

# welcome & stay

REVISTA PARA PROFISSIONAIS  
DE HOTELARIA E RESTAURAÇÃO  
**EDIÇÃO 1 | 2021**

## Repensar Sempre próximos apesar da distância

O Mawell Resort em Langenburg aproveitou a situação atual para desenvolver um conceito de higiene inovador. Os hóspedes podem assim disfrutar de umas férias despreocupadas, sem terem de prescindir do bem-estar – leia a partir da página 4.

## welcome & stay



Caros leitores e leitoras,

quando experimentamos algo novo, temos de nos desprender de algo velho e, na maioria das vezes, isso é positivo. Pois apenas aqueles que mantêm os olhos bem abertos, que acompanham a evolução dos tempos e que agem com cautela permanecerão no ativo e estarão preparados para receber os seus hóspedes. As circunstâncias específicas em que nos encontramos atualmente exigem a nossa intervenção e resultam na reformulação da restauração e da indústria hoteleira. O Mawell Resort em Langenburg transformou a crise numa oportunidade para se reposicionar, mostrando assim que é precisamente nestas situações que podem surgir ideias inovadoras e criativas. Saiba mais a partir da página 4.

Também a restauração está atualmente a passar por uma mudança e está a tentar atrair a atenção com novos conceitos. Ghost Kitchens e restaurantes pop-up são apenas dois exemplos entre muitos outros. Pode ver mais, a partir da página 14. A blogger Valerie Wagner explica de que forma as redes sociais e ferramentas digitais se tornaram imprescindíveis para o sucesso do marketing hoteleiro, sobretudo em tempos de distanciamento. Mais informações a partir da página 16.

Também nós, na Miele, queremos contribuir para que consiga superar os desafios atuais da melhor forma, através dos nossos especialistas em higiene no tratamento da roupa e na lavagem da louça (página 9) ou das valiosas dicas que pode encontrar nesta revista.

Boas leituras!

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

**Andreas Barduna**

Diretor da área comercial

Professional Sales, Service, Marketing



«Repensar  
é um processo que  
nos traz novos  
conhecimentos.»

Katharina Eisenlöffel, escritora



## Ficha técnica

Miele & Cie. kg

www.miele-professional.com

**Gestão de projeto (Responsável de acordo com a lei de imprensa):**

Johannes Baxpöhler, Nadja Lüdke

**Realização:**

gambit marketing & communication

www.gambit-do.de

**Impressão:**

Bösmann Medien und Druck

GmbH & Co. KG, Detmold

**Créditos das fotografias:**

Título/verso, pág. 3 canto superior esquerdo e

superior direito, pág. 4–8: ©Mawell Resort;

Pág. 3 ao centro, à esquerda Marcus Zumbansen

para Data Kitchen; pág. 3 em baixo e pág. 10/11

© Christian Kretschmar para JOI-Design;

Pág. 14 em cima © Restaurante no castelo Die Fasanerie;

Pág. 14 em baixo © Stefan Lucks para Data Kitchen;

Pág. 15 em cima © Eatclever/Kai-Hendrik Schröder;

Pág. 15 em baixo © Wintergarten.ms;

Pág. 16/17 em cima © Adobe Stock\_Jade;

Pág. 16 ao centro © Valerie Wagner;

Pág. 18 em cima © Hotel Bären;

Pág. 18 ao centro © Klasse Wäsche;

Pág. 18 em baixo © Adobe Stock\_NDABCREATIVITY;

Pág. 19 canto superior direito © Adobe Stock\_Nizwa Design

e © Adobe Stock\_Artenauta;

Pág. 19 canto superior e inferior esquerdo © MChief;

Pág. 19 canto inferior direito © Adobe Stock\_Gajus;



## Índice

**04 \_ stay impressive**

Repensar de forma impressionante:

Relaxe no Mawell Resort

**09 \_ stay careful**

Tratamento da roupa e da louça

para os mais elevados padrões de higiene

**10 \_ stay flexible**

Conceitos hoteleiros do futuro

**14 \_ stay exceptional**

Experiências inovadoras em restaurantes

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

Como a digitalização mudou o setor da hotelaria

**18 \_ stay informed**

Novidades e dicas para uma hospitalidade cuidada



# Fisicamente distantes e próximos do coração

## O Mawell Resort em Langenburg

O Mawell Resort em Langenburg impera orgulhosamente sobre o belo vale do Jagst, no coração da região de Hohenlohn, e aposta no regionalismo, na sustentabilidade e na proximidade com a natureza. Um verdadeiro destaque é a torre de 40 m, que inclui Lounge, sauna e piscina na cobertura. Aqui o lema é chegar, sentir-se bem e desfrutar, mesmo em tempos de pandemia. Através do conceito de higiene exclusivo do novo Mawell 2020, o lema «Fisicamente distantes e próximos do coração» é vivido de forma integral.

Três meses depois, o Mawell Resort viu-se obrigado a fechar as suas portas devido à pandemia, um período de incerteza e insegurança, mas também de novas ideias. «O mais importante nestes meses foram os nossos colaboradores, que quisemos manter a todo o custo. Por isso, tivemos de pensar em tarefas alternativas: os nossos cozinheiros pintaram a fachada de madeira, os nossos estagiários replantaram o jardim de plantas aromáticas e o nosso pessoal de limpeza embelezou a zona do estacionamento. E assim, o Mawell ganhou um novo brilho», conta-nos o diretor do hotel Felix Bernauer. A partir de 15 de junho, o hotel pôde reabrir e voltar a receber os seus hóspedes, com imensas novidades. A forma como a situação se irá desenvolver daqui em diante é por agora uma incógnita. O novo encerramento dos hotéis significa um novo desafio, no entanto, a difícil primeira vaga mostrou que existem alternativas.

### Relaxar sem preocupações graças aos testes ao coronavírus

O Mawell Resort foi o primeiro hotel na Alemanha a optar pela realização gratuita de testes rápidos PCR, pois de acordo com o Sr. Bernauer, «somos responsáveis pela saúde e o bem-estar dos nossos hóspedes». Os colaboradores são testados regularmente, de modo a termos alguma certeza: no Mawell estão todos saudáveis. Os hóspedes podem ficar confortavelmente sentados no seu automóvel durante o teste e o resultado é conhecido ao fim de aprox. 40 minutos. A análise realiza-se previamente no próprio laboratório do hotel, para o qual foram contratados mais cinco colaboradores da área da medicina. «Até à data, realizamos mais de 8.000 testes e os resultados têm sido maioritariamente satisfatórios. Os hóspedes procuram despreocupação e segurança e é isso que podem encontrar aqui.»



Graças a medidas de higiene abrangentes, não existem mais obstáculos no caminho para o relaxamento. Integrada numa paisagem antiga de rocha natural, a área de bem-estar oferece o ambiente perfeito para esse relaxamento.



«Os purificadores de ar UV nas salas de tratamento contribuem igualmente para o bem-estar.»

Felix Bernauer

## Repensar todas as áreas

Para além dos testes obrigatórios, o Mawell Resort oferece aos seus hóspedes a limpeza dos quartos com dispositivos adicionais de ozono que proporcionam uma desinfecção quase estéril das instalações. No restaurante, a distância entre as mesas garante o espaço livre necessário, enquanto que as refeições do buffet são servidas em porções individuais, o que para além de higiénico é extremamente prático. Deste modo, para além da segurança proporcionada pela implementação de regulamentos gerais de higiene, é possível acrescentar valor para os hóspedes, a vários níveis, durante a sua estadia no hotel.

## Fazer sauna e nadar, mas com distanciamento?

O ex libris do Mawell Resort é a área de bem-estar interior, com 4.500 m<sup>2</sup>, e exterior, com 7.500 m<sup>2</sup>, que só pela sua construção única, já é um lugar de recreação muito especial. A fim de evidenciar a ligação com a natureza, grande parte do ambiente da área de bem-estar foi integrada na formação rochosa existente. As rochas extraídas foram reutilizadas como gravilha, entre outras aplicações, uma vez que a atuação sustentável tem sido um dos princípios orientadores mais importantes desde a fundação do hotel em 2013. Por isso, foram utilizados sobretudo materiais naturais para a construção, tais como madeira e pedra.



Na área de bem-estar, as diferentes saunas, uma gruta de sal e as piscinas interiores e exteriores, permitem que os hóspedes mergulhem num mundo diferente. Em tempos de pandemia, foi igualmente necessário repensar este espaço. «Sobretudo as infusões para sauna deixaram de se poder fazer como antes. Em vez de espalhar ar quente pela sauna, o nosso colaborador da sauna realizou diferentes «cerimónias de defumação», o que os hóspedes agradeceram. É necessário criar alternativas», refere Felix Bernauer.

Também fazem parte do novo conceito uma bolsa individual e um kit de higiene para cada hóspede. Para além de um roupão de banho, uma toalha hammam e um desinfetante, o kit inclui ainda um copo, a fim de organizar a distribuição de bebidas, sobretudo na área de bem-estar, de forma tão higiénica e sem contacto quanto possível.

Os quartos e suites foram carinhosamente concebidos com materiais da região.







Os hóspedes podem fugir ao quotidiano com um banho relaxante na lagoa natural.

## Os mais elevados padrões de higiene também na lavagem

8  
9

É claro que o Mawell também aposta na máxima higiene e qualidade quando se trata do tratamento da roupa e, nesta área, a marca Miele convenceu desde o início. «Quando abrimos portas em 2013, o Mawell possuía apenas 36 quartos. Mas com o tempo, fomos evoluindo e decidimos lavar as roupas de cama internamente. Os factores decisivos para a escolha da máquina de lavar roupa certa foram a durabilidade, a funcionalidade, a fiabilidade e o consumo reduzido de energia e água. A escolha recaiu imediatamente sobre a Miele.» Atualmente, o Mawell Resort conta com 104 quartos, o que faz com que estes equipamentos estejam em constante utilização. No total, quatro secadores e quatro máquinas de lavar roupa da Miele garantem a máxima limpeza, de forma fiável e higiénica, bem como roupa macia e confortável.

Como será o futuro? Essa é uma das grandes incógnitas da atualidade. No entanto, Felix Bernauer pretende manter grande parte das inovações relacionadas com a pandemia. «O nosso novo conceito pretende trazer uma sensação de segurança, inclusivamente a longo prazo, para nós e para os nossos hóspedes, bem como garantir o seu bem-estar. O mais importante neste momento é acompanhar a mudança e estar recetivo à novidade». O Sr. Bernauer gostaria de dar uma dica aos restantes hoteleiros: «Por vezes, é necessário pensar fora da caixa. Temos de transformar esta crise em oportunidades, nem pode ser de outra maneira.»



**«O Mawell Resort representa a mudança.»**

Felix Bernauer





# Limpeza higiênica em todas as áreas

## Porque na Miele, a proteção vem sempre em primeiro lugar

Sobretudo em tempos de pandemia, é necessário garantir os mais elevados padrões de higiene no tratamento da roupa e na lavagem da louça. Especialmente em áreas sensíveis como na hotelaria e na restauração, em que se pretende que os hóspedes se sintam inteiramente seguros e despreocupados, a proteção e a limpeza vêm em primeiro lugar.



As soluções de sistemas da Miele Profissional, que representam um nível máximo de segurança higiénica e de primeira qualidade, garantem o reprocessamento profissional das roupas e louças, conforme atestado por diversos certificados. Além disso, estas baseiam-se em décadas de competência e experiência e foram especificamente concebidas e testadas em conformidade com os mais elevados requisitos de higiene: a Miele assume essa responsabilidade! Ao mesmo tempo, satisfazem as mais elevadas exigências em termos de desempenho, economia e, por último, mas não menos importante, de reprocessamento cuidadoso de todas as roupas e louças.

### Tratamento dos têxteis para uma segurança máxima

A fim de evitar a propagação de infeções, são necessários programas e procedimentos de lavagem eficazes, sobretudo na área de tratamento da roupa. Para tal, as máquinas de lavar roupa profissionais da Miele estão equipadas com programas de desinfeção eficazes. Para além do processo de desinfeção térmico, que funciona com temperaturas de processo e tempos de retenção de temperatura elevados, existe ainda o processo de desinfeção químico-térmico. Este funciona adicionalmente com desinfetantes especiais. Além disso, a secagem também desempenha um papel fundamental. Esta deve realizar-se de forma integral e uniforme, como um acabamento, de modo a eliminar as fontes de reprodução de eventuais bactérias e germes.

### Lavagem da louça higienicamente segura

Graças às elevadas temperaturas da água durante a lavagem e o enxaguamento, também as máquinas de lavar louça da Miele Professional contribuem para uma higiene irrepreensível e cumprem todos os requisitos técnicos e funcionais sem exceção, tal como definido na DIN SPEC 10534 para o funcionamento higiénico das máquinas de lavar louça industriais. Além disso, a opção de AutoDos preciso evita a dosagem insuficiente ou excessiva do detergente e, conseqüentemente, uma redução do desempenho de limpeza. Tudo isto culmina em resultados perfeitos e higiénicos. Também durante a secagem de pratos, panelas e talheres, a Miele Professional previne a multiplicação de germes. As máquinas ProfiLine dispõem do suporte de secagem patenteado AutoOpen, que permite a abertura fácil da porta da máquina de lavar louça no final do programa. Isto permite que o excesso de vapor de água se evapore mais facilmente, um verdadeiro valor acrescentado para hotéis e restaurantes.

CORONABILIDADE

# No caminho do conhecimento

CONSTRUIR ATIVAMENTE O FUTURO



**Peter Joehnk** é um designer de interiores que é membro da Ordem dos Designers de Interiores na Alemanha (BDIA) desde 1982. Em 1984, fundou o seu gabinete «joehnk.Interior Design». Quando assumiu a gerência da JOI-Design em 2003, seguiram-se numerosos projetos planeados e realizados, bem como publicações e prémios. Desde 2018, juntamente com a sua esposa Corinna Kretschmar-Joehnk, é parceiro da «JOI-Design Innenarchitekten A D joehnk + partner» mbB.

**No futuro da restauração, a procura incidirá sobre conceitos que existem atualmente com a Covid-19, sobretudo no que diz respeito a medidas arquitetónicas.**

O gabinete de design de interiores JOI-Design em Hamburgo é especializado nas áreas da hotelaria, restauração, Serviced Apartment, Spa & Residential. Para Peter Joehnk, gerente e sócio, é evidente que a ameaça constante irá afetar a nossa memória e, sobretudo, moldará a indústria hoteleira a longo prazo. Também Jean-Georges Ploner, o responsável máximo da F&B HEROES GmbH, uma empresa de consultoria e gestão especializada no desenvolvimento, otimização e coordenação de conceitos de restauração sustentáveis, tem vindo a destacar as futuras tendências da restauração neste contexto. À medida que Ploner se centra em novos sistemas e formatos que visam a oferta de serviços de hospitalidade no futuro, em condições alteradas, Joehnk mostra medidas estruturais concretas que, na sua opinião, irão definir o futuro deste setor. Um encontro de ideias a diferentes níveis, com paralelismos surpreendentes.

**Jean-Georges Ploner**

é um gastrónomo e chefe de sala certificado pelo estado, bem como formador certificado. Desde 1994, é sócio-gerente da Pencom Deutschland, atualmente a Ploner Hospitality Consulting. Como gerente da empresa de consultoria e gestão F&B Heroes, é uma das personalidades mais marcantes do setor da hospitalidade. Em diversos livros especializados, dá-nos uma visão emocionante do mundo da gastronomia.



### **Espaços privados para a refeição**

Fraser Suites, Hamburgo, JOI-Design

### **O futuro da gastronomia**

Para Jean-Georges Ploner, o foco neste contexto está no convívio e na proximidade entre as pessoas, como necessidades básicas, cuja ausência nos últimos meses afetou dolorosamente a maioria das pessoas. Para poder receber pessoas de forma hospitaleira e em estrito cumprimento das normas durante o período entre os confinamentos, foram implementados conceitos rigorosos de higiene para proteger os hóspedes e o pessoal. Para Ploner, a logística tornou-se um fator relevante para o sistema em tempos de pandemia. Os restaurantes descobriram o take-away e as entregas como um importante pilar para fornecer refeições e bebidas às pessoas. A fim de se posicionar para o futuro, Ploner recomenda a manutenção e expansão deste canal de distribuição, incluindo a ajuda das ferramentas digitais. A situação durante e após a crise exige uma mudança de pensamento e flexibilidade, promovendo ao mesmo tempo a criatividade. Fazer chegar as refeições ao cliente no futuro, também poderá incluir o serviço no local, ao fornecimento de louça ou a eliminação da embalagem da forma mais sustentável possível. A pandemia altera o mercado e o comportamentos dos consumidores. As grandes cadeias estão em vantagem, bem como as pequenas empresas especializadas em setores específicos, que se destacam devido à sua exclusividade. Uma oportunidade para «realmente questionar e renegociar tudo: locais, arrendamentos, colaboradores, estruturas e tecnologia», diz Ploner. Além disso, o exterior é o novo interior: a pessoa sente a liberdade, a imensidão e tem uma sensação de segurança e autodeterminação. Também assistimos ao renascer dos piqueniques, bem como dos cinemas drive-in e outros eventos ao ar livre.

Em cima: **as escadarias ganham maior relevo, uma vez que os elevadores são demasiado apertados.**

em baixo: **divisórias no Fine Dining**

Fraser Suites, Hamburgo, JOI-Design

### Trocar a espontaneidade pela exclusividade

Contudo, também a noção básica e a motivação de uma visita a um restaurante irá mudar, para ambos os lados. Devido ao distanciamento necessário, os proprietários têm de trabalhar com novas ocupações. Como resultado, uma mesa será ocupada com mais frequência e por um período de tempo mais curto. Para Ploner, «o convívio após a refeição, uma tradição na Alemanha» será coisa do passado. O mesmo acontecerá com as idas espontâneas ao restaurante, uma vez que as reservas, a colocação de mesas, os intervalos de serviço e as admissões por recomendação (por ex. em clubes de membros) passarão a ser a norma. Contudo, devido ao maior esforço de planeamento prévio, aumentam as expectativas do cliente. A gastronomia passará a ser uma experiência, talvez até uma alternativa exótica para umas férias. Uma grande exigência que se coloca atualmente aos setores da restauração e da hotelaria. É importante oferecer ao cliente algo muito especial, para ganhar a sua confiança e ao mesmo tempo não o restringir na sua liberdade. Pois acima de tudo, está também o aspeto da segurança, que não só é obrigatório, como também deve ser visível para o cliente. De acordo com Ploner, «os clientes não querem apenas ter a sensação de que tudo está a ser feito para a sua segurança, mas querem ver essa segurança».

### Novos valores, também na arquitetura

Se transferirmos estes aspetos para projetos concretos de construção, torna-se claro que este grau de mudança também implica inevitavelmente uma reformulação da arquitetura dos hotéis e estabelecimentos de restauração. Peter Joehnk, sócio do reconhecido gabinete de design de interiores JOI-Design em Hamburgo, refere a este respeito que a tarefa dos designers no futuro será «garantir a máxima transparência e abertura, tendo em conta a proteção e a separação necessárias».





Em cima: **trabalhar no quarto, mesmo que seja em cima da cama**

me and all, Kiel, JOI-Design

Em baixo: **nicho para trabalhar e telefonar stay KooooK, Berna, JOI-Design**

Tal como Jean-Georges Ploner, também aos olhos do designer de interiores as pessoas continuarão a ter a necessidade de conhecer outras pessoas, de contactar e falar com elas. No entanto, também haverá pessoas que irão olhar para a proximidade com um sentimento de insegurança. Importa, por isso, cumprir os requisitos de ambos os grupos. As recepções dos hotéis, por exemplo, continuarão a existir, mas por sua vez, deverão ser criados nichos e espaços para proporcionar áreas privadas. Importa ainda satisfazer a crescente necessidade de regras de higiene mais rígidas. As torneiras sem contacto, os mecanismos de abertura de portas e divisórias de salas são já as primeiras alterações estruturais implementadas a este respeito. No entanto, a longo prazo, Joehnk acredita que se apostará sobretudo na otimização dos sistemas de ar condicionado e ventilação, bem como na criação de mais espaço nas zonas de contacto mais utilizadas. Também considera que a «diferenciação de circuitos em edifícios, com vias de sentido único» ou a separação de entradas e saídas, poderão ser soluções. A grande certeza do designer e designer de interiores é que o espaço será cada vez mais um «sinónimo de luxo e segurança». Apesar de tudo isto, Joehnk continua otimista, porque nos seus 36 anos de experiência acumulados como designer independente de hotéis, já assistiu a uma série de mudanças e desafios, muitas vezes marcados por um equilíbrio entre funcionalidade e design. Desta forma, o próprio utilizador e o hóspede também devem ser responsabilizados. Para além da simpatia do pessoal e do design dos hotéis e estabelecimentos de restauração no futuro, Joehnk considera determinante o papel do hóspede no que diz respeito à higiene.



 Mais informações: [www.joi-design.com](http://www.joi-design.com)  
e [www.fbheroes.de](http://www.fbheroes.de)  
todas as fotografias: Christian Kretschmar  
para JOI-Design

stay exceptional



## O exterior é o novo interior

O restaurante & café «**Die Fasanerie**», num castelo em Eichenzell, no estado de Hesse, quis continuar a mimar os seus clientes, apesar do fecho do restaurante, e entregar as suas refeições não à porta da frente, como acontece frequentemente, mas sim nos bancos de jardim do parque. O parque que rodeia o castelo foi o cenário perfeito para este piquenique invulgar e os clientes aceitaram muito bem o novo serviço. Para que tudo corra na perfeição, os **bancos de jardim do parque foram equipados com ementas numeradas**: desta forma, o cliente esfomeado podia facilmente efetuar o seu pedido por telefone. Foram utilizados pequenos carros parecidos com carrinhos de golfe para entregar as refeições acabadas de confeccionar. Para além dos pratos clássicos, a ementa também incluía as bochechas de boi. Desta forma, era perfeitamente possível terminar a noite com uma refeição acompanhada de um copo de vinho, um distanciamento adequado e sob o céu aberto.

# Gastronomia 2.0

Conceitos de restauração inovadores  
estabelecem novos padrões

## Slow Food Fast

Como será uma ida ao restaurante no futuro? Na **Data Kitchen Berlim** poderá ter uma primeira impressão, porque tudo aqui está orientado para a digitalização. O cliente pode escolher e, de seguida, encomendar a sua refeição através da aplicação ou da página web do restaurante. À hora desejada, a refeição está pronta para ser levantada na chamada **Food Wall**, cujas caixas de vidro etiquetadas apenas podem ser abertas através do smartphone. O pagamento é efetuado previamente online. Contudo, isto nada terá a ver com o conceito clássico de Fast Food, pois o chefe Alexander Brosin cria os seus pratos a partir de ingredientes regionais e de alta qualidade, com grande atenção ao detalhe. Os clientes podem assim provar a sopa de abóbora, bolinhos cozidos a vapor, couve-flor com crocante de pele de batata ou brulée de ameixa. Também é possível encomendar o pequeno-almoço. Desde 2016, os clientes podem beneficiar da oferta da Data Kitchen e, graças a 50 lugares sentados sem tempo de espera, tornar a sua pausa para almoço particularmente eficiente e cómoda.





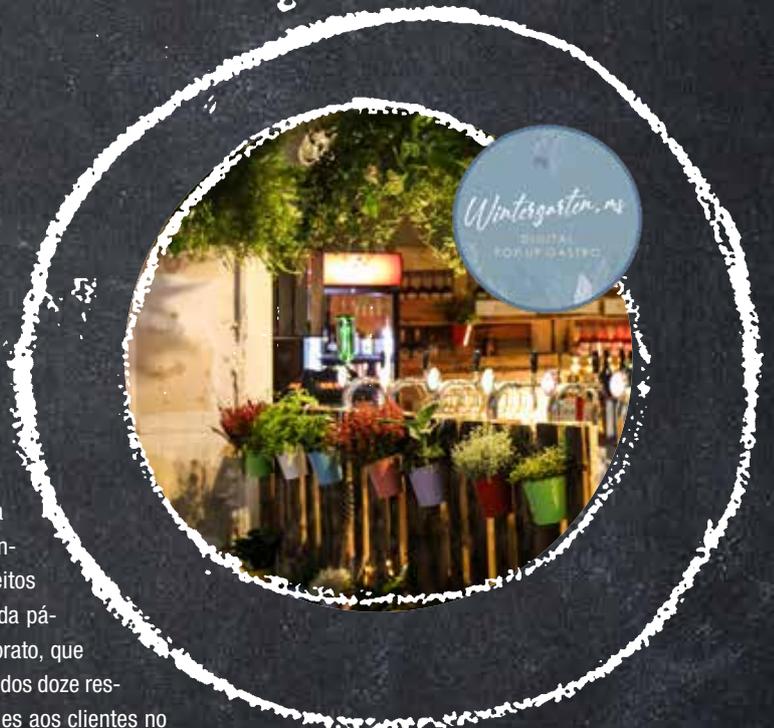
## O prazer de uma refeição graças a soluções engenhosas

As chamadas Ghost Kitchens eram apenas um fenómeno pontual antes da pandemia: restaurantes sem sala de jantar e sem pessoal, onde apenas se cozinha. Em alguns casos, nem sequer necessitam de cozinha, uma vez que a confeção das refeições é frequentemente subcontratada a cozinhas industriais. **Os clientes recebem as suas refeições comodamente em casa através do serviço de entregas**, sem terem de sair de sua casa, um conceito que atualmente é o mais procurado. Também quem explora estes restaurantes virtuais goza de algumas vantagens, pois pode reagir de forma mais flexível às novas circunstâncias, não depende tanto da localização e poupa nos elevados custos de alugar. A empresa «**taste&soul**», que já trabalha com mais de 70 restaurantes parceiros na Alemanha, Suíça e Inglaterra, desenvolve um conceito semelhante. Esses parceiros podem aprender a confeccionar os pratos criados pela taste&soul através de workshops abrangentes: máxima qualidade, ingredientes saudáveis e embalagens recicláveis são particularmente importantes.

Combinar uma refeição agradável com amigos ou familiares, disfrutar dessa refeição na maior mesa do seu restaurante preferido ou beber uma cerveja com os colegas de trabalho no café do costume, ao final do dia de trabalho: com a pandemia, isto apenas é possível com restrições consideráveis. A consequência: serviços de entregas e restaurantes take-away em franca expansão. O setor da restauração teve de se reinventar, dando origem a novos conceitos, em parte, por mera necessidade. Já existiam outras soluções inovadoras que, devido à atual situação, assistiram a uma verdadeira expansão.

## Restaurante pop-up

Em julho de 2020, Marcus Geßler, que já gere cinco restaurantes e um bar, abriu a primeira **cervejaria digital ao ar livre**, no parque de Lindenhof, em Münster. Os pedidos não eram feitos por ementa, mas sim por código QR. Através da página web, os clientes podiam escolher o seu prato, que era entregue diretamente na sua mesa por um dos doze restaurantes parceiros. As bebidas eram entregues aos clientes no local, através de um carrinho de cerveja. Para os meses de inverno que se seguiram, Marcus Geßler transferiu o seu conceito para um novo local: uma antiga loja de gangas está a funcionar desde 2 de outubro como **esplanada de inverno pop-up** ([www.wintergarten.ms](http://www.wintergarten.ms)) e atrai os seus clientes com um toque urbano. A conjugação do serviço de entregas e de venda local de bebidas continuará certamente a funcionar. Além disso, 20 artistas e designers foram convidados a dar asas à sua criatividade nas paredes da esplanada de inverno e, com as suas obras de arte únicas, transformaram o espaço numa verdadeira galeria: **comida e arte em harmonia**.



stay up-to-date

# Futuro sem contacto?

Quem quer ser inteligente, aposta no digital

Quer se trate do check-in autónomo no tablet, pagamentos sem dinheiro ou comentários através de redes sociais, a digitalização já faz parte de todas as áreas da vida e, por isso, também está a ganhar terreno na indústria hoteleira. Enquanto alguns hotéis começam a dar os primeiros passos para a digitalização, outros já estão muito bem posicionados: até 2022, o check-in em todos os hotéis da ibis será efetuado de forma totalmente autónoma através do tablet. O hotel Brunner Hof, em Arnschwang, na floresta da Baviera, vai mesmo um passo mais longe: os clientes são recebidos pela simpática robô «Pepper».

É compreensível que nem todos os hotéis adotem as mesmas medidas para se tornarem mais inteligentes, uma vez que a oferta se deve adaptar aos grupos-alvo. No entanto, e especialmente em tempos de pandemia, não deve ignorar as necessidades dos seus clientes, pois estes têm um desejo crescente de mais conforto, inovação e segurança. A digitalização aborda estas necessidades de uma forma concreta e cria novas oportunidades para manter o distanciamento.

Para Valerie Wagner, a digitalização é a nova forma de nos relacionarmos com o cliente. Na qualidade de gestora hoteleira e organizadora de negócios qualificada, ela sabe muito bem como funciona a indústria hoteleira. Além disso, é formada na área do e-commerce e gestão de receitas e também já trabalhou na gestão de eventos. No ano de 2017, deu vida ao seu blog «Hotel-O-Motion». «Existem imensos bloggers de viagens e comida, mas faltava um blog sobre a hotelaria», refere Valerie Wagner. Pouco tempo depois seguiu-se um podcast, onde troca ideias com especialistas e hoteleiros sobre o tema «Gestão hoteleira digital».



## Ajudante digital

«Nunca foi tão fácil automatizar processos recorrentes. A indústria hoteleira continuará sempre a ser um negócio de pessoas, mas as ferramentas digitais facilitam cada vez mais a organização no hotel e a comunicação com os hóspedes», explica a Sra. Wagner. Para além das ferramentas de registo de hóspedes, que devem estar em conformidade com as regras Covid e RGPD, existem vários programas para a comunicação interna, bem como software de gestão hoteleira baseado em nuvem e aplicações para ementas digitais. As pastas digitais de hóspedes, como as do operador Gastfreund, também são particularmente úteis, uma vez que combinam várias funções. Quer se trate de regras de higiene, programas diários ou destinos de excursões, aqui, o cliente tem tudo num só sítio, higienicamente e sem contacto. «Na melhor das hipóteses, existe mesmo a opção de reservar serviços diretamente ou reservar uma mesa. Assim, o cliente beneficia de conforto adicional e o hoteleiro gera receitas». Além disso, são também os colaboradores que querem soluções para um trabalho mais célere e mais eficiente. «A geração que inicia agora a sua vida profissional sabe como utilizar aplicações e afins. Esta geração utiliza as listas de verificação do smartphone e espera que estas também existam em hotéis e no local de trabalho», explica Valerie Wagner.



## 5 dicas para hoteleiros

1

Verifique processos semelhantes que possa digitalizar.

2

A sua página web é o elemento digital central na rede e também deve ser o elemento central da sua ação. Deve ser capaz de gerar reservas, tanto através da versão desktop, como através da versão móvel.

3

Utilize as redes sociais e torne-se visível!

4

Coloque o foco no cliente. Que opções digitais ele utilizaria?

5

Compare diferentes operadores e tome uma decisão ponderada.

## Permanecer em contacto sem contacto

Os últimos meses, em particular, mostraram a rapidez com que a comunicação se espalha pela rede. As redes sociais são a ligação direta com o cliente e, portanto, vão ganhando cada vez mais importância. Aqui cria-se visibilidade, diálogo, garante-se a fidelidade do cliente e gera-se feedback. O canal mais útil depende do respetivo grupo-alvo do hotel e dos seus interesses. O Instagram e o Facebook são especialmente bem sucedidos: «Imagens, stories e efeitos atraem público. Snackable Content, ou seja, conteúdos de fácil e rápido consumo. Os hotéis devem certificar-se de que fazem publicações regulares, não todos os dias, mas de forma contínua», disse Wagner. «Além disso, por baixo das mensagens surgem autênticos debates e quem não responde ou reage apenas com um «gosto», carece de credibilidade. Isto pode ter um impacto negativo na publicidade exterior». Outro ponto importante é a página web. «Todas as ligações partilhadas através das redes sociais devem conduzir à página web do hotel e, na melhor das hipóteses, a uma reserva de quarto.»

## Marketing de influenciadores

Tanto a colaboração com bloggers de viagens como o marketing profissional de influenciadores podem ser muito bem-sucedidos e úteis. No entanto, muitos hoteleiros estão inseguros quando se trata deste assunto, porque existe muito preconceito no setor. Valerie Wagner pretende acabar com isso, uma vez que «os influenciadores têm uma forte comunidade e o grupo-alvo identifica-se com eles. Eles estão a recomendar algo e precisam de ser pagos por isso, quer seja na forma de alojamento ou de refeições». Os hotéis podem beneficiar do vasto alcance, «porque ao serem mencionados numa das publicações, a sua visibilidade aumenta. Eu procuraria sempre uma cooperação a longo prazo e sustentável.»

## #hotelsaufinstagram

Desde 2019, Valerie Wagner organiza um desafio chamado #hotelsaufinstagram. Durante cinco dias, ela atribui uma tarefa aos hotéis participantes, que estes devem cumprir no Instagram. O último desafio teve lugar durante o confinamento e a tarefa era apresentar o seu hotel em todas as facetas, quer fosse uma visita de vídeo pelo espaço ou sob a forma de imagens para o feed de notícias. Graças ao Reels, uma nova função no Instagram, os participantes têm agora ainda mais opções ao seu dispor.

## Meet&Greet

No âmbito da sua atividade profissional, Valerie Wagner já falou com muitas pessoas do setor e conheceu muitas personalidades diferentes. No seu podcast «Stimmen für die Hotellerie» [Vozes para a hotelaria], ela dá voz aos intervenientes do setor: «Hoteleiros que entusiasmam e são inovadores e que olham decididos para o futuro.» A conversa de podcast com Philip von Bodman, da cadeia de hotéis Achat, ficou-lhe especialmente na memória, «porque o grupo hoteleiro entrou na pandemia a meio do relançamento da marca e, mesmo assim, implementou o seu projeto com muita confiança e optimismo. Acho isso impressionante.»



Mais informações: [www.valerie-wagner.de](http://www.valerie-wagner.de)

# Ambiente reservado de bem-estar



Para poder desfrutar de momentos de bem-estar, sem preocupações e com privacidade suficiente, alguns hotéis oferecem o chamado spa privado: uma área de bem-estar no seu próprio quarto de hotel. Sem qualquer contacto com outras pessoas, os hóspedes do Hotel Bären na Floresta Negra podem recarregar baterias, sem serem incomodados, na sua própria sauna ou desfrutar da vista a partir das duas banheiras independentes. As espreguiçadeiras ocupadas ou o barulho ensurdecedor pertencem ao passado. Outra vantagem: o número de pessoas na área de bem-estar do próprio hotel é reduzido automaticamente, de modo a que seja mais fácil cumprir as regras de distanciamento.



Mais informações: [www.baeren-titisee.de](http://www.baeren-titisee.de)

## »ConVINHO«

Desfrutar de um copo de vinho é na realidade uma experiência física, que gostamos de partilhar com os amigos. Mas como nem sempre é possível as pessoas se reunirem no mesmo lugar, a equipa da VINOGETHER desenvolveu uma ideia inovadora: através de videoconferência, os participantes da prova virtual de vinhos podem juntar-se e provar os seus vinhos, que já receberam anteriormente por correio. Para tal, contam com a ajuda de um especialista em vinhos competente que os apoia com os seus conhecimentos profissionais.



Mais informações: [www.vinogether.com](http://www.vinogether.com)



## Testado e confirmado

A lavagem higiénica da roupa é uma obrigação em tempos de pandemia! Os clientes querem sentir-se confortáveis e seguros. Para comprovar tal facto, os hoteleiros na Suíça e na Áustria solicitaram a certificação das suas lavandarias através do selo de qualidade «Klasse Wäsche Inspected Quality». O processo de certificação já está a ser planeado na Alemanha. A plataforma independente «Klasse Wäsche» oferece também dicas úteis e práticas no que respeita à lavandaria interna. Foi fundada por cinco empresas dos setores de lavandaria, tecnologia de lavandaria e detergentes: incluindo a Miele.



Mais informações: [www.klassewaesche.com](http://www.klassewaesche.com)



# Culinária de excelência

Graças ao MChef, a gastronomia de excelência é possível em qualquer lugar! O cliente recebe a refeição ou o menu que pediu na morada desejada, num prazo de 48 horas.

As refeições incluem exclusivamente ingredientes de qualidade e frescura máximas e são criados por cozinheiros experientes de topo. Confeccione refeições prontas para servir em porcelana fina, com o forno Dialog da Miele, que funciona em qualquer lugar que tenha uma tomada elétrica. É possível confeccionar até seis pratos em simultâneo, em aprox. 25 minutos, e desfrutar dos mesmos em qualquer lugar.

 Mais informações: [www.mchef.de](http://www.mchef.de)



## Escreva-nos!

Tem sugestões, dicas ou questões? Gostaria de sugerir temas, contribuir com críticas e com as suas próprias histórias? Ficamos à espera da sua mensagem para [welcome@miele.de](mailto:welcome@miele.de)! Caso não tenha interesse em receber esta revista, basta dizer-nos.



## Estrelas inteligentes

A classificação por estrelas pode ser decisiva na escolha do hotel, uma vez que sugere que comodidades e equipamentos esperam o cliente. A partir de 1 de julho de 2020, pela primeira vez, os hotéis também podem pontuar na área da digitalização. Sistemas inteligentes Smart-Hotel, assistentes digitais, mobilidade elétrica ou redes sem fios, as possibilidades de obter pontos são muito vastas. E o tema da sustentabilidade também ganhou o seu lugar no novo catálogo. Os critérios de classificação dos hotéis aplicam-se a nível europeu e são revistos de cinco em cinco anos pelos dezassete estados-membros da Hotelstars Union. Desta forma, é possível garantir que as diretrizes satisfazem sempre os requisitos atuais da época que atravessamos.

 Mais informações: [www.hotelstars.eu](http://www.hotelstars.eu)



Perspetiva: welcome & stay 2 | 2021

## » Redes «

O sucesso do trabalho em rede é mais importante do que nunca na era digital, também para hotéis e restaurantes. Mas como funciona? A nossa próxima edição, que será lançada no outono, abordará esta questão.



# welcome & stay

REVISTA PARA PROFISSIONAIS  
DE HOTELARIA E RESTAURAÇÃO  
**EDIÇÃO 1 | 2021**

## Repensar Sempre próximos apesar da distância

O Mawell Resort em Langenburg aproveitou a situação atual para desenvolver um conceito de higiene inovador. Os hóspedes podem assim disfrutar de umas férias despreocupadas, sem terem de prescindir do bem-estar – leia a partir da página 4.