

HOGAPAGE

Das Magazin für Hotellerie & Gastronomie



Jobbörse

Today

Einkaufsführer

Speisekartenplaner

Machen Sie kurzen Prozess!

Erfolgreicher durch Optimierung der betrieblichen Abläufe 12

**Frischer Wind in der
Gastro-Szene: Chicago**

Restauranthauptstadt Amerikas 24

Erste Hilfe in der Küche 34

**Gute Ausbilder
braucht das Land**

Freiwillige vor! 70

Fingerfood 48

**Seven Pines Resort
setzt neue Maßstäbe**

Luxusurlaub auf Ibiza 76

Modernes Interieur 64

Kabellos, serviceorientiert und ultrascharf:

Internet- und TV-Lösungen für das Gastgewerbe



Fotos: iStockphoto; Telefonken

Schwaches Netz, altmodische TV-Geräte und zu wenige Sender – all das löst bei Gästen mittlerweile Digital-Frust aus. Mit zeitgemäßen Tech-Lösungen wie einem WLAN-Concierge, Screen-Mirroring und UHD-TV können Hotels begeistern – und sogar Einnahmen generieren.

Text: Sebastian Bütow

Wer nicht mit der Zeit geht, muss mit der Zeit gehn – diese Redewendung könnte für Hoteliers, die ihre Gäste mit einer miserablen Internetverbindung enttäuschen, zu einer bitteren Realität werden. »In puncto WLAN ist die deutsche Hotellerie noch ein Jammertal«, bilanzierte »Spiegel Online« die Untersuchung eines Reputationsmanagement-Anbieters. Der hatte 2015 vier Millionen Gästebeurteilungen analysiert und im Zuge dessen auch die Zufriedenheit mit dem Internetzugang untersucht.

»So wichtig wie fließendes Wasser«

Das Ergebnis: Mehr als ein Drittel der Gäste war unzufrieden mit der WLAN-Qualität. Deutsche Hotels landeten sogar auf dem letzten Platz, in Schweden meckerten die wenigsten (19 Prozent). Die großen Ketten platzierten sich nur im Mittelfeld.

Eine andere Umfrage ergab, dass Gäste lieber auf ein kostenloses Frühstück verzichten als auf ein schnelles Gratis-WLAN. »Internet auf dem Zimmer ist vielen Gästen heute so wichtig wie fließendes Wasser«, sagt Marco Velten, Geschäftsführer der Eichberg Hotelmedien GmbH Süd. »Sie kommen einfach nicht wieder, wenn das Internet nicht funktioniert, die diskutieren nicht lange herum. Sicher, als Einheimischer kann man notfalls auch über seinen Handytarif ins Netz. Für einen chinesischen Gast aber kann diese Option richtig teuer werden.«

Vor Jahren war es noch Standard, dass sogar teure Hotels ihre Gäste zur Kasse baten, wenn diese nach einem WLAN-Zugang verlangten. Das ist längst nicht mehr zeitgemäß. Ob für Geschäftsreisende oder ganz normale Gäste, Hotel- und Restaurantbetreiber sollten ihren Gästen immer ein schnelles und verlässliches Internet an die Hand geben – nicht nur in bestimmten Bereichen des Hotels, sondern auf jedem Zimmer, in möglichst jedem Winkel aller Räume. Selbst auf Campingplätzen wollen Gäste heutzutage immer und überall online sein.

»Viele scheuen die Investition«

Woran liegt es, dass zu viele Hoteliers und Gastronomen noch immer ihre Gäste enttäuschen? »Viele scheuen die Investition, eine IP-Verkabelung nachzuziehen, oder wollen durch einen Umbau nicht den lau-

fenden Betrieb unterbrechen. Manchen sind auch aus Denkmalschutzgründen die Hände gebunden«, sagt Marco Velten.

Dabei gibt es viele Ansätze, um Hotelgäste technisch zufriedenzustellen: vom Aufbau eines IP-Netzwerks via bereits vorhandene Antennenkabel über den WLAN-Concierge zur Interaktion über die Mobilgeräte der Gäste bis hin zum Screen-Mirroring, bei dem der Gast die Apps seines Handys komfortabel auf dem TV-Bildschirm im Zimmer nutzt. HOGAPAGE hat sich bei Branchenexperten nach Lösungen umgehört.

Internet übers Antennenkabel

Wie sich ein Haus in Sachen WLAN in Topzustand bringen lässt, kann man natürlich nicht pauschal beantworten. Eine einfache und störungsfreie Lösung wäre es aber beispielsweise, die Hausantennenverkabelung als IP-Netzwerk zu nutzen. Mit diesem ist parallel zum TV-Signal ein entfernungsunabhängiger stabiler Datentransfer von über 600 MBit pro angebundener Antennendose möglich. Diese verfügt dann neben dem LAN-Anschluss über einen integrierten WLAN-Access-Point (drahtloser Zugang) für eine perfekte Ausleuchtung in Gästezimmern und öffentlichen Bereichen.

Früher wurden übrigens die Hotspots (Access Points) meist in den Hotelfluren verbaut – wo der Gast sich jedoch kaum aufhält. Problematische Wandbeschaffenheiten, Reflexionen durch Spiegel, Metall etc. oder einfach zu weite Entfernungen



Smartes Hotel-TV: Der Telefonken H43V32 LED ist kostengünstig und spart dem Hotelier aufgrund seiner hotelspezifischen Features Zeit.



Marco Velten,
Geschäftsführer
der Eichberg
Hotelmedien
GmbH Süd.

führten dann zwangsläufig zu WLAN-Enttätungen in den Hotelzimmern selbst.

Internet- und TV-Spezialisten für Hotels und Gaststätten

Bei neuen Häusern wird heute gern auf die klassische Antennenverkabelung via Koaxialkabel verzichtet, stattdessen auf eine reine IP-Verkabelung gesetzt. Nachteil: Die Anschaffungen für die TV-Senderein- speisung über eine IP-Sat-Kopfstelle, auch die TV-Geräte, sind deutlich teurer. Der Aufwand, um das TV-Signal unterbrechungsfrei zu streamen, ist um einiges höher als bei einer herkömmlichen Koaxial- Hausantennenverkabelung. Wenn das TV- Streaming-Signal ebenfalls über die IP- Verkabelung läuft, ist die Verbindung dann oftmals nicht so stabil wie bei einem her- kömmlichen Hausantennennetz.

Viele Anbieter haben sich darauf speziali- siert, das Gastgewerbe mit passenden WLAN-Lösungen und Mediatechnik aus-

zustatten. Mit schnellen und benutzer- freundlichen Internetzugängen für die Gäste, auch im Außenbereich, unkomplizierter Abrechnung, Optimierung von Service-Prozessen, sicherer standortüber- greifender Steuerung bei Betrieb in meh- reren Häusern und IP-Telefonie.

IP-Telefonie – auch Voice-over-IP genannt – ist dabei schon heute vielerorts Stan- dard. Dabei wird nicht mehr klassisch über einen Telefonanschluss (mit analoger oder ISDN-Technik) telefoniert, sondern über einen DSL-Anschluss. Auch Fernse- hen und Streaming können über das glei- che Netz bezogen werden, ebenso können Gäste mit ihren Smartphones über das Netzwerk telefonieren.

Maßgeschneiderte Infos und Service per WLAN-Concierge

Ein WLAN-Concierge ist ein interaktiver Online-Concierge, der über den Internet- zugang im Hotel genutzt werden kann. Über ihn kann das Hotel mit dem Gast per Handy oder Tablet kommunizieren – und umgekehrt. Eine Hardware-Investition ist dafür nicht notwendig – noch nicht einmal das Aufspielen einer App.

»Der WLAN-Concierge spart Personal- kosten, weil viele Anfragen, auch in ver-

schiedenen Sprachen, bedient werden können«, so Marco Velten. Und mit monatlich 75 Euro für ein 50-Zimmer-Hotel ist die Innovation für kleines Geld zu ha- ben.«

»Screen-Mirroring« – die eigenen Apps auf den Hotelzimmer-TV-Bildschirm

Mirroring (engl. Spiegelung) bedeutet, dass der Gast alle Apps und Funktionen seines Smartphones oder Tablets – auch Streaming-Dienste oder Computerspiele – auf dem TV-Bildschirm im Zimmer verwenden kann, ohne eine zusätzliche App herunterladen (und wieder deinstallieren) zu müssen, damit all das funktioniert.

»Das ist vor allem für ausländische Gäste komfortabel, insbesondere wenn deren Apps andere Schriftzeichen haben«, sagt Marco Velten. »Sie können das große Display auch als Split-Screen nutzen: Links läuft die Lieblingsserie, und rechts sehen sie, wenn sich etwas in ihren sozialen Netzwerken tut. Mirroring bieten wir auch zur nachträglichen Aufrüstung an. Da- durch fühlt sich jeder Gast sofort wie zu Hause, da er in seinem gewohnten medi- alen Umfeld hantieren kann.«

Schaut ein Gast unterwegs über einen TV- Live-Stream ein Fußballspiel auf seinem Handy, kann er dank Mirroring auf dem großen Hotelzimmerbildschirm weitergucken, ohne viele Knöpfe drücken oder die Bedienung neuer Geräte mühsam erler- nen zu müssen. Der Zimmer-Bildschirm zeigt alles an, was auch auf dem Handy oder Tablet zu sehen ist.

Wie mit Hotel-TV Einnahmen generiert werden können

Noch vor Jahren waren Pay-TV-Filme eine lukrative Einnahmequelle für Hotels, vor allem die Erotikfilm-Branche ließ so man- che Kasse klingeln. Erotikfilmchen gibt es heute jedoch haufenweise gratis im Netz, sodass dieses Geschäftsmodell so gut wie beerdigt ist. Dennoch können die Hotel- TVs Einnahmen generieren – etwa wenn ein Gast kurzfristig einen Massagetermin abgesagt hat. Um die dadurch entstandene Lücke im Terminkalender des Massage- Therapeuten zu füllen, können andere Gäste via WLAN-Concierge direkt das An- gebot erhalten, den frei gewordenen Ter- min zum Sonderpreis wahrzunehmen –



Mit Pay-TV lässt sich noch immer Geld verdienen: z. B. mit Fußballabenden zur Champions League, die in der kommenden Saison nur im Pay-TV zu sehen ist. Wer in ein Sky-Abo investiert, kann damit beim fußballverrückten Gast garantiert punkten.

aufs Handy oder per TV-Bildschirm-Banner. Davon profitieren sowohl das Hotel als auch der Gast.

Fußballübertragungen als Umsatzbooster

Champions-League-Partien gibt's fast nur noch im Pay-TV zu sehen, in Deutschland haben ab der Saison 2018/19 ausschließlich Sky und DAZN die Rechte. Packende Partien an der Hotelbar unter Gleichgesinnten genießen – welcher Gast bestellt da nicht gerne noch ein Bierchen mehr?

»Das Abo für Übertragungen an der Bar kostet für ein Hotel mit 100 Zimmern 149 Euro monatlich«, sagt Jana Mager von Sky, »in Verbindung mit einem Vertrag für die Zimmer, wo noch mal 2,50 Euro pro Raum und Monat dazukommen.« Macht insgesamt rund 400 Euro monatlich. Für die Gastronomie gibt es auch Angebote, bei denen ein großer UHD-Fernseher leihweise zur Verfügung gestellt wird.

Scharf auf Ultra-HD

Als Head of National Key Account Manager berät Mager große Hotelketten wie Accor, NH oder Hilton auch bei Hardware-Fragen. »UHD ist ein großes Thema, vor allem im Barbereich«, sagt Mager, »immer mehr Gäste haben auch zu Hause solche Geräte und wollen eine Top-Bildqualität im Hotel nicht missen.«

Mager weiter: »UHD macht aber erst Sinn ab einer Bild diagonale von 55 Zoll, und es gibt auch noch nicht so viel UHD-Content.« Viele Hoteliers würden erst mal schauen, wie sehr sich das ultrascharfe Bild durchsetzt, der 3D-Hype vor einigen Jahren sei schließlich auch wieder abgebbt.

Was muss ein TV-Gerät im Hotelzimmer können?

Als zeitgemäß gilt längst, dass Gäste individuell auf dem Startbildschirm des Zimmer-TVs angesprochen werden. Gäste freuen sich über eine persönliche Begrüßung oder ein Video, das zeigt, was das Hotel oder die Umgebung zu bieten hat.

Wer weitere Folgen seiner Lieblingsserie genießen will, sollte über das Gerät Zugang zu den gängigen Streaming-Diensten bekommen, ebenso zu den Mediatheken

der großen Sender. Gäste, die von einem Ausflug zurückkehren, können via Media Player ihre Fotos gleich auf dem großen Bildschirm bestaunen. Auch die Speisekarte, City-Infos, das Kinoprogramm und andere Angebote sollten über das Hotel-TV bequem zugänglich sein.

TV-Hersteller sind auf Hotel-TV spezialisiert

Logisch, dass die meisten großen Hersteller wie Samsung, Panasonic und LG angesichts des großen Marktes spezielle Fernseher für den Einsatz im Hotel im Portfolio haben. Zeitgemäße Geräte sind für jedes mögliche Empfangssignal gerüstet, ob Kabel, Satellit, Antenne oder IP, sie kommen ohne externe Set-Top-Boxen und lästige Extra-Verkabelungen aus.

Sie verfügen über einen Hotelmode – das Installationsmenü ist geschützt. So ist sichergestellt, dass TV-Sender nicht aus Versehen vom Gast wegprogrammiert werden können. Das Personal muss so keine Zeit mit Geräte-Einstellungen vergeuden. Die Maximallautstärke ist begrenzt eingestellt, damit andere Gäste ruhig schlafen können. Außerdem bietet der Standard-Hotelmode eine Weckfunktion.

Erweiterter Hotelmode mit »USB-Cloning«

Mit einem Speichermedium (z. B. USB-Stick) werden die kompletten Einstellungen eines Hotel-TV-Gerätes schnell und unkompliziert auf alle anderen TVs des gleichen Typs übertragen: Stick einstecken, Set-up übertragen – erledigt! Damit sind alle TVs über USB auch updatefähig. Der Aufwand für Programmierungen wird damit erheblich reduziert.



Das OLED-TV TX-55FZW804 sorgt dank OLED-Technologie für neue visuelle Erlebnisse. Das Gerät erfüllt mit seinem 55-Zoll-Bildschirm Kinoträume im Hotelzimmer.



Mit der Funktion Screen-Mirroring können Inhalte vom Smartphone oder dem Tablet auf dem Smart-TV gespiegelt werden.

Eine iTV-Systemschnittstelle bietet die Möglichkeit, interaktive Systeme, Pay-TV und Computerspiele per Fernbedienung zu nutzen. Um das zu ermöglichen, wird ein System-Modul am bzw. im TV installiert, das die Kommunikation zwischen dem TV und dem Zentralserver des Hotels herstellt. Dadurch kann der Gast zum Beispiel seine Hotelrechnung auf dem Bildschirm abrufen oder via Express-Check-out ohne Rezeptions-Procédere das Hotel verlassen.

Gäste lieben riesige Bildschirme

»Die Bildschirme auf Hotelzimmern sind auf jeden Fall größer geworden in den letzten Jahren«, sagt Jana Mager. »Vor einigen Jahren waren 32 Zoll Standard, es sind deutlich mehr geworden. Ein großer Fernseher sei für jeden Hotelgast ein Highlight.« Insbesondere in hochwertigeren Hotels und Suiten erwarten die Gäste 55 Zoll und mehr.« Es kommt also letztendlich – zumindest bei diesem Thema – nicht nur auf die inneren Werte, sondern tatsächlich auch auf die Größe an. ■