

# welcome & stay

RIVISTA PER PROFESSIONISTI  
DEL SETTORE ALBERGHIERO  
E DELLA RISTORAZIONE  
**EDIZIONE 1 | 2021**

## Riformulare il pensiero Vicinanza calorosa nonostante il distanziamento

Il Mawell Resort di Langenburg ha colto l'attuale situazione come un'opportunità per sviluppare un concetto di igiene innovativo. I visitatori possono quindi godersi la loro vacanza senza preoccupazioni e non devono fare a meno del benessere: leggete da pagina 4 in poi.

## welcome & stay



Care lettrici e cari lettori,

Quando si ha il coraggio di provare qualcosa di nuovo, bisogna distanziarsi dal passato e spesso questa è la soluzione ottimale. Perché solo chi tiene gli occhi aperti incontra difficoltà e agisce con lungimiranza, rimane al passo con i tempi e presente per i suoi ospiti. Soprattutto le circostanze attuali richiedono di agire e conducono a un ripensamento nei settori alberghiero e gastronomico. Il fatto che idee innovative e creative possano emergere proprio da queste situazioni è dimostrato dal Mawell Resort di Langenburg, che ha sfruttato la crisi come un'opportunità per riaffermarsi. Maggiori informazioni da pagina 4.

Anche il settore gastronomico è in piena fase di trasformazione e attira l'attenzione con nuovi concetti. Ghost Kitchen e ristoranti Pop-up-sono solo due esempi tra tanti. Da pagina 14 le altre novità. La blogger Valerie Wagner sa perché i social media e gli strumenti digitali sono essenziali per un marketing di successo nel settore alberghiero, soprattutto in tempi di distanziamento. Maggiori informazioni da pagina 16.

E anche noi di Miele vogliamo aiutarvi ad affrontare le sfide del momento, sia con i nostri professionisti dell'igiene per la cura del biancheria e il lavaggio delle stoviglie (pagina 9), che con i preziosi consigli di questa rivista.

Buona lettura!

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

**Andreas Barduna**

Responsabile Area Commerciale

Professional Sales, Service, Marketing



“Riformulare il pensiero  
è un processo che ci  
insegna il meglio”.

Katharina Eisenlöffel, scrittrice



## Colophon

Miele Italia s.r.l.

www.miele-professional.it

**Direzione progetto (V. i. S. d. P.):**

Johannes Baxpöhler, Nadja Lüdke

**Realizzazione:**

gambit marketing & communication

www.gambit-do.de

**Stampa:**

Bösmann Medien und Druck

GmbH & Co. KG, Detmold

**Foto:**

Titolo/ultima pagina, pag. 3 in alto a sinistra e

in alto a destra, pag. 4–8 © Mawell Resort;

pag. 3 a sinistra al centro Marcus Zumbansen

per Data Kitchen; pag. 3 in basso e pag. 10/11

© Christian Kretschmar per JOI-Design;

pag. 14 in alto © Ristorante al castello Die Fasanerie;

pag. 14 in basso © Stefan Lucks per Data Kitchen,

pag. 15 in alto © Eatclever/Kai-Hendrik Schröder;

pag. 15 in basso © Wintergarten.ms;

pag. 16/17 in alto © Adobe Stock\_Jade;

pag. 16 al centro © Valerie Wagner;

pag. 18 in alto © Hotel Bären;

pag. 18 al centro © Klasse Wäsche (Biancheria di classe);

pag. 18 in basso © Adobe Stock\_NDABCREATIVITY;

pag. 19 in alto a destra © Adobe Stock\_Nizwa Design

e © Adobe Stock\_Artenauta;

pag. 19 in alto a sinistra e in basso a sinistra © MChief;

pag. 19 in basso a destra © Adobe Stock\_Gajus



## Indice

### 04 \_ stay impressive

Ripensato in modo impressionante:  
relax presso il Mawell Resort

### 09 \_ stay careful

Cura della biancheria e delle stoviglie  
per le massime esigenze di igiene

### 10 \_ stay flexible

Alberghi del futuro

### 14 \_ stay exceptional

Esperienze innovative al ristorante

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

La digitalizzazione modifica il settore alberghiero

### 18 \_ stay informed

Novità e consigli per un'ospitalità di alta qualità



# Fisicamente distanti ma vicini col cuore

## Il Mawell Resort a Langenburg

Il Mawell Resort di Langenburg regna sulla splendida valle della Jagst, nel cuore della regione Hohenlohner, e punta sulla regionalità, la sostenibilità e la vicinanza alla natura. Il fiore all'occhiello è una torre alta 40 m che dispone di lounge, sauna e piscina sulla terrazza. Arrivare, sentirsi a proprio agio e godere di momenti indimenticabili sono le prerogative qui, anche in tempi di coronavirus. Con il concetto di igiene, unico del nuovo Mawell 2020, il motto “Fisicamente distanti ma vicini col cuore” viene vissuto in modo completo.

A causa del coronavirus il Mawell Resort ha dovuto chiudere i battenti per tre mesi: un periodo di incertezza e insicurezza, ma anche di nuove idee. “La cosa più importante in questi mesi sono stati i nostri dipendenti, che in ogni caso volevamo continuare a far lavorare”. Così abbiamo pensato ad attività alternative: i nostri cuochi hanno pitturato la facciata in legno, i nostri apprendisti hanno ripiantato le erbe aromatiche in giardino e il nostro personale delle pulizie ha migliorato l'area del parco. Il Mawell brilla di nuova luce”, afferma il direttore dell'hotel Felix Bernauer. Dal 15 giugno l'hotel ha potuto riaprire i battenti e dare il benvenuto ai propri clienti con molte novità. Non si sa come si svilupperà la situazione. La nuova regolamentazione delle chiusure degli alberghi rappresenta una nuova sfida, ma la prima difficile fase ha dimostrato che le alternative esistono.

### Relax assoluto grazie ai test per il coronavirus

Il Mawell Resort è stato il primo albergo in Germania che ha deciso di eseguire gratuitamente i test rapidi PCR, “perché siamo responsabili per la salute dei nostri ospiti e per il loro benessere”, dice Bernauer. I dipendenti vengono sottoposti regolarmente ai test per essere sicuri che al Mawell tutti siano sani. Durante il test gli ospiti possono rimanere seduti in auto e il risultato è disponibile entro 40 minuti. La valutazione viene effettuata nel laboratorio dell'hotel per il quale sono stati impiegati altri cinque dipendenti del settore medico. “Finora abbiamo eseguito oltre 8.000 test e la risposta è stata positiva. Gli ospiti hanno un forte desiderio di spensieratezza e sicurezza e questo è ciò che ottengono da noi”.



Grazie a misure igieniche complete, nulla ostacola il relax. Immersa in un ambiente di pietre naturali, l'area wellness offre il posto adatto per rilassarsi.



**“Nei diversi ambienti, i depuratori d'aria a raggi ultravioletti ne migliorano la permanenza”.**

Felix Bernauer

## Un nuovo modo di pensare in tutti i settori

Oltre ai test obbligatori, il Mawell Resort offre ai suoi ospiti un servizio di pulizia delle camere con dispositivi di ozono aggiuntivi, che garantiscono una disinfezione quasi sterile degli spazi. Nel ristorante, l'ampio spazio tra i tavoli crea il necessario distanziamento, mentre le pietanze a buffet sono preparate già in porzioni, una soluzione igienica oltre che comoda. Oltre alla sicurezza fornita dall'applicazione delle norme igieniche generali, gli ospiti beneficiano di un valore aggiunto a vari livelli in occasione della permanenza in hotel.

## Fare la sauna o nuotare... ma con distanziamento?

Il cuore del Mawell Resort è l'area wellness interna di 4.500 m<sup>2</sup> e quella esterna di 7.500 m<sup>2</sup>, che grazie alla sua struttura unica è un luogo molto speciale per il relax. Per rendere tangibile il legame con la natura, gran parte del paesaggio wellness è stato integrato nella struttura rocciosa esistente. Le pietre rimosse a questo scopo sono state riutilizzate, tra l'altro, come ghiaia, perché l'azione sostenibile è uno dei principi guida più importanti dalla fondazione dell'hotel nel 2013. Per la costruzione sono stati utilizzati materiali allo stato naturale come legno e pietra.

Nell'area wellness le diverse saune, una grotta di sale e le piscine interna ed esterna consentono agli ospiti di immergersi in un'altra dimensione. In questo periodo caratterizzato dal coronavirus anche in questa area si è reso necessario un cambio di mentalità. “In particolare le infusioni per sauna non hanno potuto avere luogo come prima. Il responsabile sauna ha invece eseguito diverse cerimonie con l'incenso che gli ospiti hanno apprezzato. Occorre pensare e agire in modo alternativo”, afferma Felix Bernauer.

La nuova formula prevede inoltre anche una borsa wellness personale, compreso un kit per l'igiene di ogni ospite. La borsa contiene oltre a un accappatoio, un telo hammam, un disinfettante e un bicchiere personali per organizzare in modo igienico e separato anche l'erogazione delle bevande soprattutto nell'area wellness.



Le camere e le suite sono state realizzate in modo attento con materiali della zona.







Un bagno rilassante nel laghetto naturale consente agli ospiti di "fuggire" dalla routine quotidiana.

## Elevatissimi standard di igiene anche nel lavaggio

È fondamentale sottolineare che Mawell è particolarmente attento all'igiene e alla qualità della biancheria. Il marchio Miele ha convinto subito in tal senso. "Quando abbiamo inaugurato la nostra struttura nel 2013, il Mawell disponeva di 36 camere. Tuttavia col tempo ci siamo sviluppati e abbiamo deciso di lavare la biancheria in spugna in una lavanderia in-house. Per la scelta della lavatrice giusta, fondamentali sono stati fattori quali la lunga durata, la funzionalità, l'affidabilità e consumi energetici e idrici ridotti. La scelta è quindi caduta immediatamente sul marchio Miele". Oggi il Mawell Resort dispone di 104 camere per cui le macchine sono sempre in funzione. Complessivamente quattro essiccatoi e quattro lavatrici Miele garantiscono in modo affidabile e igienico la massima purezza e biancheria sempre morbida.

Cosa ci riserva il futuro? Attualmente nessuno lo sa. Tuttavia Felix Bernauer desidera mantenere invariate gran parte delle novità introdotte a causa del coronavirus. "La nostra nuova formula deve garantire a noi e ai nostri ospiti un senso di sicurezza e benessere anche in futuro. La cosa più importante in questo periodo è rimanere al passo con i tempi e dimostrarsi aperti alle novità." Il signor Bernauer desidera dare un consiglio agli altri albergatori: "Pensare fuori dagli schemi. Perché la crisi può essere sfruttata solo come opportunità. Non ci sono alternative."



**"Il Mawell Resort rappresenta il cambiamento."**

Felix Bernauer



Maggiori informazioni: [www.mawell-resort.de](http://www.mawell-resort.de)



# Igiene in tutti i settori

## Perché la protezione è sempre al primo posto per Miele

Per la cura della biancheria e il lavaggio delle stoviglie quotidiani è richiesta la massima igiene, soprattutto in tempi di pandemia. Soprattutto in settori sensibili come quelli alberghiero e gastronomico, dove gli ospiti devono sentirsi sicuri e rilassati, protezione e purezza rappresentano un “must”.

I sistemi completi di Miele Professional offrono il trattamento professionale di biancheria e stoviglie, sinonimo di sicurezza igienica e qualità di prima classe. Queste caratteristiche sono confermate da numerose certificazioni. Inoltre questi sistemi sono il risultato di una competenza ed esperienza pluriennali e sono stati prodotti e testati per soddisfare le massime esigenze igieniche per le quali Miele si assume la responsabilità. Nel contempo le macchine Miele Professional soddisfano le massime esigenze in termini di performance, redditività e non per ultimo di trattamento delicato di tutti i capi e delle stoviglie.

### Cura dei tessuti per la massima sicurezza

Per evitare la diffusione di infezioni, soprattutto nel settore della cura della biancheria si rendono necessari programmi e processi di lavaggio efficaci. Le lavatrici industriali Miele sono dotate di programmi di disinfezione ad alta resa. Oltre alla disinfezione termica che si distingue per temperature e tempi di mantenimento elevati, è disponibile anche la disinfezione termochimica. Questo tipo di disinfezione funziona inoltre con disinfettanti speciali. Anche l'asciugatura gioca un ruolo fondamentale. L'asciugatura deve avvenire in modo completo e uniforme in modo che non ci sia terreno fertile per possibili germi e batteri.

### Lavaggio delle stoviglie igienicamente sicuro

Anche le lavastoviglie di Miele Professional contribuiscono alla massima igiene grazie alle temperature elevate dell'acqua nel lavaggio e nel risciacquo finale e soddisfano tutte le esigenze tecniche e funzionali della norma DIN SPEC 10534 per il funzionamento igienico delle lavastoviglie industriali. Inoltre l'opzione del dosaggio automatico preciso di detersivo evita di dosarne una quantità insufficiente oppure di dosarne troppo e quindi di ridurre l'efficacia di lavaggio. Si ottengono quindi risultati perfetti e igienici. Anche nell'asciugatura di stoviglie, pentole e posate si impedisce la proliferazione di germi grazie a Miele Professional. Le macchine ProfiLine dispongono dell'asciugatura ottimizzata brevettata AutoOpen grazie alla quale lo sportello della lavastoviglie si apre leggermente al termine del programma. Questo rende più facile la fuoriuscita del vapore acqueo in eccesso: un valore aggiunto per alberghi e ristoranti.

### Pulizia per tutto l'inverno!

Con il nostro pacchetto marketing e un finanziamento flessibile si attende la primavera in sicurezza, nonostante il coronavirus!



Maggiori informazioni: [www.miele-professional.it](http://www.miele-professional.it)

CORONABILITY

# Sulla strada della conoscenza

PLASMARE IL FUTURO IN MODO ATTIVO



**Peter Joehnk** è membro della BDIA dal 1982 in veste di architetto d'interni. Nel 1984 ha fondato il suo studio "joehnk.Interior Design". Con l'inizio della gestione di JOI-Design nel 2003, sono seguiti numerosi progetti pianificati e realizzati, nonché pubblicazioni e premi. Dal 2018 è partner di "JOI-Design Innenarchitekten A.D. joehnk + partner" mbB con la moglie Corinna Kretschmar-Joehnk.

**Per il futuro della gastronomia, saranno richiesti i concetti ora esistenti con il Covid-19, soprattutto per quanto riguarda le misure architettoniche.**

Lo studio di design d'interni JOI-Design, con sede ad Amburgo, è specializzato nei settori alberghiero, gastronomico, Serviced Apartment, Spa & Residential. Per Peter Joehnk, Amministratore Delegato e partner, è chiaro che la minaccia in corso influenzerà la nostra memoria e, soprattutto, plasmerà il settore alberghiero a lungo termine. Anche Jean-Georges Ploner, figura di spicco di F&B HEROES GmbH, società di consulenza e di gestione specializzata nello sviluppo, nell'ottimizzazione e nel coordinamento di concetti di gastronomia sostenibile, ha evidenziato le future tendenze della gastronomia in questo contesto. Mentre Ploner si concentra su nuovi sistemi e format per offrire alle persone in futuro ospitalità in condizioni mutate, Joehnk mostra misure strutturali concrete che, a suo parere, determineranno questo settore in futuro. Un incontro su diversi livelli con parallelismi sorprendenti.

**Jean-Georges Ploner** è un gastronomo certificato e maestro cameriere, oltre che formatore. Dal 1994 è socio amministratore di Pencom Germania, ora Ploner Hospitality Consulting. Quale amministratore delegato dell'azienda di consulenza e management F&B Heroes, egli fa parte delle personalità più famose del settore Hospitality. In molti libri del settore compaiono le sue opinioni sul mondo gastronomico.



### **Separé per mangiare**

Fraser Suites, Amburgo, JOI-Design

### **Futuro gastronomico**

Per Jean-Georges Ploner, la convivialità e la vicinanza delle persone come desiderio primordiale sono al centro di questo contesto. Aspetti di cui negli ultimi mesi la maggior parte delle persone si è dolorosamente resa conto a causa dell'assenza. Per poter soddisfare le persone in modo ospitale e in conformità con le regole durante i periodi di lockdown, sono stati implementati rigorosi concetti di igiene per proteggere gli ospiti e il personale. Per Ploner la logistica è diventata un fattore rilevante per il sistema in tempi di coronavirus. I ristoratori hanno scoperto il sistema di asporto e la consegna a domicilio come importanti fattori per fornire alla gente cibo e bevande. Per potersi affermare in futuro, Ploner raccomanda di mantenere ed espandere questo canale di vendita, anche con l'aiuto di strumenti digitali. La situazione in periodo di crisi e successivamente richiede un cambio di pensiero e flessibilità ma allo stesso tempo anche creatività. Perché quando in futuro il cibo giunge all'ospite, il sistema può includere anche il servizio in loco, la consegna delle stoviglie e lo smaltimento della confezione in modo sostenibile. Il coronavirus modifica il mercato e il comportamento nel settore dei consumi. Le grandi catene hanno un vantaggio, così come le piccole aziende specializzate in settori specifici, che si distinguono per le loro proposte di vendita uniche. Un'opportunità per "mettere davvero in discussione e riformulare tutto: sedi, contratti di locazione, dipendenti, strutture e tecnologia", dice Ploner. Inoltre, l'esterno diventa il nuovo interno: la persona sente la libertà, la vastità e ha un senso di sicurezza e di autodeterminazione. Il picnic rappresenta un revival proprio come il cinema drive-in e altri eventi all'aperto.

in alto: **le scale acquistano importanza perché gli ascensori sono stretti.**

in basso: **divisori ambiente per ristorante**  
Fraser Suites, Amburgo, JOI-Design

### Spontaneità vs. esclusività

Oltre a questo, però, il pensiero di base e la motivazione di una visita al ristorante cambieranno, da entrambe le parti. I proprietari hanno una nuova "quota di spazio" a causa del distanziamento richiesto. Ne risulta che un tavolo verrà occupato con maggiore frequenza e per minor tempo. Per Ploner questo significa che rimanere seduti a tavola alla fine di un pasto oramai fa parte del passato. Così come lo è recarsi spontaneamente al ristorante, perché le prenotazioni dei tavoli, i posti a sedere, le fasce orarie e le accettazioni su raccomandazione (come nei club) diventano normalità. Il maggiore impegno nella pianificazione anticipata accresce inevitabilmente le aspettative dell'ospite. La gastronomia diventa un'esperienza, probabilmente addirittura il sostituto di una vacanza esotica. Una grande richiesta nei confronti dei settori gastronomico e alberghiero. Si desidera offrire all'ospite qualcosa di particolare, guadagnare la sua fiducia e allo stesso tempo non limitare la sua libertà. Perché soprattutto c'è l'aspetto della sicurezza, che non solo è obbligatorio, ma deve essere evidente per l'ospite. "Gli ospiti non solo vogliono sentire che tutto viene fatto per la loro sicurezza, ma vogliono anche vederlo", dice Ploner.

### Nuovi valori anche nell'architettura

Se si trasferiscono questi aspetti su progetti edilizi concreti, diventa chiaro che un tale cambiamento rappresenta inevitabilmente anche un ripensamento dell'architettura degli alberghi e delle strutture di ristorazione. Peter Joehnk, partner del noto studio di interior design di Amburgo JOI-Design, afferma che il compito futuro dei designer sarà quello di "creare quanta più trasparenza e apertura possibile, tenendo conto quanto più possibile di protezione e distanziamento". Perché come afferma Jean-Georges Ploner, agli occhi dell'arredatore d'interni, la gente avrà ancora il bisogno di conoscere altre persone, di poterle incontrare e di conversare con loro. Tuttavia vi saranno





in alto: **lavorare in camera, in modo non convenzionale sul letto**

me and all, Kiel, JOI-Design

in basso: **nicchia per lavorare e telefonare**

stay KooooK, Berna, JOI-Design

anche persone che relativamente alla vicinanza si sentiranno invece a disagio. È quindi importante tenere in considerazione entrambi i gruppi e soddisfarli. Le lobby degli hotel continueranno ad esistere, ma a loro volta dovranno essere create nicchie e spazi che offrano aree protette. E si dovranno soddisfare anche le esigenze di normative più rigide in materia di igiene. Rubinetterie che funzionano senza contatto, meccanismi di apertura delle porte e divisori per ambienti rappresentano già delle trasformazioni strutturali. A lungo termine, tuttavia, Joehnk vede soprattutto l'ottimizzazione dei sistemi di climatizzazione e di aerazione e l'aumento dello spazio nelle zone di contatto più importanti. Potrebbero diventare argomento di discussione in tale contesto anche l'itinerario per raggiungere edifici in strade a senso unico oppure entrate e uscite separate. Una cosa è certa per il designer e architetto d'interni: lo spazio stesso sarà sempre più sinonimo di "lusso e sicurezza". In tutto questo, tuttavia, Joehnk rimane ottimista, perché nei suoi 36 anni di esperienza nel settore del design alberghiero, ha già visto realizzarsi cambiamenti e sfide, spesso caratterizzate da un compromesso tra funzionalità e design. Per cui secondo lui anche l'utente e il visitatore hanno molta responsabilità. Perché oltre alla cordialità del personale e alla progettazione dei futuri alberghi e strutture di ristorazione, Joehnk prenderebbe in considerazione anche se stesso come ospite, relativamente all'argomento dell'igiene.



 Maggiori informazioni: [www.joi-design.com](http://www.joi-design.com)  
e [www.fbheroes.de](http://www.fbheroes.de)  
foto: Christian Kretschmar  
per JOI-Design

stay exceptional



Die Fasanerie  
RESTAURANT & CAFE

## Outdoor è il nuovo Indoor

Il ristorante al castello & Café “Die Fasanerie” a Eichenzell voleva viziare i suoi ospiti nonostante il ristorante fosse chiuso e consegnava il cibo non alla porta d’ingresso, come spesso accade, ma presso le panchine del parcheggio. Il parco del castello circostante ha fatto da sfondo a questo insolito picnic e gli ospiti si sono dimostrati molto ricettivi nei confronti della nuova offerta. Per garantire processi fluidi, le panchine del parco sono state dotate di menù numerati in modo che gli ospiti potessero facilmente ordinare il piatto desiderato per telefono. I pasti venivano serviti con automobili simili a quelle utilizzate sui campi da golf. Oltre ai piatti classici, il menù prevedeva anche il guanciale. Davanti a un buon bicchiere di vino era quindi possibile trascorrere una serata “al ristorante” con sufficiente distanziamento e a cielo aperto.



# Gastronomia 2.0

## Ristoranti innovativi dettano nuovi standard

### Slow Food Fast

Come sarà in futuro recarsi al ristorante? Presso la **Data Kitchen Berlin** si ha subito l'impressione che tutto sia orientato alla digitalizzazione. L'ospite può consultare il menù e infine ordinare tramite app oppure tramite il sito web del ristorante. All'ora desiderata la pietanza sarà pronta per essere ritirata presso il cosiddetto **Food Wall**, i cui box in vetro si aprono solo tramite smartphone. Il pagamento naturalmente si effettua anticipatamente online. Questo non ha nulla a che fare con il classico Fast Food, perché lo chef Alexander Brosin crea i suoi piatti con ingredienti regionali e pregiati, curando ogni minimo dettaglio. I visitatori possono gustare zuppa di zucca, gnocchi al vapore, cavolfiore con patate croccanti o crème brûlée di prugne. È possibile ordinare anche la colazione. Dal 2016 gli ospiti possono godere dell'offerta di Data Kitchen e grazie ai 50 posti a sedere organizzare la propria pausa pranzo in modo confortevole senza tempi di attesa.



DATA KITCHEN



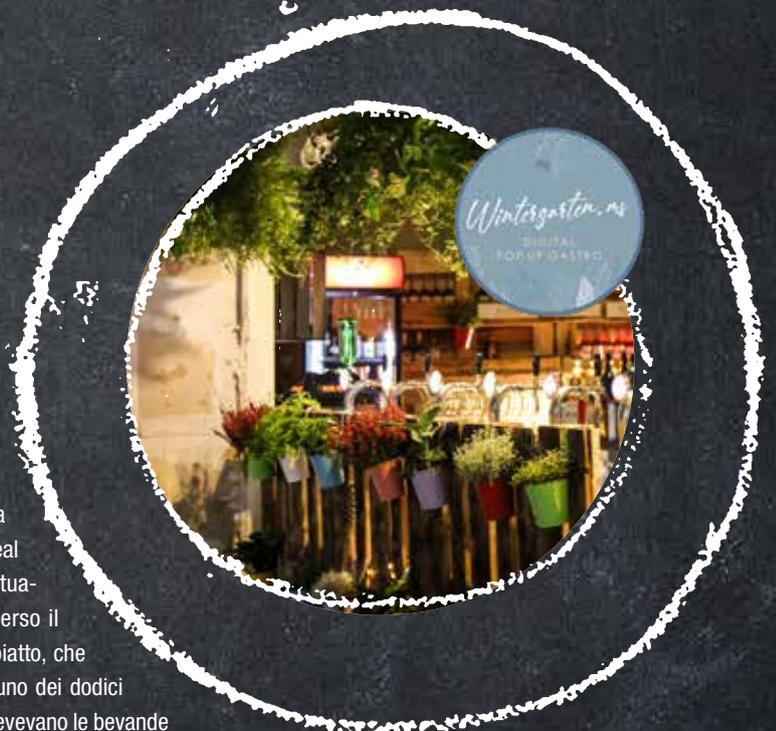
## L'ingegno per deliziare gli ospiti

Prima del coronavirus, le cosiddette ghost kitchen erano un fenomeno di nicchia: ristoranti senza sala da pranzo e senza personale di servizio, dove si cucina solo. In alcuni casi, non hanno nemmeno una cucina, perché la preparazione dei piatti è spesso affidata a grandi cucine. Gli ospiti ricevono i pasti comodamente a casa loro tramite il servizio a domicilio senza dover uscire: un concetto sempre più frequente. Anche i gestori di questi ristoranti virtuali godono di alcuni vantaggi, perché possono reagire in modo più flessibile alle nuove situazioni, non sono dipendenti da un luogo e risparmiano sugli elevati costi di affitto. Un concetto simile è perseguito dall'azienda "taste&soul", che oggi collabora con oltre 70 ristoranti partner in Germania, Svizzera e Inghilterra. Imparano a preparare i piatti creati da taste&soul in ampi laboratori: migliore qualità, ingredienti sani e confezioni riciclabili sono particolarmente importanti per loro.

Uscire a cena con gli amici o la famiglia, cenare insieme al tavolo del vostro ristorante preferito o godersi una birra dopo il lavoro con i colleghi nel vostro pub preferito: ai tempi del coronavirus tutto questo è possibile solo con notevoli restrizioni. Di conseguenza, i servizi di consegna e i ristoranti da asporto sono in pieno boom. Il settore gastronomico deve riorganizzarsi, in modo che dall'emergenza si creino nuove opportunità. Altre idee innovative esistevano già in precedenza e hanno ricevuto una vera e propria spinta a causa della situazione attuale.

## Ristoranti pop-up

Nel luglio 2020 il ristoratore Marcus Gebler, che gestisce già cinque ristoranti e un bar, ha aperto la prima birreria digitale al Lindenhofareal di Münster. Le ordinazioni non venivano effettuate dal menù bensì tramite codice QR. Attraverso il sito web, gli ospiti potevano scegliere il loro piatto, che veniva consegnato direttamente al tavolo da uno dei dodici ristoranti partner. Gli ospiti, al proprio posto, ricevevano le bevande con un carrello portabirra. Per i prossimi mesi invernali, Marcus Gebler ha trasferito il suo concetto in una nuova location: un ex negozio di jeans funge da "wintergarten" pop-up ([www.wintergarten.ms](http://www.wintergarten.ms)) dal 2 ottobre e attira i suoi ospiti con fascino urbano. La combinazione di servizio di consegna e vendita locale di bevande rimane chiaramente invariata. Inoltre, 20 artisti e designer hanno potuto dare libero sfogo alla loro creatività sulle pareti del "wintergarten" e hanno trasformato il locale in una galleria con le loro opere d'arte uniche. Cibo e arte combinati armoniosamente.



stay up-to-date

# Futuro senza contatto?

Chi vuole essere smart si orienterà verso la digitalizzazione

Che si tratti di check-in autonomo dal tablet, pagamento senza contanti o feedback tramite i social media, la digitalizzazione fa già parte della nostra vita e guadagna quindi terreno anche nel settore alberghiero. Mentre alcuni alberghi iniziano a fare i primi passi nel mondo della digitalizzazione, altri sono già a buon punto: entro il 2022 in tutti gli alberghi "ibis" il check-in sarà effettuato esclusivamente tramite tablet. Presso l'albergo Brunner Hof a Arnschwang nella foresta bavarese si è già oltre: gli ospiti vengono infatti accolti dal simpatico robot "Pepper".

È chiaro che non tutti gli alberghi attueranno le stesse misure per diventare smart perché l'offerta deve essere anche adeguata al target. Tuttavia in tempi di coronavirus non bisognerebbe dimenticare le esigenze dei propri clienti che desiderano sempre più comfort, innovazione e sicurezza.

La digitalizzazione risponde concretamente a queste esigenze e crea nuove opportunità per garantire il distanziamento.

Per Valerie Wagner la digitalizzazione rappresenta la nuova "guest relation". In qualità di manager alberghiera e di organizzatrice d'affari qualificata, conosce fin troppo bene il settore alberghiero. Inoltre ha anche una formazione nel settore dell'e-commerce e nella gestione delle entrate e ha lavorato nella gestione di eventi. Nel 2017 ha lanciato il suo blog, Hotel-O-Motion. "Ci sono molti blogger di viaggi e di cibo, ma mancava un blog dal punto di vista del settore alberghiero", afferma Valerie Wagner. Poco tempo dopo seguiva il suo podcast nel quale scambiava opinioni sulla gestione digitale degli alberghi con esperti e albergatori.



## Assistente digitale

"Non è mai stato così facile automatizzare i processi ricorrenti. Il settore alberghiero rimarrà sempre un business di persone, ma gli strumenti digitali facilitano l'organizzazione nell'hotel e la comunicazione con l'ospite", spiega la signora Wagner. Oltre agli strumenti di registrazione degli ospiti conformi alle normative sul coronavirus e GDPR, esiste una vasta gamma di programmi per la comunicazione interna, nonché programmi di gestione alberghiera basati su cloud e applicazioni digitali per menù. Particolarmente utili sono anche le cartelle digitali sugli ospiti che combinano molte funzioni. Normative sull'igiene, programmi giornalieri o mete di viaggi: l'ospite ha tutto a portata di mano, in modo igienico e senza contatti. "Nella migliore delle ipotesi esiste anche un'opzione per prenotare direttamente servizi oppure riservare un tavolo. L'ospite quindi beneficia del comfort e l'albergatore fa fatturato." Inoltre, anche i dipendenti vogliono soluzioni per accelerare il loro lavoro e renderlo più efficiente. "La generazione che si affaccia al mondo del lavoro sa come usare le applicazioni e simili. Utilizza checklist sullo smartphone e se lo aspetta anche in albergo, sul posto di lavoro", spiega Valerie Wagner.



## 5 suggerimenti per gli albergatori

1

Verificate processi analogici che possano diventare digitali.

2

Il vostro sito web è il cuore digitale in rete e deve essere al centro del vostro business. Deve generare prenotazioni, sia tramite desktop che tramite dispositivi mobili.

3

Utilizzate reti social e diventate visibili.

4

Ponete l'ospite al centro della vostra attenzione. Quali opportunità digitali utilizzerebbe?

5

Confrontate diversi operatori e prendete la giusta decisione.

## Rimanere collegati senza contatto

Soprattutto gli scorsi mesi hanno dimostrato quanto rapida può essere la comunicazione in rete. Le reti sociali rappresentano il filo diretto con l'ospite e diventano sempre più importanti. Creano visibilità, dialogo, garantiscono la fidelizzazione del cliente e generano feedback. Quale canale sia il più corretto dipende anche dal target dell'albergo e dagli interessi. Instagram e Facebook hanno molto successo: "Immagini, storie ed effetti attirano il pubblico. Snackable Content quindi, da utilizzare facilmente e rapidamente. Gli alberghi devono accertarsi inoltre di pubblicare regolarmente post, non ogni giorno ma costantemente, dice Wagner. "Inoltre, sotto i post seguono conversazioni; se non si risponde o si risponde con un semplice like si risulta non credibili. E questo può creare cattiva pubblicità." Un altro fattore importante è rappresentato dal sito web. "Tutti i link condivisi sui social media devono ricondurre a un sito web dell'albergo oppure alla prenotazione di una camera."

## Marketing di influencer #hotelsaufinstagram

Sia la collaborazione con blogger di viaggi che il marketing professionale di influencer possono garantire il successo. Ciò nonostante molti albergatori non sono sicuri quando si parla di questo argomento perché nel settore i pregiudizi sono molti. Valerie Wagner taglia corto, perché "gli influencer hanno una comunità forte e il target si identifica con loro. Essi consigliano qualcosa e devono essere pagati per questo, sia che si tratti dell'alloggio che dei pasti". Gli hotel possono beneficiare dell'ampia portata, "perché essendo menzionati in uno dei post, la loro visibilità aumenta. Io cercherei sempre una collaborazione a lungo termine e sostenibile."

Dal 2019 Valerie Wagner organizza la cosiddetta sfida #hotelsaufinstagram. Nel corso di cinque giorni, dà agli hotel partecipanti un compito da svolgere su Instagram. L'ultima sfida si è svolta durante il lockdown e l'obiettivo era quello di presentare l'hotel in tutte le sue sfaccettature: un video tour dell'hotel o immagini per il news feed. Grazie ai nuovi Instagram Reels i partecipanti adesso hanno ancora più possibilità.

## Meet&Greet

Nell'ambito del proprio lavoro Valerie Wagner ha parlato già con molte persone del settore e ha incontrato personalità differenti. Nel suo podcast "Voci per il settore alberghiero", lascia parlare queste persone: "albergatori che sono entusiasti e innovativi e che guardano al futuro". Una conversazione in podcast con Philip von Bodman degli alberghi Achat è per lei particolarmente memorabile, "perché il gruppo alberghiero è finito nella pandemia in pieno rilancio del marchio e ha comunque realizzato il suo progetto con molta fiducia e ottimismo. Lo trovo entusiasmante."



Maggiori informazioni: [www.valerie-wagner.com](http://www.valerie-wagner.com)

# Ambiente privato per il benessere



Per poter godere di momenti di benessere senza pensieri e con sufficiente privacy, alcuni hotel offrono la cosiddetta Private Spa, un'area benessere nella propria camera d'albergo. Senza entrare in contatto con altre persone, gli ospiti dell'Hotel Bären nella Foresta Nera, ad esempio, possono ricaricarsi indisturbati nella propria sauna o godersi la vista dei dintorni dalle due vasche da bagno indipendenti. Sdraio occupate o rumori forti fanno parte del passato. Un ulteriore vantaggio: il numero di persone nell'area wellness dell'hotel viene ridotto automaticamente in modo che possa essere garantito il necessario distanziamento.



Maggiori informazioni: [www.baeren-titisee.de](http://www.baeren-titisee.de)

## “Insieme con un bicchiere di vino”

Il piacere del vino è un'esperienza fisica che si condivide volentieri con amici. Ma poiché non tutti sono sempre nello stesso posto, il team di VINOGETHER ha sviluppato un'idea innovativa: tramite web conference, i partecipanti alla degustazione virtuale possono riunirsi e degustare i loro vini, che hanno già ricevuto per posta. Un esperto di vini è sempre al loro fianco e li sostiene con la sua esperienza.



Maggiori informazioni: [www.vinogether.com](http://www.vinogether.com)



## Provato & confermato

Biancheria igienica è un must in tempi di coronavirus. Gli ospiti desiderano sentirsi a proprio agio e sicuri. A dimostrazione di ciò, gli albergatori in Svizzera e in Austria possono far certificare la loro lavanderia interna con il marchio di qualità “Klasse Wäsche Inspected Quality”.

Anche per la Germania la certificazione è già pianificata. La piattaforma “Klasse Wäsche”, neutrale per il marchio e per l'azienda, offre anche consigli utili per la lavanderia interna. Essa è stata fondata da cinque aziende dei settori della biancheria, della tecnica di lavanderia e dei prodotti chimici, tra i quali anche Miele.



Maggiori informazioni: [www.klassewaesche.com](http://www.klassewaesche.com)



## Tecnologia culinaria eccellente

Grazie a MChef adesso la gastronomia top è possibile quasi ovunque!  
Entro 48 ore il cliente riceve a domicilio la pietanza o il menù scelti.

Le pietanze si compongono esclusivamente di ingredienti di ottima qualità e vengono create da chef stellati. Pronti per essere serviti su porcellana fine, sono pronti per la preparazione nel forno dialogo di Miele, che funziona ovunque ci sia una presa di corrente.

Dopo 25 minuti in media sei pietanze sono pronte contemporaneamente per essere gustate in qualsiasi posto.



Maggiori informazioni: [www.mchef.de](http://www.mchef.de)



### Scrivici!

Hai domande, suggerimenti o ulteriori richieste? Vuoi suggerire nuovi temi, esternare delle critiche o raccontare la tua storia? Saremo lieti di ricevere un tuo riscontro. Scrivici anche se non desideri più ricevere questa rivista.



## Ore stellate smart

La classificazione a stelle può essere determinante nella scelta di un albergo, in quanto suggerisce quali servizi e caratteristiche attendono l'ospite. Dal 1° luglio 2020, per la prima volta, gli alberghi possono ottenere un punteggio anche nell'ambito della digitalizzazione. Sistemi smart per alberghi, assistenti digitali, elettromobilità o rete WLAN: le possibilità sono molteplici. E anche la sostenibilità ha trovato spazio nel nuovo catalogo. I criteri per la classificazione degli alberghi valgono in tutta Europa e vengono rielaborati ogni cinque anni dai diciassette stati membri della Hotelstars Union. In questo modo si garantisce che vengano sempre rispettate le normative in base alle esigenze dei tempi.



Maggiori informazioni: [www.hotelstars.eu](http://www.hotelstars.eu)



welcome  
& stay

Prospettiva: welcome & stay 2 | 2021

### » Reti «

Le reti di successo in un'epoca digitale sono più importanti che mai, anche nei settori alberghiero e gastronomico. Ma come funziona? A questa domanda si dedica la nostra prossima edizione che viene pubblicata in primavera.



# welcome & stay

RIVISTA PER PROFESSIONISTI  
DEL SETTORE ALBERGHIERO  
E DELLA RISTORAZIONE  
**EDIZIONE 1 | 2021**

The background of the entire page is a photograph of an infinity pool. A person is seen from behind, floating in the water with their arms outstretched. The pool's edge is on the right, and the water appears to merge with a dense forest of tall, green trees in the background. The lighting is bright and natural, suggesting a sunny day.

## Riformulare il pensiero Vicinanza calorosa nonostante il distanziamento

Il Mawell Resort di Langenburg ha colto l'attuale situazione come un'opportunità per sviluppare un concetto di igiene innovativo. I visitatori possono quindi godersi la loro vacanza senza preoccupazioni e non devono fare a meno del benessere: leggete da pagina 4 in poi.