

# Touch my Hotel

## iPad & Co. lassen sich vielfältig einsetzen

Tablet-PCs boomen nach wie vor: Experten rechnen damit, dass in diesem Jahr 54,8 Millionen Geräte verkauft werden. Das entspricht einem Wachstum von 181 Prozent gegenüber 2010. Doch nicht nur für Ottonormalverbraucher, auch für Hoteliers sind die Touchscreens äußerst attraktiv und außerdem hilfreich. Wie sich interne Prozesse, Service und Mitarbeitermotivation via Tablet-PC verbessern lassen, zeigen Beispiele aus der Praxis

**Via iPad** können die Gäste im Berner Fünf-Sterne-Hotel Bellevue Palace nicht nur Küchenchef Gregor Zimmermann beim Zubereiten der bestellten Speise zusehen, sondern auch direkte Botschaften an ihn übermitteln – etwa, dass sie gern mehr Soße oder aber weniger Kartoffeln hätten. Ferner erlaubt es ihnen der Tablet-PC, das Zigarrenangebot, das Gästebuch oder die aktuellen Tageszeitungen zu durchblättern. Am meisten genutzt – und so ist es in immer mehr Restaurants der Fall – wird das iPad aber, um die virtuelle Speisekarte zu durchstöbern. Neben dem positiven Überraschungseffekt und dem damit verbunden Service-Plus gibt es aber auch eine Reihe handfester betrieblicher Vorteile, die für diese Innovation sprechen. So lassen sich Aktualisierungen an der Karte in Sekundenschnelle per Software

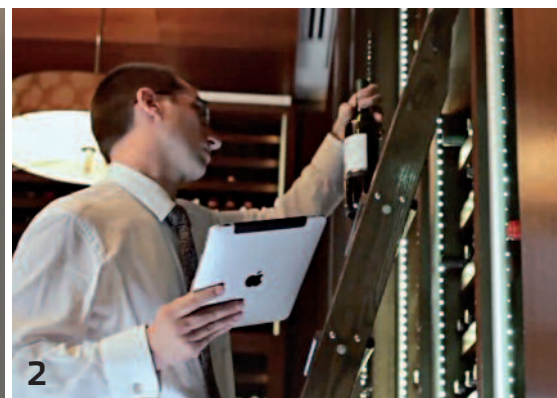
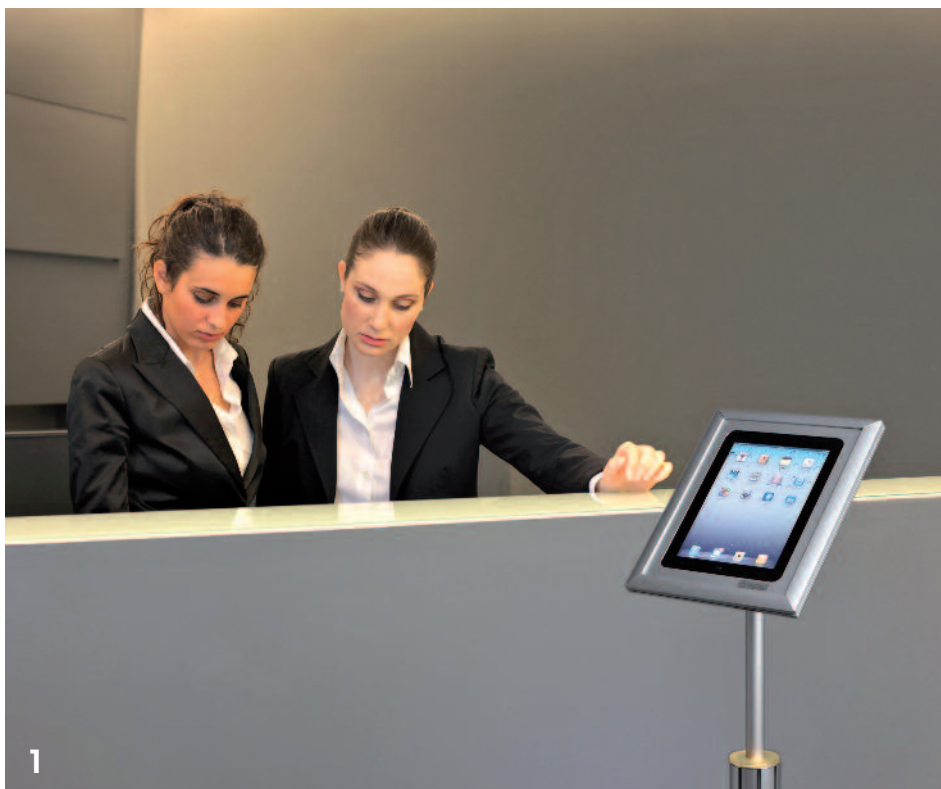
übertragen, das zeitraubende Austauschen einzelner Blätter entfällt. Ausverkaufte Produkte können zudem ad hoc entfernt, verschiedene Karten in einem Gerät vereint und Bestellungen via iPad getätigt werden. Zudem ist das Hotel in der Lage, seinen Gästen zusätzliche Informationen in puncto Warenkunde, Zutaten und Lieferanten zur Verfügung zu stellen.

Nicht nur im Bellevue Palace, auch im Casino-Restaurant »Fallstaff« Bregenz oder auf den Schiffen der AIDA-Flotte wählen die Gäste ihre

**1 Der »P@dFramer« macht das iPad zur Info-Station**

**2 Bei Hyatt kommt das iPad als Tool in der Warenwirtschaft ...**

**3 ... und zu Präsentations- und Beratungszwecken zum Einsatz**





### »Roomchecker« im Prizeotel Bremen

Gerichte bereits via iPad aus. Die Tapas Bar »Global Mundo« in Sidney geht sogar noch einen Schritt weiter und zeigt zu den Gerichten passend die jeweiligen Bewertungen der Gäste. Und der ebenfalls australische Anbieter NetStart bietet mit dem »Menupad« eine fertige Software an, die entweder mit Kellnerfunktionen oder als Speisekarte einsetzbar ist. Menupad gibt es als App im App-Store von Apple. Ein ganz ähnliches Programm offeriert das Unternehmen Emenu – auch für Android.

Jenseits des Hotel-Restaurants ergeben sich aber noch viele weitere Einsatzmöglichkeiten für die Touchscreens. So setzt das Bremer Prizeotel beispielsweise iPads ein, um die Kommunikation zwischen Rezeption und Housekeeping zu verbessern. Per WLAN meldet die Rezeption alle Check-outs an die Zimmermädchen, die daraufhin die Räume reinigen und anschließend via iPod den Status des entsprechenden Zimmers aktualisieren. »Natürlich ist es für unsere Mitarbeiter motivierend, mit modernen Tools wie dem iPod zu arbeiten, aber die Implementierung hat auch direkt die Effizienz der Prozesse verbessert«, erklärt Geschäftsführer Marco Nussbaum. Die App namens »Roomchecker« ließ Marco Nussbaum eigens für sein Hotel entwickeln.

Ein weiterer strategischer Ansatz kommt von Hyatt. Die amerikanische Gruppe versucht derzeit, das iPad an so vielen Stellen wie möglich zu integrieren – als Werkzeug zur Inventur ebenso wie bei Beratungsgesprächen von Concierge oder Salesmitarbeitern sowie zum flexiblen Check-out ohne Warteschlange. »Das iPad holt uns hinter dem Schreibtisch vor, hin zu unseren Gästen«, erläutert IT-Direktor John Prusnick. Einen Schritt weiter geht man im New Yorker Plaza, denn in dem legendären Luxushotel an

der Fifth Avenue wird den Gästen das Apple-Gerät für die Dauer ihres Aufenthalts zur Verfügung gestellt. Im Gästezimmer steuert es die Kommunikation mit der Rezeption und regelt Klimaanlage, Licht und Entertainment. Natürlich kann der User/Gast auch im Web surfen oder einen virtuellen Hotelrundgang machen. Ähnlich ist das Konzept im Hoteldorf Grüner Baum in Bad Gastein. Dort heißt das entsprechende Programm »iConcierge«, das darüber hinaus einen weiteren sinnvollen Zweck erfüllt: Das iPad dient dort zur Video-Überwachung des schlafenden Nachwuchses.

Ein ganz neuer Ansatz kommt von der Display & Design Helmut Amelung GmbH aus Köln: Das Unternehmen hat sich auf Präsentationssysteme spezialisiert und das iPad in den eigens entwickelten »P@dFramer« integriert. Als Einsatzgebiet für dieses interaktive Display, das in verschiedenen Präsentationsvarianten hergestellt wird, eignet sich beispielsweise die Hotellobby, wo sich die Gäste Website, Fotos und Videos des Hotels ansehen oder Tagesnachrichten lesen können. FRANK PUSCHER/MH

## Touch-Vielfalt

Das »iPad2« kostete bei Redaktionsschluss ab 450 Euro. Unwesentlich teurer ist das »Iconia« von Acer, wahlweise mit dem Betriebssystem Android oder Windows 7. Rund 650 Euro kosten die Androids von Motorola (»Xoom«) oder Samsung (»Galaxy Tab 10.1«). Alle vier Geräte haben in etwa die gleiche Bildschirmfläche. Wer's kleiner mag, der wählt das Sieben-Zoll-Galaxytab »P1000« oder den »Dell Streak« für 250 bis 300 Euro. Noch kleiner wird es mit dem »iPod«, der knapp unter 200 Euro beginnt (3. Generation).

Darüber hinaus tobt im Bereich Android ein großer Kampf unter den Wettbewerbern. Ab 90 Euro starten die eBay-Angebote fernöstlicher Ware, die zum Teil eine erstaunliche Leistungsvielfalt bieten. Viele Geräte arbeiten mit dem älteren Betriebssystem Android 2.2. Da Hotelanwendungen als eigenständige Apps laufen, stellt dies aber kein Problem dar. Keine Abstriche sollte man allerdings bei der Rechnerleistung machen. Ein Gigahertz Prozessorgeschwindigkeit und 512 MB Arbeitsspeicher sollten es schon sein. Interessanterweise ist die Entwicklung eigener Apps für den internen Gebrauch nicht immer teuer. Flash-Entwickler in zahlreichen Kreativagenturen können nicht selten mit wenigen Handgriffen fertige Apps für das iPad erstellen.