

welcome & stay

MAGAZIN FÜR PROFIS
AUS HOTELLERIE UND GASTRONOMIE
AUSGABE 1 | 2018

Vorausschauen Perspektive genießen

Einfach: sein. Das kann man im vigilius mountain resort, das dem Trend zum „entdigitalisierten Urlaub“ Rechnung trägt – lesen Sie mehr auf Seite 14. Gleichzeitig revolutionieren digitale Anwendungen die gesamte Hotelbranche. Analog oder digital? Das ist hier die Frage ...

Miele

welcome & stay



Liebe Leserinnen und Leser,

checken Sie lieber per Smartphone im Hotel ein? Oder persönlich an der Rezeption? Sie merken: Beim Thema Digitalisierung sind persönliche Vorlieben (und Abneigungen) im Spiel. Während im Privaten das smarte Zuhause in aller Munde ist, beschäftigen sich Hotellerie und Gastronomie mit Check-in per Smartphone, Service-Apps und Bewertungsportalen. Lesen Sie ab Seite 12 über zukünftige Chancen und Irrtümer – und darüber, was Hoteliers und Gastronomen ihren Gästen heute bieten müssen, damit diese morgen auch noch kommen. Dass Trends dabei eine ganz persönliche Richtung nehmen können, zeigen die Brüder Marent mit ihrem jungen Hotel in Tirol ab Seite 4.

Mit dieser Ausgabe möchten wir einen Ausblick auf die viel diskutierte digitale Transformation wagen. Viel ist möglich – aber was macht Sinn? Eins steht fest: Wenn die Komplexität Ihres Berufsalltags mit innovativen Lösungen reduziert werden kann, sind wir einen Schritt in die richtige Richtung gegangen. Ich wünsche Ihnen interessante Erkenntnisse beim Lesen der neuen Ausgabe.

Dr. Axel Kniehl
Geschäftsführung Marketing und Vertrieb



Die Zukunft
kann man am
besten voraussagen,
wenn man sie selbst
gestaltet.

Alan Kay, amerikanischer Informatiker



Impressum

Miele & Cie. KG

Vertriebsgesellschaft Deutschland
Carl-Miele-Str. 29 | 33332 Gütersloh
Postfach | 33325 Gütersloh
Telefon: 05241 89-0
E-Mail: welcome@miele.de
www.miele-professional.de

Projektleitung (V. i. S. d. P.):

Julian Wedeking, Johannes Baxpöhler

Realisation:

gambit marketing & communication
www.gambit-do.de

Druck:

Hermann Bösmann GmbH, Detmold

Fotonachweise:

Titel: © vigilius mountain resort
S. 3 links: © iStockphoto/wavebreadmedia
S. 4-8: Das Marent
S. 7 unten rechts: © iStockphoto/wellphoto
S. 10: © Restaurant Horvát, S. 10 rechts unten: © Julius Gnath
S. 10 Mitte: fotolia/Rawpixel.com
S. 12/13: © fotolia/cristovao31, S. 14/15: © fotolia/rtype
S. 17 unten und links oben: barefoot Hotel
S. 18 rechts oben: © Resysta, © fotolia/neosiam, unten: © Future-shape
S. 19 oben rechts: © gettyimages/Bloomberg / Kontributor
S. 19 unten rechts: © iStockphoto/cnythzl

Auflage:

12.000 Exemplare



Inhalt

04 _ stay special

Das Marent: Zeitgeist trifft Bodenständigkeit

09 _ stay efficient

Die neuen Miele ProfilLine Spülmaschinen

10 _ stay curious

Interview mit Szenekenner Jan-Peter Wulf

12 _ stay open

Analog vs. digital in Hotellerie und Gastronomie

16 _ stay real

Hotelwäsche als Qualitätsbeleg

18 _ stay informed

News und Tipps für gepflegte Gastlichkeit

Zeitgeist trifft Bodenständigkeit

Als „mutig, aber gemütlich“ präsentiert sich Das Marent im Tiroler Fiss. Das junge Haus setzt auf feines Essen und ehrliche Gastfreundschaft. Ein zeitgeistiges und zugleich sehr persönliches Hotelkonzept: Die Besitzer und Gastronomen Alexander und Christian Marent gehen auch mal auf Harley-Tour mit ihren Gästen.



04
05

Fühlen sich nicht nur in der Küche, sondern auch auf ihren Maschinen wohl: Das Brüderpaar Alexander und Christian Marent ist Harley-Davidson-begeistert. Gästen mit der gleichen Leidenschaft verraten sie nicht nur ihre Geheimtipps für Touren – sondern fahren, wenn es die Zeit erlaubt, auch mal mit.

RESTAURANT
TERRASSE
BAR





DAS MARENT

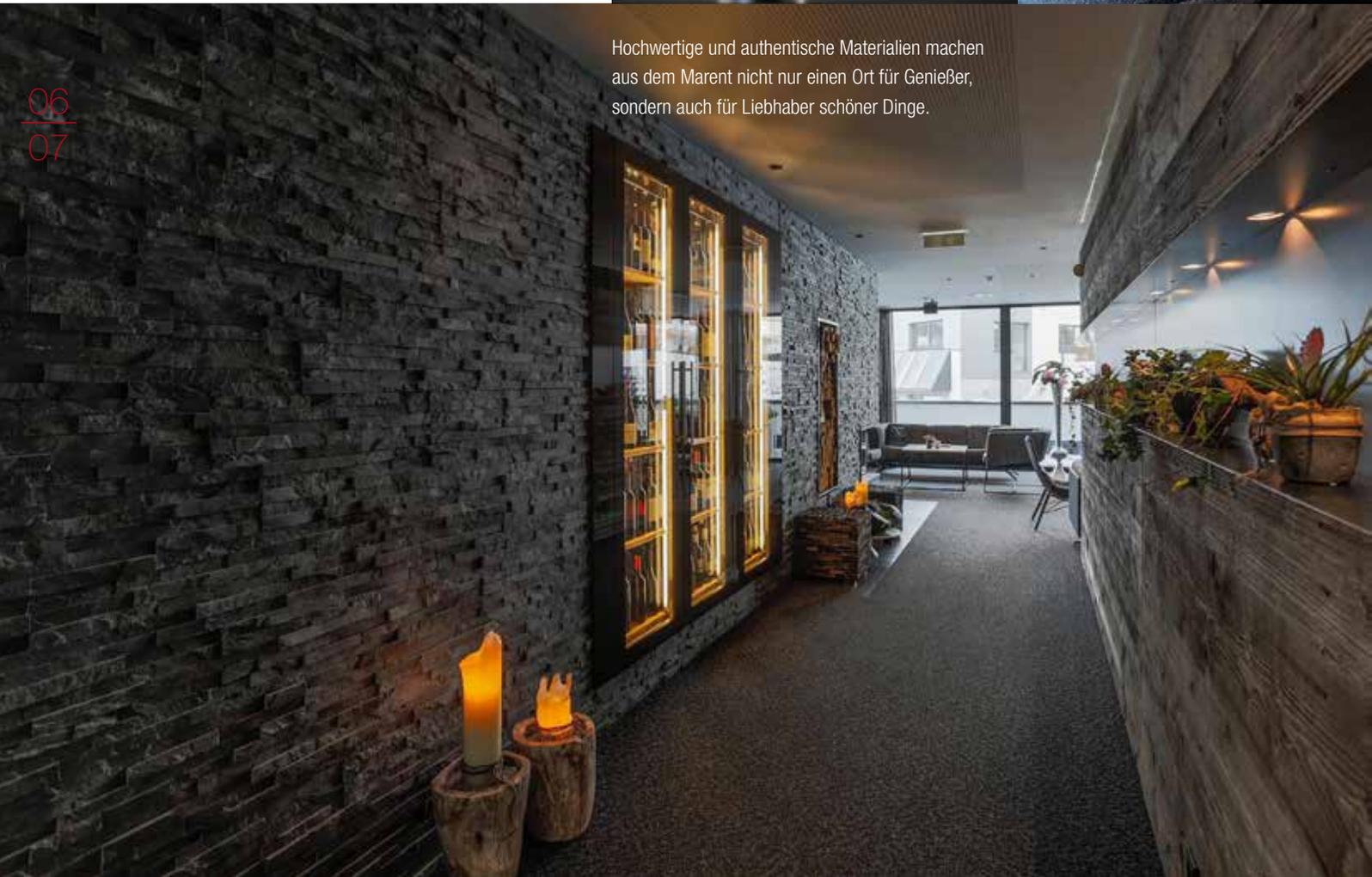
Am Anfang stand die Leidenschaft fürs Kochen: Die Brüder Alexander und Christian Marent arbeiteten in vielen namhaften Hotel- und Restaurantküchen. Den Beginn ihrer Karrieren in erstklassigen internationalen Küchen bestritt zunächst jeder für sich – als kochendes Brüderpaar traten sie schließlich gemeinsam im berühmten Hospiz in St. Christoph am Arlberg auf. Mit Erfolg: Anfang der 2000er-Jahre wählte sie der Gault Millau zum „Newcomer des Jahres“.

Seit Dezember 2014 kochen sie nun in ihrem eigenen Hotel: Das Marent steht für eine erstklassige Küche, mit der die beiden Chefköche ihren Gästen immer wieder neue Geschmackserlebnisse und kulinarische Highlights bieten. Regionales und Ausgefallenes halten sich dabei die Waage, Hochwertigkeit und Frische sind auf diesem Niveau selbstverständlich. Trotz des Gourmet-Anspruchs gibt sich Das Marent nicht elitär, sondern authentisch und leger. Bewusst verzichtet man daher auch auf eine klassische Sterne-Qualifizierung, sondern möchte eigene Maßstäbe in puncto Qualität und Konzept setzen – „starless“ und unabhängig.



06
07

Hochwertige und authentische Materialien machen aus dem Marent nicht nur einen Ort für Genießer, sondern auch für Liebhaber schöner Dinge.





oben: Tiefenentspannung ist auch für Tagesurlauber im Wellness- und Spabereich mit einem Day Spa Package buchbar.
 unten: In der Blackbox verwöhnen die beiden Chefköche ihre Gäste mit ganz besonders ausgefallenen kulinarischen Erlebnissen. Inklusiv ist dabei der (geheime) Blick in die Küche.



Die Blackbox: VIP-Feeling mit Persönlichkeit

Es ist der Zeitgeist, der Wunsch der Gäste nach dem Unverwechselbaren, dem einzigartigen Moment, der die Brüder Marent zu einem ausgefallenen Angebot inspiriert hat – der sogenannten Blackbox. Ab sechs Personen kann für eine geschlossene Gruppe ein privater Raum direkt neben der Gourmet-Küche gebucht werden. Auch hier gelingt den Chefköchen die Verbindung hinein ins Persönliche: Durch eine Glasfront können die Gäste den Kochprofis Alexander und Christian Marent live bei der Arbeit bzw. bei der Zubereitung des exklusiven Wunsch-Menüs zusehen.

Als modern, neu, aber auch verantwortungsvoll definiert sich Das Marent auch über die TESLA-Stromtankstelle. Als TESLA-Partner bietet das Hotel seinen Gästen mehrere Ladestationen für Elektrolimousinen und SUVs, die direkt beim Hotel aufgeladen werden können. Das bedeutet nicht nur Komfort für die Gäste, sondern auch einen Beitrag zum Erhalt einer intakten Alpenregion.





„Die Qualität unserer Wäsche wollten wir selber in der Hand haben. Eine externe Wäscherei kam für uns überhaupt nicht in Frage.“

Die 31 Zimmer sind mit Beige-, Grau- und Schwarztönen elegant und eher zurückhaltend gestaltet. Damit kann der beeindruckende Ausblick durch die Panoramafenster in den Vordergrund rücken: Die Tiroler Alpenlandschaft ist nicht nur sehenswert-entspannend, sondern bietet den Gästen sommers wie winters vielfältige Möglichkeiten.

08
09

Ungezwungen – aber immer erstklassig

Auch wenn Das Marent auf eine Sterne-Klassifizierung verzichtet – dass das Hotel im Luxus-Segment agiert, ist nicht nur an der angebotenen Gourmet-Küche ablesbar. Der hohe Qualitätsanspruch ist auf allen Ebenen erkennbar. Dass man deshalb auch bei der Wäschepflege die Qualität selber in der Hand haben wollte, war deshalb schon lange vor der Eröffnung des Hotels klar und es wurde eine eigene Wäscherei eingeplant. Der Bedarf an Waschmaschinen, Trocknern und Mangeln wurde zusammen mit Miele vorab geplant. Für Miele entschied man sich unter anderem auch deshalb, weil man in Sachen Umwelt seine Verantwortung wahrnehmen möchte – und in dieser Hinsicht mit den besonders energie- und wassersparenden Geräten von Miele Professional bestens aufgestellt ist. Denn mit rund neunzig Gästen pro Tag fällt eine große Menge an Frottierware, Tisch- und Bettwäsche an. Die leicht zu bedienenden elektronischen Dosiersysteme erleichtern den Housekeeping-Mitarbeiterinnen nicht nur die Arbeit spürbar, sondern schonen auch die Ressourcen.



Dass die Wäsche immer top ist, prüft regelmäßig die Hausdame – oder auch mal der Chef selbst. Die Gäste kommen so in den Genuss perfekt gepflegter Wäsche – im Restaurant, auf den Zimmern und in flauschige Bademäntel gehüllt im Spa-Bereich.



Weitere Infos: www.dasmarent.at

stay efficient

Die neuen Miele ProfiLine Spülmaschinen

Effizient mehrfach täglich spülen

Dezentral und ganz nah am Tagungsraum: Die robusten ProfiLine Spülmaschinen sorgen außerhalb der zentralen Küche, beispielsweise in einer Teeküche, mit der kürzesten Programmlaufzeit von 17 Minuten für sauberes Geschirr.

Mit Anschlüssen für Warmwasser und Drehstrom bieten die innovativen Geräte ein maximales Effizienzvolumen – als autonome Lösung im Veranstaltungsbereich. Ein Geschirrtransport durchs Haus ist nicht mehr nötig.

Besonders schonende Reinigung

Dank der flexiblen Korbausstattung und der speziellen Spülprogramme werden Geschirr und Gläser schonend gespült. Ein besonders hoher Bedienkomfort wird unter anderem durch die automatische Dosierung gewährleistet.

Steuerung per App

Mit Hilfe der kostenlosen Miele Apps kann jederzeit und überall mit den Geräten kommuniziert werden. Neben der Steuerung der Maschine lassen sich Füllstände für Reiniger, Klarspüler und Salz anzeigen, es gibt einen direkten Zugang zum Online-Shop und viele weitere Funktionen.

Die Vorteile der neuen Miele ProfiLine Geschirrspüler:

Sehr kurze Programmlaufzeiten

Komfortable Vernetzung

Automatische Dosierung flüssiger Reiniger

Niedrige Verbrauchswerte

Beste Geräuschwerte

Patentierter 3D-Besteckschublade+

Patentierter AutoOpen-Funktion

Perfect GlassCare

BrilliantLight

Maximale Flexibilität

Hohe Reinigungshygiene

17
min



Weitere Infos: www.miele-professional.de

stay curious

Der nächste Trend:
selbstgemachte
alkoholfreie
Getränke, zum
Beispiel
aus Pilzen.

10
11



Interessante Leute zum
Mittagessen kennenlernen:
Das geht mit der App LetsLunch

Jan-Peter Wulf

ist Fachjournalist für
Gastronomie, bloggt
auf www.nomyblog.de
über Gastronomie-
und Food-Trends, hält
Vorträge für Branchen-
unternehmen und
-verbände und bietet
Trendtours durch
Berlins Food-Szene an.



Was kommt morgen?

Man stellt sich vor, dass Sie als Gastronomie-Szenekenner in den Genuss außergewöhnlicher Momente kommen. Welches Gastronomie- oder Kulinarik-Erlebnis hat Sie in letzter Zeit persönlich begeistert?

Am schönsten ist es eigentlich, wenn ich einen Gastronom persönlich kennenlerne – zum Beispiel im Rahmen eines Interviews – und ein anderes Mal dann in dessen Restaurant zu Gast bin. Kürzlich zum Beispiel das Berlin-Kreuzberger La Lucha von Max Paarlberg: ein junger, dynamischer Gastro-Unternehmer, den ich für ein Fachmagazin porträtiert und bei dem ich dann privat einen Tisch reserviert habe. Das Erlebnis ist ein anderes, wenn man die Idee des Kopfes hinter dem Konzept kennt.

Erlebnisgastronomie, neue Einfachheit oder nur noch „to go“: Welche neuen gastronomischen Konzepte kristallisieren sich aktuell heraus?

Um das Bild des Kristalls aufzugreifen: Wir erleben zurzeit ein Funkeln in vielen Farben: von rein regional bis zu peruanisch oder hawaiianisch, von frischen und gesunden Mittagskonzepten bis hin zu Restaurants, die ein kalorienreiches Frühstück mit Pancakes, Bacon und Eggs Benedict 24 Stunden am Tag servieren. Wichtig ist aus meiner Sicht, dass „die Farbe“, in der ein Konzept strahlt, klar und deutlich ist. Sprich: Alleinstellungsmerkmale sind gefragt. Von allem ein bisschen, für jeden was dabei, das funktioniert – zumindest bei Neukonzepten – nur noch in Ausnahmefällen.

„Den analogen Kontakt zum Gast im Restaurant ersetzt Digitalisierung nicht ...“

Die „LetsLunch App“ organisiert Treffen mit interessanten Leuten während der Mittagspause. Wo und wie werden Digitalisierung und Gastronomie in Zukunft noch zusammenkommen?

Sie werden im gesamten betrieblichen Ablauf zusammenkommen! Reservierung, Schichtplanung, Einkaufsprozesse, Küchen- und Kühltechnik ... alles wird digital. Das hat viele Vorteile. Es hilft zum Beispiel Kosten bei Energie und Wareneinsatz zu sparen, wirkt aber auch erlösseitig: Mit den Daten, die ich aus der Tischreservierung und dem Kassensystem generiere, weiß ich besser, wer meine Gäste sind, wie

oft sie zu mir kommen, was sie mögen. Ich kann damit, wie es andere Branchen längst tun, mein ganzes Marketing effektiver gestalten, die „Customer Journey“ abbilden und letztlich mehr Umsätze generieren. Übrigens: Den analogen Kontakt zum Gast im Restaurant ersetzt Digitalisierung nicht. Er wird eher noch wichtiger. Wir kleben schließlich alle den ganzen Tag vor Bildschirmen – die echte Begegnung von Mensch zu Mensch in der Gastronomie ist eine kleine Auszeit.

Und welche Food-Trends können wir demnächst genießen?

Sehr spannend finde ich, was zurzeit im Bereich selbstgemachter alkoholfreier Getränke in der Gastronomie passiert. Hausgemachte Limonaden machten den Anfang, jetzt entwickeln Gastronomen wie Sebastian Frank aus dem Berliner Horváth spannende Kreationen aus Molke, Pilzen oder Bouillon, die unter anderem als Speisenbegleiter zum Einsatz kommen. Mal was anderes als immer nur Weine zu jedem Gang!



stay open

$\frac{12}{13}$

Wie Hotels
modernen
Anforderungen
begegnen
(können)

analog
vs.
digital

51 %

der kurzfristigen
Online-Hotelbuchungen
werden über das Smart-
phone getätigt (bis zu
24 h vor Anreise)

20,6 %

weniger Schlaf, wenn das
Smartphone sich in der
Bettumgebung
befindet

Fast

80 %

der Mobilfunkkunden in
Westeuropa sind
Smartphone-Nutzer,
Tendenz steigend

Vorreiter?!

4.748

Räume im Hotel The Wynn
Las Vegas sind mit
Amazon Echo
ausgestattet

Platz 3

für den Wellness-Tourismus
unter zehn Segmenten
der Wellness-Industrie
weltweit

Mehr als

90 %

aller Geschäftsreisenden
weltweit reisen mit Laptop
oder Tablet und
erwarten WLAN

„Wie oft ist es schon vorgekommen, dass Sie die Hotelzimmertür mit der Keycard nicht öffnen konnten? Und wie häufig ist Ihnen dies mit einem herkömmlichen Schlüssel passiert?“ Mit dieser Frage eröffnete Keynote-Speaker Ole Kloth (Director of Development, Soulmade Hotels) seinen Vortrag bei einem Fachsymposium zum Thema „Digitalisierung in der Hotellerie“ im September 2017. Das Ergebnis der kleinen Ad-hoc-Umfrage war eindeutig: Mit dem altbewährten Schlüssel hatte so gut wie niemand jemals Probleme gehabt, während eine Vielzahl an Hotelgästen schon mit der Keycard zur Rezeption gelaufen war, weil sich die Tür einfach nicht öffnen ließ ...

Dennoch: Dass digitale Anwendungen den gesamten Hotelaufenthalt für den Gast revolutionieren (können), ist eins der großen Themen in der Branche. Gleichzeitig gibt es den Trend zu „Digital Detox“, dem „Offline-Hotelaufenthalt“. Denn: Was die einen als Errungenschaften moderner Technologie nutzen, stresst die anderen – zumindest im Urlaub. In dieser Zeit möchten manche nicht erreichbar sein, lieber die Natur betrachten als den Bildschirm – und frei von Elektromog entspannen. Dem gegenüber stehen Urlauber, die mit Hilfe von Hotel-Apps einchecken, auf ihrem Zimmer vom cloudbasierten Alexa Voice Service unterstützt werden und WLAN in allen Hotelbereichen längst für eine Selbstverständlichkeit halten.

Hotels tendenziell nicht up to date

Apropos: Bei einer Studie der Fachzeitschrift Tophotel gaben immerhin 65 % der Befragten an, dass es ihnen beim Hotelaufenthalt besonders positiv auffällt, wenn sie WLAN-Empfang haben. Das lässt den Umkehrschluss zu, dass dies keineswegs eine Selbstverständlichkeit ist. Überhaupt scheint die Branche in Deutschland hinterherzuhinken: Während die Gastbetriebe im Jahr 2020 anspruchsvolle Hotelgäste und „Digital Natives“ erwarten, bleiben ihre Pläne für die Branchentechnologie in den frühen 2000er-Jahren stecken – so das Ergebnis der Anfang des Jahres veröffentlichten Studie „Die Hotelindustrie im Jahr 2020“, durchgeführt von Peter O’Connor, IDeaS Revenue Solutions, Revinate und SiteMinder.

Deutsche Gäste sind Skeptiker

Bereits Anfang 2016 gingen die Unternehmensberatung Roland Berger und die Österreichische Hotelierversammlung (ÖHV) in einer gemeinsamen Studie der Frage nach, wie Hoteliers ihre Gäste zurückgewinnen und die Digitalisierung zu ihrem Vorteil nutzen können. Eine Erkenntnis: Es braucht spezielles Know-how im Kerngeschäft und in der IT – hier haben viele, insbesondere kleine und mittlere Hotels Nachholbedarf. Es sei denn, sie positionieren sich bewusst „nicht überdigitalisiert“. Damit mögen einige der skeptischen deutschen Hotelgäste – zumindest noch eine Weile – gut zurechtkommen, doch dauerhaft wird die Digitalisierung auch hier Einzug halten.

Digitalisierung nutzbar machen

Auch die Branchenplattform „hottelling“ betitelte kürzlich einen Beitrag „2017 ist das Jahr der Digitalisierung in der Hotellerie“. In dem Text geht es um Check-in per Smartphone, Servicero-boter und -Apps, Buchungs- und Bewertungsportale. Zur Rolle der Hoteliers heißt es dort: „Die stark überwiegende Mehrheit an branchenumwälzenden IT-Innovationen kommt von branchenfremden Entwicklern, die damit eine weltweit wachsende Industrie nachhaltig verändern. So ist es opportun, einen Think Tank mit vorausdenkenden Hoteliers (...) zu gründen, um die fortschreitende Digitalisierung zu erforschen und für den gesunden deutschen Hotelmittelstand anwendbar zu machen.“

„Digital Detox“ – ein echter Gegentrend?

Doch was ist mit „Digital Detox“, bereits 2015 auf der weltgrößten Tourismusmesse ITB ein Thema. Damals lautete eines der Statements: „Wellness ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen“ – und Digital Detox gehört zu diesem Themenkomplex. „Detox spielt im Gesundheitstourismus eine große Rolle“, sagt Claudia Wagner (Fit Reisen). „Wir haben derzeit oft von allem zu viel: zu viel süßes, fettes, vorfabriziertes und ungesundes Essen, Reizüberflutung, zu viel Stress. Die Leute wollen runterkommen.“ Sie glaubt auch, dass viele Menschen eine Auszeit vom digital dominierten Alltag wünschen. Hotels, die „Digital Detox“ anbieten, nutzen aber meist trotzdem die digitalen Möglichkeiten: Das Designhotel vigilius mountain resort (Südtirol) beispielsweise erreicht man ausschließlich per Seilbahn, und in den fernsehfreien Zimmern gibt es nachts kein WLAN. In Brenners Park-Hotel (Baden-Baden) können Gäste in bestimmten Zimmern per Knopfdruck ihr elektromogreduziertes Domizil auf Zeit vom Stromnetz abkoppeln. Die Beispiele stehen stellvertretend dafür, dass zwar immer mehr Hotels gestressten Urlaubern eine Auszeit von Smartphone und Internet bieten, aber die Möglichkeiten der Digitalisierung trotzdem nutzen.

Welchem Trend werden Sie folgen?

Eines scheint klar: Wer sich nicht mit dem Thema Digitalisierung beschäftigt, wird auf Dauer kaum am Markt bestehen können.





Tipp zum Weiterlesen



In der Studie

Hotellerie 4.0

Gäste gewinnen und effizienter werden

werden die Online-Aktivitäten internationaler Hotelgruppen und Start-ups aus der Reise- und Hotelbranche analysiert. Interessant: 19 Tipps, wie Hoteliers Gäste zurückgewinnen und die Digitalisierung vorteilhaft nutzen können. Verfasser der Studie sind Roland Berger und die Österreichische Hoteliervereinigung (ÖHV).

Hochwertige Hotelwäsche unterstreicht den eigenen Qualitätsanspruch

Textile Gastlichkeit

Die Ansprüche in Hotellerie und Gastronomie ändern sich – auch beim Thema Bett- und Tischwäsche. Ingo Bittmann, Leiter Vertrieb bei Wäschekrone, über individuelle Lösungen und die (noch) unschlagbaren Eigenschaften von Naturmaterialien.

Zuletzt haben Sie das barefoot Hotel von Til Schweiger mit einer besonderen Bettwäsche ausgestattet ...

Ja, wenn der Hotelier sich etwas Individuelles wünscht, gehen wir darauf ein. Wir merken auch, dass die Wünsche größer werden, da sich jeder irgendwie abheben will. Manche haben Themenzimmer, andere wollen Leinen. So wie Til Schweiger mit seinem barefoot Hotel: Der Standard interessierte ihn nicht, er hatte ganz bestimmte Vorstellungen, wünschte sich ein wohnliches Ambiente und wollte dies mit Bettwäsche aus Leinen unterstreichen. Wir haben uns für eine Leinenqualität entschieden, die einer hohen Waschfrequenz standhält. Es geht immer darum, dass die Wäsche möglichst lange hält und zur Kernaussage des Hotels beiträgt. In Schweigers barefoot Hotel ist das die lockere Atmosphäre, man fühlt sich wie daheim. Wenn Sie ins Zimmer kommen, ist da kein Knick im Kissen, das Leinen hat eine natürliche Knittrigkeit. Die Bettwäsche war eine Sonderanfertigung. Wir haben eine belgische Leinenqualität gewählt, da diese die Anforderung an lange Haltbarkeit am besten erfüllt. Das belgische Leinen hat natürlich seinen Preis, aber die Investition war genau richtig. Gäste und Hotelier sind wahnsinnig zufrieden.

Und wie sieht es beim Thema hochwertige Tischwäsche aus – ist diese in der modernen Gastronomie überhaupt noch angesagt?

Wir spüren seit ca. 3 bis 4 Jahren, dass bei der Tischwäsche die Verkaufszahlen zurückgehen, das muss man offen sagen. Es gibt mittlerweile sehr viel hippe Gastronomie, die vor allem mit trendigen Einrichtungskonzepten punkten möchten. Die Materialvielfalt für Tischoberflächen ist hoch und man möchte diese nicht mehr unter Tischwäsche verstecken. Seit einigen Jahren ist ein Trend erkennbar, dass Tischwäsche keinen hohen Stellenwert mehr hat. Zudem scheut man sich vor dem hausinternen Mangeln, da es zusätzliche Arbeit bedeutet. Aus diesen Gründen wird hier häufig Wegwerf-Tischwäsche eingesetzt. Aus der gehobenen Gastronomie mit ambitionierter Küche wird die Tischwäsche aber nie wegzudenken sein. Dort ist es auch Usus – und das zu Recht –, selbst zu waschen, um eine entsprechende Qualität zu halten. Diese Gastronomen sagen: „Nicht nur meine Küche und meine Speisen sind eine Kompetenz, die ich nach außen trage, sondern auch, wie ich eingedeckt habe. Und da gehört für mich die Tischwäsche dazu.“ Wir nennen das „textile Gastlichkeit“.

Bleiben wir beim Material – gibt es denn modernere Alternativen zu Baumwolle und Co.?

Tencel haben wir schon seit einigen Jahren im Programm. Die natürliche Cellulosefaser wird aus Eukalyptus gewonnen und bietet ein ausgezeichnetes Feuchtigkeitsmanagement – Tencel kann Feuchtigkeit noch besser aufnehmen als Baumwolle. Und es ist kühler als Leinen, das heißt, es ist optimal fürs Schlafklima. Grundsätzlich steht für uns immer die Naturfaser im Vordergrund, da es keine Kunstfaser gibt, die genauso gute Eigenschaften besitzt wie eine Naturfaser. Andere neue Materialien bestehen bisher nicht den Test im Hotelalltag – das haben wir geprüft, da für uns immer die Langlebigkeit im Fokus steht.

Lassen Sie uns ein wenig in die Zukunft schauen: Ist das Thema Digitalisierung für die Wäschebranche relevant – oder wird es noch?

Es werden schon länger Transponder eingesetzt, die in die Wäschestücke eingenäht werden. Damit wird in großen Wäschereien die eingehende Wäsche erfasst. Es geht dabei zum einen um die Dokumentation in der Wäscherei. Zudem liefern die Transponder Daten, wie häufig das Teil bereits gewaschen wurde – bei Reklamationen ist dies durchaus hilfreich. Die bisherigen Transponder können allerdings nur in kleinen Mengen erfasst werden. Was deshalb verstärkt kommen wird, sind RFID-Chips. Bei dieser Technologie fährt die Wäsche durch eine Schleuse und wird komplett erfasst. Jeder Chip weiß, zu welchem Kunden er gehört und welches Teil das ist. Diese Technologie ist allerdings noch sehr teuer. Der Mensch wird dadurch natürlich teilweise ersetzt. Für mich persönlich ist aber der Mensch in einer Wäscherei sehr wichtig, er erfasst Optik und Haptik und sieht Qualitätsmängel – das schafft in dieser Form keine Maschine.



Wäschekrone 

2018 live erleben:

Intergastra 3. – 7. Februar
Halle 4, Stand 4C10

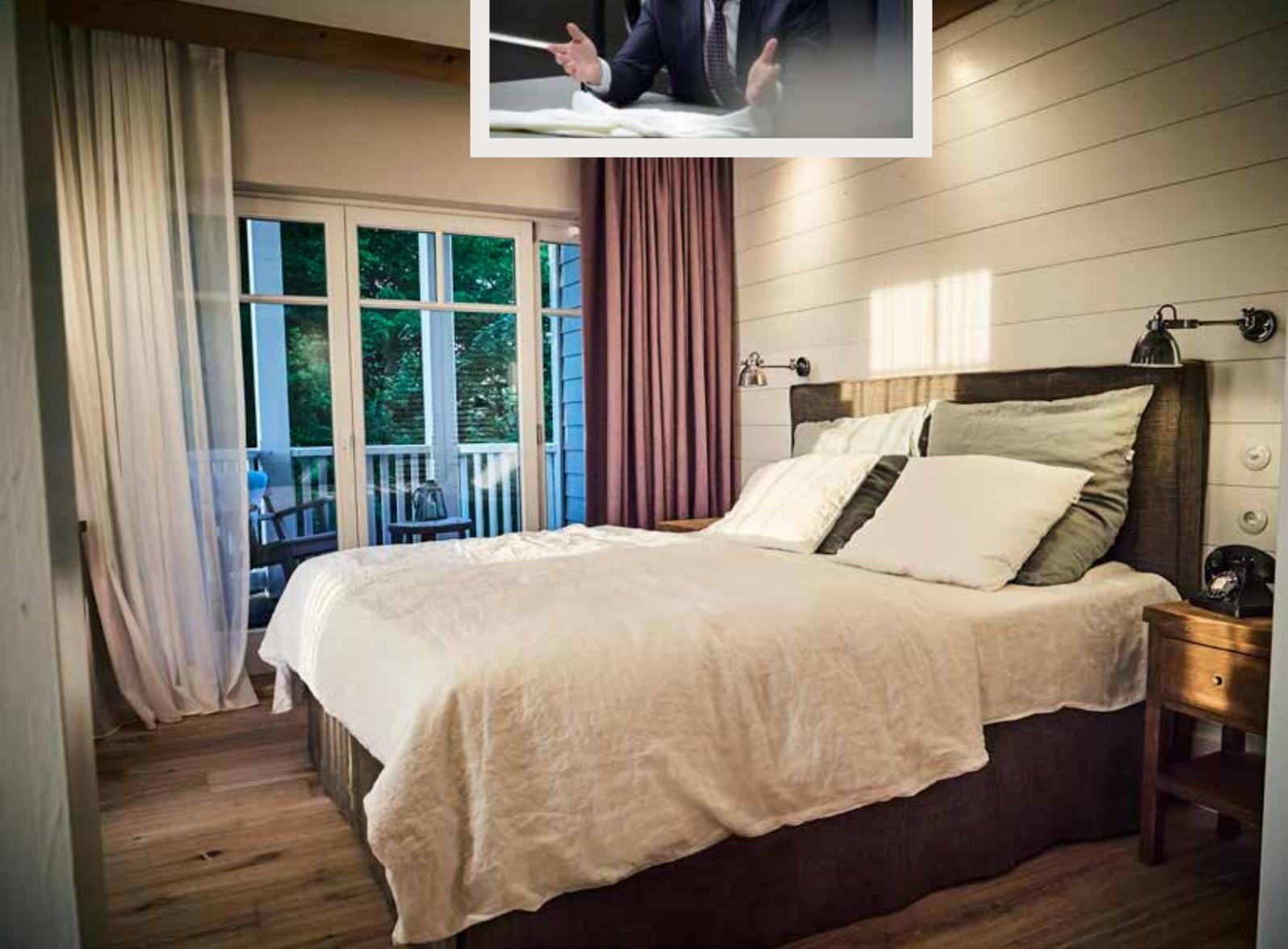
Internorga 9. – 13. März
Halle B7, Stand 215



www.waeschekrone.de



Belgisches Leinen in Hamburg: Aus einer Villa aus dem 19. Jahrhundert machte Til Schweiger das naturverbundene barefoot Hotel. In den 57 Zimmern schaffen authentische Materialien eine wohnliche Atmosphäre – dazu trägt auch die Leinenbettwäsche von Wäschekrone bei.





Sabine Kumlehn, Leiterin Personalentwicklung bei Miele, mit dem verliehenen Prädikat

Die Zukunft: Diversity

Chancengleichheit und Diversity sind Ansätze, die unsere Zukunft tragen werden – und daher gefördert werden müssen. Miele wurde im Oktober 2017 mit dem Prädikat TOTAL E-QUALITY ausgezeichnet. Die Auszeichnung wird seit 1997 jährlich an Organisationen vergeben, die eine an Chancengleichheit orientierte Personalpolitik verfolgen. Miele erhielt ebenso ein zusätzliches Prädikat für ein vorbildliches Engagement für Diversity. Hiermit wird die Wertschätzung und Förderung der individuellen Verschiedenheit von Mitarbeitenden bewertet. Die Auszeichnung gilt für drei Jahre und ist das Ergebnis eines umfangreichen Bewerbungsprozesses.



Material: genial!

In zukunftsweisenden Hotels kommen zukunftsweisende Materialien zum Einsatz: So wählte man im Hotel in Velden ein verblüffend authentisches Material mit Holzoptik und -haptik für den Poolbereich: Resysta®. Es besteht aus 60 % Reishülsen, 22 % Steinsalz, 18 % Mineralöl und kann wie Holz eingesetzt werden.

Großer Vorteil: Es ist extrem widerstandsfähig, verwittert nicht im Maß wie Holz und wird auch nicht so rutschig.

Bei Maritim setzt man auf changierendes Licht im Bad und die Temperatursteuerung des Wassers über eine wandseitige Tastaturleiste.

Für zusätzliche Sicherheit in Hotels sorgen Sensorböden mit Notfallerkennung: Gestürzte Gäste können registriert und entsprechende Maßnahmen eingeleitet werden.

Innovativ!



Weltneuheit Miele Dialoggarer

Revolutionary Excellence



Der Dialoggarer mit innovativer M Chef Technologie ermöglicht ganz neue Speisen: Einen Fisch im Eisblock zubereiten, ohne das Eis zu schmelzen, garen ohne zu bräunen, unterschiedliche Lebensmittel in einem Gang zubereiten, anspruchsvolle Speisen perfekt servieren – all das ist auf höchstem Niveau möglich, denn der Dialoggarer gart Lebensmittel im gesamten Volumen, während konventionelle Hitze langsam von außen ins Innere vordringt. Die Weltneuheit unterstützt den Nutzer mit intelligenten Programmen bei der Zubereitung ganzer komplexer Menüs – und zwar in kürzester Zeit, denn mit dem Miele Dialoggarer verkürzen sich die Garzeiten vieler Gerichte um bis zu 70 %.



Schreiben Sie uns!

Sie haben Anregungen, Tipps oder Fragen? Sie möchten Themenvorschläge, Kritik oder eigene Storys beisteuern? Wir freuen uns auf Ihre Nachricht unter welcome@miele.de! Auch wenn Sie dieses Heft nicht mehr bekommen möchten, schreiben Sie uns einfach.



Japanisches Roboterhotel

Futuristisches Hotelerlebnis

Wer Angst vor Dinosauriern hat, sollte lieber woanders einchecken: Im März 2017 eröffnete das roboterbetriebene Henn'nà Hotel in Urayasu östlich von Tokio. An der Rezeption übernehmen mehrsprachige Roboter, unter anderem als Dinosaurier gestaltet, Check-in oder -out, andere transportieren das Gepäck der Gäste. Auch Fensterputzen und Staubsaugen werden mit Roboterarbeit erledigt. Das Hotel funktioniert schlüssellos und arbeitet mit Gesichtserkennung, die Temperaturregelung in den Zimmern reagiert auf die Körpertemperatur der Gäste. Eine sprechende Computer-Kugel mit stilisiertem Gesicht kann auf dem Zimmer nach Wetter oder Restaurants befragt werden oder schaltet auf verbalen Wunsch das Licht aus. Auf die 100 Zimmer kommen 140 Roboter – und immerhin noch sieben menschliche Mitarbeiter. Es ist das zweite Hotel dieser Art bisher, geplant sind innerhalb der nächsten fünf Jahre 100 weitere Hotels weltweit.

welcome
& stay



Ausblick: welcome & stay 2 | 2018

»Gestalten«

Was macht eine Marke aus?
Und wie bleibt diese lebendig?
Freuen Sie sich schon jetzt auf unsere nächste Ausgabe, in der wir das Thema Marke und Branding beleuchten.

