

Digitalisierung an der Reception: Die Arbeit wird rationeller und einfacher

Die digitalisierte Drehscheibe

Franziska Richard Weniger Bürokratism, mehr Zeit für den Gast. Mit diesem Anspruch hat das Hotel Krafft in Basel den Digitalisierungsprozess an der Reception vorangetrieben.

Das Dreisterne-Hotel Krafft in Basel und die weiteren zur Gruppe gehörenden Hotels (Nomad Basel und Greulich Zürich) haben sich die Digitalisierung zunutze gemacht. Die kürzlich erfolgte Reorganisation der Reception bestand einerseits in der Abkoppelung des Reservationsbereiches von der Reception. Gleichzeitig wurden zwei neue Software-Programme, sprich Apps eingeführt: Hotelkit für die interne Kommunikation und Daily Point als CRM-Tool. Hoteldirektorin Nicole Körkel spricht von einer «grossen Arbeitserleichterung». Die Arbeit sei rationeller, einfacher und zugleich auch interessanter geworden, zumal viele repetitive Arbeiten wegfielen. Und nicht zuletzt hätten die vornehmlich jungen Mitarbeitenden Spass an der neuen Arbeitsweise und Technologie. «Sie mögen diesen spielerischen Charakter», erzählt die Direktorin.

Zu einer Einsparung von Mitarbeitenden führten die Schritte zwar nicht. «Wir haben jedoch sehr viel mehr Zeit für den Concierge-Service, was unsere Gäste enorm schätzen.» Sichtlich mehr Erfolg hat das Hotel seither bei der Rekrutierung von Receptions-Mitarbeitenden. Mit den vereinfachten Arbeitsprozessen können auch Mit-



Dank Digitalisierung mehr Zeit für den Concierge-Service

arbeitende ohne klassische Receptionsausbildung engagiert werden,

die neuen Stellenprofile eignen sich auch für zeitlich befristete Engagements und Teilzeitpensen.

Check-in – die Airlines als Benchmark

Es dürfte nicht erstaunen, dass die internationale Kettenhotellerie den Digitalisierungsprozess weit vorangetrieben hat und ihren Kunden – analog zu Airlines – ein komplettes Online-Check-in vor der Anreise ermöglicht. Gewisse Hotelketten gehen so weit, dass das Handy des Kunden mit einer entsprechenden App gleich als Zimmerschlüssel dienen kann. Auch bei der Abreise soll es kein analoges Bezahlen und kein Warten am

Guichet geben. Die Rechnung wird dem Gast am Vorabend per Mail zugeschickt oder analog übergeben. Erklärt sich dieser damit einverstanden, wird automatisch abgebucht und die Schlussrechnung via Mail gestellt. Kein Papier, keine Schlüsselübergabe. Wie weit ein individuelles Hotel gehen will, entscheidet dieses natürlich selbst. An den technischen Möglichkeiten fehlt es auch für Kleinbetriebe nicht.

Eine wichtige Massnahme war die Vereinfachung des Check-in-Prozesses. Eine «Pre-Stay-Mail», welches über die Software «Daily Point» generiert wird, informiert den Gast über das Wichtigste im Hotel; gleichzeitig wird ihm bereits der Meldeschein zugeschickt. Im Hotel angekommen, braucht es nur noch seine Unterschrift, bevor er den Schlüssel erhält. Im Pre-Stay-Mail werden – analog zu Airlines – auch Zusatzverkäufe angekurbelt. So können dem Empfänger

beispielsweise ein Zimmer-Upsell oder das Frühstück angeboten werden (bei ausschliesslichen Zimmerbuchungen), die Gäste können auch einen Tisch fürs Abendessen reservieren oder ein Sitzungszimmer.

«Wir haben darauf eine gute Resonanz», sagt Nicole Körkel. Die Krafft-Gruppe nutzt auch die Möglichkeit des «Post-Stay-Mails», das drei Tage nach dem Aufenthalt automatisch verschickt wird. «Mit diesem Mail bedanken wir uns beim Gast für den Besuch, gleichzeitig laden wir ihn dazu ein, auf den einschlägigen Portalen wie TripAdvisor und auf den sozialen Medien den Aufenthalt zu bewerten.» Das «Daily Point»-Programm beinhaltet auch eine Datenbank, die im Falle des «Krafft» von allen Hotels der Gruppe genutzt wird.

Gute Erfahrungen macht das Hotel auch mit der Trennung von Reception und Reservation. 50 Prozent der Gäste buchen noch immer direkt. Dieses Kerngeschäft konnte so professionalisiert werden. Auch die gelben Post-it-Zettelchen gehören im «Krafft» der Vergangenheit an. Der Informationsfluss und die Erteilung von Aufträgen werden über die App «Hotelkit» gesteuert. Der Absender kann Mitarbeitende mit Informationen und Aufträgen in Form von Kurznachrichten individuell kontaktieren, auch Mitarbeitergruppen spricht einzelne Departemente ansprechen oder das gesamte Team. Der Verfasser erfährt, wer die Nachricht gelesen, den Auftrag angenommen und schliesslich ausgeführt hat. In dieser App sind auch alle Checklisten von Arbeitsprozessen hinterlegt, womit sie für alle jederzeit abrufbar sind.

«Unsere Mitarbeitersitzungen drehen sich seither nicht mehr um Kleine. Wir können uns den grösseren Themen zuwenden», weiss Körkel, die dieses Instrument in ihrer Funktion als Direktorin sehr schätzt. Positiv überrascht war sie denn auch vom Ideenbriefkasten. «Plötzlich sind es die sonst eher ruhigen und zurückhaltenden Mitarbeitenden, die mit zündenden Ideen kommen.»

Studie: von Apps, Robotern und Technologien für Hotelbetriebe

Digitale Gästewünsche im Hotel

Digitalisierung ist der Schlachtruf der Stunde – auch in der Hotellerie. Doch was wollen die Gäste der



Willkommen: Roboter wie Pepper.

Zukunft wirklich, wie sehen ihre Bedürfnisse aus? Eine Studie des Digitalverbandes Bitkom zeigt auf, dass sich sieben von zehn Befragten (69 Prozent) wünschen, dass der Hotelservice erkennt, ob sich der Gast im Zimmer befindet oder nicht. Störungen, die für den Gast und Mitarbeitenden unangenehm sind, könnten so vermieden werden. 28 Prozent der Gäste würden zudem gerne Licht, Temperatur und Musik mithilfe einer Smart-Home-App über das eigene Smartphone oder Spracherkennung steuern können. Knapp jeder Vierte (24 Prozent) könnte sich auch einen Empfang und Check-in von einem Roboter ohne Wartezeit vorstellen. Jeder Fünfte (19 Prozent) würde zudem sein Hotelzimmer gerne mithilfe ei-

ner App per Smartphone öffnen und verschliessen können.

«Für das Hotel der Zukunft stehen schon heute viele Technologien bereit», sagt Miriam Taenzer, Tourismus-Expertin bei Bitkom. «Die Möglichkeiten für Hoteliers, neue Kunden zu gewinnen und noch effizienter zu werden, sind riesig, und die Erwartungen der Gäste hoch. Für Hoteliers wird es deshalb immer wichtiger, sich auf technikaffine Zielgruppen einzustellen.» Gerade für die junge Zielgruppe würden viele Services, die technologisch schon heute möglich seien, zum ausschlaggebenden Buchungsgrund. «Denn mit kostenlosem W-Lan auf allen Zimmern wird es nicht mehr getan sein», weiss Taenzer. **chb**

Sunstar Hotelgruppe

Wende

Sunstar, «die Schweizerische Hotelgruppe» schlechthin, hatte in den letzten Jahren ebenfalls zu kämpfen. Nun zeigt sich Licht am Horizont. So erwartet Geschäftsführer Beat Hess für das Geschäftsjahr 2017/18 erstmals seit sechs Jahren wieder einen operativen Gewinn – die Gründe dafür ortete er bei den optimalen Wetterbedingungen während der Wintersaison sowie dem steigenden Eurokurs. Der Buchungsstand für die Sommersaison 2018 liege ebenfalls über dem Vorjahr (+2%). Weiter gab Hess von der Sunstar Hotelgruppe bekannt, dass sie auf das neue Geschäftsjahr hin die Geschäftsleitung verstärken werden. Neu stossen dazu: Marco Barbon, Oliver Senn, Yves Timonin, sowie Jürg Zürcher. **chb**

Investitionen ins Hotel La Collina

Die Sunstar-Hotelgruppe hat 2011 das Hotel La Collina in Pontresina gekauft und wollte es danach so rasch wie möglich auf Vordermann bringen. Die Zweitwohnungs-Initiative machte diesem Vorhaben jedoch 2012 einen Strich durch die Rechnung. Nun, gut sechs Jahre später, kann die Sunstar Gruppe ihr gewünschtes Um- und Erweiterungsbau-Projekt doch noch umsetzen. Letzte Woche informierten Geschäftsführer Beat Hess sowie Regionalleiter Jürg Zürcher die Gemeinde Pontresina im Kongress- und Kulturzentrum über das neue Projekte. Gemäss Hess und Zürcher sollen im Neubau des Collina 14 hybride Wohneinheiten mit 1-Zimmer-Appartements entstehen, die mit Hotelzimmern kombiniert werden können. Im Altbau wiederum sind 43 Einzel- und Doppelzimmer geplant. Die Investitionssumme beläuft sich auf rund 30 Millionen Franken. Läuft alles nach Plan, so kann die Sunstar-Gruppe in Kürze die Baueingabe einreichen und noch in diesem Jahr mit dem Bau beginnen, sodass die Eröffnung in der Wintersaison 2019 stattfinden kann.

Pop-up-Hotels in Heiden und Biel



FERNSICHT HEIDEN

Pop-up-Konzepte finden sich nicht nur in der Gastronomie, sondern vermehrt auch in der Hotellerie. So ist vergangenes Wochenende in unmittelbarer Nähe und in Zusammenarbeit mit dem Gasthaus zur Fernsicht in Heiden ein Pop-up-Hotel eröffnet worden. Das Outdoor Boutique-Hotel bietet zwei Zimmer, die in kürzester Zeit auf- und abgebaut werden können (siehe Foto). Der modulare Bau besteht teilweise aus geschlitzten Holzwänden, sodass der Gast die Umgebung und Natur unmittelbar spüren kann – Bad und Schlafzimmer sind jedoch windgeschützt. Initiant des Projektes ist Silvio Seiler von der Firma Seiler / Graphik und Design GmbH aus Speicher. Er wünscht sich, «noch viele Hoteliers, Gastronomen und Tourismusbüros für unser Pop-up-Hotel so begeistern zu können», wie er gegenüber dem Lokalradio äusserte. Weiter hielt Tobias Funke, Betreiber des Gasthaus Fernsicht, fest: «Ich erhoffe mir für das Hotel zum einen ein Full House, und zum anderen, dass wir in der Ostschweiz und im Appenzellerland etwas bewegen können.» Nicht nur in Heiden, sondern auch in Biel hat kürzlich ein Pop-up seine Türen geöffnet: das Pop-up Lindeneegg, das in der Villa Lindeneegg während acht Monaten bis Ende Januar 2019 geöffnet sein wird.

Airbnb: nach der Taxe die Limite

Sharing Economy Gigant Airbnb beschäftigt weiterhin. Nachdem in einigen Kantonen mit dem Portal zumindest eine Einigung betreffend Abrechnung der Kurtaxen gefunden werden konnte, steht nun in den Städten Bern, Luzern und Zürich die Limitierung von Airbnb-Übernachtungen an – wie sie bereits in Genf der Fall ist. Dort dürfen Mieter ihre Wohnung nur noch während maximal 60 Tagen pro Jahr über Portale wie Airbnb untervermieten. Die Krux bislang: die Kontrollmechanismen.