

People & Brands

- 06 Panoramabild
- 08 Lieblingsplatz
- 10 Auslandschef: Mit Tim Bilfinger im Land der Berggorillas
- 12 #Monotalk: Margaux Steiger über Mut & junges Unternehmertum

Business & Management

- 16 Hoteltest: Das Steigenberger Inselhotel im Mystery-Check
- 26 Experten-Analyse: Marcus Fränkle ordnet den Hoteltest ein
- 30 Loyalty-Programme: Wer sie auflegt und was sie bringen
- 36 Serie „Hidden Hospitality“: McDreams Hotels
- 38 Expansion mit Vision: Die Pläne von BWH Hotels

Trends & Inspiration

- 44 Erfolgsfaktor Schlaf: Innovative Konzepte aus der Praxis
- 48 Neuheiten vom Messefrühling: Ideen für Tisch, Küche und Backoffice
- 54 Tableware-Trends: Mit Stil aufgedeckt

Food & Beverage

- 56 Profirezept: Rebecca Clopath vom Biohof Taratsch serviert ein aromatisches Pasta-Gericht
- 58 Kaffeetechnik: Smarter Service als Gamechanger
- 62 Neuheiten rund um Kaffee

Service

- 03 Editorial
- 28 Steuertipp: Saisonkräfte ohne Risiko
- 29 Versicherungstipp: Vorsicht im Pool-Bereich
- 42 Rechtstipp: Neue Pflichten für Websites
- 43 Marketing Insight: KI richtig einsetzen
- 94 Branchennavigator
- 97 Impressum
- 98 Vorschau



16

Im Check

Tophotel-Hoteltest im Steigenberger Inselhotel in Konstanz



10

Auslandschef

Karriere zwischen Nebelwald und Teeplantage



56

Profirezept

„Umami Filini“ aus der Naturküche von Rebecca Clopath

68

Holzhaus
de luxe

Der neue Chiemgauhof
setzt auf Kunst,
Natur und Luxus



HOTEL+TECHNIK

- 64 Panoramabild
- 66 Inspiration: Kunst, KI und Klimaschutz
- 68 Hotelreportage: Der Chiemgauhof ist wieder am Start
- 74 Green Building: So funktioniert der Gebäuderessourcenpass
- 80 Smarte Heizlösungen: Interview mit Sebastian Stricker von Remeha
- 82 Sanitär-Neuheiten: Neue Farben und kluge Konstruktionen
- 86 Gute Aussichten: Wie Fenster das Design eines Gebäudes prägen
- 92 Textil-Trends: Frische Inspiration vom Münchner Stoff Frühling



82

Neuheiten
fürs Hotelbad

Schönes und
Nützliches für
Sanitärräume



44

Traumhafte
Erholung

Best Practice:
Ideen und Konzepte
für guten Schlaf

Ein Juwel, das noch mehr glänzen könnte

Das Steigenberger Inselhotel in Konstanz ist seit über 150 Jahren ein beliebtes Ziel am Bodensee. Das Fünfsternehaus in einem ehemaligen Dominikanerkloster wird im international bekannten Guide „1.000 Places to see before you die“ als absolute Sehenswürdigkeit in Süddeutschland genannt. Die Frage ist, ob das Haus solch hohen Erwartungen gerecht wird.



In erster Reihe: Das denkmalgeschützte 102-Zimmer-Hotel befindet sich auf einer Insel im Bodensee. Seit 1966 wird es als Steigenberger-Haus geführt.

Reservierung

Wir buchen das Steigenberger Inselhotel zweieinhalb Wochen vor Anreise. Bei Durchsicht des Zimmerangebots auf der Homepage stellen wir fest, dass sich die Kategorien nicht nur in Details wie Seeblick oder Blick in den

Innenhof, sondern auch maßgeblich in der Ausstattung unterscheiden. Die angebotenen Superior-Doppel- oder Plus-Zimmer in Dunkelblau und Rot mit Teppichboden sprechen uns nicht an. Wir wählen daher eines der modernisierten Deluxe-Zimmer zur Seeseite.

Dieses wirkt auf den Bildern hell und ansprechend, das Interieur in Beige, Grau und blauen Aquatönen entspricht unserem Geschmack.

Was uns irritiert: Die Größe ist mit 27 bis 40 Quadratmetern angegeben. Wir



HOTELTEST



sind gespannt, ob das Zimmer für uns drei, ein Elternpaar mit Kleinkind, letztlich groß genug sein wird.

Wir klicken auf „Zimmer wählen“ und bekommen zwei unterschiedliche Preise vorgeschlagen. Einmal die

volle Zimmerrate zum tagesaktuellen Preis, einmal einen um zehn Prozent rabattierten Preis für Mitglieder des Bonusprogramms H-Rewards. Um vom Rabatt zu profitieren, ist lediglich eine Online-Anmeldung mit E-Mail-Adresse notwendig. Das nimmt zwei Minuten in Anspruch und wir erhalten direkt den vergünstigten Preis. Wir buchen zwei Nächte für zwei Erwachsene und ein Kleinkind (kostenfrei bis sechs Jahre) inklusive Frühstück für 549 Euro.

Wertung: sehr gut (90%)

Beginn der Guest Journey

Die Buchungsbestätigung folgt sogleich via E-Mail. Alle Details – unter anderem die Zimmerkategorie – sind übersichtlich aufgelistet. Ein Hinweis auf die exakte Größe des Zimmers bleibt weiterhin aus. Ein Banner weist darauf hin, dass vorab ein Online-Check-in möglich ist.

Knapp eine Woche vor der Anreise folgt eine weitere E-Mail mit der Möglichkeit, ein Upgrade zu buchen. Ein Zimmer der gebuchten Kategorie mit Balkon wird für einen geringen Aufpreis angeboten. Drei Tage vor Anreise folgt eine weitere Nachricht. Erneut wird auf den Online-Check-in hingewiesen; die Buchungsdaten sind aufgelistet und einige Informationen zu Anreise, Check-in und -out sowie Frühstückszeiten aufgeführt. Hier stoßen wir das erste Mal auf eine Info zu den Parkgebühren in Höhe von 26 Euro am Tag.

Wertung: sehr gut (85%)

Homepage & Social Media

Beim Aufrufen der Website gelangt man auf die Landingpage der übergeordneten Steigenberger-Seite, die zu allen Hotels der Gruppe führt. Das Design ist daher einheitlich, was wenig Spielraum für eine individuelle Optik lässt. Das Buchungsfeld ist zuoberst platziert. Sind Datum und Personenanzahl eingetragen, gelangt man direkt zu den buchbaren Zimmerkategorien. Jeweils drei Bilder sowie ein Beschreibungstext liefern entsprechende Informationen. Die Seite wirkt einigermaßen übersichtlich, zugleich reduziert und wenig emotio-

nal. Verlinkungen zu den Social-Media-Kanälen sind nicht vorhanden. Dem Instagram-Kanal folgen zum Zeitpunkt des Aufenthalts etwa 5600 User. Er wird eher nachlässig in unregelmäßigen Abständen bespielt. Die Highlight-Bubbles sind nicht aktuell – Öffnungszeiten der Restaurants, Infos über Verfügbarkeiten sowie aktuelle Einblicke fehlen gänzlich. Das Community Management ist aktiv. In der Story werden Uploads von Gästen geteilt. Auf Fragen unter den Postings wird eingegangen. Kommentare werden mit einem Herz-Emoji versehen, geteilte Posts angenommen.

Wertung: befriedigend (45%)

Lage & Mobilität

Die Fahrt nach Konstanz ist per Fähre möglich – eine willkommene Abwechslung zu vollen Straßen. Auf dem Wasser genießt man einen Premiumblick auf Bodensee und Alpenpanorama. Vom Anleger sind es etwa zehn Autominuten zum Inselhotel, das sich direkt am Seeufer befindet. Der Parkplatz ist weitläufig und liegt direkt am Hotel, ist jedoch mit 26 Euro pro Tag nicht gerade günstig. Überquert man die Straße hinter dem Hotel, befindet man sich unmittelbar in den Gassen der Konstanzer Innenstadt. Die Bahnlinie führt direkt am Hotel vorbei. Vom Bahnhof sind es nur wenige Gehminuten, auch der Flixbus hält in der Stadt.

Wertung: sehr gut (100%)

Check-in

An der Rezeption treffen wir zunächst auf einen Mitarbeiter, der uns nicht weiter beachtet. Stattdessen werden wir von einer freundlichen Kollegin begrüßt, die uns mit einem kurzen „Wie war die Anreise?“ empfängt. Der Check-in verläuft unkompliziert. Wir erhalten ein Booklet mit den wichtigsten Informationen, jedoch ohne weitere mündliche Erläuterungen – Frühstückszeiten oder der Check-out werden nicht erwähnt. Erst auf Nachfrage wird uns der Zugang zum WLAN erklärt. Eine Unterstützung mit dem Gepäck wird angeboten, eine Begleitung zum Zimmer erfolgt nicht.

Wertung: befriedigend (50%)

Traumhafte Erholung

Es geht um mehr als Bequemlichkeit: Hotels, die ihre Gäste gut betten, bieten ihnen nicht nur Entspannung, sondern steigern auch die Zufriedenheit und langfristige Bindung. Es gibt noch weitere Ideen für guten Schlaf, wie zwei Hotels zeigen. Ihre Konzepte wurden zu Erfolgsfaktoren.

Der „Deep Sea Room“ im Preidlhof ermöglicht mit Klang, Farbe und völliger Reizfreiheit eine tiefe Regeneration in nur 20 Minuten.

Ruhe und guter Schlaf machen den Aufenthalt in einem Hotel erst wirklich erholsam – das wissen mittlerweile viele Gastgeber. Dennoch wird bevorzugt in Spa-Landschaften und Gourmetküchen investiert, während es oftmals kaum um die Schlafqualität geht. Einige Hoteliers setzen bewusst einen anderen Schwerpunkt und entwickeln innovative Konzepte für gesunden Schlaf. Zu den Vorreitern zählen der Preidlhof in Naturns in Südtirol und das Berghotel Rehlegg in Ramsau. In beiden Häusern verfolgt man individuelle Strategien, um Gästen eine erholsame Nachtruhe zu ermöglichen.

Im Fünfsternehaus Preidlhof in Südtirol legt General Manager Klaus Ladurner den Fokus auf hochwertige Materialien, durchdachte Raumkonzepte und gezielte Maßnahmen zur Förderung der nächtlichen Regeneration. „Unser Konzept besteht seit über zehn Jahren und wird stetig weiterentwickelt“, berichtet Ladurner. Der bewusste Verzicht auf übermäßige Technik, eigens konzipierte Schlafsuiten sowie individuelle Schlaf-Coachings gehören ebenso dazu wie ein ausgeklügeltes Licht- und Klangdesign in den Zimmern.

Einen ganz anderen, aber nicht minder innovativen Weg geht das Viersterne-Superior-Hotel Rehlegg in Ramsau. Hier begann alles mit Schlafschulungen für die Mitarbeitenden – mit dem Ziel, deren Wohlbefinden und Leistungsfähigkeit zu steigern. „Ausgeruhte Mitarbeitende sind nicht nur gesünder, sondern auch aufmerksamer und entspannter im Umgang mit unseren Gästen“, so Leiter Hannes Lichtmanegger. Aus dem internen Programm entwickelte sich nach und nach ein



Entspannende Schlafrituale im Berghotel Rehlegg: Kräuter-Fußbäder und wohltuender Schlaftee unterstützen eine erholsame Nachtruhe.

umfassendes Angebot für Gäste – inklusive Schlaf- und Gesundheitsprogrammen, osteopathischer Behandlungen und bio-zertifizierter Ernährung. Für Lichtmanegger steht fest: „Zufriedene Mitarbeitende sind die besten Gastgeber.“ Dass sich diese Philosophie herumspricht, zeige sich auch daran, dass das Hotel kaum Probleme habe, qualifiziertes Personal zu finden – in einer Branche, die oft genau damit zu kämpfen hat.



”

Unser Ansatz ist unterstützend, nicht therapeutisch. Wir geben Impulse, damit unsere Gäste besser schlafen und sich rundum wohlfühlen.“

Hannes Lichtmanegger, Leiter, Berghotel Rehlegg in Ramsau bei Berchtesgaden



ALRIGHTY

Eine Frage der Herkunft

Kaffee wird im Hotel zu verschiedenen Zeiten und an verschiedenen Orten genossen – beim Frühstück, im Zimmer oder an der Bar. Neben Qualität wird Herkunft zunehmend wichtiger. Die Münchner Marke Alrighty arbeitet im Rahmen eines „Caretrade“-Konzepts direkt mit Kaffeebauern zusammen, die im globalen Markt oft benachteiligt sind: Frauen, junge Produzenten und Farmer aus afrikanischen Ländern. Sorten wie der kräftige „Easy Espresso“ oder der milde „True Crema“ zeigen, dass nach sozialen Gesichtspunkten gekaufter Kaffee vollen Geschmack bringt. Alle Bohnen stammen aus direktem Handel und werden schonend verarbeitet – ganz ohne Zusätze.

www.alrighty.coffee

JURA GASTRO

Rezepte per Fernsteuerung

Jura Gastro präsentiert mit „Pocket Pilot 3.0“ eine web-basierte Lösung zur Steuerung und Abrechnung professioneller Kaffeefullautomaten. Die Anwendung verarbeitet Telemetriedaten in Echtzeit und bietet eine zentrale Übersicht über Gerätestatus, Umsätze und Wartungsbedarf. Einstellungen wie Preise oder Rezepte lassen sich direkt im Browser anpassen. Für Nutzer wird die Bezahlung vereinfacht: Der Automat zeigt nach Getränkeauswahl einen QR-Code, der mobil gescannt und bezahlt werden kann. Die Ausgabe startet automatisch. Pocket Pilot 3.0 passt sich über verschiedene Modi flexibel an betriebliche Anforderungen an. Voraussetzung ist das Zubehörmodul „Business Connect“. Nach der Einrichtung sind alle Funktionen ohne Lizenzkosten nutzbar.

www.juragastroworld.de



HAGENBECK KAFFEE

Kapseln, die gut zur Umwelt sind

Hagenbeck Kaffee hat mit den „Entrée“-Bio-Kaffeekapseln eine nachhaltige Alternative entwickelt: Die Kapseln bestehen aus Bagasse, einem Nebenprodukt der Zuckerrohrverarbeitung, und sind vollständig kompostierbar. Dabei fallen im Vergleich zu Alternativen aus Aluminium, Plastik oder biobasierten Kunststoffen deutlich geringere CO₂-Emissionen an. Die Kapseln zersetzen sich in rund zwölf Wochen – ein klarer Umweltvorteil angesichts von 2,8 Milliarden herkömmlichen Kapseln, die jährlich verbraucht werden und rund 9.700 Tonnen Müll verursachen. In Kapseln von Hagenbeck ist jeweils 5,5 Gramm bio-zertifizierter Arabica-Kaffee aus Mexiko und Peru enthalten; sie sind mit Maschinen von Nespresso kompatibel. Die Verpackung aus 100 Prozent recycelbarer PP-Folie bewahrt das Kaffeearoma, das durch eine lange Trommelröstung intensiviert wird. Aus einer Kapsel kann – basierend auf der Einstellung – Espresso oder Crema zubereitet werden.

www.hagenbeck-kaffee.de



HOTEL+

TECHNIK

Zukunftsweisend investieren

Hotelreportage

Ein Besuch im neuen
Chiemgauhof in Übersee

(Seite 68)

Zirkuläres Bauen

So funktioniert der
Gebäuderessourcenpass

(Seite 74)

Gute Aussichten

Wie Fenster das Gesicht
eines Gebäudes prägen

(Seite 86)



Das Elva Hotel in Norwegen besteht aus sechs separaten Holzbaukörpern. Große, bodentiefe Fenster machen die Landschaft von innen erlebbar.

Beste Aussichten

Fenster prägen das Gesicht jedes Gebäudes und müssen zugleich hohe funktionale Anforderungen erfüllen – von Energieeffizienz bis Schallschutz. Bei der Auswahl kommen viele Kriterien zum Tragen, und auch die Fragen, wann sich ein Austausch lohnt und wie wichtig die regelmäßige Wartung ist.

Sie bestimmen den Charakter eines Gebäudes: Fenster prägen mit ihrer Form, Größe, Position und ihrem Design eine Fassade. Sie lassen Licht und Luft ins Innere und sollen oftmals Gegensätzliches leisten: Perspektive ermöglichen und Privatsphäre wahren. Svenja Groth vom Architekturbüro Ladehoff beschreibt, wie ihr Team sich der Planung von Fenstern für Gebäude der Hotellerie widmet: „Unsere Herangehensweise beginnt immer mit dem Kubaturkonzept, das die grundlegende Form und Struktur des Gebäudes definiert. Darauf aufbauend entwickeln wir die Fassade und die Fensteröffnungen. Im nächsten Schritt folgen die Farbgestaltung und die Teilung der Fensterflächen.“ Wie Svenja Groth beschreibt, wird dann das Material ausgewählt und schließlich das konkrete Produkt festgelegt. Sie sagt: „Dieser Prozess gewährleistet, dass die Fenster optimal in das Gesamtkonzept integriert sind und so allen funktionalen, ästhetischen sowie wirtschaftlichen Ansprüchen gerecht werden – denn ein zentrales Planungsthema sind natürlich auch die Kosten.“

Die Umgebung ins Innere holen

Ein gelungenes Beispiel für eine anspruchsvolle Fenstergestaltung ist das Elva Hotel in Norwegen (Bild links). Die Architektur des Hotels nutzt großflächige Glasfassaden, die einen möglichst umfassenden Blick auf die Natur der Umgebung zulassen. Die Fenster sind so konzipiert, dass sie das natürliche Tageslicht optimal nutzen und den Gästen gleichzeitig Privatsphäre ermöglichen. Die riesigen Panoramafenster gewähren einen freien Blick auf den Lundarvatnet-