

## CASE STUDY



GERMANY



HOSPITALITY

# NETZWERKSTANDARDISIERUNG ALS GRUNDLAGE FÜR INDIVIDUELLE DIGITALE GASTERLEBNISSE

## STEIGENBERGER

HOTELS & RESORTS

Digitalisierung und Personalisierung spielen für die Marke eine wichtige Rolle bei der Verbesserung des Kundenerlebnisses und der betrieblichen Effizienz. Der digitale Wandel der Steigenberger Hotels & Resorts beruht auf einer Architektur von Aruba. Durch die Einführung eines globalen Standards kann die Hotelmarke neue Hotels schneller eröffnen, die Netzwerknutzung zentral verwalten und eine einheitliche Plattform für digitale Innovationen bereitstellen.







## DIGITALISIERUNG FÜR MEHR PERSONALISIERUNG UND OPERATIVE EFFIZIENZ

Mit der Architektur von Aruba kann Steigenberger nun seine Netzwerke für verschiedene Benutzergruppen, Geräte und Anwendungsfälle segmentieren. Das ist besonders wichtig, um Gäste – und Mitglieder des Treueprogramms – von Konferenzteilnehmern zu unterscheiden.

Daniel ist der festen Überzeugung, dass Personalisierung auch weiterhin die größte Herausforderung für das Gastgewerbe sein wird, insbesondere im Luxussegment. Digitale Technologien bieten große Chancen, wobei Datenschutzgesetze wie die DSGVO in Europa jedoch auch klare Grenzen definieren.

„Wir müssen uns an die DSGVO halten. Die Personalisierung muss mit dem Einverständnis jedes einzelnen Gastes erfolgen“, erzählt er. „Wir werden einen Gast anhand seiner MAC-Adresse identifizieren können und ihm so direkt den Internetzugriff gewähren. Das darf jedoch nicht invasiv sein. Wir werden uns natürlich damit befassen wissen aber auch, dass wir das richtige Gleichgewicht finden müssen.“

Unmittelbar verspricht die Digitalisierung mehr operative Effizienz. Sie kann dabei helfen, Buchhaltung, Beschaffung und intelligentes Facility Management zu vereinfachen. Steigenberger untersucht gerade die Möglichkeiten, digitale Layer zu verwenden, um die Fähigkeiten und Produktivität seiner Mitarbeiter zu verbessern.

„Je mehr Informationen über einen Gast oder unsere Angebot wir unseren Mitarbeitern geben können, desto besser wird unser Service. Wir müssen in dieser Hinsicht transparent sein und unsere Mitarbeiter unterstützen“, meint er. „Der Arbeitsmarkt im Gastgewerbe ist hart umkämpft. Die Digitalisierung kann uns dabei helfen, gute Mitarbeiter weiterzubilden und zu halten.“



## HIN ZU MEHR STANDARDISIERUNG UND ZENTRALEM MANAGEMENT

Die Steigenberger Hotels & Resorts ist nicht die einzige Marke der Deutschen Hospitality, betont Daniel. Die anderen vier Marken der Gruppe haben natürlich eigene Prioritäten. Dennoch ist es sinnvoll, die Netzwerke zu standardisieren und zentral zu verwalten.

Daher ist es nur logisch, dass sich die Deutsche Hospitality die cloudbasierten Management-Tools von Aruba ansehen wird: „Wir sind uns der Vorteile einer cloudbasierten Bereitstellung und Verwaltung bewusst. Wir müssen uns nur über Sicherheit, Redundanz und den Wert im Klaren sein. Das Ziel für unsere Netzwerke lautet mehr Automatisierung und Orchestrierung. Wir betreiben Hotels und unsere gesamte Aufmerksamkeit muss unseren Gästen gelten.“