



Die Zukunft der Hotellerie aus Sicht der Gen Z

Studie

Dr. Vladimir Preveden
Innsbruck, 23. Februar 2024



- w oehv.at
- f hoteliervereinigung
- ig oehv.hoteliervereinigung
- in österreichische-hoteliervereinigung

FÜR WÄRTS. DIE ÖHV.



Inhalt

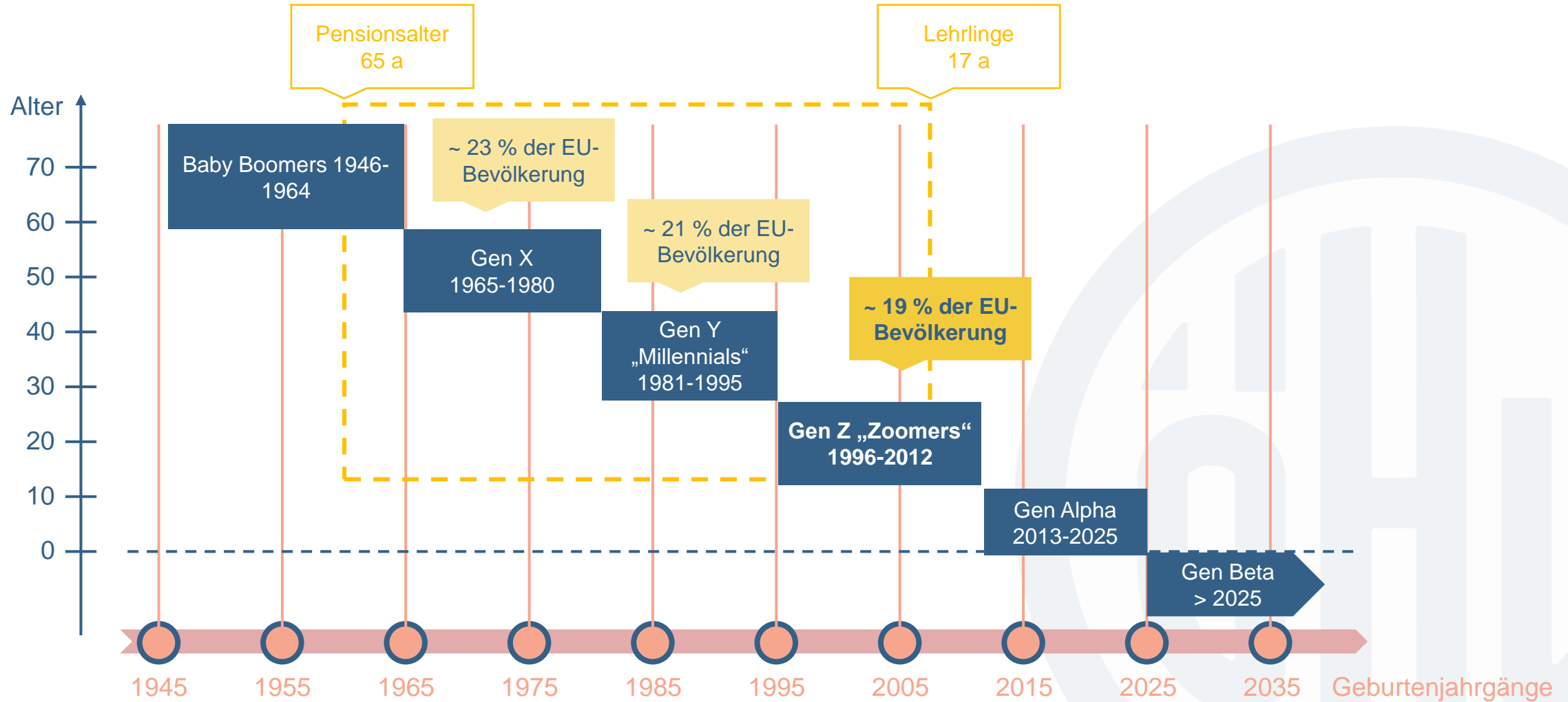
- I. Kontext
- II. Erkenntnisse
- III. Handlungsempfehlungen



I. Kontext

FÜRWÄRTS. DIE ÖHV.

Die Gen Z gewinnt an Bedeutung



Quelle: Daten für die EU von Eurostat

FÜRWÄRTS. DIE ÖHV.

Methodologie der Studie

1.

KI-gestützter Metaresearch mit relevanten großen Sprachmodellen

2.

Ableitung der Erkenntnisse entlang der **360° Guest Journey**

3.

Reflektion der Erkenntnisse mittels **Umfragen** in der Branche und bei Tourismus-Schüler:innen

4.

Selektive Anreicherung durch **Praxisbeispiele**

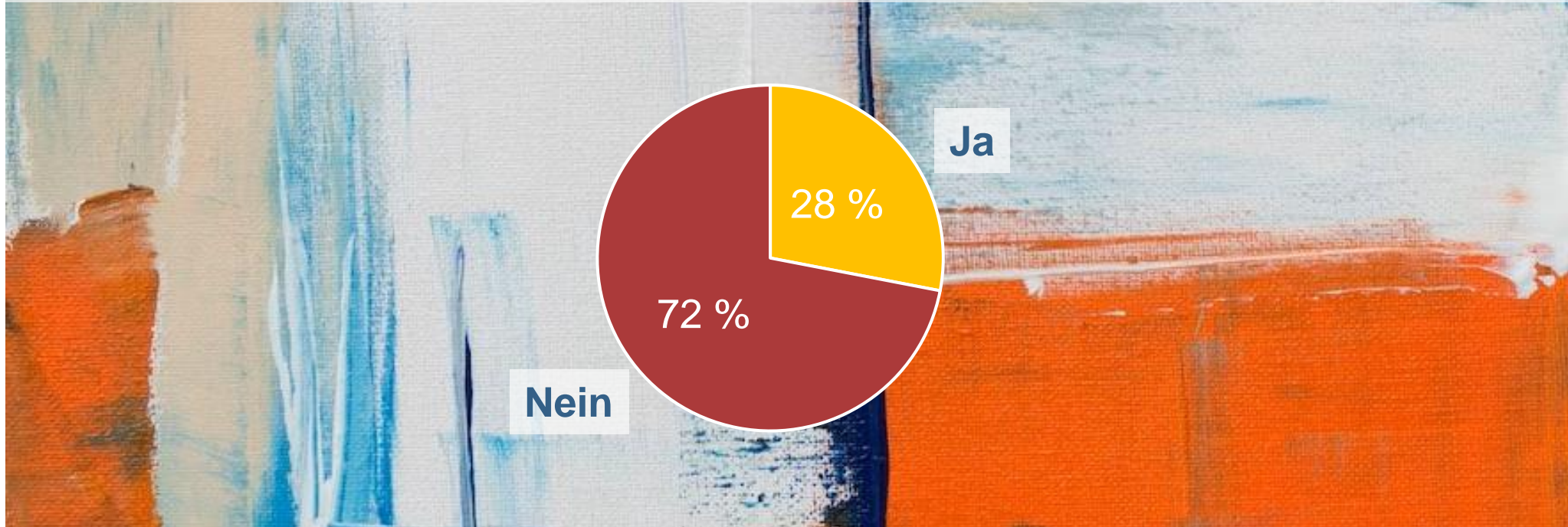
5.

Ableitung von **Handlungsempfehlungen** für die Hotellerie

Im Zeitraum 2. Halbjahr 2024

Ansprache junger Gäste: ungenutztes Potenzial

Maßnahmen zur aktiven Ansprache von jüngeren Gästen

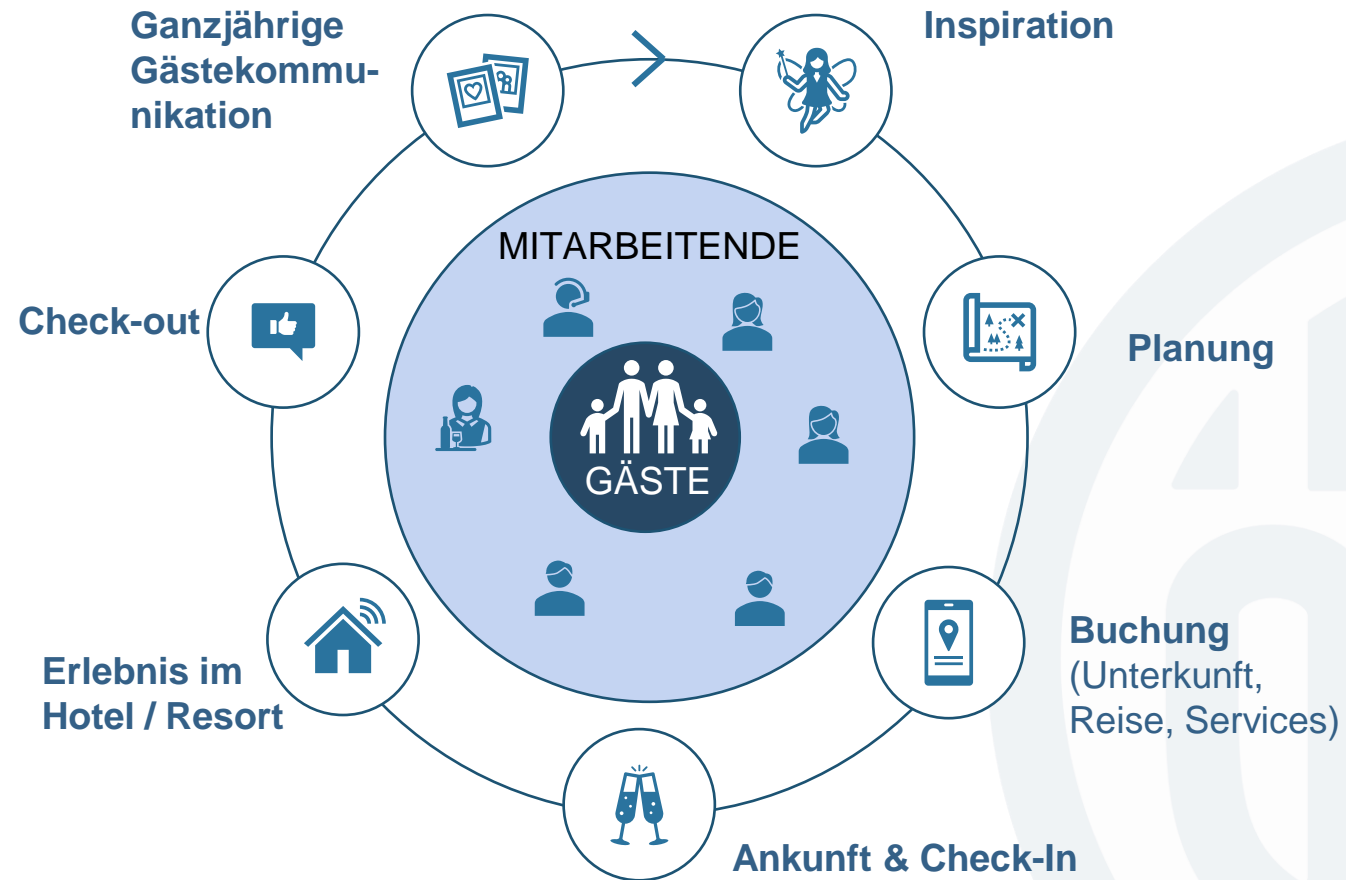




II. Erkenntnisse

FÜRWÄRTS. DIE ÖHV.

360 ° Gäste-Journey als Basis



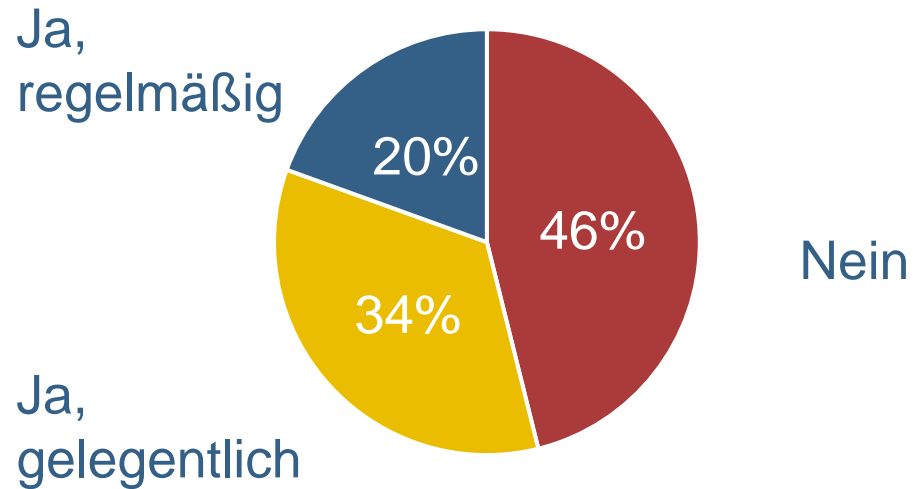
Social Media & Authentizität spielen bei der Reiseinspiration eine wichtige Rolle



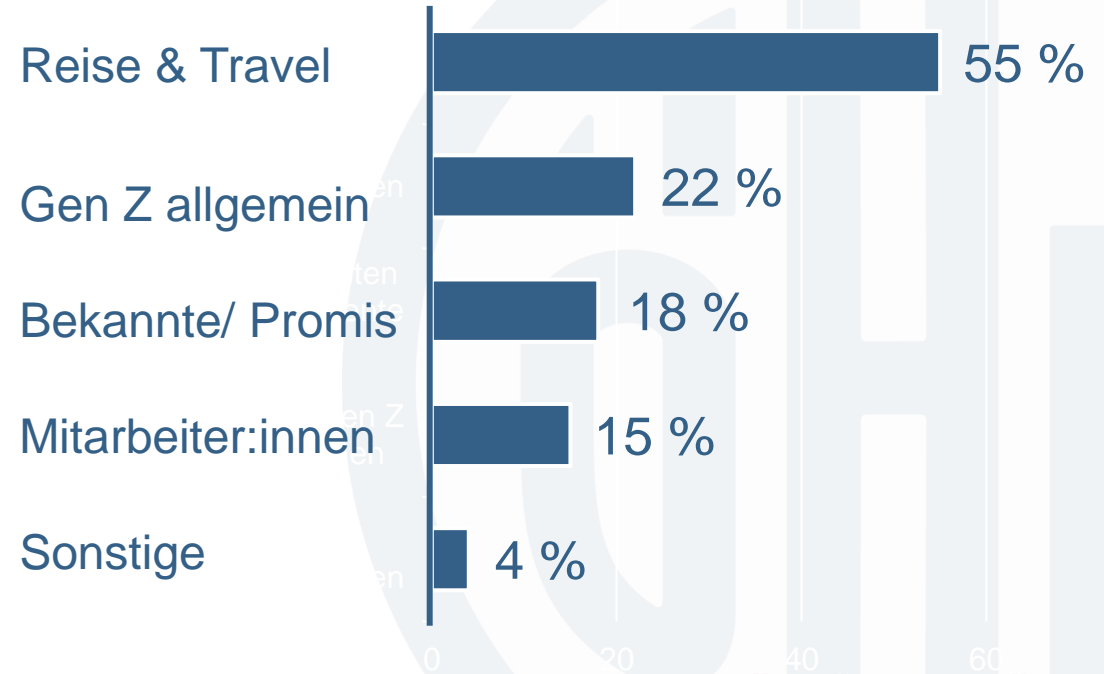
- **Social Media & Influencer** spielen eine zentrale Rolle bei der Reiseinspiration.
- Gen Z achtet auf die **Ethik und Nachhaltigkeit** von Unternehmen
- Marken sollen daher **Authentizität & Werte** vermitteln. Authentisches Storytelling auf Social-Media-Plattformen ist essenziell.

Luft nach oben: Influencer:innen-Marketing

Zusammenarbeit mit Influencer:innen

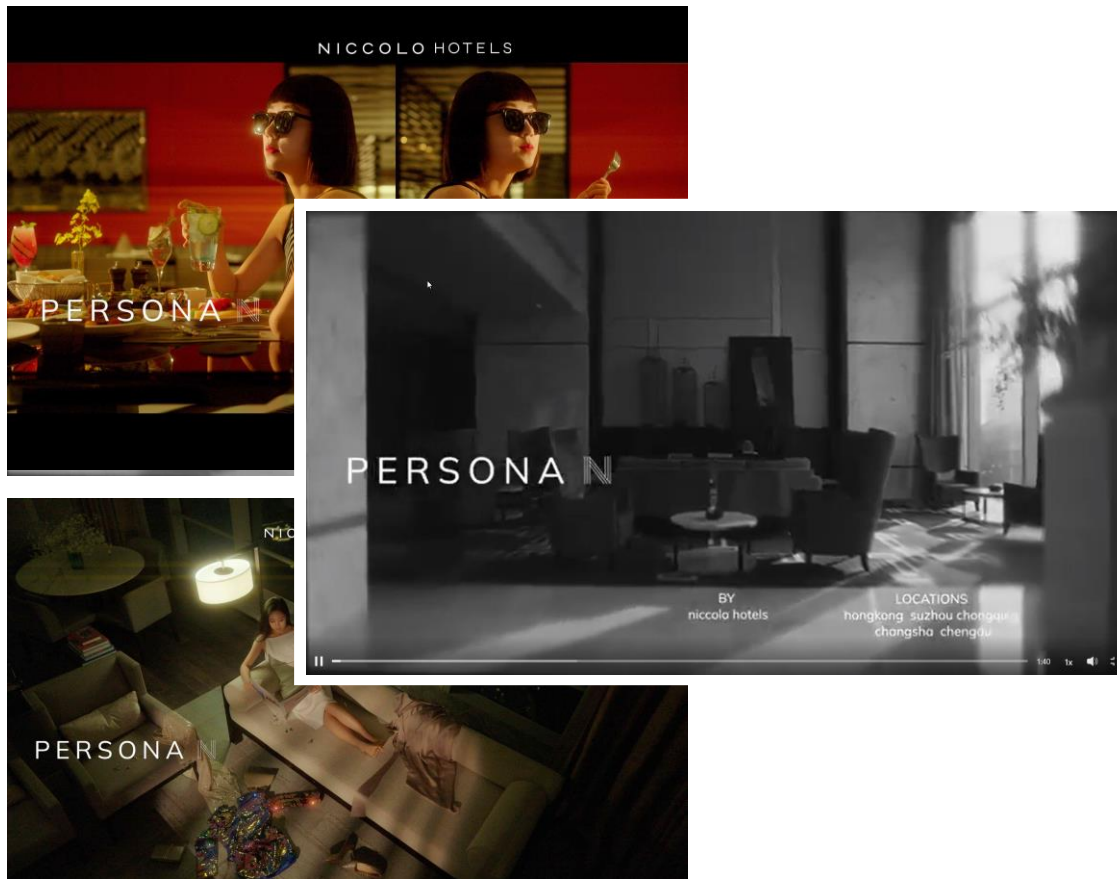


Zusammenarbeit nach Art der Influencer:innen



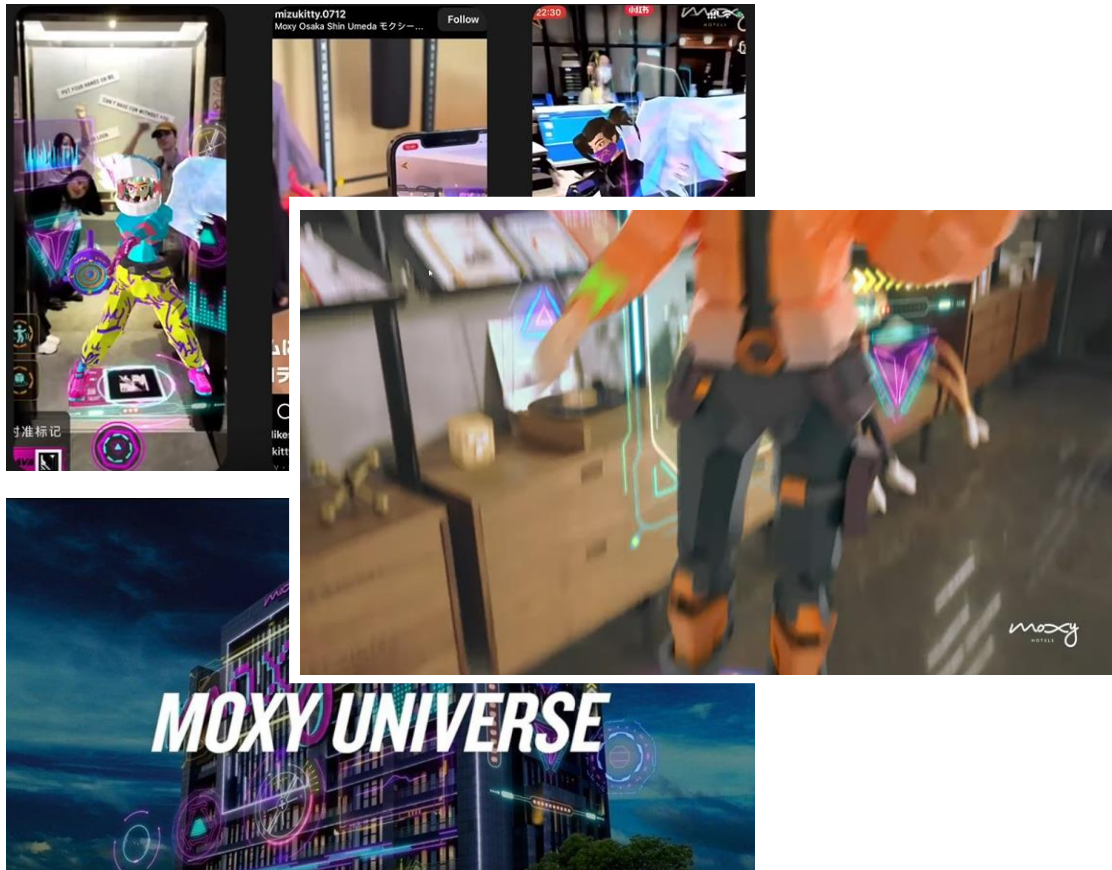
NICCOLO

HOTELS



Die "**Persona N**"-Kampagne von Niccolo Hotels soll die wachsende Zahl der Millennial- und Generation-Z-Gäste zu mehr Selbstverbundenheit und mehr Genuss in den Hotels anregen soll.

- Selbstentdeckung und –verwirklichung
- Maßgeschneiderte Erlebnisse
- Attraktive Reiseangebote
- Fokus auf Entspannung und Stressabbau
- Ansprechende visuelle Darstellung



Die "**Moxy Universe, Play Beyond**"-Kampagne von Moxy Hotels bietet für Gen Z-Gäste folgende relevante Aspekte:

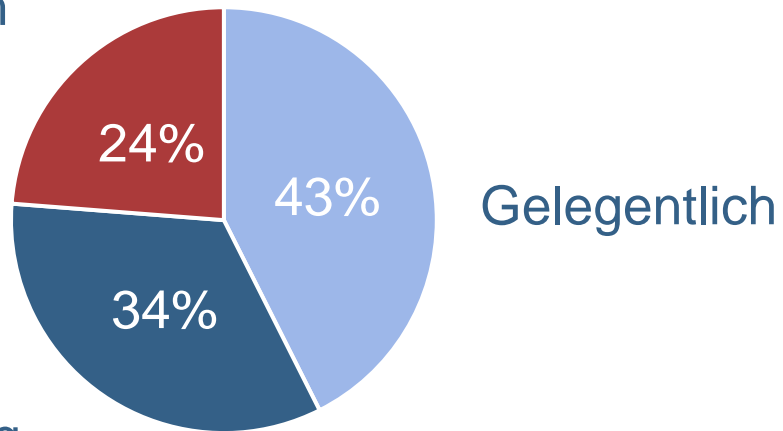
- Integration von Metaverse und Gaming-Kultur
- Avatar-Personalisierung
- Erste Hotelmarke mit Livestreams auf Twitch
- Offline-Events mit Influencern
- Erhebliche Steigerung der Markenbekanntheit

Ausbauen: Nachhaltigkeits-Kommunikation

Regelmäßige Nachhaltigkeits-Kommunikation

Nein, noch nicht

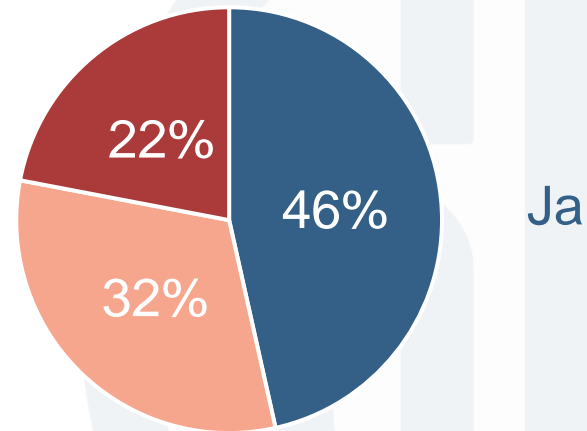
Ja, regelmäßig



Nachhaltigkeit auf der Hotel-Website

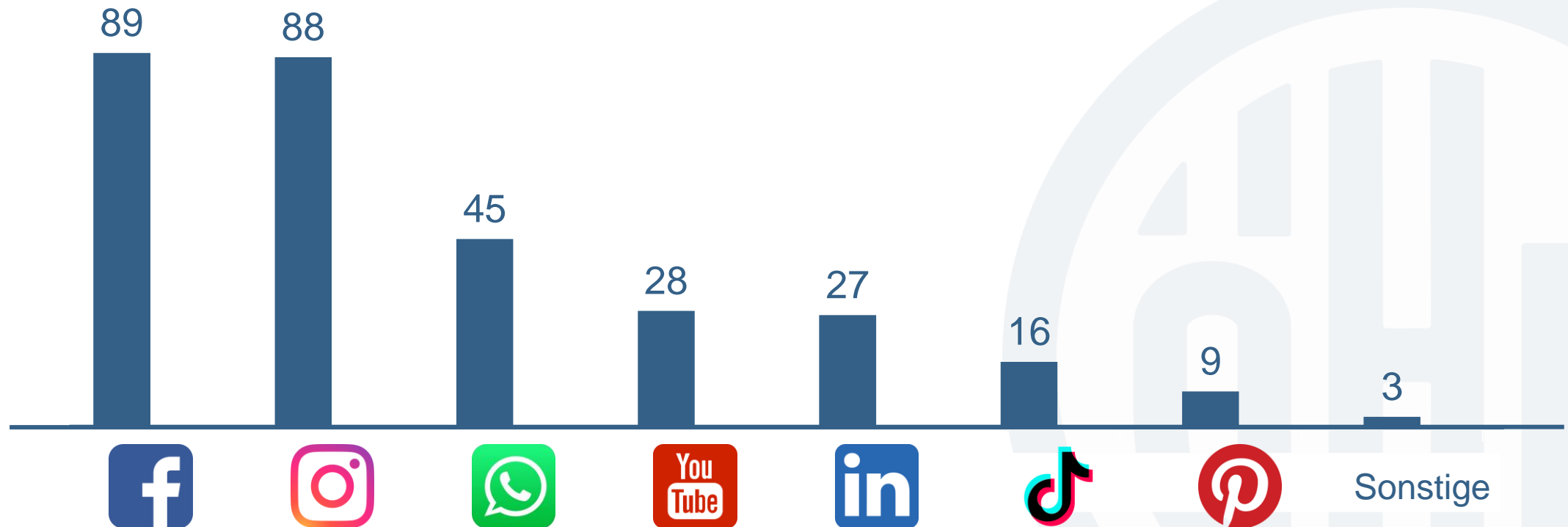
Nein

Nein, aber geplant



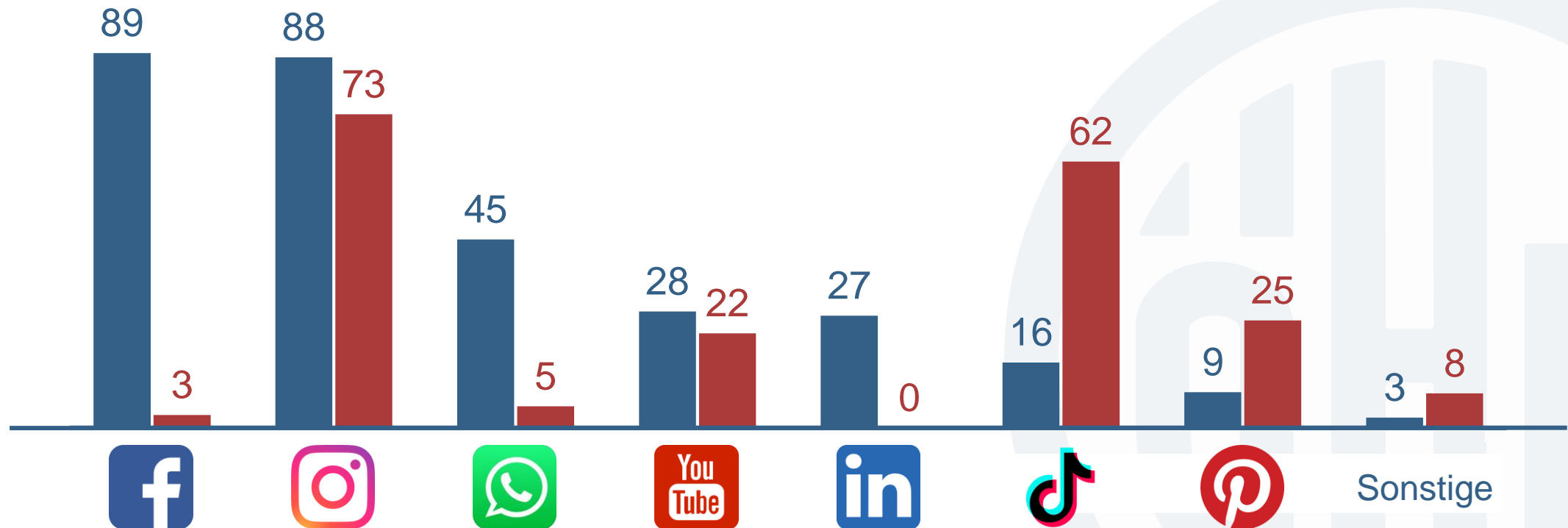
Hoteliers nutzen sieben Plattformen ...

Social-Media-Kanäle des Hotels [%]



... allerdings nutzt Gen Z schon andere

Social-Media-Kanäle des Hotels [%]
Von Schüler:innen genutzt [%]



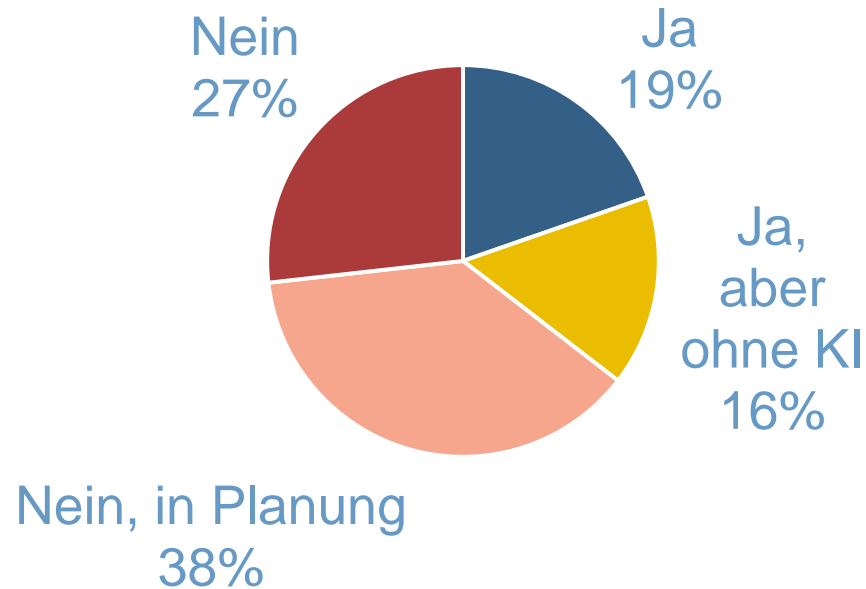
Bei der Planung sind 5 Themen wichtig



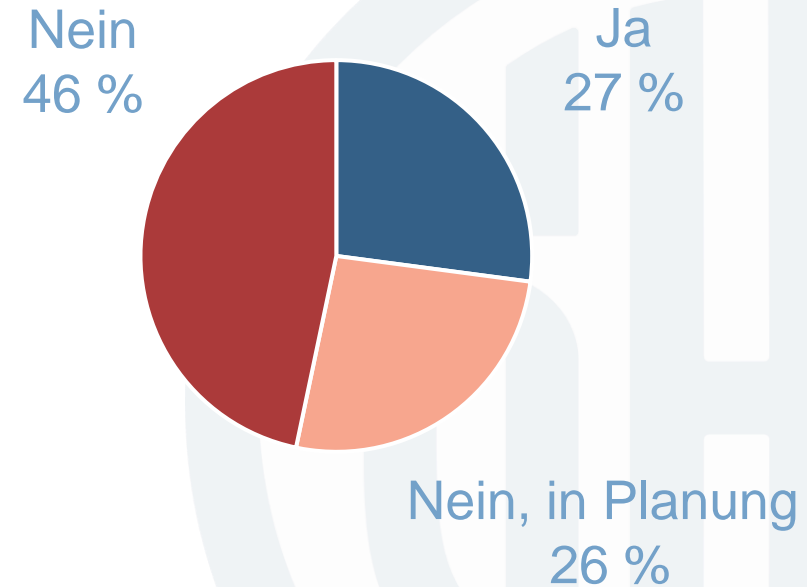
- 1. Personalisierung und Angebote:** Gen Z erwartet personalisierte Angebote.
- 2. Frühzeitige Buchung für größere Reisen:** oft 3-6 Monate im Voraus.
- 3. Nachhaltige Optionen:** Gen Z priorisiert bei der Reiseplanung umweltbewusste Entscheidungen und bevorzugt Hotels, die Nachhaltigkeit und Zertifizierungen betonen.
- 4. Technologie & Bequemlichkeit:** Gen Z will KI-gestützte Empfehlungssysteme für personalisierte Vorschläge nutzen. Kontaktlose Technologien wie virtuelle Rundgänge und mobile Concierge-Dienste verbessern die Reiseplanung.
- 5. Wert für Geld:** Gen Z ist preisbewusst und bevorzugt Deals.

Planungs-Tools gewinnen an Bedeutung

KI-gestützte Tools für maßgeschneiderte Vorschläge beim Planen & Buchen

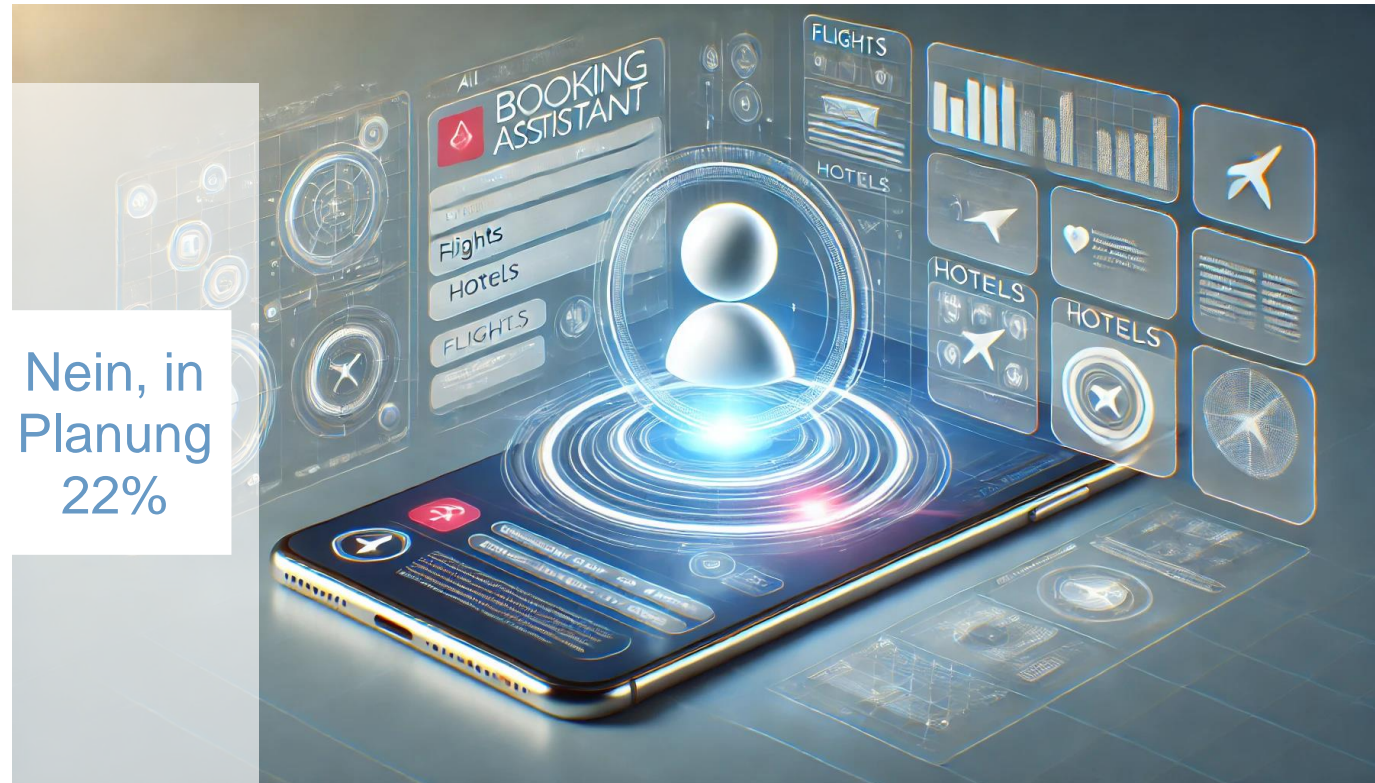
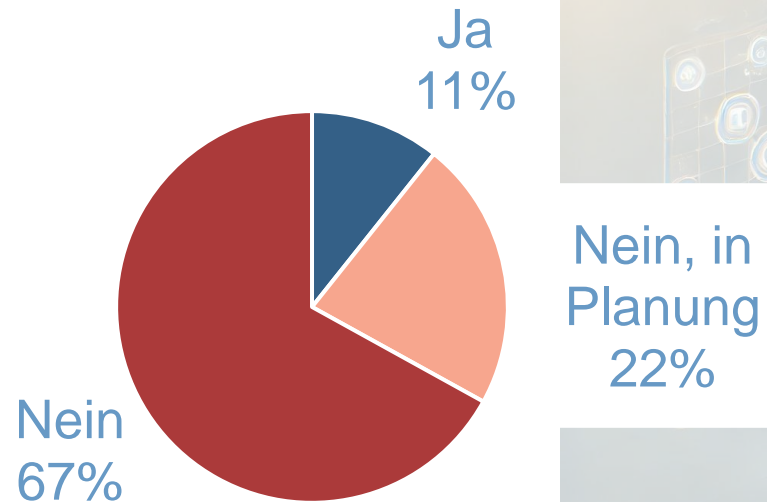


Tools zum Upselling beim Buchen im Einsatz



KI-basierte Assistenten sind im Kommen

KI-basierte Assistenten beim
Buchungsvorgang



BEISPIEL – ERSTES KI-UNTERSTÜTZTES HOTEL



“We are the first true AI-powered hotel in the world,” says Philippe Ziade, founder and CEO of Otonomus. “Travelers don’t want a one-size-fits-all experience. They want the thrill of creating a personalized experience.”



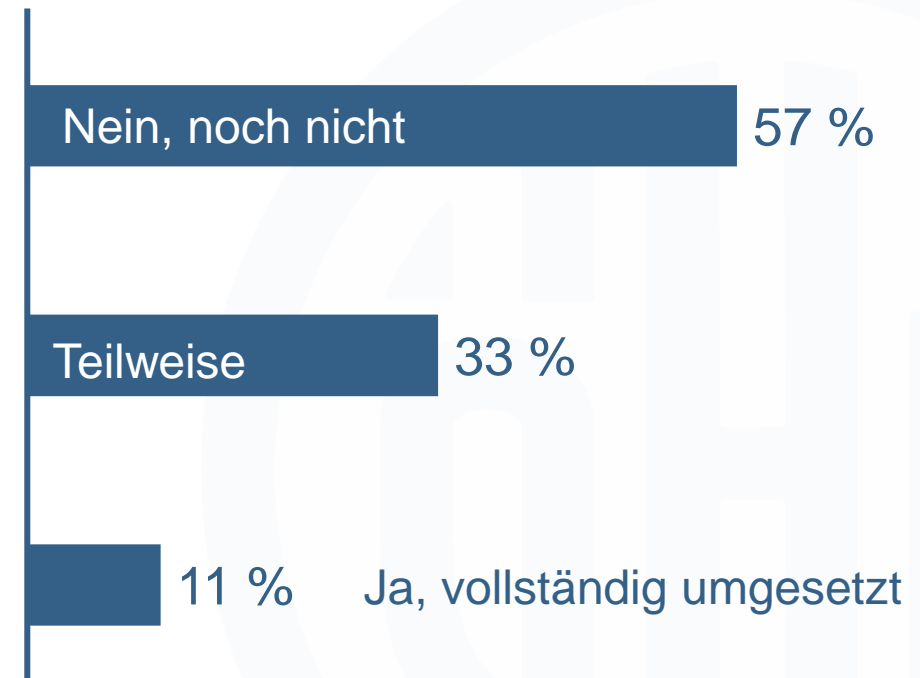
The screenshot shows the landing page for Otonomus Hotel. At the top center is the Otonomus Hotel logo. Below it, the text reads "A FIRST-OF-ITS-KIND HOSPITALITY CONCEPT". The main headline states "Otonomus aparthotel expertly blends cutting-edge AI with genuine human touch", followed by the subtext "crafting a personalized and intuitive experience tailored uniquely for each guest". At the bottom, there are three orange circular icons: "AI-POWERED" (with a brain and gear icon), "GUEST-CENTRIC" (with a hand and screen icon), and "APARTHOTEL" (with a bed icon). The background of the page features a dark, stylized image of palm trees.

FÜRWÄRTS. DIE ÖHV.

Der Check-In als kritischer Touchpoint

- **Bequemlichkeit durch Technologie (Nahtloses, digitales Erlebnis):** Schneller Check-In durch kontaktloses Einchecken über mobile Apps. Digitale Schlüssel und Selbstbedienungskioske, die Komfort bieten und Interaktion minimieren
- **Willkommenskultur:** Persönliche Begrüßungen und ein auf ihre Bedürfnisse abgestimmtes Willkommen sind entscheidend für eine positive Erfahrung.

Digitale & kontaktlose Check-In-Möglichkeiten



Numa

Mit Seele reisen

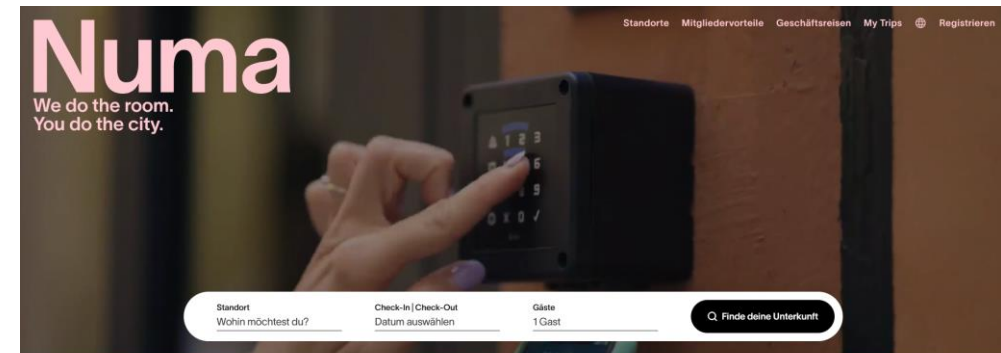
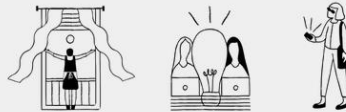
In einer Welt der speißigen, zugeknöpften, gesichtslosen Hotels, schlagen wir einen neuen Weg ein. Wir ersetzen unnötigen Ärger durch dringend benötigte Klarheit und Freude. Wir vereinen Technologie und Stil in den besten Vierteln der Welt und schaffen Aufenthalte, die unverschämte originell sind und dem Reisegefühl der Menschen entsprechen.



MODERNSTE TECHNOLOGIE

Unsere Gäste stehen immer an erster Stelle

Unsere einzigartigen Reiseerlebnisse sind nur die Spitze des Eisbergs. Mit unserer firmeneigenen Full-Stack Software haben wir über 80 % unserer internen Prozesse digitalisiert, angefangen bei der Buchung und Zimmervergabe bis hin zu Housekeeping, Buchhaltung und noch vieles mehr. Das hält uns skalierbar und kosteneffizient und hilft uns, selbst die stärksten Marktschwankungen zu überstehen. Durch den Einsatz von intelligentem Yield Management, Vertrieb und unseren hauseigenen Betriebssystemen können wir unseren Verwaltungsaufwand und die Betriebskosten deutlich reduzieren. So bleiben wir stets flexibel und effizient und können uns auf das konzentrieren, was uns am wichtigsten ist: die Zufriedenheit unserer Gäste.



Ausstattung bei Numa



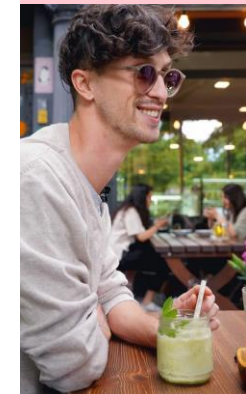
Kontaktloser Check-In
Einchecken war noch nie so einfach



Zentrale Standorte
Im Herzen von allem



High-speed WiFi
Perfekt zum Arbeiten und Videostreaming



Numa steht für



Europas Top-Städte

Wir bieten Unterkünfte in den beliebtesten Hotspots Europas. Entdecke Numa in Amsterdam, Berlin, Barcelona, Prag, Rom und Wien und vielen weiteren Standorten.



Einzigartiges Design & voll möblierte Apartments

Jeder Numa Standort hat ein einzigartiges Design und bietet alles für einen komfortablen Aufenthalt. Koche dein Lieblingsgericht in unseren voll ausgestatteten Küchen, nutze unsere gemütlichen Arbeitsbereiche und erhole dich in unseren hochwertigen Betten.



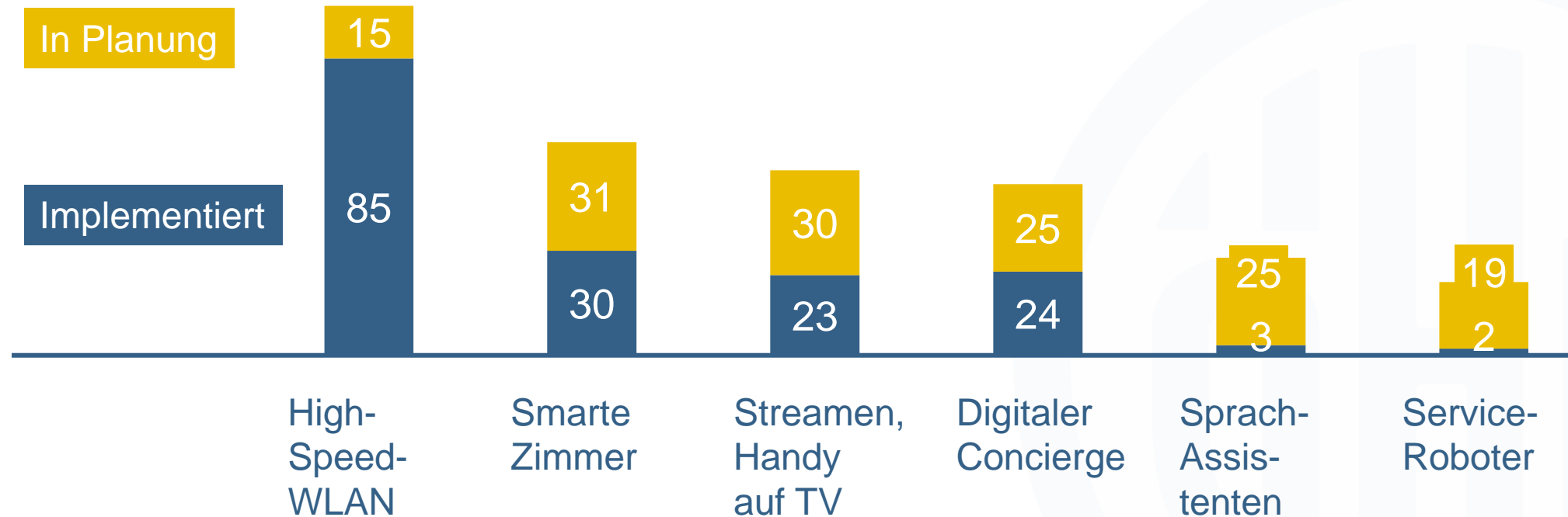
Zimmer & Apartments für kurze oder lange Aufenthalte

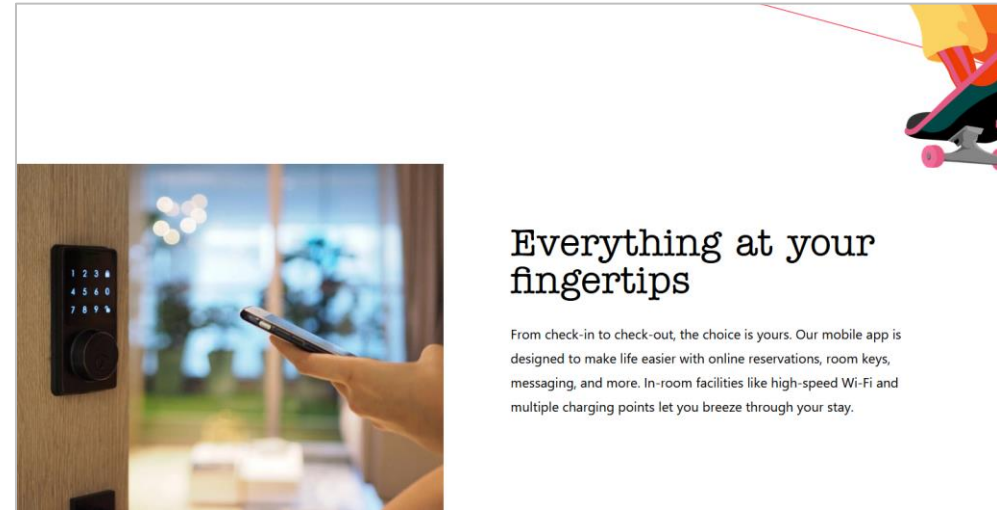
Egal ob Wochenendausflug oder Langzeitaufenthalt, wir haben die richtige Unterkunft für dich. Mit einem reibungslosen digitalen Erlebnis, schnellem WiFi, flexibler Aufenthaltsdauer und vielem mehr wirst du dich bei Numa wie zu Hause fühlen.

FÜR WÄRTS. DIE ÖHV.

Potenzial bei den In-Room-Technologien

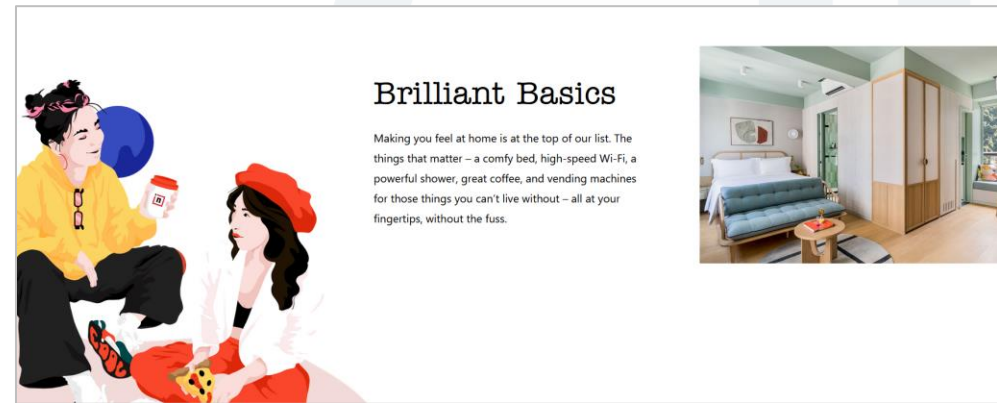
In-Room-Technologien [%]





Everything at your fingertips

From check-in to check-out, the choice is yours. Our mobile app is designed to make life easier with online reservations, room keys, messaging, and more. In-room facilities like high-speed Wi-Fi and multiple charging points let you breeze through your stay.



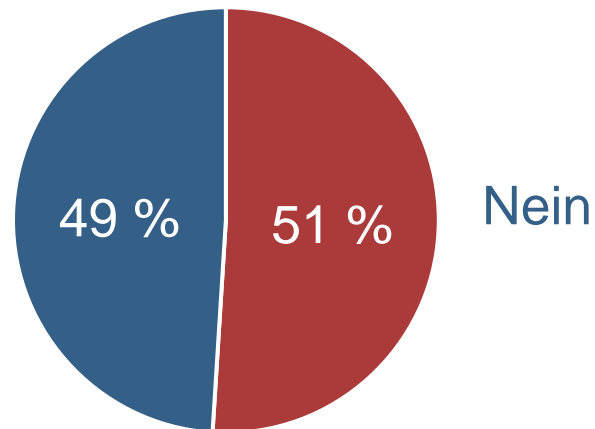
Brilliant Basics

Making you feel at home is at the top of our list. The things that matter – a comfy bed, high-speed Wi-Fi, a powerful shower, great coffee, and vending machines for those things you can't live without – all at your fingertips, without the fuss.

Nachhaltigkeit im Hotel sichtbar machen

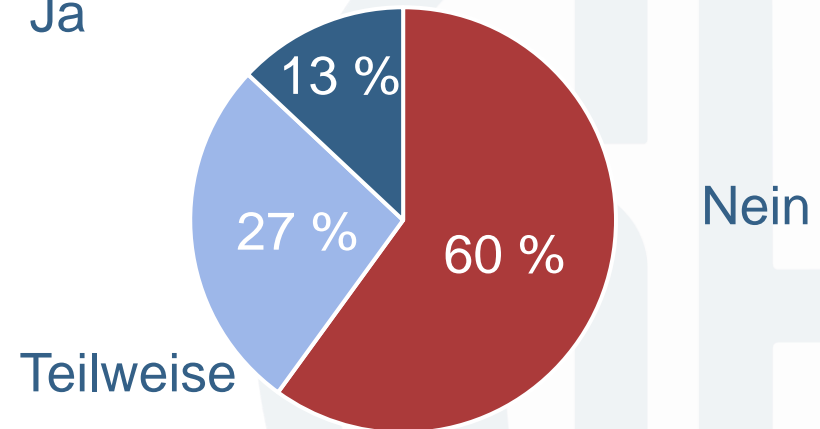
Sichtbarkeit von Nachhaltigkeit im Betrieb

Ja



Sichtbarkeit von sozialer Gerechtigkeit im Hotel

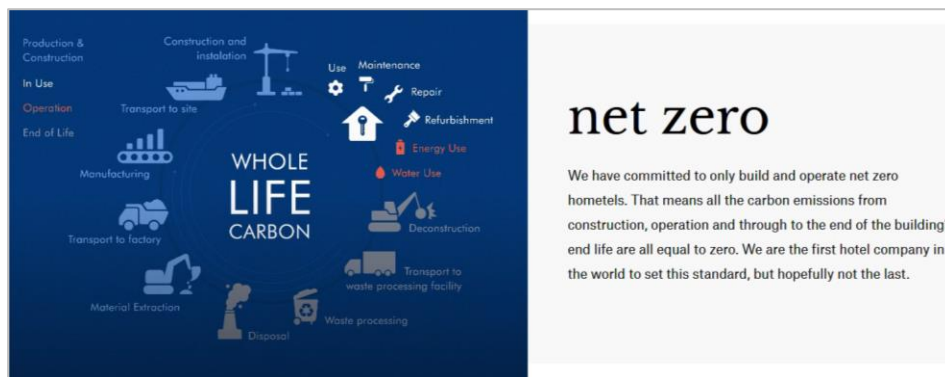
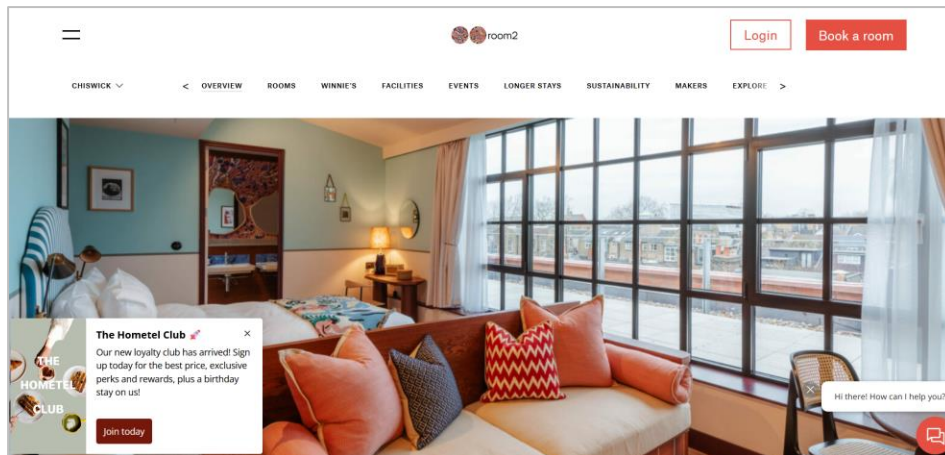
Ja



Plus: Umweltfreundliche Transportoptionen: Ladestationen für E-Fahrzeuge oder Partnerschaften mit nachhaltigen Transportmöglichkeiten

FÜR WÄRTS. DIE ÖHV.

BEISPIEL – NACHHALTIGKEIT



Das room2 Chiswick Hometel (**das erste Net Zero Hotel**) bietet Gen Z Gästen folgende relevante Aspekte:

- Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein
- Flexibilität und Komfort: Küchenzeilen & Check-In/-Out um 14:00
- Lokales Design und Handwerkskunst
- Technologie und Effizienz
- Community-Engagement und Veranstaltungen

BEISPIEL – NACHHALTIGKEIT

Stadthotel
Henriette
VIENNA

Stadthotel
Henriette
VIENNA

Henriette Zimmer & Specials Kulinarik Business Henriettes Wien

📞 | 📍 | +43 1 214 84 04 | EN

ANFRAGEN BUCHEN

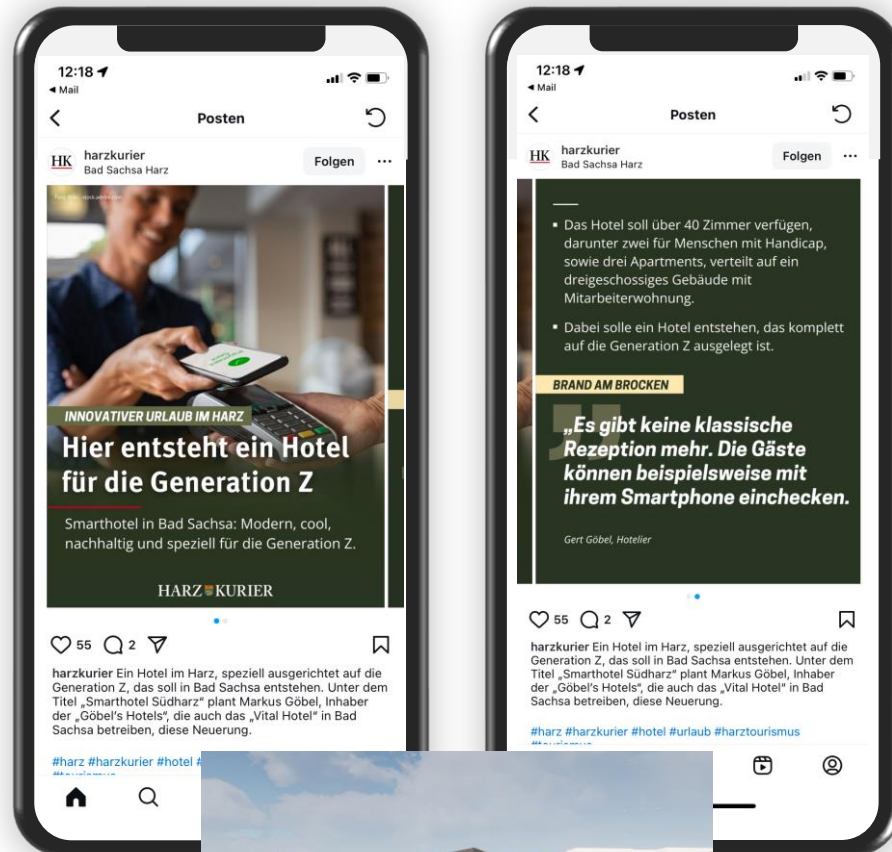
Natürlich anders,
nachhaltig einzigartig

ZUM BESTPREIS BUCHEN

zentrale Lage gesunder Schlaf hausgemachtes Bio-Frühstück Bestpreisgarantie

FÜR WÄRTS. DIE ÖHV.

Smarthotel Südharz

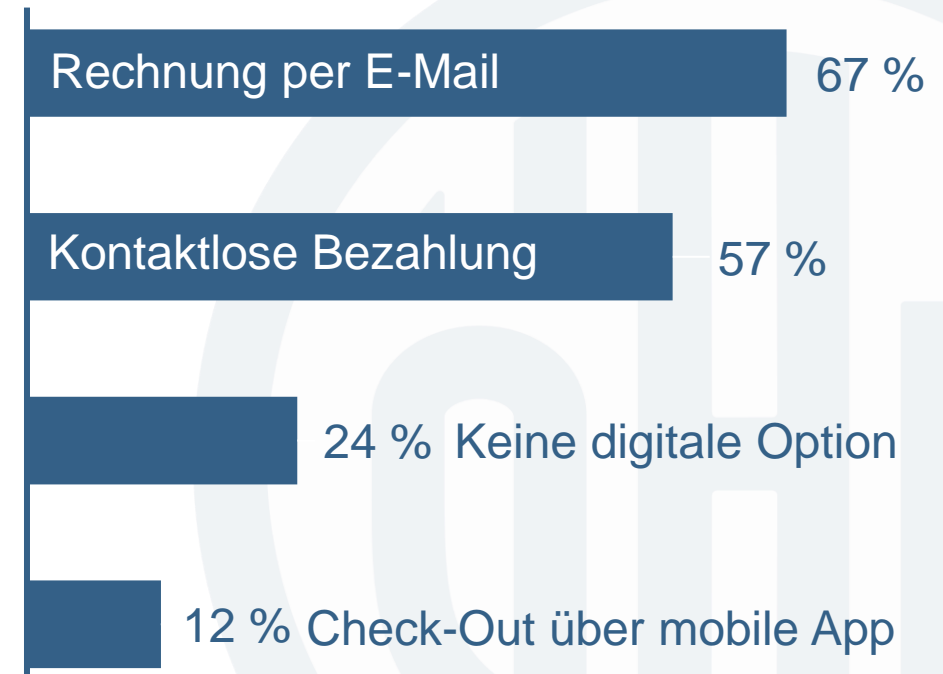


- **Digitale Integration:** Hochmoderne technologische Ausstattung und schnelles WLAN
- **Flexible Räume:** Bereiche für "Workation" und "Bleisure" (Kombination aus Arbeit und Freizeit), die den Bedürfnissen junger Berufstätiger entsprechen
- **Nachhaltigkeit:** Photovoltaik und ein umweltbewusstes Konzept
- **Barrierefreiheit:** Einheiten für Menschen mit Handicap sind vorgesehen (Inklusivität)
- **Ausstattung:** Zeitgemäße und attraktive Einrichtung

Digitales Check-Out

- **Müheles & kontaktlos:** Wie beim Check-in erwartet Gen Z auch beim Check-out einen reibungslosen, digitalen und kontaktlosen Prozess automatisiert oder über Apps.
- **Transparente Abrechnung:** Rechnungen online einsehen und bezahlen, ohne versteckte Kosten.
- **Feedback-Optionen:** Einfache Möglichkeiten nach dem Aufenthalt, Feedback zu geben und Erfahrungen zu teilen, oft über digitale Kanäle.

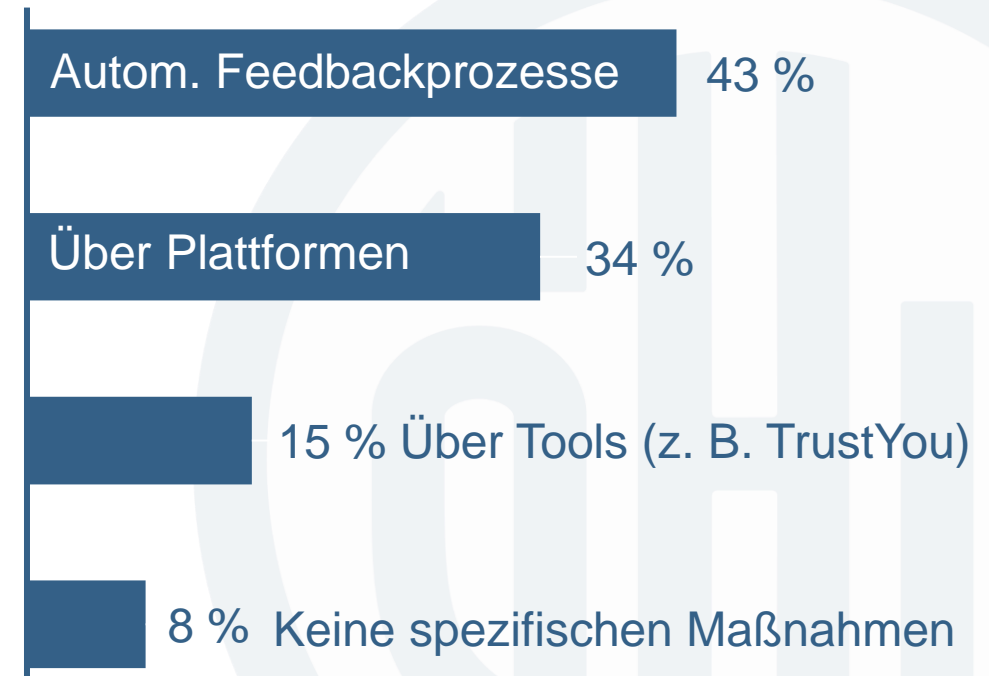
Digitale & kontaktlose Check-Out-Möglichkeiten



Mit dem Gast im Kontakt bleiben

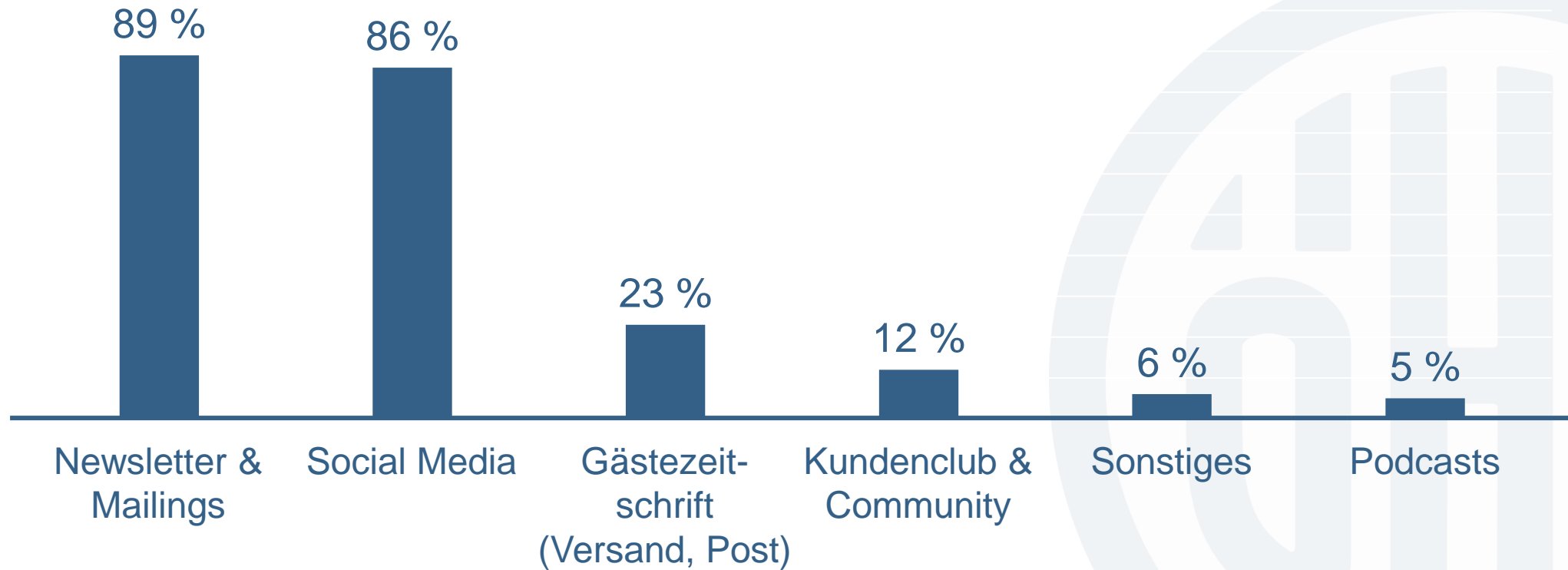
- **Personalisierte Ansprache:** KI-gestützte, personalisierte Nachbetreuung mit maßgeschneiderten Angeboten / Treueprogrammen.
- **Nachhaltigkeit & soziale Verantwortung:** Gen Z erwartet eine kontinuierliche Kommunikation und Updates zu Nachhaltigkeitsinitiativen.
- **Treueprogramme und nachhaltige Angebote:** Treueprogramme, die ihnen nachhaltige Optionen bieten und authentische Markenerlebnisse ermöglichen.

Gäste-Feedback



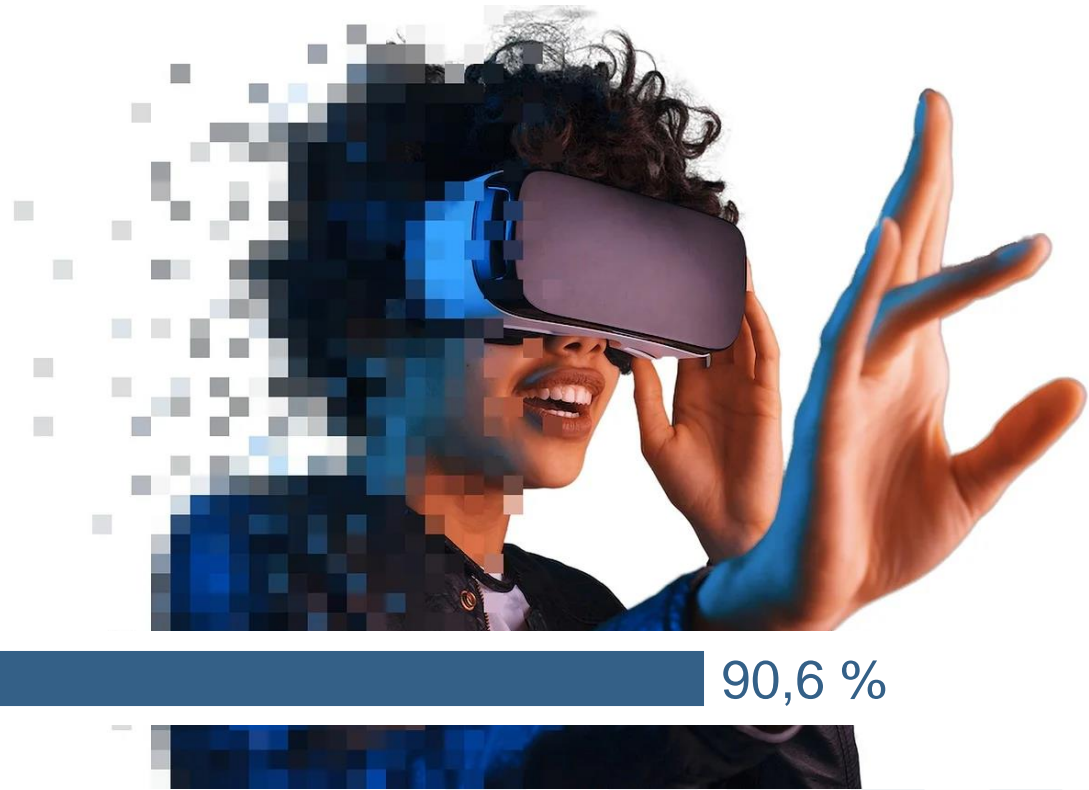
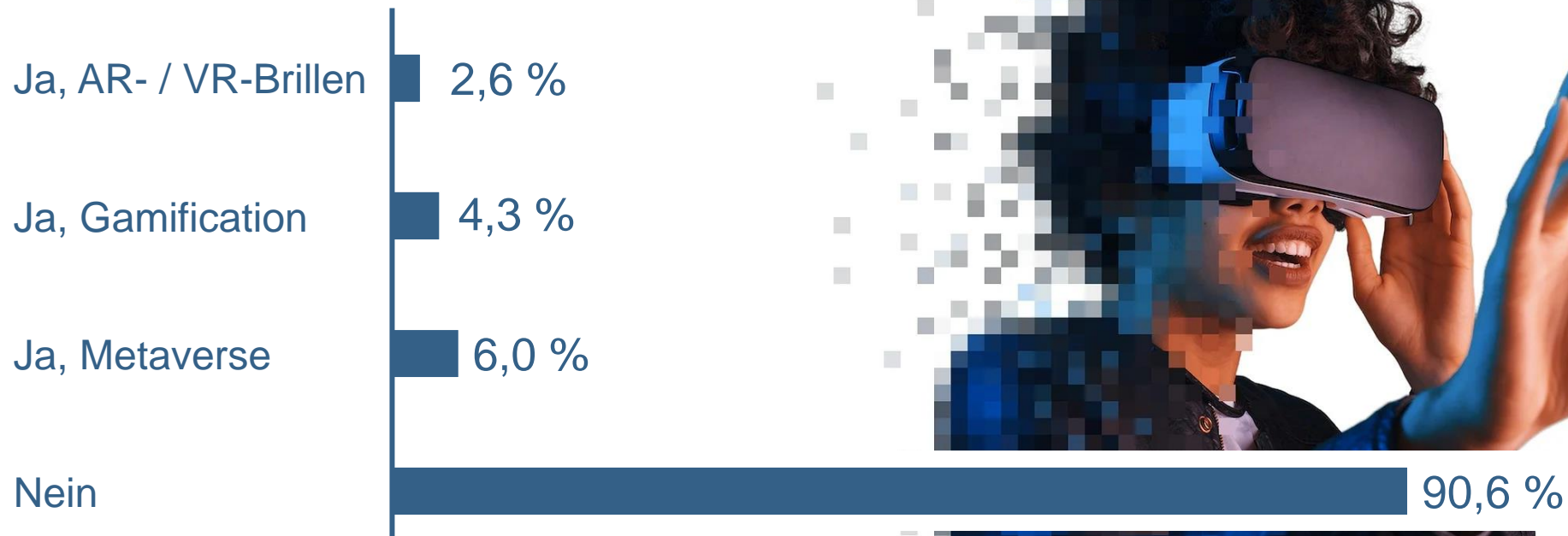
Vor allem zwei Kanäle werden genutzt

Kanäle zur ganzjährigen Gästekommunikation



Next level: digital & immersiv

Einsatz digital, immersiver Technologien nach



The Millennials Shibuya, Tokyo



Das The Millennials Shibuya bietet für Gen Z Gäste folgende relevante Aspekte:

- Innovative SmartPods
- Instagrammable Design
- Flexibles Check-in/Check-out
- Nachhaltigkeit: minimaler Energieverbrauch und kompakter Raumansatz
- Funktionale Gestaltung
- Gemeinschaftsbereiche
- Kostenlose Annehmlichkeiten

Der Gen Alpha wird Immersion wichtig

Schritt der Guest Journey	Gen Z	Gen Alpha
1. Inspiration	Social Media, Authentizität, Nachhaltigkeit	Virtuelle Erlebnisse, Gamification
2. Planung	Multidevice-Recherche, Budget, Sicherheit	KI-Tools, visuell-interaktiv
3. Buchung	Flexibilität, kostengünstige Optionen, Nachhaltigkeit	Automatisierte Buchung, umweltfreundlich
4. Ankunft, Check-In	Mobile Check-in, kontaktlos	Vollautomatisiert, KI-Interaktionen
5. Erlebnis im Resort	Authentisch, lokal, Nachhaltigkeit, Wellness	Smarte Zimmer, Gamification, Technologie
6. Check-out	Digital, schnelles Feedback, Social Media	Automatisiert, interaktives Feedback
7. Ganzjährige Gästekommunikation	Social Media, E-Mail, personalisierte Inhalte	Immersive Technologie, Chatbots, Gamification



III. Handlungsempfehlungen

FÜRWÄRTS. DIE ÖHV.

Generelle Handlungsempfehlungen

1. Authentizität und Wertekommunikation verstärken	Transparenz, ethische Geschäftspraktiken
2. Technologiegetriebenes Erlebnis bieten	Digitale Lösungen, reibungsloses Gästerlebnis
3. Nachhaltigkeit als Standard etablieren	Umfassende Nachhaltigkeitsinitiativen & Kommunikation dazu
4. Personalisierung durch Daten nutzen	Guest Journey mit Daten personalisieren
5. Gemeinschaft und soziale Interaktion fördern	Gemeinschaftserlebnisse für sozialen Interaktionen

Spezifische Handlungsempfehlungen

1. Nutzen Sie **KI-gestützte Tools** zum Personalisieren (Gästedaten!)
2. Schaffen Sie eine nahtlos funktionierende **digitale Plattform**
3. Machen Sie **authentische Nachhaltigkeit zum Geschäftsmodell**
4. Stärken Sie Ihre **Nachhaltigkeitskommunikation** (inkl. Website)
5. Fokussieren Sie sich auf **Instagram und TikTok** (statt Facebook)
6. Bauen Sie systematisch **Mitarbeiter:innen als Influencer** auf
7. Machen Sie v. a. **soziale Nachhaltigkeit im Betrieb** sichtbar
8. Schaffen Sie **gefühlten Luxus**, der aber erschwinglich ist



IV. Hotelkonzepte

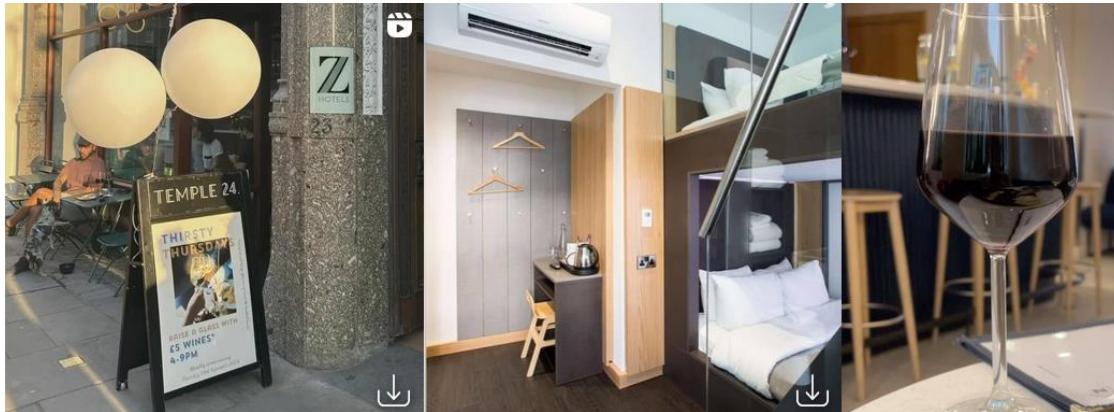
LIFE HOUSE



Life House Hotels bieten der Gen Z folgende relevante Aspekte:

- Authentisches und lokales Design:
- Community-orientierte Aufenthalte:
- Technologieintegration & soziales Netzwerk
- Erschwinglicher Luxus
- Lokale Materialien

BEISPIEL – ERSCHWINGLICHER LUXUS



- **Zentrale Stadtlagen:** ideal für Stadterkundungen zu Fuß
- **Kompakter Luxus:** Clever gestaltete, kompakte Zimmer mit modernen Annehmlichkeiten wie kostenlosem WLAN und HDTV
- **Digitale Ausstattung:** Individuell digital steuerbare Temperatur und umfangreiche Unterhaltungsoptionen im Zimmer
- **Erschwinglichkeit:** Fokus auf bezahlbaren Luxus für preisbewusste junge Reisende
- **Lokale Erlebnisse:** Freundliches Personal mit Insiderwissen für auth. Stadtentdeckungen und Empfehlungen

Arlo Hotels

Arlo is the ideal home base for today's explorers, delivering an imaginative platform for local experiences. Arlo creates an unplaceable — yet undeniable — sense of belonging, it is a haven for wanderers with purpose, a place to tuck away for a much-needed nap amidst your urban safari. Our hotels become your living room away from home, your workshop away from the office, where inspiration awaits. With hotels in New York City, Miami, Chicago, Washington DC and expanding to other cities, Arlo is the ideal choice for your next adventure.



- **Innovatives Design:** Kompakte, soziale Räume mit kreativen Gemeinschaftsbereichen
- **Tech-Ausstattung:** Kostenloses WLAN, Ladestationen und Bluetooth-Verbindungen
- **Flexible Zonen:** Multifunktionale Lounges für Arbeit und Socializing
- **Lokale Erlebnisse:** Kulturelle Events und auth. Nachbarschaftserkundungen
- **Junger Reisegeist:** Zielgruppe der neugierigen, erfahrungsorient. Reisenden

Besonders hervorzuheben ist, dass 60 % der Gäste von Arlo zwischen 25 und 44 Jahre alt sind, 40 % sogar zwischen 25 und 34, was zeigt, dass das Hotel für jüngere Reisende sehr attraktiv ist.

DANKE **FÜR** IHRE AUFMERKSAMKEIT.

w oehv.at
f hoteliervereinigung
ig oehv.hoteliervereinigung
in österreichische-hoteliervereinigung

FÜRWÄRTS. DIE ÖHV.