

HOTEL+

TECHNIK

Zukunftsweisend investieren

Eins mit den Elementen

Das Olm Nature Escape im Tauferer Ahrntal wird völlig energieautark betrieben. Die Kombination aus Wasserkraft, Photovoltaik und Geothermie ist beispielhaft.

Klangwelten

Tipps für professionelles
Audio Branding

Marktübersicht

E-Ladesäulen-Anbieter
im Vergleich

FEGA & SCHMITT
ELEKTROGROSSHANDEL
Weitere Infos
auf Seite 21

Werde Teil der HOTEL+TECHNIK-Community

Jetzt HOTEL+TECHNIK
auf Social Media
entdecken



https://linktr.ee/hotel_technik



HOTEL+
TECHNIK

Mit allen Sinnen

Kürzlich übernachtete ich zur ITB in einem angesagten Designhotel in Berlin-Mitte. Die Lobbybar war zu später Stunde gut gefüllt, im Hintergrund lief elektronische Musik, die nicht nur mit den Gästen, sondern auch den lässig gekleideten Mitarbeitern perfekt harmonierte. Das Licht war gedämpft, in der Luft lag ein Zitrusduft mit holziger Note. Das Gesamtkonzept wirkte stimmig und katapultierte mich auf Antrieb in das pulsierende (Nacht-)Leben der Großstadt.

Gäste mit allen Sinnen anzusprechen ist in der Praxis oft eine Challenge. Vor allem das Thema Musik wird dabei unterschätzt: Manch ein Hotelier vertraut lieber dem eigenen Geschmack, als in ein professionelles Sound Design zu investieren. Dass strategisch ausgewählte Musik allerdings helfen kann, die eigene Marke zu stärken – und sogar mehr Umsatz zu generieren –, macht der Beitrag über Audio Branding deutlich, den unsere Autorin Stefanie Hütz für Sie recherchiert hat (ab Seite 16).

Zusätzlichen Umsatz erzielen Hoteliers auch mit einer gut geplanten Ladeinfrastruktur. Immer mehr Menschen fahren mit dem E-Auto in den Urlaub und wählen Hotels gezielt danach aus, ob diese auf E-Mobilität ausgerichtet sind oder nicht. Welche Anforderungen Ladesäulen in der Hotellerie erfüllen müssen und wohin die Reise bei der technischen Entwicklung geht, zeigt unsere Marktübersicht ab Seite 22.

„Die Axt im Haus erspart den Zimmermann“ – diesem Motto folgen immer mehr Hotelbetriebe und beschäftigen für ihre Bautätigkeiten rund ums Haus eigene Handwerkerteams. Dass dies nicht nur für die Kettenhotellerie eine sinnvolle Lösung ist, sondern auch Privathotels Vorteile bietet, lesen Sie in unserem Beitrag „Stets zur Hand“ ab Seite 52.



Lassen Sie sich inspirieren – ich wünsche Ihnen viel Freude mit der neuen Ausgabe!

Natascha Ziltz,
Leitende Redakteurin
Mail: Natascha.ziltz@freizeit-verlag.de

IM FOKUS

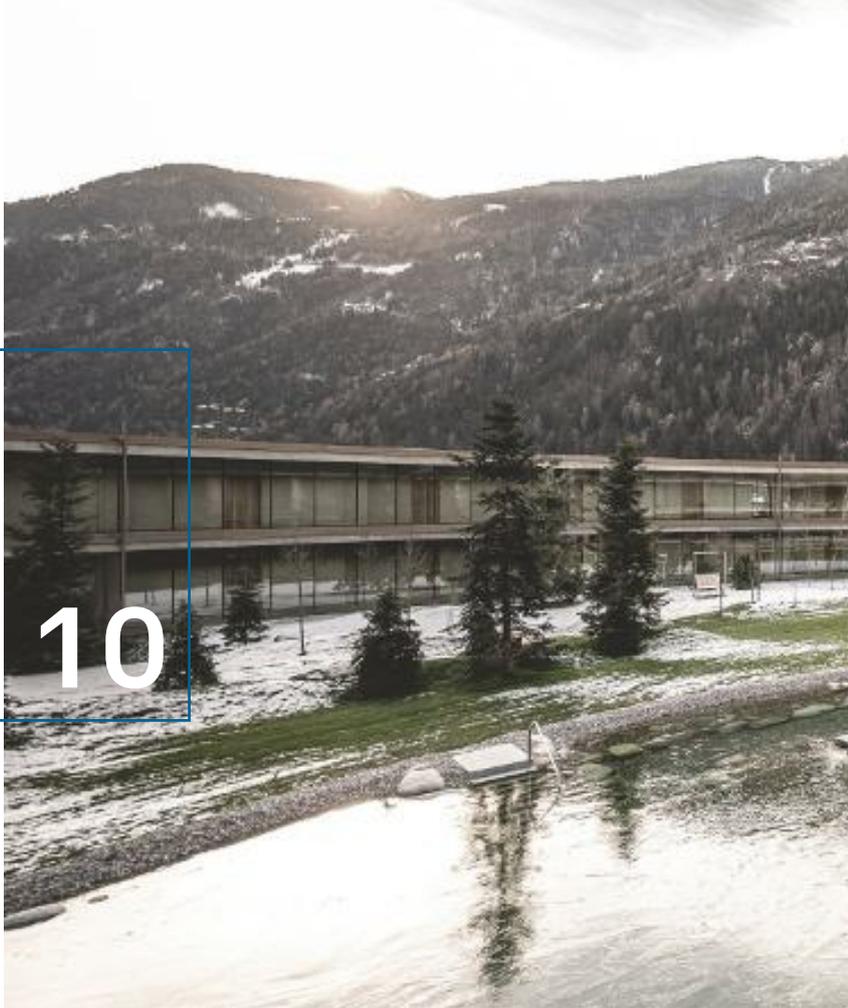
6 Panoramabild

8 Inspiration

Von Tiny House bis
Louis-Vuitton-Hotel

10 Relaxen im Rondell

Das Eco-Aparthotel Olm Nature
Escape in Sand in Taufers ist
energetisch 100 Prozent
unabhängig



10

TECHNIK+DIGITALISIERUNG

16 Klangwelten schaffen

Ein professionelles Sound Design
stärkt die eigene Marke

21 Dekra-Expertentipp

Batterieschnelltest für E-Autos

22 Ladelösungen für Hotels

Die Hotel+Technik-Marktübersicht
zu E-Ladesäulen

26 Gebäudetechnik

Mikrogasturbinen – eine Technologie
mit Zukunftspotenzial?

30 „Absatz nimmt wieder Fahrt auf“

Industrietalk mit Winterhalter-Chef
Rudi Seubert

32 Best Practice IT-Systeme

Die Gekko Group setzt auf die Cloud

34 Produktnews

Vom Unterputz-Radio bis
zum digitalen Esstisch



22



ARCHITEKTUR+DESIGN

36 Ein Gewand fürs Gebäude

Was Hoteliers bei der Gestaltung von Fassaden beachten sollten

42 Nachgefragt

Wie KI die Planung von Bauprojekten beeinflusst

48 Revitalisierung

ESG wird bei der Gebäudesanierung immer wichtiger

52 Bau & Instandhaltung

Über Vor- und Nachteile eigener Handwerkerteams

56 Produktnews

Vom Mietteppich bis zum textilen Wandbelag

SERVICE

3 Editorial

60 Star Award

64 Navigator

66 Vorschau & Impressum

36





PANORAMABILD

Clubben im Nostalgie-Camper

Not a Hotel“ – so nennt sich ein Unternehmen aus Japan, das seinen Gästen statt einzelner Ferienzimmer und -Häuser ein jährliches Tageskontingent an Übernachtungen anbietet. Und das nicht an einem bestimmten Ort, sondern in verschiedenen exklusiven Unterkünften in ganz Japan. Neuester Coup der Firma ist „Anywhere“, ein Ensemble aus fünf Vintage-Wohnwagen in glänzendem Chrom, die überall auf den japanischen Inseln zum Einsatz kommen können. Dabei soll der „Trailer-Park“ nomadischen Lifestyle versprühen und Gästen gleichzeitig Fünfsterne-Komfort bieten.

Das Besondere: Anders als in Tiny Houses, in denen möglichst viel Ausstattung auf kleinstem Raum untergebracht ist, sind die Funktionsbereiche hier auf alle fünf Fahrzeuge verteilt: Zwei Wagen dienen als Schlafzimmer, im dritten befindet sich das Arbeitszimmer, im vierten gibt es ein Bad

mit großzügiger Wanne, und im fünften Trailer sorgt eine Bar mit Disco-Anlage für Unterhaltung. Ein Gemeinschaftsraum ist in keinem der nostalgischen Wagen vorgesehen – vielmehr sollen die Gäste draußen in der Natur Platz nehmen. Damit diese auch bei schlechtem Wetter am Lagerfeuer sitzen können, wird einfach zwischen den fünf Fahrzeugen eine Überdachung aufgespannt (siehe Bild).

Auch Designfans kommen im „Anywhere“ auf ihre Kosten. Den Umbau der Vintage-Camper verantwortete Daisuke Motogi vom Architekturbüro DDAA Lab aus Tokio. Stilsicher setzt er auf japanischen Minimalismus und stattete etwa das Badezimmer komplett mit Naturholzbohlen aus, die dezent an eine Sauna erinnern. Kein Detail ist zu viel, auf unnötige Deko verzichtete Motogi komplett, um die kleinen Räume der Wohnwagen nicht zu überladen.

www.notahotel.com





Raus aus der Stadt, rein in die Natur!

Kleine Alltagsfluchten in der Natur – das wollen Christopher Eilers, Johann Ahlers und Julian Trautwein ihren Gästen mit ästhetisch designten Cabins ermöglichen. Seit der Gründung im Oktober 2021 mit den ersten Locations in Berlin betreibt das Unternehmen „Raus“ mittlerweile mehr als 50 Cabins in sechs Bundesländern. Die Tiny Houses werden laut Anbieter aus natürlichen und recycelten Materialien hergestellt. Alle Cabins sind mit eigenen Wassertanks und Solarzellen auf dem Dach ausgerüstet. Die Holzfassade zieren großen Panoramafenster, im Inneren gibt es ein gemütliches Bett, ein Badezimmer mit Dusche, eine vollausgestattete Küche und einen Holzofen. Entscheidend ist, dass die Kabinen maximal ein bis zwei Stunden von den Stadtzentren entfernt sind. Die jeweiligen Standorte werden erst nach der Buchung bekannt gegeben, um möglichst viel Privatsphäre zu garantieren. Darüber hinaus sind zahlreiche Zusatzleistungen rund um den Aufenthalt buchbar – von Naturaktivitäten über kulinarische Packages bis hin zu Lifestyle-Produkten in limitierten Auflagen. www.raus.life

Louis Vuitton plant erstes Hotel

Spektakuläres Hotelprojekt: Auf den Pariser Champs-Élysées soll 2026 das erste Louis-Vuitton-Hotel der Welt eröffnen. Ein überdimensionaler verspiegelter Monogramm-Koffer bildet die Baufassade des LV-Hotels (Bild). Die französische Luxusbrand des LVMH-Konzerns hat bereits mehrere Cafés und Restaurants quer über den Globus verteilt, unter anderem in Tokio und Saint Tropez. Das geplante Objekt in Paris soll sich auf insgesamt 6.000 Quadratmeter erstrecken und der Startschuss sein für eine ganze Reihe an Hoteleröffnungen. Möglich seien Standorte wie Dubai, New York und London. www.de.louisvuitton.com



„Peach Fuzz“ erobert das Interior

Jahr für Jahr kürt das Unternehmen Pantone die Farbe des Jahres. 2024 hat eine Mischung aus Rosa und Orange das Rennen gemacht. Bei „Peach Fuzz 13-1023“ handelt es sich um einen sinnlichen Pfirsichtton, der laut des Farbeninstituts für „Liebe und Teilen, Gemeinschaft und Zusammenarbeit“ steht. Die Farbe, die Wärme und moderne Eleganz ausstrahlt, ist bereits in vielen Kollektionen gängiger Möbel- und Leuchtenhersteller zu finden. So zeigt sich etwa die Leuchte „Binic“ vom italienischen Lampenhersteller Foscarini (Bild) in einem saftigen Pfirsichtton. Kvadrat hat passende Möbelbezugsstoffe im Programm, bei Thonet gibt es Stühle in „Peach Fuzz“, und der Badspezialist Agape hat sogar einen Waschtisch im Pfirsich-Ton im Angebot. Wie man die Trendfarbe gelungen kombiniert? Am besten Ton in Ton, mit Pastellgelb, Braun oder Weiß. Die dezente Farbe passt aber auch gut zu einem hellen oder dunklen Grau und kräftigen Erdtönen. www.pantone.com



Gepäckaufbewahrung als Profit-Center

Was tun, wenn Gäste ausgecheckt haben, aber ohne Koffer noch die Stadt erkunden wollen? Die Lösung fanden die Flemings Hotels mit „Variocube“: einer komplett digitalisierten Gepäckaufbewahrung. „Die Anlage entlastet unsere MitarbeiterInnen, die zu Spitzenzeiten mit der Gepäckaufnahme so beschäftigt waren, dass sie zu wenig Zeit für die eigentliche Interaktion mit unseren Gästen hatten“, sagt Marco Zimmermann, Leiter Zentraleinkauf. Die schlüsselfertige Softwarelösung „Safe Cube“ lässt sich nach Herstellerangaben mit geringem Aufwand in Betrieb nehmen. Jeder Betreiber kann dabei individuelle Preise festlegen und jederzeit ändern. Flemings setzt etwa auf gestaffelte Preise je nach gewählter Fachgröße und Buchungsdauer. Bezahlt wird per Karte am Zahlungsterminal. www.variocube.com

Designstücke von Noa

Das Kreativ-Kollektiv Noa aus Bozen hat bereits zahlreiche Hospitality-Projekte realisiert: Darunter die Goldene Rose in Dinkelsbühl, das Hotel Valentinerhof in Kastelruth oder das Hotel Monastero Arx Vivendi in Arco am Gardasee. Für Letzteres entwarf das Büro ein Set von Lampen, einen Tisch und einen Stuhl. Die Resonanz auf das Projekt war nach eigenen Angaben so groß, dass das Studio beschloss, diese Designstücke zu reproduzieren und auf seiner Website zum Verkauf anzubieten. Die Leuchten (siehe Bild) wurden in Südtirol und Venetien in Zusammenarbeit mit der Firma Lichtstudio entwickelt und produziert. Die Preisspanne reicht von 190 bis 570 Euro. www.noa.network



Punktuelle Farbakzente

Weich, farbenfroh und zwanglos: Mit „Pix“ vom Möbelspezialisten Arper bringen Hoteliers mit wenig Aufwand Farbe in ihre Lobby. Die gemütlichen und ikonischen Ottomanen machen in öffentlichen Hotelbereichen eine gute Figur. Ob Gelb, Rot oder Blau: Die Farbpalette ist enorm und bietet zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten. Wählen können Hoteliers zudem zwischen verschiedenen Größen. Für Außenbereiche gibt es „Pix“ auch als robuste Outdoor-Variante mit einem wasserfesten Stoffbezug. Der Entwurf stammt von Ichiro Iwasaki vom gleichnamigen Designstudio in Tokio, das bereits zahlreiche Projekte für bekannte Hersteller realisiert hat. Iwasakis Entwürfe reichen von Tischzubehör über Beleuchtungsartikel und Einrichtungsgegenstände bis zur Armbanduhren und Elektronikgeräten. www.arper.com





Hotelreportage: Olm Nature Escape, Sand in Taufers

Relaxen im Rondell

Das Eco-Aparthotel Olm Nature Escape in Sand in Taufers setzt mit seiner mutigen Architektur in Kreisform neue Akzente in der Südtiroler Ferienhotellerie. Dank Photovoltaik und Geothermie ist das Resort energieautark und damit Vorreiter im Alpenraum. Das Konzept ist lässig und soll den Gästen so viel Urlaubs-Gestaltungsfreiheit wie möglich bieten.

Autorin: **Stefanie Hütz**



STECKBRIEF

Inhaber/Bauherren: Christian Lechner/Carron Gruppe

Architektur: Andreas Gruber Architects (AGA)

Innenarchitektur: Designstudio Marchgut

Konzept & Strategie: Thomas Steiner

Investitionssumme: ca. 15 Millionen Euro

Spatenstich: Juni 2022

Eröffnungsdatum: Dezember 2023

Zimmer: 33 Wohneinheiten

Zimmerpreise: ab 125 Euro pro Person für Übernachtung mit Frühstück

Adresse: Unterwalburgen 21, Kematen,
39032 Sand in Taufers, Südtirol

Kontakt: www.olm.it



1



2



3



4

Olm – so klingt es, wenn Südtiroler das Wort Alm in ihrem Dialekt aussprechen. Die drei Buchstaben stehen aber auch für immerwährend im Sinne eines endlosen Kreises. Dass das Projekt diese Form annehmen würde, stand keineswegs von Beginn an fest. Eigentümer Christian Lechner dachte zunächst daran, Chalets auf dem Prennhof seiner Familie zu errichten. Schnell zeigte sich jedoch, dass das Grundstück nach einer anderen Gestaltung verlangt. Eine Art Chalet-Gruppe ist es geworden, jedoch eingefügt in eine kreisrunde doppelstöckige Hülle, die wie ein Mühlstein anmutet – passend dazu, dass Orte in der Umgebung nicht ohne Grund Mühlen oder Mühlbach heißen.

Gerade, fensterlose Flure findet man im Olm nicht. Der (Rund-)Gang zu den

Wohneinheiten gibt vielmehr über große Glasfronten den Blick auf den 70 Meter durchmessenden Innenkreis frei – einen wilden Relaxgarten –, und darüber hinaus, über das Gebäude hinweg, auf die Berglandschaft mit insgesamt mehr als 80 Dreitausendern. Innen und außen Natur, in dieser Oase der Ruhe, in der Kuhglocken die markantesten Geräusche erzeugen, ist der Alltag ganz weit weg. Wander- und (E-)Bike-Wege starten direkt vor der Tür, Skipisten sind nah.

Ein Feld voller Erdwärmesonden

Architekt Andreas Gruber hätte das Gebäude am liebsten noch stärker in die Landschaft „einmodelliert“, dem standen allerdings die geologischen Gegebenheiten entgegen. Aufschüttungen sind nicht möglich gewesen. Die Boden-

beschaffenheit stellte sich dafür als vorteilhaft in puncto Geothermie heraus. Auf einem angrenzenden, 1,5 Hektar umfassenden Feld wurden problemlos 126 Erdwärmesonden 120 Meter tief in die Erde gebohrt. Dass Nachhaltigkeit großgeschrieben werden sollte, war Christian Lechner von Anfang an wichtig. Dass man jedoch Energieautarkie umsetzen würde, ergab sich erst nach Planungsbeginn.

„Die steigenden Energiepreise und zunehmenden Klimadiskussionen haben uns intensiv zum Nachdenken und mehr noch zum Handeln im Sinne kommender Generationen gebracht“, berichtet Architekt Andreas Gruber. 1.200 Photovoltaik-Paneele mit einer Gesamtleistung von etwa 800 kW wurden auf dem 2.388 Quadratmeter umfassenden Flachdach installiert. So wer-



- 1 Aus Steingranulat:** Der Natursteinspachtelboden kommt sowohl innen als auch außen zum Einsatz.
- 2 Weitläufig:** Bar und Restaurant sind wie eine offene Plaza gestaltet.
- 3 Separiert:** Die Trennwände aus Lärchenholz versprechen Privatsphäre beim Essen.
- 4 Gut gelöst:** Die Sauna bietet Ausblick, während Einsichten dank Verspiegelung nicht möglich sind.
- 5 Stimmig:** Auch im Ruheraum wurden viel Lärchenholz und Naturstein verbaut.



Hotel Winkler, St. Lorenzen, Südtirol Foto: Harald Wiesthaler

Der Königsweg zum Wohlfühlwasser

- Maximale Energieeffizienz und Wirtschaftlichkeit
- Vollautomatisch perfekte Wasserqualität
- Minimaler Personalaufwand und höchste Sicherheit



Erleben Sie die Hotelpoolwelt von Ospa
www.ospa.info

den mehr als 550.000 kWh Strom und 800.000 kWh Wärmeenergie pro Jahr produziert. Überstrom wird in die Netze der heimischen Energiegenossenschaft eingespeist und zurückgenommen, wenn er gebraucht wird. „Photovoltaik und Geothermie schlugen mit etwa 1,5 Millionen Euro zusätzlich zu Buche, dürften sich aber bereits nach sechs bis sieben Jahren amortisieren. Eine Investition in die Zukunft“, sagt Gruber.

Zu den weiteren nachhaltigen Maßnahmen zählen unter anderem die Belüftung mit Wärmerückgewinnung oder die wassersparenden WC-Anlagen (mit sieben statt neun Litern). Das Olm hat vom Global Sustainable Tourism Council bereits die GSTC-Zertifizierung erhalten.

Die Gesamtinvestitionssumme lag bei rund 15 Millionen Euro, einem für

die Größe des Projekts moderaten Betrag, der daraus resultiert, dass das Netzwerk der Carron Gruppe genutzt werden konnte. Christian Lechner ist geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens Carron Bau, das neben Carron Spa zum in Südtirol ansässigen Bauunternehmensverbund der Familie Carron gehört. Die Carron Gruppe stieg auch als Co-Investor in das Projekt ein.

Stichwort Zusammenarbeit: Frühzeitig holte Christian Lechner Thomas Steiner, spezialisiert auf operative Beratung in Hotellerie und Gastronomie, für Strategie, Opening und Controlling ins Boot. „Wir drei haben direkt gemacht“, so Gruber. Das Interior Design konzipierte das Büro Andreas Gruber Architekten zusammen mit dem Designstudio Marchgut aus dem österreichischen Linz.



MADE IN GERMANY



Bei der Materialwahl bildeten der Cradle-to-Cradle-Gedanke und ein möglichst geringer Verbrauch von grauer Energie eine Leitlinie. Stilistisch gingen für das Olm Moderne und Tradition eine Liaison ein. Waschputz kam für die Fassade zum Einsatz. Lärchenholz dominiert Wohneinheiten und die Lobby, die eher wie eine offene Plaza gestaltet ist. Rezeption, Lounge mit Kaminfeuer, Kaffeebar, Showküche und Restaurant gehen fließend ineinander über.

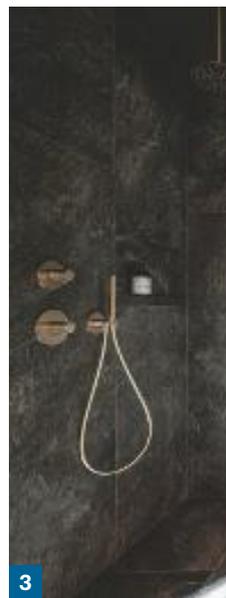
Innovativ ist der Natursteinspachtelboden aus Steingranulat plus Bindemittel, der sowohl innen – mit versiegelten Fugen – als auch außen auf den Terrassen zum Einsatz kam. Für die Zimmerflure wurde ein weicher naturfarbener Schafwollteppich gewählt. Die Wände der Flure verkleiden „Celenit“-Platten aus Holzwolle als natürliche Lösung für die Akustik. Sie erfüllen zugleich hohe Anforderungen an den Brand- und Wärmeschutz. Wollfilz in Tannengrün bringt Farbe und Gemütlichkeit in die Sitzbereiche der Plaza. Die Vorhänge bestehen aus Leinen und Loden, auch hier im Farbmix Natur-Tannengrün.

Vom Single bis zur Großfamilie

Das Spektrum der Wohneinheiten reicht von der „Apartsuite M“ (53 qm, 1-3 Personen) über die „Apartsuite L“ (60 qm, 1-4 Personen) bis zur „Apartsuite XL“ (72 qm, 2-6 Personen). Die Apartsuiten sind mit einer Küchenzeile ausgestattet, auf Wunsch wird der Kühlschrank individuell gefüllt. Zu den weiteren Annehmlichkeiten gehören teils freistehende Badewannen, private Saunen und versenkbare Smart-TVs, um vom Bett aus wahlweise den Blick auf den Bildschirm oder die Landschaft zu genießen.

Auf den Balkonen befinden sich Hängeschaukeln und weitere Sitzmöglichkeiten. Die Apartsuite-Größen L und XL verfügen außerdem über abtrennbare Nischen mit Workation-Schreibtisch sowie Klappbetten für ein bis zwei Kinder. Die Apartsuite XL hat zwei getrennte Schlaf- und Badezimmer, zudem stehen zwei barrierefreie Wohneinheiten zur Verfügung. Bei Vollbelegung ist Platz für 82 Personen.

Insgesamt gilt das Motto, niemanden ausschließen zu wollen – vom Single bis zur Großfamilie. In den direkt zu den Almwiesen ausgerichteten Suiten können auch Gäste mit Hunden unter-



kommen. Die Nachfrage in diesem Segment sei auffällig hoch, das Olm insgesamt sehr gut gestartet.

Es gebe kaum etwas nachzusteuern. Dazu habe beigetragen, dass im Vorfeld genauestens geplant und sogar ein Musterzimmer eingerichtet und auf „Herz und Nieren“ geprüft worden sei. Zudem waren die Bauarbeiten gut einen Monat vor der Eröffnung abgeschlossen. So konnten noch zwei Testwochenenden stattfinden, zu denen Freunde der Investoren und einheimische Hoteliers eingeladen waren, um fachkundiges Feedback zu geben.

Auch Sport und Wellness kommen im Olm-Angebot nicht zu kurz: Über die

Saunen in den Suiten hinaus warten im Spa finnische Sauna, Bio-Sauna, Dampfbad, Kneippbecken, zwei Massageräume und ein Ruhebereich. Der Fitness- und Yogaraum gibt den Blick in den innenliegenden Entspannungsgarten frei.

Das 25 Meter lange Sportbecken wird ganzjährig beheizt und ist überganglos in den Naturbadeteich integriert. Die Außensauna gewährt ebenfalls Ausblick, während Einsichten dank Verspiegelung nicht möglich sind. Ein direkt befahrbarer Bikeraum samt E-Lade-Stationen, die es auf dem Parkplatz ebenso für PKW gibt, sowie ein weiterer Raum mit Skischränken komplettieren das Angebot.



Photovoltaik und Geothermie schlugen mit 1,5 Millionen Euro zusätzlich zu Buche, dürften sich aber bereits nach sechs bis sieben Jahren amortisieren. Eine Investition in die Zukunft.“

Andreas Gruber,
Architekt



1 Von M bis XL: Im Olm gibt es drei verschiedene Apartment-Kategorien. Eine eigene Küchenzeile beherbergt jede der insgesamt 33 Suiten.

2 Private Spa: In manchen Apartments gibt es freistehende Badewannen und eigene Saunen.

3 Lokalkolorit: Die dominierende Farbwelt Natur/Tannengrün zeigt sich auch in den Bädern.

Da sich das Olm in der Peripherie befindet, hat sich das Team besondere Gedanken um die Versorgung der Gäste gemacht. Zum inklusiven Frühstück ist morgendlich ein Koch vor Ort, es gibt lokale Produkte mit hohem Bio-Anteil. Für die Verköstigung im Tagesverlauf stehen die Küchenzeile und der auf Wunsch gefüllte Kühlschrank in den Suiten zur Verfügung.

Ein Spezialitätenshop im Haus bietet Zutaten zur Eigenversorgung. Der Umsatz des Shops sei gut, obwohl die meisten Gäste nicht selbst kochen und sich lieber verwöhnen lassen. Vielmehr werden die Produkte als Mitbringsel mit nach Hause genommen. Dass sie in der Showküche angepriesen werden, steigert die Nachfrage.

Größtmögliche „Ferienfreiheit“

Apropos Showküche: Im Kulinarikbereich „Prenn“ finden verschiedene Themenabende statt: vom Apéro-Dinner in Buffetform mit südtirolerisch-mediterranen Tapas über das Olm-Dinner mit festlichen Menüs bis hin zu verschiedenen Veranstaltungen. Kulinarik-Chef Berni Aichner überrascht mit kreativen Ideen. Alternativ bekommen die Gäste Empfehlungen, wenn sie auswärts in einem der Restaurants in der Region essen gehen möchten. Das Ziel lautet, den Gästen größtmögliche „Ferienfreiheit“ zu bieten. |



VIELSEITIGE ZUTRITTSLÖSUNGEN

FÜR JEDEN ZUTRITTSPOINT

Vielfältige Beschläge, Schlösser, Zylinder und Wandler für Hoteltüren aller Art sowie Aufzüge, Zufahrten, Tore, Möbel u.v.m.

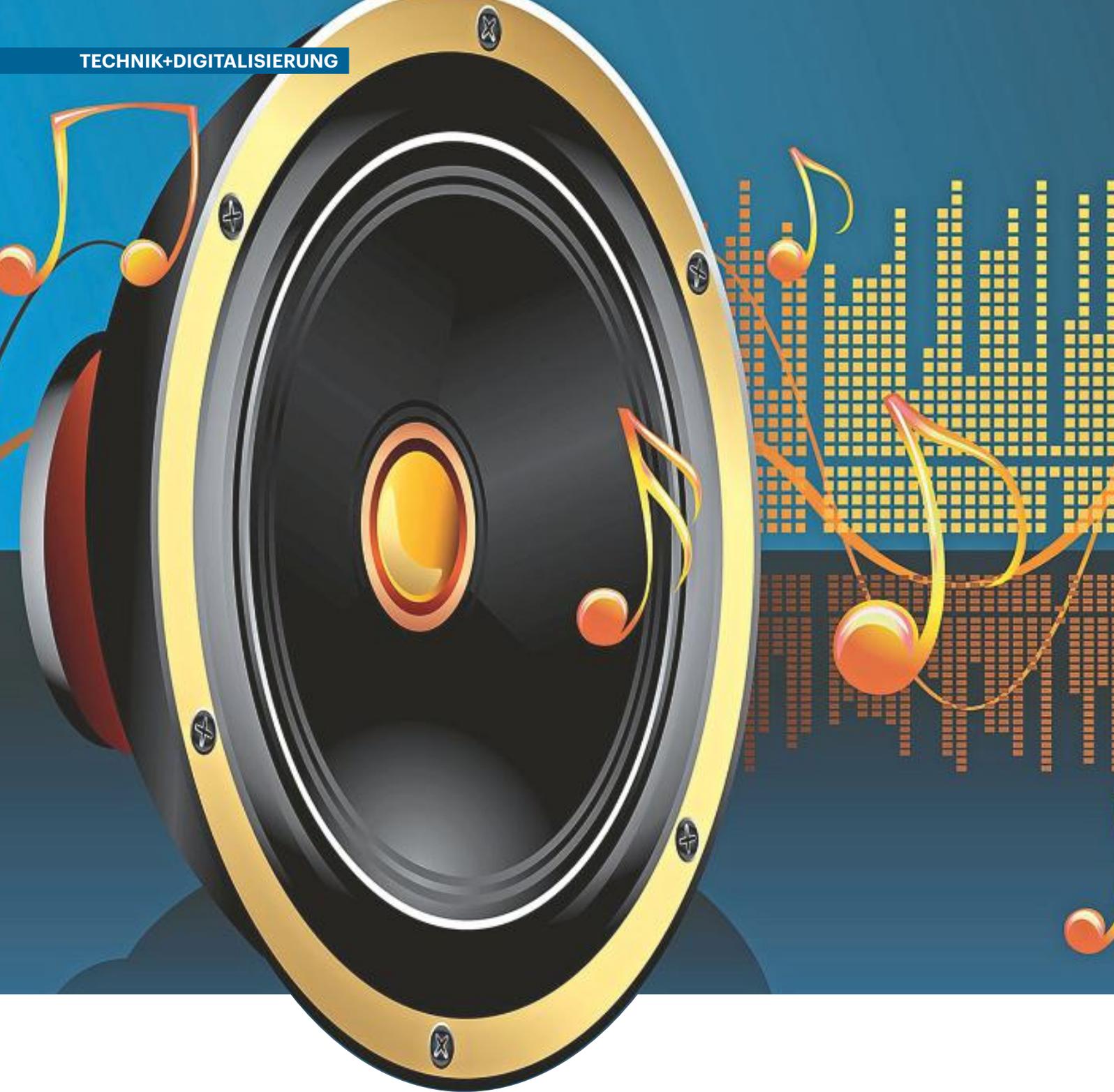
FÜR MASSGESCHNEIDERTE SYSTEME

Flexible Kombination von virtueller Vernetzung, Funkvernetzung, Mobile Access, Online- und Cloud-Systemen.

FÜR EFFIZIENTEN BETRIEB

Kompatibel zu diversen PMS-Systemen, Kassenabrechnungssystemen und Tourisuskarten. Nahtlose Digitalisierung mit mobilen Hotelservices und Check-in-Systemen.





Audio Branding

Klangwelten schaffen

Einfach das Radio anmachen und Gäste mit Chart-Musik und Nachrichten beschallen? Oder lieber dem eigenen Musikgeschmack vertrauen und die persönlichen Lieblingsalben abspielen? Beide Strategien sind für Hotels keine gute Lösung, sagen Experten: Sound Design gehöre in professionelle Hände, um das Gästelerlebnis zu steigern und die eigene Marke zu stärken.

Autorin: **Stefanie Hütz**



Musik ist Gefühl. Fast jeder Mensch hat schon erlebt, wie ihn bestimmte Melodien beschwingen. Was schnell erklärt, warum auditive „Stimmungsmacher“ prädestiniert für die Hotellerie sind und das Sinneserlebnis komplettieren. Durch akustische Markenführung, das Management aller vom Ohr wahrgenommenen Klänge, können im Idealfall der eigene Auftritt emotional aufgeladen und die Klientel gezielt positiv beeinflusst werden. „Dafür empfiehlt es sich, einen Profi ins Boot zu holen, der ein auditives Konzept schafft, das sich nahtlos in Unternehmensbranding und Interior Design einfügt“, sagt Daniel Stoiber, Chief Creative Officer des internationalen Musikunternehmens Radiopark, nach eigenen Angaben der größte Anbieter für Sound Design in Deutschland.

Es gibt eine ganze Reihe Dienstleister mit entsprechender Spezialisierung, die Lösungen für un-

terschiedliche Budgets anbieten. Auch das Unternehmen Kirmes ist eines davon. Die Agentur für Audiokommunikation hat gemeinsam mit der International School of Management (ISM) in Köln unlängst einen Feldversuch über die Wirkung von strategischer Musik durchgeführt. Für die Innengastronomie von Sono, einem Kölner Café und Delikatessenhandel, wurde ein Musikprofil erstellt, das sich am Branding und der Zielgruppe des Unternehmens orientierte. Eine Woche lang – natürlich ist das eine relativ kurze Zeit – wurde das individuelle Musik- und Soundkonzept abgespielt. Das Ergebnis: 21 Prozent Umsatzsteigerung, die Kaffeeverkäufe verdoppelten sich sogar.

„Ich ging schon davon aus, dass Musik die Gäste unterhält, aber eine derartige Umsatzsteigerung hat mich völlig überrascht“, resümierte Sono-Inhaber und -Gründer Jürgen Walleneit. Michael Kleinhjohann, Studiengangsleiter Marketing & Communi-

Good Vibrations:
Eine professionelle Playlist kann im Hotel für gute Stimmung und sogar mehr Umsatz sorgen.

cations Management an der ISM, dazu: „Schon in der Vergangenheit haben zahlreiche Studien bewiesen, dass Konsumenten auf Musik eindeutig positiv reagieren. Die Studie zeigt einmal mehr die Relevanz des Themas Audio im Gesamtkonzept eines Markenauftritts.“ Dennoch erlebt Kirmes Founder & CEO Thorsten Kirmes noch immer: „Die wenigsten Hotels nutzen Audio oder die Themen Klang & Sound bisher zu ihrem Vorteil.“ Dabei sei das so einfach wie nie.

Perfekt abgestimmte Playlists

Der Streaming-Dienstleister Platinmusic beispielsweise, auf dessen Referenzliste Häuser wie der Öschberghof oder das Grand Hotel Heiligendamm stehen, bietet als Basic-Einstiegslösung unter anderem verschiedenste vorgefertigte Playlists, die sich für monatliche Gebühren ab 25 Euro im 24/7-Betrieb nutzen lassen. Dafür werden einfach PC, Smartphone oder Tablet per Kabel oder Bluetooth mit der Soundanlage verbunden. Mehr als 300 Playlists von (Chart-)Hits über Jazz und Soul bis zu Chill-out-Musik stehen mit insgesamt mehr als 50.000 Songs zur Wahl. Gegen entsprechenden Aufpreis wird die „Individual Playlist“ zusammengestellt. Zu weiteren möglichen Services gehören „die Anpassung auf Tages- und saisonale Zeiten wie Weihnachten oder der Mix mit bestehenden Musikkanälen, sodass alles vollautomatisiert funktioniert“, erläutert Chief Music Director Jochen Weiss. Die Song-Zusammenstellungen werden zudem regelmäßig aktualisiert, um up to date zu sein, aber auch mit Blick auf die Mitarbeitenden, die das Programm täglich hören „müssen“.

Alle öffentlichen Bereiche können gleichermaßen mit einer einheitlichen Playlist oder standort-



1



2

1 Raumerlebnis: Im Chedi Andermatt ist das Sound Design auf das Ambiente abgestimmt.

2 Easy: Über Touchpanels an der Wand können Mitarbeiter im Chedi die Musikauswahl steuern.

3 Maßarbeit: Dienstleister wie hier Daniel Stoiber, Chief Creative Officer von Radiopark, stellen individuelle Wiedergabelisten für Hotels zusammen.



3



”

Die Kunst liegt darin,
hörbar anders aufzutreten als
andere, dabei aber angesichts der
meist breiten Zielgruppe keines-
wegs zu extravagant oder
aufdringlich zu sein.“

Jochen Weiss, Chief Music Director bei Platinmusic

bezogen – etwa Lobby, Bar oder Spa – mit verschiedenen Klängen bespielt werden. Die Kunst liege darin, hörbar anders aufzutreten als andere, dabei aber angesichts der meist breiten Zielgruppe keineswegs zu extravagant oder aufdringlich zu sein, beschreibt Jochen Weiss den zu vollziehenden Spagat. „Ein klassisches Grand Hotel der Fünfsterne-Kategorie wird wohl die allerwenigsten Gäste mit brachialem Techno begeistern. Gleichzeitig könnte hier sehr dezente elektronische Musik belebend und überraschend wirken“, erläutert Thorsten Kir-

mes. Daniel Stoiber: „Vielfach braucht es mehr Mut, neue Wege zu gehen. Wir hören sehr oft: Was machen denn die anderen? Das kann nicht die richtige Herangehensweise sein. Musik eröffnet die Chance, ein individuelleres Erlebnis zu bieten, genauso individuell wie das Haus. Es gibt Musik, die passt, und Musik, die nicht so gut passt. Das ist aber abhängig von Marke und Image, nicht von Konventionen.“

Themenbezogene Beschallung

Im The Chedi Andermatt, das zu den Leading Hotels of the World gehört, zählt das Sounddesign zu den sogenannten Signature Experiences. Die Playlists werden von Platinmusic kuratiert. In der Lobby beispielsweise erklingen frische Chill-out-Tracks, um das Besondere des Hotels schon beim Betreten des Gebäudes zu unterstreichen. In den beiden japanischen Gourmet-Restaurants, von denen sich eins im Hotel und eins am Berg auf 2.300 Meter Höhe befindet, kommen vorwiegend dezente Lofi-Beats von japanischen Künstlern zum Einsatz. Jeder Bereich wird mithilfe der Streaming-Boxen von Barix, Verstärkern von Biamp Systems sowie Bose-Deckenlautsprechern themenbezogen beschallt. Über Touch Panels an der Wand ist durch



WÄRMEPUMPE WEITERGEDACHT



HOTELKLIMATISIERUNG MIT GROSSER LÖSUNGSVIELFALT

Ob in Hotelzimmern oder anderen Räumlichkeiten: Die effizienten VRF-Klimasysteme PUMY schaffen nicht nur perfektes Klima. Dank einer sehr großen Vielfalt an anschließbaren Klima-Innengeräten lässt sich jedes Designkonzept ansprechend mit der passenden Lösung ergänzen. Für alle Projekte, die Sie weiterdenken wollen.

NEU: PUMY
MIT R32



Jetzt QR-Code scannen und
Referenzprojekt anschauen
mitsubishi-les.com

The Beat goes on:
Lautsprecher sollten im Hotel sinnvoll platziert werden.



Neues KI-Tool:
Wie klingt eigentlich die eigene Marke? Das können Unternehmen mit dem Tool „Sonic-Branding GPT“ herausfinden. Es übersetzt Markenwerte und Unternehmensziele in Musik. Künstliche Intelligenz wird dabei mit musiktheoretischem Fachwissen kombiniert. Einfach QR-Code scannen und ausprobieren.

das Team steuerbar, welche Musikquelle gerade gewählt wird. In den Zimmern können die Gäste via iPad und das „Revox M10 Multiroom System“ auch ihre eigene Wunschmusik abspielen. Joachim Thielen von Jo-Media hat die gesamte Multimedia-technik im The Chedi Andermatt geplant und die Umsetzung begleitet.

Lärmquellen eliminieren

Die Beschallungstechnik ist dabei in der Regel auch Bestandteil des Beratungsangebots der Musikdienstleister. „Die beste Musik kommt schließlich nicht zur Wirkung, wenn die Anlage nicht ausreichend dafür ausgelegt ist“, verdeutlicht Daniel Stoiber von Radiopark. Und: „Nicht nur die Qualität und richtige Menge an Lautsprechern ist wichtig, ebenso entscheidend ist, wo diese platziert werden.“ Wobei Thorsten Kirmes betont: „Man kann

auch mit durchaus überschaubaren Mitteln beeindruckende Ergebnisse erzielen. Wir haben beispielsweise ein Soundkonzept für ein kleines Café mit nur zwei handelsüblichen Wireless Speakern umgesetzt.“

Ebenfalls wichtig: Bevor das Soundkonzept erstellt wird, kann es zunächst erforderlich sein, unerwünschte Lärmquellen – zum Beispiel Geräusche der Klimaanlage – zu eliminieren. Mittlerweile gibt es viele Möglichkeiten der Schallabsorption, die sich attraktiv in das Interior Design einfügen lassen. Das Spektrum reicht vom schallschluckenden Teppich über den Raumteiler und Bilderrahmen bis zur Leuchte. Frühzeitige interdisziplinäre Zusammenarbeit kann insofern nur hilfreich sein, unterstreicht Daniel Stoiber. Und Thorsten Kirmes empfiehlt, „die jeweiligen Assets regelmäßig zu analysieren und gegebenenfalls anzupassen“. |

TIPPS

- + Sich auf den eigenen Musikgeschmack zu verlassen ist keine gute Strategie. Es gibt eine ganze Reihe von Dienstleistern mit entsprechender Spezialisierung, die Lösungen für unterschiedliche Budgets anbieten.
- + Hilfreich im Tagesgeschäft sind Musikkonzepte, die angepasst auf Tages- und saisonale Zeiten vollautomatisiert ablaufen.
- + Musik sollte weder zu aufdringlich noch zu extravagant sein, sondern belebend und überraschend wirken.
- + Nicht nur die Qualität und Anzahl an Lautsprechern ist entscheidend, sondern auch die Platzierung.

Dekra-Expertentipp

Akku-Zustand von E-Fahrzeugen prüfen

Die Antriebsbatterie ist die wichtigste Komponente eines Elektroautos. Von ihr hängt nicht nur die Reichweite des Fahrzeugs ab, sie ist auch das mit Abstand teuerste Bauteil. Hoteliers, die mit dem Kauf eines gebrauchten Elektroautos für ihre Flotte liebäugeln, sollten den Zustand der Antriebsbatterie checken lassen. Denn mit zunehmendem Alter geht die Ladekapazität der Energieriegel tendenziell zurück.

Der von der Sachverständigen-Organisation Dekra entwickelte Batterie-Schnelltest soll Klarheit bringen: Mit seiner Hilfe ist es möglich, den Zustand der Antriebsbatterie schnell und zuverlässig zu ermitteln. In nur 15 Minuten liefert die Prozedur einen präzisen Wert für die Restkapazität des Akkus. An den Messwerten lässt sich der „Gesundheitszustand“ der Batterie, ihr „State of Health“ ablesen.

Das Verfahren wurde von der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule (RWTH) Aachen validiert und ist international patentiert. Für den Test genügt eine kurze Beschleunigungsfahrt von rund 100 Metern, um über die On-Board-Diagnose-Schnittstelle verschiedene Batteriekenndaten auszulesen. Das eigentliche Know-how aber liegt in der Einordnung dieser Messwerte auf der Basis aufwendiger Versuchs-

fahrten mit Neufahrzeugen. Das geschieht mithilfe KI-basierter Berechnungen, denen ein komplexer Algorithmus sowie eine umfassende Datenbank zugrunde liegen.

Die Deutsche Verkehrswissenschaftliche Gesellschaft zeichnete den Batterie-Schnelltest kürzlich mit dem Innovationspreis der deutschen Mobilitätswirtschaft aus. „Für klimaschonenden Verkehr spielt die Elektromobilität eine Schlüsselrolle. Umso bedeutender ist damit der Beitrag, den der Dekra-Batterietest für Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit leistet“, so Knut Ringat, Jury-Vorsitzender und Initiator des Preises.

Dekra richtet sich mit diesem Service zunächst primär an gewerbliche Kunden, etwa an Großkunden wie Leasing-Gesellschaften, oder an Autohäuser, die mit gebrauchten E-Fahrzeugen



Prüfstand „to go“: Ein neuer Batterie-Schnelltest soll in 15 Minuten Klarheit bringen, wie es um den Akku eines Elektroautos bestellt ist.

handeln. Aber auch Endkunden können nach Terminvereinbarung an jeder Dekra-Niederlassung in Deutschland den Test durchführen lassen. |

Foto: Dekra

LADEINFRASTRUKTUR – SMART, EFFIZIENT, PASSGENAU!

Lassen Sie den Service bereits auf dem Parkplatz beginnen und bieten Sie Ihren Gästen noch mehr Komfort. Von der Planung bis zur Abrechnung begleiten wir Sie beim Aufbau Ihrer individuellen Ladeinfrastruktur.



Mehr Informationen erhalten Sie auf unserer Homepage: www.pro-mobility.info

PRO.
-mobility

Marktübersicht

E-Ladelösungen für die Hotellerie

Immer mehr Menschen fahren mit dem E-Auto in den Urlaub. Hotels, die über eine professionelle Ladeinfrastruktur verfügen, können bei den Gästen punkten. Doch was macht eine gute Ladesäule aus? Die Marktübersicht zum Thema bietet Orientierung.

Autorin: **Natascha Ziltz-Görgemanns**



Ein Manko: 47 Prozent der Gäste schließen Hotels aus, die keine E-Ladestationen bieten.

Der Markt mit E-Autos boomt. Allein im Januar wurden in Deutschland laut Statista knapp 23.000 E-Autos neu zugelassen – 24 Prozent mehr als im Vorjahresmonat. Das hat auch Auswirkungen auf das Reiseverhalten. Charge X hat in einer Studie mit dem Marktforschungsinstitut Dynata mehr als 500 E-Autofahrer befragt. Dabei kam heraus: Fast 80 Prozent nutzen ihr E-Auto auf Reisen. Und fast die Hälfte schließen Hotels ohne Lademöglichkeit von vornherein aus. Hoteliers, die sich für die Zukunft rüsten wollen, kommen an diesem Thema also kaum mehr vorbei.

Doch welche Anforderungen sollten Ladesäulen in Hotels erfüllen? Für Viktor Holter von Wirelane sind es drei Kriterien: „Benutzerfreundlichkeit, hohe Uptime und flexible Payment-Lösungen für die Gäste.“ Jörg Koch-Losekamm,

Geschäftsführer von Wattif EV, nennt noch einen weiteren Punkt – nämlich dass der Betreiber der Ladesäulen (CPO) seinen eigenen Strom mitbringt. Denn so werde der Strompreis des Hotels nicht tangiert. Ebenfalls wichtig: Niedrige Investitionskosten, externe Abrechnungsdienstleistungen und das Laden über alle gängigen Bezahlssysteme.

In puncto Wartung sieht Lukas Schlipf von Smopi einen Vorteil in zentralen Ladelösungen – also Ladestationen, die mehrere Ladepunkte über eine zentrale Verteilung steuern. Diese seien wartungsärmer als Ladestationen mit separaten Zählern. Praktisch sei auch ein Backend wie von Lade, über das die Haustechnik bzw. der Servicedienstleister direkt eingebunden werden kann.

Normallader oder Schnelllader? Bei dieser Frage sind sich die Anbieter einig: 22kW-AC-Ladesäulen seien für den Ein-

satz im Hotel ausreichend, da die Gäste ohnehin über Nacht bleiben. Ionity nennt hingegen auch klare Vorteile von Schnellladern: „Für Hoteliers ergeben sich neue Einnahmequellen durch die Laufkundschaft, die während des Ladens das Restaurant nutzt oder auf der Langstrecke einen Stopp einlegt.“ In Großbritannien kooperiere das Unternehmen bereits mit Hotelketten, die entlang der Autobahnen liegen und so auch Nicht-Hotelgäste ansprechen.

Und wohin geht die Reise bei der technischen Entwicklung? Schlipf ist überzeugt, dass die Funktion „Plug & Charge“, also die automatische Authentifizierung und Start des Ladevorgangs, weiter zur Nutzerfreundlichkeit beitragen wird. Für Thomas Schwabe, Director Sales bei Lade, ist die Integration in bestehende Systeme ein wichtiger Punkt. So könnten Ladekosten automatisiert mit der Zimmerrechnung beglichen werden. Für Johannes Wieland, Produktmanager bei Charge Here, hat „intelligentes Lastmanagement“ Zukunftspotenzial. Und Firmen wie Easee oder Wattif EV sehen beim Thema „Bidirektionales Laden“ Potenzial. Dabei wird das Fahrzeug als Batteriespeicher genutzt, der bei Bedarf seine Energie wieder abgibt. Stichwort „Vehicle-to-Grid (V2G)“. Außerdem relevant: Die Integration der Stationen in Energiemanagementsysteme über EEBus. So könnten laut dem Hersteller EVBox die Strompreise und verfügbare Sonnenenergie optimal genutzt werden. |

**Mehr zum Thema E-Mobilität lesen
Sie auch in Ausgabe 3 am 22. Mai.**

E-LADESÄULEN



Anbieter	ChargeHere GmbH – ein Unternehmen der EnBW	Ionomy
Produktname	TwinCharger	Ionomy Schnellladesäule
Serie	-	-
Abmessungen	ca. 660 mm x 280 mm x 138 mm (ohne Spiralkabel)	-
Material	Aluminium/Kunststoff	-
Steckertypen	2x Typ 2 (IEC 62196)	CCS
Leistung	2 x 11 kW	bis zu 350 kW
Stromart	Wechselstrom	DC
Max. Ladeleistung	11 kW pro Ladepunkt	bis zu 350 kW
Ladekarte (optional)	RFID-Token, App, Roaming-Ladekarten diverser Anbieter	ja
Ladepunkte für Normalladen	> 1.500	nein
Ladepunkte für Schnellladen	-	ja
Ladetechnik	AC-Laden	DC-High-Power-Charging
Ladekosten	individueller Tarif	variiert je nach Land; im Abonnement günstiger – zwischen 0,39 Euro/kWh und 0,79 Euro/kWh für Spontanladen
Ladedauer	durchschnittlich 3,4 h zum Vollladen	im Schnitt 20 Minuten
Registrierung	per App / ohne Registrierung für Gelegenheitsnutzer	optional
Grundgebühr	Servicepakete auf Anfrage	im Ionomy Passport Abo für 5,99 Euro Monatsgebühr
Preis Laden bei anderem Anbieter	-	-
Bezahlarten	SEPA-Lastschriftmandat, Kreditkarte (Kreditkartenterminal oder App)	RFID-Karte, Kreditkarte, per App, QR Code oder Plug&Charge
Standorttyp (öffentlich/halböffentlich)	halböffentlich	öffentlich und für alle Automarken offen
Bruttopreis Säule	auf Anfrage	-
Service	Beratung, Installation, Lade- und Lastmanagement, Betrieb, Abrechnung, PV-Energiemanagement etc.	-
Besondere Funktionen:	integriertes Lade- und Lastmanagement; spiralisiertes, fest integriertes Ladekabel; LCD-Farbdisplay	Plug&Charge, 800V-ready
Fördermöglichkeiten	-	-
Kontakt	www.chargehere.de	support@ionomy.eu

Die Angaben stammen von den Anbietern. Die Redaktion übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit. Die Tabelle erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

E-LADESÄULEN



Anbieter	Lade GmbH	Easee Deutschland GmbH	ChargeX GmbH	
Produktname	Lade plus	Easee Charge	Aqueduct Professional	
Serie	-	Charge	-	
Abmessungen	811 x 318 x 149 mm (ohne Standfuß)	256 x 191,5 x 105 mm	245 mm x 392 mm x 175 mm	
Material	Verzinktes Stahlblech, PMMA, Glas, ASA	Kunststoff	Kunststoff	
Steckertypen	Typ 2	Typ 2	Typ 2	
Leistung	11 kW / 22 kW	1,4 bis 22 kW	11 kW (16A) / 22 kW (32A)	
Stromart	Wechselstrom	AC	Wechselstrom	
Max. Ladeleistung	11 kW / 22 kW	22 kW	22 kW (32A)	
Ladekarte (optional)	ja	RFID Chip kompatibel	RFID-Token/Ladekarte	
Ladepunkte für Normalladen	2	ja	ja	
Ladepunkte für Schnellladen	-	-	-	
Ladetechnik	AC	-	AC	
Ladekosten	bestimmt Betreiber	-	bestimmt Betreiber	
Ladedauer	abhängig vom Bedarf des Fahrzeug	-	abhängig vom Fahrzeug	
Registrierung	-	per App oder RFID Chip	per App / ohne Registrierung für Gelegenheitsnutzer	
Grundgebühr	-	-	Basis Paket kostenlos; Business Paket ab 5 Euro	
Preis Laden bei anderem Anbieter	N/N	-	-	
Bezahlarten	Abrechnung via Zimmerrechnung, eRoaming	-	Über RFID-Karte, Kreditkarte	
Standorttyp öffentlich/halböffentlich	beides	halböffentlich	halböffentlich	
Bruttopreis Säule	-	848,49 Euro	ab 999 Euro	
Service	-		Beratung, Installation, Lade- und Lastmanagement, Selfservice-Abrechnung, etc.	
Besondere Funktionen:	Abrechnung via Zimmerrechnung (derzeit verfügbar für ASA und Sihot), Authentifizierung per Zimmerkarte (RFID), zwei Geräte (= 4 Ladepunkte) pro Standfuß möglich	Integrierte eSim, dauerhaft kostenlos. Verwaltungsportal kostenlos dabei. Automatisches Phasen- und Lastmanagement	Hauseigene App zur Verwaltung, integriertes Lastmanagement, kostengünstig bis zu 10-fach erweiterbar	
Fördermöglichkeiten	-	KfW 440, 441, 442	-	
Kontakt	Thomas Schwabe (Director Sales), ts@lade.de, +49 171 641 6919	info.de@easee.com	www.chargex.de	

Die Angaben stammen von den Anbietern. Die Redaktion übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit. Die Tabelle erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.



Smopi – Multi Chargepoint Solution GmbH	Wirelane GmbH	EVBox
Smopi – die Ladeschranklösung	Light and Charge	EVBox Liviqo
-	CH-10322A (Laterne), CH-10322B (Einzelstele), CH-10322C (Doppelstele)	-
Ladeschrank: 1200x500x2200mm, Bediengerät: 367x532x130mm, Ladepunkte: 190x180x90mm	Länge L: 180 mm, Breite B: 174 mm, Höhe H: 1476 mm (CH-10322C)	256 x 508 x 205 mm
Edelstahl, pulverbeschichteter Stahl, pulverbeschichteter Aludruckguss	Aluminium (eloxiert), Weißaluminium, Polyurethan, Graphit	Kohlenstoffarmes Polycarbonat Makrolon RE
Typ 2 (auch mit angeschlossenem Kabel erhältlich)	Typ 2 (EN 62196-2) mit Shutter (Vandalismus-Schutz) und automatischer Steckverriegelung	Typ 2
22kW je Ladepunkt (bis zu 220kW je Anlage)	22kW pro Ladepunkt	7,4 kW - 22 kW
AC	AC, 32A	AC
22kW je Ladepunkt	22kW pro Ladepunkt	22 kW
ja	-	ja
ja, 1-10	-	1
-	-	-
-	-	Typ-2-Steckdose AC Wechselstrom bis 22 kW
variabel	-	-
variabel (ca. 2 - 4 h)	-	Bis zu 120 km Reichweite in einer Stunde
über die smopi Homepage, einmalige Aktivierung bei neuer Bestellung inkl. Versand: 11,90 Euro	App	-
Standardtarif 7,99 Euro brutto, Vielladertarif 24,99 Euro brutto	-	-
-	-	-
RFID-Medium, Direktzahlung (PayPal, Kreditkarte)	TAP-Payment Modul m/o PIN, RFID-Karte	Roaming, Adhoc-Zahlung mit QR-Code
-	beides	öffentlich und halböffentlich
variiert	abhängig von Typen, nach Anfrage	ab 1.295 Euro (netto)
Beratung, Planung, Projektierung, THG-Quoten-Anmeldung, Betrieb, (White-Label-)Abrechnung etc.	-	optional verfügbar
Bediengerät zum Starten/Überwachen der Ladevorgänge. Das Bediengerät ist schwenkbar und daher auch von Rollstuhlfahrern nutzbar	-	Intuitive Bedienung mit LED-Ring und 5" LCD-Display
voll förderbar, die Energieverteilung ist Teil der Ladestation, so können die Kosten dafür mit in die Förderquote einfließen	Generell ja, Wirelane bietet kostenlose Ladelösungen für die Hotellerie an	KfW 441, KfW 442, progres.nrw
Lukas Schlipf, 07946 94455-30, Lukas.schlipf@smopi.de	Viktor Holter, viktor.holter@wirelane.com	info.de@evbox.com

Mikrogasturbinen sichern Grundlast



Der Strom- und Wärmebedarf in Hotels ist enorm und schlägt jeden Monat mit gewaltigen Kosten zu Buche. Sogenannte Mikrogasturbinen bieten eine kontinuierliche Grundlastwärme für Heizzwecke und Wärmeversorgung und können eine mögliche Alternative zu Blockheizkraftwerken sein. Eine Technologie mit Zukunftspotenzial?

Wartungsarm: Mikrogasturbinen müssen nicht permanent von der Haustechnik überwacht werden.

Mikrogasturbinen zur Wärme- und Stromerzeugung sind in Deutschland kaum bekannt. Dabei handelt es sich um eine effiziente kleine Gasturbine für den Einsatz in der dezentralen Energieversorgung, die mit Kraftstoffen wie Erd- und Biogas sowie flüssigen Brennstoffen betrieben werden kann. Nicht nur, aber gerade für Hotels mit Spa- und Wellnessbereich kann diese Technologie eine interessante Option sein.

Mit einer soliden Brennstoffausnutzung von mehr als 90 Prozent liefern Gasturbinen Energie in Form von rund einem Drittel Strom und zwei Dritteln Wärme. Doch was sind die wichtigsten Eckdaten, und welche Vorteile bieten sie gegenüber traditionellen Anlagen? Und wie lassen sie sich in die vorhandene Infrastruktur integrieren?

Zuverlässig und wartungsarm

Eine Mikrogasturbine mit einer elektrischen Leistung von 100 Kilowatt stellt eine zusätzliche Wärmeleistung von 200 Kilowatt bereit. Diese Wärme kann über einen Wasserwärmetauscher zur Erhitzung von Wasser oder anderen Medien genutzt oder mittels eines Absorptionskühlers zur Kühlung von Räumen oder Geräten eingesetzt werden. Je nach Jahreszeit und Betriebsmodell kann entweder der Wärmetauscher oder der Absorptionskühler versorgt werden.

Doch warum sollten sich Hoteliers für Mikrogasturbinen und gegen ein anderes Strom-Wärme-Erzeugungssystem entscheiden? Mögliche Vorteile sind:

- + Die erzeugte Wärme lässt sich für den Betrieb von Wellnessbereichen, Wäschereien und Pools nutzen.
- + Die Aufstellung der Mikrogasturbinen erfordert keine speziellen Anforderungen. Sie zeichnen sich durch geringe Vibrationen aus und benöti-

gen nur wenig Betreuung seitens der Haustechnik.

- + Ein wesentlicher Vorteil liegt in der Möglichkeit des variablen Mischbetriebs mit verschiedenen Brennstoffen, etwa Erdgas mit Biogas, Synthesegas oder Wasserstoff. Das Mischungsverhältnis lässt sich flexibel anpassen.

Bei einem Mischbetrieb erfolgt die Mischung der eingesetzten Brennstoffe in einer zur Mikrogasturbine externen Hilfsanlage, einem Brennstoffmischsystem, mit dem die Mikrogasturbine kommuniziert. Auch ein reiner Wasserstoffbetrieb ist möglich. Um diesen Punkt zu veranschaulichen, folgendes Beispiel: Eine Mikrogasturbine mit einer elektrischen Leistung von 100 Kilowatt im Vollastbetrieb benötigt etwa zehn Kilogramm Wasserstoff pro Stunde. Für die lokale Wasserstoffelektrolyse könnte der erforderliche Strom durch ein 2-Megawatt-Windrad oder ein 125m mal 125m großes Photovoltaikfeld erzeugt werden.

Beide Optionen sind in der Nähe eines Hotels denkbar, auch wenn der Betreiber Abstriche bei der Optik machen müsste. Eine teilweise Wasserstoffherzeugung vor Ort ist bereits heute betriebswirtschaftlich realisierbar, was jedoch im Einzelfall genauer untersucht werden müsste. Natürlich gibt es auch Herausforderungen bei der Installation von Mikrogasturbinen in Hotels. Doch diese sind teils die gleichen wie bei herkömmlichen Heizungsanlagen:

- + Die Turbinen sollten dort aufgestellt werden, wo es trocken und gut belüftet ist.
- + Ein seitlicher Zugang für Wartungsarbeiten ist wichtig, idealerweise ebenerdig erreichbar.

INNOVATIVES HOUSEKEEPING

Mit Ihrer VERMOP ONE Softwarelösung für die professionelle Hotelreinigung



- **Direkte Meldung** gereinigter Zimmer an Ihr Reservierungssystem
- **Bedarfsorientierter Zimmer-Reinigungsplan**
- **Schnelle und direkte Kommunikation** mit dem Reinigungspersonal via Infotainer
- **Kundenzufriedenheitsbewertungen der Reinigung** mittels QR-Code in jedem Zimmer

Für mehr Infos bitte QR-Code scannen oder unter:
www.vermop.com/soft



DER AUTOR

Martin Unverricht ist Leiter für Mikrogasturbinen im Business Development bei Power Service Consulting (PSC). Das Unternehmen hat sich auf Wartungsdienstleistungen an Industrie- und Heavy Duty- Gasturbinen sowie Retrofitlösungen an deren Nebensystemen wie Brennstoffzuführungssysteme spezialisiert.

www.psc-m.de





- ✦ Um Außengeräusche zu minimieren, empfiehlt es sich, die Turbinen innen aufzustellen.
- ✦ Die Turbinen sollten eine freie Luftansaugung von außen haben, jedoch in einem Bereich stehen, der vor Unbefugten geschützt ist.

In Hotels kommen Mikrogasturbinen idealerweise beim Heizen, im Spa-Bereich und beim Schwimmbad zum Einsatz. Bei Bedarf kann auch die Klimatisierung im Sommer mithilfe einer Absorptionskühlanlage unterstützt werden. Besonders gut eignen sie sich für Hotels mit einem Wärmebedarf von mehr als 150 Kilowatt. Für höhere Anforderungen ist es möglich, mehrere Anlagen parallel zu installieren, was dem Hotelbetreiber zusätzliche Redundanzsicherheit bietet.

Durch den Einsatz eines zusätzlichen Gasspeichers kann ein Hotel - abhängig von der Speichergröße - unterschiedlich lange autonom mit Strom und Wärme versorgt werden. Die Planung und Lieferung des Gesamtsystems - bestehend aus Speicher, Mikro-

gasturbine und Anbindung ans Hausnetz für Strom und Wärme - sollten Fachleute übernehmen und an die Bedürfnisse des Hotels anpassen.

Rentabilität und ROI

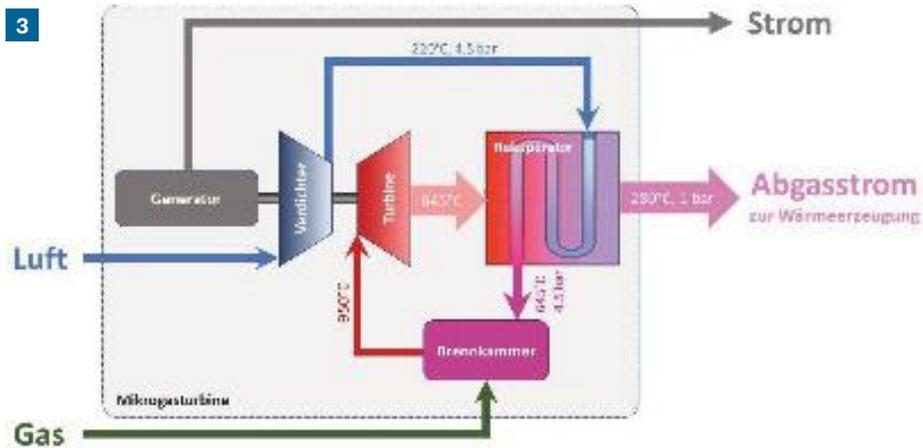
Für Hotels in abgelegenen Regionen oder Ländern mit instabilen Stromnetzen sorgen lokale erneuerbare Energiequellen wie ein Windpark oder ein PV-Feld für Unabhängigkeit. Ein Wasserstoffgasspeicher lässt sich dabei durch einen Elektrolyseur füllen, um so die Mikrogasturbine zu versorgen. Als Elektrolyseur wird eine Vorrichtung bezeichnet, in der mit Hilfe elektrischen Stromes eine chemische Reaktion, also eine Stoffumwandlung, herbeigeführt wird (Elektrolyse). Auch die Integration eines Elektrolyseurs in das Gesamtsystem sollten Profis übernehmen.

Wie lässt sich eine Mikrogasturbine in eine bestehende Infrastruktur integrieren? Die Anbindung an vorhandene Heizungs- und Warmwassersysteme erfolgt durch einen Abgas-/Wasserwärmetauscher, der direkt hinter der Mikrogasturbine platziert wird. Die am Markt

verfügbaren Mikrogasturbinen sind gemäß den VDE-AR-N 4105 Normen als Stromerzeugungsanlagen konzipiert und mit entsprechender Leistungselektronik ausgestattet. Die Integration in eine übergeordnete Haustechnik-Systemsteuerung, einschließlich Leistungssteuerung, geschieht über eine Modbus-Anbindung.

Zentral für eine Entscheidung pro Mikrogasturbine ist die Wirtschaftlichkeit und der Return on Investment (ROI). Dabei hängt die Rentabilität von verschiedenen Faktoren ab: Hierzu gehören der spezifische Wärmebedarf des Hotels, die Verfügbarkeit und die Kosten des Brennstoffs. Es ist daher schwierig, hier eine generelle Aussage zu treffen. Dennoch gewährleistet der hohe Brennstoffausnutzungsgrad in jedem Fall eine äußerst effiziente Anlageneistung.

Zudem zeichnen sich turbinenbasierte Systeme im Vergleich zu anderen Arten von Strom- und Wärmeerzeugungssystemen durch ihre hohe Zuverlässigkeit aus. Die Betriebskosten liegen um etwa 20 bis 30 Prozent niedriger als üblich und sind obendrein weniger vom Brennstoffpreis abhängig.



- 1 Kraftpaket:** Beispiel eines Brennstoffmischsystems bei Betrieb einer Mikrogasturbine mit variablem Brennstoffmix.
- 2 Blick ins Innenleben:** Das Brennkammersystem einer Mikrogasturbine.
- 3 Prozessschema:** Um einen hohen elektrischen Wirkungsgrad zu erreichen, wird die vom Turbinenverdichter komprimierte Luft vor dem Eintritt in die Brennkammer durch das heiße Turbinenabgas in einem Wärmetauscher (Rekuperator) erwärmt.

Fest steht: Mikrogasturbinen stehen für eine Zukunftstechnologie. Zusammen mit den weiteren Entwicklungsschritten bei PV-Anlagen, Elektrolyseuren und Stromspeichern wird das Potenzial der Mikrogasturbinen-Technologie zur Umsetzung lokaler Energie- und Speichernetzwerke beitragen und die angestrebten hohen Wirkungsgrade

solcher Verbundsysteme ermöglichen. Außerdem ist in den nächsten fünf bis zehn Jahren zu erwarten, dass das Erdgasnetz durch ein Wasserstoffnetz ergänzt oder sogar ersetzt wird. Politische Vorgaben sind bereits festgelegt, und die Umsetzung befindet sich in der Planung. Mikrogasturbinen mit innovativen Brennkammersystemen sind bereits heute für den Einsatz in zukünftigen Energie-, Speicher- und Gasnetzwerken ausgelegt und betriebsbereit.

Fazit

Je nach Größe und Betriebsmodell bietet der Einsatz von Mikrogasturbinen enorme Vorteile für Hotels. Die Turbinen laufen äußerst vibrationsarm und zuverlässig. Die Haustechnik muss die Technologie nicht permanent überwachen. Darüber hinaus ermöglicht ihr Einsatz dank innovativer Brennkammersysteme eine flexible Nutzung und Mischung alternativer und erneuerbarer Brennstoffe. So lassen sich gleichzeitig auch die Ziele der Energiewende unterstützen und erreichen. |

Woran erkennt man eine Hotel-Managerin mit Otis ONE?

AN IHRER GELASSENHEIT.



Otis ONE. Die digitale Plattform für Ihren Aufzug.



Informationen in Echtzeit erhalten. Fehler erkennen, bevor sie passieren. Störungen aus der Ferne beheben: Mit der IoT-Plattform Otis ONE sparen Sie Sorgen und Kosten. Und bieten Ihren Fahrgästen multimediale Inhalte plus Video-Notruf über das Aufzugs-Display. Eben alles in Einem. Mit Otis ONE.

OTIS
Made to move you™

Spültechnik

„Der Absatz nimmt wieder Fahrt auf“

Wie kann Küchentechnik dabei helfen, Energie zu sparen und die Teams zu entlasten? Und wie sieht die Spülmaschine der Zukunft aus? Darüber spricht Hotel+Technik im Interview mit Geschäftsführer Rudi Seubert von Winterhalter Deutschland.

Autorin: **Natascha Ziltz-Görgemanns**



ZUR PERSON

Rudi Seubert ist seit 2019 Geschäftsführer der Winterhalter Deutschland GmbH. Das Unternehmen, das 1947 gegründet wurde, hat heute weltweit mehr als 40 Niederlassungen und erwirtschaftet 400 Millionen Euro im Jahr (Stand 2022). Mehr als 2.000 Beschäftigte sind für Winterhalter tätig. www.winterhalter.de

Hotel+Technik: Herr Seubert, Corona, Ukraine-Krieg, Energiekrise, Engpässe auf dem Beschaffungsmarkt: Was sind derzeit die größten Herausforderungen in Ihrem Tagesgeschäft?

Rudi Seubert: Seit 2020 gab es kein normales und stabiles Geschäftsjahr mehr. Menschen und Unternehmen sind verunsichert, eine Aussicht auf Stabilität ist nicht in Sicht. Das ist derzeit die größte Herausforderung. Aber wir nehmen die Situation an, wie sie ist und schauen zuversichtlich und positiv nach vorn. Wir arbeiten an Maßnahmen und Strategien, um unser Produktionssystem widerstandsfähiger gegenüber Störungen zu machen. Dazu zählen alternative Lieferketten, Digitalisierung, Mitarbeiterschulungen und ein Ausbau neuer Absatzmärkte.

Trotz Coronakrise war 2021 für Ihr Unternehmen eines der besten Geschäftsjahre in der ganzen Firmengeschichte. Warum?

Die staatlichen Subventionierungen hat Winterhalter überproportional für sich nutzen können. Kundenanfragen und -aufträge stiegen in extremem Maße an. Wir konnten unseren Marktanteil ausweiten. Viele Kunden haben sich für unsere Produkte entschieden und auf die Qualität und die Zuverlässigkeit von Winterhalter gesetzt.

Spüren Sie die Auswirkungen der Pandemie noch heute?

Die erwähnten staatliche Subventionen beeinflussen die Nachfrage bis heute, wobei der Absatz wieder Fahrt aufnimmt, auch in der Gemeinschaftspflege. Das Niveau von 2019 zu erreichen beschäftigt die gesamte Großküchentechnikbranche. Politische Zeichen für Zuversicht und damit einhergehende Investitionsbereitschaft wären für Deutschland sicher hilfreich.

Steigende Energie- und Produktionskosten führten dazu, dass Winterhalter die Preise anpassen musste. Nun rechnen Branchenexperten damit, dass sich die Rohstoffpreise dieses Jahr etwas erholen werden. Können Sie das bestätigen?

Bereits 2023 haben wir auf diese Entwicklung reagiert und die Preise nur moderat angepasst. Zum Geschäftsjahr 2024 konnten wir das Preisniveau aus dem Vorjahr stabil halten und haben keine Preiserhöhung vorgenommen.



Einsparpotenzial: Mit ihren vielen Geräten kann die Küche je nach Art und Größe bis zu 25 Prozent des gesamten Energieverbrauchs generieren.

Das Thema Energiesparen stellt neben dem Fachkräftemangel die größte Herausforderung dar. Die Küche gehört zu den Orten, wo am meisten Energie benötigt wird. Welche Antworten gibt Ihre Firma darauf?

Bei der Entwicklung der Spülmaschinen haben wir schon immer auf einen möglichst ressourcenschonenden Betrieb geachtet. Mit neuen Features zur Einsparung von Strom und Wasser konnten wir mehrfach neue Branchenstandards setzen und unseren Kunden geringe Betriebskosten ermöglichen.



Nachpolieren ist unnötig, ein Zeitfresser und hygienisch sehr bedenklich.“

Außer den Energiekosten hält auch der Fachkräftemangel die Branche fest im Griff. Wie können Produkte von Winterhalter dazu beitragen, Mitarbeitende zu entlasten?

Als entscheidenden Lösungsfaktor sehe ich hier die Digitalisierung und Automatisierung. Unsere digitale Anwendung „Connected Wash“ hilft, die Technik optimal einzusetzen, Prozesse zu optimieren und das Personal zu entlasten. Und: Was wir immer noch viel beobachten, ist, dass das Personal Gläser und Besteck poliert. Mit der richtigen Wasseraufbereitung und Chemie kommen Glä-

ser und Besteck bei uns absolut glänzend und streifenfrei aus der Maschine. Ein Nachpolieren ist unnötig, ein Zeitfresser und hygienisch sehr bedenklich.

Was sind derzeit die spannendsten Trends in Sachen Küchentechnik?

Energieeffizienz, Betriebskosten, Digitalisierung, Bedienkomfort und Investitionssicherheit. Darauf haben wir auch bei der Entwicklung unserer neuen Mehrtanktransportmaschinen gesetzt. Die Resonanz vom Markt ist überaus positiv. Durch die Möglichkeit der flexiblen Um- und Nachrüstung passt sich die MT-Serie jeder neuen Situation an.

Welche Rolle spielt künstliche Intelligenz bei moderner Küchentechnik?

Die Integration von KI in Spülmaschinen revolutioniert die Art und Weise, wie wir in Zukunft spülen – indem sie Effizienz, Benutzerfreundlichkeit und Nachhaltigkeit verbessert.

Wie könnte denn die Spülmaschine der Zukunft aussehen?

Der Verschmutzungsgrad und die Art des Geschirrs könnten automatisch erkannt werden. Auf Basis dieser Daten kann die Maschine die optimale Wassermenge, Temperatur und Spüldauer selbstständig anpassen. Fehlerdiagnosen und Wartungsvorhersagen überwachen den Betriebszustand der Spülmaschine und erkennen potenzielle Probleme frühzeitig. Dank Fernwartung sind weniger Einsätze vor Ort nötig. Vieles davon leisten unsere Maschinen bereits heute und wir arbeiten stetig an zukunftsweisenden Technologien. |

Hilfreich: Cloud-Computing verspricht weniger Administration und mehr Flexibilität im Tagesgeschäft.



Best Practice IT-Systeme

Effizienz im Vordergrund

Um die IT-Prozesse der einzelnen Hotelstandorte einheitlich verwalten zu können, migrierte die Frankfurter Gekko Group ihre IT-Infrastruktur in eine Cloud. Wie die Gruppe bei diesem sensiblen Prozess vorging.

Text: **Redaktion**

Eine zuverlässige IT-Infrastruktur ist das A und O für einen erfolgreichen Hotelbetrieb. Prozesse wie das Einchecken oder Bezahlen müssen reibungslos funktionieren, nur so können sich die Mitarbeitenden auf ihre Gäste konzentrieren. Um das zu gewährleisten, hat die Frankfurter Gekko Group ihre IT-Prozesse konsolidiert und in eine Cloud umgezogen.

Eine einheitliche IT-Strategie gab es bislang nicht. Seit 2016 hat die Gekko Group nach und nach weitere Hotels und Gastronomiebetriebe in Deutschland übernommen. Vorhandene technische Strukturen wurden dabei integriert, wie Marc Engler, Geschäftsführer

der Gekko Group, erläutert: „So entstand ein bunter Blumenstrauß an IT-Systemen, die als On-Premises-Lösungen lokal verwaltet und gemanaged wurden.“ In der Folge nutzte jedes Hotel mehrere Computer, Server und Back-up-Systeme. Diese zu überwachen und zu warten, gestaltete sich entsprechend aufwendig. Auch die Einhaltung der Compliance-Vorgaben im Franchise-Sektor wurde so zur Herausforderung.

Baden-Baden ist Blaupause

Zudem war es nicht möglich, neue Anwendungen zu implementieren. „Wir hätten diverse Einzellösungen benötigt, anstatt eine zentrale Lösung gruppen-

weit ausrollen zu können“, so Engler. „Das hat dazu geführt, dass wir Applikationen wie ein CRM-System teils nicht eingeführt haben, obwohl die Gäste davon profitiert hätten.“

Um die IT-Infrastruktur zu vereinheitlichen, wandte sich das Unternehmen an den VMware-Partner und IT-Dienstleister FocusNet. Zunächst beauftragten sie die Firma, die IT-Infrastruktur des zweiten Roomers in Baden-Baden über ihre Cloud-Services zu hosten. Damals übergab man auch das IT-Projektmanagement an den Dienstleister, der File-Shares, Interfaces und hotelspezifische Dienste als virtuelle Maschinen cloudbasiert abbildete. Der IT-Betrieb

wurde dadurch zuverlässiger und wartungsärmer. So lag es für Gekko nahe, auch die IT-Infrastruktur der übrigen Häuser in der Cloud laufen zu lassen. Über zwei Jahre hinweg migrierte FocusNet die einzelnen Standorte sukzessive von der alten On-Premises-Infrastruktur in seine Cloud. Der Gästebetrieb konnte in dieser Zeit ungestört weiterlaufen. Hotels, die die Gekko Group in dieser Zeit neu eröffnete, wurden direkt für den Cloud-Betrieb aufgesetzt. Dabei diente das Projekt in Baden-Baden als Blaupause.

Systeme remote betreiben

Um eigens gehostete Cloud-Services anbieten zu können, betreibt FocusNet drei Rechenzentren in Berlin und Hannover. Sein gesamter Software-Stack läuft dabei auf Basis von VMware. Beim Projekt mit der Gekko Group kamen außerdem VMware-Lösungen zur Server-, Netzwerk- und Sicherheitsvirtualisierung zum Einsatz.

Darüber hinaus übernahm der Dienstleister die IT-technische Betreuung der anderen Hotels, und damit die gesamte Verwaltung, Sicherung und Wartung. Systeme, die für den Hotelbetrieb existenziell sind – zum Beispiel für Schlüsselkarten und Kassenserver – las-

”

Wir hätten diverse Einzellösungen benötigt, anstatt eine zentrale Lösung gruppenweit ausrollen zu können.“

Marc Engler, Gekko Group

sen sich über die Server des Technik-Spezialisten auch remote betreiben. Für die Gekko Group ergeben sich nach eigenen Angaben zahlreiche Vorteile: So laufen die IT-Systeme nun standardisiert und zuverlässig. Kommt es doch einmal zu einem Ausfall, ist dieser wesentlich schneller behoben als ein Server-Ausfall in der On-Premises-Umgebung. Zudem haben sich die Wartungszeiten verkürzt, während sich System-Updates für das Property Management sowie Sicherheits- und Versionsupdates nun zentral einspielen lassen. Dauerte dieser Prozess früher 20 bis 30 Tage, ist er heute in zwei bis drei Tagen erledigt. Die zentralisierte Infrastruktur lässt sich außerdem effizienter schützen als die dezentralen On-Premises-Lösungen.

Das hilft der Gekko Group, den hohen Compliance-Anforderungen gerecht zu werden. Hinzu kommen eine größere Flexibilität und finanzielle Planbarkeit, da die Gekko Group nun mit Betriebsstatt Kapitalkosten kalkulieren kann. So macht es zum Beispiel die Abrechnung pro Zimmer leichter, Kosten zu planen.

Investitionskosten an den einzelnen Standorten entfallen laut Engler nahezu vollständig, da Infrastrukturkosten wie die Klimatisierung der Serverräume beim Dienstleister liegen. Da dieser seine Leistungen als Managed Services anbietet, braucht die Gekko Group keine internen IT-Ressourcen mehr. Und weil es nicht mehr nötig ist, dass externe Techniker für Reparaturen an die verschiedenen Standorte reisen, sinken auch hier die Ausgaben.

Entscheidend für Expansion

„Wir sind in erster Linie Gastgeber“, resümiert Engler. „IT ist für uns ein reines Vehikel, um Prozesse für Mitarbeitende und Gäste möglichst effizient zu gestalten, sodass das Erlebnis während des Aufenthalts im Vordergrund steht.“ Der Geschäftsführer ist froh, mithilfe der cloudbasierten IT-Infrastruktur die Basis für weitere Hotelöffnungen gelegt zu haben. |



Fotos: Peacehunter/AdobeStock.com; Gekko Group

Wachsen stetig: Zur Gekko Group zählen heute sechs Hotels (hier das Gekko House in Frankfurt) und sieben Restaurants.

GIRA

Musik direkt aus der Wand

Gira hat ein neues Unterputz-Radio auf den Markt gebracht. Es basiert auf IP-Technologie und empfängt nahezu alle weltweit im Internet verfügbaren Sender – direkt aus der Wand. Nach der Inbetriebnahme und Anbindung ans Internet werden die zwanzig vor Ort am häufigsten gehörten Sender automatisch im Favoritenspeicher hinterlegt. Die drei beliebtesten lassen sich über die Kurzwahltasten aktivieren, alle weiteren über die Skip-Taste. Über eine App können weitere Sender hinzugefügt und weitere Funktionen abgerufen werden, etwa das Abspielen von eigenen Musik-Playlists via Bluetooth. Auf Wunsch wird das IP-Radio auch zum Radiowecker oder erstellt eine Wetterprognose für den Tag. www.gira.de



Klein, aber oho: Das neue Gira Unterputz-Radio „IP“.



Smart: Das Schließsystem von Salto Systems.

SALTO

Drei Konzepte, ein Schließsystem

Die Bretterbude in Büsum wurde als Teil eines Gebäudeensembles bestehend aus den Beach Apartments, dem Restaurant „The Cove“ sowie dem Hotel geplant. Dabei wurden sämtliche Türen mit der elektronischen Zutrittskontrolle von Salto ausgestattet. „Das System können wir mit unserem Hotel-PMS Buchungssystem (Protel) koppeln und auch mit einer Web-App (straiv) verbinden“, so Martin Vockeroth, IT-Leiter der Heimathafen Hotels. Gäste checken digital über das eigene Smartphone ein. Die Lösung ist auf jedem Mobilgerät verfügbar. www.saltosystems.de

HÄFELE

Digitaler Esstisch

Zusammen mit der Universität Siegen hat Beschlägespezialist Häfele einen smarten Esstisch entwickelt: den „Wehub“. Dabei handelt es sich um einen normalen Tisch, auf dem ein LED-Projektor und kleine Holzobjekte stehen, die wie Salz- und Pfefferstreuer aussehen und als „Avatare“ fungieren. Der Tischprojektor kann Inhalte über LED-Beamer projizieren und über eine integrierte Kamera Gegenstände erkennen. Via Smartphone-App werden die Avatare mit Inhalten befüllt, die dann auf den gemeinsamen Esstisch projiziert werden. Wehub ermöglicht es zudem, Objekte wie Kaffeetassen digital mit einem Klang- oder Lichtbild zu belegen und zu aktivieren, sobald der Tischprojektor sie erkennt. www.haefele.de



Pfiffige Idee: „Wehub“ sorgt für Interaktion am Tisch.

BERKER

Matt und bruchsticher

Das Berker Schalterprogramm „S.1“ ist mit seiner quadratisch-schlichten Formgebung ein zeitloses Funktions- und Gestaltungselement im Raum. Nun bekommen Bauherren, Planer und Architekten mit den zusätzlichen Farbvarianten Anthrazit matt und Alu matt noch mehr Gestaltungsfreiraum. Im Sinne des Systemgedankens können für die anthrazit- und alufarbenen Rahmen des S.1 die Wippen und Zentralstücke der bereits existierenden Berker Schaltprogramme B.3 und B.7 verwendet werden. Der verwendete Thermoplast ist laut Hersteller bruchsticher und dank der matten Oberfläche nahezu resistent gegenüber Kratzern und Fingerabdrücken. www.hager.com



In neuen Farben erhältlich: Das Berker Schalterprogramm „S. 1“.



Raumsteuerung vom Bett aus: Die Bedientafel „Pupitre“ ist auf einem drehbaren Sockel befestigt.

MELJAC

Schalter mit Bronze-Finish

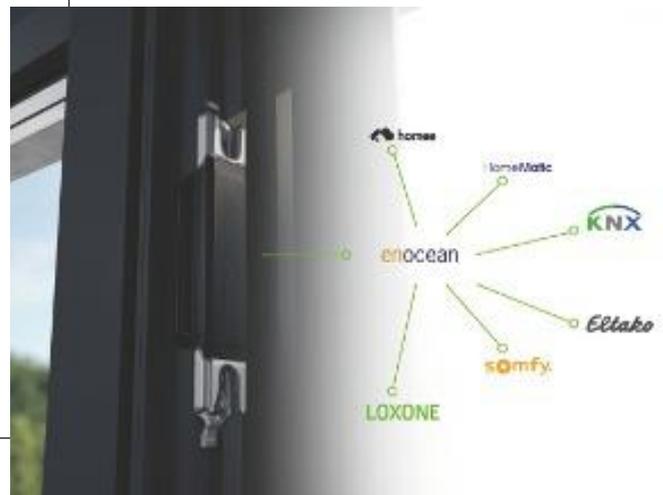
Maßgeschneidert: Beim Umbau des Mandarin Oriental in München kamen speziell angefertigte Schalter, Steckdosen und Bedientafeln von Meljac zum Einsatz. Zum Beispiel „Pupitre“, eine Bedientafel, die auf einem drehbaren Sockel in Nachttischen befestigt ist und über bis zu zwölf quadratische „Damier“-Knöpfe für die Steuerung von Beleuchtung oder Jalousien verfügt. Je nach Format kann Pupitre eine Kombination aus Schaltern, Steckdosen, USB- und Datenanschlüssen, Dimmern und anderen Mechanismen enthalten. 30 Oberflächen stehen für die individuelle Gestaltung zur Auswahl. Zudem können dekorative Elemente wie Gravuren und LEDs hinzugefügt werden.

www.home-co.de

SCHÜCO

Intelligentes Fenster

Fenstern fällt als Teil der Gebäudehülle eine ambivalente Aufgabe zu. Während sie eine luft- und wärmedichte Trennung zwischen Innen- und Außenbereich sicherstellen müssen, sind sie zugleich eine Brücke nach draußen, um Licht und Luft geregelt ins Innere zu lassen. Neue Lösungen von Schüco machen Fenster jetzt zum integralen Bestandteil eines smarten Gebäudes. So sendet etwa der „Schüco Sens Track wireless“ Signale über den Verriegelungszustand des Fensters und kann direkt an EnOcean-fähige Systeme oder durch ein zusätzliches externes Gateway an KNX-Systeme angebunden werden. So erkennt das Funkriegelstück geöffnete Fenster und schafft im Winter einen Mehrwert, wenn diese an vernetzte Heizkörper-Thermostate gemeldet werden. www.schueco.de



Sorgt für mehr Energieeffizienz: „Schüco Sens Track wireless“ gibt Bescheid, wenn ein Fenster offen steht.

Ein Gewand fürs Gebäude

Ob Aluminium, Holz oder Naturstein: Fassaden müssen nicht nur witterungsbeständig und pflegeleicht sein, sondern sich auch harmonisch in den Gesamtkontext ihrer Umgebung einfügen. Was Hoteliers bei der Gestaltung einer Fassade beachten müssen und welche Unterschiede für Business- und Ferienhotels gelten, zeigen Beispiele von Südtirol bis Bremen.

Autorin: **Stefanie Hütz**



Von der Natur inspiriert: Die Oberfläche der Gebäudehaut des Hotels Silena in Vals/Südtirol greift die organische Flora des umgebenden Sumpfgebiets auf.

An die Außenwirkung eines Hotels sollte man sich erinnern, und das natürlich positiv. Die Fassaden sollten ein Wahrzeichen, ein „Landmark“ sein, wie es etwa Christian Mikunda bezeichnet, Spezialist für strategische Dramaturgie aus Wien. Fakt ist: Die äußere Hülle gibt Baukörpern nicht nur Schutz, sondern auch Identität. Mittels ihrer Gestaltung lassen sich Differenzierung zum Wettbewerb herstellen, ein individuelles Gesicht zeigen und Emotionalität transportieren. Fassaden sind der erste Live-Eindruck, den Gäste von einem Hotel gewinnen – und dieser sollte entsprechend wirkungsvoll sein.

Die Fassade als Skulptur verstehen

Uniforme Zweckmäßigkeit, wie man sie in den Nachkriegsjahren des 20. Jahrhunderts kannte, gehört der Vergangenheit an. Stefan Rier, Mitgründer des Architekten- und Innenarchitekten-Kollektivs Noa mit Sitz in Bozen, formuliert es so: „Die Fassaden repräsentieren den ersten Berührungspunkt zwischen Gast und Gebäude und sollten möglichst konsequent das widerspiegeln, was sie beherbergen. Als erste Schicht der Architektur wollen wir, dass auch unsere Fassaden eine Geschichte erzählen. Wir versuchen, sie wie Skulpturen zu behandeln.“

Dabei gibt es signifikante Unterschiede in der Gestaltung von City- und Leisure-Hotels. Das Architektur- und Designstudio Noa gestaltet (bisher) vor allem Freizeithotels im Alpenraum. „Wir konzentrieren uns auf Materialität, Privatsphäre, Licht und identitätsstiftende Muster“, sagt der diplomierte Interior Designer und Architekt Stefan Rier. Und: „Die Muster entstehen häufig nach der Studie lokaler Architekturfassaden. Wir wählen ein reizvolles Element aus und interpretieren es neu. Ein Beispiel ist das Apfelhotel Torgglerhof, bei dem wir die Andreaskreuze, die typisch für die Scheunen in den Südtiroler Alpen sind, in zeitgemäßer Form wieder aufgegriffen haben.“

Optische Einheit herstellen

Die vorgelagerten Muster vermögen es zugleich, neue und bestehende Abschnitte einer Immobilie unter einem „Kleid“ zu vereinen, so wie es auch beim Erweiterungsumbau des Falkensteiner Family Resorts Lido geschehen ist. Beim Excelsior Dolomites Life Resort, das 2021 eine neue Außenfassade erhielt, ist man ebenso vorgegangen. Hier war das Architekturbüro Berg und Tal aus Bruneck verantwortlich. Das Ehepaar Werner und Tamara Call, das die Führung des Excelsior Dolomites Life Resorts in dritter Generation innehat, hat den Hotelbetrieb seit eigener Übernahme von 25 auf 65 Zimmer beziehungsweise Suiten ausgebaut. Zwei Neubauten rahmen mittlerweile das Stammhaus ein. 2021 wurden die Fassaden der nunmehr drei Gebäude mit Lärchenholzstreben ummantelt, um sie optisch zu verbinden. „Für uns war es wichtig, dass das Resort Einheitlichkeit ausstrahlt. Die

Kombination aus Lärchenholz und leichten Stahlseilbalkonen wirkt gleichzeitig modern und traditionell“, erläutern die Hoteliers. Beim Viersterne-Superior-Hotel Silena wiederum (ein Noa-Projekt) besteht die Fassade, die für den optischen Zusammenschluss der Gebäudeteile sorgt, aus perforierten Aluminiumpaneelen, die in erdfarbenen Tönen gehalten sind. Das Design ist vom Moor inspiriert, das den Standort Vals prägt. Pflanzenähnlich „wachsen“ die Paneele den Hotelkomplex empor, eliminieren dabei die Wahrnehmung der Etagen und bieten den Gästen Privatsphäre, ohne die Aussicht zu beeinträchtigen. Mit dem Um- und Zubau im Jahr 2017 vollzog der frühere „Moarhof“ eine fast schon mystische Transformation.

Das Fünfsternehotel Franks in Oberstdorf erstrahlt pünktlich zum 60-jährigen Bestehen in diesem Jahr in neuem Glanz. Zusammen mit Alpstein Architekten wurden unter anderem die Außenfassade und die Lobby modernisiert. Das unternehmenstypische Farbkonzept nimmt nun bereits mit der Fassade den „anthrazit-roten“ Faden auf. Die Balkone bestehen aus nachhaltigem Altholz. Hintergrund der Investitionsmaßnahmen war aber in erster Linie die energetische Sanierung des Gebäudes, die die Dämmung sowie den Austausch der Fenster- und Türelemente beinhaltete. Gleichzeitig wurden alle Leitungen für die zukünftigen digitalen Medien verlegt, erläutert Cora-Bethke-Frank, die das Hotel gemeinsam mit Tochter Mara Frank in dritter und vierter Generation führt.

Auf die Zielgruppe abstimmen

Ressourcenschutz spielt längst auch bei der Fassadengestaltung eine wichtige Rolle, wobei neben umwelt- und baubiologisch verträglichen Materialien möglichst niedrige Energie-, Betriebs- und Folgekosten im Fokus stehen. „Auch die Fragestellung, ob man Materialien am Zyklusende rückbauen und recyceln kann, beschäftigt uns inzwischen sehr. Hier hat es ebenfalls eine Zeitenwende gegeben“, bemerkt Jost Westphal, Partner bei Westphal Architekten aus Bremen, womit die Brücke zu City-Projekten geschlagen ist. So wie sich die vorgestellten Hotelfassaden harmonisch in die umliegenden Landschaften und ländlichen Strukturen einfügen, gilt es im städtischen Umfeld „Individualität im städtebaulichen Kontext umzusetzen. Materialien, Höhen und Proportionen der umgebenden Bebauung sind zu berücksichtigen, ebenso wie kommunale Auflagen, die umso strenger ausfallen, je sensibler der Kontext ist“, weiß Jost Westphal und nennt als Grund hierfür beispielsweise historische Strukturen.

„Natürlich sind Ausdruck und Materialität auf die Zielgruppe abzustimmen. Für Rucksacktouristen würde eine Bronzetür eine Hemmschwelle darstellen. Wenn jedoch der Jaguar vorfahren soll, sind entsprechend hochwertige Akzente zu setzen“, bringt es der Architekt plakativ auf den Punkt. Das von den Westphal Architekten gestaltete Neubau-



”

Fassaden repräsentieren den ersten Berührungspunkt zwischen Gast und Gebäude – sie sollten das widerspiegeln, was sie beherbergen.“

Stefan Rier,
Noa

1 Kunstvoll: Die vom Noa Netzwerk gestaltete Holzfassade des Valentinerhofs 2.0 in Kastelruth greift Elemente der Futterhäuser traditioneller Bauernhöfe auf.

2 Schwungvoll: Das Dach des Falkensteiner Resorts Lido integriert sich wellenförmig in die Landschaft.

3 + 4 In Bronze: Das The Niu Crusoe in Bremen präsentiert sich mit einer skulpturalen Metallfassade, gestaltet von Westphal Architekten.



1

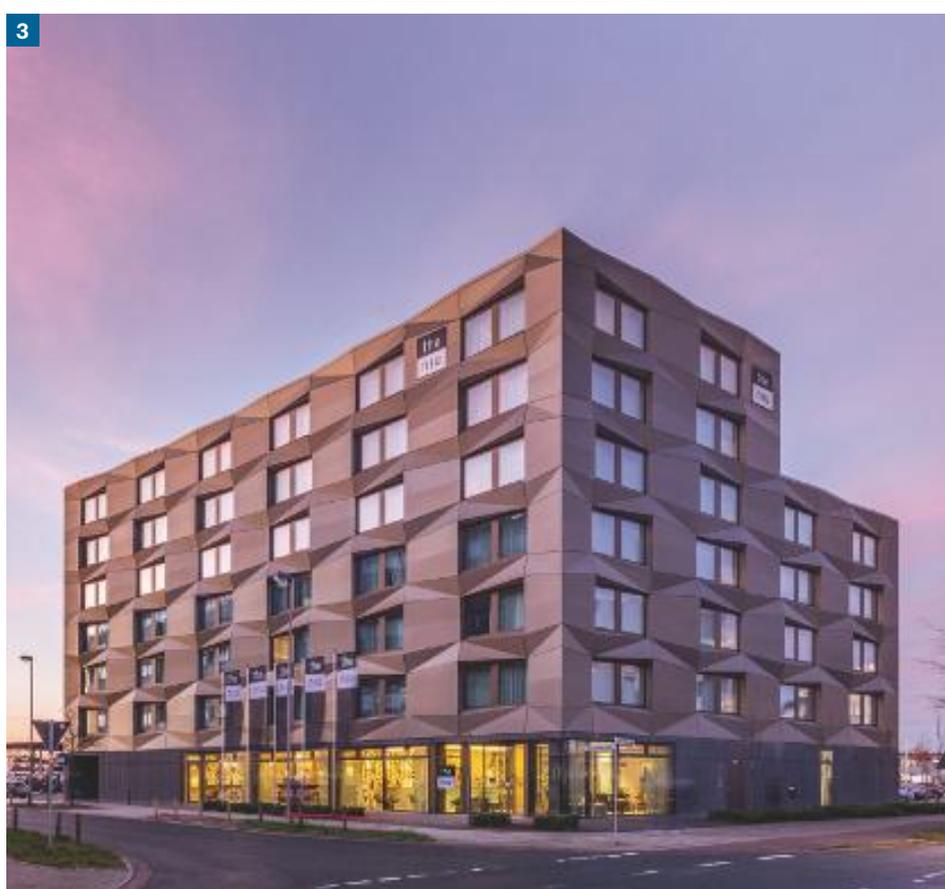


2

3



4



1 Traditionell: Bei der Gestaltung der Chalets „Zallinger“ konzipierte Noa eine homogene Blockbau-Holzfassade.

2 Stofflich: Der Anbau des La Maison Hotels in Saarlouis trägt ein Kleid aus perforierten Aluminiumfaltläden.

3 Abstrakt: Beim Apfelhotel Torgglerhof griff Noa die Andreaskreuze, die typisch für die Scheunen in Südtirol sind, in zeitgemäßer Form wieder auf.

4 Nachhaltig: Im Vordergrund der Fassadenneugestaltung des Hotels Franks in Oberstdorf stand die energetische Sanierung.



Materialien, Höhen und Proportionen der umgebenden Bebauung sind ebenso zu berücksichtigen wie die städtischen Auflagen.“

Jost Westphal,
Westphal Architekten

projekt The Niu Crusoe am Flughafen Bremen hatte bei Planung und Bau im Jahr 2020 noch keine engen nachbarschaftlichen Bezüge. „Wir waren sehr frei, auch seitens unseres Auftraggebers“, sagt Jost Westphal. Das Ergebnis ist eine skulptural und kraftvoll gestaltete Metallfassade aus dreidimensional und polygonal geformten perforierten Elementen in der Farbe Champagner. Eine Materialität, die zum Flugbetrieb passt.

Der Architekt rät generell auch Hotelketten zu individueller Fassadengestaltung statt durchgehend konsequenter Corporate Identity (CI) im Außenbereich – insbesondere dann, wenn es sich um Bestandsgebäude mit historischer Substanz handelt. Das Design der The-Niu-Häuser jedenfalls ver-

körpert grundsätzlich eine eigene Geschichte, inspiriert von Nachbarschaft, Kultur und Historie der jeweiligen Stadt. Im Bremer The Niu Crusoe wurden jeweils zwei Zimmerbreiten zu einer Fensteröffnung gebündelt, was das Fassadenbild großzügiger erscheinen lässt. „Es sollte bereits von außen ablesbar sein, dass es sich um ein Hotel und nicht um ein Wohn- oder Bürogebäude handelt“, so Westphal. Die Faltung der Elemente sorgt für unterschiedliche Sichtweisen und Eigenschattenbildungen je nach Lichteinfall, was die Fassade lebendig macht, die Perforation verleiht dabei eine gewisse „Stofflichkeit“.

Auch der minimalistisch gehaltene Anbau des Viersterne-Superior-Hauses La Maison in Saarlouis



zeigt ein wandelbares Gesicht. Er ist umhüllt von einem netzartigen Gewand aus perforierten Aluminiumfaltländen in einem Eloxal-Ton. Die Gäste steuern die Läden elektrisch von den Zimmern aus und führen somit selbst Regie über den Anblick des Anbaus beziehungsweise über ihr Bedürfnis nach Privatsphäre. Die Faltländen stehen zugleich im regionalen Kontext, denn die metallverarbeitende Industrie ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor des Saarlands. Das La Maison bringt insgesamt Altes und Neues in einen harmonischen Dialog. So, wie es gleichermaßen Business-, Tagungs- und Urlaubshotel ist. Beim Haupthaus handelt es sich um ein Stadtpalais aus dem 19. Jahrhundert, das ehe-

malige Oberverwaltungsgericht. Es ist sozusagen die Grande Dame des Gebäudeensembles; neben ihr nehmen sich Anbau und Gästehaus reduziert zurück. Die Fassade des Gästehauses wiederum besticht durch eine Holzverkleidung und passt sich damit der umgebenden Parklandschaft an.

Verantwortlich für das Bauprojekt auf 5.000 Quadratmetern Gesamtfläche war das Studio CBAG, das dafür 2017 mit dem Architekturpreis des Bundes Deutscher Architekten Saar ausgezeichnet wurde und dessen Gründer Christina Baumont und Achim Gergen zuvor bei den internationalen Stararchitekten Zaha Hadid in London und Rem Koolhaas in Rotterdam tätig waren. |



Rutsch Probleme selber lösen ...
Tel. 041 01 - 31061 www.supergrip.de

SUPERGRIP
ANTI-RUTSCH-BEHANDLUNG



Umfrage

Planen & Bauen mit künstlicher Intelligenz

KI spaltet die Gemüter von Architekten und Designern. Können menschliche und künstliche Kreativität Hand in Hand gehen? Wir haben acht Experten um ihre Einschätzung gebeten. Autorin: **Natascha Ziltz-Görgemanns**



LUKAS RUNGGER, NOA NETWORK

„Künstliche Intelligenz ist in der Architekturpraxis ein zweischneidiges Schwert. Einerseits ist sie ein Werkzeug, das uns bei der Verbesserung unserer Arbeitsabläufe helfen kann. Andererseits besteht die Gefahr, dass sie in unseren kreativen Prozessen unkontrolliert die Oberhand gewinnt. Wenn wir momentan über KI in der Architektur sprechen, denke ich vor allem an das immense Potenzial, das es Programmen wie Midjourney ermöglicht, in kürzester Zeit eine riesige Menge an Bildern zu produzieren. Das hängt allerdings ganz vom Input ab, den die KI erhält. Wenn man sich aktuelle KI-Projekte ansieht, findet man oft nur ‚tolle‘ Bilder mit wenig Tiefe. Andererseits birgt die Tendenz zur Kreation immersiver Welten viel Potenzial. Die Frage ist jedoch: Verwenden wir KI überhaupt richtig? Wir haben eine äußerst leistungsfähige Maschine, die

komplexe Operationen in Millisekunden durchführen kann. Dennoch ist unser Mindset und unser persönliches Gepäck an Erfahrungen, Bildern, Emotionen und Reisen viel substanzieller als die Möglichkeit, 100 Renderings in fünf Minuten zu erstellen – schließlich ist es das, was Architektur ausmacht!

Fest steht: KI kann ein extrem wertvoller Gehilfe für viele Aspekte der Planung und Konzeption sein. Sie ist wie ein Paar Skier, das wir anziehen, doch wir Menschen entscheiden, ob wir damit Slalom oder Abfahrt fahren, ob wir bergauf laufen oder bergab racen – nicht umgekehrt. Sie kann uns Anregungen, Denkanstöße und neue Horizonte geben. Sie ist ein wichtiger Teil unserer Designkultur geworden – und wir sind mitten in der Lernphase, wie wir sie am besten einsetzen.“

SABINE DE SCHUTTER UND VIKRAMADITYA VARMA, STUDIO DE SCHUTTER

„Als Lichtplaner integrieren wir die fortgeschrittene Technologie in unsere Arbeit. Ein Beispiel dafür ist das Harry-Potter-Theater in Hamburg, bei dem wir parametrisches Design zur Anwendung brachten. Das Projekt umfasst eine Lichtwolke, die aus mehr als 3.000 Glühbirnen und über 7,5 Kilometern Kabeln von Pendelleuchten besteht. Parametrisches Design ermöglichte uns dabei, verschiedene Entwurfsvarianten zu entwickeln. Wir verwendeten Rhino und ähnliche Programme, um mit der Form der Installation zu experimentieren und die 60 verschiedenen Leuchtentypen zuzuordnen. Während parametrisches Design heute ein spezifischer Ansatz zur Designautomatisierung ist, der auf

definierten Regeln basiert, haben KI-Programme die Fähigkeit, zu lernen und dadurch Aufgaben auszuführen, die traditionell eine Form der menschlichen Interaktion erfordern.

Wir sind überzeugt, dass KI-gestütztes Design vor allem bei Hotelketten Anwendung finden wird. Während sich etwa das Designteam auf den kreativen Prozess konzentriert, kann KI bei der Umsetzung, aber auch bei der Variation für einzelne Standorte behilflich sein. Die neue Technologie wird die Lücken zwischen repetitiver Arbeit und parametrischem Design schließen, so dass wir uns mehr und mehr auf die kreative Arbeit konzentrieren können.“



Fotos: Alex Filz (links), Florian Riemann (rechts)



CORD + ROLF GLANTZ, GEPLAN DESIGN

„KI wird unsere Arbeit möglicherweise stark verändern, wir sehen da Ähnlichkeiten zur Einführung der CAD-Zeichenprogramme. Am Ende gingen keine Arbeitsplätze verloren. Im Gegenteil: Es wurden viele neue geschaffen, die es vorher nicht gab. So könnte es auch bei KI sein, das Berufsbild wandelt sich. Echte Kreativität wird weiterhin kaum zu ersetzen sein und den Unterschied machen.“

Auch deshalb, weil die Möglichkeiten der künstlichen Intelligenz allen zur Verfügung stehen, eben nicht exklusiv sind und somit das ganze Niveau heben. Die Zusammenarbeit der unterschiedlichen Fachdisziplinen in komplexen Planungsprozessen wird die KI wohl nicht leisten können, deshalb sehe ich ihren Einsatz nur in Teilbereichen. Kreative Planer, die Ihren Beruf lieben und dafür leben, müssen sich sicher keine Sorgen machen.“

BARBARA WIETHOFF, JOI-DESIGN

„Wir haben mit der KI ein neues Werkzeug geschenkt bekommen, das unsere Fantasie beflügelt und den kreativen Output bereichert. Als erfahrene Innenarchitekten liegt es jedoch bei uns, diese spannenden Ergebnisse zu filtern, auszuloten, uns inspirieren zu lassen, um dann eine reale Umsetzung zu ermöglichen. Der Erfahrungswert des Planers, der die vielfältigen Entscheidungsstränge zusammenführt, um ein individuelles, einladendes und funktionales Interieur zu verwirklichen, ist zur Zeit nicht so einfach ersetzbar. Die Anforderungen sind vielfältig und die Komplexität des Abstimmungsprozesses unter Einbindung aller Projektbeteiligten nicht zu unterschätzen. Im Laufe eines Hotelprojekts spielt die Psychologie eine bedeutende Rolle. Es gilt, die einzelnen Protagonisten, vom Kunden über die Fachplaner bis hin zum ausführenden Handwerker, mitzunehmen, einzubinden und gemeinsam zu guten Lösungen und auch Kompromissen zu finden. Hier kann die Technik wunderbar unterstützen. Ersetzen kann sie den Menschen nicht.“

**MATTEO THUN, MATTEO THUN MILANO**

„Grundsätzlich kann KI Prozesse bei der Planung von Hospitality-Projekten optimieren und beschleunigen. Gerade in der Innenarchitektur arbeiten wir mit verschiedenen Programmen. Menschlichkeit und Wohlbefinden, den menschlichen Faktor, kann KI aber trotz des großen Potenzials nicht ersetzen.“





KARIM EL-ISHMAWI, KINZO BERLIN

„Wir betrachten bei Projekten die Stadt, die Kultur, die Architektur und natürlich die Menschen, die sich darin bewegen. Ihre Perspektive steht im Zentrum jeder Planung. Bei Hotelkonzepten ist genau dieser Ansatz eines kollektiven, inklusiven Ortes unumgänglich. Das schaffen wir, indem wir uns in die Lage der Nutzer hineinversetzen. Wir projizieren die individuellen Aktivitäten und Bewegungsströme zukünftiger Nutzer auf die Raumstruktur und stellen so eine authentische Belebung eines Ortes sicher. Genau hier kommt die KI ins Spiel. Der heutige Nutzer ist nicht der gleiche wie der von Morgen und ein Ort kann nur dann funktionieren, wenn er schon jetzt für die Zukunft gedacht ist. Wir nutzen Tools wie Virtual Reality (VR), 360-Grad-Bilder, Visualisierungen und natürlich KI als Erweiterung des kreativen Potenzials, um Ideen zu verfeinern und innovative Lösungen zu finden, aber auch zur Inspiration und Trendvorhersage. In unseren Designprozessen hilft KI beispielsweise bei der Visualisierung von Stimmungsbildern, die in Sekunden an Kundenanforderungen angepasst werden können. Wir hoffen, in Zukunft noch komplexere Simulationen durchführen zu können, um Aspekte wie Energieeffizienz, Raumakustik oder Tageslichtnutzung, aber auch unsere Entwurfsprozesse weiter zu optimieren. Insgesamt betrachten wir KI als ein weiteres Teammitglied in unserem Büro und glauben, dass die Zukunft der Architektur in der Symbiose von Mensch und Maschine liegt.“

JOSE MISO, IPPOLITO FLEITZ GROUP

„Künstliche Intelligenz wird uns helfen, effizienter zu arbeiten. Ein Einsatzgebiet ist die Analyse, denn KI kann große Datenmengen schnell verarbeiten. Das kann uns bei der Material- und Produktauswahl oder bei der Budgetplanung unterstützen. KI kann aber auch das Nutzungsverhalten der Gäste auswerten und bei der Untersuchung potenzieller Zielgruppen helfen. Sie liefert dabei wertvolle Informationen, die wir in unsere nutzerzentrierten Designkonzepte einfließen lassen können. Ein anderer Aspekt ist die Visualisierung: Es ist wesentlich schneller, ein Rendering mit Hilfe von KI zu optimieren, als dieses manuell nachzubearbeiten oder gar neu rechnen zu lassen. Entsprechende Tools setzen wir teilweise bereits ein und sparen damit Zeit in den Visualisierungsprozessen. KI wird auch an Grundrissen mitwirken können – BIM bietet dafür die ideale Schnittstelle. Trotz der faszinierenden Technologie hat der Mensch immer einen Vorsprung: Vertrauen. Elektroautos mussten erst durch einen Crash lernen, dass ein weißer LKW kein Himmel ist. In Architektur und Bauwesen warten noch viele ‚weiße Flecken‘, die erkannt und erlernt werden müssen. Und letztendlich ist Vertrauen auch der wichtigste Faktor für eine funktionierende Beziehung zu unseren Kunden. Dieses Vertrauen schaffen wir durch menschliche Faktoren: unsere Erfahrung, unsere Empathie und unsere Kreativität.“



**ANJA PANGERL, BLOCHER PARTNERS**

„Versteht man KI als Innovationswerkzeug, kann sie uns Architekten bei der Ideenfindung helfen. Allerdings fragt künstliche Intelligenz nicht nach Materialwahl, nach Baurecht oder den Wünschen des Bauherrn. So lenkt KI den Blick auf die eigentliche Architektur-Leistung, die nicht auf einem überragenden Entwurf oder einer sensationellen Skizze beruht, sondern auf der Kunst, sich mit anderen Menschen zu vernetzen, ihre

Wünsche zu erkennen und ihre Bedürfnisse in Räume zu übersetzen. Architektur ist eine Gesellschaftsaufgabe, die nur im direkten Austausch mit Menschen erfolgen kann – und davon ist KI noch meilenweit entfernt. Umgekehrt könnte sie menschlichen Austausch fördern, wenn sie in der Lage ist, lästige Routinen zu übernehmen. Wer KI als Werkzeug begreift, das uns vor Standardlösungen bewahrt, ist im Vorteil.“



Revitalisierung

Ist Holz das Allheilmittel?

Die Verringerung des CO₂-Ausstoßes spielt bei der Sanierung von Bestandsimmobilien eine immer wichtigere Rolle und ist unter Immobilienexperten derzeit eines der Top-Themen.

Autorin: **Susanne Stauß**

Neue Projektentwicklungen sind rar, die Herausforderungen, aber auch Chancen für das Development liegen derzeit im Bestand. Diesen ESG-gerecht zu sanieren ist aufwendiger, als ein neues, emissionsfreies Hotel auf die grüne Wiese zu setzen. Dafür besetzen Bestandsimmobilien aber auch meistens hervorragende Standorte. A-Städte und damit bebaute Innenstädte seien der

Development-Schwerpunkt von Art-Invest Real Estate Management, sagte dazu Christina Wendland, Senior ESG-Managerin des Unternehmens, unlängst in einer von ESG-Expertin Renée Nicole Wagner moderierten Runde des Expo Real Hospitality Industry Dialogue in München. Die Auseinandersetzung mit Bestandsimmobilien komme dem Thema ESG eigentlich entgegen, so Wendland.



1



2

1 Natürlicher Rohstoff: Eine Lösung, bestehende Immobilien ESG-konformer zu gestalten, ist der Einsatz von Holz.

2 Datenquelle: Die Plattform Madaster fungiert wie ein Kataster für alle verbauten Materialien und Produkte von Neubauten und Bestandsobjekten.

Dabei verwende man bestehende Substanz, bei der ESG allerdings verstärkt in den Fokus gerückt werden müsse, da die Immobilien ansonsten zusehends an Wert verlören.

Eine Lösung, um sowohl neue als auch bestehende Immobilien ESG-konformer zu gestalten, ist der Einsatz von Holz und Holzmodulen. „Wir haben ein Holzmodul für gewerbliche Immobilien entwickelt, auch für Hotels und Apartments. Das gesamte Material dieser Bettenhäuser ist bereits konfiguriert, wobei insgesamt viel recyceltes Material zum Einsatz kommt“, erläutert Oliver Scholl, Commercial Managing Director von Rubus Development diesen möglichen Weg zur Emissionssenkung. Rubus ist das gemeinsame Beteiligungsunternehmen von Deutsche Seereederei und Implemia Real Estate zur Entwicklung von Ferienhotel-Immobilien.

Holz allein ist aber nicht das Allheilmittel. Man müsse sich auch die Frage stellen, wie hoch der Anteil grauer Emissionen bei Beton zum Beispiel sei, so Wendland. Sie bezifferte ihn mit etwa

„
Es wäre
hirnässig,
die Heizung in
einem fünf Jahre
alten Haus
auszutauschen.“

Max Luscher,
B&B Hotels

20 Prozent. Das Unternehmen Alcemy bietet hierfür Lösungen und arbeitet an einer CO₂-reduzierten Beton- und Zementherstellung. „Aber es gehört auch noch viel anderes dazu. Die technische Ausstattung einer Immobilie kann auch 15 Prozent ausmachen. Wir betrachten alles projektbezogen“, so Wendland. Insbesondere für den Innenausbau gebe es bereits viele Elemente, die nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip produziert würden, vor allem im Teppichbereich. Bei Art-Invest kümmere sich ein 14-köpfiges Team darum, Hotels aus Betreibersicht und Gästesicht zu planen, wobei unter anderem auch Lagerflächen und Laufwege untersucht würden.

Max Luscher, CEO Central & Northern Europe der B&B Hotels, erklärte, dass sich sein Unternehmen zwar schon mit Holzmodulbauweise auseinandergesetzt habe, vom Preis-Leistungsverhältnis jedoch noch nicht überzeugt sei. „Wir haben uns das in Portugal angesehen. Wenn wir in Deutschland ebenso bauen würden, würden die Kosten um 25 Prozent steigen“, rechnete er vor. Stattdessen

zertifiziere man derzeit das Bestandsportfolio nach BREEAM, verwende ausschließlich Ökostrom und betreibe die Hotels plastikfrei. „Die letzte große Hürde, die vor uns liegt, ist die Umstellung der Warmwasseraufbereitung von Gas auf Wärmepumpen. Dafür würden sich aber die Kosten für eine Photovoltaikanlage auf 200.000 bis 250.000 Euro belaufen und die Pumpe zusätzlich 40.000 Euro kosten.“ Ausgetauscht werde erst dann, wenn die bisherigen Geräte nicht mehr funktionieren. „Es wäre hirnrißig, die Heizung in einem fünf Jahre alten Haus auszutauschen“, betont Luscher.

Für Conversions benötige man Handwerker mit einem sehr großen Spezialwissen. B&B beschäftigt dafür drei Vollzeitmitarbeiter, die sich ausschließlich um ESG und das Inhouse-Development kümmern.

ESG wird immer wichtiger

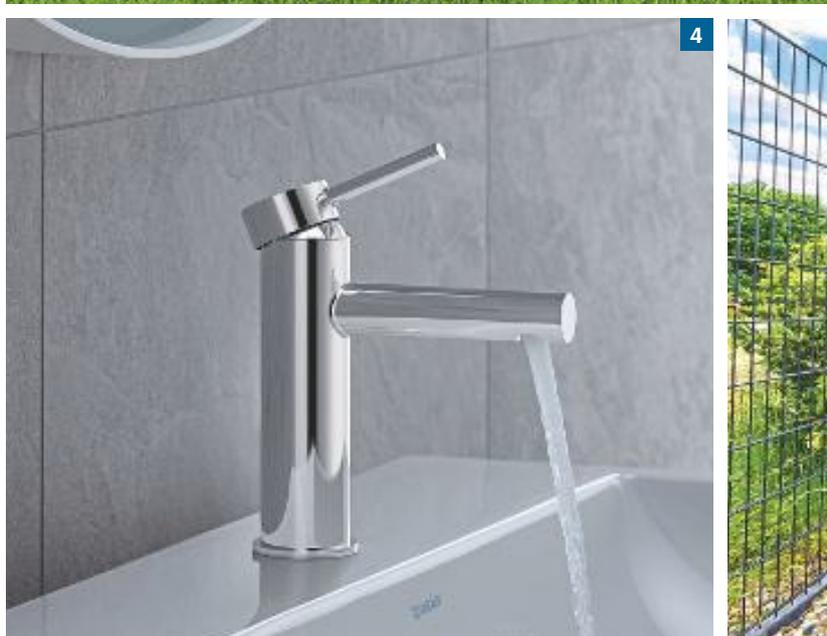
Dass das Umsetzen nachhaltiger Massnahmen nicht immer einfach ist, erlebt der B&B-Chef derzeit bei der Installation von E-Chargern auf seinen Hotelparkplätzen. „Wir haben Diskussionen mit Verpächtern, die uns mitteilen, dass das fremde Nutzen unserer Parkplätze nicht unsere Kompetenz sei“, wundert er sich. Auch sei es einfacher, Langsamlader zu installieren als Schnelllader, für die man zusätzliche Genehmigungen benötigt.

Zur Expansionspolitik der B&B Hotels sagte Luscher: „Bei allen Übernahmen ist ESG ein immer wichtigerer Bestandteil. Die Banken fragen heute bei den Finanzierungen nach, ob es ein Gebäudezertifikat gibt.“ Er geht davon aus, mit allen seinen Hotels den DGNB-Gold-Standard erreichen zu können. Es gebe klare Standards, was die energetische Ausstattung der Gebäude anbelangt. Bei allen Übernahmen werde ein Plan erstellt, wonach teilweise Heizungen durch Klimasplitgeräte ausgetauscht werden müssen. Nicht alle heute empfohlenen Maßnahmen senken aber tatsächlich die Betriebskosten. Man müsse auch stets die laufenden-Maintenance-Kosten gegenrechnen.

Zählereinbau dringend erforderlich

Wer seine Bestandsimmobilien verbessern möchte, sollte sich intensiv mit ihren Werten befassen. „Ich bekomme den Bestand nicht neutral, aber klimaschonend. Entscheidend dafür sind unter anderem die Zähler. Die wenigsten wissen genau, wie hoch ihre Verbräuche sind“, so Oliver Scholl von Rubus Development. „Baue ich aber mehr Zähler ein als vorgeschrieben – am besten pro Zimmer –, dann kann ich sehr genau sehen, wo die Probleme liegen.“ Auch Max Luscher spricht sich für mehr Zähler aus: „Wir übernehmen gern beides: Alt- und Neubauten. Aber was die Zähler anbelangt, so bekommt man in den meisten Hotels nur einen verbaut.“

Womit in dieser Runde der Wunsch nach einer besseren Kommunikation zwischen Betreiber und Investor beziehungsweise Eigentümer laut wurde.



Fotos: B&B Hotels; Duravit; Albemy; Daikin; Currios/AdobeStock.com



2



3

1 ESG-konform: Das B&B Hotel in Bad Hersfeld wird über Hochtemperatur-Wärmepumpen beheizt und gekühlt.

2 Start-up: Die „Alcemy KI-Software“ soll dazu beitragen, Zement und Beton günstiger und CO₂-ärmer herzustellen.

3 Kostspielig: ESG-gerecht zu sanieren ist aufwendiger, als ein neues emissionsfreies Hotel auf die grüne Wiese zu setzen.

4 Sparsam: Mit neuen Armaturen, zum Beispiel von Duravit, lässt sich der Wasserverbrauch um bis zu 40 Prozent reduzieren.

5 Allrounder: Wärmepumpen (hier von Daikin) sind eine umweltfreundliche Alternative für veraltete Heizungssysteme.



5

„Der Developer oder Investor hat grundsätzlich andere Ansichten als der Betreiber“, so Michael Widmann, Global CEO der Wiener PKF Hospitality Group. Owner-Operator seien hierbei in einer komfortableren Lage. Handle es sich jedoch um zwei getrennte Parteien, funktioniert die nachhaltigere Entwicklung von Immobilie und Betrieb nur über den Ausbau der Datenflüsse. „Wir brauchen Technologie, insbesondere aber auch die Bereitschaft aller Parteien, sich über die Messwerte auszutauschen.“ Dem Vermieter mitzuteilen, dass die Meldung des Wasserverbrauchs nicht im Mietvertrag verankert ist, sei keine Lösung.

„Bei der Kommunikation ist noch Luft nach oben“, findet auch Scholl. „Bei einer Green Lease basiert alles auf Informationsaustausch. Wenn ich mein Gegenüber verstehe, bin ich auch in der Lage, Informationen zu geben. Wenn ich als Eigentümer dem Betreiber aber lediglich die Anweisung gebe, die Verbräuche mitzuteilen, dann ist das plump. Sage ich hingegen: ‚Lass uns die Immobilien gemeinsam nachhaltiger entwickeln‘, klingt das gleich ganz anders.“

KI-basierte Energiemanagementsysteme

Christina Wendland hat die Erfahrung gemacht, dass viele Betreiber keine strikte Nachhaltigkeitsstrategie haben. Für Neubauten gebe es bei Art-Invest klare Ziele. Jedes Team müsse sich mit den grauen Emissionen beschäftigen und auf Biodiversität achten, also stets Grünflächen einplanen, wassersparende Armaturen in Hotels einbauen und ein Zählerkonzept integrieren. KI-basierte Energiemanagementsysteme spielten dabei ebenfalls eine große Rolle.

Die Ziele, an denen man sich beim Neubau orientiert, leiten sich ein bisschen von der EU-Taxonomie ab. Schwierigkeiten bei der Revitalisierung ergeben sich teilweise bei der Materialnutzung, den Hürden des Denkmalschutzes oder bei den Brandschutzmaßnahmen. Wendland: „Oft muss der Bestand durch Neubauten ergänzt werden, um die hier gesetzten Ziele tatsächlich zu erreichen.“

Jedes Bauteil erfassen

Zu den Messinstrumenten für die Herstelleremissionen pro Quadratmeter zählt in der Branche unter anderem die Madaster-Plattform. In Madaster werden Daten über alle Materialien und Produkte registriert, die in einem Objekt verbaut wurden. Durch die Erfassung jedes einzelnen Bauteils erhält man unter anderem Aufschluss über die Trennbarkeit, das gebundene CO₂ und die Toxizität von Materialien und Produkten.

Außerdem lässt sich damit feststellen, ob Materialien und Produkte wiederverwendet werden können. Nur durch zirkuläres Bauen könnten Abfallmenge und CO₂-Emissionen drastisch reduziert und Klimaziele erreicht werden. Rubus misst bereits die Zirkularität der verwendeten Materialien – sie beträgt derzeit 79 Prozent. |



Bauen & Instandhalten

Stets zur Hand

Warten auf Handwerker kann für Hotels finanzielle Einbußen mit sich bringen. Aus diesem Grund setzen manche Betriebe auf ein eigenes Handwerkerteam. Hoteliers berichten über ihre individuellen Lösungen.

Autorin: **Susanne Stauss**

Die Axt im Haus erspart den Zimmermann“ – das wusste schon Wilhelm Tell in Schillers gleichnamigem Drama. Diesem Motto folgt seit Januar 2022 auch die Halbersbacher Hospitality Group, Betreiberin von derzeit 19 Hotels in Deutschland. „Wir haben ein eigenes Unternehmen gegründet, um die immer umfangreicheren Renovierungs- und Sanierungsarbeiten bei bestehenden Hotels oder Projekten besser abbilden zu können. Daher gibt es nun die Anton Martha Design GmbH“, erläutert Geschäftsführer Arne Mundt. Insgesamt beschäftigt dieses Unternehmen sechs Mitarbeitende in der Planung, darunter Hochbauarchitekten, Innenarchitekten, Interior Designer und Projektleiter. „Wir sind theoretisch in der Lage, die gesamten Leistungsphasen 1 bis 9 abzubilden, teilweise auch mit externen Partnern. In erster Linie entwerfen wir die kompletten Konzepte für die Hotels, das Interior Design und den Möbelbau, welcher dann durch die eigenen Handwerker oder durch externe Partner ausgeführt wird“, so Mundt.

Haustechniker ist Allrounder

Das eigene Handwerkerteam des Unternehmens besteht derzeit aus 13 Mitarbeitenden, die jeweils in einer Viertagewoche die Arbeit von Dachdeckern, Tischlern, Zimmerleuten, Malern und Lackierern, Fliesenlegern, Sanitär- und Heizungsinstallateuren sowie Trockenbauern übernehmen. „Für Elektroarbeiten greifen wir grundsätzlich auf die örtlichen Handwerker zurück, um dann im operativen Geschäft des Hotels direkt einen Ansprechpartner vor Ort zu haben. Ebenso vergeben wir Sauna- und Wellnessbau sowie sämtliche technischen Neuinstallationen fremd“, erläutert Mundt. Idealerweise verfüge zudem jedes Hotel über einen echten Allrounder als Haustechniker, wobei hier die Ausrichtung des jeweiligen Hotels zu beachten sei.

Persönliche Leidenschaft: Bauen

Ähnlich wie Mundt denkt Gert Göbel, geschäftsführender Gesellschafter der Göbel Hotels, zu denen 16 Hotels, ein Chalet-Park, 34 Ferienwohnungen und sechs Erlebnisgastronomien zählen. „Fast alle unsere Immobilien befinden sich in unserem Besitz. Bei uns vergeht kein Jahr, in dem wir für ihre Instandhaltung nicht zahlreiche Aufträge verge-

ben. Jährlich investieren wir etwa vier Millionen Euro in diesen Bereich, zusätzlich zu weiteren Mitteln für die Erweiterung unserer Hotelgruppe“, sagt er. Die kontinuierliche Renovierung, Sanierung und Modernisierung sei zu seiner persönlichen Leidenschaft geworden. Er habe sich weitestgehend aus dem operativen Hotelgeschäft zurückgezogen, um diesem Thema vermehrt Aufmerksamkeit zu widmen. Lediglich größere Aufträge würden an spezialisierte Fachfirmen vergeben, etwa für Haustechnik, Bodenbelagsarbeiten und Innenausbau.

Kostengünstiger als Externe

„Vor etwa zwei Jahrzehnten begannen wir, Mitarbeiter mit handwerklichen Fähigkeiten einzustellen. Dieses zwölfköpfige Team arbeitet auf unseren Baustellen an allen Standorten und übernimmt bauvorbereitende Arbeiten sowie Instandhaltungen wie Entkernung, Trockenbau und Malerarbeiten im Innen- und Außenbereich. Auch im Garten- und Landschaftsbau setzen wir häufig unsere eigenen Mitarbeiter ein“, erläutert Göbel.

Die Ausführung dieser Arbeiten mit eigenen Beschäftigten sei kostengünstiger als durch externe Handwerksfirmen. „Unsere eigenen Fachkräfte zeichnen sich durch hohe Flexibilität aus und sind stets bereit, termingerecht zu liefern. Dies ist in unserer Branche von entscheidender Bedeutung, da gesperrte Hotelzimmer oder Schwimmbäder zu Betriebsausfällen führen, die wir so kurz wie möglich halten wollen.“ Darüber hinaus arbeite er aber auch gern mit ortsansässigen Handwerkern zusammen, solange sie die erforderliche Flexibilität und Zuverlässigkeit bieten.

LEISTUNGSPHASEN (LP)

- LP1: Grundlagenermittlung
- LP2: Vorplanung
- LP3: Entwurfsplanung
- LP4: Genehmigungsplanung
- LP5: Ausführungsplanung
- LP6: Vorbereitung der Vergabe
- LP7: Mitwirkung bei der Vergabe
- LP8: Objektüberwachung – Bauüberwachung und Dokumentation
- LP9: Objektbetreuung



1



2

1 Profis am Werk: Gert Göbel (Mitte) mit zwei seiner Handwerker.

2 Gut ausgestattet: Im Gewerbegebiet in Willingen haben die Göbel Hotels eine eigene Lagerhalle errichtet, um Baufahrzeuge unterzustellen.

3 Allzeit bereit: Für Hoteliers kommt es oft günstiger, eigene Handwerker zu beschäftigen.

4+5 Vor Ort gut aufgestellt: Novum hat keine Bauabteilung. Dafür beschäftigt die Gruppe, zu der Häuser wie das „The Niu Loco“ in München (4) und „The Niu Flower“ in Konstanz (5) gehören, mehr als hundert Technikerinnen und Techniker.



4

Für die selbst durchgeführten Arbeiten wurden Werkzeuge und Materialien angeschafft und der Fuhrpark erweitert: darunter verschiedene Transporter sowie Radlader, mit denen im Winter der Schneeräumdienst übernommen wird, PKW-Anhänger und ein Hubsteiger für kleinere Reparaturen an Fassaden.

„Vor zwei Jahren haben wir im neuen Gewerbepark in Willingen eine Lagerhalle errichtet, um Baufahrzeuge unterzustellen und Platz für Baumaterialien sowie Inventar aus den Betrieben zu schaffen“, so Göbel. Hinzu kommen je nach Größe der Hotelimmobilien ein oder zwei Hausmeister, die in Renovierungsprozesse einbezogen werden. „In unserem Bautrupps beschäftigen wir Maurer, Fliesenleger, Schreiner und Maler. Von technischen Gewerken halten wir uns fern, da für diese in den meisten Fällen Abnahmebescheinigungen erforderlich sind, die wir nicht ausstellen dürfen“, argumentiert Göbel.

Hoteliers, die ihre Handwerkerarbeiten lieber selbst verrichten als fremd vergeben, finden sich auch bei Einzelbetrieben wie beispielsweise dem Ringhotel „Silberkönig“ in Gutach-Bleibach, wo Seniorchef Georg Birmelin gemeinsam mit dem Haustechniker, einem gelernten Schreiner, das ganze Jahr über selbst

Hand anlegt. Dabei werden nicht nur Maler- und Schreinerarbeiten geleistet, vielmehr hat Birmelin mit seinem Team sogar eine eigene Kapelle auf dem Hotelgrundstück gemauert. Allerdings hat er auch besondere Vorkenntnisse: Bevor er sich Mitte der 1980er-Jahre entschied, in den elterlichen Hotelbetrieb einzusteigen, hatte er eine Ausbildung zum Fliesenleger abgeschlossen und auch in diesem Beruf gearbeitet.

Techniker für die Maintenance

Die Regel ist der eigene Bautrupps bei Familienunternehmen jedoch nicht. Obwohl sich 23 Hotels in Deutschland und Österreich sowie sieben in Florida im Eigentum der Dr. Lohbeck Privathotels befinden, beschäftigt dieses Unternehmen, so Aufsichtsratsmitglied Stephan Lohbeck, kein eigenes Bauteam, sondern arbeitet bei der Sanierung mit regionalen Handwerkern zusammen. Auch die H-Hotels mit 65 Häusern haben, wie CEO Thomas Haas berichtet, keine Handwerker auf der Payroll, beschäftigen aber Haustechniker für die Maintenance. Bautätigkeiten werden je nach Standort ausgeschrieben, teils über einen Generalunternehmer (GU), teils in Einzelvergabe. Im Development werden auch Architekten beschäftigt.

Ohne eigene Bauabteilung expandiert auch Novum Hospitality mit 150 Hotels, davon rund zehn Prozent im Eigentum. „Beim Neubau kooperieren wir mit Projektentwicklern, die bauseitig die Verantwortung übernehmen“, sagt CEO und Owner David Etmenan. „Unsere eigene Projektmanagementabteilung übernimmt die Projektsteuerung und -koordination für Neubauten oder Revitalisierung. Auch wenn wir nicht über eine unternehmenseigene Bauabteilung verfügen, bleiben wir so in alle Schritte der Prozesse involviert.“ Die ganzheitliche Projektbetreuung umfasst außerdem die Interior-Design-Planung und -Umsetzung. Die zugrunde liegenden Designkonzepte werden von Etmenans Schwester Samira Said entwickelt. Als Geschäftsführerin und CBO der Novum Hospitality zeichnet sie für sämtliche markenrelevante Unternehmensbereiche verantwortlich.

Nach ihrer Inbetriebnahme oder Wiederinbetriebnahme unterstützt dann die 2010 von Novum Hospitality gegründete Abteilung Projekt- und Facility Management die Hotels. „Da die Instandhaltung der technischen Anlagen in den meisten Fällen in unserer Verantwortung liegt, beschäftigen wir auf operativer Ebene insgesamt mehr als ein-



3



5

hundert TechnikerInnen. Fünf weitere ergänzen unsere Facility-Management-Abteilung im Hamburger Headquarter, die sich zentralisiert um Brandschutz, Wartungsverträge oder Sachverständigenprüfungen kümmert“, so Etmenan. In Zeiten des Fachkräftemangels seien zudem auch langjährige Partnerschaften mit externen Experten in den Bereichen Elektrik, Sanitär und Heizung wichtig.

Premier Inn mit aktuell 50 Hotels und 50 Projekten in Deutschland beschäftigt in der von Kai Backeberg geleiteten Abteilung Construction derzeit sieben Mitarbeitende, darunter überwiegend Architekten und Ingenieure, aber auch einen Koch und einen Kaufmann. Die Abteilung agiert im Bereich Projektentwicklung, Projektmanagement, Technical Due Diligence (TDD) und Pre-Construction, hat aber keine

eigenen Handwerker eingestellt. „Die größten Kostenrisiken liegen nicht im Hochbau, sondern im Boden- und Tiefbau, etwa wenn es um Nachbarschaftsfragen oder den Bau von Tiefgaragen geht. Diesen Bereich decken wir mit unserer Expertise und klaren Vorgaben ab“, sagt Backeberg.

Grundsätzlich arbeite man beim Bauen mit einem Generalunternehmer für Neubauten oder auch Umbauten und den Innenausbau. „Ein GU bewahrt uns vor Behinderungsanzeigen“, sagt der Construction Director.

GU garantieren Preissicherheit

Bei der Zusammenarbeit mit den GUs sei die richtige Form der Ausschreibung entscheidend, darin habe Premier Inn eine sehr hohe Expertise. Die Zusammenarbeit mit GUs garantiere Preissicherheit, Gewährleistung und Skalierbarkeit. „Wir wissen, wann etwas ausgeschrieben werden muss und in welcher Form und erhalten so die passenden Angebote. Wir geben unseren Input ein.“ Innerhalb der GUs habe man drei Preferred Partner im Hochbau, mit denen mehrere Projekte gebaut werden.

Für die Instandhaltung der einzelnen Betriebe beschäftigt Premier Inn einen Haustechniker je Hotel, in der Regel einen Elektriker oder jemanden aus dem HLS-Bereich. Ein bewährter Partner bei der Maintenance sei auch das Dienstleistungsunternehmen Wisag. „Unsere Haustechniker kommen zwei bis drei Monate vor der Eröffnung ins Team und werden von uns intern geschult.“ |

DREI FRAGEN AN: TINA FROBÖSE, SELECT HOTEL CONSULTING

1. Wann ist es für ein Hotel sinnvoll, eigene Handwerker zu beschäftigen?

Ein eigenes Handwerkerteam bietet sich beispielsweise für Familienunternehmen an. Ein Mitglied der Familie erlernt dann einen solchen Beruf und die Familie gründet idealerweise ein eigenes Handwerksunternehmen, das auch noch zusätzliche Umsätze außerhalb generieren kann. So erhöht man die Zuverlässigkeit, dass Aufträge termingerecht erfüllt werden, und ist nicht mehr auf die Verfügbarkeit externer Handwerker angewiesen. Zudem entstehen in der Regel niedrigere Kosten als bei deren Einsatz. Wichtig ist natürlich, dass das Unternehmen mindestens die schwarze Null bringt.



2. Ein Generalunternehmer garantiert auch Zuverlässigkeit.

Aber der GU verdient an allem mit, schließlich muss er eigenes Geld verdienen und noch einen Puffer oben drauf schlagen.

3. Wohin geht der Trend – was ist Ihre Einschätzung?

Immer mehr Unternehmen haben alles in einer Hand: Eigentum, Instandhaltung, Betrieb. Man denke zum Beispiel an Ghotel und Art-Invest/ Zech oder Ruby und Soravia. Gerade bei Hotelgesellschaften, die viele Immobilien im Eigentum haben, kann durchaus auch ein eigener Projektsteuerer Sinn machen.

Boden, Wand & Decke

Eine gute Basis

Boden- und Wandbeläge nehmen in Hotels viel Fläche ein und bestimmen somit maßgeblich die Atmosphäre im Raum. Wir zeigen inspirierende Neuheiten – vom Mietteppich bis zum textilen Wandbelag aus recycelter Wolle.



MARAZZI

Stein-Optik mit 3D-Effekt

Die Fliesenkollektion „Mystone Berici“ von Marazzi (siehe Wandbelag) zeigt sich vom typischen Kalkstein in den Hügeln nahe der Stadt Vicenza inspiriert. Die neutralen und warmen Farbnuancen verschmelzen auf der Oberfläche, auf der Muscheln, rundliche Kleinstfossilien und stofflich wirkende Schuttablagerungen zu erkennen sind. Die Fliesen weisen eine gewisse Tiefe und Echtheit auf, die der Verwendung glänzender und matter Granulate auf der Oberfläche zu verdanken ist.

www.marazzi.com

TRETFORD

Mieten statt kaufen

Tretford Teppich bietet gewerblichen Kunden eine praktische Alternative zum Teppichkauf. Den textilen Bodenbelag mit Kaschmir-Ziegenhaar können Hoteliers bei Tretford inklusive aller Serviceleistungen mieten. Die Mietrate bietet laut Anbieter eine klare Kalkulations- und Planungsgrundlage, denn die Höhe der Rate ändert sich während der gesamten Laufzeit nicht. Und: Die Mietzahlungen sind als Betriebsaufwand steuerlich voll absetzbar. Der Mietzeitraum beträgt vier bis fünf Jahre, die Installation kann der Hotelier selbst übernehmen oder einen „Tretford Premium“-Fachhändler damit beauftragen. Die Wartung und Instandsetzung des Teppichs übernimmt die Weseler Teppich GmbH. Nach Ablauf des Zeitraums kann der Hotelier die Teppichfliesen- oder Dielen zurückgeben. Diese werden dann umweltfreundlich und enzymbasiert gereinigt und lassen sich weiterverwenden.



Nachhaltig: Die Teppichfliesen von Tretford werden nach Ablauf der Mietdauer gereinigt und erneut verwendet.

www.tretford.eu



Täuschend echt: Der Vinylboden von Project Floors wurde als Fischgrat verlegt.

PROJECT FLOORS

Authentischer Look

Vierorts löst der Designboden den Teppich in Hotels als Bodenbelag der Wahl ab. So auch im Double Tree by Hilton am Los-Angeles-Platz in Berlin. Hier wählten die Gestalter einen Designboden von Project Floors, der in Chevron verlegt wurde (siehe Bild) und so täuschend echt aussieht wie ein Holzboden. Der helle Vinylboden „Dekor PW 322o/FP“ bietet laut Hersteller eine optimale Grundlage für skandinavisch geprägte Raumlayouts und ist leicht zu reinigen.

www.project-floors.com

BAUWERK

Spiel mit der Geometrie

Inspiriert von der Natur kreierte das Schweizer Architektur- und Designstudio „atelier oï“ mit und für das Unternehmen Bauwerk Parkett eine neue Holzbodenkollektion: Bei „Spinpark“ ist die Holzmaserung um 45 Grad zur Diele gedreht, was ein Kunstwerk auf dem Boden entstehen lässt. Laut dem Schweizer Hersteller ist das Verfahren mit der gedrehten Decklage neuartig. Zuvor hat man mehrere Jahre in die Entwicklung und Fertigung der neuen Kollektion investiert. Der Bodenbelag ist in drei natürlichen Eiche-Farbnuancen erhältlich.

www.bauwerk-parkett.com



Gedreht: „Spinpark“ verwandelt den Boden in ein Kunstwerk.

GERFLOR

Robust und angenehm zu laufen

Im Revo München sorgt ein nachhaltiger Linoleum-Boden von Gerflor für Gemütlichkeit. „Lino Art Urban“ besteht bis zu 98 Prozent aus organischen und mineralischen Rohstoffen wie Leinöl, Holz, Kalkstein, Jute sowie Harz und ist mit „Cradle to Cradle“ (Silber) zertifiziert. Abgestimmt auf das Konzept von BWM Architektur & Design (Wien) kommen je nach Zimmerkategorie vier Ausführungen des Linoleumbelags in dezenten Grautönen zum Einsatz. Der Boden ist äußerst robust: Der durch Laser-UV-Technologie dreifach vernetzte Hochleistungsschutz „Neocare“ ist lösemittelfrei, beständig gegen Reinigungsmittel und zeigt sich laut Hersteller unempfindlich gegenüber Schmutz und Flecken. Die äußerst niedrigen TVOC-Emissionen versprechen eine optimale Raumluftqualität.

www.gerflor.com



Sorgt für ein gutes Raumgefühl: Der Linoleumboden „Lino Art Urban“ von Gerflor.



Mono-Material: Der neue Teppichboden „Neoo“ besteht nur aus Polyester.

OBJECT CARPET

100 Prozent zirkulär

„Neoo“ heißt der neue Teppichboden von Object Carpet, er besteht zu 100 Prozent aus Polyester und kann ungezählt viele Lebenszyklen durchlaufen. Laut Hersteller eignet er sich ideal für den Objektbereich, ist leicht zu verlegen und schnell zu reinigen. Das Besondere: Der Teppich besteht aus nur einem Material. Neoo wird ohne Füllstoffe hergestellt und mit einem innovativen Polyester-Klebstoff verarbeitet. Nach der Nutzung entfällt somit die Materialtrennung.

www.object-carpet.com

INTERFACE

Helles Nordic-Design

Die neue Luxury-Vinyl-Tiles-(LVT)-Kollektion „Northern Grain“ von Interface ist ab sofort in Deutschland erhältlich. Der Boden zeichnet sich durch ein klares Design aus und hellt Räume in Objektbereichen auf. Die zarten Schattierungen und klaren Neutraltöne in grauer, beige- und cremefarbener Holzoptik sollen dabei die Wirkung des natürlichen Lichts verstärken. Die Kollektion im Plankenformat 25 x 100 cm ist in zwölf Farben und drei unterschiedlichen Holzmaserungen erhältlich. www.interface.com



Hellt Räume auf: Der Luxury-Vinyl-Tiles-Boden „Northern Grain“ ist in zwölf Farben erhältlich.

1. Herr Zybell, welche Trends sehen Sie derzeit bei Bodenbelägen, speziell für die Hotellerie?

Die wilden Zeiten sind vorbei. Früher waren ausgefallene Designs auf dem Boden zu sehen, heute haben Innenarchitekten stärker die Wandgestaltung und Dekoration im Fokus. Die Boden-Designs sind insgesamt ruhiger geworden, sie unterstreichen eher das Gesamtkonzept des Hauses als selbst die Hauptrolle zu spielen. Eine Ausnahme stellen Designhotels dar, die sich ganz bewusst mit Verspieltheit auf allen Ebenen, also auch auf dem Boden, hervorheben. Die große Klammer über alle Segmente in der Hotellerie hinweg, von Luxus bis Economy, ist eindeutig das Thema Nachhaltigkeit. Organische Designs, Farben und Materialien rücken in den Vordergrund, also der viel zitierte Trend zur „Biophilie“. Authentische, naturnahe Optiken sind gefragt. Ein Beispiel dafür sind unsere „Naturals Designs“ bei den Tarkett-Designbodenkollektionen. Diese werden direkt aus der Natur gescannt und digital gedruckt. Interessant ist auch der Trend weg von Bahnware hin zu modularen Teppichfliesen. Hier schließt sich der Kreis beim Thema Nachhaltigkeit. Durch die leichtere Wiederaufnahme unserer lose verlegten „Desso Teppichfliesen“ und deren vollständige Recycelfähigkeit in einem geschlossenen Prozess ist auch die Zurücknahme von gebrauchten Teppichfliesen möglich.



lidieren lassen. Bis 2030 möchten wir die CO₂-Emissionen um 30 Prozent gegenüber 2019 verringern. Deswegen ist uns das Thema Wiederverwertung und die Ausweitung unseres Rücknahme- und Recyclingprogrammes „Re-Start“ auch so wichtig.

3. Welche Verlegearten liegen derzeit im Trend?

Die lose Verlegung ist eindeutig auf dem Vormarsch. Moderne Designböden vereinen eine hohe Funktionalität mit naturnahen Designs. Der Tarkett Designboden „iD Click Ultimate“ eignet

sich zum Beispiel optimal für die Renovierung von Bestandsgebäuden und kann auf nahezu allen Untergründen und sogar auf Keramikfliesen verlegt werden. Und für die Hotellerie ein wichtiges Argument: Der Akustikrücken mit Soundblock Technologie sorgt für 19 dB Trittschallverbesserung. Das Vorurteil von früher „Wo klick ist, ist auch klack“ gilt hier nicht mehr.

4. Im Kommen sind Bodenbeläge an der Wand, etwa in Nassräumen. Können Sie das bestätigen?

Bei diesem Thema scheiden sich die Geister. Wir sehen nach wie vor starke regionale Unterschiede bei unseren Hotelprojekten im europäischen Vergleich. Unser Nassraumkonzept im Duschbereich kommt fast nur in den nordischen Ländern in bestimmten Hotelkategorien zum Einsatz. In Zentral- und Südeuropa werden im Nassbereich weiterhin keramische Böden bevorzugt. Diese lassen sich aber optimal mit feuchtigkeitsresistenten Designböden wie „iD Click Ultimate“ kombinieren, um raumübergreifende, naturnahe Lösungen zu gestalten.

Interview: Natascha Ziltz

2. Was bietet Tarkett in puncto Umweltschutz?

Wir haben uns ehrgeizige Klimaziele zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen bis 2030 gesetzt und diese von der unabhängigen Science Based Target Initiative (SBTi) va-

VESCOM

Von soft bis strukturiert

Die neue Kollektion „Textile Wallcovering“ von Vescom macht sich die Eigenschaften von Materialien wie recycelter Wolle, recyceltem Polyester, Leinen, Seide, Zellstoff oder Polyethylen zunutze. Das Ergebnis ist eine Vielzahl an unterschiedlichen Texturen, Farbnuancen und Oberflächen – von soft bis strukturiert, von minimalistisch bis extravagant und von matt bis schimmernd. So wird beispielsweise die nachhaltige Wandbekleidung „Dale“ aus Wolle hergestellt, die zu 70 Prozent aus recyceltem Altkleidermaterial besteht. „Rila“ wiederum ist eine nachhaltige Wandbekleidung aus Polyester mit 59 Prozent Recyclinganteil, die an den grafischen Rhythmus architektonischer Muster erinnert. www.vescom.com



Umweltfreundlich: Die neue Kollektion „Textile Wallcovering“ setzt auf Materialien mit recycelten Bestandteilen.



Voting: Die Leser haben entschieden

Der Tophotel Star Award 2024 stellt auch in diesem Jahr wieder die Innovationskraft der Hospitality-Zulieferindustrie ins Rampenlicht. Der von unserem Schwestermagazin Tophotel vergebene Preis zeichnet in einer Leserwahl herausragende Produkte und Leistungen der Hotel-Zulieferindustrie aus – auch in diesem Jahr wieder in Kooperation mit Hotel+Technik.

Nachdem sich zahlreiche Zulieferer mit ihren Produkten beworben hatten, wurden neun Unternehmen in drei Kategorien nominiert: Reinigung, Problemlösung und Effizienz. Über Gold, Silber und Bronze entschied schließlich eine Leserwahl, die in Zusammenarbeit mit VIA Studentische Unternehmensberatung e.V. durchgeführt wurde. Die Leserinnen und Leser der beiden Magazine hatten bis Mitte Januar die Möglichkeit, ihr Votum für ihre Favoriten abzugeben. Welche Platzierungen dabei herausgekommen sind, erfahren Sie auf den folgenden Seiten.

DIE KATEGORIEN:

- + Reinigung
- + Problemlösung
- + Effizienz

Kategorie Reinigung

HOBART

Externe Trocknung

Hygienesicheres Spülen und Trocknen von Mehrweggeschirr: Das ermöglichen die Haubenspülmaschinen mit externer Trocknung aus dem Hause Hobart. In nur 120 Sekunden sollen Kunststoffbehältnisse getrocknet sein und direkt wieder benutzt werden können. Rund 750 Mehrwegbecher in der Stunde lassen sich auf diese Weise trocknen, so der Hersteller. Spezielle Reinigungs- und Klarspülmittel reduzieren mittels besonderer Rezeptur nicht nur den Verbrauch, sondern liefern gleichzeitig ein optimales Spül- und Trocknungsergebnis. Für ein perfektes Ergebnis sollten Maschine, Korbsystem und Chemie aufeinander abgestimmt sein.

Hobart GmbH, Offenburg,

Tel. 0781 6001185, www.hobart.de



★ Silber

★ Gold



KÄRCHER

Saugen ohne Kabelsalat

Handlich und effizient: Kärcher hat mit dem „CV 30/2“ einen akkubetriebenen Bürstsauger für Profis auf den Markt gebracht. Das Gerät eignet sich laut Anbieter für die tiefe und mühelose Reinigung von Teppichen und Hartböden in verschiedenen Bereichen. Betrieben mit einem 36-Volt-Wechselakku bietet der Bürstsauger eine automatische Bodenerkennung, eine Selbstreinigungsfunktion, die die händische Abreinigung der Bürstenwalze überflüssig macht, sowie ein flaches Design, mit dem Reinigungskräfte auch unter Möbeln gut saugen können.

Alfred Kärcher SE & Co. KG,

Winnenden, Tel. 07195 9032715,

www.kaercher.com

MEIKO

Maximale Hygiene auf kleiner Stellfläche

Viel Leistung auf kleinstem Raum: Das verspricht die Spülmaschine „M-iClean PF-S“ von Meiko. Mit einer Stellfläche von weniger als einem Quadratmeter ist sie deutlich kleiner als bisherige Modelle und somit ideal für beengte Arbeitsbereiche. Die große Waschkammer bietet gleichzeitig viel Platz für sperriges Spülgut. Auch in puncto Ergonomie und Arbeiterleichterung will die Maschine überzeugen: So lässt sich beispielsweise die Frontklappe nach unten klappen. Dieses Detail ermöglicht dem Personal, den Maschineninnenraum effizient und ergonomisch zu reinigen. Zudem verfügt die Maschine auch über eine Wärmerückgewinnung namens „Air Concept“. Dabei verbleibt der entstehende heiße Wrasen in der Maschine und dient als Energielieferant. Das verbessert das Raumklima und senkt die Energiekosten, so der Anbieter.

Meiko Deutschland, Offenburg, Tel. 06397-600, www.meiko.de

★ Bronze



Kategorie Problemlösung

SOFTEC

24/7 anonym Misstände melden

Gemäß des Hinweisgeberschutzgesetzes (HinSchG) soll es Mitarbeitenden ermöglicht werden, Missstände oder Gesetzesverstöße im Unternehmen anonym zu melden – ohne mögliche Folgen wie eine Kündigung. Mit „SoftTec Whistleblow“ erhalten Hotels eine einfache Lösung, um die gesetzlichen Anforderungen zu erfüllen. Die Cloud-Lösung bedarf keiner Installation und ist laut Anbieter direkt einsatzbereit. Grundlegende Funktionen wie Anonymität, Schutz der Identität und ein übersichtliches Dashboard werden durch Highlights wie die Verwaltung von Zugangsrechten, Kategorienzueweisung oder Checklisten erweitert.

SoftTec GmbH, Sonthofen, Tel. 08321 674930, www.softtec.de

★ Gold



★ Bronze

FRITZ UND FRITZ

Allgefahrenversicherung

Unnötige Policen, Doppelversicherungen oder ein mangelhafter Versicherungsschutz: Viele Hotelbetriebe laufen Gefahr, nicht richtig versichert zu sein. Die „Fritz & Fritz All-Risk“ ist eine Allgefahrenversicherung speziell für Hotel- und Gastronomiebetriebe. Sie bietet ein branchenspezifisches Konzept, das die Risiken im Umgang mit Gästen laut Anbieter optimal abdeckt. Statt einem Bündel von Versicherungen fasse „All-Risk“ die Risiken in einer Police zusammen, bleibe dabei verständlich und definiere nur wenige Ausschlüsse. Zu den Vorteilen zählen unter anderem abgemilderte Sicherheitsvorschriften und Pflichten für Hoteliers, Unterversicherungsverzicht sowie die vereinfachte Prüfung der elektrischen Anlagen.

Fritz & Fritz GmbH, Margetshöchheim, Tel. 093 146-8650, www.fritzufriz.de

FRANKE

Barista-Kunst für jedermann

Mit Kaffee lassen sich in der Gastronomie gute Umsätze erzielen. Doch die Ansprüche der Kunden steigen kontinuierlich. Gäste erwarten heute Kaffeespezialitäten, die schmecken, als wären sie von einem Barista zubereitet. Doch was tun, wenn sich kein qualifiziertes Personal dafür findet? Eine mögliche Antwort liefert Franke mit seiner neuen Linie „Mytico“. Die Maschine bietet nicht nur edles italienisches Design, sie ist laut Hersteller auch noch besonders einfach zu bedienen. Die fortschrittliche Technologie verspricht einen gleichbleibend guten Kaffee in Barista-Qualität. Auch praktisch: Die geringe Höhe der Mytico gibt den Mitarbeitenden Raum für Gespräche mit den Gästen, während sie gelingsicher das perfekte Getränk zubereiten.

Franke, Grünsfeld, Tel. 093 469-2780, www.franke.com



★ Silber

Kategorie Effizienz

SOFTEC

Alle Finanzen im Blick

Von der Anfrage bis zum Check-out: In der „SoftTec Cloud Hotelsoftware“ können Hoteliers alle Schritte der Guest Journey in nur einer Anwendung verwalten. Die Software ist modular aufgebaut und lässt sich individuell auf den Betrieb anpassen. Gezahlt wird nur das, was der Hotelier auch benötigt. Die intelligente, digitale Verbindung der Prozesse spart laut Anbieter Zeit und Kosten und bietet Hoteliers einen ganzheitlichen Überblick über Buchungen, Finanzen und interne Abläufe. Weitere Vorteile: Die Service-Hotline ist rund um die Uhr erreichbar und die Produkte werden kontinuierlich und transparent weiterentwickelt, um Hotels im Arbeitsalltag optimal zu unterstützen.

SoftTec GmbH, Sonthofen, Tel. 08321 674930, www.softtec.de

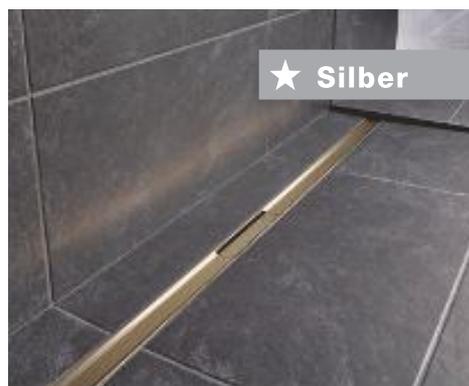


STRAIV

Check-in in jeder Lage

Mit den „Self-Service-Kiosken“ hat IT-Spezialist Straiv sein Portfolio erweitert. Dank der Kioske können Gäste ihre Ankunftszeit flexibel planen und unabhängig von Rezeptionszeiten rund um die Uhr selbst einchecken. Als Ergänzung zur Rezeption reduzieren Hotels so Wartezeiten und steigern gleichzeitig die Zufriedenheit der Gäste. Der Kiosk ist in drei Varianten erhältlich: Indoor, Outdoor und Semi-Outdoor. Alle Geräte lassen sich Herstellerangaben zufolge nahtlos in die bestehenden, modularen Lösungen des Stuttgarter IT-Unternehmens integrieren. PMS-Anbindung, Zahlungsterminal und Key-Card-Codierung funktionieren mit allen gängigen Anbietern, die eine Schnittstelle zu Straiv haben.

Straiv, Stuttgart, Tel. 0711 25 24 73 00, www.straiv.io



GEBERIT

Nahtlos und pflegeleicht

Eine der größten Herausforderungen bei bodenebenen Duschen ist die dauerhaft sichere Abdichtung. Abhilfe bietet Geberit mit seiner Duschrinne „CleanLine80“, die dank des werkseitig vormontierten Dichtvlieses eine sichere Abdichtung der Duschrinne verspricht. Durch den bodenebenen Einbau schließt CleanLine80 bündig mit den Fliesen ab und fügt sich nahtlos in das Gesamtbild des Hotelbades ein. Der Rahmen und die Oberfläche der Duschrinne lassen sich so bequem zusammen mit dem Fliesenboden der Dusche wischen. Eine Wasserablenkung ohne größere verdeckte Bereiche verhindert, dass sich Verschmutzungen festsetzen. Das massive Rinnenprofil ist mit einer Easy-to-clean-Beschichtung versehen und besitzt zum Ablauf in der Mitte hin ein integriertes Gefälle. Das macht die Duschrinne besonders reinigungsfreundlich und pflegeleicht.

Geberit, Pfullendorf, Tel. 07552 934-01, www.geberit.de

Technik + Architektur

Akustik

Background Music Solutions



Radiopark
EMOTIONS IN MUSIC

hotel@radiopark.de
040 43 09 37 - 0

Bad/Sanitärtechnik

Komplettbäder



ARNDT
BADSANIERUNG

Fon 0395 - 5 55 35 50
arndt-badsanierung.de

Heizung/Klima

Klimatisierung



S-Klima

5-Sterne-Klimatisierung für Hotels

PREMIUM PRODUKTE VON: **MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES**

Stulz GmbH
Geschäftsbereich S-Klima
Tel.: +49 40 5585-252
hotline@s-klima.de
www.s-klima.de

www.hotelundtechnik.de



World Vision

FÜR DIE, DIE NICHTS HABEN, GEBEN WIR ALLES.

Das ist die KRAFT der Gemeinschaft.

Erleben Sie Indien vor Ort

Schwimmbad/Wellness

Schwimmbadtechnik



Energieeffiziente
Hotelschwimmbäder
von Ospa

Tel.: +49 7171 7050 • www.ospa.info

Sicherheit

Schlösser/Schließsysteme



HAEFELE

IHR PARTNER
FÜR BAU
UND MÖBEL.

www.haefele.de

WINKHAUS

Aug. Winkhaus GmbH & Co. KG
Hessenweg 9
D-48157 Münster
T. +49 251 4908-0
winkhaus.de
zutrittsorganisation@winkhaus.de

www.hotelundtechnik.de

Design + Interior

Boden/Wand/Decke

Dekor/Bauelemente



PFLEIDERER

DUROPAL | **thermopal**

Holzwerkstoffe,
die Perspektiven eröffnen.

Pfleiderer Deutschland GmbH
Ingolstädter Straße 51 | info@pfleiderer.com
92318 Neumarkt | www.pfleiderer.com

Eingangsmatten



Fußmatten-Systeme

50 1994-2024 | fuma Fußmatten-Systeme

Hoteleinrichtung

Betten



Original Boxspring
Made in Germany

Wir sind der Hersteller
und Boxspringspezialist

markmann gmbh Schlafkomfort-Produktion
Alte Ladestraße 46 - 59227 Ahlen-Vorhelm
Tel. 02382 94066-0 - Fax 02382 94066-129
www.boxspring.de - info@boxspring.de

Kompletteinrichtung



neubert
HOTEL-EINRICHTUNG xxxl

BERATEN • PLANEN • REALISIEREN

0931 / 6106-165 888 • 97084 Würzburg
vertrieb@objekt.de • www.objekt.de



BERATUNG | SHOWROOM
PLANUNG | DESIGN
KONSTRUKTION | FERTIGUNG
LIEFERUNG | MONTAGE

ULMRICH
HOTEL . OBJEKT . DESIGN

IHR KREATIVER PARTNER FÜR
HOTEL-EINRICHTUNGEN NACH MASS

ULMRICH GMBH
Austrasse 5 - 97996 Niederstetten - Tel 07932 60680
www.ulmrich-hoteleinrichtungen.de

Leuchten



BAULMANN

BAULMANN LEUCHTEN GMBH

Selscheder Weg 24 | T +49 (0) 2933-847 0
D-59846 Sundern | F +49 (0) 2933-847 100
Postfach 1154 | E info@baulmann.com
D-59831 Sundern | W www.baulmann.com



Top

LED LICHT-
SPIEGEL &
LEUCHTEN

Industriezentrum 100 32139 Spenge
fon +49 (0) 5225.8 63 12-0
fax +49 (0) 52 25. 8 63 12-10
brief@top-light.de www.top-light.de

Leuchten



PETERS DESIGN
LEUCHTENHERSTELLUNG

Extertalstrasse 10, 31737 Rinteln
Tel. +49 (0) 5751 96 11 - 0
Fax +49 (0) 5751 96 11 - 30
info@petersdesign.de
www.petersdesign.de

Minibars



HARTMANN TRESORE

05251 1744-315
www.minibar.de

Tische/Stühle



ABC
WORLDWIDE

www.stapelstuhl24.de

Tel: 05924-78279-0

www.der-stehtisch.de

Fon: 029 33-90 98 360

Tresore/Safes



HARTMANN TRESORE

05251 1744-315
www.hotelsafes.de

Anzeigenschluss

für Ausgabe 3/2024
ist am 22. April 2024



SOS
KINDERDORF

**Schenken Sie Kindern
eine positive Zukunft.**

Auch in Deutschland brauchen
Kinder unsere Hilfe. Als SOS-Pate
helfen Sie nachhaltig und konkret.

Jetzt Pate werden: sos-kinderdorf.de

DZI
Gemeinnützige
Stiftung

Hotelmanagement

EDV

Frontoffice

HS/3
HOTELSOFTWARE

**DIE PERFEKTE
LÖSUNG**
**JETZT 30 TAGE
KOSTENLOS TESTEN**

Telefon: 05231/458200
Email: info@hs3.de
www.hs3-hotelssoftware.de

Hotelsoftware

CITADEL
HOTELSOFTWARE
ZEITLOS VERLÄSSLICH

Seit über 20 Jahren Partner der Hotellerie!

CITADEL Hotelsoftware GmbH
Alter Münsterweg 29
48231 Warendorf
Telefon: +49 (0) 25 82 – 6 64 63-0
Telefax: +49 (0) 25 82 – 6 64 63-20
E-Mail: info@citadel.de
www.citadel.de

Kommunikationstechnik

TV/Video/Audio



**GESUNDHEIT IST EIN
MENSCHENRECHT**

Deshalb hilft **ÄRZTE OHNE GRENZEN** in rund 60 Ländern Menschen in Not – ungeachtet ihrer Hautfarbe, Religion oder politischen Überzeugung.

www.aerzte-ohne-grenzen.de
Spendenkonto • Bank für Sozialwirtschaft
IBAN: DE72 3702 0500 0009 7097 00
BIC: BFSWDE33XXX



HOTEL+
TECHNIK empfiehlt:

Baierl | Steinhauser

Rundum erfolgreich im Hotelmanagement

Dimensionen und Perspektiven im 360°-Blick



Der Ratgeber deckt vier entscheidende Dimensionen für unternehmerischen Erfolg im Hotelmanagement auf. Sie sind für mittelständische Privathoteliere wie auch für General Manager international agierender Ketten von besonderer Bedeutung:

- 1. Dimension: Online-Reputation**
- 2. Dimension: Kostenbewusstsein**
- 3. Dimension: Mitarbeiter**
- 4. Dimension: Geschäftsmodelle**

Aus unterschiedlichen Betrachtungswinkeln werden je Dimension praxisbewährte Lösungsmöglichkeiten aus der Perspektive von Managern, Partnern, Gästen und Hochschulvertretern aufgezeigt.

Zahlreiche Best-Practice-Beispiele machen „Rundum erfolgreich im Hotelmanagement“ zu einem unverzichtbaren Helfer im operativen und strategischen Hotelmanagement.

184 Seiten, Hardcover

58,90 €

Telefonisch bestellen:
08247 354-300 oder im Web:
www.holzmann-medienshop.de

HOLZMANN . MEDIEN SHOP
Holzmann Medien GmbH & Co. KG | Gewerbestr. 2 | 86825 Bad Wörishofen
Telefon +49 8247 354-333 | service@holzmann-medien.de

Ausgabe 3.2024 erscheint am 22. Mai Anzeigenschluss: 22. April



Fotos: Schani Hotels/Archisphere; Picture P./AdobeStock.com

Nachhaltig dank neuester Technik

Das Schani Uno City in Wien setzt auf eine ganzheitliche Gebäudeautomation. Partner ist das Fraunhofer Institut.

Marktübersicht PV-Anlagen

Hotels verfügen oft über große Dachflächen, die sich ideal für Photovoltaik eignen. Wir stellen eine Auswahl an Anbietern vor.

Impressum



www.hotelundtechnik.de | 35. Jahrgang

Verlag:

FREIZEIT VERLAG

Freizeit Verlag GmbH
Gewerbestraße 2
86825 Bad Wörishofen
www.freizeit-verlag.de
Ust-Id.Nr.: DE 128667817

Handelsregister Amtsgericht Memmingen HRB 19103

Die Freizeit Verlag GmbH ist ein Unternehmen von Holzmann Medien.

Postanschrift Redaktion / Anzeigen:

Holzmann Medien GmbH & Co. KG, Robert-Koch-Straße 1
82152 Planegg, Telefon +49 89 898261-0

Nach Artikel 8 des Bayerischen Pressegesetzes (BayPrG) in der Fassung vom 19.04.2000 sind die Inhaber und Beteiligungsverhältnisse der Verlage, die Zeitungen und Zeitschriften herausgeben, im Impressum bekanntzugeben. Die Holzmann Medien GmbH & Co. KG, Gewerbestr. 2, 86825 Bad Wörishofen, hält 100 % der Anteile an der Freizeit Verlag GmbH. Persönlich haftende Gesellschafterin der Holzmann Medien GmbH & Co. KG ist die Holzmann Verlag GmbH, Gewerbestr. 2, 86825 Bad Wörishofen. Die Anteile an diesen beiden Gesellschaften sind jeweils zu 100% im Besitz des Geschäftsführenden Verlegers Alexander Holzmann.

Geschäftsführender Verleger: Alexander Holzmann

Chefredaktion: Brit Glocke,
Tel. +49 89 898261-27
E-Mail: brit.glocke@freizeit-verlag.de
(verantwortlich im Sinne des Presserechts)

Redaktion:
Natascha Ziltz-Görgemanns (Lt. Redakteurin),
Tel. +49 89 898261-26
natascha.ziltz@freizeit-verlag.de

Stefanie Reinhardt, Tel. +49 89 898261-30
stefanie.reinhardt@freizeit-verlag.de

Sarah Arzberger, Tel. +49 89 898261-28
sarah.arzberger@freizeit-verlag.de

Textchefin:
Elke Reinhold

Freie Autorinnen:
Stefanie Hütz, Susanne Stauß

Verlagsleitung: Jan Peter Kruse

Head of Media Sales
Christine Keller* · Telefon +49 8247 354-159 ·
christine.keller@freizeit-verlag.de

Anzeigenleitung: Florian Swoboda (verantwortlich)
Tel. +49 8247 354-129, florian.swoboda@freizeit-verlag.de

Anzeigenverkauf: Eva Weber
Tel. +49 8247 354-145, eva.weber@freizeit-verlag.de

Media-Disposition: Sabrina Bader*
Tel. +49 8247 354-192, disposition@freizeit-verlag.de

Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 33 – gültig ab 01.01.2023.

Produktmanagement: Nina Heider*
Tel. +49 8247 354-184, nina.heider@freizeit-verlag.de

*Holzmann Medien GmbH & Co. KG, Gewerbestraße 2,
86825 Bad Wörishofen, namens und im Auftrag von Freizeit Verlag GmbH

Abonnement: *Hotel+Technik* erscheint sechsmal jährlich. Der Preis für ein Jahresabonnement beträgt im Inland 111,90 Euro, im Ausland 121,50 Euro jeweils inkl. Versandkosten. Der Einzelheftpreis beträgt 18,90 Euro zzgl. Versand. Das Abonnement wird pro Bezugsjahr im Voraus berechnet. Es verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht spätestens ein Monat vor Ablauf des Bezugszeitraumes schriftlich gekündigt wird. Bestellungen sind an den Verlag oder einschlägige Buchhandlungen zu richten. Bei Nichterscheinen infolge höherer Gewalt inklusive Arbeitskampf besteht kein Anspruch auf Lieferung oder Rückzahlung des Bezugsgeldes.

Abo- und Kundenservice*

Bestellungen und Fragen zu den Themen Abonnement und Einzelheft sowie Adressänderungen richten Sie bitte an:
Tel. +49 8247 354-246
leserservice@holzmann-medien.de

Urheber- und Verlagsrecht: Der Verlag übernimmt keine Haftung für unverlangt eingereichte Manuskripte. Mit Annahme des Manuskriptes gehen das Recht zur Veröffentlichung sowie die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken, zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien und Mikrokopien an den Verlag über. In der unaufgeforderten Zusendung von Beiträgen und Informationen an den Verlag liegt das jederzeit widerrufliche Einverständnis, die zugesandten Beiträge bzw. Informationen in Datenbanken einzustellen, die vom Verlag oder von mit diesem kooperierenden Dritten geführt werden. Das Fachmagazin und alle in ihm enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Insbesondere dürfen Nachdruck, Vervielfältigungen jeder Art (z.B. auf Datenträger wie CD-ROM, DVD, DVD-ROM usw.), die Aufnahme in Online-dienste und im Internet nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung des Verlages erfolgen.

Gebrauchsnamen: Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen und dgl. in diesem Fachmagazin berechtigt nicht zu der Annahme, dass solche

Namen ohne Weiteres von jedermann benutzt werden dürfen; oft handelt es sich um gesetzlich geschützte, eingetragene Warenzeichen, auch wenn sie nicht als solche gekennzeichnet sind.

ISSN: 1434-226 x

Layout:
Holzmann Medien GmbH & Co. KG
DTP-Büro, Gewerbestraße 2,
86825 Bad Wörishofen

Druck: Vogel Druck und
Medienservice GmbH
Leibnizstraße 5, 97204 Höchberg
Printed in Germany

Auflagenmeldung:

Verbreitete durchschnittliche Monatsauflage 17.995 Exemplare (IV/2023). Geprüft durch IVW, Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V., Berlin.

Wenn Sie künftig unsere interessanten Informationen und Angebote nicht mehr erhalten möchten, können Sie bei uns der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke widersprechen.

© Freizeit Verlag GmbH, 2023

Datenschutzerklärung für zugesendete Publikationen

Wir, die Holzmann Medien GmbH & Co. KG (Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen, info@holzmann-medien.de), und unser Tochterunternehmen, Freizeit Verlag GmbH, verarbeiten folgende personenbezogene Daten von Ihnen

- Name, Vorname, E-Mail-Adresse, Telefonnummer und Fax,
- Name des Unternehmens, für das Sie arbeiten,
- sofern bekannt Ihre Position im Unternehmen

zum Zwecke der Zusendung unserer Publikationen. Rechtsgrundlage hierfür ist eine Interessenabwägung gemäß Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO, die in der Abwägung keine Beeinträchtigung der Rechte und Freiheiten des Betroffenen ergab. Ihre Daten werden zum Zwecke des Versandes an unsere Dienstleister (Presse-Druck Augsburg in Augsburg, ipoox presorting GmbH in Würzburg, Faber Direktmarketing GmbH in Kassel, Güll GmbH in Lindau, Asendia Germany GmbH in Rodgau, IMX in Köln) übermittelt. Eine weitere Übermittlung an Dritte oder in Drittländer findet nicht statt. Wir speichern Ihre Daten, solange wir unsere Publikationen an Sie versenden. Sie haben das Recht auf Auskunft, auf Berichtigung, auf Löschung („Vergessenwerden“), auf Einschränkung der Verarbeitung, ein Widerspruchsrecht, ein Recht auf Datenübertragbarkeit sowie ein Recht auf Widerruf Ihrer Einwilligung. Im Falle eines Widerrufs erhalten Sie keine Publikationen mehr von uns zugesandt. Bitte richten Sie Ihren Widerruf schriftlich an vertrieb@holzmann-medien.de oder die im Absender genannte Postadresse. Sie erhalten nach Eingang umgehend eine Rückmeldung. Ihnen steht, sofern Sie der Meinung sind, dass wir Ihre personenbezogenen Daten nicht ordnungsgemäß verarbeiten, ein Beschwerderecht bei einer Aufsichtsbehörde zu. Unseren Datenschutzbeauftragten erreichen Sie über datenschutz@holzmann-medien.de.



Ihr Finder für Produktentscheidungen

Von Scheuersaugmaschinen über Markisen
bis hin zu Kaffeemaschinen



Hier gehts zu den Marktübersichten von Hotel+Technik:
www.tophotel.de/kategorie/marktuebersichten/

HOTEL+
TECHNIK



Tophotel
KÜRT DIE
BESTEN
Konzepte
2024

Jetzt
bewerben

Gesucht werden die **Top-Eröffnungen** und
die herausragendsten **Re-Openings** des Jahres.

Zusätzlich werden die spannendsten
Hotelgastronomie-Konzepte prämiert.

Bewerben Sie sich bis 31. März 2024 unter:
www.tophotel.de/newcomer2024