

ESV ERICH
SCHMIDT
VERLAG

IHA Praxiswissen Hotellerie

Band 3

IT-Recht und Datenschutz im Hotel

Grundlagen der Digitalisierung
und Datensicherheit

Herausgegeben von

von Dr. Astrid Auer-Reinsdorff

Mit Beiträgen von

Dr. Astrid Auer-Reinsdorff und Anna Cardillo

ERICH SCHMIDT VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter

ESV.info/978-3-503-20004-7

Gedrucktes Werk: ISBN 978-3-503-20004-7

eBook: ISBN 978-3-503-20005-4

ISSN 2190-6874

Alle Rechte vorbehalten

© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2021

www.ESV.info

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der Deutschen Bibliothek und der Gesellschaft für das Buch bezüglich der Alterungsbeständigkeit und entspricht sowohl den strengen Bestimmungen der US Norm Ansi/Niso Z 39.48-1992 als auch der ISO-Norm 9706.

Satz: L101 Mediengestaltung, Fürstenwalde

Druck: Difo-Druck, Untersiemau

Geleitwort

Auch wenn derzeit die Corona-Pandemie nahezu alle Bereiche des Hotelalltags überschattet, gilt es gerade jetzt, die richtigen Weichen für die Zukunft zu stellen. Eine große Herausforderung für die Hotellerie liegt in der Einbindung neuer Technologien in die vorhandene Infrastruktur und deren flexible Austauschbarkeit. Hotels sind mehr denn je gefordert, ihre Geschäftsmodelle anzupassen, Prozesse zu erneuern, IT-Architekturen zu flexibilisieren sowie die digitalen Kommunikationswege konsequent auszubauen. Der Handlungs- und Unterstützungsbedarf auf dem Weg in die Digitalisierung ist dabei für die Hotelbetriebe sehr unterschiedlich und individuell.

Das Thema Digitalisierung hat durch die Pandemie einen höheren Stellenwert in der Branche erhalten und führt zur unbedingten Anforderung, digitale Angebote entlang der Customer Journey kontinuierlich auszubauen. Es fehlt aber häufig an Basiswissen und Transparenz zu IT-Technologien, Datenschutz- und Datensicherheit sowie den rechtlichen Grundlagen.

Hier setzt unser IHA-Praxiswissen Hotellerie „Das digitale Hotel“ an und versucht Klarheit zu schaffen. Von Apps, Auftragsverarbeitung, Booking Engine, Cloud-Service, digitaler Meldeschein, DSGVO, Hardware- und Softwarebeschaffung, Social Media Marketing, Websiteagenturverträge bis typische Sicherheitsrisiken, werden alle hergebrachten Prozesse dargestellt und aufgearbeitet.

Wir freuen uns daher sehr, gemeinsam mit dem Erich Schmidt Verlag in der Buchreihe IHA-Praxiswissen Hotellerie unsere dritte Publikation mit dem Titel „Das digitale Hotel“ zu veröffentlichen. Das Buch gibt eine einfache und schnelle Übersicht unter anderem über die aktuellen Rechtsfragen rund um die Digitalisierung eines Hotels.

Berlin, im Februar 2021



Otto Lindner
Vorsitzender
Hotelverband Deutschland (IHA)

Vorwort

Bei der Beratung von Hoteliers beim Abschluss von Hotelprojektverträgen, Franchise-, Management- und Kooperationsverträgen gleichermaßen wie bei der Prüfung von Hardware- und Softwarebeschaffungsverträgen fiel mir zuweilen ein gewisses Unbehagen bei den Entscheidungsträgern auf, mit den komplexen rechtlichen und technischen Gegebenheiten umgehen zu müssen. Mit dem Wirksamwerden der Datenschutzgrundverordnung im Mai 2018 wird den IT-technischen und -rechtlichen Themen zwar in der Branche eine größere Aufmerksamkeit geschenkt, aber die Unsicherheiten und Abhängigkeit von IT-Beratern und Lösungsanbietern oder aber einem Franchisegeber sind geblieben. Die Themen werden als Muss und zusätzliche Last empfunden.

In dieser Grundstimmung fällt es manchem schwer, den Mut und die Leichtigkeit zu entwickeln, die Chancen der Digitalisierung zu ergreifen. Hierbei wird leicht übersehen, dass jeder Prozess einer Transformation anfänglich mehr Aufwand bedeutet. Daten und bisherige Abläufe und Gewohnheiten sowie Handgriffe und Abstimmungslücken werden erfasst und in neue Prozesse modelliert. Bis diese wiederum erprobt und Routine sind, gibt es hier und da Fehlerquellen und Missverständnisse. Eine gesunde Fehlerkultur und Aufnehmen von Elementen der New Work Trends unterstützen das Management, auch die Generationsunterschiede sowie die verschiedenen Grade der digitalen Affinität im Mitarbeiterstamm zu überwinden. Den Akteuren fällt es unterschiedlich leicht, sich auf Neues und die mit der Digitalisierung der Arbeitsprozesse einhergehende Transparenz einzulassen.

Gerade die letzten Monate der Corona-Pandemie haben in der Branche viel bewegt und Wege gezeigt, wie Gastfreundlichkeit und Service auch in schwierigen Zeiten von den digitalen Möglichkeiten profitieren. Es gab nur den Weg nach vorn, den Sprung in die Wellen und jeder war mit seiner Kreativität gefragt. Allmählich werden dabei die rechtlichen und insbesondere datenschutzrechtlichen Fragen sowie jene der IT-Sicherheit selbstverständlich mitgedacht. Damit sind wir alle schon mit gut zwei Jahren Erfahrung mit der Datenschutzgrundverordnung weiter da angekommen, wo die Grundsätze *privacy-by-design* und *privacy-by-default* ansetzen. Routinen in der Anwendung und gewisse Anker im Meer der rechtlichen Anforderungen helfen beim Bestehen der Herausforderungen der digitalen Transformation.

Dabei ist für die Hospitality-Branche geradezu typisch, dass viele personenbezogene Daten oft zudem grenzüberschreitend verarbeitet werden. Für einen optimalen Service und das Schaffen von „*feeling at home*“ Momenten werden zudem ganz persönliche Informationen zu Präferenzen, Wünschen, Reiseverhalten und Feedback abgefragt und dokumentiert. Diese Eckdaten sollen zudem möglichst Mitarbeiter- und Betreiberwechsel überdauern sowie in Kooperationsnetzwerken und in Bonusprogrammen mit anderen Hoteliers geteilt werden.

Die digitale Interaktion zwischen Hotelmitarbeitern und Gästen ist mit den tiefgreifenden Auswirkungen der Corona-Pandemie noch wichtiger geworden. Ein Anlass die Digitalisierungsfragen nicht mehr hintenanzustellen und ihnen den Stellenwert in der Hotellerie und dem Gästemanagement zu geben, den die Gäste fordern, ohne aber die Kernleistung im Serviceangebot zu reduzieren.

Bei der Entwicklung eines neuen Hotelprojektes, eines neuen Markenkonzeptes und eines Refresh stehen bislang Furniture, Fixture & Equipment (FF & E) sowie vor Ort Serviceangebote im Fokus. Die IT-Ausstattung, die WLAN-Ausleuchtung, die Steuerung der technischen Anlagen, der Platzbedarf für zugangssichere Server und Patchfelder, sowie die Vernetzung der Abteilungen untereinander wird zuweilen sehr spät im Planungs- und Konzeptionierungsprozess mitgedacht. Kosten, welche durch eine frühzeitige Berücksichtigung der IT-technischen Anforderungen vermieden werden können, sind dann oft nicht eingeplant und das Projekt eröffnet bereits mit dem der IT-Technik zuweilen anhaftenden Makel der Kostenexplosion. Da IT-Sicherheit und damit der zu priorisierende Schutz der Privatsphäre der Gäste neben den technischen Komponenten auch organisatorische Anforderungen mit sich bringt, kann eine optimale innenarchitektonische Planung wie zum Beispiel die Anordnung der Rezeption und der Work Places in der Lobby es erleichtern, Diskretions- und Privatsphäre zu schaffen.

Digitale Pioniere befassen sich mit Skaleneffekten und den veränderten Gästenachfragen mit den omnipotenten Smart-Handhelds und den selbstverständlichen Anforderungen von Digital Natives. Hier stehen dann Richtungsentscheidungen an, zwischen was bietet das Hotel bzw. die Hotelgruppe selbst an und wo soll auf Dienstleister oder Plattformangebote zurückgegriffen werden.

Hierbei stehen oftmals Gadgets für die Gäste als automatisierte Serviceeinrichtungen im Vordergrund wie z. B. der Check-in-Roboter

oder der Verkaufsautomat als Ersatz für Minibar und Barverkauf. Der Kostendruck und die Ressourcenknappheit im Personalbereich soll durch Verlagerung von Serviceschritten auf die Gäste gelöst werden. Dies stößt auf unterschiedliche Akzeptanz je nach Gästesegmenten und je nach Ausgleich in anderen Servicebereichen oder Zusatzleistungen. Gängig sind inzwischen digital gesteuertes Upselling wie auch Pre-Stay und das Verlagern der Abfrage der Kundenzufriedenheit von der Rezeption in das digitale Nachfassen. Dabei ist nicht jedes Tool für jedes Hotel und jede Zielgruppe geeignet, weshalb die meisten Anbieter den probeweisen Einsatz anbieten. So kann Geeignetes integriert und Flops im Hinblick auf die konkreten Anforderungen und Gegebenheiten aussortiert werden.

Nur wenige betrachten die IT als Basis jeden Gästeumsatzes. Die Buchung erfolgt über die Online-Plattformen, die eigene Website oder elektronisch über die Reiseagenturen und Reisestellen der Großkunden. Digitale Schaufenster bieten die Hotelwebsite, die Plattformeinträge und -bewertungen genauso wie die Profile in den Sozialen Medien. Die Qualität, vor allem die Nutzerfreundlichkeit (Usability) und Auffindbarkeit (Accessibility) dieser direkten Buchungskontakte entscheiden oftmals über die konkrete Buchung und den erneuten Aufenthalt. Die unkomplizierte Bedienung und Flexibilität der Booking Engine im Back-Office zur Aktualisierung durch die Mitarbeiter von Angeboten und Raten entscheidet über den Preis und die optimale Belegung im Verhältnis zu Personal- und Kostenansatz.

Gerade die Aspekte der Verringerung von Back-Office-Aufwand, verbesserter Kostenkontrolle und Zeitgewinn für den Service am Gast bleiben zuweilen außer Betracht. Jeder Euro, welcher im Back-Office, im Einkauf und bei der Bereitstellung der Kernleistungen Beherbergung und Verpflegung, am Gebäude, der Reinigung, den Unterhaltskosten und Effizienzsteigerung der Schnittstellen zwischen den verschiedenen Abteilungen und Akteuren eingespart wird, zahlt direkt auf das Ergebnis und den gästeorientierten Einsatz der Ressourcen ein. Hierbei kann optimierter Einsatz der IT zur Steuerung der Prozesse im Hintergrund beitragen. In diesen Bereichen interne Projekte allein oder mit externer Unterstützung aufzusetzen, lohnt sich, auch wenn dazu scheinbar nie Zeit bleibt. Allein schon der Wegfall von Zettelwirtschaft und Standardinformationen in den Morning Meetings verringern Reibungsverluste und geben Raum für das Wesentliche – den kollegialen Austausch und den Service am und mit den Gästen.

Entsprechend untergeordnet erscheint der heute betriebene Aufwand in die Auswahl und Optimierung von IT-Hardware-Komponenten, von passenden Softwarelösungen und der Zusammenarbeit mit IT-Servicedienstleistern und unter den Abteilungen durch Herstellung von EDV-Schnittstellen.

Fakt ist heute aber, dass kein Gast überhaupt ein Zimmer betritt, ohne dass nicht die verschiedenen IT-Lösungen schon im Einsatz gewesen wären. Umso wichtiger ist es, die Grundbegriffe und Herausforderungen zu kennen und hinterfragen zu können. Dies gilt unabhängig davon, ob das eigene Haus einem Franchise- oder Managementsystem angeschlossen, eigenständig als Gruppe am Markt ist oder als Full-Service-Konzept von einem Branchendienstleister betreut wird.

Zum Grundverständnis gehören die verschiedenen Vertragstypen zur IT-Beschaffung, Datenschutz- und IT-Sicherheitsbedingungen, das Verständnis der Werthaltigkeit von Daten, der Dos und Don'ts der digitalen Präsenz gleichermaßen sowie eine Begeisterungsfähigkeit für die zuweilen disruptiven Auswirkungen der Digitalisierung auch in der Führung durch Transparenz und agile Arbeitsansätze.

Fremde Dienstleister lösen die Themen der Digitalisierungsstrategie ebenso wenig alleine wie die Haustechnik oder die Auszubildenden. Der hiermit verbundene Veränderungsprozess wird zunächst einmal alle fordern, alle Routinen und hergebrachten Prozesse in Frage stellen und bedingt den Mut zum Abschaffen von hergebrachten Routinen und zum Schaffen von Transparenz, der klaren Zuweisung von Aufgaben sowie eine wiederkehrende Überprüfung der erreichten (Zwischen-)Ziele und ggf. erforderlichen Anpassungen der Strategie und Vorgehensmodelle. Ein Start in die digitale Gastlichkeit vereint die Kernkompetenz der Hotellerie mit den Möglichkeiten der Technik und bedarf der Fähigkeit, flexibel auf Veränderungen zu reagieren.

Berlin, im Februar 2021

Dr. Astrid Auer-Reinsdorff

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	5
Vorwort	7
1 IT-Ausstattung: Hardware, Software, Website, Apps und Cloud	17
1.1 Hardware-Beschaffung	20
1.1.1 Hardware-Kaufvertrag	20
1.1.2 Hardware-Mietvertrag und Leasing	30
1.1.3 IT-Systemlieferung und Service statt Komponenten- Beschaffung	35
1.2 Software-Beschaffung	37
1.2.1 Software-Kaufvertrag	38
1.2.2 Software-Mietvertrag	42
1.2.3 Individuelle Lösungen	43
1.3 IT-Projektmanagement	46
1.4 IT-Service-Vertrag/IT-Systembetreuung	50
1.5 ASP, Cloud-Services und Managed IT-Services	57
1.5.1 Application Service Providing	57
1.5.2 Cloud	58
1.6 Website, Domain und Social Media Accounts	64
1.6.1 Domain- und Website-Hosting	64
1.6.2 Websiteagenturvertrag	67
1.6.3 Booking Engine, Channel-Manager, Rate-Manager	81
1.6.4 Social Media Marketing	82
1.6.5 Content Management	86
1.7 Apps und Tools	97
1.7.1 In-House Apps	98
1.7.2 App-Tools und White-Label Apps im Gästemanagement ...	100
1.7.3 App-Erstellung	104
2 Informationssicherheit	109
2.1 Interview mit dem Sicherheitsexperten Michael Wieser über typische Gefährdungsszenarien der Datensicherheit in Hotels	121
2.2 Typische Sicherheitsrisiken	126
2.2.1 Bedrohung von außen: Hackertools	131
2.2.2 Bedrohung von außen: Hackertricks	135

2.2.3	Weitere Bedrohungen von außen: Externe Dienstleister . . .	137
2.2.4	Auftragsverarbeitungsvertrag (AVV)	137
2.2.5	Gefährdung von Innen: die Geschäftsführung	142
2.2.6	Weitere Gefährdung von Innen: der Mitarbeiter	143
2.3	Vorbereitung auf den Ernstfall	146
2.4	Implementierung eines Datenschutz- und Informations- sicherheitsmanagementsystems	153
2.5	Erfolgsfaktor Mensch auch bei IT-Sicherheit und Datenschutz	159
3	Update Datenschutz: Neues und Erfahrungen nach Einführung der DSGVO	163
3.1	Findet die DSGVO auf die App Anwendung?	166
3.2	Wer ist Verantwortlicher?	167
3.3	Was hat der Verantwortliche datenschutzrechtlich zu beachten? . .	172
3.4	Welche Daten dürfen auf welcher Rechtsgrundlage verarbeitet werden?	173
3.4.1	Typische Datenkategorien bei der Verarbeitung in einer Hotel-App	175
3.4.2	Erstellen eines Nutzerkontos (Registrierung) und Anmeldung	176
3.4.3	Nutzen der App	180
3.4.4	Datenübermittlung in Drittländer	181
3.5	Ist die App nach den Grundsätzen privacy-by-design und privacy-by-default aufgebaut?	188
3.6	Was gehört in den Datenschutzhinweis der App?	189
3.7	Wo werden die Daten von wem verarbeitet und mit welchen Sicherheitsgarantien?	192
3.8	Werden von der App oder im Rahmen der Marketing-Maßnahmen Cookies eingesetzt und wie wird dies datenschutzkonform umgesetzt?	192
	Autorinnenverzeichnis	197
	Literatur- und Quellenverzeichnis	199
	Stichwortverzeichnis	207

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abb. 1	IT-Systems im Hotel	19
Abb. 2	Leasing-Dreiecksmodell	34
Abb. 3	Scrum: Projektverlauf	49
Abb. 4	Outsourcing-Potentiale beim Gebäudemanagement	52
Abb. 5	Internet als wichtigste Informationsquelle	69
Abb. 6	Customer Journey App	103
Abb. 7	Checkliste Artikel 32 DSGVO	113
Abb. 8	Mittelständler werden am häufigsten angegriffen	127
Abb. 9	Gestohlene digitale Daten	129
Abb. 10	ENISA Threat Landscape	130
Abb. 11	Hacker nutzen bekannte oder selbstentdeckte Schwachstellen ...	131
Abb. 12	Drei von zehn Angriffen stammen von Hobby-Hackern	136
Abb. 13	Die größten Risiken für mittelständische Unternehmen	142
Abb. 14	Sicherheitsrisiko Mitarbeiter	144
Abb. 15	Aufmerksame Mitarbeiter sind der beste Schutz	147
Abb. 16	Verhalten bei IT-Notfällen	150
Abb. 17	Aufklärung der Vorfälle	152
Abb. 18	Prüfschema Drittstaatentransfers	187
Abb. 19	Cookie-Banner mit unzulässiger Voreinstellung	193
Abb. 20	Unzulässiger Cookie-Banner ohne Opt-in	193
Abb. 21	Cookie-Banner ohne echtes Wahlrecht	195
Tab. 1	Unterschied zwischen Kauf- und Werkvertrag bei der Hardware- Beschaffung	37
Tab. 2	Unterschied zwischen Kauf-, Werk- und Dienstvertrag in IT-Projekten	45
Tab. 3	Entscheidungsmatrix Cloud vs. on-premises	63
Tab. 4	Besondere Erwägungen bei der Bestimmung der Hauptparameter	74