



# Lehnt euch zurück und begleitet einen *typischen Gast* bei seiner Reise

Von Booking-Stornos, Sprachbarrieren oder dem fehlenden Elan eines Kellners.  
Oder: Wie das digitale Leben eine (Geschäfts-)Reise konsequent begleitet.

# Persona-Definition

## *Nico Erhardt*

- Alter: 46 / Digital-Pionier: Online-Marketing seit 1998
- Familienstand: Ledig / Keine Kinder
- Merkmale: Keine Haustiere / Auto der gehobenen Mittelklasse
- Erlernter Beruf: Gelernter Mediengestalter / Entwickler
- Studium: Dipl.-Betriebswirt (FH) / Intern. Marketing + Tourismus
- Aktueller Job: Agentur-Inhaber, Berater, Trainer, Redner
- Besonderheit: Absoluter Service-Freund, Digital Native



# Die zur Agentur gehörende *Unternehmensgruppe*

- 1995 gegründet / eine der ältesten Agenturen in Deutschland
- Bad Schwartau / Außenbüros in Berlin · München
- Spezialist:innen für Beratung und Entwicklung
- .compioneers: Unternehmen zur Beratung von anspruchsvollen Digital-Strategien und Entwicklung von Großprojekten
- online.werbung: Performance-Marketing-Agentur zur Steigerung der Reichweite im Internet
- jamaido: Dienstleister zur laufenden Betreuung von kleinen und mittelgroßen Internetprojekten

EPSON

Deutsche Telekom

GRAND HOTEL  
SEESCHLÖSSCHEN  
SPA & GOLF RESORT

GRÜNES  
BINNEN  
LAND  
Schleswig-Holstein

Stadt  
Kaltenkirchen



DEUTSCHE STIFTUNG  
DENKMALSCHUTZ



SIEMENS

Lufthansa Technik  
Intercoat



ostsee  
Schleswig-Holstein. Der echte Norden.



GHOTEL  
hotel & living

THE  
COZY  
HOTEL

.COMPIONEERS

# Akt 1

## Die Vorbereitungen

Die Reise ist im Kopf geplant. Der Termin steht. Alles ist fest.  
Buchungsziel: 4 (1+3) Tage in 2 Häusern. Hauptanspruch: Ort.

10.01.2023 | TOURISMUS-NETZWERK-ZUKUNFT 3.0 | NICO ERHARDT

**.COMPIONEERS**

Zwischenmeinung

**„Die Vorbereitungen beginnen nicht selten mit etwas, was wir nicht im Ansatz beeinflussen können. Mit einem *Grund*. Mit einem *Anlass*. Wir sind also nicht selten die *Lösung für ein Problem oder Bedarf*.“**

Nico Erhardt  
Digital-Pionier und Service-Freund



*Akt 1 – Szene 1  
Das Ziel:  
Zimmer für vier  
Nächte buchen.*

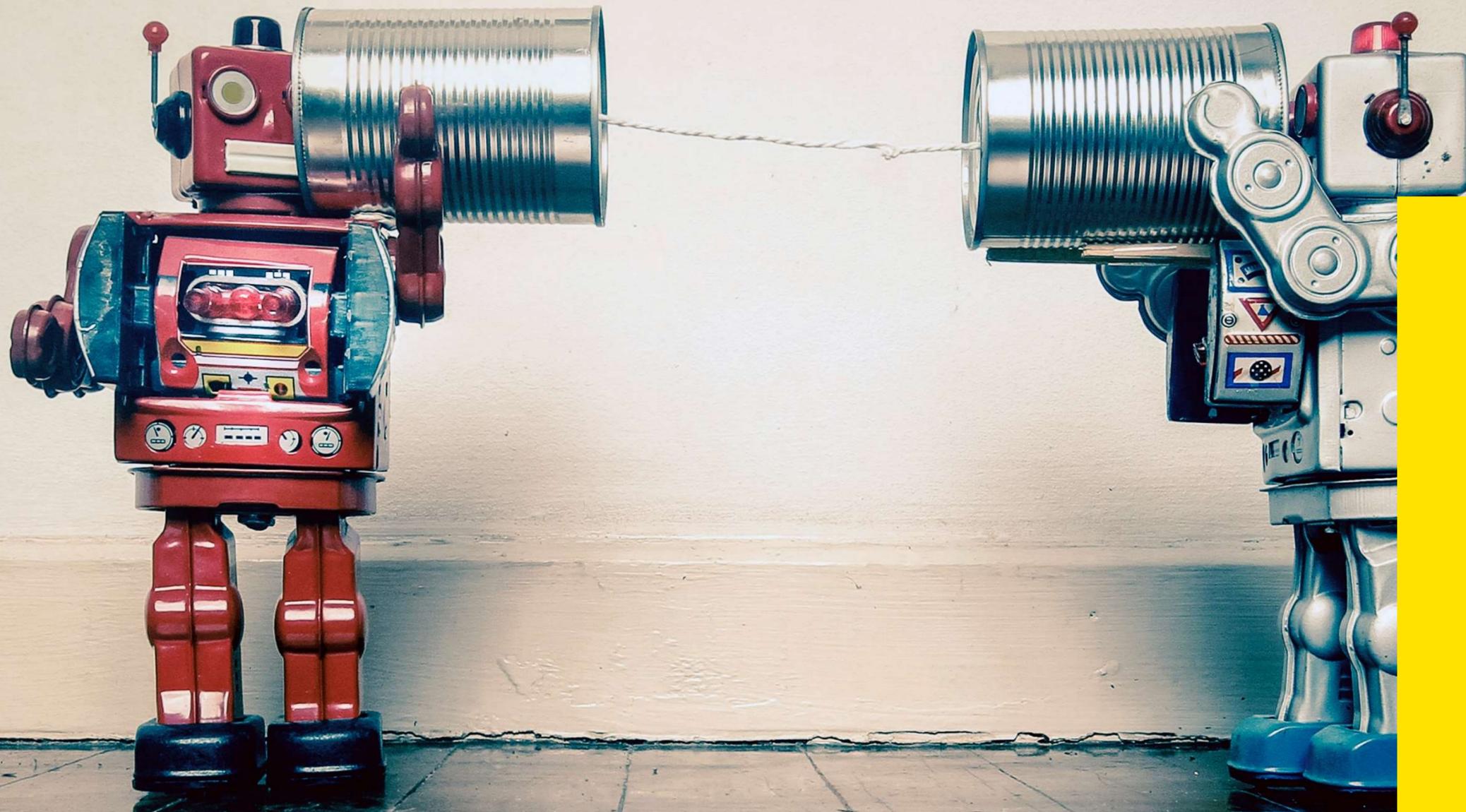
*Tadaaaa...:  
Booking.com*

# Was gibt es zu berichten?

## Ergebnisse dieser Szene

- Warum booking.com? Weil es so schön einfach ist...
- Zimmer stornierbar gebucht – trotz fester Absichten / Pläne
- PS: Bekanntes Hotel nicht in Liste für erste Nacht gefunden
- Wahl für das erste Hotel erfolgte klar über das erste Listenbild
- Wahl des zweiten Hotels aus Mangel an Alternativen
- Trugschluss: Alternative vorhanden, Listenbild aber unattraktiv

© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU

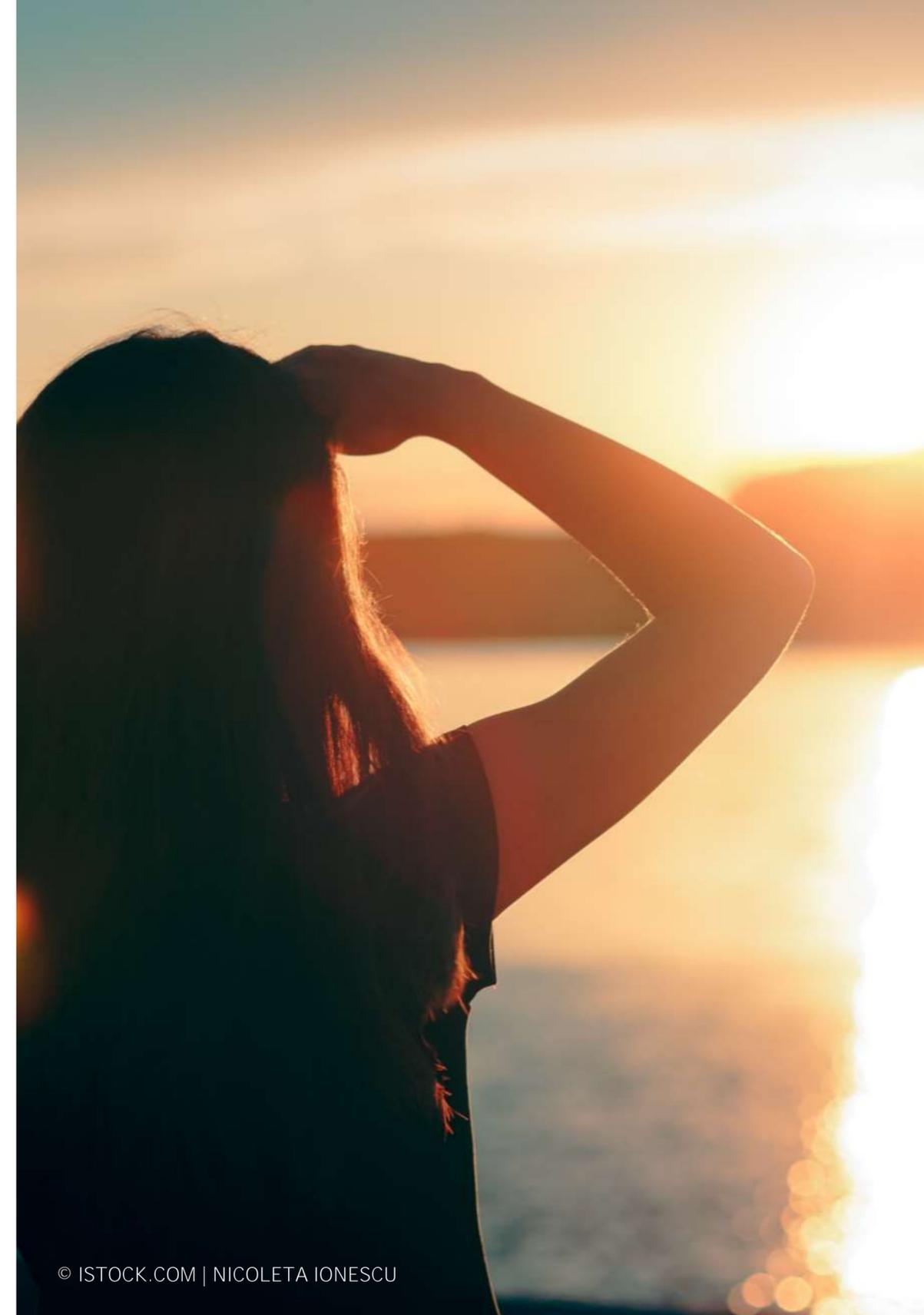


*Akt 1 – Szene 2  
Das Dilemma:  
Ich schaffe den  
Check-In nicht.*

***Antwort: „Ja?“***

# Was gibt es zu berichten? Ergebnisse dieser Szene

- Komplette unprofessionelle Gesprächsannahme + -führung
- Keine Flexibilität in der Anreisezeit trotz Hinweis
- Hinweis erhalten, die Anreise telefonisch zu avisieren
- Ohne, dass dies digital vorab bekanntgegeben worden wäre
- Endergebnis: Keine Problemlösung / kein guter Eindruck
- In Erinnerung schwelgend: Paris, Rom oder auch Dresden



© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU



*Akt 1 – Szene 3  
Ortswechsel:  
Storno und neue  
Buchung  
ausführen.*

*Zeit: 5 Minuten.*

# Was gibt es zu berichten? Ergebnisse dieser Szene

- Noch im Auto Storno der Buchung ausgeführt – Kostenlos
- Direkte Suche nach dem bereits bekannten Hotel
- Jetzt damit auch in der Liste zu finden
- Erfolgreiche Buchung des „neuen“ Hotels
- Aufwand: Unter 5 Minuten

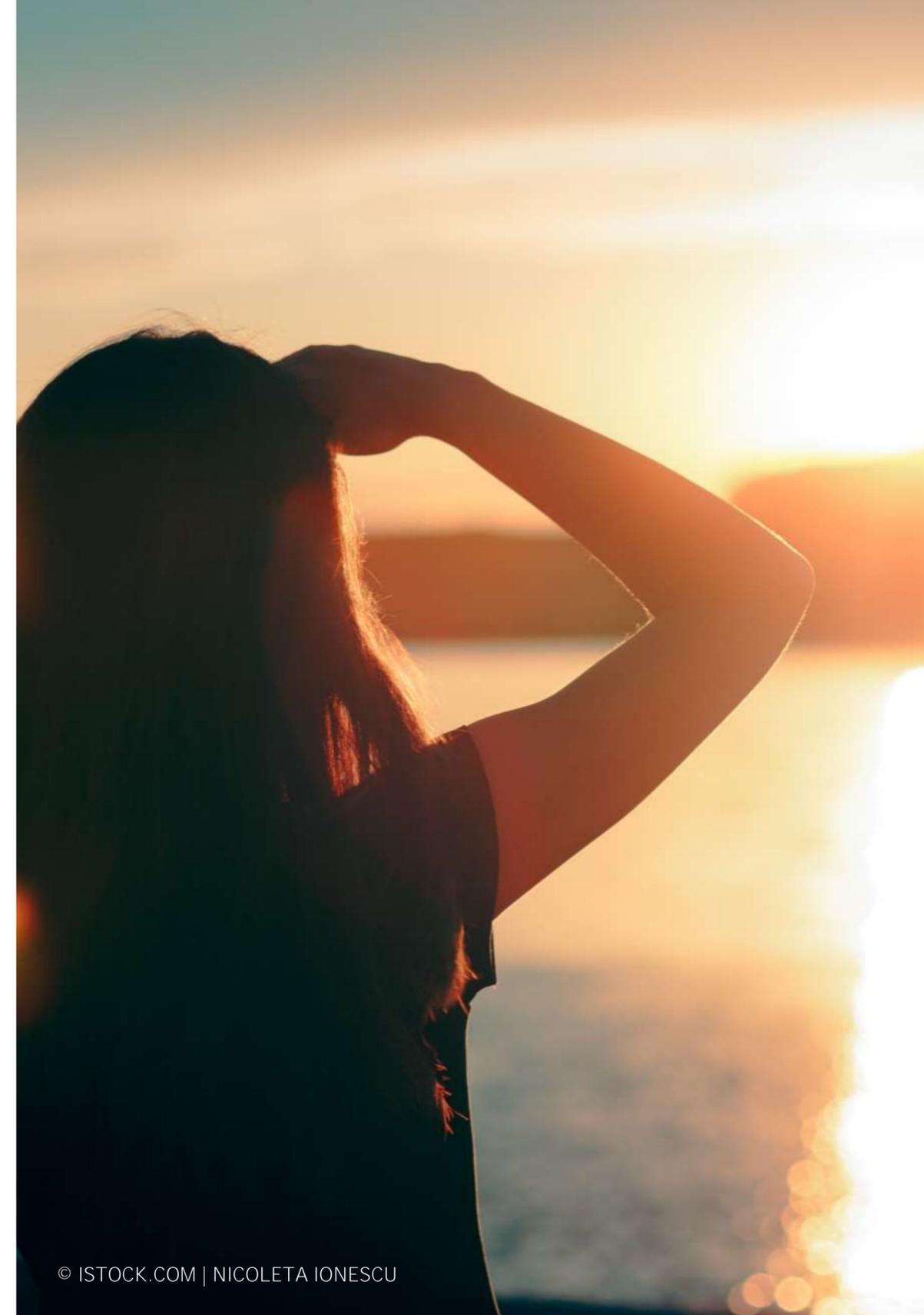
© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU



*Akt 1 – Szene 4*  
*Vorfreude:*  
*Und nicht*  
*vergessen...!*

# Was gibt es zu berichten? Ergebnisse dieser Szene

- Wichtige Dinge vor Anreise erinnern (ortsabhängig)
- Vorfreude steigern und Planungen unterstützen
- Für Gastro: Erinnern und bestätigen lassen
- Kleinigkeiten übermitteln – ein Bild sagt mehr als 1.000 Worte
- Leider immer wieder eine Hürde: Die – aber dehnbare – DSGVO
- Das alles ist besonders bei Remote-Hotels / -Services wichtig



© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU

# Akt 2

## Der Aufenthalt

Wir ergänzen die Erfahrung aus dem Aufenthalt ein wenig...  
...um Reisen zu anderen Destinationen und Restaurantbesuchen.

10.01.2023 | TOURISMUS-NETZWERK-ZUKUNFT 3.0 | NICO ERHARDT

**.COMPIONEERS**

Zwischenmeinung

**„Ein Kunde, wie auch ein Gast, verstehen nicht, dass es für bestimmte Prozesse logische Gründe geben mag. Aber eben nur aus *Unternehmenssicht*. Nicht aus seiner Sicht.“**

Nico Erhardt  
Digital-Pionier und Service-Freund



*Akt 2 – Szene 1  
CheckIn:  
Waren Sie schon  
mal bei uns?*

***„Ja, ca. 20 Mal“***

# Was gibt es zu berichten? Ergebnisse dieser Szene

- Keine Rücksicht auf wiederholte Besuche
- Nett zu wissen: Verweise auf das WLAN
- Meldung für Frühstück via Rezi, per WhatsApp wäre perfekt
- Ankunft auf dem Zimmer ganz unterschiedlich
- . Der *Klassiker*: Kaum was digital
- . Der *Fortschrittliche*: Willkommen-Screen / digitale Gästemappe

© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU

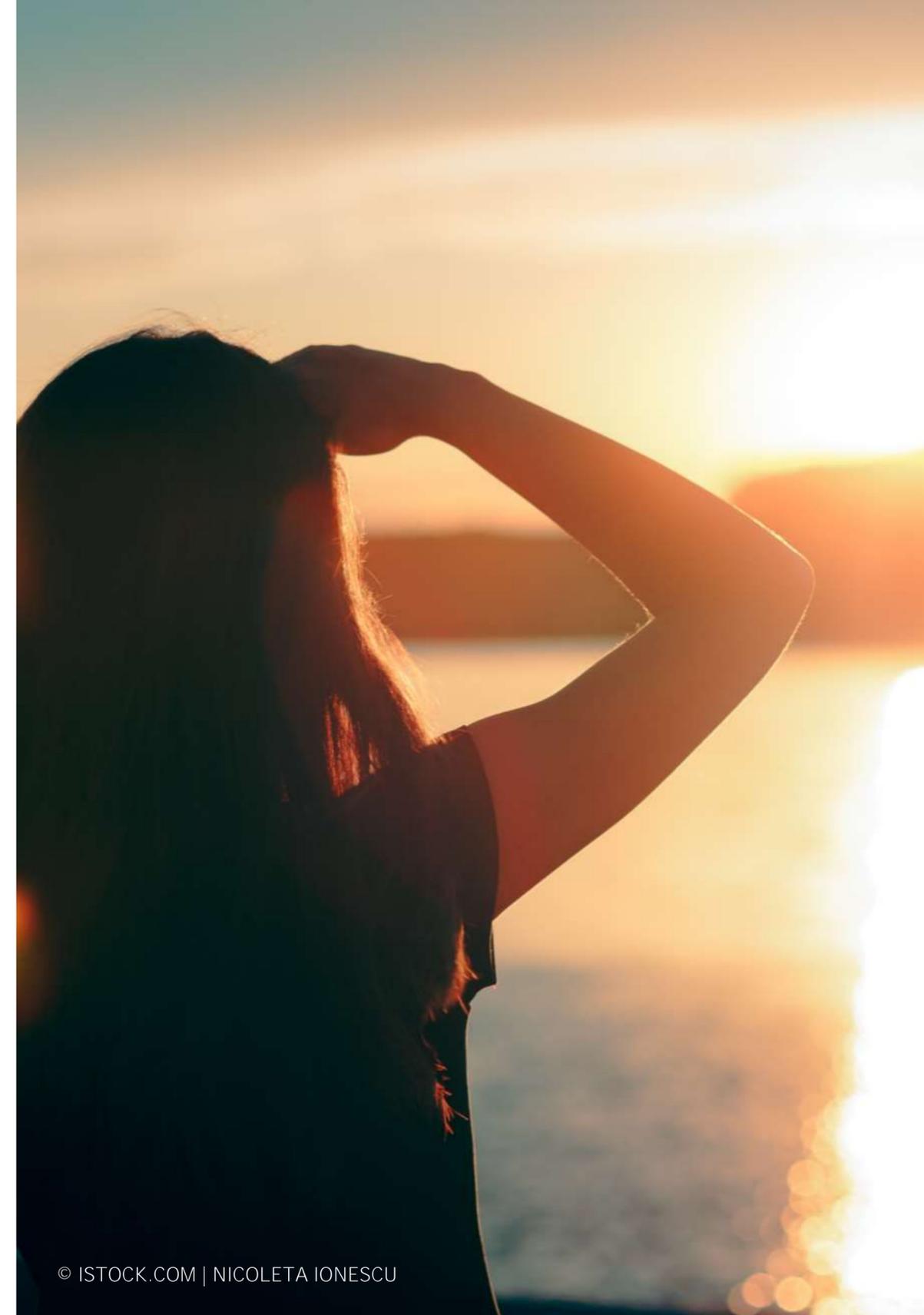


*Akt 2 – Szene 2  
Wie heißen Sie?  
Eberhardt oder  
Gerhardt?*

***„Nico. Bitte  
einfach nur  
Nico.“***

# Was gibt es zu berichten? Ergebnisse dieser Szene

- Verständnis von Namen und Wünschen tlw. schwierig
- Erreichbarkeit des Empfangs nicht immer gegeben
- Sprachbarrieren, gerade bei internationalen Gästen
- Gefühlte Haftungsumkehr: Die Buchung ist dokumentiert
- Absage über die App genauso problemlos möglich (Theorie)
- Wenig attraktiv: Punkte sammeln o.ä.



© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU



*Akt 2 – Szene 3  
Technikmüll:  
Die Rechnung  
geht bitte  
getrennt.*

***Gern heute...***



*Akt 2 – Szene 4  
Nix los:  
Das ist aber  
auch nicht das,  
worauf ich Lust  
habe und wofür  
ich hier bin.*

# Akt 3

## Nach dem Aufenthalt

Auf geht's – Abreise. Mal notwendig. Mal leider.  
Aber auch danach muss der Kontakt ja nicht abbrechen.

10.01.2023 | TOURISMUS-NETZWERK-ZUKUNFT 3.0 | NICO ERHARDT

**.COMPIONEERS**

Zwischenmeinung

**„Wenn ein zufriedener Gast auscheckt oder nach einem gelungenen Essen geht, ist er – nach der Vorfreude seiner Buchung – vermutlich am *emotionalsten*.“**

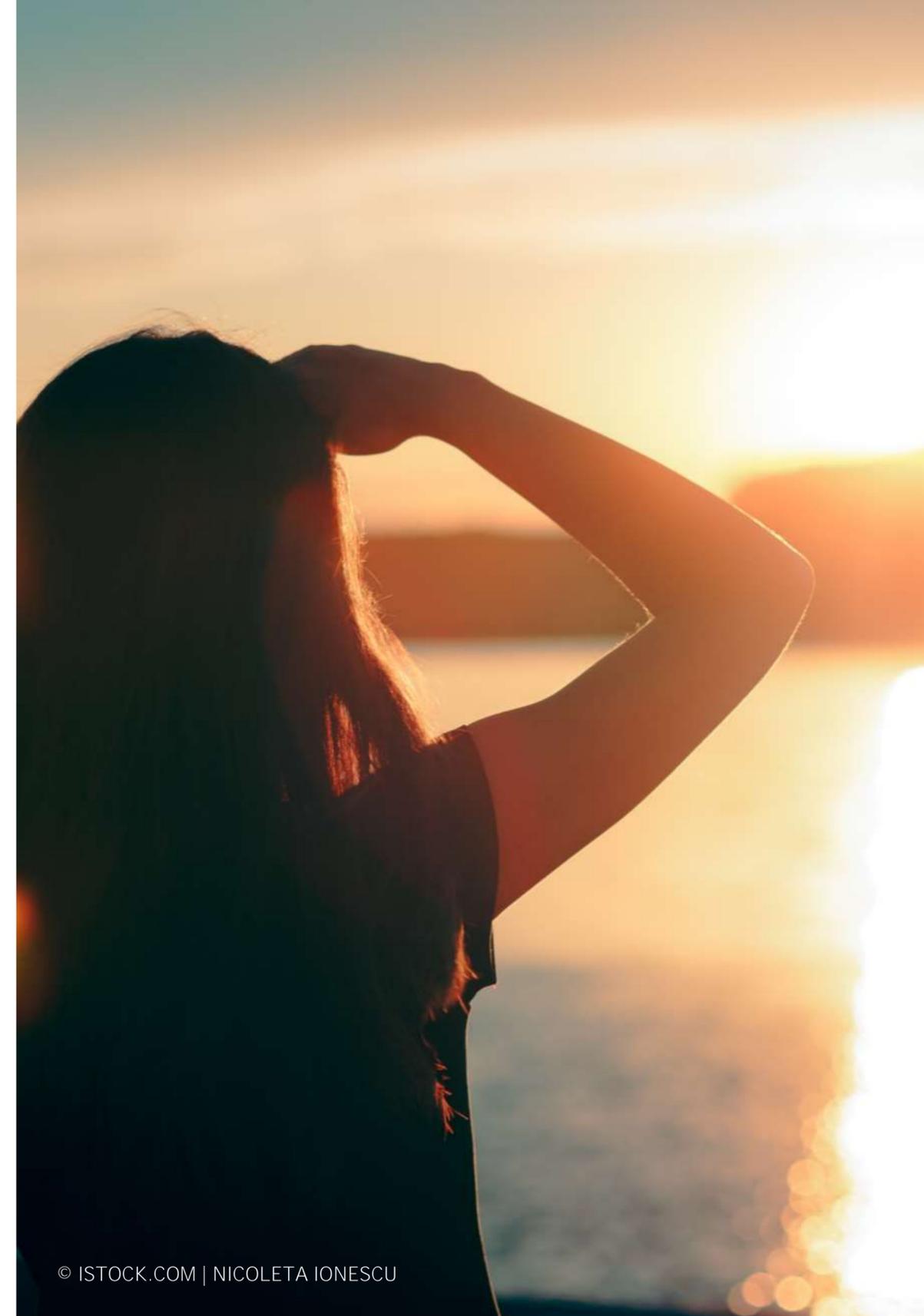
Nico Erhardt  
Digital-Pionier und Service-Freund



*Akt 3 – Szene 1  
Abreise:  
War denn alles  
in Ordnung?*

# Was gibt es zu berichten? Ergebnisse dieser Szene

- Der digitale Gast ist am Ende nicht der Parade-Flyer-Empfänger
- Einen QR-Code für Bewertungen oder eigenen Nutzen mag er
- Ist er denn auch gut nach Hause gekommen?
- Was würde er denn anders machen? So unter uns zwei Nasen.
- Und, übrigens: So sieht es hier gerade ohne dich aus...



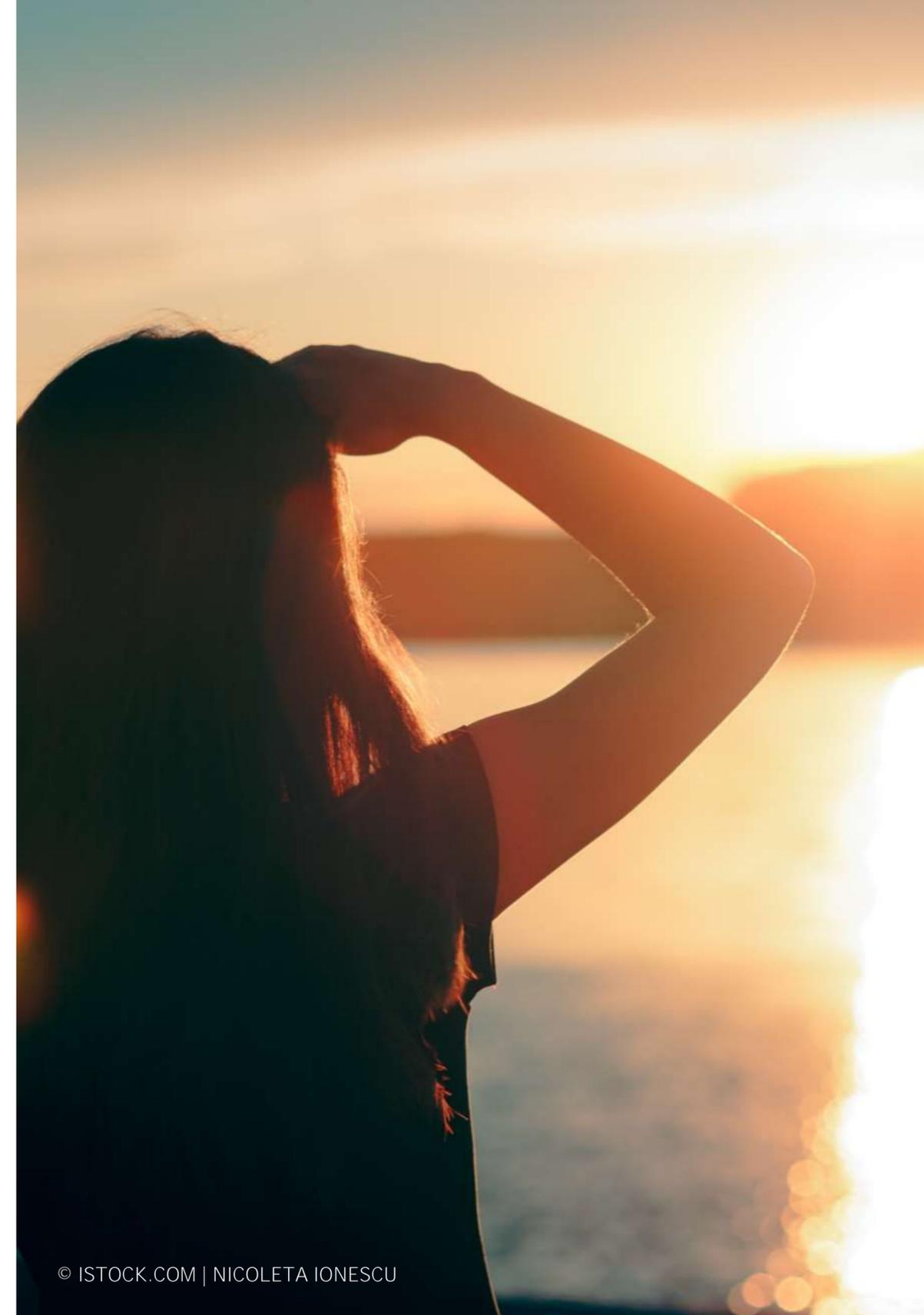
© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU



*Akt 3 – Szene 2  
Nur kurz:  
Uns gibt es noch.*

# Was gibt es zu berichten? Ergebnisse dieser Szene

- Gästen Erinnerungsmaterial an die Hand geben
- Dauerhaft „in Kontakt“ bleiben
- Digitalen Touchpoint liefern
- Gästebindung – selbst, wenn Wiederkehr unwahrscheinlich
- Viralen Moment nicht versäumen
- Virale Momente forcieren



© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU

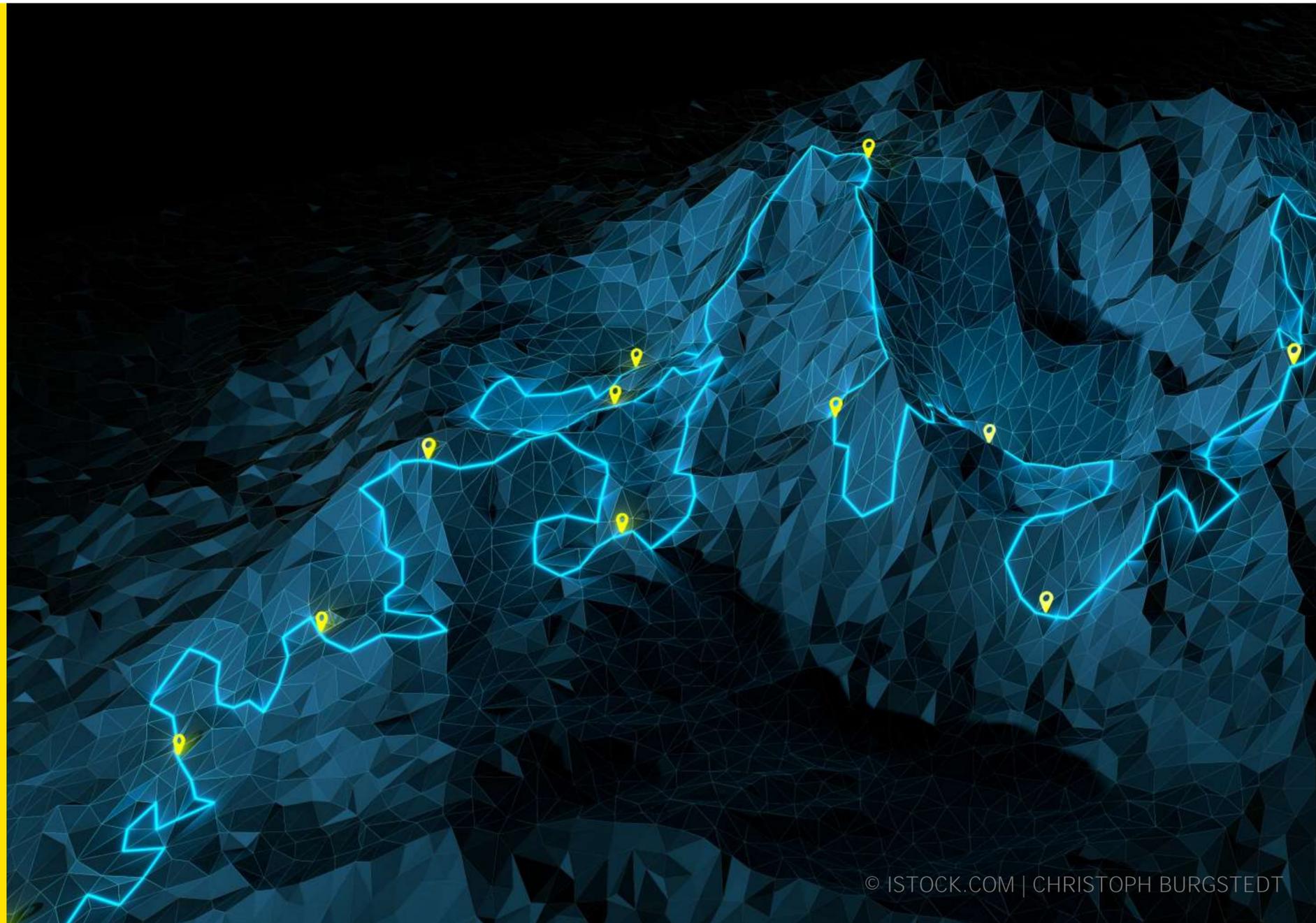
Expertenmeinung

„Vermutlich sind Tourismus und Gastronomie mit *am stärksten vom Internet abhängig*. Und gleichzeitig müssen sie stark sein und bleiben und ihr Kerngeschäft nicht **aus den Augen verlieren.**“

Nico Erhardt  
Digital-Pionier und Service-Freund

01

Sofern  
keine Idee  
dahinter  
steckt: Ohne  
**Digital geht's**  
nicht mehr.



© ISTOCK.COM | CHRISTOPH BURGSTEDT

02

Gäste sind  
zunehmend  
Services  
ohne Personen  
gewöhnt.

© ISTOCK.COM | DKOSIG



03

Was können wir also z.B. aus Remote-Hotels lernen?



© ISTOCK.COM | KUMER

04

Wen  
brauchen  
wir, um all  
das Digitale  
zu leisten?



© ISTOCK.COM | NICOLETA IONESCU

05

Und ist das  
alles geklärt:  
Dann wieder  
dem Schönen  
**widmen...**



© ISTOCK.COM | SAWITREELYAON

Schlussmeinung

„Die Hotellerie und die Gastronomie haben anderen Branchen gegenüber einen großen Vorteil: Sie sind per se auf die *Bedürfnisse Ihrer Gäste* eingestellt. Und von da ist es nur ein kleiner Schritt zu den *Personas*.“

Nico Erhardt  
Digital-Pionier und Service-Freund



Wollen wir  
gemeinsam  
nach oben?

Freue mich  
auf euren  
Kontakt!

[www.nico-erhardt.com](http://www.nico-erhardt.com)