

welcome & stay

REVISTA PARA PROFISSIONAIS
DE HOTELARIA E RESTAURAÇÃO
EDIÇÃO 1 | 2021

Networking Férias cheias de sensações com status de culto

No resort de luxo Stanglwirt em Going perto de Kitzbühel na Áustria, a história e a modernidade estão intrinsecamente entrelaçadas, saiba mais a partir da página 4.



welcome & stay



Caros leitores e leitoras,

raramente é possível conseguir grandes coisas de forma unilateral. Ideias inovadoras, progressistas e criativas surgem geralmente através de uma colaboração orientada para os objetivos. Isto torna ainda mais importante preservar os contactos estabelecidos e criar novos contactos, aprender com os outros e transmitir os seus próprios conhecimentos, por outras palavras, networking! O resort biológico e de bem-estar Stanglwirt em Kitzbühel demonstra que isto pode ocorrer tanto de modo analógico como digital, reunindo as pessoas não só no local mas também na web. Leia mais sobre isto a partir da página 4.

Já não é nenhum segredo que as plataformas de redes sociais são particularmente adequadas para networking. Mas e quanto à nova tendência Clubhouse? Falámos com um especialista (página 8). Também parcerias como os Romantik Hotels ou a ISI Münster providenciam muitas vantagens (página 16). Thomas Bartmann, diretor-geral do Landhotel Bartmann, que se comprometeu recentemente com a missão de networking, também sabe isto. Leia mais a partir da página 12. E para assegurar que o mais alto nível de higiene seja também mantido durante os encontros pessoais, a Miele desenvolveu o eficiente purificador de ar AirControl (página 14).

Boas leituras!

A handwritten signature in black ink, reading 'A. Barduna'. The script is fluid and cursive, with a prominent initial 'A'.

Andreas Barduna

Vice-presidente Sênior

Marketing, vendas, assistência técnica

Business Unit Profissional



«Afinal de contas, são as conexões com as pessoas que dão sentido à vida.»

Wilhelm von Humboldt



Ficha técnica

Miele & Cie. KG

Business Unit Professional
Carl-Miele-Str. 29 | 33332 Gütersloh
Caixa postal | 33325 Gütersloh
Telefone: 05241 89-0
E-mail: welcome@miele.com

www.miele-professional.de

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:

Capa/Contracapa, pág. 3 canto superior esquerdo, pág. 4-8 Hotel Stanglwirt;
Pág. 3 ao centro, à esquerda, pág. 18 canto inferior esquerdo: Adobe Stock_marvent
Pág. 3 ao centro, à direita, pág. 10: Hotelbird
Pág. 3 em baixo, pág. 12/13: Landhaus Bartmann
Pág. 16 Romantik Hotels
Pág. 3 canto superior direito, pág. 17: Initiative starke Innenstadt Münster e.V.
Pág. 17: Adobe Stock_MCM
Pág. 16 Romantik Hotels & Restaurants
Pág. 18 canto superior esquerdo: le petite Chef
Pág. 19 canto superior direito: Adobe Stock_Miguel Valls
Pág. 19 ao centro: Adobe Stock_artitwps
Pág. 19 canto inferior direito: Adobe Stock_Sweet Lana



Índice

04 _ stay inspiring

A tendência aliada à tradição no Hotel Stanglwirt

09 _ stay convincing

Simplemente galardoado: Social Media Award da HSMA

10 _ stay open-minded

Clubhouse: mais do que apenas um entusiasmo passageiro?

12 _ stay convertible

De quinta a alojamento com estrelas: Landhotel Bartmann

15 _ stay hygienic

Miele AirControl para ar puro e melhor proteção

16 _ stay interacting

Porque parcerias proporcionam valor acrescentado

18 _ stay informed

Novidades e dicas para uma hospitalidade cuidada

stay inspiring

Stanglwirt, resort biológico e de bem-estar de cinco estrelas

Laços familiares e multidões de fãs

Não é de espantar que uma das estalagens mais conhecidas e antigas do Tirol, a Stanglwirt em Going im Wilden Kaiser, seja para muitos dos seus hóspedes o epítome de férias, descanso e estilo de vida tirolesa, afinal, como um resort biológico e de bem-estar de cinco estrelas, combina harmoniosamente supostos contrastes. «Tendência e tradição, luxo e singularidade, biológico e indulgente: no Stanglwirt nunca é «ou um ou outro», mas sempre «não só, mas também»», diz Maria Hauser, gerente júnior.



Com a sua localização majestosa, rodeado pelo panorama montanhoso de Wilder Kaiser, o hotel, que é propriedade familiar há mais de 300 anos, atrai não só turistas ativos mas também muitas celebridades para a Áustria. Assim, fiel ao seu lema «em casa com o Stanglwirt», este resort singular evoluiu ao longo dos anos até se tornar um estabelecimento conhecido na região.

Exclusividade aliada à sustentabilidade

Como estabelecimento em funcionamento durante todo o ano, sem dias de descanso, o hotel disponibiliza aos seus hóspedes uma vasta oferta de atividades de lazer, incluindo um spa de 12.000 metros quadrados e uma área de bem-estar, gastronomia diver-

sificada, campos de ténis e um campo de golfe, assim como uma coudelaria Lipizzaner com uma escola de equitação. Esta é gerida pela aficionada por cavalos e gerente júnior Elisabeth Hauser-Benz. Para além das atividades mencionadas, ocorrem muitos eventos todos os dias no resort. Apesar desta dimensão significativa e deste ambiente exclusivo, o Stanglwirt sempre se regeu por padrões de sustentabilidade. «Na construção do hotel, Balthasar Hauser, em tributo aos seus antepassados e ao conceito original, seguiu sempre uma orientação de edificação biológica e eficiente em termos energéticos. Atualmente, o estabelecimento hoteleiro tem apenas 3% de custos com energia com uma área turística de 12 hectares e poupa centenas de milhares de litros de petróleo por ano, por exemplo, com

o sistema interno de bombas de calor», explica Maria Hauser.

Conectividade tangível

Para se poder edificar um negócio tão versátil, é necessária a cooperação entre muitas pessoas. «Temos muito orgulho em ter ao nosso lado parceiros em todas as áreas da empresa que estão conosco há muitos anos ou décadas. Uma rede deste tipo baseia-se sobretudo na honestidade recíproca, na transparência e num grande esforço», refere Elisabeth Hauser-Benz. «Além disso, a interação regular com os nossos colaboradores é, naturalmente, muito importante para nós. Aqui temos uma ferramenta de comunicação digital que nos viabiliza isto excelentemente, para além de conversas e reuniões presenciais.»



Pitorescamente situado no sopé dos Wilder Kaiser, o Stanglwirt proporciona uma combinação única de luxo, desporto, bem-estar e lazer sustentável.

O «storytelling» está atualmente em alta

O facto de Stanglwirt ser pioneiro no seu setor no que se refere à temática de digitalização e redes sociais é demonstrado pela sua grande comunidade de cerca de 104.500 fãs no Facebook e 89.000 seguidores no Instagram com taxas de interação e alcance muito sólidas. Maria Hauser sabe as possíveis razões para este sucesso: «Começámos a utilizar as redes sociais muito cedo, especialmente para manter uma interação informal com os nossos clientes habituais. Utilizamos as plataformas principalmente a partir de um conceito em torno de pessoas e de ligações, menos a partir de um conceito promocional.» O imponente cenário também contribuiu para que o Stanglwirt se tornasse um verdadeiro local popular do Instagram. «As conceções das nossas atrações no hotel, das nossas temáticas culinárias e histórias autênticas são muito populares. O storytelling é atualmente muito popular, por isso, ainda bem que as histórias em Stanglwirt nunca se acabam», refere Maria Hauser. Um bom exemplo é a tradicional festa da Weißwurst, que infelizmente devido à pandemia teve de ser cancelada este ano. Sem mais delongas, a família Hauser pensou numa alternativa e enviou um «pacote Weißwurst» para casa de todos os colaboradores. Os momentos envolventes criados durante o consumo deveriam, evidentemente, ser registados e posteriormente publicados nos canais das redes sociais. Maria Hauser recorda-se: «A reação foi avassaladora. Mesmo no Múnico, as pessoas aderiram, vestiram-se com dirndls e lederhosen e desfrutaram das Weißwurst com as suas famílias.»

«Mesmo quando se trata de redes sociais, estamos em constante desenvolvimento.»

Maria Hauser



Visualmente deslumbrante e autêntico

Há já alguns anos que o hotel também coopera com influenciadores digitais. «Gostámos muito da metodologia de expressar um destino de férias menos com palavras e mais com imagens. Isto adequa-se muito bem ao Stanglwirt, com o seu design e localização especiais», diz Maria Hauser. Uma destas influenciadoras é Caro Daur, uma das mais influentes da atualidade na Alemanha. Esteve hospedada em Stanglwirt

pela primeira vez há muitos anos e continua a frequentá-lo repetidamente. Seguiram-se muitos outros influenciadores. Embora com as suas fotografias e vídeos ajudem o Stanglwirt a atrair ainda mais atenção, não são acordados quaisquer contratos ou gratificações. «Também não determinamos quantas e que publicações são publicadas, deixamo-os à vontade, porque só assim tudo é autêntico e genuíno.»



As três senhoras Hauser da esquerda para a direita: Elisabeth Hauser-Benz (gerente júnior), Magdalena Hauser (do Stanglwirt), Maria Hauser (gerente júnior)

«O melhor ponto para networking continua a ser o nosso bar do hotel «auf der Tenne».»

Elisabeth Hauser-Benz



Onde outrora havia palheiros e celeiros, hoje encontramos uma arquitetura extravagante de madeira antiga e convivialidade.

Fiabilidade a todos os níveis

Não só a honestidade, mas também a fiabilidade é uma questão primordial em Stanglwirt, especialmente quando se trata de escolher os equipamentos certos para a lavandaria interna. A Miele tem sido um parceiro de confiança neste domínio há cerca de 45 anos. Sete máquinas de lavar roupa industriais e cinco secadores garantem dia após dia que os convidados são mimados com têxteis macios e aveludados. A nova residência para colaboradores foi também equipada com oito máquinas de lavar e oito secadores da Miele. «Para além da qualidade, uma grande vantagem é o serviço de assistência ao cliente competente e prestável. Um dos nossos secadores funciona há já 40 anos e ainda hoje é possível obter peças de substituição para ele», diz Magdalena Hauser, que se empenha imenso a cuidar das coisas nos bastidores, como a coordenação da lavandaria. «Além disso, a Miele está sempre na vanguarda da tecnologia. Através de melhorias constantes, as máquinas adaptam-se às necessidades dos colaboradores e às circunstâncias em funcionamento contínuo.»



«O mais importante é a interação pessoal, seja com hóspedes, colaboradores ou fornecedores.»

Elisabeth Hauser-Benz



Na lavandaria interna, as máquinas de lavar roupa e os secadores da Miele funcionam a todo o vapor todos os dias.



Nada para...

Paralisação é um conceito desconhecido também no quotidiano do Stanglwirt, mesmo durante a pandemia. «Estamos sempre otimistas e aproveitámos o tempo para fazer avançar as coisas. Uma vez que o Stanglwirt é uma quinta biológica, onde habitam muitos animais que precisam de ser tratados, a vida continuou o seu percurso quotidiano, mesmo durante o confinamento», esclarece Maria Hauser. E o que poderia provar isto melhor do que o facto de a família Hauser ter feito o parto de um total de 27 bezerras durante os confinamentos? «Nada para. A natureza mostra-nos como.»



Mais informações: www.stanglwirt.de



HIGIENE PARA O HOTEL

Com um novo impulso para a temporada de verão

Para assegurar que os hoteleiros e anfitriões tenham um começo seguro e sem preocupações após o confinamento, a Miele Professional providencia assistência útil: aproveite todas as vantagens de uma lavandaria interna e beneficie de um financiamento flexível.

Com o pacote de marketing adequado, pode comunicar as suas medidas de higiene em vários canais de modo muito simples. É assim que domina a abordagem específica ao grupo-alvo e cativa potenciais hóspedes para o seu alojamento.



<https://www.miele.de/professional/marketing-paket-hygiene-im-hotel-3256.htm>



O Stanglwirt recebe hóspedes há mais de quatro séculos e é agora gerido por Balthasar Hauser, da 10.^a geração.

O SEU ENVOLVIMENTO NAS REDES SOCIAIS SERÁ RECOMPENSADO!



#hotellerierockt

Quando se trata de comunicação direta com o hóspede, as redes sociais tornaram-se imprescindíveis. As publicações, os gostos e as partilhas estão atualmente na agenda de muitos hotéis, uma vez que encontramos aí o público alvo, particularmente em tempos de pandemia. No entanto, para se ter sucesso e se diferenciar dos outros, são necessárias ideias extravagantes, dedicação e, acima de tudo, perseverança. A associação da indústria hoteleira, HSMA Deutschland e.V., quer agora premiar este esforço e distinguir campanhas excecionais com o prémio Social Media Award da HSMA.

«Devido às restrições nas viagens nos últimos meses, muitos hotéis utilizaram principalmente redes sociais na sua comunicação», refere Anna Heuer, Diretora Executiva da HSMA Deutschland e.V. «Alguns hoteleiros apresentaram campanhas particularmente profícuas para se manterem em contacto com os seus hóspedes ou para chegarem a novos hóspedes. Gostaríamos de os premiar por isso, também para encorajar outros em tempos de crise.»

Os hotéis podem candidatar-se às categorias de angariação de novos clientes, fidelização de clientes e estratégia de RH e marca empregadora, bem como à de comunicação geral. O júri seleciona os três melhores participantes em todas as quatro categorias. Depois é a vez

do público, com recurso a um inquérito. Para a seleção, não são apenas os gostos que são decisivos, mas também a orientação do grupo-alvo, a coerência e a criatividade, independentemente da plataforma escolhida. Os vencedores para este ano já foram determinados: Ringhotel Hohenlohe (angariação de novos clientes), Hotel Bayerwaldhof (estratégia de RH), Vienna House (fidelização de clientes), Schloss House Hohenkammer (comunicação geral).

Quem é a HSMA Deutschland e.V.?

Com os seus mais de 1.400 membros, a HSMA (Hospitality Sales & Marketing Association) Deutschland e.V., como associação profissional de especialistas e gestores de vendas e marketing na indústria hoteleira e turística, providencia uma plataforma para a troca de informações e experiências.



Mais informações: www.hsma.de/de/social-media-award-2021

COM MIELE

- Lavandaria interna: roupa higienicamente limpa sem risco de contaminação
- Pague quando puder: um financiamento ideal para si!
- Roupa como vantagem competitiva: pacote de marketing para a comunicação com os seus hóspedes



stay open-minded

RELAÇÕES NO MUNDO DIGITAL

Networking na rede

Conectar-se com outros, estabelecer relações, criar contactos e partilhar conhecimentos: onde é o networking mais prático e eficaz presentemente do que na World Wide Web? Em tempos de pandemia, as nossas interações passaram ainda mais para o mundo digital, beneficiando especialmente as muitas plataformas de redes sociais. Estas são também uma boa oportunidade para operadores hoteleiros e proprietários de restaurantes estabelecerem a sua própria rede ou expandirem a que já têm. Em contraste com a rede pessoal, as digitais são significativamente mais ramificadas, porque uma conexão não só é possível através de contactos diretos, mas também através de contactos de segundo e terceiro grau. Consequentemente, a própria rede prospera rapidamente e num período de tempo relativamente curto.

Não surpreende, pois, que várias redes sociais diferentes já se tenham desenvolvido, cada uma com intenções diferentes. Enquanto o Facebook representa a conexão de contactos e convida à discussão em vários grupos temáticos específicos, o Instagram concentra-se na partilha e nos likes de imagens de todos os tipos. O Twitter é o canal para mensagens curtas atuais e o Pinterest disponibiliza pinboards digitais para inspiração. O LinkedIn, cujo homólogo alemão é a rede de carreiras Xing, está focado nos contactos profissionais.

A nova tendência: Clubhouse

Todas as redes sociais são caracterizadas por uma extrema celeridade e espontaneidade, tanto em termos de conteú-

do como de desenvolvimento de novas plataformas. Desde janeiro deste ano, a aplicação de rede social Clubhouse também está em circulação, sendo que, ao contrário das outras, é baseada em áudio e provocou um grande entusiasmo pelo seu carácter ao vivo. Os utilizadores podem ouvir conversas ou participar ativamente em discussões em salas virtuais. Contudo, qualquer pessoa que queira utilizar a aplicação precisa de um convite, um princípio de contenção artificial que garante a exclusividade. **Florian Montag** (Co-fundador do Hotelhero) e **Juan A. Sanmiguel** (Fundador e CEO do Hotelbird) mostram que a nova plataforma também proporciona vantagens para a indústria hoteleira, uma vez que lançaram conjuntamente a ronda de discussões no Clubhouse «Hospitality & Travel Tech Roundtable». Todas as quintas-feiras das 18 às 19 horas, são dedicadas a temas atuais em torno da indústria hoteleira. Falámos com Juan A. Sanmiguel:



Quem já foi convidado na sua ronda de discussões «Hospitality & Travel Tech Roundtable»?

Como estamos presentes em muitas associações como a Hotelverband Deutschland e.V. ou a Hospitality Sales & Marketing Association Deutschland e.V. (HSMA), temos fortes ligações aos gigantes do setor e CEO da indústria hoteleira. Os oradores alternantes nas discussões semanais da Clubhouse incluem, portanto, peritos do setor como o Dr. Josef Vollmayr, Co-Fundador e Diretor Geral da Limehome GmbH, Tilman Volk, Co-Fundador do SuitePad, e Ulrich Pillau, Fundador e CEO da apaleo.

Como é o feedback?

Devido à pandemia do coronavírus, existe atualmente uma falta de oportunidades de interação pessoal, justamente em grupos maiores. Portanto, o feedback é sensacional e a procura é grande, razão pela qual nos decidimos por um ritmo semanal.

Que temas estão em primeiro plano?

Nas nossas discussões, combinamos temas em torno da indústria hoteleira e da tecnologia, por exemplo, as perspectivas da digitalização e a forma como esta foi impulsionada pela pandemia do coronavírus. Como empresas tecnológicas para a indústria hoteleira, a Hotelhero e nós, da hotelbird, podemos veicular muitos insights e conhecemos em detalhe os desafios que os hoteleiros enfrentam. Mas há também um intercâmbio sobre experiências com a tecnologia e os melhores casos na indústria hoteleira.

Que benefícios podem os hoteleiros retirar das discussões?

Os participantes podem partilhar os seus conhecimentos e experiências, o que é um fator particularmente valioso e importante em tempos de crise. Ao mesmo tempo, há inúmeras oportunidades de networking. Na Clubhouse, não só ouvimos os principais representantes da indústria, como também podemos participar ativamente na discussão e estabelecer um diálogo com eles. Não se tem esta oportunidade com muita frequência.

Que vantagens oferece a Clubhouse em comparação com outras redes sociais?

A Clubhouse é uma ótima forma de partilhar conhecimentos sobre o setor e, assim, criar transparência. A sua utilização é simples e descomplicada. Sobretudo devido à experiência ao vivo, a «audiência» resulta numa dinâmica empolgante.

Sucesso devido ao coronavírus: a pandemia é a culpada pelo entusiasmo em torno da nova aplicação? E que perspectivas tem no futuro?

Certamente, porque muitas pessoas anseiam atualmente por boas conversas e novas inspirações depois de os contactos sociais terem sido em grande parte restringidos durante tanto tempo. Na Clubhouse, também se encontram oradores proeminentes que ficamos a conhecer frequentemente de um modo completamente diferente durante as discussões. A variedade de temas é simplesmente enorme. Estou convencido de que todos encontrarão aqui uma discussão sobre o seu tema predileto. Por isso, as perspectivas para o futuro também são boas. É a aplicação certa no momento certo.

Qual é a importância do networking (digital) hoje em dia?

Networking tem sido sempre um fator primordial para o sucesso de uma empresa. Desde o início, foi extremamente importante para mim falar com as pessoas da indústria hoteleira para aprender mais sobre as suas necessidades e pretensões. Esta é a única forma de criar um produto que constitua uma solução real. A pandemia do coronavírus está, indubitavelmente, a fomentar a digitalização. Aprecio este desenvolvimento, mas penso que a médio prazo teremos um mundo híbrido em que o networking digital será um elemento de base.



Outras informações: aplicação Clubhouse, Hospitality & Travel Tech Roundtable todas as quintas-feiras 18–19 h

stay convertible

O LANDHOTEL BARTMANN EM MÜNSTERLAND

Onde outrora as vacas dormiram...

Originalidade, tradição, engenho, convívio e proximidade com a natureza são as marcas do Landhotel Bartmann, que, com a sua localização entre prados e bosques em Sendenhorst, Münsterland, evoluiu de uma antiga quinta para um hotel exclusivo de quatro estrelas. Responsável pela transição é a família Bartmann, que é residente neste pedaço de terra idílico há mais de 500 anos.



**«A nossa génese é a quinta.
Foram precisos vários anos a trabalhar
até chegar a ser um hotel de quatro estrelas.»**

Thomas Bartmann



De palheiro a quarto de hotel

No início dos anos 90, Elisabeth Bartmann começou a conversão da quinta, que tinha sido explorada como tal também até essa altura. «Pouco a pouco, novos espaços, quartos de hotel e apartamentos de férias foram surgindo. Os animais saíram e os turistas vieram. As férias na quinta tornaram-se férias de bem-estar», diz o diretor-geral Thomas Bartmann, que assumiu o alojamento rural dos seus pais há mais de um ano. Hoje, os hóspedes passam a noite nos estábulos de outros tempos,

no antigo palheiro e celeiro, dos quais nada resta da rusticidade original. Em vez disso, os visitantes podem contar com quartos modernos e resplandecentemente estruturados que

prometem muito conforto e relaxamento. Apesar da nova imagem, o passado do hotel ainda é perceptível em alguns pontos. «Na área da entrada, os visitantes são recebidos por um antigo armário rural, e por cima da nossa lareira está pendurado um painel de lareira que data do século XVIII.

O antigo e o novo estão aqui interligados», segundo Bartmann.

O sucesso é uma questão de família

O facto de o hotel ter uma longa história e ser gerido por uma família não só está patente no design de interiores, como também traz muitas vantagens no quotidiano. «Trocam-se ideias mais rapidamente, as tomadas de decisão são mais rápidas e hierarquias são planas. E o melhor: todos agimos em conjunto e estamos muito empenhados no que fazemos!» Em geral, a

sociabilidade e o convívio são muito importantes no Landhotel Bartmann, porque para além da infraestrutura hoteleira normal, providencia várias atividades.

Desde o aluguer de bicicletas ao Swingolf: uma forma simplificada de golfe clássico, e do futegolfe ao Poolball interior, existe uma ampla variedade de atividades de lazer. «Queremos que as pessoas se reúnam, troquem pontos de vista ou se conheçam e, além disso, tenham uma experiência entusiasmante.

Sejam festas de despedida de solteiro, clubes de bowling, grupos de estudantes ou famílias, connosco, todos dão o seu dinheiro por bem empregue.»

Lado a lado

O próprio Bartmann só descobriu o tema de networking nos últimos anos. «Eu costumava resistir um pouco, mas agora mudei completamente de ideias. Há já algum tempo que sou até membro da BNI (Business Network International). Esta é uma comunidade online com participantes de uma vasta gama de setores que se reúne virtualmente todas as quintas-feiras. Já conheci aí muitos indivíduos interessantes, as pessoas recomendam-se umas às outras». Além disso, Thomas Bartmann é membro do LinkedIn e de vários grupos do Facebook, entre outros, para hotéis de conferências. «Para o marketing hoteleiro, utilizamos predominantemente o Facebook e o Instagram, pois é desta forma que alcançamos a cobertura mais ampla. A escolha correta de imagens é aqui particularmente relevante. Tive de me conscientizar para isto e também tirar fotografias que pensei que, na realidade, não desperdiçariam qualquer interesse. Na verdade, é o

**«Fazer networking está
a tornar-se cada vez mais
relevante. Pode-se aprender
uns com os outros e trocar
pontos de vista. Isso dá-me
sempre um grande impulso.»**

Thomas Bartmann

«O encanto da tradição rural aliado aos interiores modernos fazem do nosso hotel algo muito especial.»

oposto: os cenários exemplos da vida real são mais bem recebidos.» Thomas Bartmann e a sua equipa utilizaram também o período de paragem durante a pandemia do coronavírus para se tornarem mais digitais. Assim, a página web foi reformulada e complementada com uma visita em 3D. A sugestão para tal partiu da BNI. A introdução de um novo programa para o hotel simplifica a gestão de quartos de hotel e as pastas digitais para os hóspedes providenciam uma nova mais-valia para os visitantes. No futuro, o controlo do aquecimento será também convertido para o funcionamento digital. «Deixámos quase completamente as atividades de impressão, porque a presença digital é o nosso porta-voz para o mundo exterior. O coronavírus não foi a causa desta mudança, mas sim um acelerador», refere Thomas Bartmann.

Tratamento da roupa: inovador e sustentável

Pensar e agir de modo progressista e orientado para o futuro está na agenda do Hotel Bartmann. Isto é evidente também na lavandaria interna, que está equipada exclusivamente com equipamentos da Miele. «Naquela altura, os meus pais optaram sempre pela Miele, quer se tratasse do aspirador, da calandra ou mesmo da máquina de lavar roupa. São simplesmente os melhores equipamentos, e quando se está satisfeito com algo, escolhe-se sem-

pre novamente.» Portanto, a marca já é uma tradição no Bartmann. Para além das máquinas de lavar roupa Miele, também são utilizados os secadores H₂O da Miele para o tratamento de roupa, que graças às duas centrais internas de cogeração de calor e eletricidade minimizam significativamente os custos com a eletricidade, sendo ao mesmo tempo eficientes e sustentáveis. «O nosso objetivo é que a quinta se torne plenamente autossuficiente. Já temos a nossa própria estação de abastecimento de água e de tratamento de águas residuais. Os secadores H₂O proporcionam-nos apoio no nosso propósito e são tão rápidos como outros secadores. Estamos realmente muito satisfeitos por os termos escolhido», diz Bartmann.

Em suma, no que diz respeito ao futuro do hotel, Thomas Bartmann não está apenas envolvido com a ideia da autossuficiência, mas com muitos outros projetos entusiasmantes. «Temos sempre vontade de implementar algo novo. Queremos tornar-nos ainda mais refinados e sofisticados e oferecer aos nossos convidados ainda mais variedade.» «Fazer o que está certo, não ter medo de ninguém» é o seu lema na vida, que certamente merece um lugar no mural de citações do Instagram que Bartmann criou especialmente para o seu hotel e no qual muitas declarações encorajadoras, calorosas e motivadoras já estão a enxamear.



Economia e eficiência na perfeição

SECADORES H₂O da Miele Professional

Para otimizar a necessidade de energia na lavandaria interna, a Miele Professional providencia a solução perfeita com os seus inovadores secadores H₂O. Estes podem ser utilizados onde quer que seja produzida água quente, seja por energia solar térmica, aquecimento urbano, calor residual ou uma central de cogeração de calor e eletricidade (CHP). O princípio funcional: a água quente aquece o ar de processo nos secadores através das novas resistências de aquecimento. Isto garante uma preservação da roupa ao mais alto nível, baixos custos de energia e potências de ligação, bem como melhor eficiência e maior sustentabilidade.



Mais informações: www.landhotel-bartmann.de

Uma renovação fiável



Regras de combate ao coronavírus num sentido totalmente novo. Atualmente tudo o que conhecíamos mudou e tivemos de nos adaptar. Assim, devido à situação atual, tornou-se regra obrigatória: distanciamento, higiene, máscara de proteção. Esta convenção resume o que cada um de nós pode fazer contra a propagação do SARS-CoV-2. À medida que a pandemia continua, os conhecimentos também têm progredido, de modo que a renovação regular do ar também assumiu maior importância. Na Miele Professional também queremos dar o nosso contributo para uma proteção completa e aperfeiçoámos a tríade anterior de regras com o nosso purificador de ar AirControl.



O purificador de ar AirControl da Miele

Para além da ventilação regular, os purificadores de ar podem dar um contributo importante para a renovação de ar. Estes filtram continuamente partículas contendo vírus do ar ambiente. O seu modo de funcionamento pode ser diferente, mas deve contemplar três fatores importantes: o volume de ar, a distribuição de ar dentro do espaço e o desempenho de filtração subjacente. Ao desenvolver e implementar o Miele AirControl, a Miele Professional optou pela não utilização de produtos químicos e favoreceu um processo de filtração puramente físico. Devido à combinação de filtros grosseiros, finos e de alto desempenho podem ser filtradas matérias em suspensão até 0,1 µm. Os filtros ativos e os filtros secundários a jusante otimizam a filtração das substâncias odoríferas e a velocidade do fluxo da saída de ar. Desta forma, o sistema de filtração remove 99,995 por cento das partículas portadoras de vírus.

Norma em paralelo com a sensação

Com o AirControl, a Miele não só cumpre a norma europeia, como também incorpora outros fatores intangíveis como o volume sonoro e uma sensação de bem-estar no espaço. Em hotéis e restaurantes, estes são elementos determinantes que desempenham um papel decisivo na forma como os hóspedes percebem o seu ambiente e se gostam da sua visita. Idealmente um filtro de ar deve funcionar sem ser notado. Uma vez que se pode assumir, especialmente no caso da pandemia, que a purificação do ar terá lugar durante a estadia das pessoas e não exclusivamente durante a sua ausência, estes aspetos requerem uma contemplação muito intensiva. Assim, os conceitos de higiene exigidos também podem ser implementados da melhor forma possível.

Segurança em toda a parte

Sensores de CO₂ integrados não conseguem reduzir a concentração de ar, mas podem otimizar o bem-estar, mesmo para além da pandemia. Porque desta forma, as pessoas presentes na sala são sensibilizadas e encorajadas a ventilar. Especialmente para conferências em hotéis de conferências, isto pode levar a tempos de ventilação mais curtos e mais eficientes do ponto de vista energético. Por este motivo, a Miele Professional atribui grande importância ao tipo de sensor, tal como à inativação térmica dos vírus através do filtro HEPA certificado. Este último garante também a segurança máxima para o pessoal de assistência técnica na substituição dos filtros e, em geral, no manuseio dos aparelhos. Resistentes à inclinação e com uma vertente móvel, os aparelhos elegantemente concebidos providenciam um impulso de frescura a todos os níveis: um verdadeiro estímulo de percepções.

Parceria



Na atual era de influência digital, a questão soa quase banal, mas qual é verdadeiramente o significado de «networking» nos dias de hoje? Especialmente para hoteleiros e proprietários de restaurantes? Parcerias há muitas. Mas como é que elas surgiram? Qual é a motivação por detrás disto e que resultados podem ser medidos? Conversámos com duas parcerias diferentes e obtivemos algumas constatações interessantes.

Mais do que um toque de romantismo

A parceria hoteleira de marketing «Romantik Hotels und Restaurants», que se centra principalmente em hotéis premium de gestão familiar com serviços individuais e gastronomia excepcional, existe há quase 50 anos. Com quase 200 hotéis premium e de luxo e 250 restaurantes prestigiados, estão atualmente representados em sete países europeus. Hoje em dia, quatro dos seis antigos fundadores ainda estão envolvidos, o que reforça o conceito de sucesso da parceria. O foco continua a ser a representação conjunta de uma marca cujas facetas patenteiam confiança. Pois **«quando se coloca o foco nas viagens ou na diversão ou mesmo no posto de trabalho certo e na melhor oportunidade de carreira, então, mais do que nunca, trata-se também de confiança»**, segundo Thomas Edelkamp, CEO da Romantik Hotels und Restaurants AG. «Mesmo que a nossa parceria seja ostensivamente sobre a venda de quartos ou convénios,

a Romantik é muito mais do que um simples canal de vendas. Hoteleiros e proprietários de restaurantes que querem cooperar com a Romantik tornam-se parte de uma família.» Isto também é sentido pelo hóspede: alta qualidade, carácter, estima e espírito comunitário. Não é à toa que os Romantik Hotels desfrutam de popularidade continuada e os clientes procuram explicitamente hotéis que pertencem a esta parceria.

Confiança na competência

A confiança é, portanto, um elemento essencial para redes de sucesso. Unem-se esforços e pode-se confiar na qualidade. Thomas Edelkamp é da opinião que embora os lobos solitários por vezes necessitem de menos coordenação, também se mantêm muitas vezes por conta própria, especialmente quando surgem novas problemáticas e situações. **«As redes não só criam inovações, como providenciam também sustentação e o enquadramento para negócios de sucesso.»** E o sucesso desempenha um papel crucial na restauração em particular, um exercício de equilíbrio entre a tradição comprovada e a nova tecnologia digital. Em resumo: «Hoteleiros e proprietários de restaurantes obtêm tudo o que precisam da Romantik para se orientarem adequadamente num mundo cada vez mais complexo. Com a Romantik, os empresários também ganham mais tempo para a sua verdadeira competência central: ser particularmente bons anfitriões.»

Esquerda: Thomas Edelkamp,
CEO da Romantik Hotels and
Restaurants AG

Em baixo: Judith Helmrich e
Bernd Redeker da Initiative
starke Innenstadt Münster e.V.



Paixão desperta a criatividade

A «Initiative starke Innenstadt Münster», ou ISI, abreviadamente, adota uma abordagem distinta, embora seja perceptível um sentido de realização semelhante. Enquanto o conceito de Romantik Hotels é determinado pelo enquadramento abrangido a partir do exterior, a Initiative, fundada em Münster em 2006, atua principalmente a partir do interior. Os seus cerca de 230 membros derivam dos três sectores do comércio, restauração e imobiliária. Vêem-se a si mesmos como divulgadores e catalisadores e perseguem o objetivo de gerar a cidade mais atrativa da Renânia do Norte-Vestefália a partir de Münster até 2030. Para isso, é indispensável um bom networking e, segundo Judith Helmrich, «o cavalo de batalha mais importante». A própria jovem empresária dirige uma delicatessen com restaurante contíguo em Münster, na terceira geração, e representa os proprietários de restaurantes no conselho de administração da ISI. Através da sua combinação pessoal de comércio retalhista e restauração, ela tem uma boa percepção das tendências, desejos e dificuldades atuais dos setores. Assim, cada um traz a sua própria rede, o que é incrivelmente proveitoso especialmente em workshops criativos, diz Helmrich. **«Networking é difícil de planear ou incutir. É preciso simplesmente vivê-lo ou senti-lo.»** Logicamente que isto por vezes leva a atritos. Na sua opinião, são precisamente estes que devem ser discutidos a fim de poder

colher novos conhecimentos. Nesta base, a Initiative criou mais de 150 projetos nos últimos anos. O lendário «Hansamahl», onde todos os visitantes do centro da cidade são convidados para uma mesa impressionante, é apenas um dos projetos que já granjearam notoriedade para além dos limites da cidade.

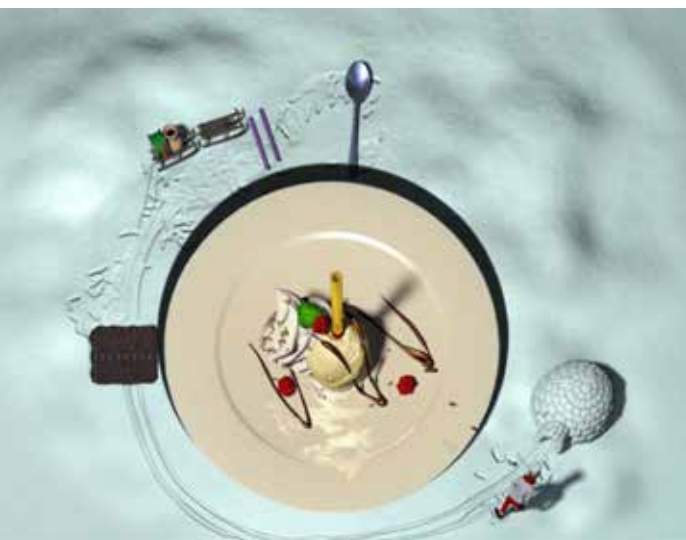
Uma rede em cada situação

Em tempos de coronavírus, projetos deste tipo são mais difíceis de implementar. Mas a ideia subjacente comum do que todos podem fazer pela cidade continua presente. Além disso, a situação pandémica intensificou a camaradagem e o espírito de equipa e realçou ainda mais as vantagens da Initiative. Basicamente, «a restauração é frequentemente constituída por lobos solitários», diz Judith Helmrich, mas o sector da restauração e o sector retalhista estão ainda mais dependentes um do outro do que se presumia anteriormente. Isto, por sua vez, intensificou extremamente o desejo de acreditar na grande causa em conjunto e de avançar para o futuro. Projetos construtivos e criativos, tais como tempos de bloqueio para chamadas por parte de proprietários de restaurantes e retalhistas na rádio desenvolveram-se assim em estratégias orientadas para a solução do ano passado. **«A restauração é um setor muito ágil que envolve uma quantidade insana de criatividade»**, segundo a nativa de Münster. Isto revela uma das vantagens que se tornam aparentes e compensam no contexto de tais parcerias. Canais de comunicação concisos e interação pessoal são outros fatores importantes que providenciam sustentação, sobretudo em tempos de crise. «Os clientes são muito leais, e constatamos isto mesmo agora durante a época da pandemia, o que é realmente um grande incentivo», diz Judith Helmrich. «Isto mostra a nossa força: a relação estreita com todos os intervenientes individuais da cidade.» Quer seja de modo digital ou analógico: a confiança e a cooperação são os pilares mais importantes no âmbito de uma parceria bem-sucedida.



Mais informações: www.romantikhotels.com und www.isi-muenster.de/

O mais pequeno talento culinário



«Le Petit Chef» propicia uma experiência culinária de uma natureza peculiar. Graças à mais recente e sofisticada tecnologia de mapeamento 3D, os convidados participantes desfrutarão não só de pratos selecionados, mas também de uma excecional exibição de filmes. A particularidade: o filme especialmente elaborado é projetado diretamente sobre a mesa e os pratos! O papel principal é desempenhado pelo «Le Petit Chef», cujo pequeno tamanho de apenas 58 mm não é de modo algum indicativo dos seus dotes culinários. Com muita delicadeza e uma dose de humor, prepara um menu requintado para o seu público, digitalmente, claro. Depois da apresentação, então também é possível banquetear-se na vida real. Em abril de 2015, «Le Petit Chef» ganhou vida nos estúdios Skullmapping na Bélgica e desde então que tem vindo a ferver com muito encanto nos corações de muitos clientes de restaurantes e em todo o mundo.



Mais informações: www.lepetitchef.de

INVERTER PAPÉIS

A mentoria faz parte do quotidiano da maioria das empresas: colaboradores experientes com um longo tempo de serviço formam os jovens recém-chegados. Mas será que isso também não funciona inversamente? A «mentoria reversa» inverte simplesmente o princípio clássico e proporciona um tipo ligeiramente diferente de transferência de know-how. Os jovens colaboradores, frequentemente nativos digitais, tornam-se instrutores e orientam os seus colegas mais velhos em questões de digitalização e novos meios de comunicação. O meios de comunicação interna e os métodos de trabalho podem, assim, ser estruturados para serem mais eficazes e adaptados à era digital. Isto cria um diálogo entre as gerações do qual, na melhor das hipóteses, ambas as partes beneficiam, tanto os juniores como os seniores.





FESTA DE SABORES

O carrossel de menus gira em torno da composição perfeita. Uma vez por ano, cerca de 30 chefes de cozinha de quatro regiões diferentes do Ruhr lançam um convite para os menus exclusivos de quatro pratos nos seus restaurantes e a um preço especial. Os clientes escolhem simplesmente o seu menu favorito e reservam a data desejada no restaurante correspondente. Nenhuma das refinadas criações de menu são iguais, por isso a escolha não é fácil.

Da lasanha estaladiça e espuma de tomate branco aos tomedós de lombo de novilho e roulade de verdemã ao gelado crocante de iogurte, há algo para todos os gostos.

E muitos dos restaurantes também oferecem alternativas saborosas para vegetarianos e veganos.

 Mais informações: www.menue-karussell.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!
Caso não tenha interesse em receber esta revista, basta dizer-nos.



Bulício da cidade

Que melhor maneira de explorar uma cidade do que numa visita culinária pela cidade? Este é exatamente o conceito de «Eat the World». Cada visita, seja na Alemanha ou na capital austríaca Viena, é acompanhada por um guia local que conduz os participantes através dos bairros, fora dos circuitos turísticos habituais e com muitas histórias interessantes e que valem a pena conhecer na bagagem. Para que aqueles famintos por descoberta possam realmente sentir o seu gosto, os restaurantes geridos pelos proprietários servem especialidades deliciosas de permeio. Assim, os participantes descobrem não só a diversidade cultural, mas também a diversidade culinária da respetiva cidade.



 Mais informações: www.eat-the-world.com

welcome
& stay

Perspetiva: welcome & stay 11 2022

«Personalizar»

Quanto mais pessoal for o discurso, mais eficaz será a mensagem. Isto aplica-se tanto online como offline. É desta forma que se cria confiança e credibilidade. Pode saber mais sobre isto na próxima edição.



welcome & stay

REVISTA PARA PROFISSIONAIS
DE HOTELARIA E RESTAURAÇÃO
EDIÇÃO 2 | 2021

Networking Férias cheias de sensações com status de culto

No resort de luxo Stanglwirt em
Going perto de Kitzbühel na Áustria,
a história e a modernidade estão
intrinsecamente entreligadas, saiba
mais a partir da página 4.

