

## People & Brands

- 06 Panorama
- 08 Lieblingsplatz
- 09 Trending: Neues aus den sozialen Medien
- 10 Auslandschef in Ägypten
- 12 Ein Team fürs Leben: Haubers Naturresort

## Business & Management

- 18 Neue Ära: CEO Arno Schwalie über die Zukunft von B&B Hotels
- 26 Aethos Hotels: Lifestyle für Millennials und die Gen Z
- 32 #Monotalk: Harald Zeiss über Klimawandel und Tourismus
- 36 Serie „Hidden Hospitality“: Precise Hotels & Resorts

## Trends & Inspiration

- 40 Stories, Likes, Buchungen: Influencer-Marketing in der Praxis
- 49 Neue Tools fürs Online-Marketing

## Food & Beverage

- 50 Dessertkunst im Wandel: Vier Meister und ihre Kreationen
- 54 Profirezept: Marco D'Andrea inszeniert die Pavlova neu
- 56 Produktneuheiten rund um Patisserie und Eis

## Service

- 03 Editorial
- 24 Steuertipp: Investitionsbooster nutzen
- 25 Versicherungstipp: Brandgefahr im Sommer
- 38 Rechtstipp: IP-Schutz mit EU-Mitteln
- 39 Marketing Insight: Gutscheine clever bewerben
- 94 Branchennavigator
- 97 Impressum
- 98 Vorschau



# 12

## Gemeinsam stark

Familie Hauber und ihr Neubeginn nach einem schweren Schicksalsschlag

# Ägypten

# 10

## Auslandschef

Zwischen Riff und Buffet: Stefan Reichls Traumjob auf der Halbinsel Soma Bay



# 54

## Profirezept

Baiser im Rampenlicht: Pavlova von Marco D'Andrea

## 64

**Metamorphose**

Herzog & de Meuron  
erfinden das Grand  
Hotel Les Trois Rois neu

**HOTEL+TECHNIK**

- 60 Panorama
- 62 Frische Impulse:  
Von Mode bis Mobilität
- 64 Hotelreportage: Die Verwandlung  
des Grand Hotel Les Trois Rois
- 72 Mitdenkende Häuser:  
Zukunft der Hoteltechnik
- 78 Industrietalk mit Sonja Zdiarsky:  
Gebäudeautomation klar gedacht
- 80 Produktneuheiten: Zugang,  
Check-in und Automatisierung
- 82 Strategisch geplant: Spa-Konzepte  
für Erfolg und Gästezufriedenheit
- 88 Intuitiv, individuell, inspirierend:  
Das Bad im Fokus
- 91 Neues fürs Badezimmer:  
Spültechnik, Accessoires,  
Design & Sauna



## 88

**Design für  
Bad & Spa**

Von Wasserhahn  
bis Wellness-  
Pavillon



## 40

**Influencer-  
Marketing**

Stories, Reels und Co.:  
So nutzen Hotels Social-  
Media-Kooperationen  
für mehr Sichtbarkeit

# Destinationen für die Next Gen

Unter dem Dach der Marke Aethos versammeln sich zehn außergewöhnliche Leisure- und Stadthotels in Italien, Portugal, Spanien und Frankreich. Sie sprechen vor allem Millennials und Vertreter der Generation Z an. Nun will die Gruppe in Deutschland und außerhalb Europas expandieren.



**E**r kennt die Bedürfnisse der Generation Z und der Millennials ganz genau: Benjamin Habel, geboren 1987, ist schließlich selbst ein Millennial. „Wir wissen, was diese Generationen wollen, weil wir selbst dazu gehören“, sagt der Unternehmer. Mit seiner Investmentgesellschaft Limestone Capital investiert Habel in Hotelimmobilien. Sie werden nach einem umfassenden Konversionsprozess unter der Marke Aethos Hotels betrieben – geleitet von Habel als CEO. An seiner Seite: Unternehmer Jeff Coe, Partner bei Limestone Capital und Aethos. Für das operative

Geschäft der Hotelmarke ist Christophe Thomas als COO verantwortlich. Der Franzose war zuvor unter anderem General Manager des Palace Hotels in San Francisco, des SLS Hotels in Beverly Hills sowie des Le Royal Monceau Raffles in Paris. Außerdem begleitete Thomas mehrere Hotelöffnungen in Südamerika. „Wir möchten Europas am schnellsten wachsende Lifestyle-Marke werden“, definiert Habel die Zielsetzung. Dafür kombiniere man das fundierte Wissen des Managements in den Bereichen Technologie und Gastgewerbe mit ikonischen Gebäuden. Alle von Aethos betriebenen



Das Aethos Monterosa in den italienischen Alpen verbindet moderne alpine Architektur mit zeitgenössischem Design.

## DIE MARKE

Bei der Namensentwicklung von Aethos ließ sich das Team von zwei Begriffen leiten: Ethos (Griechisch für Glaubwürdigkeit, Charakter) und Aether als Synonym für Raum, Weite, Atmosphäre.

### Die Standorte im Überblick:

#### Portugal

- Aethos Ericeira: Surfhotel mit 50 Zimmern
- Aethos Lissabon, Club

#### Italien

- Aethos Sardinia: Boutiquehotel an der Costa Smeralda mit 58 Zimmern
- Aethos Monterosa: Berg-Retreat mit 30 Zimmern, Erweiterung um 20 Zimmer geplant
- Aethos Milan: Hotel mit verschiedenen F&B Outlets und 32 Zimmern
- Aethos Saragano: Albergo Diffuso mit 15 Einheiten in umbrischem Dorf

#### Spanien

- Aethos Mallorca (ehemals Mar y Pins Hotel): 60 Suiten, Spa, verschiedene Restaurants, Beach Club und Rooftop Terrasse
- Axel Madrid (ab Herbst 2025 Aethos Madrid): Cityhotel mit 90 Zimmern

#### Großbritannien

- Aethos London Shoreditch (ehemals Nobu Hotel London Shoreditch): 164 Zimmer, Restaurant, Fitness- und Wellnessbereich, 3.000 Quadratmeter Eventfläche

#### Frankreich

- Aethos Corsica (ehemals Hotel U Palazzu Serenu): neun Suiten

# Relevanz vor Reichweite

Influencer-Marketing wird für Hoteliers zum strategischen Instrument mit neuem Fokus: Statt Follower-Fetisch zählen Relevanz und authentisches Storytelling. Drei Beispiele machen deutlich, wie echte Geschichten, passende Creators und langfristige Kooperationen Wirkung entfalten – und warum die bloße Zahl an Abonnenten längst nicht mehr überzeugt.





Visuell stark,  
emotional nahbar:  
Content-Creatorin auf  
der Suche nach dem  
perfekten Story-Spot  
im Hotel.

Mit Instagram, Youtube und später TikTok entstand seit 2010 das moderne Influencer-Marketing. Im vergangenen Jahrzehnt hat es sich als essenzieller Bestandteil im Marketing-Mix von Hotels etabliert. Doch nun verändert es sich hin zu mehr Authentizität, Qualität und einer klaren Markenpassung. Laut dem Influencer Marketing Benchmark Report 2025, herausgegeben von Influencer Marketing Hub, ist der internationale Markt bis 2025 um rund 36 Prozent auf 32,6 Milliarden US-Dollar gewachsen und soll sich bis 2032 sogar mehr als verdreifachen. Wie erfolgreiches Influencer-Marketing in Hotels funktioniert und welche Herausforderungen damit verbunden sind, darüber berichten die Hotels Stanglwirt bei Kitzbühel in Tirol, das Fritz Lauterbad in Freudenstadt im Schwarzwald sowie Das Kronthaler in Achenkirch in Österreich.

Maria Hauser, Juniorchefin im Hotel Stanglwirt, hat das Potenzial dieser Kooperationen bereits 2013 erkannt, als deren Protagonisten noch „Blogger“ genannt wurden. „Wir haben früh gesehen, dass Influencer authentische Einblicke in unser Hotel geben und neue Zielgruppen erreichen können“, sagt sie. Auch das Hotel Das Kronthaler und das Wellnesshotel Fritz Lauterbad haben Influencer-Marketing bereits seit einigen Jahren als strategisch wertvolle Ergänzung ihrer Kommunikationsmaßnahmen identifiziert. Hotelier Steffen Schillinger vom Wellnesshotel Fritz Lauterbad sagt: „Seit fünf Jahren nutzen wir es noch intensiver, da wir festgestellt haben, dass authentische, visuell ansprechende Inhalte einen hohen Einfluss auf die Entscheidungen potenzieller Gäste haben.“

Vor allem für ein Lifestyle- und Adults-only-Hotel wie Das Kronthaler sei es essenziell, Atmosphäre zu vermitteln, weiß Valentina Huber, Head of Marketing. „Influencer können das authentisch, kreativ und vor allem nahbar transportieren. Das war für uns der Gamechanger in der Markenwahrnehmung.“ Ziel sei es, die Marke emotional aufzuladen und über visuell starken Content digital erlebbar zu machen.

### Langfristige Beziehungen und die Stärkung der eigenen Marke

Mit Blick auf die Auswahl von Kooperationspartnern betont Valentina Huber: „Relevanz ist für uns wichtiger als Reichweite, langfristige Markenbindung wichtiger als kurzfristige Buchungsimpulse.“ Das sieht Steffen Schillinger ähnlich: „Früher war uns Reichweite wichtig, heute legen wir mehr Wert auf Qualität, Community-Interaktion und langfristige Kooperationen.“ Das zeigt, dass es beim



# Das Haus lernt mitzudenken

**Die Energiekosten steigen und steigen und bereiten der Branche große Sorgen. Entlastung bringt eine smarte Gebäudeautomation: Bei Neubauten wird die automatische Regelung und Optimierung der technischen Gebäudeausstattung gleich mitgeplant, ältere Häuser können nachgerüstet werden. Drei Beispiele zeigen, wie Hoteliers und Technik-Profis das Thema angehen.**

Mit Spannung blicken Fachleute auf diesen Termin: die Wiedereröffnung der Hotel-Ikone Brenners Park-Hotel & Spa in Baden-Baden, das seit Oktober 2021 umfassend renoviert wird. Zu Beginn wurde das Hauptgebäude vollständig entkernt und mit neuen Rohrleitungen, Elektrotechnik und Dämmung ausgestattet. Zugleich erfolgte die Modernisierung vorhandener Gebäudeleittechnik, des sogenannten Building Management System (BMS). Es steuert das 104 Zimmer und Suiten umfassende Hotel mit drei Restaurants sowie den großzügigen Spa-Bereich in der angrenzenden Villa Stéphanie.

„Das Brenners ist mehr als ein Hotel, es ist ein kleiner Stadtteil“, erläutert General Manager Stephan Bösch. Die Vernetzung und Verknüpfung der verschiedenen Liegenschaften – insgesamt gibt es rund um das Haupthaus elf Gebäude, zum Hotel allein zählen fünf – sei eine hochkomplexe Angelegenheit.

## Lichtsteuerung: „eine Doktorarbeit“

Das neue BMS läuft im Datacenter des Hotels in einer virtuellen Serverumgebung und unterstützt dabei alle notwendigen Schnittstellen. Zudem ist es so gestaltet,



**Smart Buildings sind Gebäude, in denen durch das Zusammenspiel intelligenter Technologien Energie eingespart und ein sicherer Betrieb gewährleistet wird.**

dass es um zukünftige interoperable Automationslösungen erweitert werden kann, und es integriert bestehende heterogene Systeme verschiedener Hersteller und Schnittstellen. Heute laufen im Brenners unterschiedliche Generationen und Systeme von Automationsstationen mit den Regelungen und Steuerungen in 15 Informationsschwerpunkten sowie diversen Elektroverteilern. In den Subnetzen kommunizieren diese Komponenten mit verschiedenen Produkten wie BACnet oder DALI, mit einer neuen KNX-Anlage und weiteren Systemen (siehe Kasten auf Seite 75). 16 vorhandene C-Bus-Controller mussten dabei in das neue BMS eingebunden werden. „Die Hauptkomponenten werden über BACnet gesteuert“, erläutert dazu Siegbert Kühn, Technischer Leiter des Brenners. Mit der Integration des BMS im Brenners ist die PGA Gesellschaft für Prozess- und Gebäudeautomatisierungstechnik beauftragt.

In der Praxis hat die Automation Auswirkungen auf alle Bereiche des Hotels. Etwa auf die Zimmerausstattung. Um die Technologie zu testen, wurde zunächst ein Musterzimmer realisiert. „Als besonders wichtig hat sich dabei die Lichtsteuerung erwiesen“,

sagt Bösch. „Über Lichtsteuerungen kann man bekanntlich Doktorarbeiten schreiben. Es ist gar nicht so einfach, einerseits eine intuitive Bedienung für Gäste zu gewährleisten und andererseits alle benötigten Komfortfunktionen zu realisieren. Wir haben uns sehr bemüht, die unvermeidliche Komplexität vom Gast fernzuhalten. Beispielsweise gibt es versteckte Schaltfunktionen, die nur für unsere Mitarbeiter nutzbar sind, die aber unsere Gäste nicht verwirren.“

Die Software ermöglicht es dem Hotel zudem, Einstellungen zu speichern, die der Gast während seines Aufenthalts gewählt hat – sei es beim Licht oder bei der Zimmertemperatur. Dann kann das Haus ihn beim nächsten Besuch mit genau diesen Einstellungen empfangen. „Wir überlegen noch, wie wir mit diesen Daten umgehen“, so Bösch. Schließlich beeinflussten auch weitere Faktoren das Wärme-Kälteempfinden eines Menschen, beispielsweise die Außentemperatur. Dass Gäste mit den neuen Schaltern im Zimmer nicht zurechtkommen, fürchtet der Bösch nicht. „Die Steuerung ist minimalistisch gestaltet“, erklärt er.

## 200 Bewegungsmelder im Einsatz

Bevor der Gast im Brenners nach seiner Ankunft ins Zimmer begleitet wird, aktiviert die Rezeption bereits die dortige Ankunftsbeleuchtung. Im Zimmer selbst kann der Gast seine individuellen Licht- und Temperatureinstellungen vornehmen. Begrenzungen nach oben oder unten gibt es nicht. „Lediglich die Gebäudesubstanz sollte nicht unter der Temperatur leiden“ sagt Bösch schmunzelnd. In den öffentlichen Bereichen ist unter anderem das Licht automatisch gesteuert. Zudem sind in allen Gebäuden die Bewegungsmelder „Komplex 200“ im Einsatz. Auf den von Gästen genutzten Hotelfluren herrscht jedoch niemals vollkommene Dunkelheit.

Die Markisen vor den Fenstern werden je nach Lichteinfall automatisch ausgefahren: Der Gast kann manuell eingreifen, wenn er mehr Sonne haben oder abdunkeln möchte. Auch die Badezimmer wurde renoviert – ohne berührungslose Armaturen. Stattdessen entschied man sich – wenn möglich – für die historischen Dornbracht-Armaturen. Diese wurden im Rahmen des Dornbracht-Programms „Recrafted“ wieder aufgearbeitet. „Glück hatten wir auch beim Austausch der Schließanlagen in der gesamten Liegenschaft“, so Bösch. „Da das aktuelle Produkt vom gleichen Hersteller stammt wie das bisherige, fand kein harter Übergang statt. Wir konnten die Schlösser nach und nach austauschen. Sie passen zum Bestand und wir besitzen im Haus das Know-how dafür.“

Auch der Spa-Bereich wurde automatisiert. Hier kann die Haustechnik beispielsweise die Wasseraufberei-

# „Auf Einfachheit setzen“

**Intelligente Gebäudeautomation übernimmt auch im Hotel immer mehr Aufgaben – von der individuellen Steuerung im Gästezimmer bis zur vorausschauenden Wartung. Sonja Zdiarsky von der Firma Geze erläutert, wie vernetzte Systeme wirken und wie wichtig sowohl im Bestand als auch im Neubau gute Planung, digitale Schnittstellen und Interoperabilität sind.**

**Tophotel: Frau Zdiarsky, smarte Technik gewinnt für Hotels an Bedeutung. Gilt das insbesondere für automatisierte Türen, Fenster und Sicherheitssysteme?**

**Sonja Zdiarsky:** Dies sind zentrale Stellhebel, um den Komfort zu steigern und die Energie im Gebäude effizient zu lenken. Eine gute Abstimmung gibt Gästen ein sicheres Gefühl und verwandelt das Hotel in eine Art zweites Zuhause. Gleichzeitig soll die Gästereise durch das Gebäude möglichst barrierefrei sein: Türen öffnen automatisch, Wege erklären sich von selbst. Ein Aufenthalt in einem gut geplanten Hotel ist also ein Blick in die Zukunft, in der moderne Technik den Menschen spürbar unterstützt. Das gilt auch für die Zimmer: Über automatische Fenster lässt sich das persönliche Wohlfühlklima einstellen. Vernetzt mit einer Klimaanlage und definierten Abhängigkeiten lässt sich der Energiehaushalt so effizient steuern.

**Digitale Vernetzung bietet enorme Vorteile, stellt Betreiber aber oft vor technische Hürden. Was braucht es, damit smarte Systeme in der Hotellerie funktionieren?**

Die Welt der Vernetzung ist umfangreich und wegen der Vielzahl an IP-Protokollen oft unübersichtlich. Damit Vernetzung funktioniert, muss bei der Planung klar sein, welche Aufgaben die Gebäudeautomation übernehmen soll. Wir unterstützen Betreiber, Eigentümer, Projektentwickler und Architekten bei der Klärung, welche Aufgaben die Vernetzung im späteren Betrieb übernehmen soll. Auf dieser Basis lassen sich passende Schnittstellen auswählen. Auch Bestandsgebäude können gut nachgerüstet und Neues mit vorhandenen Produkten verbunden werden.

**„Predictive Maintenance“ ist vorausschauende Wartung durch digitale Zustandsüberwachung. Dies gilt als Zukunftsthema in der Gebäudetechnik. Wie lässt sich das Konzept im Hotelalltag konkret umsetzen?**

Das ist definitiv keine Zukunftsmusik mehr: Viele Gebäudekomplexe nutzen Portale, in denen Wartungs-



## ZUR PERSON

Sonja Zdiarsky ist stellvertretende Leiterin des Global Account Management bei Geze. Dort verantwortet sie strategische Initiativen und pflegt weltweit Kundenbeziehungen in den Bereichen Gastgewerbe, Einzelhandel und Gesundheitswesen im Gebäude-lösungssektor. Ihre Wurzeln sind in der Tourismusbranche, zudem besitzt sie eine Leidenschaft für intelligente Technologien. Sie vernetzt Hotelentwickler, Architekten und Investoren mit innovativen Zugangs- und Sicherheitssystemen. Zdiarsky ist auf internationalen Branchentreffen wie MIPIM, IHIF EMEA und den 196+ Hotelforen vertreten. [www.geze.com](http://www.geze.com)

intervalle hinterlegt sind, um dann den sogenannten „Call-Out“ an den Servicepartner weitergeben zu können. Die Zusammenarbeit zwischen Hersteller, externem Facility Management und der internen Technikabteilung wird auf diese Weise gut geregelt und dokumentiert. Im Hotelbetrieb bietet Predictive Maintenance einen großen Vorteil: Servicetermine können vorgeplant werden und in belegungsarmen Zeiten stattfinden. Niemand wartet bei vollem Haus gern die Eingangstür. Auch andere Produkte wie automatische Fensterantriebe können gewartet werden, etwa wenn ein gesamtes Stockwerk nicht belegt ist – man schließt einfach im Reservierungssystem die betroffenen Zimmer und der Hotelbetrieb läuft weiter.

**In Designhotels muss Technik nicht nur funktionieren, sondern sich unauffällig in das architektonische Konzept einfügen. Wie gelingt die Balance zwischen Form und Funktion?**

Hoteliere sollten auf Einfachheit setzen. Unser Alltag stellt den Menschen immer wieder vor Lernaufgaben, das sollten Hotels nicht ebenfalls verlangen. Beim Betreten eines Raumes muss schnell klar sein, wie Licht, Fenster oder Vorhänge funktionieren. Versteckte Schalter oder ein Mix aus Drückern und Touch Free Sensoren verwirren. Bei unseren Türschließern setzen wir auf vertraute Bedienlogiken, um die Tür leise zu schließen, wie mit dem „TS 5000 Softclose“, der wie der Einzug bei Küchenschubladen funktioniert.

**Architekten und Fachplaner arbeiten heute digitaler denn je. Welche Rolle spielen Planungsdaten, digitale Modelle und Schnittstellen bei der technischen Gebäudeausstattung von Hotels?**

In manchen Ländern leider noch eine zu geringe Rolle, da Leistungen teils nicht in der Honorarordnung für Architekten und Ingenieure (HOAI) verankert sind. Für Planer ist es daher schwer, diese zu verrechnen. Nichtsdestotrotz wünschen wir uns als Zulieferer, dass Planungsdaten und BIM-Modelle mehr und mehr Anwendung finden, damit Betreiber nach Eröffnung eines Hotels sinnvolle Funktionen für den täglichen Betrieb ihres Gebäudes nutzen können.

**Schnittstellen wie BACnet oder KNX sind oftmals Standard, um verschiedene Systeme zu verbinden. In Hotels ist das häufig sehr komplex. Warum ist Interoperabilität so wichtig?**



Cooler Hideaway: The Retreat Hotel Iceland setzt auf moderne Zutrittslösungen von Geze.

”  
**Relevante Technik ist die, die den Gast spürbar unterstützt. Seine Bedürfnisse stehen an erster Stelle.“**

Am Markt gibt es eine Vielzahl verschiedenster IP-Protokolle. Das ist vergleichbar mit den Anfängen von mobilen Geräten: Damals waren gut acht verschiedene Ladekabel gebräuchlich. Als Hersteller müssen wir die gängigsten Schnittstellen und Gateways unterstützen, um zukunftsfähig zu bleiben. Gleichzeitig ist es das Ziel, diese Schnittstellen in der Praxis möglichst zu minimieren. Bei Hotelbauten erfordert das eine frühe Abstimmung zwischen Investor, Betreiber, Entwickler und Architekt. Das kann Datenaustausch und Kommunikation der Produkte in einem Gebäude gewährleisten, also echte Interoperabilität.

**Die Technik entwickelt sich rasant. Doch was ist für Hotels wirklich relevant und was sind die spannendsten Neuerungen?**

Relevante Technik ist die, die den Gast spürbar unterstützt. Die Bedürfnisse der Gäste stehen an erster Stelle: Sicherheit, Wohlbefinden, praktische Gimmicks, hervorragender Service, ein gutes Leitsystem und reibungslose Abläufe. IoT- und Digitaltools helfen dabei: von der Buchungsentscheidung über Online-Check-in, Zutrittskontrollen und -freigaben sowie digitale Kommunikation bis zur Abreise und Rechnungsstellung. Das Hotel und auch externe Anbieter rund um den Aufenthalt können so Zusatzverkäufe generieren und den Gast gut betreuen. Interview: Natascha Ziltz



Rutsch Probleme selber lösen ...  
Tel. 041 01 - 31061 [www.supergrip.de](http://www.supergrip.de)

**SUPERGRIP**  
ANTI-RUTSCH-BEHANDLUNG

