

03 | 2018

 **HRS**  
Global Hotel Solutions

# Der Hotelexperte

Magazin für Travel Management und Hoteleinkauf

**Keine Broschüre  
vorhanden?**

Blättern Sie direkt  
in der neuen Digitalausgabe  
dieses Magazins unter

[www.der-hotelexperte.de](http://www.der-hotelexperte.de)

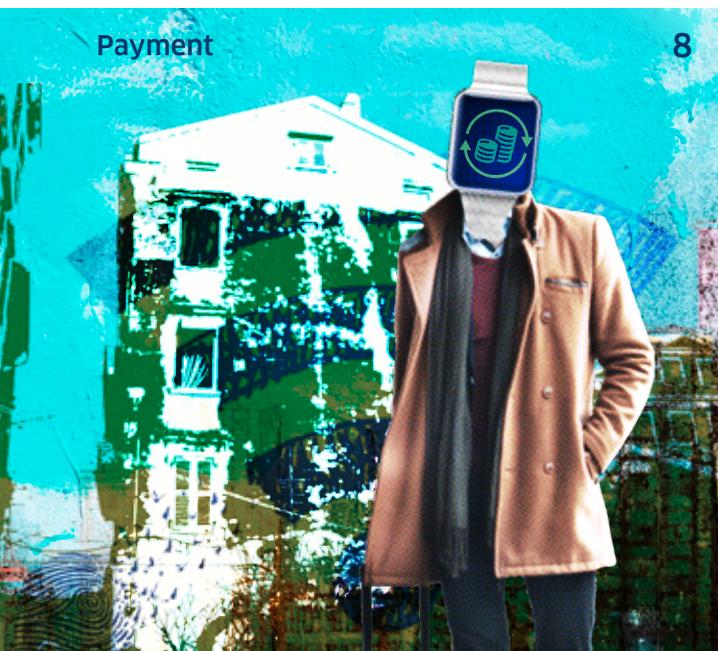
## Maverick Paying

Wettlauf um die bequemste virtuelle Bezahlung

Geschäftsreise in Stockholm

Datenschutz via Blockchain

Culture Map: Interkulturelle Kommunikation



## Ausgabe 03 | 2018

### CHECK-IN

#### News

Meldungen aus der Branche 4

### TITELSTORY

**Und jetzt »Maverick Paying«?** 8

Wird der Boom smarter Zahlungsoptionen im Consumer-Bereich zum Testfall im Corporate Payment?

### GESCHÄFTSREISE

**Auf Wasser gebaut** 18

Schwedens Hauptstadt Stockholm ist IT-Hochburg, innovativ und effizient in einem. Ein Besuch.

**Stockholm: Daten & Fakten** 23

### TRAVEL MANAGEMENT

**Datenschutz via Blockchain** 14

HRS hat eine Lösung entwickelt, die sensible Reisedaten vor Missbrauch schützt.

**»Emotionaler und persönlicher«** 16

Thomas Greussing, Chief Marketing Officer bei HRS, über die Digitalisierung der Branche.

**Lernen Sie, die Luft zu lesen!** 36

Culture Map: Wegweiser durch den Dschungel interkultureller Missverständnisse.

**Patenter Filter** 40

Nie mehr falsch geladene Raten dank patentierter Technologie im HRS Sourcing.

### MEETINGS & GROUPS

**Teure Treffen** 24

Studie von GBTA und HRS: Noch immer viel Einsparpotenzial bei kleinen Meetings.

**Small Meetings: So geht's!** 27

Best Practice: Small Meetings bei Parexel

**Business in Boots** 30

Von der rauen Ölstadt zur Metropole mit großem MICE-Angebot: Dallas hat sich rasant entwickelt.

Dieses Symbol unter einem Artikel signalisiert Zusatzinhalte im digitalen Magazin unter [www.der-hotelexperte.de](http://www.der-hotelexperte.de)



### IMPRESSUM

**Herausgeber:** HRS Hotel Reservation Service Robert Ragge GmbH, Breslauer Platz 4, 50668 Köln  
**Verantwortlich für die Inhalte:** Björn Zimmer, Tel. +49 221 2077-5104 | [der-hotelexperte@HRS.com](mailto:der-hotelexperte@HRS.com)  
**Koordination, Redaktion und Realisierung:** publish! Medienkonzepte GmbH, Hannover **Gestaltung:** Kirsten Semmler  
**Chefredaktion:** Anke Pedersen **Autoren:** Jürgen Baltes, Stefanie Bisping, Tinga Horny, Mathis Paus und Vera Schankath  
**Lektorat:** Clemens Bernhard **Fotografen:** Jens Gyarmaty, Patrice Kunte, Brian Maschino, Johan Selin und genannte Bildquellen

TEXT: ANKE PEDERSEN

# Und jetzt »Maverick Paying«?

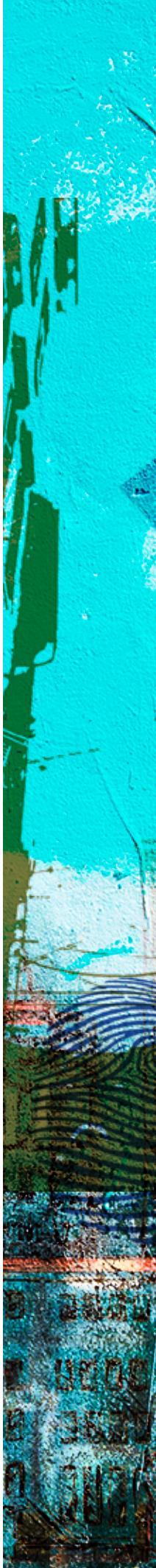
In disruptiven Zeiten steht und fällt der Erfolg von Produkten und Dienstleistungen mit deren Benutzerfreundlichkeit: Je bequemer die Zielerreichung, desto größer die Akzeptanz aufseiten des Kunden. Der Boom smarter Zahlungsoptionen im Consumer-Bereich könnte nun zum Testfall für Supplier im Bereich Corporate Payment werden.

**I**n China kommt schon lange keiner mehr auf die Idee, noch bar zahlen zu wollen. Wozu auch? Man hat Alipay und We Chat auf seinem Smartphone oder seiner Uhr, scannt damit den angezeigten QR-Code – und fertig. Selbst in vielen Ländern Europas – in Kopenhagen, Rotterdam oder London – bezahlt man seinen Flat White Soja Macchiato immer öfter mit einem kurzen Schwenk seiner Kreditkarte über das NFC-Lesegerät. Bei Uber und My Taxi reicht ein einziger »Touch«. Alles andere? Viel zu aufwendig!

Immer bequemer wird die Zahlungsabwicklung freilich nicht allein am Point of Sale. Im Onlinehandel bezahlen Kunden weltweit heute bevorzugt via Paypal, weil dessen virtuelle Lösung im

Vergleich zu Bezahlmethoden wie »Rechnung«, »Lastschrift« oder »Kreditkarte« extrem »convenient« ist. Selbst in immer mehr Hotelbetrieben können Gäste ihre Onlinebuchung inzwischen wahlweise via Paypal begleichen, bei Steigenberger beispielsweise oder Prizeotel; und im Oktober ist mit Ameropa auch Deutschlands erster Reiseveranstalter auf den Zug in Richtung »Zahl doch, wie du willst!« aufgesprungen.

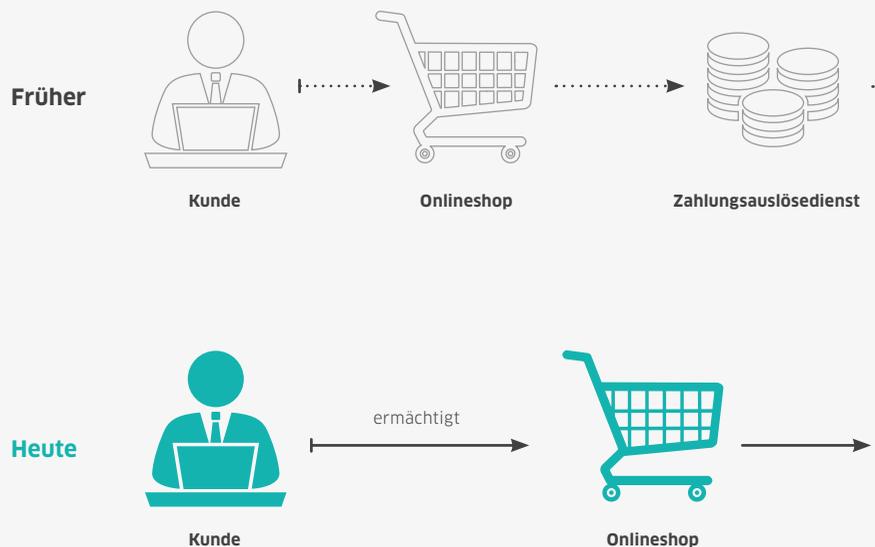
Spätestens nach dem verbindlichen Inkrafttreten der neuen EU-Richtlinie mit dem sperrigen Namen Zahlungsdiensteanbietergesetz (Payment Service Directive 2) im Sommer 2019 dürfte die Zahl derjenigen Kunden, die genau das wollen – nämlich mit der von ihnen präferierten Zahlungsmethode





## PSD 2: Diskriminierungsfrei zahlen

*In Zukunft geht's auch ohne Zahlungsdienstleister*



## Reiserichtlinien hin oder her: Der Reisende wählt beim Bezahlen den Weg, den er für sich am bequemsten findet.

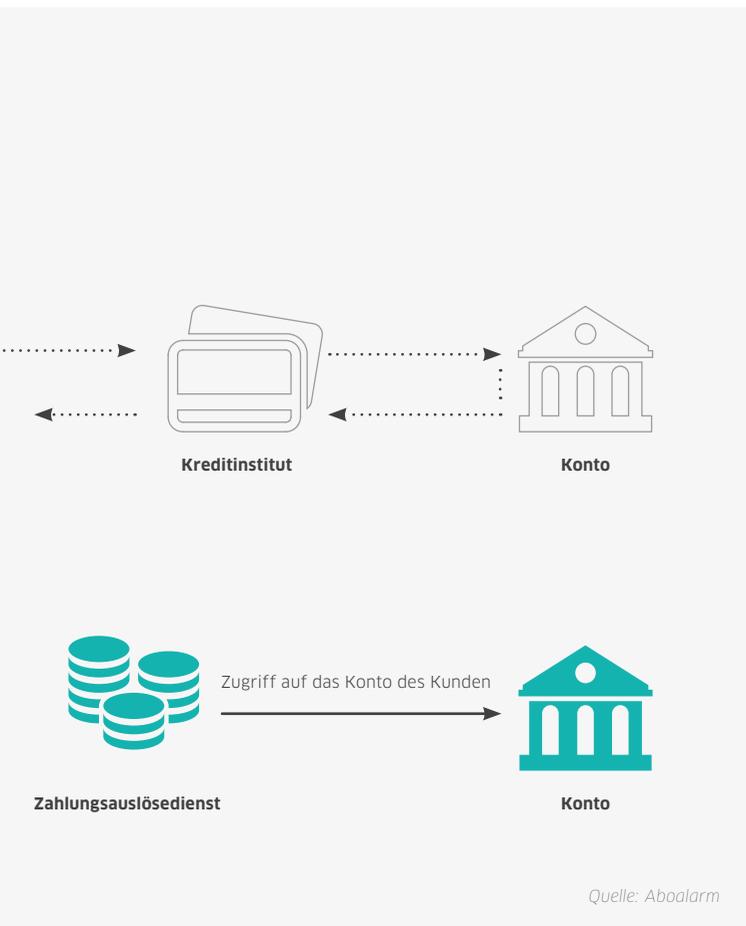
bezahlen –, nochmals rapide ansteigen. Denn das erklärte Ziel von PSD 2 ist es, Fintechs und innovative Bezahlverfahren – darunter das Bezahlen mit dem Smartphone – ganz explizit zu fördern. Das bedeutet, dass künftig jede Bank dazu verpflichtet ist, Schnittstellen zu schaffen, über die Zahlungsdiensteanbieter »diskriminierungsfrei« – also ohne dafür Dienstleister wie etwa Kreditkartenanbieter zwischenschalten zu müssen – auf die Daten ihrer Kunden zugreifen und eine Zahlung auslösen können.

### Wettlauf um die beste »Killerapplikation«

Damit verlieren Banken nicht nur die Hoheit über ihre Daten und ihre Infrastruktur, sondern auch die Möglichkeit, ihre Kunden weiterhin exklusiv an sich zu binden. In der Folge dürfte ein Wettlauf um die bequemste Payment-Lösung auf dem Planeten beginnen. Um Lösungen freilich, die



Björn Benning:  
»Große Fehlerquelle?  
Der Mensch am Check-in.«



### Payment Day

Wenn es um die Chancen der Digitalisierung geht, dann beschreiben Schlagworte wie Fintechs, Frauds, PSD2, Kryptowährung oder Blockchain nur einen kleinen Teil der bevorstehenden Revolution im Finanzsektor. Beim Payment Day am 5. Dezember 2018 in Frankfurt will sich der Travel Industry Club (TIC) mit den Themen »Digitalisierung der Finanzbranche«, »neue gesetzliche Regelungen«, »Innovationen im Payment« sowie damit einhergehenden Problemen wie »Internetbetrug« und dessen Prävention beschäftigen. Dazu eingeladen hat Payment-Expertin und Vice President Travel and Mobility beim TIC Brigitte Lehle unter anderem Vertreter von AirPlus, Wirecard Technologies, Amazon Pay, Six Payment und Worldpay. Infos unter [travelindustryclub.de](http://travelindustryclub.de).

Quelle: Aboalarm

ihrerseits wieder neue Begehrlichkeiten erzeugen werden – allen voran bei der wachsenden Zahl digital sozialisierter Kundengruppen.

Für Anbieter von Bezahlösungen für Unternehmen, namentlich American Express und AirPlus, könnte dies weitreichende Konsequenzen haben. Denn obgleich sie die Bedürfnisse ihrer Corporate-Kunden derzeit am besten befriedigen – ihre Lösungen vPayment und A.I.D.A. erfüllen die Voraussetzungen automatisierter End-to-End-Prozesse in puncto Prüfung, Reporting und Abrechnung, darüber hinaus ersparen sie dem Business Traveler viel administrativen Aufwand –, erfahren sie zumindest in der Hotellerie keine flächendeckende Akzeptanz.

Dafür verantwortlich sind nicht zuletzt all die vor- und nachgelagerten Prozesse, die den eigentlichen Bezahlvorgang vor Ort – im Hotel – nicht wirklich »convenient« machen. Konkret: Anders als von Travel-4.0-Vorreiter Bernd Burkhardt während des diesjährigen Corporate Lodging Forums in Berlin proklamiert, ist die »Einfachheit« hier noch nicht »auf die Spitze getrieben«. Genau das aber, so glaubt der Travel Manager bei Daimler,

sei die Voraussetzung für wahre Digitalisierung: dass sämtliche Prozesse so weit in den Hintergrund gedrängt werden, dass die daran Beteiligten nicht mehr tun müssten, als nur noch einen einzigen Knopf zu drücken.

### Die große Fehlerquelle beim Check-in: der Mensch

In der Backoffice-Realität sieht das jedoch anders aus: Ja, eine virtuelle Kreditkartennummer wird nach jeder Buchung eines Hotels zum Beispiel bei HRS Corporate automatisch generiert und samt Kostenübernahmeerklärung »PCI-compliant« an das entsprechende Hotel übermittelt. Wie die Übermittlung stattfindet, ist jedoch nicht immer hundertprozentig »convenient«. »Über Schnittstellen werden die Kostenübernahmeanformationen entweder direkt ins Property Management System (PMS) des Hotels gespielt oder sind über das HRS Hotel-serviceportal abrufbar«, erklärt HRS Payment-Experte Björn Benning.

Angesichts der Vielzahl an PMS sind Direktanbindungen jedoch insbesondere in fragmentierten Märkten wie dem deutschen eher die Ausnahme.

## No Touch too Much

Der Wettlauf um die bequemste Payment-Lösung hat gerade erst begonnen.

### Globale Giganten konkurrieren im Consumer-Segment

	 APPLE PAY	 GOOGLE PAY	 ALIPAY
<b>Start</b>	2014 in den USA, Herbst 2018 in Deutschland voraussichtlich mit iOS-Update 12.1	2015 in den USA, Juni 2018 in Deutschland	2004
<b>Funktion</b>	NFC-Smartphone, einsetzbar am Point of Sale	NFC-Smartphone, einsetzbar am Point of Sale	Bezahlung per QR-Code, einsetzbar am Point of Sale
<b>Voraussetzungen</b>	Abrechnung über Mastercard und Bankpartner, zum Start vermutlich die Deutsche Bank	Abrechnung über Kreditkarte, Bankkonto (BW Bank, Commerzbank, N24, Boon) und Paypal	Abrechnung über Kreditkarte; Alipay akzeptiert Visa und Mastercard
<b>Anzahl Nutzer</b>	weltweit circa 250 Millionen	über 100 Millionen weltweit	weltweit circa 520 Millionen
<b>Vorteile</b>	einfaches Bezahlen im Einzelhandel an allen Terminals mit NFC	einfaches Bezahlen im Einzelhandel an allen Terminals mit NFC	einfaches Bezahlen im Einzelhandel an allen Terminals mit NFC



Yael Klein:  
Zukunft ganz ohne  
Bezahlprozess

Benning: »Es gibt kein Standardsystem.« Aus diesem Grund muss die Kreditkartennummer bisweilen noch sehr analog – sprich: von einem Mitarbeiter händisch – übertragen werden. Nicht umsonst, so sagt Benning über den dann stattfindenden Medienbruch, ist »eine große Fehlerquelle der Mensch am Check-in«.

#### »Der Reisende wählt den Bezahlweg, den er für sich ideal findet«

Wenn dieser denn überhaupt im Bilde ist. »Die Frage ist immer, ob die übermittelten Informationen zur Kostenübernahme die richtige Person erreichen und ob diese dann auch das richtige Wissen hat«, erklärt Benning. Denn wasserdichter Payment-Prozess hin oder her: Angesichts der hohen Fluktuation in der Hotellerie sowie den vielen miteinander konkurrierenden Systemen kann es immer mal vorkommen, dass der Business Traveler nach seinem Aufenthalt eben doch zur Zahlung aufgefordert wird oder dass die Firmenadresse auf der Rechnung fehlerhaft ist. Bevor ein digitalaffiner Gast dann also lange lamentiert, wird er früher oder später vermutlich

sein Smartphone zücken und rasch via Google oder Apple Pay zahlen. Mit Bezahlalternativen also, die er privat inzwischen ständig nutzt. Dass er damit den etablierten Buchungs-/Bezahl-/Abrechnungsprozess seines Travel Managements zerschießt – geschenkt! Payment-Profis wie Benning wissen: »Der Reisende wählt den Weg, den er für sich ideal findet.« Droht nach »Maverick Buying« nun also »Maverick Paying«?

Bei AirPlus will man es so weit gar nicht erst kommen lassen. »Das große Ziel ist das unsichtbare (invisible) Zahlen, wie man es zum Beispiel von Uber kennt; Apple Pay und Alipay sind da nur eine Vorstufe«, sagt Chief Marketing Officer Yael Klein. Um dieses große Ziel zu erreichen, arbeite ihr Unternehmen unter Hochdruck an »Technologien, die den Bezahlprozess als solchen abschaffen«. Allein freilich, das weiß man in Neu-Isenburg, ist das im 21. Jahrhundert nicht mehr zu leisten. Also habe man begonnen, sich mit Start-ups zusammenzutun: »Etablierte Firmen gehen ja oftmals von sich selbst aus, neue denken eher vom Kunden her. Start-ups betrachte ich daher nicht als Konkurrenz. Im Gegenteil: Die Start-up-Mentalität kann ein Stupser für uns sein, sodass wir in Kooperationen eine tolle Wendigkeit erreichen kön-

		
WE CHAT PAY	AMAZON PAY	PAYPAL
<p>2011</p> <p>Erzeugt QR-Code, der am Point of Sale gescannt wird, Abrechnung über Kreditkarte oder Bankkonto</p> <p>Abrechnung über Kreditkarte; seit 2018 akzeptiert We Chat Pay neben chinesischen auch Kreditkarten von Mastercard, Visa und JCB</p> <p>We Chat hat circa 1,06 Milliarden User</p> <p>einfaches Bezahlen im Einzelhandel an allen Terminals mit NFC</p>	<p>2007</p> <p>Bezahlung über Amazon-Account, per App auch am Point of Sale einsetzbar</p> <p>Abrechnung über Kreditkarte oder hinterlegtes Bankkonto</p> <p>weltweit circa 33 Millionen</p> <p>Einfaches Bezahlen von Onlineeinkäufen</p>	<p>1998, 2002 Übernahme durch Ebay, seit 2015 eigenständig</p> <p>Identifizierung durch E-Mail-Adresse, Paypal übernimmt Treuhänderfunktion</p> <p>online über zuvor angelegten Account, Abrechnung über Bankkonto oder Kreditkarte</p> <p>weltweit 254 Millionen</p> <p>einfaches Bezahlen im Onlinehandel</p>

Quelle: Eigenrecherche

nen.« In China soll bereits Ende des Jahres eine AirPlus-Lösung an den Start gehen, mit der Corporate Traveller via Smartphone über den dort üblichen QR-Code bezahlen können.

### »An der Hotelfront herrscht Sodom und Gomorrha«

Bleibt die Frage, ob bestehende respektive künftige Supplier-Kooperationen schnell genug sein können, um den bereits begonnenen Siegeszug alternativer Bezahlmethoden zum Beispiel aus dem Silicon Valley noch rechtzeitig aushebeln zu können. Denn solange das nicht gelingt, steht und fällt der Erfolg der digitalen Transformation mit der Durchlässigkeit des Flaschenhalses Hotellerie. Oder, wie Conichi-Geschäftsführer Max Waldmann es formuliert: »An der Hotelfront herrscht Sodom und Gomorrha.«

Doch Waldmann wäre kein Start-up-Star, wenn er nicht längst schon eine Lösung präsentieren könnte. »Virtuelle Kreditkarten sind lediglich eine digitale Form der Plastikkreditkarte ohne größere Intelligenz«, sagt der Conichi-Chef, »und die starke Fluktuation in der Hotellerie verkompliziert das Problem der Akzeptanz. Daher haben wir eine neuartige, digitalisierte Form der Zahlung

entwickelt, in der der gebuchte Zimmerpreis vollautomatisiert ohne manuelle Eingabe durch Hotelformulare abgerechnet werden kann.« Sein Versprechen: Da die Lösung für »hundert Prozent aller Lösungen nutzbar« sei, stehe sie für »100-prozentige Akzeptanz und 100-prozentige Compliance«.

Die Zukunft wird zeigen, ob Conichis Smarthotel Pay tatsächlich das Zeug zur »Killerapp« für den Corporate-Bereich hat. So oder so gilt die Prognose von AirPlus-Managerin Klein: »Die unsichtbare Zahlungsrevolution im Consumer-Bereich wird sich bald auch auf die Unternehmenszahlungen ausweiten.«

Mehr über die Payment Solutions von HRS erklärt Ihnen Christian Gall, Vice President Payment Solutions: [Christian.Gall@hrs.com](mailto:Christian.Gall@hrs.com).



Wie Travel Manager digitale Bezahlösungen durchsetzen können, erklärt Maximilian Waldmann im Video. [www.der-hotelexperte.de](http://www.der-hotelexperte.de)