungen Gastronomie und Hotellerie, Angestellte, gültig ab 1.5.2023“, o. J.) Die Lohnnebenkosten für das Gehalt betragen gemäß Lohnnebenkostenrechner der SLT-Steuerberatung bei 702,00 Euro pro Monat. Daraus lässt sich für den Beherbergungsbetrieb ein Selbstkostenstundensatz von 22,55 Euro pro Stunde ableiten. (SLT Steuerberatung, o. J.)

Unter Berücksichtigung der angenommenen Einsparungen in Stunden sowie des errechneten Selbstkostenstundesatzes ergibt sich eine monatliche Einsparung von 383,35 Euro. Wie aus Tabelle 18 zu entnehmen ist, belaufen sich die Gesamteinsparungen für einen Zeitraum von fünf Jahren auf 23.001,00 Euro.

Tabelle 18: Monetärer Nutzen der durch die Einführung des digitalen Gesamtkonzepts entsteht

Beschreibung	Stunden im Monat	Einsparung in €
Manuelle Pflege von Verfügbarkeiten	3	€ 67,65
Manuelle Datenerfassung beim Check-in	12	€ 270,60
Abgleich von Buchungseingängen	2	€ 45,10
Monatliche Einsparung	17	€ 383,35
Jährliche Einsparung	204	€ 4.600,20
Gesamteinsparung für 5 Jahre	1020	€ 23.001,00

7.2.2 Nicht monetär bewertbarer Nutzen

Die Analyse von nicht monetär bewertbarem Nutzen umfasst eine Reihe von Aspekten, die einen erheblichen Einfluss auf den Beherbergungsbetrieb und dessen Wahrnehmung von außen haben. Diese Art von Nutzen kann jedoch nicht direkt in finanziellen Kennzahlen ausgedrückt werden. Die folgenden Punkte beschreiben die identifizierten Nutzenaspekte.

7.2.2.1 Reduzierung von Erfassungsfehler

Die Einführung der neuen Softwarelösungen ermöglicht eine Reduktion von Erfassungsfehlern. Bisher mussten die Verfügbarkeiten in allen Portalen (Hotelsoftware, booking.com) manuell gepflegt werden, was zu einer hohen Fehlerquote und Überbuchungen führte. Diese konnten nur durch einen hohen Aufwand korrigiert werden. In Zukunft werden Verfügbarkeiten nur mehr an einer zentralen Stelle, der Hotelsoftware, gepflegt. Des Weiteren erfolgt eine Anbindung weiterer Buchungsportale wie booking.com durch den Channel Manager, welcher die Synchronisierung der Verfügbarkeiten und Buchungseingänge mit der Hotelsoftware übernimmt.

7.2.2.2 Verbesserte Gästezufriedenheit

Der Einsatz der neuen Hotelsoftware ermöglicht die Bereitstellung einer Vielzahl neuer Services, welche die Zufriedenheit der Kunden erhöhen wird. Eine der größten Neuerungen im Vergleich zur aktuellen Situation ist der Online-Check-in und Check-out. Durch diese Funktionen können Gäste bereits im Vorhinein alle benötigten Daten übermitteln, sodass bei der Ankunft keine weiteren Datenblätter ausgefüllt werden müssen. Darüber hinaus bietet die direkte Buchungsmöglichkeit auf der eigenen Webseite den Gästen eine weitere Möglichkeit, schnell und zum besten Preis ihren Urlaub zu buchen.

7.2.2.3 Verbessere Datenkonsistenz

Die Einführung der neuen Softwarelösungen zielt auf eine optimierte Verwaltung von Gästedaten, Buchungen und Zahlungen ab. Die Gästedaten werden in der Hotelsoftware gespeichert und durch den Online-Check-in oder den Channel Manager kontinuierlich ergänzt. Die konsistente Datenhaltung eröffnet die Möglichkeit, Gästedaten systematisch zu analysieren und potenzielle Trends und Marktchancen zu identifizieren. Die Datenanalyse ermöglicht dem gewählten Beherbergungsbetrieb die Entwicklung fundierter Entscheidungen, die Ausrichtung gezielter Marketingstrategien sowie eine höhere Effizienz bei der Ressourcennutzung. Zudem trägt eine verbesserte Datenverwaltung zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Betriebs bei und sichert dessen zukünftigen Erfolg.

7.3 Gegenüberstellung von Kosten und Nutzen

Ogleich einige Einschränkungen bei der Kosten-Nutzen-Analyse zu verzeichnen waren, konnte durch das Treffen von Annahmen eine gründliche Analyse der Kosten und Nutzen für die Einführung des digitalen Gesamtkonzepts im ausgewählten Beherbergungsbetrieb durchgeführt werden. Die im Rahmen dieser Arbeit ausgewählte Variante, welche aus der Kombination von 3RPMS als Hotelsoftware und Viato als Channel Manager und Booking Engine besteht, verursacht in fünf Jahren Gesamtkosten in Höhe von 27.879,00 Euro. Darin sind die einmaligen Kosten in Höhe von 11.814,00 Euro sowie die laufenden Kosten für die fünf Jahre in Höhe von 16.065,00 Euro enthalten.

Der monetäre Nutzen der Einführung dieser Lösung wird auf jährlich etwa 4.600,20 Euro und in fünf Jahren insgesamt auf 23.001,00 Euro geschätzt. Im Vergleich zu den Gesamtkosten kann festgestellt werden, dass sich die neue Lösung nach fünf Jahren nicht amortisiert. Es muss jedoch beachtet werden, dass die jährlichen Einsparungen in Höhe von 4.600,20 Euro die jährlichen laufenden Kosten in Höhe von 3.213,00 Euro um 1.387,20 Euro übersteigen. Dies bedeutet, dass die Amortisation der neuen Softwareanwendung nach exakt 6,76 Jahren erfolgt ist. Neben dem monetären Nutzen bringt das digitale Gesamtkonzept einen hohen Nutzen, welcher nicht monetär bewertet werden kann. Die Implementierung von Funktionen wie Online-Check-in oder Direktbuchungen auf der Webseite zielt darauf ab, den Gästen ein verbessertes Erlebnis zu bieten, was wiederum zu einer höheren Kundenzufriedenheit führt. Insgesamt wird der Einsatz der neuen Softwarelösungen die Wettbewerbsfähigkeit des Beherbergungsbetriebs stärken und die Verwaltung des täglichen Geschäfts professionalisieren.

In der Konsequenz lässt sich deshalb festhalten, dass der Nutzen für die Realisierung des digitalen Gesamtkonzepts die Kosten übersteigt, sodass das Projekt umgesetzt werden sollte.

8. Schlussfolgerung

Im Rahmen der Schlussfolgerung dieser Arbeit wird die Forschungsfrage beantwortet und die zu Beginn der Arbeit aufgestellte Hypothese bewertet und analysiert.

8.1 Beantwortung der Forschungsfrage

Forschungsfrage: Welche langfristigen Kosten und Nutzen ergeben sich bei der Einführung eines digitalen Gesamtkonzepts im mittelständischen Beherbergungsbetrieb X und wie stehen diese in Relation zueinander?

Die Kosten, die bei der Einführung eines digitalen Gesamtkonzepts in einem ausgewählten Beherbergungsbetrieb entstehen, sind von entscheidender Bedeutung für die Planung und Entwicklung des Unternehmens. Die Kosten für die Einführung der im Rahmen dieser Arbeit untersuchten Lösung sind beträchtlich und umfassen einmalige Investitionskosten für die Einrichtung und Schulung sowie laufende Betriebskosten für Lizenzen und Support. Auf der anderen Seite kann durch die Implementierung des digitalen Konzepts Ressourcen und somit Kosten eingespart werden. Des Weiteren impliziert die Einführung nicht nur monetäre Nutzenaspekte, sondern auch Vorteile in der täglichen Arbeit sowie ein verbessertes Gästerlebnis durch beschleunigte Buchungsabläufe. Darüber hinaus werden manuelle Prozesse, die anfällig für Fehler sind, automatisiert. Zudem kann die verbesserte Datenverwaltung genutzt werden, um Trends zu erkennen und diese für die Optimierung des Geschäfts zu nutzen.

Die Analyse der Kosten und des Nutzens einer digitalen Gesamtlösung zeigt, dass die anfänglichen Investitionen zwar hoch sind, sich jedoch langfristig durch die erwarteten Nutzenaspekte auszahlen. Die durchgeführte Kosten-Nutzen-Analyse belegt, dass sich die ausgewählte Lösung mit den erwarteten monetären Einsparungen nach spätestens sieben Jahren amortisiert hat. Zudem bietet das neue Konzept weitere Nutzenaspekte, die sich nicht monetär bewerten lassen. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Nutzenaspekte die getätigte Investition rechtfertigen und der Beherbergungsbetrieb somit für die digitale Zukunft gerüstet ist.

8.2 Bewertung der Hypothese

Hypothese: Die Einführung eines digitalen Gesamtkonzepts im mittelständischem Beherbergungsbetrieb X wird langfristig die Effizienz steigern, die Wettbewerbsfähigkeit stärken und die Kundenzufriedenheit erhöhen. Es werden jedoch zu Beginn höhere Investitionskosten anfallen, die langfristig durch die erzielten Vorteile ausgeglichen werden.

Die aufgestellte Hypothese kann nach dem Ergebnis der Kosten-Nutzen-Analyse und der Beantwortung der Forschungsfrage bestätigt werden. Im Rahmen dieser Arbeit konnte aufgezeigt werden, dass die Einführung des ausgewählten digitalen Gesamtkonzepts zu Effizienzsteigerungen führen wird, indem manuelle Prozesse automatisiert beziehungsweise digitalisiert werden. Durch die Optimierung der Arbeitsabläufe können langfristig Kosten eingespart werden, welche die Gesamtkosten des Projekts langfristig übersteigen werden.

Die optimierten Arbeitsabläufe und die neu angebotenen digitalen Möglichkeiten werden das Gästeerlebnis verbessern und somit die Kundenzufriedenheit erhöhen. Die bessere Datenverwaltung durch einen höheren Integrationsgrad der unterschiedlichen Systeme ermöglicht die Identifizierung von Trends und die Optimierung von Geschäftsstrategien, was die Wettbewerbsfähigkeit des Beherbergungsbetriebs stärken wird.

9. Conclusio und Schlusswort

Diese Arbeit hat sich mit der Analyse von Kosten und Nutzen bei der Einführung eines digitalen Gesamtkonzepts in einem mittelständischen Beherbergungsbetrieb befasst. Dabei wurden verschiedene Aspekte beleuchtet, darunter die Herausforderungen und Chancen im Zusammenhang mit der Digitalisierung in der Beherbergungsbranche, die Evaluierung verschiedener Softwarelösungen und deren Kosten sowie die potenziellen Vorteile und Nutzen für den Betrieb. Die Untersuchung des Themenbereichs ermöglichte die Aneignung eines vertieften Verständnisses für die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Beherbergungsbranche sowie für die Möglichkeiten und Herausforderungen, die sich aus der Implementierung digitaler Lösungen ergeben.

Die Analyse der Kosten hat ergeben, dass die Einführung eines digitalen Gesamtkonzepts mit Investitionen verbunden ist, die jedoch durch potenzielle Einsparungen und Effizienzgewinne ausgeglichen werden können. Die Nutzenanalyse hat darüber hinaus eine Vielzahl von nicht monetären Aspekten aufgezeigt, die sich aus der verbesserten Nutzung digitaler Technologien ergeben. Dazu zählen eine gesteigerte Effizienz, ein verbessertes Kundenerlebnis und eine höhere Wettbewerbsfähigkeit.

Es sei jedoch darauf verwiesen, dass die erfolgreiche Umsetzung eines digitalen Gesamtkonzepts nicht allein von finanziellen Faktoren abhängt, sondern auch von einer sorgfältigen Planung, einer angemessenen Schulung der Mitarbeiter sowie einer kontinuierlichen Evaluierung und Anpassung der digitalen Strategie.

Die vorliegende Arbeit demonstriert, dass die Digitalisierung ein essenzieller Faktor in der zukünftigen Entwicklung der Beherbergungsbranche darstellt. Die Implementierung des entwickelten digitalen Gesamtkonzepts generiert signifikante Vorteile für den gewählten Beherbergungsbetrieb. Dennoch bleibt die kontinuierliche Herausforderung bestehen, das volle Potenzial der Digitalisierung auszuschöpfen und eine Balance zwischen Kosten und Nutzen zu wahren.

Literaturverzeichnis

- „3RPMS - Ihre Hotelsoftware in der Cloud“. o. J. Zugegriffen 1. April 2024. <https://3rpms-hotelsoftware.de/>.
- Abts, Dietmar, und Wilhelm Mülder. 2017. *Grundkurs Wirtschaftsinformatik*. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-16379-2>.
- „CASABLANCA hotelsoftware“. o. J. Casablanca. Zugegriffen 1. April 2024. <https://www.casablanca.at/>.
- „Das Wer, Was und die Arten von Contentmanagementsystemen“. o. J. Zugegriffen 6. April 2024. <https://www.oracle.com/at/content-management/what-is-cms/>.
- Dumont, Justus M. 2021. *Hybrides Projektmanagement erfolgreich gestalten: Warum die Kombination von Scrum mit herkömmlichen Projektmanagement-Ansätzen kaum Wertschöpfung bringt und welche Alternativen seit Jahren bewährt sind*. BoD – Books on Demand.
- „Elektronische, digitale Gästemeldung“. o. J. Zugegriffen 30. Dezember 2023. <https://www.feratel.at/unsere-loesungen/meldewesen/>.
- Fernandez, Christian, und Christian Kühn. 2012. „Mobile Web & Responsive Webdesign“. *I-Com* 11 (1): 53–56. <https://doi.org/10.1524/icom.2012.0014>.
- Gardini, Marco A., und Guido Sommer. o. J. *Digital Leadership im Tourismus*. Springer Gabler. Zugegriffen 9. Dezember 2023. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-37545-4>.
- „Gartner | Delivering Actionable, Objective Insight to Executives and Their Teams“. o. J. Gartner. Zugegriffen 27. April 2024. <https://www.gartner.com/en>.
- „gastrodat Produkte für Hotels | Hotelsoftware basic + professional“. 2021. 25. August 2021. <https://www.gastrodat.com/hotelsoftware/>.
- „Gehaltsordnungen Gastronomie und Hotellerie, Angestellte, gültig ab 1.5.2023“. o. J. wko.at. Zugegriffen 27. April 2024. <https://www.wko.at/kollektivvertrag/gehaltsordnungen-gastronomie-hotellerie-2023>.
- Gröger, Jens, Andreas Köhler, Stefan Naumann, Andreas Filler, Achim Guldner, Eva Kern, Lorenz Hilty, und Yuliyán Maksimov. 2018. „Entwicklung und Anwendung von Bewertungsgrundlagen für ressourceneffiziente Software unter Berücksichtigung bestehender Methodik - Abschlussbericht“. *UBA TEXTE* 105. <https://doi.org/10.5167/uzh-176313>.
- Günther, Lukas. 2020. „Die Nutzwertanalyse – begründete Entscheidungen treffen“. 12. August 2020. <https://www.bachelorprint.at/methodik/nutzwertanalyse/>.
- Hoppe, Markus. 2018. „Digitalisierung in der Tourismuswirtschaft: Trends und Folgewirkungen - input consulting“. 25. April 2018. <https://www.input-consulting.de/publikationen/publikation/digitalisierung-in-der-tourismuswirtschaft-trends-und-folgewirkungen.html?searchword=Digitalisierung%20in%20der%20Tourismuswirtschaft>.

- hotelsuite-tg. 2020. „Die perfekte Hotel-Website – Online-Gastfreundschaft -“. *hotelsuite.de* (blog). 3. Dezember 2020. <https://www.hotelsuite.de/die-perfekte-hotel-website/>.
- „HS3 Hotelsoftware für moderne Hoteliers“. o. J. HS3 Hotelsoftware. Zugegriffen 1. April 2024. <https://hs3-hotelsoftware.de/>.
- Kuenen, Prof Dr Klaus. o. J. „Definition: Customer-Journey-Prozess“. Text. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/customer-journey-prozess-100259>. Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. Zugegriffen 11. Januar 2024. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/customer-journey-prozess-100259>.
- Kütz, Martin. 2007. „Grundelemente des IT-Controllings“. *HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik* 44 (2): 6–15. <https://doi.org/10.1007/BF03340263>.
- Neiß, Herta, Richard Bauer, und Barbara Schmied-Länger. o. J. „Digitalisierung - Anforderungen an die Digitalisierung in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft für Mitgliedsbetriebe der Sparte Tourismus- und Freizeitwirtschaft der WKO.“ WKO und Johannes Kepler Universität Linz. Zugegriffen 23. Dezember 2023. <https://www.wko.at/oe/tourismus-freizeitwirtschaft/digitalisierung>.
- Nirschl, Marco, Stefan Kaltenecker, und Alexander Eberhardt. 2023. *SEO: Suchmaschinenoptimierung in der Praxis*. MITP-Verlags GmbH & Co. KG.
- „Online-Reisebuchung - Anteil nach Reiseziel 2023“. 2023. Statista. 7. Juni 2023. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/686672/umfrage/anteil-der-buchungen-ueber-digitale-kanale-nach-reiseziel/>.
- Schwan, Robert. 2015. *Das Konzept des Total Cost of Ownership (TCO) in der IT: Eine betriebswirtschaftliche Gesamtkostenrechnung*. diplom.de.
- SLT Steuerberatung, Wien. o. J. „SLT Steuerberatung Wien“. Zugegriffen 27. April 2024. <https://www.slt-steuerberatung.at/>.
- Sommerville, Ian. 2018. *Software Engineering*. 10. Aufl. Pearson. <https://elibrary.pearson.de/book/99.150005/9783863268350>.
- Tourismusverband Mayrhofen-Hippach. o. J. „Elektronisches Meldewesen“. Zugegriffen 23. Dezember 2023. <https://intern.mayrhofen.at/meldewesen/elektronisches-meldewesen>.
- „Viato - Channelmanager & Buchungssysteme für Hotels / Fewos“. o. J. Zugegriffen 1. April 2024. <https://www.viato.net/?fetchCache=1>.
- Weber-Leibrecht, Kristin. 2021. *Digitalisierung in ländlichen und verdichteten Räumen - Auswirkungen der Digitalisierung auf den Tourismus*. Herausgegeben von Annette Spellerberg. BoD – Books on Demand.
- Wooock, Kristina, Nele Meinert, Linda Völtzer, Paul Nordholt, und Susanne Busch. 2022. „Nutzwertanalyse: Optionen systematisch bewerten“. *Pflegezeitschrift* 75 (6): 16–19. <https://doi.org/10.1007/s41906-022-1254-4>.
- „WordPress – auf deine Art“. o. J. WordPress.com. Zugegriffen 6. April 2024. <https://wordpress.com/de/>.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anteil der Reisebuchungen über digitale Kanäle in Deutschland nach Reiseziel im Jahr 2022/23 („Online-Reisebuchung - Anteil nach Reiseziel 2023“ 2023)	3
Abbildung 2: Auszug des Anfrageformulars auf der Homepage.....	8
Abbildung 3: MoSCoW Chart mit der Priorisierung der Anforderungen an die Hotelsoftware	27
Abbildung 4: MoSCoW Chart mit der Priorisierung der Anforderungen an die Webseite	28
Abbildung 5: : MoSCoW Chart mit der Priorisierung der Anforderungen an den Channel Manager.....	28
Abbildung 6: MoSCoW Chart mit der Priorisierung der nichtfunktionalen Anforderungen an die Systeme des digitalen Gesamtkonzepts	29
Abbildung 7: Belegungsplan HS/3 Hotelsoftware (Quelle: Demoversion Software)	31
Abbildung 8: Übersicht grafischer Belegungsplan (Quelle: https://www.casablanca.at/hotelsoftware/ abgerufen am 01.04.2024)	33
Abbildung 9: Grafischer Belegungsplan 3RPMS Hotelsoftware (Quelle: https://3rpms-hotelsoftware.de/ , abgerufen am 01.04.2024)	36

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Tabellarische Darstellung der funktionalen Anforderungen mit Priorisierung	26
Tabelle 2: Tabellarische Darstellung der nichtfunktionalen Anforderungen mit Priorisierung	29
Tabelle 3: Preisaufstellung HS/3 Hotelsoftware	32
Tabelle 4: Preise CASABLANCA Hotelsoftware	34
Tabelle 5: Preise 3RPMS Hotelsoftware	37
Tabelle 6: Preise Viato Channel Manager und Booking Engine	38
Tabelle 7: Preise für die Webseitenentwicklung des Unternehmens LimeSoda Interactive Marketing GmbH	40
Tabelle 8: Mögliche Varianten für die Realisierung des digitalen Gesamtkonzepts	41
Tabelle 9: Gesamtkostenvergleich Hotelsoftware Lösungen und Webseite für 5 Jahre	42
Tabelle 10: Bewertungskriterien mit definierter Gewichtung für die Nutzwertanalyse ..	44
Tabelle 11: Nutzwertanalyse HS/3 Hotelsoftware und Viato Channel Manager	45
Tabelle 12: Nutzwertanalyse CASABLANCA Hotelsoftware und Channel Manager	46
Tabelle 13: Nutzwertanalyse 3RPMS Hotelsoftware und Viato Channel Manager	46
Tabelle 14: Vergleich der Nutzwertanalyse der verschiedenen Lösungsvarianten	47
Tabelle 15: Einmalige Kosten für die Umsetzung des digitalen Gesamtkonzepts	52
Tabelle 16: Laufende Kosten für die Umsetzung gerechnet auf 5 Jahre	53
Tabelle 17: Geschätzte Einsparungen von Arbeitsstunden durch die Einführung des digitalen Gesamtkonzepts	54
Tabelle 18: Monetärer Nutzen der durch die Einführung des digitalen Gesamtkonzepts entsteht	55