

# welcome & stay

MAGAZIN FÜR PROFIS  
AUS HOTELLERIE UND GASTRONOMIE  
**AUSGABE 2 | 2020**

## Umdenken Herzliche Nähe trotz Abstand

Das Mawell Resort in Langenburg hat die aktuelle Situation zum Anlass genommen, um ein innovatives Hygienekonzept zu entwickeln. Besucher können dadurch ihren Urlaub sorglos genießen und müssen auch nicht auf Wellness verzichten – lesen Sie ab Seite 4.

## welcome & stay



Liebe Leserinnen und Leser,

wenn man Neues wagt, muss man sich von Altem lösen – und das ist häufig auch gut so. Denn nur, wer die Augen offenhält, den Zahn der Zeit trifft und vorausschauend agiert, bleibt im Gespräch und für seine Gäste präsent. Besonders die aktuellen Umstände erfordern unser Handeln und führen zu einem Umdenken in der Gastronomie und Hotellerie. Dass aus genau diesen Situationen heraus innovative und kreative Ideen entstehen können, zeigt das Mawell Resort in Langenburg, das die Krise als Chance genutzt hat, um sich neu aufzustellen. Mehr dazu erfahren Sie ab Seite 4.

Auch die Gastronomie befindet sich zurzeit im Wandel und macht durch neuartige Konzepte auf sich aufmerksam. Ghost Kitchens und Pop-up-Restaurants sind nur zwei Beispiele von vielen. Welche es noch gibt, lesen Sie ab Seite 14. Warum auch Social Media und digitale Tools für ein erfolgreiches Hotel-Marketing, besonders in Zeiten des Abstands, unerlässlich sind, weiß Bloggerin Valerie Wagner. Mehr dazu ab Seite 16.

Und auch wir von Miele möchten dazu beitragen, dass Sie die aktuellen Herausforderungen gut meistern – ob mit unseren Hygiene-Profis für die Wäschepflege und Geschirrrreinigung (Seite 9) oder den wertvollen Tipps in diesem Magazin.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen!

A handwritten signature in black ink that reads "A. Barduna". The signature is fluid and cursive.

**Andreas Barduna**

Leitung Geschäftsbereich

Professional Sales, Service, Marketing



„Umdenken  
ist ein Prozess,  
der uns eines  
Besseren belehrt.“

Katharina Eisenlöffel, Schriftstellerin



## Impressum

### Miele & Cie. KG

www.miele-professional.com

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

Johannes Baxpöhler, Nadja Lüdke

### Realisation:

gambit marketing & communication

www.gambit-do.de

### Druck:

Bösmann Medien und Druck

GmbH & Co. KG, Detmold

### Fotonachweise:

Titel/Rückseite, S. 3 links oben und  
rechts oben, S. 4–8 © Mawell Resort;

S. 3 Mitte links Marcus Zumbansen

für Data Kitchen; S. 3 unten und S. 10/11

© Christian Kretschmar für JOI-Design;

S. 14 oben © Schlossrestaurant Die Fasanerie;

S. 14 unten © Stefan Lucks für Data Kitchen,

S. 15 oben © Eatclever / Kai-Hendrik Schröder;

S. 15 unten © Wintergarten.ms;

S. 16/17 oben © Adobe Stock\_Jade;

S. 16 Mitte © Valerie Wagner;

S. 18 oben © Hotel Bären;

S. 18 Mitte © Klasse Wäsche;

S. 18 unten © Adobe Stock\_NDABCREATIVITY;

S. 19 oben rechts © Adobe Stock\_Nizwa Design

und © Adobe Stock\_Artanauta;

S. 19 oben links und unten links © IMChef;

S. 19 unten rechts © Adobe Stock\_Gajus



## Inhalt

### 04 \_ stay impressive

Eindrucksvoll umgedacht:  
Entspannung im Mawell Resort

### 09 \_ stay careful

Wäsche- und Geschirrpflege  
für höchste Hygieneansprüche

### 10 \_ stay flexible

Hotelkonzepte von morgen

### 14 \_ stay exceptional

Innovative Restauranterlebnisse

### 16 \_ stay up-to-date

Digitalisierung verändert die Hotelbranche

### 18 \_ stay informed

News und Tipps für gepflegte Gastlichkeit



# Mit Abstand im Raum und Nähe im Herzen

## Das Mawell Resort in Langenburg

Das Mawell Resort in Langenburg thront stolz über dem wunderschönen Jagsttal, im Herzen des Hohenlohner Landes, und setzt auf Regionalität, Nachhaltigkeit und die Nähe zur Natur. Ein absolutes Highlight ist der 40 m hohe Turm, der mit Lounge, Sauna und Dachpool aufwarten kann. Ankommen, wohlfühlen und genießen lautet hier die Devise – auch in Zeiten von Corona. Mit dem einzigartigen Hygienekonzept des neuen Mawell 2020 wird das Motto „Mit Abstand im Raum und Nähe im Herzen“ ganzheitlich gelebt.

Auf den Tag genau drei Monate musste das Mawell Resort aufgrund von Corona seine Pforten schließen – eine Zeit der Ungewissheit und Unsicherheit, aber auch der neuen Ideen. „Das Wichtigste in diesen Monaten waren unsere Mitarbeiter, die wir in jedem Fall weiterbeschäftigen wollten. Also überlegten wir uns alternative Aufgaben: Unsere Köche haben die Holzfassade gestrichen, unsere Azubis den Kräutergarten neu angelegt und unser Housekeeping-Personal das Parkareal verschönert. So erstrahlt das Mawell in neuem Glanz“, erzählt Hoteldirektor Felix Bernauer. Ab dem 15. Juni konnte das Hotel wieder öffnen und seine Gäste mit vielen Neuerungen willkommen heißen. Wie sich die Situation weiter entwickelt, bleibt an dieser Stelle ungewiss. Die erneute Verordnung der Schließung von Hotels bedeutet eine neue Herausforderung, doch die erste schwierige Phase hat gezeigt, dass Optionen existieren.

### Sorglos entspannen dank Corona-Tests

Das Mawell Resort war Deutschlands erstes Hotel, das sich für die Durchführung kostenloser PCR-Schnelltests entschieden hat, denn „wir tragen die Verantwortung für die Gesundheit unserer Gäste und ihr Wohlbefinden“, so Herr Bernauer. Die Mitarbeiter werden regelmäßig getestet, sodass man sich sicher sein kann: Im Mawell ist jeder gesund. Während des Testvorgangs können die Gäste im Auto sitzen bleiben – das Ergebnis erhalten sie bereits nach knapp 40 Minuten. Die Auswertung findet zuvor im hoteleigenen Labor statt, für das zusätzlich fünf Mitarbeiter aus dem medizinischen Bereich eingestellt wurden. „Bis heute haben wir über 8.000 Tests durchgeführt und die Resonanz ist durchweg positiv. Die Gäste haben den starken Wunsch nach Sorglosigkeit und Sicherheit – und das bekommen sie bei uns.“



Dank umfassender Hygienemaßnahmen steht entspannten Stunden nichts mehr im Wege. Eingebettet in eine uralte Natursteinlandschaft, bietet der Wellnessbereich dafür die passende Umgebung.



„In den Anwendungsräumen sorgen zusätzlich UV-Luftreiniger für ein gutes Gefühl.“

Felix Bernauer

## Neu gedacht in allen Bereichen

Neben den verpflichtenden Tests bietet das Mawell Resort seinen Gästen eine Zimmerreinigung mit zusätzlichen Ozongeräten, die für eine beinahe sterile Desinfektion der Räumlichkeiten sorgen. Im Restaurant schaffen großzügige Tischabstände den nötigen Freiraum, während die Speisen des Buffets bereits vorab portioniert werden – das ist nicht nur hygienisch, sondern darüber hinaus auch sehr komfortabel. Auf diese Weise entsteht für die Gäste neben der Sicherheit durch die Umsetzung der allgemeinen Hygienevorschriften auch ein Mehrwert auf unterschiedlichen Ebenen innerhalb des Hotelbesuchs.

## Saunieren und schwimmen – aber mit Abstand?

Das Herzstück des Mawell Resorts ist der 4.500 m<sup>2</sup> große Indoor- und 7.500 m<sup>2</sup> große Outdoor-Wellnessbereich, der bereits aufgrund seiner einzigartigen Bauweise ein ganz besonderer Ort der Erholung ist. Um die Verbindung zur Natur spürbar zu machen, wurden große Teile der Wellnesslandschaft in die vorhandene Felsformation integriert. Die dafür entnommenen Steine wurden unter anderem als Schotter weiterverwendet, denn nachhaltiges Handeln ist seit der Gründung des Hotels im Jahr 2013 einer der wichtigsten Leitgedanken. Daher wurden für den Bau auch überwiegend naturbelassene Materialien verwendet, wie Holz und Stein.

Im Wellnessbereich lassen unter anderem verschiedenste Saunen, eine Salzgrotte sowie Innen- und Außenpools die Gäste in eine andere Welt abtauchen. In Zeiten von Corona musste auch in diesem Bereich ein Umdenken stattfinden. „Besonders die Sauna-Aufgüsse konnten nicht mehr so stattfinden wie zuvor. Anstatt zu verwedeln hat unser Saunameister verschiedene Räucherzeremonien durchgeführt, was die Gäste mehr als dankend angenommen haben. Man muss Alternativen schaffen“, meint Felix Bernauer.

Auch eine persönliche Wellness tasche inklusive Hygiene-Set für jeden Gast ist Teil des neuen Konzepts. Diese enthält neben einem Bademantel, einem Hamamtuch und einem eigenen Desinfektionsmittel einen persönlichen Trinkbecher, um auch die Getränkeausgabe, besonders im Wellnessbereich, so hygienisch und kontaktlos wie möglich zu organisieren.



6  
7

Die Zimmer und Suiten wurden liebevoll mit regionalen Materialien gestaltet.







Bei einem erholsamen Bad im Naturteich können Gäste dem Alltag entfliehen.

## Höchste Hygienestandards auch beim Waschen

8  
9

Dass das Mawell auch bei der Wäschepflege auf beste Hygiene und Qualität setzt, ist mehr als naheliegend – die Marke Miele überzeugte in diesen Bereichen von Anfang an. „Als wir im Jahr 2013 eröffneten, hatte das Mawell gerade einmal 36 Zimmer. Doch mit der Zeit haben wir uns weiterentwickelt und uns dazu entschieden, die Frottee-Wäsche inhouse zu waschen. Bei der Wahl der richtigen Waschmaschine waren die Faktoren Langlebigkeit, Funktionalität, Zuverlässigkeit sowie ein möglichst geringer Energie- und Wasserverbrauch entscheidend. Die Wahl fiel sofort auf Miele.“ Heute besitzt das Mawell Resort 104 Zimmer, sodass die Geräte laufend im Einsatz sind. Insgesamt vier Miele Trockner und vier Waschmaschinen sorgen zuverlässig und hygienisch für höchste Reinheit und angenehm weiche Wäsche.

Wie die Zukunft aussieht? Das weiß wohl im Moment niemand, doch Felix Bernauer möchte einen Großteil der Corona-bedingten Neuerungen in jedem Fall beibehalten. „Unser neues Konzept soll uns und unseren Gästen auch langfristig ein sicheres Gefühl geben und für Wohlbefinden sorgen. Das Wichtigste in dieser Zeit ist, am Puls der Zeit zu bleiben und offen für Neues zu sein.“ Anderen Hoteliers möchte Herr Bernauer einen Tipp geben: „Einfach mal über den Tellerrand blicken. Denn die Krise kann man nur als Chance nutzen – es besteht gar keine andere Möglichkeit.“



**„Das Mawell Resort  
steht für  
Veränderung.“**

Felix Bernauer



Weitere Infos: [www.mawell-resort.de](http://www.mawell-resort.de)



# Hygienisch rein in allen Bereichen

## Weil Schutz bei Miele an erster Stelle steht

Bei der täglichen Wäschepflege und Geschirrrreinigung ist besonders in Zeiten der Pandemie ein Höchstmaß an Hygiene gefragt. Speziell in sensiblen Bereichen wie der Hotellerie und der Gastronomie, in denen sich die Gäste rundum sicher und sorglos fühlen sollen, stehen Schutz und Reinheit an erster Stelle.



Eine professionelle Aufbereitung von Wäsche und Geschirr bieten die Systemlösungen von Miele Professional, die für beste Hygienesicherheit und erstklassige Qualität stehen – das bestätigen mehrere Zertifikate. Zudem basieren sie auf jahrzehntelanger Kompetenz sowie Erfahrung und wurden speziell für höchste Hygieneansprüche konstruiert und getestet – denn Miele übernimmt Verantwortung! Gleichzeitig erfüllen die Geräte von Miele Professional höchste Ansprüche in Sachen Leistung, Wirtschaftlichkeit sowie schonende Aufbereitung der Wäsche und des Geschirrs.

### Textilpflege für maximale Sicherheit

Um die Verbreitung von Infektionen zu vermeiden, bedarf es besonders im Bereich der Wäschepflege wirksamer Programme und Waschverfahren. Die professionellen Waschmaschinen von Miele sind dafür mit leistungsfähigen Desinfektionsprogrammen ausgestattet. Neben dem Thermischen Desinfektionsverfahren, das mit hohen Prozesstemperaturen und Temperaturhaltezeiten punktet, gibt es auch das Chemo-thermische Desinfektionsverfahren. Dieses arbeitet zusätzlich mit speziellen Desinfektionsmitteln. Darüber hinaus spielt auch die Trocknung eine ausschlaggebende Rolle. Diese sollte als Finish vollständig und gleichmäßig erfolgen, sodass kein Nährboden für mögliche Bakterien und Keime vorhanden ist.

### Hygienesicheres Geschirrspülen

Auch Spülmaschinen von Miele Professional tragen dank hoher Wassertemperaturen beim Spülen und Nachspülen zu einwandfreier Hygiene bei und erfüllen alle technischen und funktionellen Anforderungen der DIN SPEC 10534 für den hygienischen Betrieb gewerblicher Spülmaschinen. Die Option der präzisen automatischen Reindosierung beugt zudem einer Unter- und Überdosierung des Reinigungsmittels vor und damit einer Verminderung der Reinigungsleistung. Perfekte und hygienisch reine Resultate sind das Ergebnis. Auch bei der Trocknung von Geschirr, Töpfen und Besteck wird die Vermehrung von Keimen dank Miele Professional verhindert. So verfügen die ProfiLine-Geräte über die patentierte Trocknungsunterstützung AutoOpen, dank derer die Spülmaschinentür nach Programmende leicht geöffnet wird. Dadurch kann überschüssiger Wasserdampf einfacher abziehen – ein echter Mehrwert für Hotels und Gastronomie.



### Sauber durch den Winter!

Mit unserem attraktiven Marketingpaket und einer flexiblen Finanzierung starten Sie trotz Corona sicher in den Frühling!



Weitere Infos: [www.miele.de/professional/hygiene-im-hotel-3253.com](http://www.miele.de/professional/hygiene-im-hotel-3253.com)

CORONABILITY

# Auf dem Pfad der Erkenntnis

AKTIV DIE ZUKUNFT GESTALTEN



## Peter Joehnk

ist als studierter Innenarchitekt seit 1982 Mitglied im BDIA.

1984 gründete er sein Büro „joehnk.Interior Design“. Mit der Aufnahme der Geschäftsführung von JOI-Design 2003 folgten zahlreiche geplante und realisierte Projekte sowie Veröffentlichungen und Auszeichnungen. Seit 2018 ist er mit seiner Frau Corinna Kretschmar-Joehnk Partner der „JOI-Design Innenarchitekten A D joehnk + partner“ mbB.

## Für die Zukunft der Gastronomie werden Konzepte gefragt sein, die im laufenden Betrieb neben Covid-19 existieren – gerade auch was architektonische Maßnahmen betrifft.

Das Hamburger Innenarchitekturbüro JOI-Design ist spezialisiert auf die Bereiche Hotel, Restaurant, Serviced Apartment, Spa & Residential. Für Peter Joehnk – Geschäftsführer und Partner – ist klar, dass die andauernde Bedrohung unser Erinnerungsvermögen beeinflussen und vor allem die Hotellerie längerfristig prägen wird. Auch Jean-Georges Ploner – Leitfigur der F&B HEROES GmbH, die als Beratungs- und Managementunternehmen auf die Entwicklung, Optimierung und Koordination nachhaltiger Gastronomie-Konzepte spezialisiert ist, hat in diesem Zusammenhang Zukunftstrends der Gastronomie herausgestellt. Während Ploner seine Schwerpunkte auf neue Systeme und Formate legt, um den Menschen unter veränderten Rahmenbedingungen zukünftig Gastlichkeit zu bieten, zeigt Joehnk konkrete bauliche Maßnahmen, die diesen Bereich seiner Ansicht nach zukünftig bestimmen werden. Eine Begegnung auf unterschiedlichen Ebenen mit überraschenden Parallelen.

## Jean-Georges Ploner

ist staatlich geprüfter Gastronom und Serviermeister sowie ausgebildeter Trainer. Seit 1994 ist er geschäftsführender Gesellschafter der Pencom Deutschland, heute Ploner Hospitality Consulting. Als Geschäftsführer des Beratungs- und Managementunternehmens F&B Heroes zählt er zu den prägenden Persönlichkeiten der Hospitality Branche. In mehreren Fachbüchern gibt er spannende Einblicke in die Gastronomiewelt.



## **Separées zum Essen**

Fraser Suites, Hamburg, JOI-Design

## **Gastronomische Zukunft**

Für Jean-Georges Ploner stehen vor allem die Geselligkeit und die Nähe der Menschen untereinander als Ur-Verlangen in diesem Zusammenhang im Mittelpunkt – Aspekte, die den meisten Menschen in den vergangenen Monaten durch ihre Abwesenheit schmerzlich bewusst wurden. Um Menschen in der Zeit zwischen den Lockdowns regelkonform und gastfreundlich bewirten zu können, wurden strenge Hygienekonzepte zum Schutz von Gästen und Mitarbeitern umgesetzt. Für Ploner wurde unter Corona die Logistik zum systemrelevanten Faktor. Gastronomen entdeckten Take-away und Delivery als wichtiges Standbein, um Menschen mit Speisen und Getränken zu versorgen. Um sich zukunftssicher aufzustellen, empfiehlt Ploner, diesen Vertriebsweg zu pflegen und auszubauen, auch mit Hilfe digitaler Tools. Die Situation mit und nach der Krise erfordert ein Umdenken und Flexibilität, aber fördert zugleich auch die Kreativität. Denn wenn das Essen zukünftig zum Gast kommt, kann dies genauso die Bedienung vor Ort enthalten bis zur Lieferung von Geschirr bzw. der Entsorgung von möglichst nachhaltigen Verpackungen. Corona verändert den Markt und das Konsumverhalten. Große Ketten sind im Vorteil ebenso wie kleine, auf Sparten spezialisierte Betriebe, die sich durch Alleinstellungsmerkmale hervorheben. Eine Chance, „wirklich alles zu hinterfragen und neu zu verhandeln: Standorte, Pachtverträge, Mitarbeiter, Strukturen und Technologie“, so Ploner. Zudem wird das Außen zum neuen Innen – der Mensch spürt hier die Freiheit, die Weite und hat ein Gefühl von Sicherheit und Selbstbestimmung. Das Picknick erfährt dabei ein Revival, genauso wie Auto-Kinos und weitere Outdoor-Events.

oben: **Treppenhäuser gewinnen an Bedeutung, weil Aufzüge eng sind.**

unten: **Raumteiler im Fine Dining**  
Fraser Suites, Hamburg, JOI-Design

### **Austausch von Spontanität gegen Exklusivität**

Darüber hinaus wird sich jedoch der grundsätzliche Gedanke und die Motivation eines Restaurantbesuches ändern – und zwar auf beiden Seiten. Die Besitzer haben aufgrund des geforderten Abstandes eine neue Platz-Quote. Daraus resultiert, dass ein Tisch häufiger und damit auch kürzer belegt werden wird. Für Ploner gehört damit das „Gemütlich Sitzen nach dem Essen, wie in Deutschland Tradition“ der Vergangenheit an. Ebenso wie ein spontaner Gastronomiebesuch, denn Tischreservierungen, -platzierungen, Zeitslots und Einlässe auf Empfehlung (wie zum Beispiel bei Member Clubs) werden zum Standard. Aufgrund des größeren Planungsaufwandes im Voraus wächst daraus wiederum die Erwartung des Gastes. Die Gastronomie wird zum Erlebnis – vielleicht sogar zum exotischen Urlaubersatz. Ein hoher Anspruch, der an dieser Stelle an die Gastronomie und Hotellerie gestellt wird. Es gilt, dem Gast etwas ganz Besonderes zu bieten, sein Vertrauen zu gewinnen und ihn zugleich in seiner Freiheit nicht einzuschränken. Denn über alledem steht zudem der Sicherheitsaspekt, der nicht nur verbindlich vorgeschrieben ist, sondern sich dem Gast auch zeigen muss. Denn „Gäste wollen nicht nur das Gefühl haben, dass alles für ihre Sicherheit getan wird, sie wollen es auch sehen“, so Ploner.

### **Neue Werte auch in der Architektur**

Überträgt man diese Aspekte nun auf konkrete Bauvorhaben, wird deutlich, dass ein solches Maß an Wandlungen zwangsläufig auch ein Umdenken für die Architektur von Hotels und Gastronomiebetrieben bedeutet. Peter Joehnk, Partner des bekannten Hamburger Innenarchitekturbüros JOI-Design, sagt hierzu, dass es die zukünftige Aufgabe der Designer sein wird, „so viel Transparenz und Offenheit wie möglich zu schaffen und dabei so viel Schutz und Abtrennung wie nötig zu berücksichtigen“. Denn äh-





oben: **Arbeiten auf dem Zimmer – auch ganz unkonventionell auf dem Bett**

me and all, Kiel, JOI-Design

unten: **Nische zum Arbeiten und Telefonieren**

stay Kooook, Bern, JOI-Design

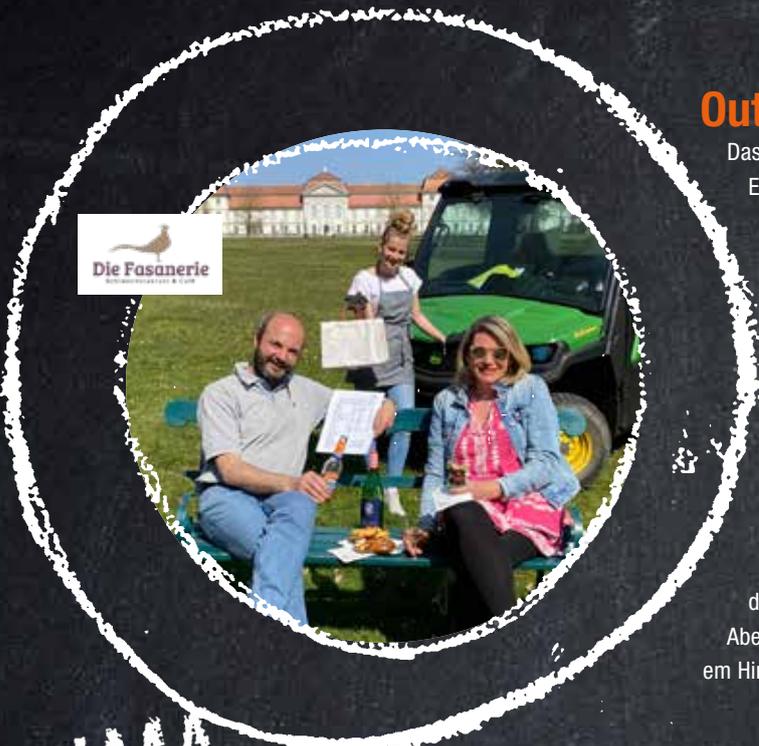


lich wie Jean-Georges Ploner wird auch in den Augen des Innenarchitekten der Mensch nach wie vor das Bedürfnis haben, andere Menschen kennenzulernen, ihnen begegnen zu können und ins Gespräch zu kommen. Doch es wird auch Menschen geben, die in Bezug auf Nähe von nun an eher ein unsicheres Gefühl haben werden. Hier gilt es beide Gruppen abzuholen und ihnen gerecht zu werden. So werden Hotellobbys nach wie vor Bestand haben, aber es müssen in diesen wiederum Nischen und Plätze geschaffen werden, die geschützte Rückzugsbereiche bieten. Auch das aufkeimende Bedürfnis nach strengeren Hygieneregeln gilt es zu erfüllen. Kontaktlose Armaturen, Türöffnungsmechanismen und Raumteiler sind hier bereits die ersten baulichen Umsetzungen. Langfristig gesehen sieht Joehnk in diesem Zusammenhang aber vor allem eine Optimierung der Klima- und Lüftungsanlagen sowie mehr Platz in den wichtigsten Kontaktzonen. Auch „Wegeführungen in Gebäuden mit Einbahnstraßen“ oder getrennte Ein- und Ausgänge könnten für ihn konzeptuell zum Thema werden. Fest steht für den Designer und Innenarchitekten auf jeden Fall, dass Freiraum an sich immer stärker für „Luxus und Sicherheit stehen“ wird. Bei alledem bleibt Joehnk jedoch optimistisch, denn in seinen gesammelten 36 Jahren eigenständiger Hoteldesign-Erfahrung hat er bereits einiges an Änderungen und Herausforderungen miterlebt – häufig geprägt von einem Abwägen zwischen Funktion und Design. So trägt für ihn auch der Nutzer und Besucher selbst ein hohes Maß an Verantwortung. Denn neben freundlichen Mitarbeitern und dem Design zukünftiger Hotels und Gastronomiebetriebe würde Joehnk in Bezug auf das Thema Hygiene einen großen Anteil auch bei sich selbst als Gast sehen.



Weitere Infos: [www.joi-design.com](http://www.joi-design.com)  
und [www.fbheroes.de](http://www.fbheroes.de)  
alle Fotos: Christian Kretschmar  
für JOI-Design

stay exceptional



## Outdoor ist das neue Indoor

Das Schlossrestaurant & Café „Die Fasanerie“ im hessischen Eichenzell wollte seine Gäste trotz Restaurantschließung verwöhnen und lieferte sein Essen nicht wie so häufig an die Haustür, sondern an Parkbänke. Der umliegende Schlosspark bot die perfekte Kulisse für dieses ungewöhnliche Picknick und die Gäste nahmen das neue Angebot sehr gut an. Für einen reibungslosen Ablauf wurden die **Parkbänke mit nummerierten Speisekarten** ausgestattet – so konnte der hungrige Gast ganz einfach per Telefon sein gewünschtes Gericht bestellen. Mit kleinen Autos, die einem Golfcart ähneln, wurden die frischen Mahlzeiten ausgeliefert. Neben klassischen Gerichten standen auch Ochsenbäckchen auf der Karte. Zusammen mit einem Glas Wein konnte man den Abend mit Speis und Trank, genügend Abstand und unter freiem Himmel perfekt ausklingen lassen.

# Gastronomie 2.0

Innovative Restaurantkonzepte  
setzen neue Maßstäbe

## Slow Food Fast

Wie sieht wohl ein Restaurantbesuch in der Zukunft aus? In der **Data Kitchen Berlin** bekommt man einen ersten Eindruck, denn hier ist alles auf Digitalisierung ausgerichtet. Per App oder über die Website des Restaurants kann sich der Gast sein Essen aussuchen und anschließend bestellen. Zur gewünschten Zeit ist das Gericht zur Abholung aus der sogenannten **Food Wall** bereit, deren beschriftete Glasboxen sich nur per Smartphone öffnen lassen. Bezahlt wird natürlich vorab online. Mit klassischem Fast Food hat das Ganze jedoch nichts zu tun, denn Küchenchef Alexander Brosin kreiert seine Gerichte aus regionalen und hochwertigen Zutaten mit viel Liebe zum Detail. So kommen Besucher in den Genuss von Kürbissuppe, gedämpften Knödeln, Blumenkohl mit Kartoffelschalencrunch oder Zwetschgen-Crème Brulée. Auch Frühstück kann bestellt werden. Seit 2016 können Gäste das Angebot der Data Kitchen nutzen und dank 50 Sitzplätzen ohne Wartezeit ihre Mittagspause besonders effizient und komfortabel gestalten.





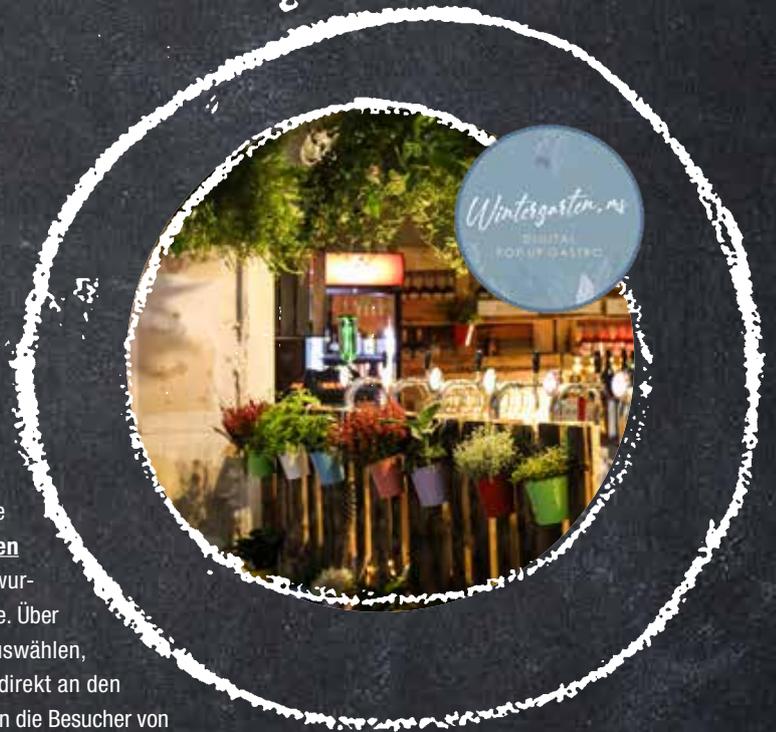
## Geistreich zum Hochgenuss

Die sogenannten Ghost Kitchens waren vor Corona noch ein Nischenphänomen: Restaurants ohne Gastraum und ohne Service-Personal, in denen ausschließlich gekocht wird. Zum Teil kommen sie auch ganz ohne Küche aus, denn die Zubereitung der Gerichte wird häufig in Großküchen ausgelagert. **Die Gäste bekommen ihre Speisen ganz bequem per Delivery-Service nach Hause geliefert** und brauchen ihre vier Wände nicht zu verlassen – ein Konzept, das heute gefragter ist denn je. Auch die Betreiber dieser virtuellen Restaurants genießen einige Vorteile, denn sie können flexibler auf neue Bedingungen reagieren, sind ortsunabhängig und sparen hohe Mietkosten. Ein ähnliches Konzept verfolgt das Unternehmen „taste&soul“, das mit mittlerweile mehr als 70 Partnerrestaurants in Deutschland, der Schweiz und England zusammenarbeitet. Diese erlernen im Rahmen umfangreicher Workshops die Zubereitung der von taste&soul kreierten Speisen – beste Qualität, gesunde Zutaten und recycelbare Verpackungen sind ihnen dabei besonders wichtig.

Sich gemütlich mit Freunden oder der Familie zum Essengehen verabreden, an der langen Tafel des Lieblingsrestaurants gemeinschaftlich speisen oder mit Arbeitskollegen das Feierabendbier im Stammlokal genießen – das ist seit Corona nur noch mit erheblichen Einschränkungen möglich. Die Folge: Lieferdienste und Take-away-Restaurants haben Hochkonjunktur. Die Gastronomiebranche muss sich umorientieren, sodass zum Teil aus der Not heraus neuartige Konzepte entstanden sind. Andere innovative Ideen bestanden bereits vorher und haben durch die aktuelle Situation einen regelrechten Aufschwung erlebt.

## Pop-up-Restaurant

Im Juli 2020 eröffnete der Gastronom Marcus Geßler, der bereits fünf Restaurants und eine Bar betreibt, den ersten **digitalen Biergarten** auf dem Lindenhofareal in Münster. Bestellt wurde nicht per Speisekarte, sondern per QR-Code. Über die Website konnte der Gast sein Gericht auswählen, das von einem der zwölf Partnerrestaurants direkt an den Biertisch geliefert wurde. Die Getränke erhielten die Besucher von einem Bierwagen vor Ort. Für die kommenden Wintermonate hat Marcus Geßler sein Konzept auf eine neue Räumlichkeit übertragen: Ein ehemaliges Jeansgeschäft dient seit dem 2. Oktober als **Pop-up-Wintergarten** ([www.wintergarten.ms](http://www.wintergarten.ms)) und lockt seine Gäste mit urbanem Flair. Die Kombination aus Lieferdienst und lokalem Getränkeverkauf bleibt natürlich bestehen. Zusätzlich durften 20 Künstler und Designer an den Wänden des Wintergartens ihrer Kreativität freien Lauf lassen und verwandelten die Räumlichkeiten mit ihren einzigartigen Kunstwerken in eine Galerie – **Essen und Kunst im Einklang**.



stay up-to-date

# Kontaktlose Zukunft?

Wer smart sein will, setzt auf digital

Ob eigenständiger Check-in am Tablet, bargeldloses Bezahlen oder Feedback per Social Media – die Digitalisierung ist bereits Teil sämtlicher Lebensbereiche und somit auch in der Hotellerie immer mehr auf dem Vormarsch. Während einige Hotels anfangen, erste Schritte in Sachen Digitalisierung einzuleiten, sind andere bereits sehr gut aufgestellt: So soll in allen ibis Hotels bis 2022 der Check-in ausschließlich mobil über das Tablet erfolgen. Im Hotel Brunner Hof in Arnschwang im Bayerischen Wald geht man sogar noch einen Schritt weiter: Dort werden Gäste von der sympathischen Roboterfrau „Pepper“ begrüßt.

Dass nicht jedes Hotel die gleichen Maßnahmen ergreift, um smarter zu werden, ist verständlich, denn das Angebot muss zur Zielgruppe passen. Doch gerade in Zeiten von Corona sollte man die Bedürfnisse seiner Gäste nicht außer Acht lassen, denn diese haben verstärkt den Wunsch nach mehr Komfort, Innovation und Sicherheit. Die Digitalisierung geht auf diese Bedürfnisse konkret ein und schafft neue Möglichkeiten, Abstand zu halten.

Für Valerie Wagner ist die Digitalisierung die neue Guest Relation. Als gelernte Hotelfachfrau und diplomierte Betriebsorganisatorin weiß sie nur zu gut, wie die Hotelbranche tickt. Zudem hat sie eine Ausbildung im E-Commerce-Bereich sowie Revenue-Management und war bereits im Event-Management tätig. Im Jahr 2017 rief sie ihren Blog „Hotel-0-Motion“ ins Leben. „Es gibt viele Reise- und Food-Blogger, aber ein Blog aus der Sicht der Hotellerie fehlte“, meint Valerie Wagner. Kurze Zeit später folgte ihr Podcast, in dem sie sich mit Experten und Hoteliers zu dem Thema „Digitales Hotelmanagement“ austauscht.



## Digitale Helferlein

„Noch nie war es so einfach, wiederkehrende Prozesse zu automatisieren. Die Hotelbranche wird immer ein People-Business bleiben, aber digitale Tools erleichtern zunehmend die Organisation im Hotel und die Kommunikation mit dem Gast“, erklärt Frau Wagner. Neben Corona- und DSGVO-konformen Gästeregistrierungs-Tools gibt es verschiedenste Programme für die interne Kommunikation sowie cloudbasierte Hotelverwaltungsprogramme und Apps für digitale Speisekarten. Besonders nützlich sind zudem digitale Gästemappen, wie die des Anbieters Gastfreund, da sie viele Funktionen vereinen. Ob Hygieneregeln, Tagesprogramme oder Ausflugsziele – hier hat der Gast hygienisch und kontaktlos alles auf einen Blick. „Im besten Fall gibt es sogar eine Option, Leistungen direkt zu buchen oder einen Tisch zu reservieren. Dadurch profitiert der Gast von zusätzlichem Komfort und der Hotelier generiert Umsatz.“ Darüber hinaus sind es auch die Mitarbeiter, die sich Lösungen für ein beschleunigtes und effizienteres Arbeiten wünschen. „Die Generation, die jetzt ins Berufsleben startet, kann mit Apps und Co. umgehen. Sie nutzt Checklisten auf dem Smartphone und erwartet sie auch im Hotel, am Arbeitsplatz“, erklärt Valerie Wagner.



## Kontaktlos in Verbindung bleiben

Besonders die vergangenen Monate haben bewiesen, wie schnell sich die Kommunikation ins Netz verlagern kann. Soziale Netzwerke sind der direkte Draht zum Gast und gewinnen daher immer mehr an Bedeutung. Sie schaffen Sichtbarkeit, Dialoge, sorgen für Kundenbindung und generieren Feedback. Welcher Kanal sinnvoll ist, richtet sich nach der jeweiligen Zielgruppe des Hotels und deren Interessen. Instagram und Facebook sind überaus erfolgreich: „Bilder, Storys und Effekte ziehen das Publikum an. Snackable Content also, der leicht und schnell zu konsumieren ist. Hotels sollten darauf achten, dass sie regelmäßig posten – nicht jeden Tag, aber kontinuierlich“, so Wagner. „Außerdem entstehen unter den Beiträgen Gespräche; wer nicht antwortet oder mit einem Like reagiert, wirkt unglaubwürdig. Das kann sich negativ auf die Außenwerbung auswirken.“ Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Website. „Alle Links, die über Social Media geteilt werden, müssen zur Hotelwebsite und im besten Fall zu einer Zimmerbuchung führen.“

## Influencer-Marketing

Sowohl die Zusammenarbeit mit Reisebloggern als auch professionelles Influencer-Marketing kann sehr erfolgreich und sinnvoll sein. Trotzdem sind viele Hoteliers unsicher, wenn es um dieses Thema geht, denn es gibt viele Vorurteile in der Branche. Valerie Wagner will damit aufräumen, denn „Influencer haben eine starke Community und die Zielgruppe identifiziert sich mit ihnen. Sie empfehlen etwas und dafür müssen sie bezahlt werden – sei es in Form von Übernachtung oder Verpflegung.“ Hotels können von der großen Reichweite profitieren, „denn durch die Erwähnung in einem der Beiträge wird ihre Sichtbarkeit erhöht. Ich würde immer eine langfristige Kooperation suchen und eine nachhaltige.“

## #hotelsaufinstagram

Seit 2019 veranstaltet Valerie Wagner die sogenannte #hotelsaufinstagram-Challenge. An fünf Tagen stellt sie den teilnehmenden Hotels eine Aufgabe, die sie auf Instagram umsetzen müssen. Die letzte Challenge fand während des Lockdowns statt und es galt, sein Hotel in allen Facetten zu präsentieren – sei es bei einem Video-Rundgang durchs Haus oder in Form von Bildern für den News-Feed. Dank der neuen Instagram-Reels haben Teilnehmer jetzt noch mehr Möglichkeiten.

## Meet&Greet

Im Rahmen ihrer Arbeit hat Valerie Wagner bereits mit vielen Menschen aus der Branche gesprochen und ist vielen unterschiedlichen Persönlichkeiten begegnet. In ihrem Podcast „Stimmen für die Hotellerie“ lässt sie genau diese Menschen zu Wort kommen – „Hoteliers, die begeistern und innovativ sind und entschlossen nach vorne schauen.“ Ein Podcast-Gespräch mit Philip von Bodman von den Achat-Hotels ist ihr dabei besonders in Erinnerung geblieben, „denn die Hotelgruppe ist mitten im Marken-Relaunch in die Pandemie geschlittert und hat mit viel Zuversicht und Optimismus ihr Vorhaben trotzdem umgesetzt. Das finde ich beeindruckend.“

## 5 Tipps für Hoteliers

1

Prüfen Sie analoge Prozesse, die Sie möglicherweise digitalisieren können.

2

Ihre Website ist das digitale Herz im Netz und sollte das Zentrum Ihres Handelns sein. Sie muss Buchungen generieren – sowohl über den Desktop als auch mobil.

3

Nutzen Sie soziale Netzwerke und machen Sie sich sichtbar!

4

Stellen Sie den Gast in den Mittelpunkt. Welche digitalen Möglichkeiten würde er nutzen?

5

Vergleichen Sie verschiedene Anbieter und treffen Sie die Entscheidung sorgfältig.



Weitere Infos: [www.valerie-wagner.de](http://www.valerie-wagner.de)

# Privates Wohlfühlambiente



Um unbeschwert und mit genügend Privatsphäre Wellnessmomente genießen zu können, bieten einige Hotels den sogenannte Private Spa an – ein Wellnessbereich im eigenen Hotelzimmer. Ohne mit anderen Menschen in Kontakt zu kommen, können zum Beispiel Gäste des Hotels Bären im Schwarzwald ungestört in der eigenen Sauna neue Kraft tanken oder aus den zwei freistehenden Badewannen den Blick in die Umgebung genießen. Volle Liegen oder laute Geräusche sind passé. Ein weiterer Vorteil: Die Personenanzahl im hoteleigenen Wellnessbereich wird automatisch reduziert, sodass der nötige Abstand besser eingehalten werden kann.

 Weitere Infos: [www.baeren-titisee.de](http://www.baeren-titisee.de)

## »GeWEINsam«

Der Genuss von Wein ist eigentlich ein physisches Erlebnis, das man gerne mit Freunden teilt. Doch da nicht jeder immer am selben Ort ist, hat das Team von VINOGETHER eine innovative Idee entwickelt: Per Webkonferenz können sich die Teilnehmer der virtuellen Weinprobe zusammenschließen und ihre zuvor per Post erhaltenen Weine kosten. Ein kompetenter Weinexperte steht ihnen dabei zur Seite und unterstützt mit seiner fachlichen Expertise.



 Weitere Infos: [www.vinogether.com](http://www.vinogether.com)



## Geprüft & bestätigt

Hygienisch reine Wäsche ist in Corona-Zeiten ein Muss! Gäste möchten sich wohl und sicher fühlen. Um das zu belegen, können Hoteliers in der Schweiz und in Österreich ihre hauseigene Wäscherei mit dem Gütesiegel „Klasse Wäsche Inspected Quality“ zertifizieren lassen. Auch für Deutschland ist die Zertifizierung bereits in Planung. Die marken- und firmenneutrale Plattform „Klasse Wäsche“ bietet zusätzlich nützliche und hilfreiche Tipps, wenn es um die hauseigene Wäscherei geht. Gegründet wurde sie von fünf Unternehmen aus den Branchen Wäsche, Wäschereitechnik und Chemie – darunter auch Miele.

 Weitere Infos: [www.klassewaesche.com](http://www.klassewaesche.com)



# Exzellente Kulinarik

Dank MChef ist Spitzengastronomie fast überall möglich! Innerhalb von 48 Stunden erhält der Kunde das von ihm ausgewählte Gericht oder Menü an seinen Wunschort. Die Speisen bestehen ausschließlich aus Zutaten höchster Qualität und Frische und werden von erfahrenen Spitzenköchen kreiert. Servierfertig angerichtet auf edlem Porzellan, sind sie bereit für die Zubereitung im Dialoggarer von Miele, der überall dort funktioniert, wo eine Steckdose vorhanden ist. Nach durchschnittlich 25 Minuten sind bis zu sechs Gerichte gleichzeitig fertig zubereitet und ermöglichen an jedem Ort höchsten Genuss in Vollendung.

 Weitere Infos: [www.mchef.de](http://www.mchef.de)



## 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](mailto:welcome@miele.de)! Auch wenn Sie dieses Heft nicht mehr bekommen möchten, schreiben Sie uns einfach.



## Smarte Sternstunden

Die Sterneklassifizierung kann bei der Wahl des Hotels ausschlaggebend sein, denn sie lässt darauf schließen, welche Annehmlichkeiten und Ausstattungsmerkmale den Gast erwarten werden. Seit dem 1. Juli 2020 können Hotels erstmalig auch im Bereich Digitalisierung punkten. Ob intelligente Smart-Hotel-Systeme, digitale Assistenten, Elektromobilität oder WLAN – die Möglichkeiten zur Punktegenerierung sind breit gefächert. Und auch das Thema Nachhaltigkeit hat Eingang in den neuen Katalog gefunden. Die Kriterien für die Hotelklassifizierung gelten europaweit und werden von den siebzehn Mitgliedstaaten der Hotelstars Union alle fünf Jahre überarbeitet. So soll sichergestellt werden, dass die Richtlinien immer den aktuellen Ansprüchen der Zeit gerecht werden.

 Weitere Infos: [www.hotelstars.eu](http://www.hotelstars.eu)



welcome  
& stay

Ausblick: welcome & stay 1 | 2021

## » Netzwerken «

Erfolgreiches Netzwerken ist im digitalen Zeitalter wichtiger denn je – auch für Hotels und Gastronomien. Doch wie funktioniert das? Dieser Frage widmet sich unsere nächste Ausgabe, die im Frühjahr erscheint.



# welcome & stay

MAGAZIN FÜR PROFIS  
AUS HOTELLERIE UND GASTRONOMIE  
**AUSGABE 2 | 2020**

## Umdenken Herzliche Nähe trotz Abstand

Das Mawell Resort in Langenburg hat die aktuelle Situation zum Anlass genommen, um ein innovatives Hygienekonzept zu entwickeln. Besucher können dadurch ihren Urlaub sorglos genießen und müssen auch nicht auf Wellness verzichten – lesen Sie ab Seite 4.