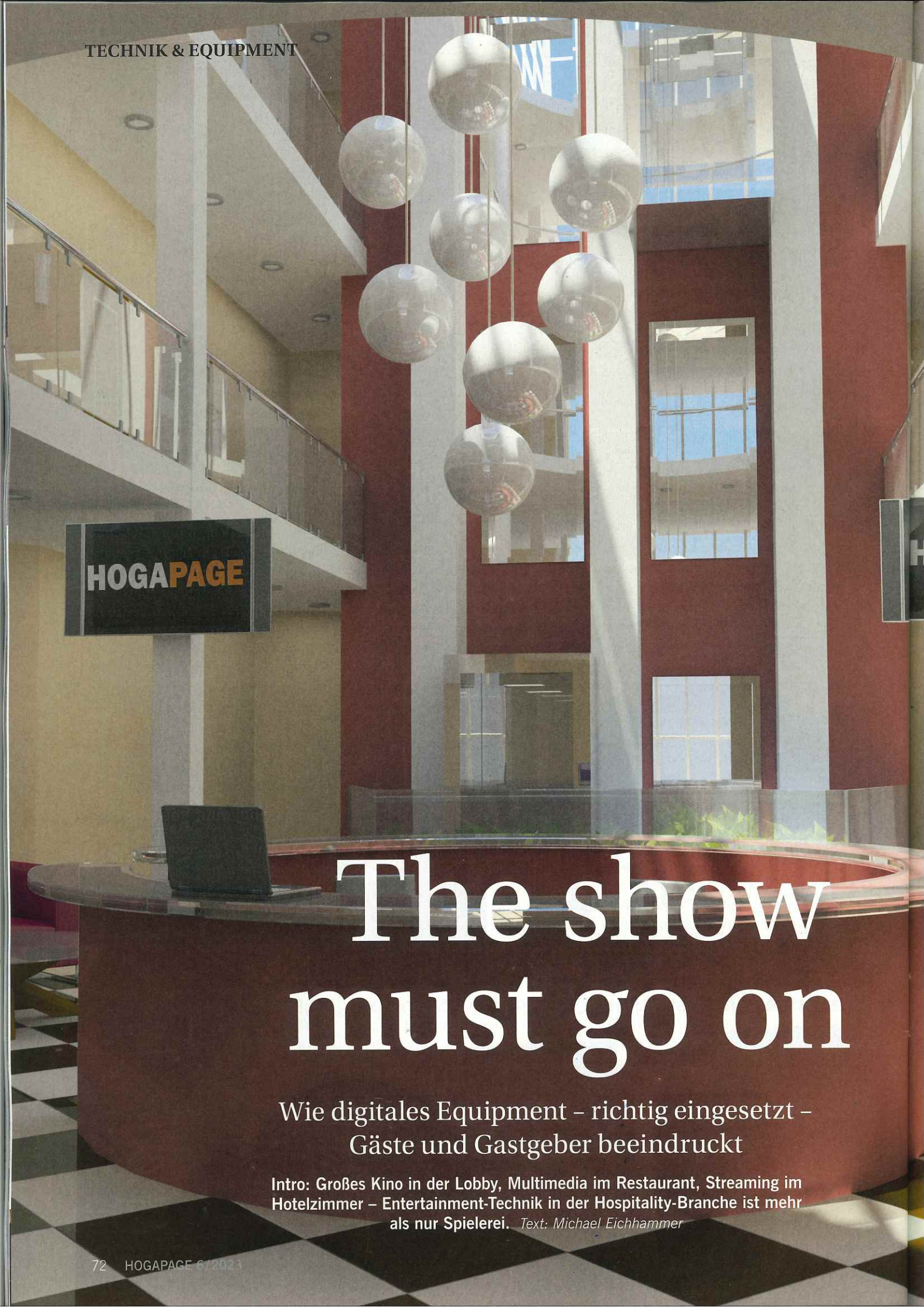
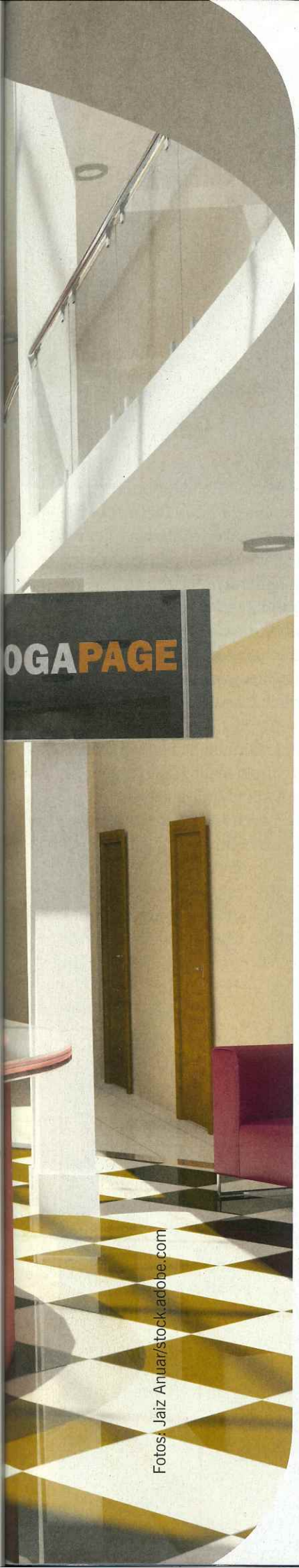


The show must go on

Wie digitales Equipment – richtig eingesetzt – Gäste und Gastgeber beeindruckt

Intro: Großes Kino in der Lobby, Multimedia im Restaurant, Streaming im Hotelzimmer – Entertainment-Technik in der Hospitality-Branche ist mehr als nur Spielerei. *Text: Michael Eichhammer*



Fotos: Jaiz Anuar/stock.adobe.com

Visuelle Hingucker, wie beispielsweise mithilfe von Großraum-Projektoren, ziehen die Gäste schon beim Betreten der Hotellobby in ihren Bann", sagt Alexander Brombach, Head of B2B Sales bei BenQ Deutschland. Diese „Willkommenswelt" führt oft zu einer klassischen Empfehlung oder positiven Kommentaren auf Bewertungsportalen und damit zu mehr Gästen, ist Brombach überzeugt. Die Nutzungsmöglichkeiten reichen von der Übermittlung von Hotelinformationen oder Werbezwecken über ein virtuelles Aquarium bis zu interaktiven Kinderspielen. „Eine visuelle Darstellung transportiert auf schnellem Wege Emotionen und gibt einer Hotellobby ein ganz individuelles Branding", sagt Alexander Brombach. Auch exklusive Hotels mit Sterneküchen, die ihren Gästen ein besonderes Erlebnis ermöglichen wollen nutzen derlei Projektionen.

DIGITALE ASSISTENTEN AUF DEM HOTELZIMMER KÖNNEN DIE GÄSTEZUFRIEDENHEIT STEIGERN UND SO FÜR MEHREINNAHMEN SORGEN.

Musik als unsichtbarer Verkäufer

Guter Sound aber will geplant werden. Monacor bietet hierbei nicht nur Audio-Produkte, sondern auch technische Planungsunterstützung. „Ein guter Klang ist heute für viele Bistros, Cafés, Restaurants und Hotels ein Aushängeschild", weiß Björn Westphal von Monacor. Im Hotel kann das neben dem Restaurant und Hotelzimmer auch den Eingangsbereich, die Lounge, die Flure, den Wellnessbereich sowie die Fitness- und Konferenzräume und natürlich die Tanzfläche betreffen.

Live-Konzert im Restaurant – ohne Musiker

Steffen Wohlfarth ist Gründer von AVLcon. Zu den Referenzen der auf Audio, Video und Licht spezialisierten Experten für Entertainmentsysteme zählen unter anderem der Reichstag und die Humboldt Universität in Berlin, aber auch Theater in Großstädten, Kreuzfahrtschiffe, Konferenzräume und Hotels von internationalem Rang. Das Unternehmen bietet für Hotels und Gastronomie ganzheitliche Entertainment-Lösungen. Was Sound angeht, appelliert Wohlfarth, nicht am falschen Ende zu sparen, wenn man Gäste mit Musik unterhalten will. Auch visuelle Effekte wie beispielsweise eine Live-Konzert-Atmosphäre auf mehreren Monitoren, ein Lagerfeuer-Effekt oder eine Fußballspiel-Übertragung laden zu einer längeren Verweildauer ein. „Fallstudien zeigen, dass Gäste dank solcher Wohlfühleffekte 20 Prozent mehr Umsatz generieren", sagt Wohlfarth.

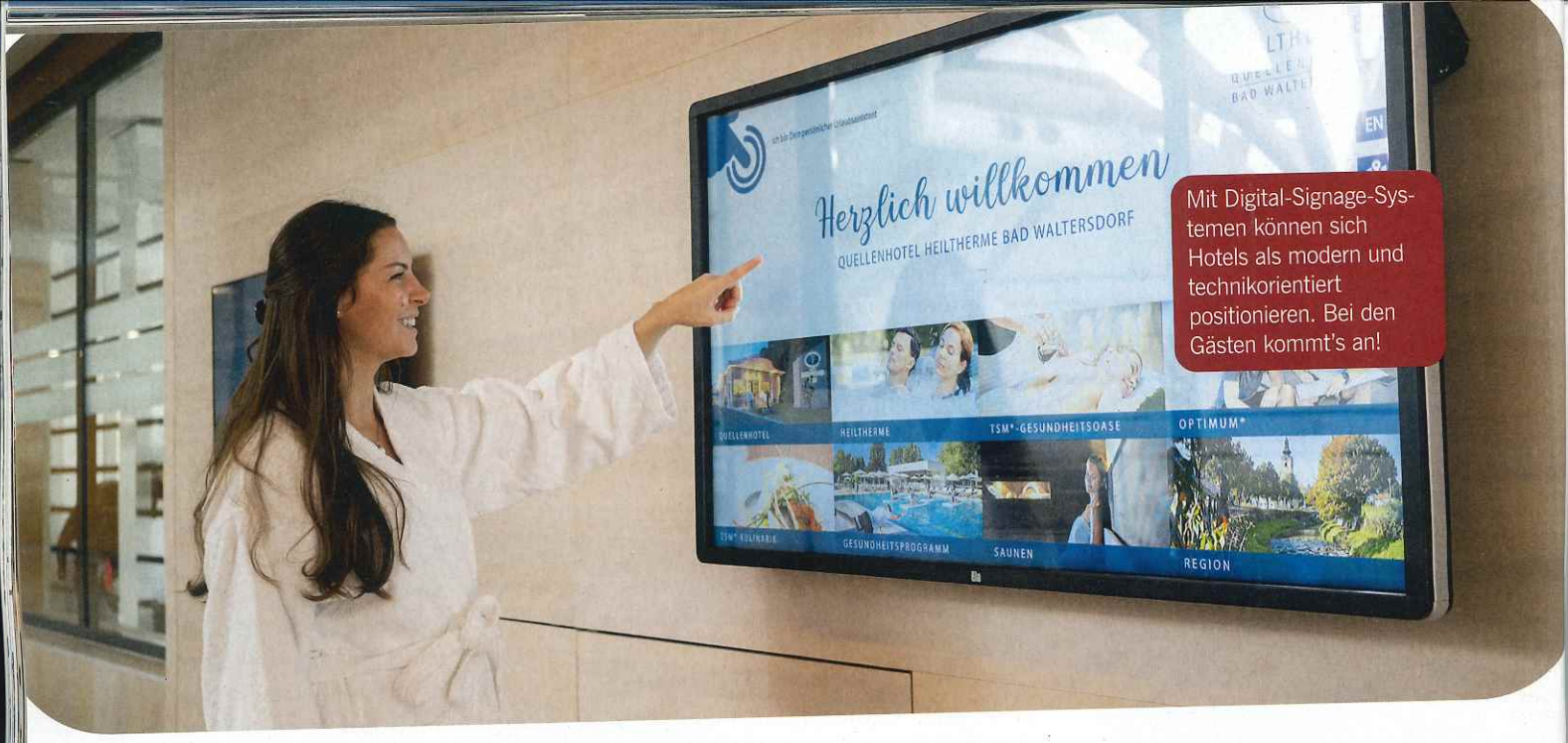
Es werde Licht!

Auch die Beleuchtung will bewusst durchdacht sein. Dabei geht es nicht nur um funktionale Aspekte. Eine warme Lichtfarbe hat einen psychologischen Effekt. Sie suggeriert eine wärmere Temperatur. Die Energiekosten sinken um rund zehn Prozent! Digital Signage endet für Steffen Wohlfarth nicht im Eingangsbereich. Neben Monitoren sollten die Infos ebenso auf dem Fernseher im Hotelzimmer abrufbar sein und auf dem eigenen Smartphone oder Tablet des Gastes.

Interior Designer wie Andreas Neudahm lassen bei der Planung die Anforderungen an Beleuchtung, Musik, Digitalisierung und Entertainment mit einfließen. „Bei meinen Hotelprojekten setze ich auf die Open Lobby, einen Ort der Begegnung mit fließenden, ineinander übergehenden Zonen, die neben dem Mobiliar maßgeblich durch Licht und Musik erzeugt werden", verrät der Designer. Die Open Lobby bietet Platz zum Entspannen, Vernetzen, aber auch zum Arbeiten. Lichtinstallationen unterstützen die individuelle Wirkung des Raumes.

Gäste als ihr eigener DJ – mit Bring Your Own Device

Eine immer größere Rolle spielt das Streaming. Zum einen haben die Gäste das Bedürfnis, Inhalte, die sie normalerweise zuhause auf Netflix, Disney+,



Mit Digital-Signage-Systemen können sich Hotels als modern und technikorientiert positionieren. Bei den Gästen kommt's an!

Amazon Prime Video und Co schauen, auch im Hotel nutzen zu können. Zum anderen ist das Streamen von Audio-Daten vom Handy, Tablet oder Laptop direkt in die Lautsprecher des Hotelzimmers auf dem Vormarsch. Sei es, um Musik aus der eigenen Playlist zu genießen, dem Lieblings-Podcast zu lauschen oder Hörbücher als Einschlafhilfe zu nutzen.

Die Bluetooth-Technik erlaubt all dies und wird von den Gästen als besonderer Mehrwert geschätzt. Anbieter wie Aquasound bieten individuelle Lösungen – für jeden Einsatzbereich von der dezenten Einbaulösung an der Decke oder am Bettende über freistehende Soundbars oder Lautsprecher an Wandhalterungen bis zur wasserdichten Lösung fürs Badezimmer.

Digitale Gästemappe als Alleinunterhalter

Mit einer digitalen Gästemappen wie better.guest von Betterspace oder dem SuitePad spart man Papierkosten und schenkt den Gästen einen unterhaltsamen Mehrwert. SuitePads liegen als Gadgets im Zimmer. better.guest kann neben dem hoteleigenen Tablet auch auf den Geräten des Gastes betrieben werden. Diese Multimedia-Tools bieten einen vielseitigen Infotainment-Mix. Zum einen Hotelinformationen, Ausflugtipps und Co. Zum anderen kann man damit YouTube nutzen, im Web surfen, Radiohören, digitale Zeitungsinhalte lesen oder Spiele zocken. Bei better.guest ist mit E-Grußkarten sogar eine zeitgemäße Alternative zur Postkarte mit an Bord.

MODERNE MULTIMEDIA-TOOLS BIETEN NICHT NUR UNTERHALTSAMES ENTER-, SONDERN AUCH NÜTZLICHES INFOTAINMENT.

„Angebote können den Gästen personalisiert direkt in die Hotelzimmer gebracht und buchbar gemacht werden", erklärt Benjamin Köhler, Managing Director bei Betterspace. Beispielsweise ein Treatment im Wellnessbereich des Hauses oder eine Tischreservierung im Hotelrestaurant. Über den Chat erreichen die Gäste zudem die Mitarbeiter, ohne dafür extra an die Rezeption gehen zu müssen. „Der digitale Assistent steigert die Zufrie-

Visuelle Hingucker ziehen Gäste bereits in der Hotellobby in ihren Bann und können dabei sowohl als Unterhaltung dienen als auch ein ganz individuelles Branding vermitteln.

Fotos: SuitePad, AquaSound, J Döttlinger GongSoft, BenQ

denheit der Gäste und sorgt für Mehreinnahmen", ist Köhler sicher.

Der Fernseher wird zum Mehrseher

Gäste, die zuhause einen Fernseher in UHD-Auflösung haben, empfinden ein älteres Gerät im Hotelzimmer als Downgrade. Für alle, die den Bildschirm nicht nur für das lineare Fernsehen nutzen wollen, gibt es eine Lösung von GoingSoft. Hotcast ermöglicht damit dem Gast, Inhalte aus den eigenen Apps und Accounts aus Smartphone, Tablet oder Notebooks direkt auf den Fernseher zu übertragen, ohne sich dafür auf einem fremden Gerät anmelden zu müssen.

Mit Hotainment von GoingSoft wird der Zimmer-Fernseher zudem zum Kommunikationskanal und Point of Sale. Die Inhalte können auch auf dem Gäste-Handy, Laptop oder Tablet abgespielt werden sowie auf Touch-Displays und Infoscreens in öffentlichen Hotelbereichen. Eigene Infotainment-Inhalte können die Betreiber auch ganz in Eigenregie selbst bestücken mit Texten, Bilder und Videos.

Himmlische Aussichten für Sport-Fans

Der Klassiker unter den Entertainment-Angeboten sorgt noch immer für einen Wettbewerbsvorteil: ein Sky-Abo. Neben der großen Senderauswahl auf dem Fernseher im Zimmer machen Live-Sportevents in der Hotelbar oder im Lounge-Bereich das Verweilen dort attraktiver. Letzteres gilt natürlich ebenso für Kneipen und Restaurants. „Mit Sky Business können auch Gastronomen und Hoteliers von dieser Begeisterung profitieren, indem sie ihren Gästen das umfangreiche Sport- und Entertainment-Angebot von Sky bieten und somit ihre Umsätze steigern", sagt Lars Winking, Vize-Präsident der Business-Sparte. Rund 8,4 Millionen Fans schauen sich regelmäßig Sportübertragungen außer Haus an. Und durchschnittlich gibt jeder Zuschauer am Ort der Live-Übertragung eines Sport-Events 12,16 Euro aus, so eine aktuelle Sky-Analyse.

Das Streamen von Audio-Daten vom Handy, Tablet oder Laptop direkt in die Lautsprecher des Hotelzimmers ist auf dem Vormarsch. Dezente Einbaulösungen z. B. eine wasserdichte Lösung erlauben es, die eigene Playlist auch im Badezimmer abzurufen.

Digitale Gästemappen liegen inzwischen oftmals als Gadgets im Hotelzimmer. Der Betreiber spart Papierkosten und schenkt Gästen einen unterhaltsamen Mehrwert.

Blick hinter die Kulissen: Moderne Tagungstechnik

Jesse Jansen, Director of Sales and Marketing beim Dolce by Wyndham Bad Nauheim gewährt uns einen Einblick in die neue Tagungstechnik seines Hauses. „Zum aktuellen Equipment gehören unter anderem Multitouch-Displays mit integrierter Kamera, Soundsystem und Mikrofon, die besonders für Video-Konferenzen oder hybride Meetings geeignet sind." Des Weiteren hat man das Hotel in 3D abbilden lassen, um Interessierten neben einem Treffen vor Ort auch eine virtuelle Hausführung anbieten zu können. Zudem bietet das Haus eine interaktive iPad-Schnitzeljagd für Business-Gäste an, welche die Sehenswürdigkeiten der Jugendstil-Stadt zeigt.