

TRENDREPORT

Service Automation im Tourismus



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

die **Automatisierung von Serviceleistungen** ist längst mehr als eine technologische Spielerei – sie entwickelt sich zu einem **zentralen Wettbewerbsfaktor im Tourismus**. Angesichts von Fachkräftemangel, steigenden Betriebskosten und steigenden Erwartungen der Gäste kann Service Automation **Prozesse effizienter** machen, das **Personal entlasten** und das **Gästeerlebnis verbessern**.

Dieser Trendreport zeigt praxisnah, wie kleine und mittlere Unternehmen (KMU) im Tourismus **von dieser Entwicklung profitieren** können. Er liefert Inspiration, präsentiert Beispiele, die zeigen, wie Automatisierung in der Praxis funktioniert und erläutert Chancen und Risiken. Ziel ist es, den **Wandel** nicht nur zu begleiten, sondern **aktiv zu gestalten**.



Inhalt



Einleitung

4



Definition Service Automation

6

Relevanz für die Tourismusbranche

7



Praxisbeispiele (Micro-Trends)

9



Chancen und Risiken für touristische KMU

20

Zukunftsfragen und Handlungsempfehlungen

23



Fazit & Ausblick

27

Einleitung

Service Automation bezeichnet den Einsatz digitaler, KI-gestützter und robotischer Technologien, um **Dienstleistungen effizienter, schneller** und oft auch **personalisiert** bereitzustellen. Dabei werden Routinetätigkeiten automatisiert, Prozesse optimiert und Mitarbeitende gezielt entlastet, damit mehr Zeit für die persönliche Gästebetreuung bleibt.

Für touristische KMU bietet Service Automation Chancen etwa durch **effizientere Abläufe, neue Serviceformen, 24/7-Verfügbarkeit** und ein **modernes Markenimage**. Gleichzeitig erfordert sie Investitionen in Technik, Schulungen und Prozessanpassungen.

Treiber dieser Entwicklung sind vor allem:

- Fortschritte in Robotik und Künstlicher Intelligenz
- Anhaltender Fachkräftemangel
- Steigende Erwartungen der Gäste an Komfort und Geschwindigkeit



Was Sie inhaltlich erwartet und ein kurzer Selbstcheck

Welches Praxisbeispiel passt am besten zu meinem Betrieb?

Was Sie inhaltlich erwartet:

Service Automation verstehen:

Definition & Anwendungsfelder

Relevanz für die Tourismusbranche:

Service Automation als Schlüsselinstrument

Wie viele Routine-tätigkeiten gibt es in Ihrem Betrieb täglich?

- A. wenige
- B. einige
- C. sehr viele

Wie stark spüren Sie aktuell den Fachkräftemangel?

- A. kaum
- B. spürbar
- C. sehr stark

Wie digitalaffin sind Ihre Gäste?

- A. eher traditionell
- B. gemischt
- C. sehr digital

Auswertung

Überwiegend A → *geringerer Automatisierungsdruck, aber Chancen vorhanden*

Überwiegend B → *mittleres Automatisierungspotenzial, sodass teilweise Automatisierung bereits Vorteile bringt*

Überwiegend C → *hohes Automatisierungspotenzial und Handlungsbedarf*

Definition

Was ist Service Automation?

Begriffserklärung

Service Automation beschreibt den technologiegestützten Einsatz automatisierter Systeme, um Dienstleistungen mit minimaler oder ganz ohne menschliche Interaktion anzubieten.

Typische Anwendungsfelder sind:

- Self-Service-Lösungen (z. B. Check-in-Terminals, mobile Apps, digitale Schlüssel)
- Serviceroboter (z. B. für Gastronomie, Gepäcktransport, Zimmerservice, Reinigung)
- KI-Systeme (z. B. für Gästekommunikation, Buchungsoptimierung, Empfehlungen)
- Autonome Verkaufs- und Gastronomielösungen (z. B. Roboterküchen, Smart Stores)

Das Ziel ist, repetitive Aufgaben zu automatisieren, den Personaleinsatz zu optimieren und den Gästen gleichzeitig ein reibungsloses, wenn möglich personalisiertes Erlebnis zu bieten.



Die Tourismusbranche steht vor strukturellen Herausforderungen:
Der Fachkräftemangel erschwert die Personalsuche, Saisonspitzen belasten die Betriebe
und Gäste erwarten zunehmend digitale Komfortservices.

Service Automation kann hier ein Schlüsselinstrument sein:

- **Effizienzsteigerung:** Routinen wie Reinigung, Bestellaufnahme oder Check-in laufen automatisch.
- **Servicequalität:** Gleichbleibend hohe Standards durch präzise Technik.
- **Entlastung des Personals:** Mehr Zeit für persönliche Gästebetreuung.
- **Neue Geschäftsmodelle:** 24/7-Angebote, personalisierte Services, zusätzliche Erlösquellen.

Gerade für touristische KMU bietet Service Automation die Chance, ihre Wettbewerbsfähigkeit mit gezielten Automatisierungslösungen zu steigern, ohne das das eigene persönliche Profil zu verlieren.





Was Sie inhaltlich erwartet und ein kurzer Selbstcheck

Welches Praxisbeispiel passt am besten zu meinem Betrieb?

Was Sie inhaltlich erwartet:

Praxisbeispiele:

11 Micro-Trends zu
Service Automation

Falls Sie Fragen zu den
Praxisbeispielen haben,
wenden Sie sich gerne an
die Redaktion des Center
of Innovation &
Sustainability (siehe
Impressum).

**Welche Servicebereiche sind
in Ihrem Betrieb besonders
überlastet?**

- A.** Empfang
- B.** Gastronomie
- C.** Information & Gästebetreuung

**Welche Gästeerwartungen
hören Sie am häufigsten?**

- A.** schneller Service
- B.** 24/7-Angebote
- C.** Personalisierte Erlebnisse

**Wo könnten automatisierte
Systeme Ihre
Mitarbeitenden entlasten?**

- A.** Standardprozesse
- B.** Wiederkehrende Anfragen
- C.** Logistik

Auswertung

Überwiegend A → *Self-Service und Check-in-Lösungen*

Überwiegend B → *Automatisierte Küchen- und Verkaufsservices*

Überwiegend C → *KI-gestützte Gästekommunikation und digitale Guides*

Optimierter Einsatz von Serviceroboter

Automatisierte Systeme erfassen parallel laufende Prozesse



Beschreibung

Ein amerikansches StartUp hat für Restaurantroboter zwei automatisierten Systeme entwickelt, die die Arbeitsabläufe des Servicepersonals optimieren: Eine roboterkompatible Smartwatch und ein QR-System schicken die Serviceroboter gezielt zu Tischen, sodass Lieferung und Abräumen parallel laufen, Wartezeiten sinken und das Personal mehr Zeit für die Gäste hat.

Ableitung für touristische KMU

Für Hotelrestaurants, Freizeitparks, Thermen oder Ausflugsgastronomie kann diese Kombination Spitzenzeiten abfedern, Personallücken schließen und die Servicequalität stabil halten – ohne den persönlichen Kontakt aufzugeben.

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen

- Wie gestalten Sie das Zusammenspiel von Mensch und Roboter so, dass Effizienzgewinne messbar sind und das Markenerlebnis – freundlich, persönlich, regional – spürbar bleibt?



Autonome Reinigungsroboter

Reinigung rund um die Uhr

Beschreibung

Eine deutsche Eiscafé-Kette testete gemeinsam mit einem Robotikpartner einen autonomen Reinigungsroboter und entwickelte daraus ein eigenes Angebot für Servicerobotik. Das Gerät wischt, schrubbt, staubsaugt und kehrt selbstständig; die Wassertanks werden an der Dockingstation automatisch befüllt und entleert – mit planbaren Einsätzen auch außerhalb der Öffnungszeiten.

Ableitung für touristische KMU

Für Hotels, Gastronomie und Freizeitbetriebe können solche Roboter Housekeeping-Engpässe abfedern, Hygiene sichern und Mitarbeitende für gästenahen Service freispielen. Am besten starten Betriebe mit einem ersten Pilotbereich (z. B. Lobby/Flure), prüfen Gebäude-Schnittstellen und messen Reinigungszeit je m², Wasserverbrauch sowie Gästefeedback.

Zukunftsfragen für das eigene Unternehmen

- Wie verbinden Sie autonome Reinigung und menschliche Kontrolle so, dass Qualität, Sicherheit und Wirtschaftlichkeit sichtbar gewinnen?



Autonomer Kochroboter in Supermarktgastronomie

Entlastung in Spitzenzeiten bei gleichbleibender Qualität



Beschreibung

Ein Pilotprojekt zeigt, wie Kochroboter täglich mehrere tausend Gerichte frisch zubereiten können. Durch cloudbasierte Steuerung und Rezeptverwaltung bleibt die Qualität der Speisen gleich hoch bei minimalem Personaleinsatz.

Ableitung für touristische KMU

Auch Hotels, Hostels oder Freizeitparks können diese Technologie nutzen, um Spitzenlasten abzufedern, z. B. beim Frühstücksbuffet oder bei größeren Events.

Zukunftsfragen für das eigene Unternehmen

- Welche Küchenprozesse eignen sich bei uns für die Automatisierung?
- Könnten Robotertechnik und Frischküche kombiniert werden, um Kapazitäten zu erweitern?



KI-gestütztes Abholsystem für Bestellungen

Mehr Komfort für Gäste, weniger Stress für Mitarbeitende

Beschreibung

Ein modulares, sensorgestütztes Gerät unterstützt die Gastronomie bei der präzisen Vorbereitung und ermöglicht eine schnellere Abholung von Speisen und Getränken. Mithilfe von KI werden Status-Updates in Echtzeit bereitgestellt, Fehler reduziert und Abläufe nahtlos in bestehende Prozesse integriert.

Ableitung für touristische KMU

Für Hotelrestaurants, Cafés oder Eventgastronomie bietet diese Lösung die Möglichkeit, Arbeitsabläufe zu beschleunigen und Gästen mehr Komfort zu bieten – insbesondere in Stoßzeiten, wenn der Andrang hoch ist.

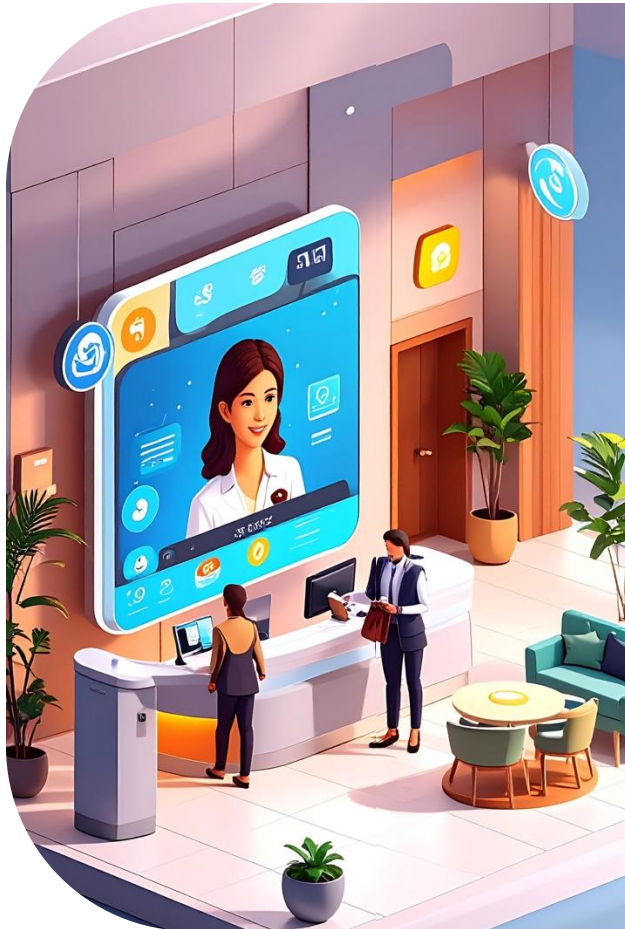
Zukunftsfragen für das eigene Unternehmen

- Welche Serviceprozesse in meinem Betrieb könnten durch automatisierte Abholssysteme optimiert werden?
- Kann ich mit der gewählten Technologie gleichzeitig Effizienz und Gästerlebnis verbessern?



Virtuelle Rezeption und KI-Managementsystem

24/7-Service mit reduzierten Personalkosten



Beschreibung

Budgetunterkünfte setzen auf ein dezentrales, KI-gesteuertes Management, das ohne physische Rezeption auskommt. Gäste kommunizieren per Videochat mit virtuellen Rezeptionist:innen, während smarte Systeme Routineaufgaben wie Zutrittskontrollen oder Personenzählungen übernehmen.

Ableitung für touristische KMU

Besonders für kleine Hotels oder Ferienanlagen kann dieses Modell eine Möglichkeit sein, Personalkosten zu senken und gleichzeitig einen 24/7-Service anzubieten.

Zukunftsfragen für das eigene Unternehmen

- In welchen Bereichen könnte mein Betrieb durch virtuelle Services durchgehend erreichbar bleiben?
- Wie kann ich sicherstellen, dass trotz Automatisierung persönliche Betreuung spürbar bleibt?

Generative KI-Plattform für das Gastgewerbe

Weltweite Best Practices für den eigenen Betrieb

Beschreibung

Eine KI-Plattform liefert Echtzeiteinblicke, Best Practices und Serviceideen aus über 60 Ländern. Durch integrierte Übersetzungs- und Content-Funktionen werden Fachkräfte und Auszubildende bei der Entwicklung neuer Angebote unterstützt.

Ableitung für touristische KMU

Touristische KMU erhalten Zugang zu weltweiten Innovationspool. Dadurch können Ideen, etwa für neue Marketingstrategien oder Servicekonzepte, schnell in den eigenen Betrieb übertragen werden.

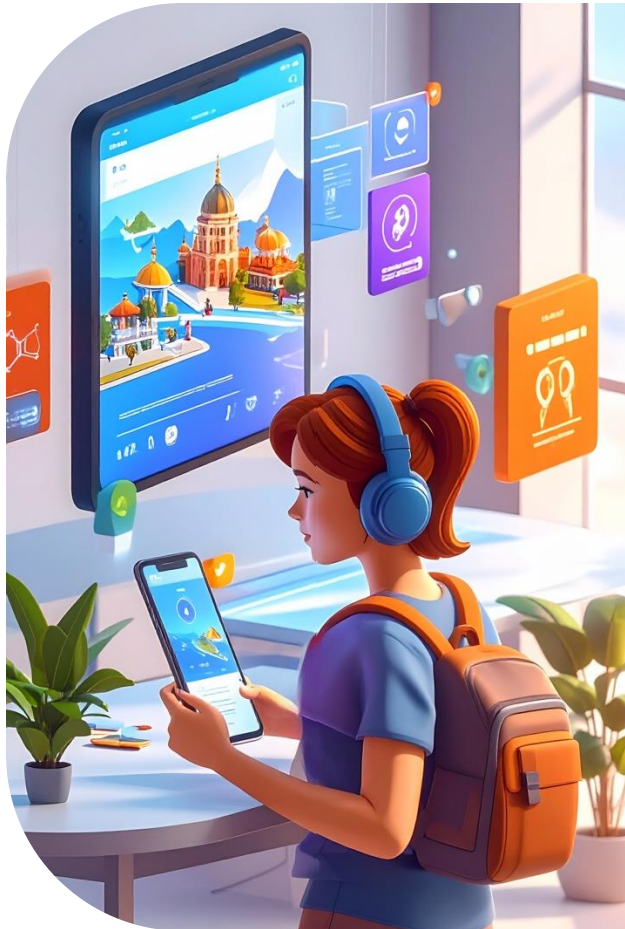
Zukunftsfragen für das eigene Unternehmen

- Nutze ich systematisch globale Best Practices, um mein Angebot weiterzuentwickeln?
- Wie kann ich KI-Werkzeuge für kontinuierliche Service-Innovation einsetzen?



Automatischer Audio-Tourguide

Personalisierte Geschichten für ein interaktives Gästeerlebnis



Beschreibung

Eine App generiert in Echtzeit personalisierte Audiogeschichten basierend auf Standort und Interessen der Gäste. Die Inhalte entstehen dynamisch und ermöglichen ein individuelles Entdecken von Orten – sowohl auf Reisen als auch vor Ort in der Heimatstadt.

Ableitung für touristische KMU

Ideal für Destinationen, Museen oder Tourenanbieter, um Gästen einen interaktiven, mehrsprachigen und individuell zugeschnitten Service anzubieten.

Zukunftsfragen für das eigene Unternehmen

- Welche Inhalte könnten meine Gäste per Audio-Tour individuell erleben?
- Wie kann ich durch personalisierte digitale Guides meine Angebote erweitern?



Interaktive Bestell- und Erlebnissteuerung

Mehr Erlebniswert und Umsatzsteigerung

Beschreibung

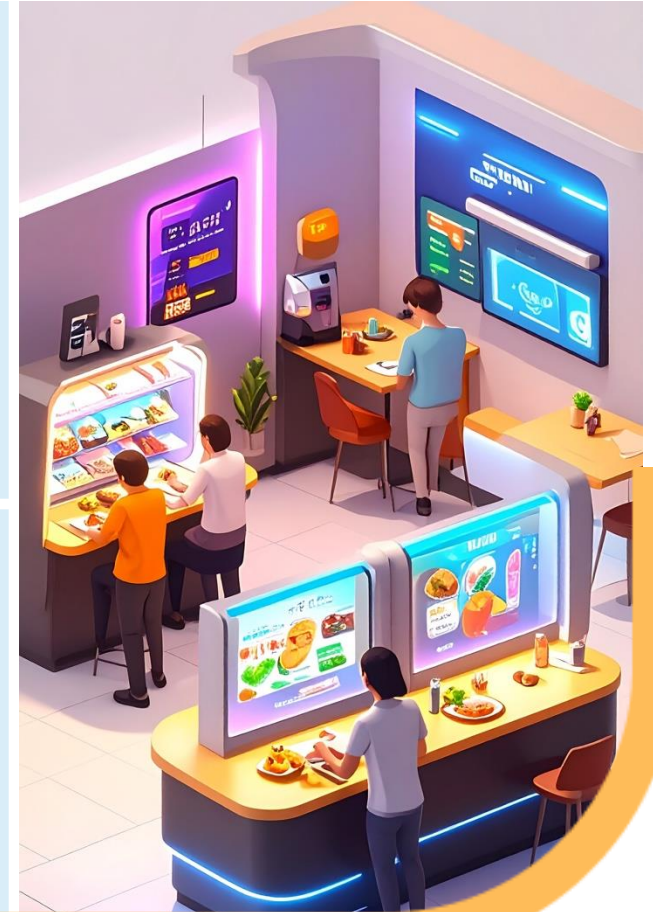
Ein Schnellrestaurant verbindet Selbstbedienungskioske mit visuellen Erlebniswelten, etwa LED-gesteuerten Menüs und Lichteffekten, die Orientierung und Unterhaltung zugleich bieten. Die Technik verkürzt Wartezeiten und steigert den Umsatz pro Bestellung.

Ableitung für touristische KMU

Für Freizeitparks, Themenhotels oder Erlebnisgastronomie bietet sich die Lösung an, um Wartezeiten zu reduzieren und gleichzeitig das Gästerlebnis zu intensivieren.

Zukunftsfragen für das eigene Unternehmen

- Kann ich digitale Bestellsysteme mit Erlebnisinszenierungen verbinden?
- Wie lässt sich das Warteerlebnis meiner Gäste aktiv gestalten?



Self-Service Mini-Supermärkte

Bequeme Nahversorgung – auch in strukturschwachen Regionen



Beschreibung

In strukturschwachen Regionen entstehen vollautomatisierte Shops, die rund um die Uhr geöffnet sind. Kund:innen betreten den Laden mit einer digitalen Zutrittskarte, scannen ihre Produkte selbst und bezahlen kontaktlos. Personal ist nur zeitweise vor Ort, was Kosten spart und trotzdem eine verlässliche Versorgung sicherstellt.

Ableitung für touristische KMU

Für abgelegene Hotels, Pensionen oder Ferienanlagen bietet das eine Möglichkeit, Gäste rund um die Uhr mit Snacks und Produkten zu versorgen – auch in Kooperation mit anderen Betrieben.

Zukunftsfrage für das eigene Unternehmen

- Kann ein digitaler Shop mein Gästeangebot vor Ort sinnvoll ergänzen?
- Welche Produkte wären für meine Zielgruppe besonders relevant?

Mobile Verkaufsstationen

Produkte dort, wo Gäste sind

Beschreibung

Autonome Verkaufsstationen auf Rädern bieten Snacks, Getränke oder Souvenirs an und lassen sich flexibel in Hotels, Resorts oder touristischen Hotspots einsetzen. Sie navigieren selbstständig und informieren Gäste über verfügbare Angebote.

Ableitung für touristische KMU

Diese Lösung steigert die Umsatzmöglichkeiten ohne zusätzliches Personal und bringt Produkte direkt dorthin, wo Gäste sich aufhalten.

Zukunftsfragen für das eigene Unternehmen

- Welche Produkte oder Services könnte ein mobiler Automat in meinem Betrieb anbieten?
- Wie kann ich den Standort flexibel nach Gästeströmen steuern?



Roboter-Butler für Zimmer- und Reinigungsservice

Diskreter Service und Platzersparnis in kleinen Unterkünften



Beschreibung

Ein an der Decke montierter Roboter mit Greifarmen übernimmt Aufgaben wie die Zimmerreinigung, Geschirreinräumung oder den Transport von Gegenständen, ganz ohne Bodenfläche zu beanspruchen. Entwickelt wurde das System speziell für räumlich begrenzte Unterkünfte.

Ableitung für touristische KMU

Die Lösung spart Platz, reduziert den Personalaufwand und ermöglicht einen diskreten Service – besonders in kleinen Hotels oder auf Schiffen, wo Raum und Personalressourcen knapp sind.

Zukunftsfragen für das eigene Unternehmen

- In welchen Bereichen könnte ein deckenmontierter Roboter Platzprobleme lösen?
- Lässt sich diese Technik in bestehende Gebäudestrukturen integrieren?

Dialogfähiger Barista-Roboter

Unterhaltung und Serviceerlebnis in einem

Beschreibung

Ein KI-gesteuerter Kaffeeroboter bereitet Getränke zu und sorgt zugleich durch humorvolle Interaktionen für Unterhaltung. So entsteht neben der hohen Getränkequalität auch ein zusätzlicher Erlebnisfaktor.

Ableitung für touristische KMU

Der Barista-Roboter eignet sich als aufmerksamkeitsstarkes Highlight in Lobby, Café oder Eventbereich und kann ebenfalls die Servicekapazitäten erweitern.

Zukunftsfragen für das eigene Unternehmen

- Wie kann ein automatisierter Service zugleich Erlebniswert schaffen?
- Könnte ein unterhaltsamer Roboter gezielt Marketingeffekte erzielen?





Was Sie inhaltlich erwartet und ein kurzer Selbstcheck

Welches Praxisbeispiel passt am besten zu meinem Betrieb?

Was Sie inhaltlich erwartet:

■ Chancen & Risiken:

Potenziale durch
Service Automation

■ Handlungs-
empfehlungen &
Zukunftsfragen:

Service Automation für
touristischen KMU

■ Fazit und Ausblick

Wenn Sie nur in einen
Bereich investieren
könnten, wäre am
wichtigsten...

- A. Zeitersparnis
- B. Kostenersparnis
- C. Erlebniswert für Gäste

Die größte Herausforderung
in Ihrem Betrieb ist
aktuell...

- A. Personalmangel
- B. saisonale Spitzen
- C. moderner Service

Meine Hauptzielgruppe legt
am meisten Wert auf...

- A. schnelle Abläufe
- B. günstige Preise
- C. innovative Erlebnisse

Auswertung

Überwiegend A → *Self-Service-Lösungen, Check-in-Terminals, Housekeeping-Roboter, KI-gestütztes Abholsystem*

Überwiegend B → *Kochroboter, digitale Mini-Supermärkte, mobile Verkauf- und Infostationen*

Überwiegend C → *Barista-Roboter, Audio-Tourguides, interaktive Bestell- und Erlebnissysteme*



Chancen von Service Automation im Tourismus

Service Automation eröffnet kleinen und mittleren Tourismusunternehmen vielfältige Möglichkeiten, um sich im Wettbewerb zu behaupten und neue Marktpotenziale zu erschließen.

Die wohl sichtbarste Chance liegt in der **Steigerung der betrieblichen Effizienz**. Durch den gezielten Einsatz automatisierter Systeme – von digitalen Check-ins über Roboter im Housekeeping bis zu KI-gestützten Buchungslösungen – lassen sich wiederkehrende, zeitintensive Aufgaben schneller und fehlerfreier erledigen. Das reduziert Personalkosten, minimiert Wartezeiten für Gäste und schafft Kapazitäten für wertschöpfende Tätigkeiten.

Ein zweiter zentraler Vorteil ist die **konstante Servicequalität**. Während menschliche Leistung naturgemäß schwankt – etwa durch Erschöpfung, Schichtwechsel oder wechselnde Qualifikationsniveaus – liefern automatisierte Systeme gleichbleibende Ergebnisse. Ob bei der Zimmerreinigung, der Getränkezubereitung oder der Gästekommunikation: Standards können präzise eingehalten werden. Das stärkt nicht nur das Vertrauen der Gäste, sondern auch das Qualitätsimage des Betriebs.





Chancen von Service Automation im Tourismus

Darüber hinaus eröffnet Service Automation die Möglichkeit, **neue Zielgruppen anzusprechen**. Technologiefreundliche Gäste – von jungen Digital Nomads bis hin zu internationalen Reisenden mit hohen Erwartungen an digitale Services – reagieren besonders positiv auf moderne, effiziente und interaktive Angebote. Gleichzeitig können barrierefreie, sprachgesteuerte oder mehrsprachige Systeme den Zugang für Gästegruppen verbessern, die bisher nur schwer erreichbar waren.

Ein weiterer wesentlicher Aspekt ist die **Erweiterung der Servicezeiten**. Automatisierte Prozesse ermöglichen es, Services rund um die Uhr anzubieten – unabhängig von Personalverfügbarkeit. Ein digitaler Check-in am späten Abend, ein 24/7-Zugang zu Snacks und Getränken oder ein virtueller Concierge für Ausflugstipps sind Beispiele für Angebote, die Gästezufriedenheit und Umsatz gleichermaßen steigern können.

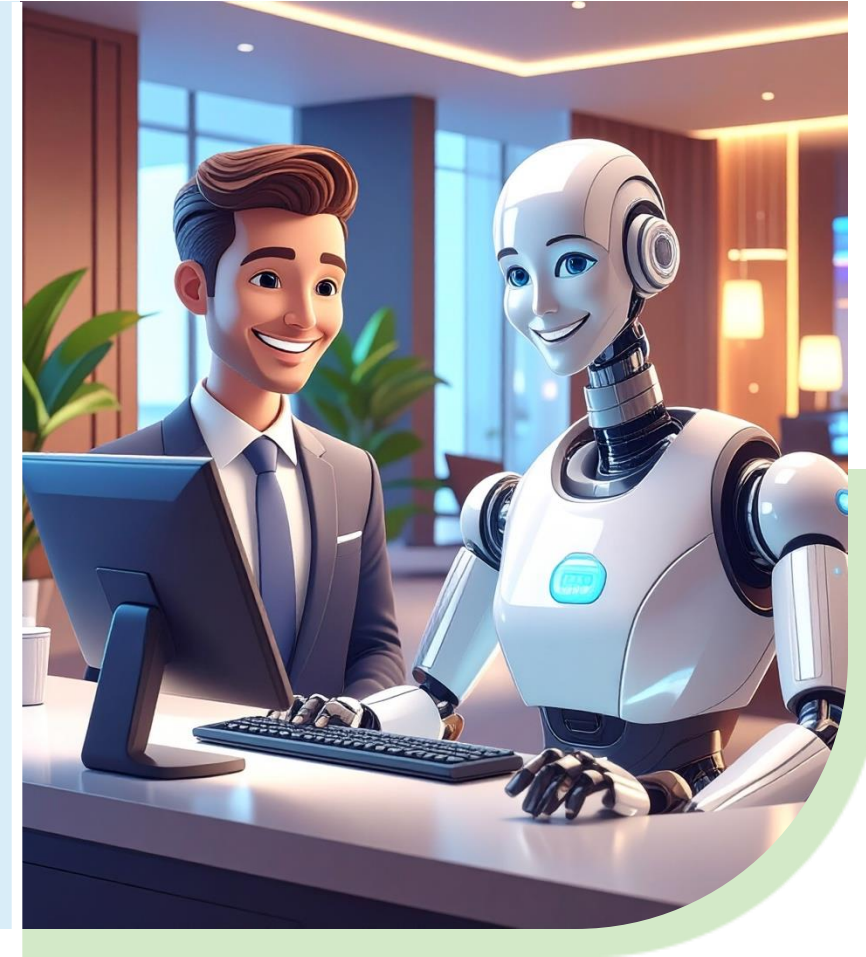
Auch in der **Daten- und Gästeforschung** liegt ein bedeutendes Potenzial. Automatisierte Systeme erfassen in Echtzeit Nutzungsdaten, Vorlieben und Feedback der Gäste. Diese Informationen lassen sich nutzen, um Angebote zu optimieren, Marketingkampagnen gezielter zu gestalten und sogar dynamische Preisstrategien einzuführen. KMU, die solche Daten strategisch einsetzen, können schneller auf Marktveränderungen reagieren und individuelle Gästebedürfnisse besser erfüllen.



Chancen von Service Automation

Nicht zuletzt kann Service Automation die **Arbeitgeberattraktivität erhöhen**. In Zeiten des Fachkräftemangels ist es ein Pluspunkt, wenn Technik monotone oder körperlich belastende Aufgaben übernimmt. Das entlastet Mitarbeitende, steigert die Zufriedenheit im Team und reduziert die Fluktuation. Mitarbeitende können sich auf kreative, beratende oder persönliche Aufgaben konzentrieren, die nicht automatisierbar sind und in denen Gastfreundschaft ihren vollen Wert entfaltet.

Für KMU gilt daher: Wer Service Automation klug einsetzt, gewinnt nicht nur betriebswirtschaftlich, sondern positioniert sich auch als innovativer, zukunftsorientierter Anbieter. Dies verschafft im Wettbewerb um Gäste und Talente einen entscheidenden Vorsprung – und schafft die Basis für nachhaltiges Wachstum in einer zunehmend digital geprägten Reisewelt.





Risiken

von Service Automation im Tourismus

So groß die Potenziale der Service Automation im Tourismus auch sind – die Einführung neuer Technologien ist stets mit Risiken verbunden, die insbesondere kleine und mittlere Unternehmen sorgfältig abwägen sollten. Eines der größten Risiken liegt in den **hohen Investitions- und Betriebskosten**. Anschaffung, Implementierung, Wartung und regelmäßige Updates können beträchtliche Budgets binden. Wird die Technologie nicht ausreichend genutzt oder falsch auf die Zielgruppe abgestimmt, kann dies zu Fehlinvestitionen führen, die sich nur schwer amortisieren.

Ein weiteres Risiko ist die **technische Abhängigkeit**. Je stärker Abläufe auf automatisierten Prozessen basieren, desto anfälliger wird der Betrieb für Systemausfälle, Softwarefehler oder Netzwerkausfälle. Fällt ein Check-in-Terminal, ein Buchungssystem oder ein Serviceroboter aus, kann das den Betrieb erheblich stören – und im schlimmsten Fall zu negativen Gästebewertungen führen.

Besonders sensibel ist auch das Thema **Datenschutz und IT-Sicherheit**. Automatisierte Systeme erfassen und verarbeiten eine Vielzahl personenbezogener Daten. Schon kleinere Sicherheitslücken oder Verstöße gegen Datenschutzvorgaben wie die DSGVO können gravierende rechtliche und reputationsschädigende Folgen haben.

Ein oft unterschätzter Faktor ist die **Akzeptanz bei Gästen und Mitarbeitenden**. Während technikaffine Zielgruppen Automatisierung als Serviceverbesserung sehen, kann sie bei anderen als unpersönlich oder kalt empfunden werden. Fehlt eine sorgfältige Einführung und Kommunikation, besteht die Gefahr, dass Stammgäste sich entfremdet fühlen oder Mitarbeitende den Wandel ablehnen.

Risiken von Service Automation im Tourismus

Darüber hinaus kann eine **Überautomatisierung** zu einer „Entmenschlichung“ des Angebots führen. Gerade im Tourismus spielt persönliche Ansprache eine zentrale Rolle für die Markenbindung. Wenn Gäste den Eindruck gewinnen, dass Technologie den menschlichen Kontakt vollständig ersetzt, kann dies das Gästelerlebnis verschlechtern und langfristig die Loyalität schwächen.

Nicht zu unterschätzen ist schließlich die **komplexe Integration in bestehende Betriebsabläufe**. Neue Systeme müssen kompatibel mit vorhandenen Technologien, Prozessen und organisatorischen Strukturen sein. Fehlen Schnittstellen oder wird der Workflow nicht angepasst, entstehen ineffiziente Mischlösungen, die mehr Arbeit verursachen, statt sie zu reduzieren.

Für KMU bedeutet das: Erfolgreiche Service Automation setzt eine realistische Kosten-Nutzen-Analyse, eine sorgfältige Projektplanung und kontinuierliche Kontrolle voraus. Wer die Risiken ernst nimmt und proaktiv Gegenmaßnahmen entwickelt – etwa Notfallpläne, Schulungen oder hybride Servicekonzepte – kann Automatisierung so umsetzen, dass sie Vorteile bringt, ohne die eigene Identität und Servicekultur zu gefährden.





Zukunftsfragen

für das eigene Unternehmen



Diese Zukunftsfragen helfen Ihnen, die nächsten Schritte im eigenen Betrieb zu reflektieren und konkrete Handlungen abzuleiten:

1. Welche Services eignen sich in meinem Betrieb am besten zur Automatisierung?
2. Wie kann ich Automatisierung einsetzen, ohne den persönlichen Service zu verlieren?
3. Welche Investitionen sind kurz- und mittelfristig realistisch?
4. Wie kann ich Gäste aktiv in den Prozess einbinden?
5. Welche Partner können mich bei der Umsetzung unterstützen?
6. Wie lässt sich Automatisierung mit Nachhaltigkeit verbinden?
7. Welche Rolle spielt KI in meinem Betrieb in 5 Jahren?
8. Wie kann ich Automatisierung zur Mitarbeiterbindung nutzen?
9. Welche Trends aus anderen Ländern sind für mich relevant?
10. Wie kann ich automatisierte Services vermarkten?



Handlungsempfehlungen

für touristische KMU

1

Bedarfe prüfen:

Analysieren, welche Prozesse sich sinnvoll digitalisieren und automatisieren lassen.

2

Zielgruppe im Blick behalten:

Technologien auswählen, die zu den Bedürfnissen und Kompetenzen der Gäste passen.

3

Schrittweise starten:

Mit Pilotprojekten beginnen, um Erfahrungen zu sammeln und Risiken zu minimieren.

4

Mitarbeitende einbinden:

Durch Schulungen und Austausch Akzeptanz und Sicherheit im Umgang mit neuen Systemen schaffen.

5

Transparenz schaffen:

Gäste aktiv über eingesetzte Automatisierungen informieren und Vorteile erklären.

6

Datenschutz gewährleisten:

Von Anfang an DSGVO-konforme Systeme einsetzen und Vertrauen aufbauen.

7

Partnerschaften nutzen:

Mit erfahrenen Technologieanbietern kooperieren, um Know-how und Stabilität zu sichern.

8

Betrieb sicherstellen:

Regelmäßige Wartung, Updates und Support fest einplanen.

9

Erlebnisqualität steigern:

Technik so einsetzen, dass sie das Serviceerlebnis bereichert und Gästen einen spürbaren Mehrwert bietet.

10

Erfolge überprüfen:

Durch Feedback und KPIs Wirkung und Nutzen regelmäßig messen und weiterentwickeln.

Fazit & Ausblick

Service Automation ist ein **zentrales Zukunftsthema** für den Tourismus. Sie ermöglicht es, Prozesse zu optimieren, Personal zu entlasten und das Gästerlebnis zu verbessern. Entscheidend ist, Technik so einzusetzen, dass sie den **Charakter des Betriebs unterstützt und ergänzt – nicht ersetzt**. Für KMU bedeutet das: klein starten, gezielt investieren und Automatisierung als Chance für mehr Qualität, Effizienz und Erlebniswert sehen.

Service Automation ist dabei weit mehr als ein technologischer Trend – sie markiert einen tiefgreifenden **Wandel in der Art und Weise, wie touristische Dienstleistungen geplant, erbracht und erlebt werden**. In einer Branche, die stark von persönlichen Kontakten lebt, eröffnet der gezielte Einsatz von Robotik, Künstlicher Intelligenz und Self-Service-Technologien neue Möglichkeiten, ohne den Kern der Gastfreundschaft aufzugeben. Für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) im Tourismus bedeutet dies vor allem: Prozesse können verschlankt, Engpässe bei der

Personalbesetzung reduziert und gleichbleibend hohe Qualitätsstandards gewährleistet werden.

Die Automatisierung von Routine- und Hintergrundaufgaben **schafft Freiräume**, in denen Mitarbeitende sich verstärkt um individuelle Gästebedürfnisse kümmern können. Dadurch lässt sich nicht nur die **Servicequalität steigern**, sondern auch die **Mitarbeiterzufriedenheit verbessern** – ein wichtiger Aspekt in Zeiten des Fachkräftemangels. Zugleich können automatisierte Services das **Gästerlebnis bereichern**, wenn sie nicht nur funktional, sondern auch erlebnisorientiert gestaltet sind. Interaktive Systeme, personalisierte Empfehlungen und innovative Präsentationsformen schaffen dabei Mehrwerte, die sich auch marketingwirksam nutzen lassen.

Fazit & Ausblick

Trotz dieser Potenziale darf nicht übersehen werden, dass Service Automation **Investitionen, technisches Know-how und kontinuierliche Anpassungen** erfordert. Die Einführung neuer Systeme ist immer auch ein Change-Prozess, der technologische, organisatorische und kulturelle Aspekte miteinander verbindet. Eine zu schnelle oder unüberlegte Implementierung kann zu **Akzeptanzproblemen bei Gästen oder Mitarbeitenden** führen. Ebenso besteht die **Gefahr, dass der persönliche Charakter des Angebots verwässert wird**, wenn Technik zu sehr in den Vordergrund rückt.

Erfolgreiche Service Automation im Tourismus bedeutet daher, ein Gleichgewicht zu finden: Automatisierung dort, wo sie Qualität und Effizienz verbessert – persönliche Ansprache und Gastfreundschaft dort, wo sie unverzichtbar sind. KMU, die diesen Ansatz strategisch verfolgen, können nicht nur kurzfristig Effizienzgewinne erzielen, sondern langfristig ihre **Position am Markt festigen und ausbauen**. Sie sind in der Lage, flexibler

auf saisonale Schwankungen, veränderte Gästebedürfnisse und neue Trends zu reagieren.

Die Zukunft der Branche wird von Betrieben geprägt werden, die technologische Innovation mit menschlicher Wärme verbinden. Service Automation ist dabei kein Selbstzweck, sondern ein Werkzeug – eines, das richtig eingesetzt den **entscheidenden Unterschied machen** kann: zwischen einem Betrieb, der mit den Herausforderungen der Zeit kämpft, und einem, der aus ihnen neue Chancen formt. Für touristische KMU bedeutet das vor allem eines: **jetzt handeln, klein anfangen, Erfahrungen sammeln** – und die Zukunft aktiv gestalten.

Vielen Dank!

Weitere Trendreports finden sie unter:
www.digitalzentrum-tourismus.de/materialien



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Mittelstand-
Digital 

Impressum

Redaktion:

Oliver Puhe

- [Center for Innovation & Sustainability in Tourism \(CIST\)](#), puhe@cist.de

Benno Grüssel

- [Center for Innovation & Sustainability in Tourism \(CIST\)](#), gruessel@cist.de

Denise Engelhardt

- [Center for Innovation & Sustainability in Tourism \(CIST\)](#), engelhardt@cist.de

Verantwortlich für den Inhalt von Mittelstand-Digital Zentrum Tourismus gemäß § 5 TMG:

Der Mittelstand, BVMW e.V.
Bundeszentrale
Potsdamer Straße 7
10785 Berlin

Verantwortlicher i.S.v. § 5 TMG: Lutz Kordges, Pressesprecher des BVMW

Vereinsregister Berlin Charlottenburg Nr. 19361 Nz
USt.-ID-Nr. DE 230883382

Vertreten durch den Vorsitzenden der Bundesgeschäftsführung i.S.v. §26 BGB: Senator a. D. Christoph Ahlhaus

Telefon: +49 30 533206-0
E-Mail: info@bvmw.de

Bild und Textnachweise:

Die Grafiken wurden mit Hilfe von generativen KI erstellt und überarbeitet (Tool: Adobe Firefly, ChatGPT). In den Metadaten der Bilder sind die Content Credentials jeweils enthalten.

Die Texte wurden von der Redaktion mit Hilfe von generativer KI überarbeitet.

Haftungsausschluss:

Für den Inhalt der aufgeführten Links oder derjenigen, auf die weiter verwiesen wird, übernehmen wir keine Haftung, sofern wir nicht vorsätzlich oder grob fahrlässig handeln.