

Komarek, Benedikt; Van den Nest, Emanuel

Research Report

"Es ist irre, wozu die Künstliche Intelligenz im Stande ist": Benedikt Komarek, CEO und Eigentümer des Hotel Schani Wien am Hauptbahnhof, über sein smartes Hotel und die Digitalisierung der Hotellerie

AMS info, No. 528

Provided in Cooperation with:

Public Employment Service Austria (AMS), Vienna

Suggested Citation: Komarek, Benedikt; Van den Nest, Emanuel (2021) : "Es ist irre, wozu die Künstliche Intelligenz im Stande ist": Benedikt Komarek, CEO und Eigentümer des Hotel Schani Wien am Hauptbahnhof, über sein smartes Hotel und die Digitalisierung der Hotellerie, AMS info, No. 528, Arbeitsmarktservice Österreich (AMS), Wien

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/256847>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

»Es ist irre, wozu die Künstliche Intelligenz im Stande ist«

Benedikt Komarek, CEO und Eigentümer des Hotel Schani Wien am Hauptbahnhof, über sein smartes Hotel und die Digitalisierung der Hotellerie

New-Skills-Gespräche des AMS (57)
www.ams.at/newskills



»Die Gäste sollen sich wohl fühlen, frei bewegen«, sagt Benedikt Komarek über sein Hotel Schani¹ in Wien mit Standort in der Nähe des Wiener Hauptbahnhofes. Dank der digital automatisierten Vorgänge haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hier mehr Zeit für ein wesentliches Aufgabengebiet, nämlich die Kommunikation mit dem Gast, die Komarek in diesem New-Skills-Gespräch am Hotelstandort Wien hervorhebt. Schon beim Betreten der Lobby erwarten den Hotelgast eine gemütliche und modern designte Einrichtung sowie die Einheit von Rezeption und Bar, die – abseits digitaler Abläufe – den Rahmen für Gespräche bieten soll.

Wie kam es, dass Sie für Ihr Hotel ein komplett neues Konzept ausgearbeitet haben?

Benedikt Komarek: Zuerst dachte ich an die klassische Lösung, ein Objekt zu pachten und als Hotel zu betreiben. Da ich kein Referenzprodukt oder Projekt vorweisen konnte, war das sehr schwierig, also habe ich mich schlussendlich für einen Neubau entschieden. Bei der Planung habe ich mit der FutureHotel-Forschungsreihe des Fraunhofer-Institutes für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO² zusammengearbeitet. Damals war man sehr froh, einen Hotelier für diesen Bereich als Partner zu gewinnen, da das Thema »Digitalisierung in der Hotellerie« bei weitem noch nicht so verbreitet war. Gemeinsam haben wir überlegt, wohin sich die Branche entwickeln wird und was davon bereits technologisch umsetzbar ist. Als Ergebnis hat der Neubau hundertfünfunddreißig Zimmer mit je neunzehn Quadratmetern Grundfläche erhalten, davon sind hundertfünfundzwanzig Zweibettzimmer und zehn Maisonette-Zimmer mit Zweierhochbett, wo auf einer Couch auch noch eine dritte Person schlafen kann. Jedes Zimmer hat ein eigenes Bad mit Dusche, welches mit

einem Vorhang abgetrennt werden kann. So wirken die Zimmer wesentlich größer und trotzdem sehr heimelig. Die Bedienung der Zimmer ist sehr intuitiv gestaltet, und zwar von der Steckdose bis hin zum Lichtschalter.

Wie haben Sie das Hotel Schani außerhalb der Gästezimmer gestaltet?

Benedikt Komarek: Die Lobby ist gemütlich und als multifunktionaler Raum gestaltet, mit einem Coworking Space auf der Galerie, wo Arbeitsplätze tageweise oder für einen längeren Zeitraum gemietet werden können. Im Seminarraum setzen wir modernste Technik ein: Man kann sich kabellos mit den Geräten verbinden, ein digitales Flipchart wird auch auf einer großen Videowall angezeigt, wir kommen also ohne Beamer aus, und die Inhalte können den Seminarteilnehmern per E-Mail zugeschickt werden. Das Herzstück der Lobby ist die Rezeption, die im Gegensatz zur klassischen Rezeption auch als Bar dient. Die Gäste sollen sich wohl fühlen, frei bewegen und wenn sie etwas brauchen, kommen sie an die Rezeption.

Eine wesentliche Rolle in Ihrem Hotel spielt die »Digital Guest Journey«. Wie sieht die aus?

Benedikt Komarek: Die Gäste können beim Buchen über die Website über einen digitalen Etagenplan des Hotels ihr gewünschtes Zimmer auswählen. Bei der Buchung werden vom Gast alle nötigen Daten eingegeben, so ist auch der Meldeschein ausgefüllt und der Gast kann diesen im Zuge des Check-ins am Handy unterschreiben. Das Zimmer wird automatisch am Tag vor der Abreise abgebucht, die Rechnung erhalten die Gäste per E-Mail. Die Zimmer bieten keine Extraservices wie eine Minibar an, Getränke zahlen die Gäste direkt an der Bar, also ist auch die Abrechnung schon erledigt. Über die Hotel-App erhalten die Gäste ihren digitalen Zimmerschlüssel, der über Bluetooth mit dem Smartphone das Zimmerschloss entsperrt. Man kann sich aber auch am Check-in-Terminal in der Lobby eine Schlüsselkarte

¹ www.hotelschani.com.

² www.futurehotel.de.

ausdrucken, wenn man die App nicht nutzen möchte. Natürlich sind auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an der Rezeption für den Check-in da, falls ein Gast Hilfe braucht oder den digitalen Check-in nicht nutzen möchte.

Abbildung: »Digital Guest Journey«



Copyright: Hotel Schni GmbH

Wie ändert sich dadurch die Rolle einer Rezeptionistin beziehungsweise eines Rezeptionisten?

Benedikt Komarek: Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden bei der eintönigen Arbeit der Datenaufnahme entlastet und können sich wieder der eigentlichen Mission widmen, nämlich die Gäste bei allem zu unterstützen, was sie brauchen, etwa beim Bestellen eines Taxis, bei Wegbeschreibungen oder Tipps für Unternehmungen in der Stadt. Sie haben wieder Zeit, sich mit Empathie auf die Gäste einzulassen: Manchmal wollen sich die Gäste ihre Sorgen von der Seele reden, also über zum Beispiel den Unmut über den verspäteten Flug oder ein schlechtes Businessgespräch.

Was hat sich durch digitalisierte Prozesse für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter noch verändert?

Benedikt Komarek: Durch den Chatbot auf unserer Website sind wir in der Lage, häufig gestellte Gästefragen in Echtzeit zu beantworten und das 24/7. Dieser ist mit einer Künstlichen Intelligenz ausgestattet, durch die er viele Standardfragen sekundenschnell beantworten kann. Wenn er nicht mehr weiterkommt, wird eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter hinzugezogen. Über die App »hotelkit« haben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter außerdem eine Intranet-Lösung, mit der sie untereinander kommunizieren, Aufgaben verteilen und alle hilfreichen Handbücher jederzeit einsehen können. Zum Beispiel kann das Reinigungspersonal Zimmer für Gäste freigeben, wenn diese gemacht und gecheckt wurden. Oder es kann dem Haustechniker einen Hinweis hinter-

lassen, wo etwas repariert werden muss. Dieser gibt in der App wiederum an, was er wann erledigt hat.

In Österreich werden viele Tourismusbetriebe traditionell geführt. Wie sehen Sie deren Entwicklung?

Benedikt Komarek: Man muss hier klar differenzieren zwischen Stadt- und Ferienhotellerie. Während die Gäste in der Ferienhotellerie Entschleunigung suchen, möchten sie in der Stadt keine wertvolle Zeit im Hotel verlieren. Langfristig gesehen wird der uns bevorstehende Generationenwechsel zu einem generellen Umdenken führen und auch traditionelle Betriebe zum Handeln veranlassen. Ich glaube, viele Hotels werden in ihrer nächsten Renovierungsphase aufrüsten. Ein Hotel mit zwanzig oder dreißig Zimmern hat aber andere Anforderungen als ein Hotel mit hundertfünfunddreißig Zimmern. Und das Angebot auf Anbieterseite steigt enorm. Wir haben zum Beispiel 2012 mit der Planung des Hotels begonnen und es 2015 mit der Technologie des Mobile Key eröffnet. Wir waren damit das erste Hotel im deutschsprachigen Raum, das einen Mobile Key genutzt hat. Am Anfang waren fünf verschiedene Firmen an der Entwicklung des Mobile Key beteiligt: Ein Unternehmen hat die Hardware geliefert, ein anderes die Software programmiert. Ein weiteres hat die Kommunikation der Software mit dem Property Management System³ sichergestellt. Für das Mobile-Key-System haben wir außerdem den Schlosshersteller und den Hersteller des Mobile Key beauftragt. Und die haben alle miteinander kommuniziert. Immer, wenn etwas nicht geklappt hat, haben alle durchgerufen und gesagt, es liegt an den anderen. Inzwischen kümmert sich alleine jenes Unternehmen darum, das unsere App entwickelt hat. So sind die Prozesse rund um den Mobile Key wesentlich einfacher geworden.

Zur Digitalisierung der Branche zählen auch Buchungsplattformen. Wie schätzen Sie deren Rolle ein?

Benedikt Komarek: Es ist ein zweischneidiges Schwert mit den Online-Buchungsplattformen:⁴ Auf der einen Seite sind sie günstige Vermarktungsplattformen, auch für kleine Hotels. Auf der anderen Seite ist man ihnen in gewisser Weise ausgeliefert. Ohne diese Plattformen geht es nicht mehr, denn dafür haben sie sich eine zu starke Marktmacht aufgebaut. So hat man den Gast verloren, sehr viele Daten und die eigene Unabhängigkeit. Die Buchungsplattformen erhalten eine fixe Provision, sie werden bei Suchmaschinen wie Google immer vorgereicht, und oft geben sie dem Gast auch nochmal einen Rabatt, damit dieser auf ihrer Plattform bucht. So unterbieten sich die Plattformen gegenseitig, die eigene Website kann da nicht mehr mithalten.

Revenue-Management-Systeme sind ein weiterer Digitalisierungsschritt für Hotels. Was bringen diese der Hotellerie?

Benedikt Komarek: Meiner Meinung nach amortisiert sich ein Revenue-Management-System erst ab einem Bestand von drei größeren Hotels. Es ist irreführend, wozu die Künstliche Intelligenz im Stande ist. Sie kennt zum Beispiel alle Flugdaten, Bahndaten,

³ Property Management System: <https://de.wikipedia.org/wiki/Buchungssystem>.
⁴ Artikel Tagesspiegel.de vom 2.5.2020: »Warum 2000 Hotels gegen Booking.com vorgehen«: www.tagesspiegel.de/wirtschaft/buchungsportal-droht-aerger-warum-2000-hotels-gegen-booking-com-vorgehen/25854672.html.



Mag. Benedikt Komarek, Studium BWL, Wirtschaftsuniversität Wien, Studium »Master International Management« an CEMS Corvinus Universität Budapest

Reisedaten von verschiedenen Destinationen, beobachtet den Markt und vergleicht unser Angebot mit dem der Partnerhotels, aber noch viel wichtiger: mit der aktuellen Nachfrage in der jeweiligen Hoteldestination. Sobald die Künstliche Intelligenz eine maßgebliche Veränderung erkennt, schlägt sie eine durchdachte Strategie vor und das bis zu fünfmal am Tag und dreihundertfünfundsiebzig Tage im Voraus. Wenn etwa ein einzelner Flug eingeschoben wird, findet das System heraus, dass zum Beispiel ein Kongress stattfindet und ein größerer Bedarf an Zimmern zu erwarten ist. Aber es gibt auch ähnliche Systeme für Konsumentinnen und Konsumenten. Hier kann der Gast zum Beispiel aus drei optionalen Hotels auswählen, bei einem wird gebucht. Wird aber eines der anderen vergleichbaren Hotels günstiger, storniert das System automatisch für den Gast und bucht dann das preislich attraktivere Zimmer. Solche Lösungen werden in Zukunft sicher den Markt aufmischen, und gerade in unserem Segment der Stadthotellerie wird sich der digitale Revenue Manager über kurz oder lang durchsetzen.

Welche Berufsbilder gibt es in Ihrem Unternehmen?

Benedikt Komarek: Wir haben eine sehr schlanke Hierarchie. Wir expandieren und planen zusätzlich zu den zwei Hotels in Wien

ab 2023 einen Standort in München sowie noch weitere Standorte. Zusätzlich haben wir in Wien ein Headoffice eingerichtet. Im jeweiligen Hotel selbst ist ein Resident Manager tätig, darunter die Guest Service Manager und dann noch die Guest Service Agents. Die Guest Service Manager schreiben zum Beispiel Dienstpläne, kontrollieren die Abrechnungen, die die Guest Service Agents machen, und sind für alles, was am Front Office, also an der Rezeption, passiert, verantwortlich. Und unsere Guest Service Agents betreiben zusätzlich auch die Bar. Im Headoffice sitzen Marketing, Sales und PR.

Welche Kompetenzen und Ausbildungen bringen Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit?

Benedikt Komarek: Im Hotel ist eine Gastgewerbeausbildung optimal. Aber das Wichtigste ist, dass den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Arbeit mit Menschen Spaß macht und sie empathisch sind. Alles andere können wir ihnen beibringen und ermöglichen auch immer wieder Weiterbildungen, wie zum Beispiel Baristakurse. Im Headoffice haben unsere Marketingexpertinnen und -experten entweder einen Bachelor in Kommunikationswissenschaften oder Publizistik, oder sie studieren noch. Sehr schwer zu finden ist jemand, der auf Sales in der Hotellerie spezialisiert ist. Das bilden wir selbst aus. Wichtig ist, dafür eine geborene Verkäuferin oder einen geborenen Verkäufer zu finden, die oder der gut auf Leute zugehen kann. Und unser Haustechniker ist gelernter Schlosser, also grundsätzlich jemand, der handwerklich begabt ist. Einen IT-Techniker haben wir nicht, das könnte sich aber ändern, wenn wir weiter wie geplant wachsen werden. Bisher kommen wir hier mit externen Verträgen aus.

Wie sehen Sie die Karrieremöglichkeiten für Frauen in der Hotellerie?

Benedikt Komarek: Wenn man Karriere machen möchte, hat man in der Hotellerie als Frau sicher sehr gute Chancen. Unsere Belegschaft besteht zu zwei Dritteln aus Frauen. Auch unser größtes Haus, das Schani Wien mit hundertfünfunddreißig Zimmern, wird von einer Resident Managerin geführt. Entscheidend ist immer die Qualifikation in Kombination mit Soft Skills.

Aktuell sieht sich die Tourismusbranche einem starken Fachkräftemangel gegenüber. Woran liegt das Ihrer Meinung nach? Und wie kann man dem entgegenwirken?

Benedikt Komarek: Einfach mehr zu bezahlen, das würde das Problem alleine nicht lösen. Das würde nur dazu führen, dass anderen Hotels die Belegschaft abgeworben wird. Hotels, die neu aufsperrten, gehen da zum Teil aggressiv vor: Headhunter suchen die Hotels der Konkurrenz auf, schauen sich dort die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an, und wenn ihnen jemand gefällt, geben sie der Person ihre Visitenkarte mit dem Angebot, ihnen zweihundert Euro mehr zu bezahlen. Der aktuelle Personalmangel durch die Coronakrise rührt daher, dass die Belegschaften teilweise abgebaut wurden. Einige sind in dieser Zeit auch aus Unsicherheit in andere Branchen abgewandert, die nächste Krise könnte ja bald wiederkommen. Bei einigen gab es Gehaltseinbußen, und auch wenn ich als Unternehmer gerne mehr bezahlen möchte, ich kann es nicht, die Lohnnebenkosten sind sehr hoch. Die Branche hatte bereits vor der Coronakrise ein schlechtes

Image. Prinzipiell ist der Basislohn niedrig, aber es müssen auch die vielen Incentives wie Trinkgeld, Provisionen von Sightseeing-Tours-Anbietern und Taxiunternehmen einkalkuliert werden. Am Jahresende gibt es bei uns auch immer Prämien, wenn das Jahr gut gelaufen ist.

Der Schichtdienst eignet sich sicher nicht für jeden Menschen, dafür muss man eine gewisse Liebe für den Job und die Arbeit mit den Menschen mitbringen. Und als Unternehmen muss man

seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein positives Arbeitsumfeld bieten und ihnen mit Wertschätzung begegnen.

Herzlichen Dank für das Gespräch!

Dieses Interview mit Benedikt Komarek wurde von Emanuel Van den Nest vom Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (www.ibw.at) im Auftrag der Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation des AMS Österreich geführt.



Die **New-Skills-Gespräche des AMS** werden im Auftrag der Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation des AMS Österreich vom Österreichischen Institut für Berufsbildungsforschung (öibf; www.öibf.at) gemeinsam mit dem Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (ibw; www.ibw.at) umgesetzt. ExpertInnen aus Wirtschaft, Bildungswesen, Politik und aus den Interessenvertretungen wie auch ExpertInnen aus der Grundlagen- bzw. der angewandten Forschung und Entwicklung geben im Zuge der New-Skills-Gespräche lebendige Einblicke in die vielen Facetten einer sich rasch ändernden und mit Schlagworten wie Industrie 4.0 oder Digitalisierung umrissenen Bildungs- und Arbeitswelt.

Initiiert wurden die mit dem Jahr 2017 beginnenden New-Skills-Gespräche vom AMS Standing Committee on New Skills, einer aus ExpertInnen des AMS und der Sozialpartner zusammengesetzten Arbeitsgruppe, die es sich zum Ziel gesetzt hat, die breite Öffentlichkeit wie auch die verschiedenen Fachöffentlichkeiten mit einschlägigen aus der Forschung gewonnenen Informationen und ebenso sehr mit konkreten Empfehlungen für die berufliche Aus- und Weiterbildung – sei diese nun im Rahmen von arbeitsmarktpolitischen Qualifizierungsmaßnahmen oder in den verschiedensten Branchenkontexten der Privatwirtschaft organisiert, im berufsbildenden wie im allgemeinbildenden Schulwesen, in der Bildungs- und Berufsberatung u.v.m. verankert – zu unterstützen.

www.ams.at/newskills

www.ams-forschungsnetzwerk.at

... ist die Internet-Adresse des AMS Österreich für die Arbeitsmarkt-, Berufs- und Qualifikationsforschung

Anschrift des Interviewten

Mag. Benedikt Komarek
Hotel Schani Wien
Karl-Popper-Straße 22, 1100 Wien
E-Mail: presse@hotelschani.com
Internet: www.hotelschani.com

Alle Publikationen der Reihe AMS info können über das AMS-Forschungsnetzwerk abgerufen werden. Ebenso stehen dort viele weitere Infos und Ressourcen (Literaturdatenbank, verschiedene AMS-Publikationsreihen, wie z.B. AMS report, FokusInfo, Spezialthema Arbeitsmarkt, AMS-Qualifikationsstrukturbericht, AMS-Praxishandbücher) zur Verfügung – www.ams-forschungsnetzwerk.at.

Ausgewählte Themen aus der AMS-Forschung werden in der Reihe AMS report veröffentlicht. Der AMS report kann direkt via Web-Shop im AMS-Forschungsnetzwerk oder bei der Communicatio bestellt werden. AMS report – Einzelbestellungen € 6,- (inkl. MwSt., zuzügl. Versandkosten).

Bestellungen (schriftlich) bitte an: Communicatio – Kommunikations- und PublikationsgmbH, Steinfeldgasse 5, 1190 Wien, E-Mail: verlag@communicatio.cc, Internet: www.communicatio.cc

P. b. b.

Verlagspostamt 1200, 02Z030691M

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger: Arbeitsmarktservice Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation/ABI, Sabine Putz, René Sturm, Treustraße 35–43, 1200 Wien

Dezember 2021 • Grafik: Lanz, 1030 Wien • Druck: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn

