

# TOP 250 GERMANY inside

Das Magazin für die deutsche  
Tagungshotellerie

## Themen dieser Ausgabe

### Vom Tablet bis zum Roboter

Wie digitale Lösungen Prozesse optimieren und Mitarbeiter in allen Hotelbereichen entlasten können.

10

### Bankett neu denken

Hochzeiten & Co. richtig kalkulieren, Leistungen kommunizieren und Preise selbstbewusst durchsetzen.

24

### Vertrieb optimieren

Mehr Umsatz trotz weniger Personal? Wie externe Vertriebsspezialisten Hoteliers dabei unterstützen.

36



## Managementmodell der Zukunft?

Warum nicht die Hotelleitung in junge, talentierte und ambitionierte Hände aus den eigenen Reihen übergeben? Management-Teams könnten eine Alternative zum klassischen Direktionsposten sein.

20

## Strategien gegen den Fachkräftemangel:

# Mehr Zeit, ein guter Gastgeber zu sein

**Krisen machen kreativ. Wenn der Mangel an Fachkräften Tagungshoteliere schlaflose Nächte beschert, müssen Prozesse im Hotel so optimiert werden, dass Mitarbeiter langfristig entlastet werden. Digitale Tools sind dabei auf dem Vormarsch.**

„Gestatten, mein Name ist Alfred. Ich wiege 47 Kilogramm, spreche fließend deutsch und englisch, bin knapp einen Meter groß und kann zehn Kilogramm tragen. Welche Position ich mir in Ihrem Hotel wünsche? Servicemitarbeiter. Ab sofort.“ Auf ein solches Stellengesuch, wie es die Firma Kraftcom in Oberostendorf formuliert hat, könnten Hoteliere in Zukunft öfter stoßen. Und sie sollten genauer hinschauen, denn Alfred, Charlie oder wie auch immer die Service-Roboter heißen, könnten zu wertvollen Teammitgliedern im Hotel werden.

Diese Erfahrung macht gerade das Hotel edita in Scheidegg im Allgäu. Seit Oktober 2021 setzt das Hotelmanagement auf den Serviceroboter Jeeves von der Firma Robotise, München, der als rollende Minibar gekühlte Getränke, Snacks und wei-

tere Artikel per Anruf direkt bis zur Zimmertür bringt (siehe Praxisbeispiel unten). „Wir sind ein junges, modernes Unternehmen“, erklärt Dirk Sander, Direktor des Hotels edita, „uns hat das Konzept mit dem 24-Stunden-Service für unsere Gäste überzeugt.“ Bislang seien die Gäste zufrieden und die Hotel-Crew begeistert. Ein Jahr auf Probe darf der Roboter durch die Flure fahren, dann wird entschieden, ob Jeeves bleiben darf oder nicht.

### Mehr Raum für Dienstleistung

Vermutlich wird er weiterarbeiten dürfen. Denn der Personalmangel bleibt auch in Zukunft das Thema Nummer eins in der (Tagungs-)Hotellerie. Rund 100.000 Beschäftigte hatte

### Hotel edita: „Alfred, die 24/7-Minibar“

Seit ein paar Monaten unterstützt Alfred das Hotelteam im Service – eine spontane Investitionsentscheidung, die Personalressourcen schont und die Gäste begeistert. Alfred ist nämlich ein Roboter, genauer gesagt der Service-Roboter Jeeves von Robotise München. „Ein Roboter im Hotel ist nicht alltäglich“, erzählt Direktor Dirk Sander, „doch er gehört schon fest zu unserem Team. Wir haben wieder mehr Kapazitäten für den persönlichen Gästeservice, der uns als Wellness- und Tagungshotel sehr am Herzen liegt.“ Das Handling für den Gast ist ganz einfach: Er wählt die 777 von seinem Zimmertelefon aus und erhält eine Ansage von Alfred, dass dieser jetzt unterwegs sei. Sobald er vor der Tür steht, klingelt das Zimmertelefon erneut und kündigt die rollende Minibar an. Die Artikel können an seinem

Display ausgewählt und anschließend aus den Fächern entnommen werden. Danach lässt der Gast die Waren auf die Zimmerrechnung setzen. Zum Abschluss bittet der Roboter auf seinem Bildschirm um Feedback zu diesem ganz besonderen Hotelerlebnis. Dank Item Tracking wird Alfred nie leer vor einer Zimmertür stehen: Hotelmitarbeitende haben die Möglichkeit, die aktuelle Bestückung zu überwachen und somit zu reagieren, wenn bestimmte Artikel wieder aufgefüllt werden müssen. Für die Mitarbeiter eine große Zeitersparnis: „Die meisten Bestellungen vom Minibar-Service sind spät abends oder zu Stoßzeiten im Restaurant. Mit dem Roboter entlasten wir unsere Mitarbeiter, wenn es ohnehin hoch hergeht im Hotel, und können trotzdem 24/7 einen Minibar-Service bieten“, so Sander.





das Gastgewerbe laut DEHOGA-Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges durch die Pandemie bis September 2021 verloren. Der Teufelskreis ist bekannt: Weniger Mitarbeiter bedeuten in der Regel mehr Arbeit für das bestehende Team. Überstunden, Stress und eine zusätzliche Belastung, die unzufrieden und nicht selten krank macht. Wem seine Mitarbeiter lieb und teuer sind, der weiß: Prozesse der täglichen Arbeit müssen automatisiert, Abläufe arbeitssparend organisiert und Mitarbeiter entlastet werden – kurz: Die digitale Entwicklung im Hotel muss weiter vorangetrieben werden.

Moritz von Petersdorff-Campen, Geschäftsführer des Digitalisierungsspezialisten SuitePad, weiß: „Die Zeiten, in denen man durch digitale Lösungen nur Geld einsparen und die Personalkosten senken wollte, sind vorbei. Heutzutage muss ein Hotel auf Digitalisierung setzen, um die Prozesse für seine Mitarbeiter und die Gäste vernünftig am Laufen zu halten.“ Und noch mehr: „Digitalisierung schafft mehr Raum und Zeit für Dienstleistung“, so Brunhilde Fischer, Geschäftsführerin und Senior-Coach der Unternehmernmanufaktur für Hoteliers & Gastronomen in Burghausen. „Wenn ein Hotelier klar definiert hat, wie seine Dienstleistung aussehen soll, welchen Part die Digitalisierung übernehmen kann und welchen Teil die ►

Mitarbeiter, und dies in das Bedürfnis der Persona, also der Zielgruppe, passt, ist die ideale Konstellation gefunden.“

Generell glaubt Fischer, dass Menschen immer Menschen um sich haben wollen. „Dennoch schafft Digitalisierung einen Zustand im Hotel, der zuverlässig ist und im Idealfall zu jeder Zeit seine Abläufe ausführt.“ Die Vorteile sind eine zeitliche und körperliche Entlastung der Mitarbeiter – und diese wiederum schafft Raum für echte Kundenbeziehung.

Gleichzeitig beweisen Hotels mit hohem Digitalisierungsgrad, dass sie innovativ und zukunftsorientiert sind, was wiederum ihre Attraktivität als potenzieller Arbeitgeber steigert. Digitale Tools liefern außerdem ein hervorragendes Reporting, können das Upselling steigern und genügen den neuen, in der Pandemie gelernten Anforderungen an Hygiene im Hotel. Wenn es da nicht auch Berührungspunkte auf Seiten der Hotellerie

gäbe ... Zu den größten Hürden bei der Digitalisierung zählen fehlendes Know-how, hohe Investitionskosten und die Angst vor dem Verlust des Kundenkontaktes. Das ergab eine Umfrage des Unternehmens Beterspace, das digitale Lösungen für die Hotellerie entwickelt. „Ein Irrglaube“, weiß Juan A. Sanmiguel von Hotelbird, spezialisiert auf den digitalen Check-in und -out: „Wir erleben, dass sich der Service in Hotels allein dadurch verbessert, dass stupide Aufgaben, wie das Eingeben von Daten, oder immer wiederkehrende Aufgaben wegfallen.“ Auch von Petersdorff-Campen kann die Vorbehalte entkräften: „Unsere Tablets bringen die Kommunikation mit dem Gast dahin, wo sie sonst nicht stattfindet – auf die Zimmer.“ Dabei erfordert der Umgang mit digitalen Tools kein Spezialwissen. Die Lösungen werden immer intuitiver, für den Gast wie für die Mitarbeiter im Hotel.

## Parkhotel Landau: „Echter Mehrwert für die Gäste“



Mehr Komfort für die Gäste auf dem Zimmer, mehr Infos für die Gäste in der Lobby. Deshalb plante das Parkhotel Landau im Herbst 2020 die Anschaffung verschiedener digitaler Tools von Beterspace. Von der Vertragsunterzeichnung bis zum Einsatz der ersten Geräte vergingen etwa sechs Monate, in denen viel Vorarbeit zu den Inhalten geleistet wurde, wie Kerstin Ehmer, Leiterin Marketing, E-Commerce & Social Media im Hotel, erklärt. Mit Hilfe eines digitalen Displays in der Lobby können sich die Gäste seit dem Frühjahr 2021 durch das Hotelangebot scrollen, Bilder des Hauses betrachten, die Speisekarte einsehen oder einen Tisch im Restaurant reservieren. Zusätzlich versorgt eine Medienschleife auf dem Rezeptionsfernseher die Gäste mit speziellen Infos, zeigt die Tagungskunden an oder offeriert verschiedene Hotelangebote. Die Tablets auf den Zimmern lösen die klassischen Informationsmappen ab, die früher in Leder gebunden auslagen. Bei 110 Zimmern war der Aufwand, alles aktuell und in Corona-Zeiten auch noch hygienisch sauber zu halten, enorm geworden. „Heute können wir die Infos auf den Zimmern schnell wechseln“, so Ehmer. Der direkte Draht aus dem Zimmer zum Hotelteam über Telefon, Chat oder eine Bestellung ist ein weiterer Pluspunkt, genauso

wie Möglichkeiten zum Upselling und das Einbinden von Informationen über die Region, die mit den jeweiligen Webseiten verknüpft sind, so dass zum Beispiel Öffnungszeiten, Anfahrtswege oder Vorschriften dem Gast direkt vorliegen. „Durch eine App für unterwegs kann er außerdem die Inhalte des Tablets auf seinem eigenen Handy mitnehmen und sich weiter informieren“, erzählt Ehmer. Genauso sei es aber möglich, dass er Musik darüber hört, Spiele spielt oder die Zeitung beim Frühstück liest.

Vorausgegangen war eine Analyse der Prozesse im Haus, außerdem die Fragen: Was gibt es bereits an Technik im Haus, sind Schnittstellen zu vorhandenen Programmen, wie Oracle Suite 8, Trust you etc. vorhanden, vor allem aber: Welche Wünsche haben wir jetzt und in Zukunft? „Der digitale Check-in sowie Direktnachrichten zum Gast waren uns wichtig. Insofern sind die Tablets ein absoluter Mehrwert“, ist die Marketingverantwortliche zufrieden. Auch wenn es zunächst einige Anlaufschwierigkeiten wegen der Kompatibilität von WLAN und Bluetooth sowie Herausforderungen mit der Software gab. Auf lange Sicht plant das Hotel, das Schließsystem für die Zimmer, die Rechnungsstellung und die Bezahlung zu digitalisieren.



**Kerstin Ehmer:** „Der Aufwand, 110 Gästemappen aktuell zu halten, war enorm. Heute können wir die Infos schnell wechseln.“

### Einzelne Abteilungen im Fokus

„Wer seine Mitarbeiter entlasten möchte, muss im ersten Schritt seine Prozesse analysieren: Was verursacht überdurchschnittlich viel Aufwand und bindet damit viel Personal?“, so Benjamin Köhler, Managing Director bei Betterspace. Nach seiner Erfahrung nehmen meist Prozesse im Hintergrund, die mit viel Bürokratie verbunden sind, überproportional viel Zeit ein. Zudem muss jeder Betrieb individuell abwägen, was zur eigenen Strategie und Zielgruppe passt. „Viele Hoteliers haben bereits während der Lockdown-Zeiten auf ihre Prozesse geschaut und eine Verschlinkung ihres Betriebs durchgeführt“, so Hotel-Coach Bernhard Patter. „Die Frage muss lauten: Was kann ich standardisieren, um Zeit zu gewinnen und mehr Individualität an den Gast zu bringen?“

Ein guter Ansatz, um personalintensive Prozesse zu optimieren, ist der Blick auf die verschiedenen Bereiche eines Hotels.

#### a) Rezeption und Front Office

Mitarbeiter an der Rezeption sind erster Kontaktpunkt für die Gäste. Hier laufen alle Fäden zusammen, weshalb es immer

„Unsere Tablets bringen die Kommunikation mit dem Gast dahin, wo sie sonst nicht stattfindet – auf die Zimmer.“

Moritz von Petersdorff-Campen, SuitePad



”

wieder zu Wartezeiten am Front Desk kommt – eine Herausforderung für Gäste und Mitarbeiter. Bieten Hotels dagegen den digitalen Check-in an, können Gäste den obligatorischen Meldeschein bereits vorab online ausfüllen, es entstehen keine Übertragungsfehler, die Daten sind bei der Ankunft im PMS-System vorhanden und der Check-in im Hotel läuft ▶



AUTOMATISIERTE KALKULATION  
UND ANGEBOTSERSTELLUNG

## DYNAMIC PRICING FÜR IHR TAGUNGSGESCHÄFT

Von der Kalkulation bis zum fertigen Angebot,  
ein Tool von Anwendern für Anwender:innen.

Mehr Informationen auf [www.micerate.de](http://www.micerate.de)

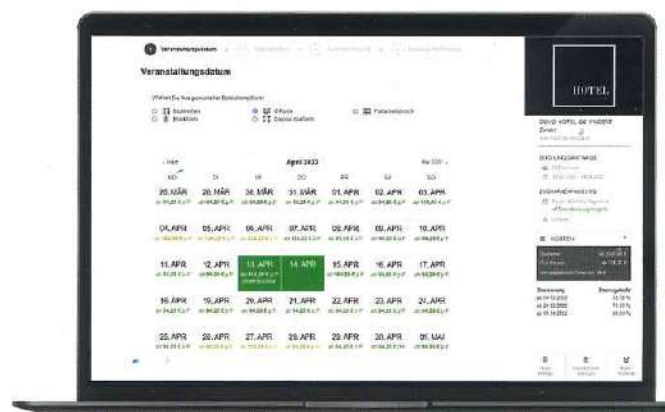
Jetzt gleich Vorteile mit  
dem Code „repecon“ sichern. >>



Weg von starren Tagungspreisen hin zu  
dynamischer Preisgestaltung, welche  
automatisiert und datenbasiert ist.

Ertragsmanagement im Tagungsgeschäft unkompliziert umsetzen. Mit der Kombination aus cleverem Restriktionsmanagement und dem Algorithmus von MiceRate, der auf Basis historischer Daten und aktuellem Nachfrageverhalten tagesaktuelle Tagungspreise kalkuliert.

Mit wenigen Klicks von der Anfrage zum fertigen Angebot.

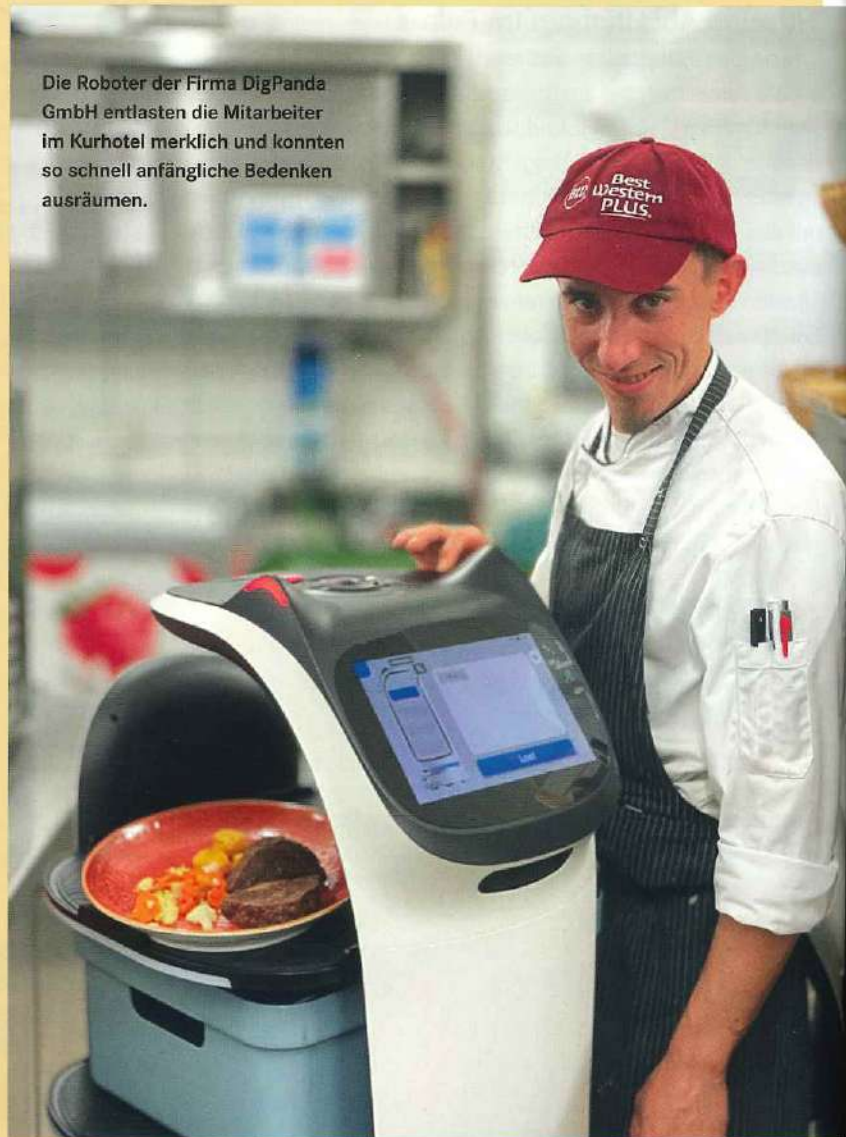


## BW Plus Kurhotel an der Obermaintherme: Vier „Engel“ für den Service

TOP 250  
GERMANY  
PRAXISBEISPIEL

Als die beiden Hotelrestaurants im Sommer 2021 wochenlang ausgebucht waren und händierend, aber vergeblich, nach zusätzlicher Unterstützung für das Serviceteam gesucht wurde, hatte Hotelchef Andreas Poth genug. Neue Mitarbeiter mussten her – und wenn schon keine lebenden, dann eben in Form von Service-Robotern. Recherchen führten ihn zum Anbieter DigPanda GmbH in München, der auf Lieferroboter spezialisiert ist... und zwei Monate später rollten die ersten „Engel“ durch die Restaurants: drei Service- und ein Abräum-Roboter, die das Team entlasten und pro Abend etliche Kilometer Laufstrecke und viel Zeit einsparen. „Der überwiegende Teil der Gäste ist positiv überrascht, so etwas hier auf dem Land vorzufinden. Da wird dann schnell mal ein Foto gemacht und schon ist der Bann gebrochen“, erzählt Poth. Natürlich begrüßt die Oberkellnerin die Restaurantgäste nach wie vor persönlich und herzlich. Sie gibt dann die Tischnummer in den Roboter ein und er bringt die Gäste zu ihrem Tisch, wo sie bereits von einem Kellner erwartet werden. Dieser nimmt Getränke und die Essensbestellung auf. In der Küche stellt Küchenchef Fabian Walter die fertigen Essen auf die Tablets der Roboter, gibt eine der acht Servicestationen ein und die Roboter-Helfer bringen die Speisen direkt dorthin, so dass das Servicepersonal nur noch servieren muss. Das „Abräumen“ übernimmt ein spezieller Roboter, der bis zu 60 kg tragen kann – eine „echte Erleichterung für die Mitarbeiter“, so Poth. Ihm ist es wichtig, seine Mitarbeiter zu entlasten und ihre Ressourcen zu schonen. Ersetzen will er sie auf keinen Fall. „Die vielen Kilometer an Laufwegen zwischen den Gästen, der Küche und der Getränketheke fraßen nach unserer Analyse etwa 40 Prozent ihrer Arbeitszeit“, erklärt Poth. „Durch den Einsatz der Roboter sind sie ausgeruhter und ausgeglichener und können die eingesparte Zeit am Gast direkt verbringen, beraten und umsorgen. Spätestens da merken auch die kritischsten Gäste, welche Vorteile so ein Roboter hat.“ Auch das Küchenteam muss nicht mehr warten, dass das Essen abgeholt wird oder befürchten, dass es unter dem Küchenpass lange steht.

Die Roboter der Firma DigPanda GmbH entlasten die Mitarbeiter im Kurhotel merklich und konnten so schnell anfängliche Bedenken ausräumen.



Allerdings – auch die Mitarbeiter hatten zunächst Scheu vor der neuen Technik. Weniger aus Sorge um ihren Arbeitsplatz als aus der Befürchtung heraus, ob sie mit den Robotern wirklich umgehen und sie richtig bedienen können. Deshalb gab die Hotelleitung ihnen schon vor der Anschaffung Videos an die Hand, damit sie sehen konnten, wie die Geräte funktionieren. Das hat die Anspannung in Neugierde umgewandelt. Auch die Geschäftsführung von DigPanda stand vor Ort zur Verfügung und konnte eventuelle Bedenken ausräumen. „Die Roboter sind intuitiv und leichter als ein Tablet oder Smartphone zu bedienen“, erklärt Poth.

„Einzig die Küche muss Tischnummern eingeben, das wurde zuvor mit Nummern bei einem Kellner-Rufsystem (Pager) bereits digital gemacht.“ Dass sich die Investition jetzt schon gelohnt hat, davon sind alle im Kurhotel überzeugt: „Unter dem Strich hat uns das ganze Projekt circa 80.000 Euro gekostet“, rechnet der Hotelchef. „Eine hohe Summe, doch der ROI beträgt circa sechs Monate, weil wir mehr Tische mit den bestehenden Fachkräften bewirten können, mehr Zeit für die Gäste haben und dadurch öfter Zusatzverkäufe vom Digestif- oder Käsewagen tätigen und mehr Getränke verkaufen können.“



„Der Service in Hotels wird allein dadurch verbessert, dass stupide Aufgaben, wie das Eingeben von Daten, oder immer wiederkehrende Aufgaben wegfallen.“

Juan A. Sanmiguel, Hotelbird

bedeutend schneller ab. Das ist besonders von Vorteil, wenn Tagungsgruppen anreisen. Manche Anbieter lassen Gäste bereits zu 100 Prozent kontaktlos ein- und auschecken, bieten also den digitalen Pre-Check-in, den Zimmerzutritt, die Bezahlung und den Check-out – meist über Terminals im Rezeptionsbereich. „Diese vollen digitalen Konzepte sind auf die Zielgruppe abgestimmt und lassen sich mit günstigen Raten gut in B-, C- oder D-Lagen realisieren. Hotels, die mehr Gästekontakt wünschen, wählen optional Digitalisierungsbausteine aus“, so Sanmiguel. „Hotellerie ist schließlich immer noch ein people business.“ Mit dem neuen „Free Package“ bietet Hotelbird Hoteliers eine kostenfreie Basisdigitalisierung an, bestehend aus Check-in plus Gästemappe – ein Einsteigermodell. „Sollen die Daten im PMS des Hotels verarbeitet werden oder der digitale Zimmerzutritt hinzukommen, müssen die Hoteliers auf unser Payed-Angebot wechseln und damit mehr Automatisierung freischalten“, erklärt Sanmiguel.

Die Rezeption dient oft als zentrale Auskunftsstelle für die Gäste. Hier hat die digitale Gästemappe, die alle Informationen, Tipps und Angebote an einem Ort zusammenfasst, großes Entlastungspotenzial: „An- und Abreiseformalitäten, das WLAN-Passwort, Frühstückszeiten, Reiseführer, Buchungsformulare für Angebote – all das finden die Gäste in der digitalen Gästemappe. Diese steht ihnen sowohl als App als auch im Browser zur Verfügung“, erklärt Daniel Schulze, Geschäftsführer von Gastfreund, Kempten. Die Gäste greifen also mit ihren eigenen Geräten jederzeit darauf zu – vor, während und auch nach ihrem Aufenthalt: „Gastgeber weisen ihre Gäste am besten an verschiedenen Stellen in der Guest Journey auf ihren digitalen Service hin: Zum Beispiel mit einem Link in der Buchungsbestätigung, in ihrer E-Mail-Signatur oder über die WLAN-Willkommenseite, die sich beim Login in das Hotel-WLAN automatisch öffnet. Im Hotel selbst bieten sich QR-Codes an, die direkt auf die digitale Gästemappe verweisen: z. B. auf Flyern, Zimmeraufstellern oder Postern, auf der eigenen

Hotelzeitung oder auf dem Infokanal am Hotel-TV“, so Schulze. Über die Gästemappe wird auch die interne Teamkommunikation vereinfacht: Im simultan übersetzenden Chat beispielsweise schreibt jeder Mitarbeiter in seiner Landessprache. „Das neue Hotelboard von Gastfreund verbessert die Teamkommunikation, erleichtert das Aufgabenmanagement und dient gleichzeitig als interne Wissensdatenbank. Zusammen mit den digitalen Lösungen zur Gästebetreuung wird Gastfreund so zur All-in-One Hotel Operations Plattform.“, so Schulze.

Auch stationäre Infopoints in der Lobby schonen die Ressourcen des Rezeptionsteams und liefern Gästen wichtige Auskünfte: Wegleitsysteme zu den Tagungsräumen, freie Termine im Wellness-Bereich, Ausflugstipps oder die Speisekarte des Restaurants sind nur einige Beispiele. „Am Infopoint können die Gäste direkt durch unser Angebot scrollen, betrachten Bilder des Hauses, schauen sich die Speisekarte an und können einen Tisch reservieren“, erklärt Kerstin Ehmer, Marketingverantwortliche im Parkhotel Landau, das seit einem Jahr auf ein digitales Display in der Lobby sowie Tablets auf den Zimmern setzt (siehe Praxisbeispiel S.12). Zusätzlich werden in der Mediensleife auf dem Rezeptionsmonitor tagesaktuell Tagungskunden, Übernachtungsangebote oder allgemeine Infos über das Hotel dargestellt. Digitale Beschilderungssysteme, die auf Tagungsraumbelagungen oder Veranstaltungstermine hinweisen, können vom Schreibtisch aus per Knopfdruck aktualisiert werden und sparen zudem Papier ein.

## b) Service

Auch im Bereich Service entfalten digitale Tools ein großes Entlastungspotenzial. Wie im Hotel Best Western Plus Kurhotel an der Obermaintherme, in dem seit einem halben Jahr gleich vier Service-Roboter die Hotel-Crew unterstützen (siehe Praxisbeispiel S.14). „Der Einsatz der Roboter spart pro Abend etliche Kilometer Laufstrecke und Zeit“, erklärt Direktor Andreas Poth. Der Abräum-Roboter schafft beachtliche ▶

„Digitalisierung schafft mehr Raum und Zeit für Dienstleistung.“

Brunhilde Fischer, HOGA-Beraterin,  
www.unternehmer-manufaktur.com





**Andrea Scheidtweiler:**  
 „Die Digitalisierung der  
 Küche hat Abläufe optimiert,  
 die Qualität der Speisen  
 gesichert und uns zufriede-  
 nere Fachkräfte beschert.“

## Parkhotel Pforzheim: Stabilität und Qualität in der Küche

**TOP 250**  
 GERMANY  
 PRAXISBEISPIEL

Die Situation in der Küche des Parkhotel Pforzheim war nicht zufriedenstellend: Weil der Teildienst bei den Köchen nicht sehr beliebt war, bemühte sich die Geschäftsleitung, ein neues Arbeitszeitmodell zu finden. Gleichzeitig unterlag die Qualität des Essens Schwankungen, je nachdem, welcher Koch die Vorbereitungen getroffen hatte. Zusätzlich führten verschiedene Schichten zu einem hohen Kommunikationsbedarf, was Lebensmittelvorräte und den Einkauf anging. Diese Herausforderungen in der Küche konnten bei der Fülle von Essensangeboten, die das Parkhotel Pforzheim abdeckt – vom feinen anspruchsvollen Menü für Familienfeiern über wechselnde Buffets bei Tagungen bis hin zur Bewirtung von 800 Personen im Kongresszentrum – nur durch eine zielgerichtete, digitalisierte Produktion gemeistert werden. Elouan Pêcheur, damals Direktor des Schwesterhotels Parkhotel Stuttgart Messe-Airport und heute für beide Hotels in der operativen Verantwortung, setzte die Idee um. Zunächst unterstützte er die Organisation mit einer Excel-Tabelle, was aber schnell an Grenzen stieß. Heute läuft die Produktion in der Küche des Parkhotel Pforzheim mit einer eigens programmierten App reibungslos: In der Produktionsküche werden alle Speisen, die vorbereitet werden können – also zum Beispiel Suppen, Soßen, Spätzle, Gulasch, Maultaschen oder Geschnetzeltes und vieles mehr – gekocht und umweltfreundlich und hygienisch in Gläsern pasteurisiert. Mit vier Köchen und einem Küchenchef wird an fünf Tagen in der Woche von 8 bis 17 Uhr gekocht.

Dabei sind alle Auswahlbuffets für die Tagungen, ebenso das Angebot im Bankettbereich und die aktuelle Speisekarte digital hinterlegt und können je nach Buchungslage abgerufen werden. „Heute hat jeder Koch und jede Köchin ein Tablet, in dem sämtliche Gerichte mit Rezepturen hinterlegt sind. Jeder kann seine Aufgaben für den Tag abrufen“, so Pêcheur. Im Hintergrund läuft sogar eine Zeituhr, die dem Küchenchef anzeigt, wie viel Zeit für die einzelnen Prozesse gebraucht wird, und ihn dadurch bei der Personalplanung unterstützt. „Wir stellen hier praktisch unsere eigenen Convenience-Produkte in hoher Qualität und ohne Konservierungsstoffe her, die so auf dem Markt nicht erhältlich sind“, freut sich Andrea Scheidtweiler, die gemeinsam mit ihrem Mann die Geschäftsführung innehat. „Damit können wir auf schwankende Gästezahlen und Veranstaltungen entspannt reagieren. Und die beiden Köche der Frontküche können abends direkt mit dem à la carte-Geschäft beginnen und sich auf die frisch zuzubereitenden Komponenten der Speisekarte konzentrieren.“ Durch die neue Organisation arbeiten weniger Mitarbeiter in der Küche, dafür aber motivierte und zufriedene Fachkräfte. Zusätzlich ergeben sich Synergieeffekte für die Schwesterhotels Parkhotel Stuttgart Messe-Airport und Hotel Therme Bad Teinach: „Die dortigen Küchenchefs können jederzeit auf unsere produzierten Produkte zugreifen, wenn die Situation es erfordert, zum Beispiel bei Personalengpässen“, so Scheidtweiler.



60 Kilogramm leeres Geschirr auf einer Tour in die Küche. „Allein beim Frühstück haben wir“, so schätzt Poth, „ein Aufkommen von rund 1.200 Kilogramm.“ Mit Unterstützung der Roboter haben alle Servicemitarbeiter mehr Zeit, um noch bessere Gastgeber zu sein.

Dazu trägt auch die digitale Gästemappe bei – ob als Hotel-App, auf dem Handy des Gastes oder auf einem Tablet im Zimmer. „Roomservice-Bestellungen werden dann einfach per Klick gesendet, landen durch eine Schnittstelle direkt im Kassensystem und lösen den Bondruck in der Küche aus“, so Köhler von Betterspace. Die Weitergabe der Order vom Gast per Telefon an die Rezeption, von dort zum Restaurant und wiederum in die Küche ist nicht mehr nötig. Genauso fehlerfrei und unkompliziert funktionieren Tischreservierungen oder Behandlungstermine im Wellness-Bereich, die direkt digital gebucht werden. Die digitale Speisekarte und das Wellness-Angebot werden in die Gästemappe integriert oder als Tischaufsteller mit QR-Code im Restaurant platziert. Wer dann noch, wie das Hotel edita, einen Roboter für den Room-Service

einsetzt, hat enorme Einsparpotenziale beim Personal generiert. Interessant ist auch die Auswertung der Daten: Der Hoteller kann genau nachvollziehen, welche Seiten der digitalen Gästemappe besonders häufig aufgerufen oder welche Bestellungen über den Service-Roboter am späten Abend aufgegeben wurden. Dementsprechend lässt sich das Angebot anpassen.

### c) Housekeeping

Schon vor Beginn der Pandemie war es offensichtlich: Auf die tägliche Zimmerreinigung wird zunehmend verzichtet, sei es, weil die Gäste nicht gestört werden wollen oder weil ihnen bei einem Tagungsaufenthalt von ein bis zwei Nächten keine Reinigung notwendig erscheint. Die „Green Option“ in der digitalen Gästemappe leitet das Abbestellen des Housekeepings mit wenigen Klicks direkt an die Rezeption weiter. Der Verzicht auf die Reinigung ist ressourcenschonend und umweltfreundlich, also kostensparend. „Bei preisbewussten und nachhaltig-orientierten Gästen kommt das gut an“, weiß Beraterin Fischer. ▶

**ETL | ADHOGA**

Steuerberatung für Hotellerie und Gastronomie

**Sei du besonders.**

**Überlasse uns Steuern, Recht und Unternehmensprozesse**



[etl-adhoga.de](https://www.etl-adhoga.de)

[hallo@etl-adhoga.de](mailto:hallo@etl-adhoga.de)



„Hoteliere müssen begreifen, dass sie nicht nur dem Gast, sondern auch dem Mitarbeiter auf Augenhöhe begegnen und den Fokus auf die Employee-Journey legen.“

**Bernhard Patter**, Hotel-Coach,  
www.diavendo.com



Nicht zuletzt ersetzt die digitale Gästemappe auf den Zimmern herkömmliche Hotelkarten und Flyer, die das Housekeeping regelmäßig durchsehen und austauschen muss. Das spart nicht nur Zeit und Papier. „Zugleich können über die digitale Gästemappe unterschiedliche Inhalte gezielt in bestimmte Zimmer transportiert werden“, erklärt von Petersdorff-Campen. Während den Tagungsgästen früher Zettel ins Zimmer gelegt wurden, wann die Abendveranstaltung stattfindet, kann dies nun über die digitale Gästemappe in Sekundenschnelle gepusht werden. Gute Erfahrung mit diesem Tool macht das Hotel Waldblick Pulsnitz bei Dresden bereits seit 2017. Man wollte Zeit und personelle Ressourcen sparen, Druckkosten senken und schnell handlungsfähig sein, um Dinge jederzeit anpassen zu können. „Dem Gast wollten wir natürlich auch einen Mehrwert bieten und für uns ein höheres Verkaufspotenzial erschließen“, erzählt Geschäftsführer Daniel Mager. Mit der Gästemappe auf den Zimmertablets stellen sie aktuelle Infos rund ums Haus zur Verfügung, vermarkten Hotelangebote oder holen sich ein Quick-Feedback vom Gast. „Das wird durch die Gäste umfangreich genutzt und gibt uns täglich die Rückmeldung, ob bei dem Gast alles in Ordnung ist oder wir eventuell noch während des Aufenthalts etwas verbessern können“, so Ma-



ger. „Ein unternehmerischer Mehrwert durch Zusatzverkäufe ist uns dagegen noch nicht gelungen.“ Das Tablet ersetzt Gästemappe, Telefon und die Fernbedienung für den Fernseher. „Inzwischen bringt jeder Gast sein eigenes Gerät mit, so dass auch andere, kostengünstigere Produkte interessant werden“, so Mager.

### Employee-Journey beachten

Fünf Prozesse könne man digitalisieren, um Zeit zu sparen und Personal zu entlasten, empfiehlt der Digitalisierungsspezialist Betterspace: 1. Covid-Check, 2. Check-in & Check-out, 3. Bestellen und Reservieren, 4. Informieren und 5. Kommunizieren. „Trotzdem sollten Hoteliere nicht jeden digitalen Blödsinn mitmachen“, appelliert Berater Patter. Jeder Betrieb müsse ganz individuell abwägen, inwieweit die Digitalisierung bestimmter Bereiche zur eigenen Strategie und Zielgruppe passe und ob diese rentabel seien. „Mir sind die Mitarbeiter und die ihnen entgegengebrachte Wertschätzung wichtig. Hoteliere müssen begreifen, dass sie nicht nur dem Gast, sondern auch dem Mitarbeiter auf Augenhöhe begegnen und den Fokus auf die Employee-Journey legen“, so Patter. Im Parkhotel Pforzheim hat man auch deshalb die Ablaufprozesse in der Küche verändert und digitalisiert (siehe Pra-



Digitale Gästemappen wie die des Anbieters **beterspace** erleichtern die Gästekommunikation vor, während und nach dem Aufenthalt im Hotel und entlasten das Personal beim Check-In und Check-Out oder bei der Buchung von Zusatzleistungen.

xisbeispiel S. 16). Der typische Teildienst hatte dazu geführt, dass Köche unzufrieden waren, gleichzeitig wollte die Geschäftsleitung die Qualität der Speisen zuverlässiger gestalten und den Einkauf optimieren. „Es gab Schwankungen, je nachdem, welcher Koch die Vorbereitungen getroffen hatte“, erzählt Andrea Scheidtweiler, die zusammen mit ihrem Mann die Geschäftsführung innehat. Im Ergebnis setzte die Hotelleitung eine Idee um, die ohne umfassende Digitalisierung unter der Federführung von Elouan Pêcheur nicht möglich gewesen wäre: Die Aufteilung in eine Produktions- und eine Ausgabeküche. Die Köche in der Produktionsküche produzieren sämtliche Speisen, die sich vorbereiten lassen, für drei Wochen im Voraus und machen sie portionsgerecht haltbar. Das gelingt mit einer kleineren Mannschaft, die nun in einer geregelten 5-Tage-Woche arbeitet und alle Rezepturen und Arbeitsanweisungen digital hinterlegt hat. Die beiden Köche in der Ausgabe haben nur eine kurze Vorbereitungszeit, können daher im Schichtdienst arbeiten und liefern eine gleichbleibend gute Qualität ab. „Durch die veränderten Abläufe und die digitale Aufbereitung aller Rezepturen, Zutaten und Mengen haben wir eine hohe Stabilität in der Küchenleistung gewonnen und den Einkauf optimiert“, freut sich Scheidtweiler.

Uta Müller



„Die Feedback-Funktion auf den Zimmertablets wird durch die Gäste umfangreich genutzt und gibt uns täglich die Rückmeldung, ob wir eventuell noch während des Aufenthalts etwas verbessern können.“

Daniel Mager, Hotel Waldblick

