



GLORY

Bargeld- management in der Tourismus- und Freizeitbranche optimieren

SOLUTION BRIEF (DE)

„Wie in vielen anderen Branchen kommt der Digitalisierung in der Freizeit- und Tourismuswirtschaft eine immer wichtigere Rolle zu.

Die deutsche Tourismus- und Freizeitbranche ist ein wichtiger Wirtschaftszweig. Im Jahr 2022 verzeichneten die deutschen Beherbergungsbetriebe 450,8 Millionen Übernachtungen in- und ausländischer Gäste. Das ist laut Statistischem Bundesamt eine Steigerung um +45,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, aber 9,1 Prozent weniger als vor der Pandemie.¹ Die Zahl der Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland war sogar mehr als doppelt so hoch wie 2021. Auch für Freizeit, Unterhaltung und Kultur geben die Deutschen viel aus: 2022 waren es über 196 Milliarden Euro.²



Wie in vielen anderen Branchen kommt der Digitalisierung in der Freizeit- und Tourismuswirtschaft eine immer wichtigere Rolle zu. Denn eine durchdachte Digitalstrategie hilft den Unternehmen dabei, interne Prozesse effizienter zu gestalten und agiler zu werden.

Für Unternehmen der Tourismus- und Freizeitbranche ist es wichtiger denn je, jetzt eine durchdachte Digitalstrategie umzusetzen. Die freigesetzte Zeit der Mitarbeitenden kann in neue personalisierte Angebote, individuellen Gästeservice und eine optimale Customer Journey investiert werden. Bei der Umsetzung gilt es, die Optimierung des Bargeldmanagements nicht zu vergessen. Denn dadurch sparen die Unternehmen Zeit und Geld, das sie in neue innovative Gästeservices investieren können.

DIGITALISIERUNG AUSBAUFÄHIG

„In den zahlreichen Tourismus-, Kultur- und Freizeitbetrieben in Deutschland gibt es eine Vielzahl an Cash Touchpoints. Ob Restaurant, Hotel, Ticketschalter, Museums-Shop oder Freizeitpark: Es gilt, diese Kontaktpunkte im Rahmen der Digitalisierung direkt mit einzubeziehen.“

Innerhalb der deutschen Wirtschaft ist der Tourismus- und Freizeitsektor eindeutig ein Wachstumssektor. Er sichert und schafft Arbeitsplätze und sorgt für umfangreiche zusätzliche Investitionen. Für Freizeit, Unterhaltung und Kultur wurden 2021 im Schnitt 262 Euro im Monat ausgegeben. Das bedeutet einen Anteil von rund 10 Prozent an den gesamten monatlichen Konsumausgaben der deutschen Haushalte.³ Die Tourismuswirtschaft sichert und schafft 2,9 Millionen Arbeitsplätze in Deutschland, dies entspricht 7 Prozent aller Arbeitsplätze.⁴

Vielfältiges Freizeitangebot erfreut sich großer Beliebtheit
Das Freizeit- und Kulturangebot in Deutschland ist äußerst vielfältig und gefragt. Besonders beliebt sind bei den Besuchenden Freizeitparks, Zoos und Kinos. So gab es 2021 in der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren rund 2,79 Millionen Personen, die dreimal oder häufiger pro Jahr in Freizeitparks oder Tierparks gingen.⁵ 2021 besuchten 1,14 Millionen Personen der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre mehrmals pro Monat das Kino.⁶ Auch der Besuch eines der über 7.000 Museen in Deutschland zählt für viele Deutsche zum monatlichen Kulturprogramm. Vor allem die historischen und archäologischen Museen sind dabei sehr beliebt.

Gäste lieben digitale Angebote

2022 ist Reisen so digital wie noch nie. Das zeigt eine repräsentative Umfrage des Digitalverbands Bitkom unter 1.005 Personen in Deutschland ab 16 Jahren. Und die Gäste bevorzugen ganz klar digitale Angebote. So lösen Online-Buchungen den Gang ins Reisebüro ab und Sharing-Plattformen für Privatunterkünfte versprechen authentische Erlebnisse am Urlaubsort. Auch Fotos in sozialen Netzwerken inspirieren bei der Suche nach neuen Destinationen.⁷ Für Unternehmen der Tourismusbranche bedeutet das, dass sie mit einer durchdachten Strategie die diversen digitalen Kanäle bespielen müssen. Dazu gehört es auch, regelmäßig neuen Content zu erstellen und Anfragen potenzieller Gäste zeitnah zu beantworten. Doch hier mangelt es bisher noch oft an

personellen und finanziellen Ressourcen. Diese können unter anderem durch die Optimierung des Bargeldmanagements freigesetzt werden.

Bargeldverarbeitung in die Digitalstrategie einbeziehen

In den zahlreichen Tourismus-, Kultur- und Freizeitbetrieben in Deutschland gibt es eine Vielzahl an Cash Touchpoints. Ob Restaurant, Hotel, Ticketschalter, Museums-Shop oder Freizeitpark: Es gilt, diese Kontaktpunkte im Rahmen der Digitalisierung direkt mit einzubeziehen. Vor allem Bargeld spielt für die Deutschen nach wie vor eine wichtige Rolle. Die Zahlungsmittelumfrage der Bundesbank ergab, dass 58 Prozent der alltäglichen Zahlungsvorgänge bar getätigt wurde. Bargeld bleibt damit ein wichtiger Bestandteil des Zahlungsmittelportfolios. Für das Bezahlen von Freizeitaktivitäten nutzen 36 Prozent vorrangig Scheine und Münzen und für die große Mehrheit der befragten Personen ist das Bargeld auch zukünftig nicht wegzudenken: 69 Prozent sehen die Möglichkeit bar zu zahlen als sehr wichtig oder ziemlich wichtig an.⁸

Sicheres Cash Management ermöglichen

An den zahlreichen Cash Touchpoints spielt die manuelle Bargeldverarbeitung somit eine wesentliche Rolle. Doch sie ist zeitaufwendig und bindet wertvolle Ressourcen beim Personal, welche die Unternehmen der Freizeit- und Tourismusbranche für neue Leistungen im Gästeservice nutzen können. Gerade in Hotels ist der Zeitaufwand nicht zu unterschätzen. Hier beträgt die Bargeldverarbeitung im Frontoffice im Schnitt bis zu 30 Minuten pro Arbeitskraft und Tag. In der Finanzabteilung befasst sich das Personal zusätzlich fast drei Stunden pro Tag mit bargeldbezogenen Aufgaben.⁹ Darüber hinaus können gerade bei Schichtwechsel oder beim Tagesabschluss viele Fehler bei der Abrechnung passieren. So beläuft sich die Differenz, die nur durch internen Schwund entsteht, durchschnittlich auf ein Prozent des Jahresumsatzes.¹⁰ Ein automatisiertes Bargeldmanagement unterstützt hier, die Abläufe im Rahmen der Digitalisierung wesentlich zu vereinfachen und zu optimieren.

DIGITALISIERUNG KONSEQUENT VORANTREIBEN

Die Digitalisierung ist bei den Unternehmen der deutschen Tourismus- und Freizeitbranche und vor allem bei ihren Gästen angekommen. Doch gerade die Tourismusbetriebe handeln bisher oftmals ohne eine wirklich durchdachte Strategie. Deshalb gilt es jetzt, die Digitalisierung konsequent weiter voranzutreiben.

Digital präsent sein

Das Internet gehört heute zu den wichtigsten Informationsquellen bei der Vorbereitung einer Unternehmung. Die Bitkom-Studie ergab, dass sich bereits 70 Prozent der Befragten vor einer Reise Online informieren.¹¹ Über die Hälfte (53 Prozent) buchen die Reise dann auch im Internet. Für Tourismusbetriebe ist es daher wichtiger denn je, digital präsent und für eine breite Öffentlichkeit gut auffindbar zu sein. Hierzu zählt nicht nur eine eigene professionelle Website, sondern auch die Auffindbarkeit in allen wichtigen Onlineportalen. Durch zusätzliche digitale Angebote wie Apps können Tourismusregionen ihren Gästen weitere attraktive Angebote wie Strandkorb-buchung online und via Smartphone offerieren.¹² Und auch Freizeitparks, Museen und Zoos müssen ihre Gäste im Rahmen der Customer Journey zunehmend bereits im Vorfeld digital ansprechen.

Die Bedeutung sozialer Netze nicht unterschätzen

In einer Umfrage der BTE Tourismus- und Regionalberatung und des Deutschen Tourismusverband unter mehr als 300 Tourismusorganisationen gehen 84 Prozent der Befragten davon aus, dass die Digitalisierung nach der Pandemie an Bedeutung gewonnen hat. Etwa zwei Drittel haben in den letzten Jahren digitale Maßnahmen eingeführt/umgesetzt, um ihr Angebot stärker zu bewerben.¹³ Gerade soziale Netze sind heute eine wichtige Informationsquelle für potenzielle Gäste und Besucher.

So zeigt die Bitkom-Studie, dass das Smartphone auf Reisen ein ständiger Begleiter ist und 56 Prozent der Befragten ihre Reiseerlebnisse in sozialen Medien oder via Blog teilen. 60 Prozent haben sogar im Urlaub schon einmal extra ein

Ausflugziel ausgesucht, nur um dort ein besonderes Foto zu schießen und es auf Social Media zu teilen.

Gäste werden zu Botschafter:innen

Im Rahmen der Digitalisierung müssen Freizeit- und Tourismusunternehmen also der Customer Journey & Experience deutlich mehr Aufmerksamkeit widmen. Denn die Kundschaft steht immer mehr im Fokus und zwar nicht erst ab seiner Anreise. Vielmehr müssen die Betriebe ihre Gäste und Besucher:innen von der Information bei der Planung über die Buchung bis zum eigentlichen Erleben des Aufenthalts begleiten. Es geht darum, das gesamte Erlebnis des Gastes so angenehm wie möglich zu gestalten. Und es wird immer wichtiger, positive Erfahrungen zu schaffen und so die emotionale Bindung zwischen Gast und Anbieter zu stärken. Dadurch werden aus zufriedenen Gästen loyale Gäste. Und loyale Gäste können auf den diversen digitalen Plattformen und in den Sozialen Medien zu begeisterten Botschaftern für die Anbieter werden. Das trifft für das Hotel ebenso zu wie für das Museum, den Freizeitpark oder eine andere Einrichtung.

„Ein Bereich, der bei der Entwicklung einer Digitalstrategie gerne vernachlässigt wird, aber großes Optimierungspotenzial bietet, ist die Bargeldverarbeitung.“

Bargeldmanagement optimieren

Ein Bereich, der bei der Entwicklung einer Digitalstrategie gerne vernachlässigt wird, aber großes Optimierungspotenzial bietet, ist die Bargeldverarbeitung. Freizeit- und Tourismusbetriebe sollten das Cash Management an den vielen unterschiedlichen Cash Touchpoints daher vereinfachen, optimieren und sicherer gestalten. Denn bisher ist es meist noch sehr zeitaufwendig und fehleranfällig – und lässt so unnötige



Kosten entstehen. Eine intelligente Bargeldverarbeitung mit Lösungen von GLORY unterstützt Unternehmen bei dieser Optimierung. So können sie ihr Bargeldmanagement verbessern, ihre Kosten senken und wichtige Ressourcen beim Personal freisetzen.

Zudem bieten moderne Bargeldmanagementlösungen direkt an den Kontaktpunkten Vorteile für Gäste und für Freizeit- und Tourismusbetriebe: Für die Gäste fungieren sie als bequeme, intuitiv bedienbare Einzahlungslösungen, die Wechselgeld passend herausgeben. Den Freizeit- und Tourismusbetrieben ermöglichen die Cash-Management-Systeme eine erhöhte Sicherheit beim Bargeldhandling. Sammelkassetten für den sicheren Transport, aber auch weniger frei zugängliches Bargeld reduzieren das Risiko von Diebstahl oder Bargeldverlusten.

Optimierung der Bargeldverarbeitung in vier einfachen Schritten

GLORY ist Experte für modernes Bargeldmanagement. Das Unternehmen hat mit der CASHINFINITY™-Reihe ein Produktportfolio entwickelt, das speziell auf die Herausforderungen in der Freizeit- und Tourismusbranche ausgerichtet ist. Die Optimierung des Bargeldmanagements lässt sich mit CASHINFINITY in vier einfachen Schritten umsetzen.

1. Bargeldverarbeitung automatisieren

Die modernen, erweiterbaren Cash-Management-Lösungen von GLORY automatisieren das Handling des Bargelds direkt am Cash Point. Das System bietet dabei ein völlig sicheres und geschlossenes Bargeldmanagement – unabhängig davon ob nur ein Gerät im Einsatz ist oder mehrere Cash Touchpoints verwaltet werden müssen. Das erlaubt eine einfache, sichere und zentrale Kontrolle aller eingebundenen Kassen und Ticketschalter.

2. Cash Management sicher gestalten

Auf Wunsch kann CASHINFINITY als komplett geschlossene Lösung eingesetzt werden. Das macht die manuelle Bargeld-

verarbeitung im Frontoffice überflüssig. Die Geräte nehmen Münzen und Banknoten an, geben Wechselgeld passend heraus und verwahren das Bargeld gut geschützt vor unbefugtem Zugriff. Das Cash-Recycling-System führt außerdem automatisch eine Überprüfung des eingegebenen Bargelds durch – ungültige Banknoten und Münzen werden dadurch direkt zurückgewiesen. Darüber hinaus wird das eingezahlte Bargeld sicher in einem integrierten Tresor abgelegt und wertgestellt.

3. Bargeldabwicklung im Frontoffice effizienter gestalten

Gerade im Frontoffice, also an der Rezeption, den Kassen oder Ticketschaltern tragen die modernen Cash-Management-Lösungen zu mehr Effizienz bei. Denn sie ermöglichen es durch die automatisierte Bargeldabwicklung, lange Warteschlangen in hochfrequentierten Einrichtungen oder an sehr beliebten Reisezielen zu vermeiden. Die Cash Recycler können auch Fremdwährungen von ausländischen Reisenden einfach verarbeiten und passend wechseln oder auch als Geldautomat fungieren.

4. Backoffice optimieren

Unter Verwendung von speziellen Transferkassetten wird das Bargeld aus dem Recycling-System in das abgesicherte Backoffice-System überführt. Dort erfolgt eine erneute Überprüfung der Banknoten und Münzen aus den diversen Cash Points durch integrierte, hochleistungsfähige Scanner. Das schützt vor Falschgeld und minimiert gleichzeitig die Gefahr von Fehlern beim Zählen oder Kassendifferenzen durch Diebstahl. So wird der Bargeldbestand automatisiert auf die Einzahlung bei der Bank oder auf eine Wiederverwendung am POS vorbereitet. Damit können Banknoten und Münzen automatisch recycelt werden, sodass weniger Bargeldtransporte erforderlich sind. Diese automatisierte Bargeldbearbeitung setzt Ressourcen der Mitarbeitenden frei, die dann für neue Aufgaben, beispielsweise im Besucher- und Gästeservice, genutzt werden können.

DIE MODERNEN CASH-MANAGEMENT-LÖSUNGEN VON GLORY IM ÜBERBLICK

GLORY bietet seinen Kund:innen intelligentes Bargeldmanagement aus einer Hand – von innovativen Technologien über Software bis hin zu Beratung und Support. Die folgenden Produkte eignen sich besonders für den Einsatz in Unternehmen der Freizeit- und Tourismusbranche.

CI-10X

Automatisiertes Zählen und Bezahlen

Die kompakte Bargeldrecyclinglösung CI-10X macht nicht nur das manuelle Zählen von Kassenbeständen überflüssig, sondern beschleunigt auch den Bezahlvorgang am Cash-Touchpoint: Fehlerrisiko und Verluste werden reduziert, Personaleffizienz und Gästebetreuung verbessert. Der CI-10X lässt sich problemlos in einen bestehenden Tresen integrieren. Eine ergonomische Benutzerführung mit beleuchteter LED-Steuerung unterstützt die komfortable Bedienung des Gerätes durch Gäste. Für Installationen ohne CI-100X steht eine stapelbare Sammelkassette zur Verfügung.



CI-50B

Kompakter Banknoten-Recycler

Als Teil der CASHINFINITY-Reihe automatisiert der CI-50B die Banknotenverarbeitung von kleineren und mittleren Bargeldmengen am POS. Das kompakte System lässt sich in bestehende Systeme integrieren und minimiert das Fehlerrisiko sowie Verluste. Durch den Einsatz des CI-50B können Einrichtungen im Tourismus-, Freizeit- und Kultursektor ihre Personaleffizienz und ihren Gästeservice optimieren. Zusammen mit der Münzeinheit CI-10CX entsteht eine Gesamtlösung für die Verarbeitung von Banknoten und Münzen.



reddot award 2018
winner industrial design





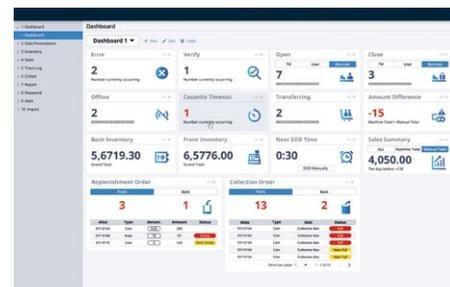
CI-100X Cash Management flexibel, sicher und schnell

Besonders geeignet für Umgebungen mit höherem Bargeldvolumen, verarbeitet der flexible Hochgeschwindigkeits-Bargeldrecycler CI-100X im Backoffice nicht nur die CI-10X Sammelkassetten, sondern auch lose Banknoten aus den Kassenschubladen. Diese einzigartige Funktionalität bietet dem Freizeitbetrieb- oder Transportunternehmen maximale Flexibilität und macht das System erweiterungsfähig. Die direkte Münzausgabe in einen spezifischen Kassenschubladeneinsatz ermöglicht eine schnelle und einfache Vorbereitung des Wechselgelds. Banknoten können über einen Safebag oder eine Sammelkassette entnommen werden.



CI-SERVERX Zentrales Bargeldmanagement und Monitoring in Echtzeit

Mit der webbasierten Cash-Management-Software CI-SERVERX lässt sich der komplette Bargeldkreislauf eines Freizeit- oder Transportbetriebs zentral verwalten: Von Echtzeitinformationen zu Abläufen und Gerätestatus über die Steuerung des Transports von Sammelkassetten bis hin zur Erstellung spezifischer Reports trägt die Software zu mehr Betriebseffizienz, Rentabilität und besserem Kundenservice bei.



Ergebnisse der Prozessverbesserungen durch aktuelle Installationen

KASSIERER	ZEIT	GLORY CI-100	ZEIT
Wechselgeldvorbereitung	10 Minuten	Wechselgeldvorbereitung	3 Minuten
Abrechnung am Tagesende	30 Minuten	Abrechnung am Tagesende	5 Minuten

ZEITGEWINN DES KASSIERERS 30 MINUTEN PRO KASSIERER/TAG

FINANZLEITER	ZEIT	GLORY CI-100	ZEIT
Bargeldbezogene Aufgaben (Safe-Überprüfung dreimal täglich)	Insgesamt 45 Minuten	Bargeldbezogene Aufgaben (Safe-Überprüfung dreimal täglich)	6 Minuten (2 Minuten zur Ausführung des Prüfungsberichts)
Manuelle Abstimmung am Tagesende	120 Minuten	Automatisierte Abstimmung am Tagesende	5 Minuten

ZEITGEWINN DER FINANZABTEILUNG 155 MINUTEN PRO TAG

- ¹ https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/02/PD20_041_45412.html
- ² <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/6248/umfrage/ausgaben-fuer-freizeit-unterhaltung-und-kultur-seit-1997>
- ³ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/6248/umfrage/ausgaben-fuer-freizeit-unterhaltung-und-kultur-seit-1997>
- ⁴ https://www.bitkom.org/sites/main/files/2022-07/Bitkom-Charts_Digitaler_Tourismus_05.07.2022_0.pdf
- ⁵ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/172089/umfrage/haeufigkeit-freizeitpark-besuchen/>
- ⁶ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171905/umfrage/haeufigkeit-ins-kino-gehen-in-der-freizeit/>
- ⁷ <https://www.driv.de/themen/reisen-in-zahlen/wirtschaftliche-bedeutung.html>
- ⁸ <https://www.bundesbank.de/resource/blob/894078/aebb75f424c02846677ba50b0501ec5e/mL/zahlungsverhalten-in-deutschland-2021-data.pdf>
- ⁹ Basierend auf internen Ergebnissen eines Hotels mit 200 Zimmern und einer täglichen Bargeldeinnahme von 20.000 GBP.
- ¹⁰ vgl. Fußnote 5.
- ¹¹ https://www.bitkom.org/sites/main/files/2022-07/Bitkom-Charts_Digitaler_Tourismus_05.07.2022_0.pdf (S.4)
- ¹² <https://www.wangerland.de/Buchen/Strandkorb-buchen>
- ¹³ https://www.bte-tourismus.de/wp-content/uploads/2021/06/DMO-Digital-Monitor-2021_4.pdf



Glory Global Solutions (Germany) GmbH, Thomas-Edison-Platz 1, 63263 Neu-Isenburg

+49 (0) 6102 8334-0 | info.germany@glory-global.com | [glory-global.com](https://www.glory-global.com)

Glory Global Solutions ist Teil von GLORY LTD. Dieses Dokument dient nur allgemeinen Informationszwecken. Da die beschriebenen Produkte und Dienstleistungen ständig weiterentwickelt werden, sollten Kunden sich unbedingt vergewissern, jeweils die neuesten Daten vorliegen zu haben. Auch wenn bei der Erstellung dieses Dokuments höchste Sorgfalt angelegt wurde, übernehmen weder Glory noch andere in diesem Dokument genannte Unternehmen irgendeine Verantwortung oder Haftung für Verluste oder Schäden, die aus der Verwendung der in diesem Dokument enthaltenen Informationen oder das Vertrauen darauf entstehen. Dieses Dokument ist nicht Bestandteil eines Vertrages oder einer Lizenz, sofern dies nicht ausdrücklich anderweitig vereinbart wurde. Alle Funktionen, Kapazitäten und Durchsatzzahlen sind von der Banknoten-/Münzgröße, Banknoten-/Münzqualität und dem verwendeten Prozess abhängig. GLORY ist ein eingetragenes Warenzeichen von GLORY LTD. in Japan, den Vereinigten Staaten von Amerika und der EU. Dieses Dokument enthält andere eingetragene und nicht eingetragene Warenzeichen, Logos und Dienstleistungsmarken, die sich im Besitz von Glory und sonstigen Dritten befinden. Weder GLORY noch sonstige Dritte gewähren im Rahmen dieses Dokuments irgendwelche Nutzungs- oder Besitzrechte. Alle in diesem Dokument enthaltenen Materialien sind urheberrechtlich geschützt. © Glory Global Solutions (International) Limited 2020.

Stand: Juni 2023