

MASTERCLASS

Digitales Bezahlen im Hotel

Trends, Chancen und
Herausforderungen



Inhalte

Kick-Off:

Payment Flow – Chancen und Herausforderungen

Themen zur Auswahl:

1. **Kosten** – wo entstehen sie und wie kann ich sie optimieren?
2. **Daten und Trends**
3. **Security und Risks**

Q&A



Payment Flow

Chancen und Herausforderungen

Wo fallen Zahlungen an?



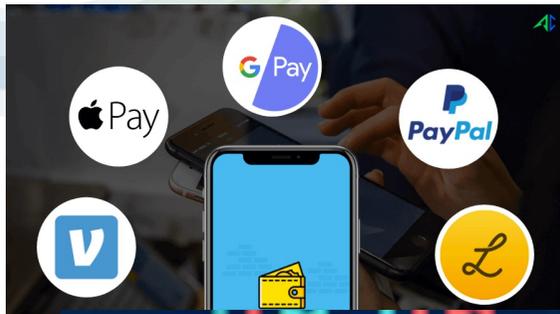
2 Übernachtungen können so zu 10 oder mehr individuellen Gästezahlungen führen



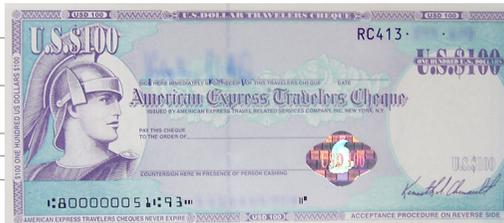
Payment Flow

Chancen und Herausforderungen

Welche Zahlungen fallen an?



Etwa 200+ Zahlungsarten weltweit



Payment Flow

Chancen und Herausforderungen

Herausforderungen:

- 200+ Zahlungsmethoden
- Unterschiedliche Kosten, Anbindungen, Belastungsvorgaben
- Verschiedenste Punkte, an denen Gästezahlungen anfallen
- Zahlungsinformationen müssen sicher gelagert sein (PCI Compliance)
- Verbuchungen der einzelnen Zahlungen, Rechnungslegung
- Zahlungsbestätigungen
- Zahlungsprozess in Gastaufenthalt integrieren, ohne den Gast zu belasten

Payment Flow

Chancen und Herausforderungen

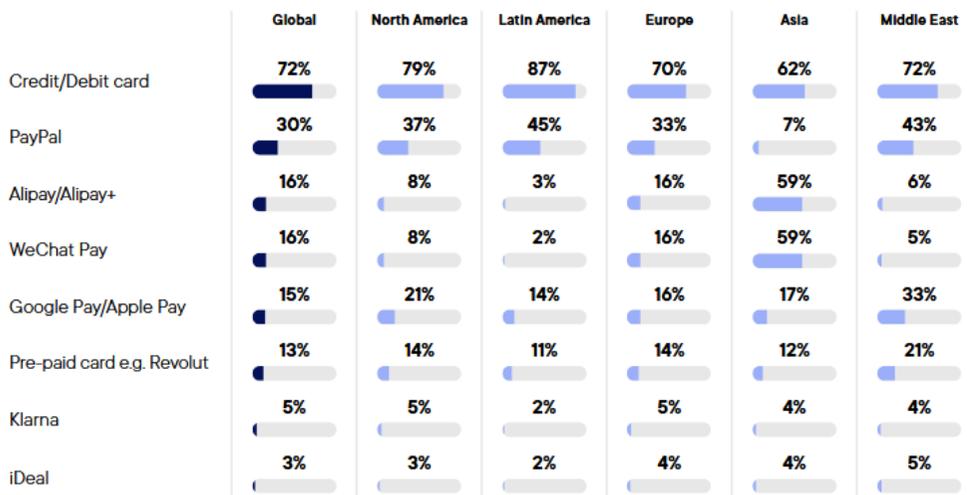
Herausforderungen:

- 200+ Zahlungsmethoden
- Unterschiedliche Kosten, Anbindungen, Belastungsvorgaben

KNOW YOUR GUEST!

What is your preferred payment method when paying in-venue at a hotel?

(Tick up to three – Regional comparison)



- Ursprungsland
- Bevorzugte Zahlungsmethoden in den Ländern
- Alter
- Buchungsdevice (Mobile, Laptop, PC)
- Präferenz während des Aufenthaltes

Crucially, 29% of consumers globally state their preferred payment method is not available when paying for reservations online.

44%

Nearly half of Asian guests claim they can't pay for reservations using their usual method.

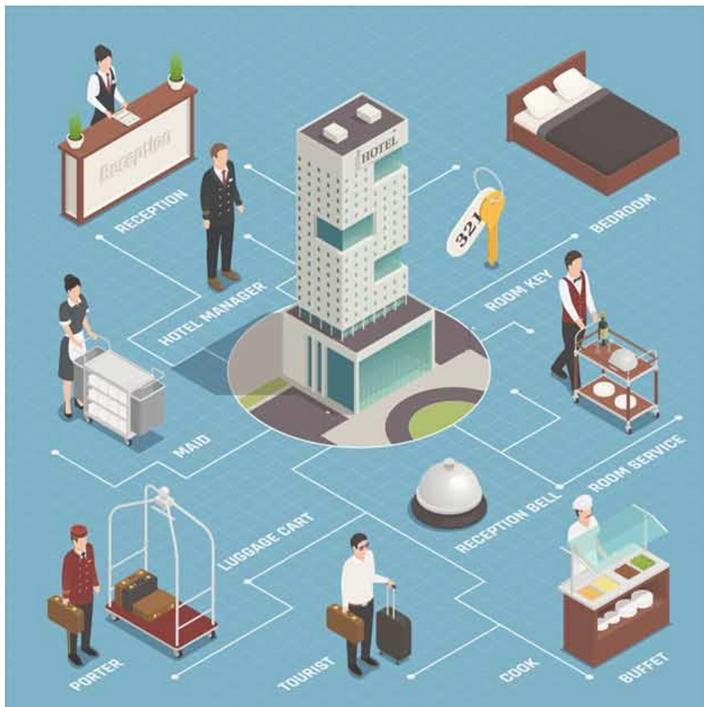
**Planet Hospitality Report*

Payment Flow

Chancen und Herausforderungen

Herausforderungen:

- Verschiedenste Punkte, an denen Gästezahlungen anfallen
- Zahlungsinformationen müssen sicher gelagert sein (PCI Compliance)
- Verbuchungen der einzelnen Zahlungen, Rechnungslegung
- Zahlungsbestätigungen
- Zahlungsprozess in Gastaufenthalt integrieren, ohne den Gast zu belasten



HOTEL Property Management System

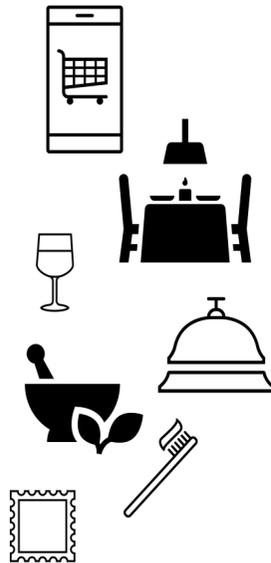
- Integration aller Leistungen & deren Zahlungen ins PMS
- Automatische Verbuchung aller Zahlungen in einen Gaststamm
- Zahlungsmethode muss nur einmal angegeben werden & kann für alle zukünftigen Zahlungen verwendet werden
- Tokenisierung der Kreditkarte schützt vor Fraud und sorgt für Sicherheit für Gast und Hotel (PCI)
- Validierung & Vorauthorisierung der Kreditkarte möglich
- Zahlungsinformation hilft die Präferenzen des Gastes zu erkennen = Chancen für Gästezufriedenheit & Loyalitätssteigerung

Payment Flow Chancen und Herausforderungen

Zahlungsintegration in das PMS – Wie funktioniert es?



Gast gibt Zahlungsinformation einmalig

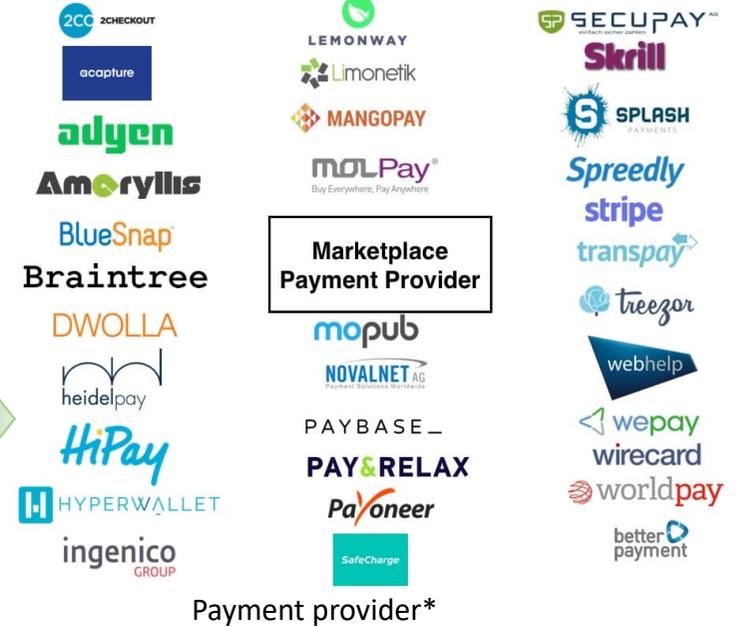


- Tokenisierung der Zahlungsdaten
- Validierung
- Vorauthorisierung



PMS

- Verbuchung auf Gastrechnung & Hotelaccounts
- Automatisierter Zahlungsprozess



Inhalte

Kick-Off:

Payment Flow – Chancen und Herausforderungen

Themen zur Auswahl:

1. **Kosten** – wo entstehen sie und wie kann ich sie optimieren?
2. **Daten und Trends**

Q&A



Themen zur Auswahl

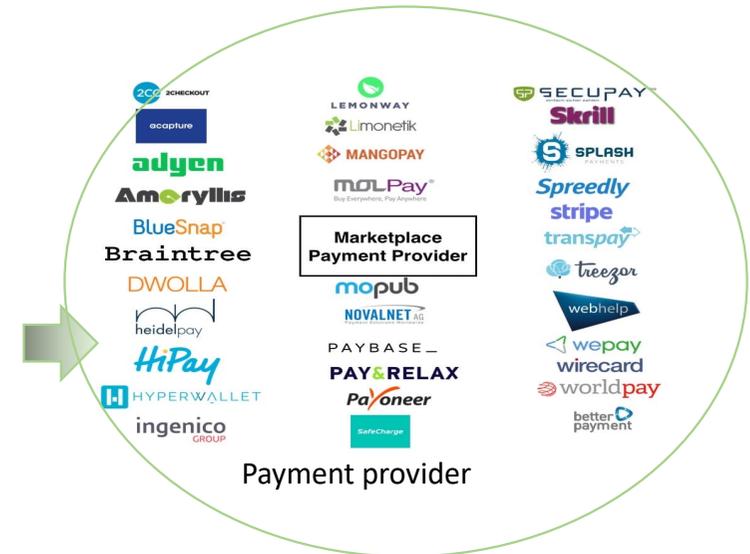
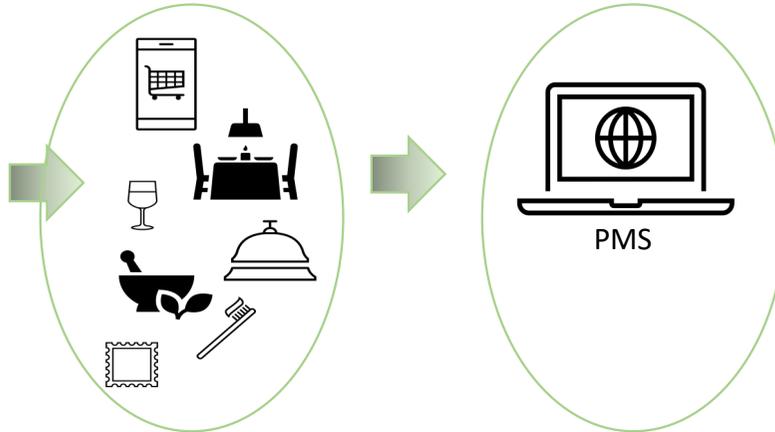
1. **Kosten** – wo entstehen sie und wie kann ich sie optimieren?
2. **Daten und Trends**
3. **Security und Risks**



[Slido](#)

Kosten

Wo entstehen sie und wie kann ich sie optimieren?

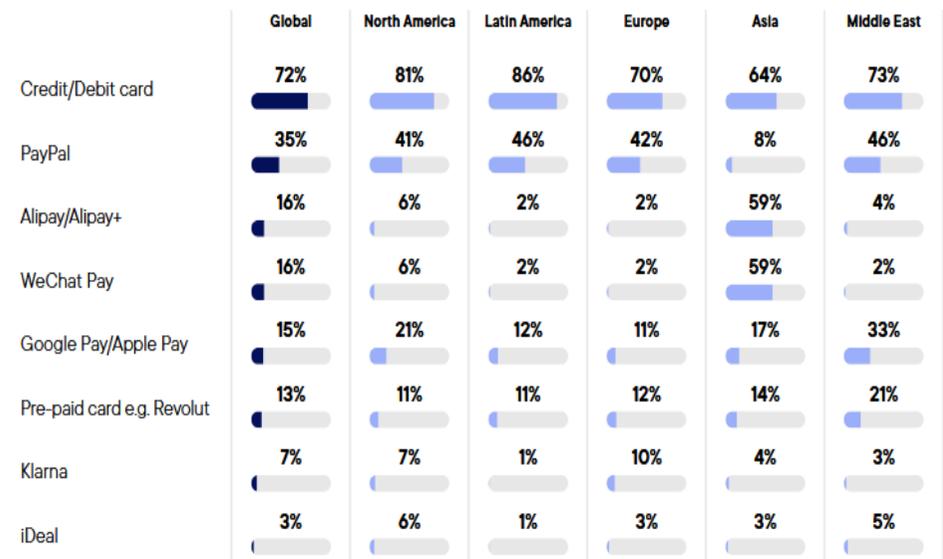


- ✗ Je mehr Einzelzahlungen, desto mehr Kosten
- ✓ Mehrere Zahlungsmethoden = unterschiedliche und multiple Kosten
- ✓ Transaktionskosten
- ✓ Validierung, Pre-authorisierung, Tokenisierung
- ✓ Zahlungen an Drittanbieter (OTAs, PMS, Payment Provider)

- ✓ Mehrere Zahlungsmethoden = unterschiedliche und multiple Kosten
Transaktionskosten

Zahlungsmittel	Zahlungsart	Kosten
Visa	Kreditkarte	0,3%
VCC Visa	Virtuelle Kreditkarte	1,85%
Mastercard	Kreditkarte	0,3%
VCC Mastercard	Virtuelle Kreditkarte	1,88%
AMEX	Kreditkarte	3,45%
PayPal	E-Wallet	0,10%+ ? (abhängig der Zahlungsmethode hinter der wallet)
Pre-paid card	Debit- / Kreditkarte	1,5% - 12% (PaySafe)
Google Pay Apple Pay	E-Wallets	0% (Fee wird stattdessen den banken abgezogen)
Klarna	BNPL (buy now, pay later)	0,99% - 4,99% (Unterschiede in pay over time & pay later)
Ideal	Online Banking	0,22€ -0,29 €
Alipay	E-Wallet	2,9% - 3%
WeChat Pay	E-Wallet	2,9% - 3%
+ Zahlungsproviderkosten		

What is your preferred payment method for hotel bookings online?
(Tick up to three – Regional comparison)



**Planet Hospitality Report*

- ✓ Validierung, Pre-authorisierung, Tokenisierung



Tokenisierung

- Nimmt die Kreditkarten und wandelt sie in verschlüsselte Sequenzen um
- Token kann im PMS gespeichert werden und zu einem späteren Zeitpunkt belastet werden



Pre-authorisierung

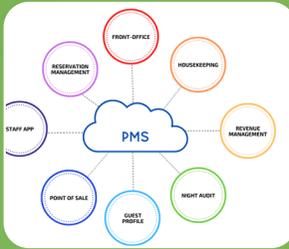
- System prüft die Kreditkarte auf Bonität & hält den Betrag zurück, ohne ihn abzubuchen
- Hotel kann definieren, ob sie z.B. die 1. Nacht oder den gesamten Buchungsbetrag vor-authorisieren will



Validierung

- System ruft die Kreditkarte ab und versucht, die Karte mit 0€ zu belasten
- Überprüft die Echtheit der Kreditkarte, jedoch nicht die Bonität

✓ Zahlungen an Drittanbieter (OTAs, PMS, Payment Provider)



PMS

- Kann Zahlungsmethoden selber tokenisieren und authroisieren
- Kosten unterschiedlich pro Anbieter und verhandelbar
- Alle Zahlungen sollten über einen Gästestamm verbucht werden
- Verbindung zum CRM für nächste Schritte (Loyalty, Benefits,...)



Payment Provider

- Unzählige Payment Provider auf dem Markt
- Manche haben sich auf bestimmte Zahlungsarten spezialisiert und haben daher günstigere/höhere Fees, je nach Fokus
- Fees der Zahlungsmethoden (Visa, WePay, etc.), sowie Provider Fees sehr unterschiedlich und sollten gut recherchiert werden
- Gute Dashboards und Reports in den Providerssoftwares enthalten = steigert Wissen über den Gast



OTAs / Third Parties

- Kommissionszahlung wird nicht direkt durch Zahlungsmethode beeinflusst
- Allerdings ist der Wert der Buchung deutlich geringer bei VCC Zahlungen (Hybride Zahlungsmethoden), da die Kreditkartenkosten um das 5-fache ansteigen
- Indirekte Nachteile wie Discounts der OTAs auf „eigene“ Kosten, sowie undercutting der direkten Rate ist bei hybriden Zahlungsmethoden als Risiko zu betrachten
- Weiterverkauf der Hotelrate an weitere, nicht bekannte Drittanbieter deutlich einfacher mit hybriden Zahlungsmethoden

Daten und Trends

- ✓ Wo findet die Buchung statt?
- ✓ Über welchen Kanal kam die Buchung rein?
- ✓ In welcher Währung darf gezahlt werden?
- ✓ Check- in & Check-Out Prozesse
- ✓ Altersbedingte Präferenzen & Trends

Daten & Grafiken

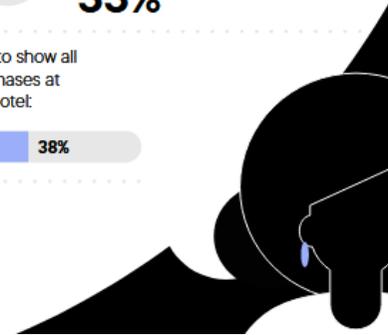
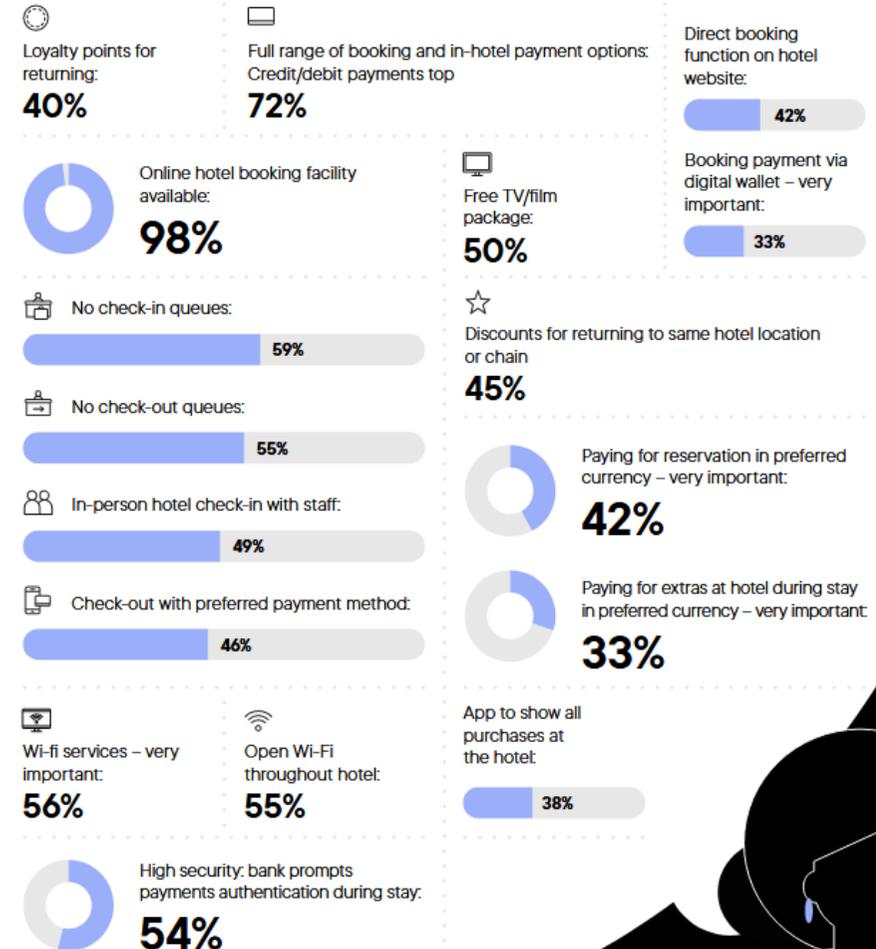
[Planet Hospitality report](#)

Sept 2023

6500+ Gäste aus 16 Ländern weltweit

The ideal guest experience

The % of consumers globally stated the following solutions contributed to the Ideal guest experience:



Daten und Trends

Wo findet die Buchung statt?
Über welchen Kanal kam die Buchung rein?

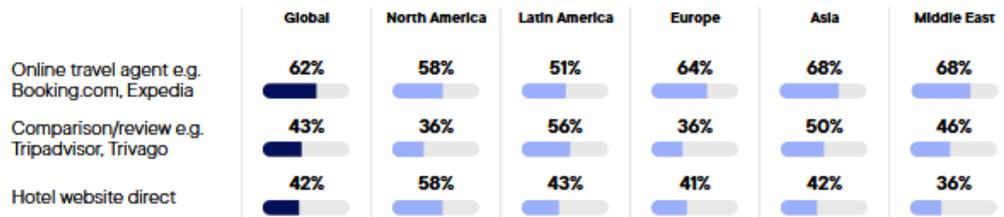
- 98% der Gäste buchen online
- OTAs immer noch bevorzugter Buchungskanal
 - 30% der Gäste finden keine Booking Engine auf der direkten Seite
 - 29% der Gäste bevorzugen keine Vorauszahlungen
- Menschlicher Faktor bei Zahlungen ist nicht zu vernachlässigen
- 29% der Gäste finden nicht ihre bevorzugte Zahlungsmethode online oder im Hotel

When completing your hotel reservation what is your preferred way to pay?



When you book a hotel reservation online what, if anything, is your preferred site?

(Tick up to two)

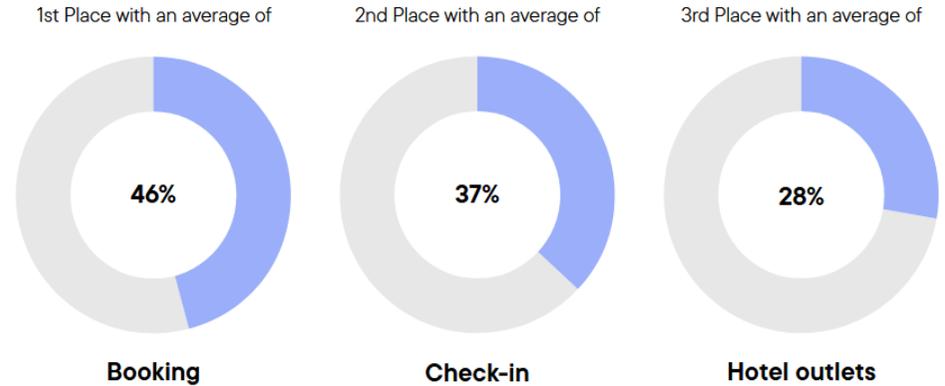


Daten und Trends

In welcher Wahrung darf gezahlt werden?

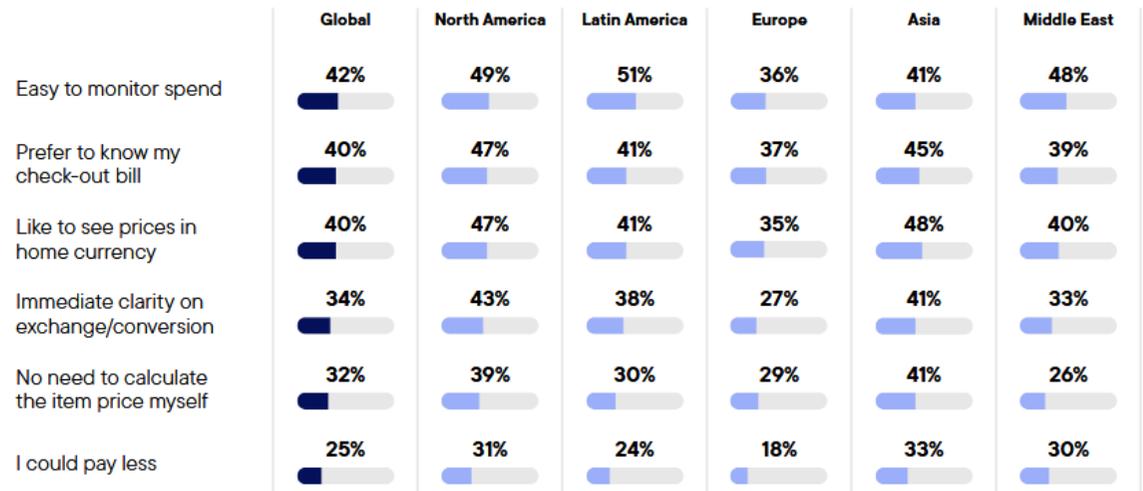
- 42% der Gäste bevorzugen Zahlungen in ihrer Landeswährung für Aufenthalt & Extraleistungen
- Zu erreichen über GEO IP während des Buchungsprozesses oder über payment links
- Vorteil für den Hotelier: Daten über source market
- Steigerung der Gastezufriedenheit (weniger Sorgen um exchange rate, kein Umrechnen während des Aufenthaltes)

Stages where payment in local currency is most important



Why would you pay in your home currency on your debit/credit card?

(Tick all that apply – Regional comparison)

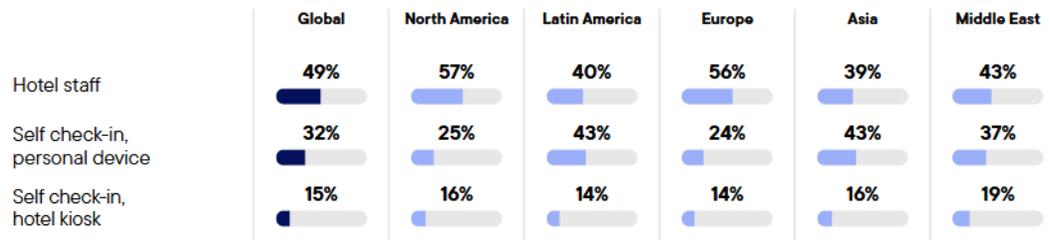


Daten und Trends

Check-in & Check-Out Prozesse

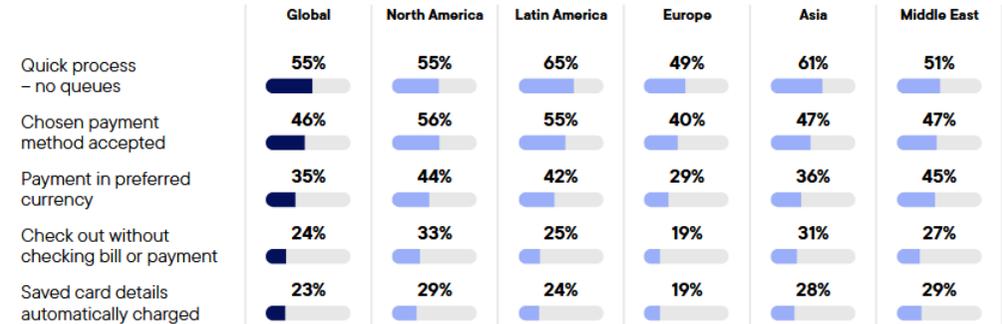
What is your preferred hotel check-in method?

(Regional comparison)



What most makes a great hotel check-out experience?

(Tick all that apply – Regional comparison)



Check-In

- 49% bevorzugen menschlichen Kontakt
- Präferenzen variieren stark in einzelnen Ländern
 - Gäste aus China bevorzugen zu 50% den Check in über ein mobiles Endgerät
 - 67% der Gäste aus Kanada möchten vom Hotelier eingcheckedt werden
 - 23% der Gäste aus Singapur bevorzugen Hotel Check-In Kiosk

- ✓ Kenne deinen Gast
- ✓ Stelle Auswahlmöglichkeiten bereit

Check-Out

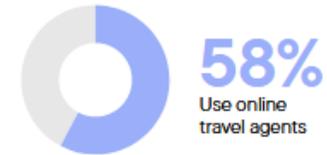
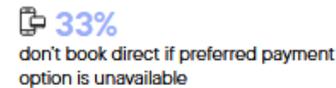
- 46% der Gäste erwarten beim Check-out mit ihrer bevorzugten Zahlungsmethode zahlen zu können
- 23% der Gäste bevorzugen es, die bereits hinterlegte Karte belastet zu bekommen
- 38% bevorzugen alle Ausgaben in einer App sehen zu können, um Rechnungschecks am Abreisetag zu vermeiden

- ✓ Vermeide lange Warteschlangen durch smarte Unterstützung
- ✓ Stelle Auswahlmöglichkeiten bereit

Daten und Trends

Altersbedingte Präferenzen & Trends

GenZ (19-27 Jahre alt): 30% der globalen Bevölkerung

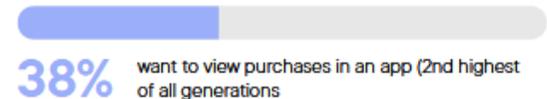
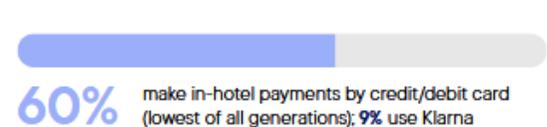
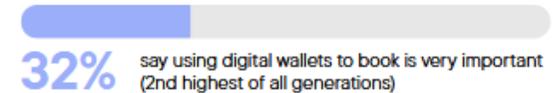
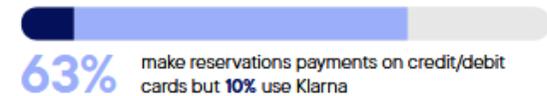


- ✓ Buchungsmöglichkeiten online bereitstellen
- ✓ Source market erkennen und verschiedene Zahlungsmöglichkeiten anbieten
- ✓ Mobile Version der Booking Engine
- ✓ Zahlung in Landeswährung anbieten
- ✓ Einfache Auflistung aller Ausgaben bereitstellen

35%
want to book using their home
currency (lowest of all generations)

85%
would pay in their domestic currency
on debit/credit cards if possible (lowest
of all generations)

48%
say speedy check-out is key to a great
experience



Daten und Trends

Altersbedingte Präferenzen & Trends

Millenials (28-43 Jahre alt): 27% der globalen Bevölkerung

 **52%**
make reservations
via a smart device

 **31%**
don't book direct if they cannot opt to
pay at a later date



- ✓ Buchungsmöglichkeiten online bereitstellen
- ✓ Flexible Zahlungsbedingungen
- ✓ Mobile Version der Booking Engine
- ✓ Zahlung in Landeswährung anbieten
- ✓ Einfache Auflistung aller Ausgaben bereitstellen (App)
- ✓ Loyale Gäste mit Anspruch, Angebot an return discounts, Loyalty Punkte etc.

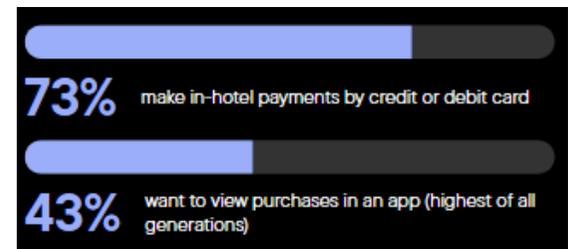
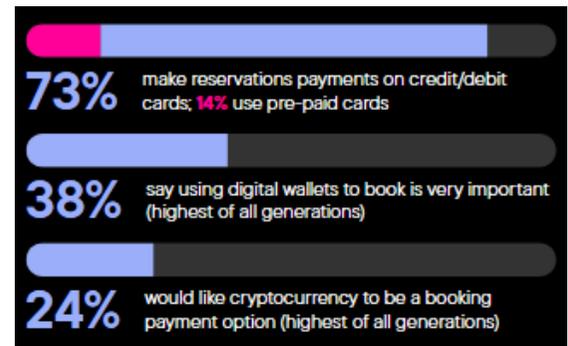
45%
want to book using their home
currency

92%
would pay in their domestic currency
on debit/credit cards if possible (joint
highest of all generations)

57%
say speedy check-out is key to a great
experience

**When returning to the same hotel,
they demand:**

Discounts **46%** loyalty points **43%** and acknowledgement of
their preferences **36%**



Security & Risks

Betrugsmasche auf Booking.com

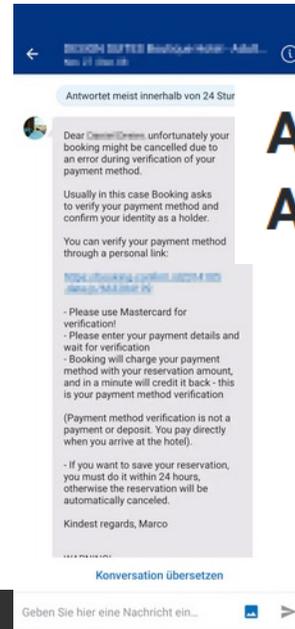
Wie Betrüger an Kreditkartendaten gelangen



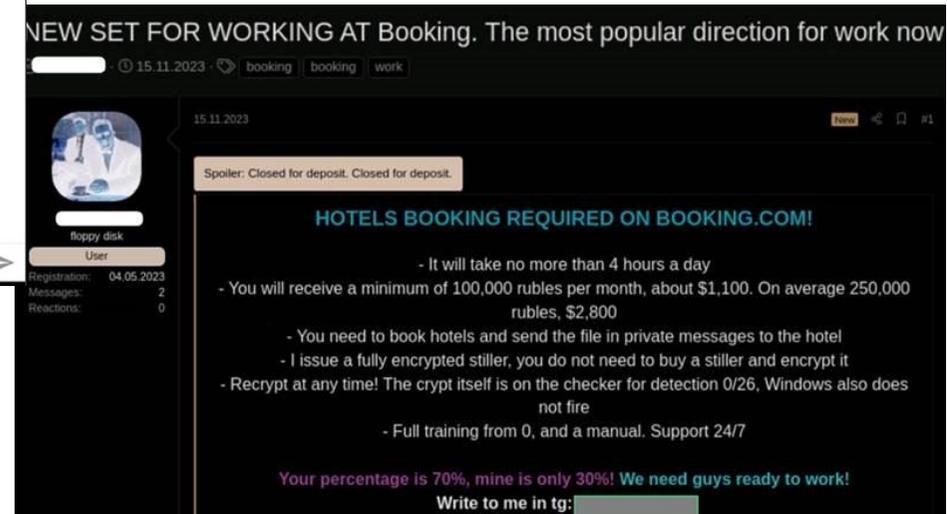
„Malspam“-Kampagne

Cyberangriffe auf Hotels: Phishing, gefälschte Beschwerden und mehr

- Hotellerie im Fokus
- Was tun, wenn man betroffen ist?
- Sicherheitsmaßnahmen



Ausgefeilte Phishing-Kampagne für Angriffe auf Hotelgäste entdeckt



Phishing-Angriffe: Betrüger missbrauchen Hotelbuchungsplattform booking.com

Security & Risks

Hotellerie im Fokus

Top 5 Angriffsarten



Social Engineering

- Verleitet das Opfer, private Informationen weiterzugeben
- Gefälschte E-Mails, Social Media, oder andere Methoden
- Vorgabe, jemand vertrauenswürdiger zu sein, oder emotionale Taktiken anwendet, um Zugang zu sensiblen Details zu erhalten
- Emotionale Erpressung, Bitte um Unterstützung, mit Zahlungen verbunden



Ransomware

- Sperren oder Verschlüsseln von Computerdaten oder -zugriffen, bis ein Lösegeld gezahlt wird
- Große betriebliche Probleme und Geldverluste
- Verbreitet sich oft über bösartige Links, Anhänge oder infizierte Websites



Malware

- Bösartige Software
- Kann Daten stehlen, Systeme beschädigen oder gezielt an bestimmte Orte gelangen
- Kann Viren, Spyware und Trojaner umfassen
- Schleicht sich oft auf Geräte ein, ohne dass der Benutzer es weiß



Distributed Denial of Service (DDoS)

- Überflutung von Servern mit zu viel Datenverkehr, wodurch es für echte Benutzer schwierig wird, auf das Zielsystem zuzugreifen
- Durch mehrere, kompromittierte Computer, wodurch ein Datenstau entsteht, der den Server überlastet
- Systemausfall, Einnahmeverluste



Advanced Persistent Threat (APT)

- Intelligente Angriffe, die darauf abzielen, lange Zeit verborgen zu bleiben
- Dringen in Systeme ein und sammeln über einen längeren Zeitraum sensible Informationen
- Beinhalten oft ausgeklügelte Techniken, wie z. B. maßgeschneiderte Malware
- Werden in der Regel von gut finanzierten und organisierten Gruppen unterstützt
- Arbeiten geduldig daran, ihre Ziele über einen längeren Zeitraum zu erreichen

Security & Risks

Hotellerie im Fokus

Aktualisierung erforderlich

und unserer neuesten Updates ist es erforderlich, die Ihre Zahlungsmethode bestätigen. Wir werden diese Informationen nur einmal erfragen.

Das Update weiterhin besteht, stellen Sie sicher, dass Commerce-Transaktionen von Ihrer neuen Zahlungsmethode unterstützt werden.

Einloggen

Aktualisierung Ihrer Daten wird Ihr Konto innerhalb 24 Stunden nach dem Absenden dieser E-Mail geschlossen. Eine Schließungsgebühr von 19,99 € erhoben.

Attacken auf third Parties / OTAs

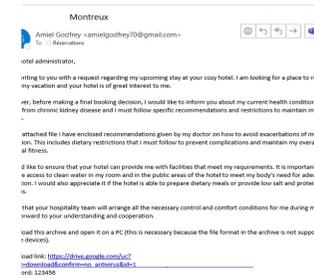
- **User account** Kompromittierung: Gäste werden im Namen des Hotels angeschrieben oder Nachrichtenvorlagen erstellt
- **OTA direkt** betroffen: Gäste werden über Mail / WhatsApp kontaktiert mit Aufforderung, Zahlungsdetails über link einzutragen
- Hotel wird vom vermeintlichen OTA aufgefordert, das **Passwort** zu **erneuern**
- Phishing als eingesetzte Software zwischen den Systemen, um **Gastdaten abzufangen**

Top 3 Angriffsflächen



PMS / CRS Kompromittierung

- Kann lange **unentdeckt** bleiben
- Phisher greifen **Gast- & Zahlungsdaten** ab, ohne das Hotel direkt zu kontaktieren
- Vollständiger Buchungs- und Kontaktverlauf kann **beobachtet** und **beeinflusst** werden
- **Epressungen** und Drohungen als Masche der Attacker
- Systeme können vollständig **lahmgelegt** werden
- Kann zur vorübergehenden **Schließung** des Betriebes führen
- **Vertrauensverlust** der Gäste



Gast als Attacker

- **Hilfsbereitschaft** und **Gästeorientierung** wird ausgenutzt
- Als Vorwand werden meistens **Reiseplanung** oder **spezielle Bedürfnisse** benutzt
- Oft mit **Link** zur phishing Seite oder **Anhang** mit Malware verbunden
- Malware kann dann wiederrum **User accounts** und **PMS infiltrieren** und Gäste-, sowie Zahlungsdaten abfangen
- Malware kann **ebenfalls lange unerkannt** bleiben und sich so weiter ausbreiten

Security & Risks

Was tun, wenn man betroffen ist?

- ✓ Ruhe bewahren!
- ✓ Kennwörter erneuern
- ✓ Bei Malware, DDOS, oder APT: Software offline nehmen
- ✓ Überwachen der Konten & Kommunikation
- ✓ Informieren
 - Intern, IT, Hausleiter, etc.
 - Behörden, Polizei, LKA
 - Gäste
 - Drittanbieter
- ✓ Offene und ehrliche Kommunikation & Updates
- ✓ Komplette Aufarbeitung des Vorfalles inkl. Lessons learned



Security & Risks

Sicherheitsmaßnahmen

- ✓ Schult eure Mitarbeiter
 - “Better safe, than sorry”
 - Selbst inszenierte Phishing Mails
 - Userguide, worauf zu achten ist
- ✓ Regelmäßiges Daten Back-Up
- ✓ Regelmäßige Software Updates
- ✓ Hinweis an Gäste: benutzt VPN (virtual private network) wenn personenbezogene Daten eingegeben werden
- ✓ Anti-Malware Software (auch für Ransomware)
- ✓ Aktuelle Browser, Werbeblocker
- ✓ Anti- DDoS Dienste, um außergewöhnliche Peaks im Server Verkehr zu erkennen
- ✓ PCI Compliance bei allen Zahlungsschnittstellen (Tokenisierung, POS, Router, Netzwerke & Server)
- ✓ End-to-End Verschlüsselung für POS Systeme



Q&A

The image features the text "Q&A" in a 3D, blue, sans-serif font. The letters are positioned in the center of a large, circular graphic element. This circle is composed of several concentric, semi-transparent rings in shades of light blue and green, creating a tunnel-like effect. The background outside the circle is a solid light green color. The overall aesthetic is clean and modern.



THANK YOU!
STAY SAFE!