

welcome & stay

MAGAZIN FÜR PROFIS
AUS HOTELLERIE UND GASTRONOMIE
AUSGABE 01 | 2017

Miele
PROFESSIONAL



Hotel Schloss Burgellern Persönlichkeit zeigen

Selber Bier brauen oder Wurst herstellen:
Wie Hotels mit Charakter punkten, zeigt das Hotel
Schloss Burgellern in der Fränkischen Schweiz.

welcome & stay



Liebe Leserinnen und Leser,

mit Persönlichkeit bleibt man in Erinnerung. Austauschbares gerät schnell in Vergessenheit. Wer Gäste empfängt, muss ihnen ein Erlebnis bieten – jedoch nicht immer das Außergewöhnliche. Das Echte, das Authentische kann nachhaltiger überzeugen. Wir meinen, dass das nicht ein bloßer Trend ist, sondern eine Haltung, die langfristig Schönes schafft. Dass daraus überzeugende Konzepte entstehen können, zeigt das Hotel Schloss Burgellern in der Fränkischen Schweiz, das wir Ihnen auf den nächsten Seiten vorstellen.

Mit unserem neuen Magazin „welcome & stay“ möchten wir Ihnen als Hotelier und Gastronom Themen bieten, die Sie inspirieren und Ihnen konkrete Unterstützung bei der Umsetzung gepflegter Gastlichkeit geben. Miele Professional für professionell gepflegte Wäsche und glänzendes Geschirr sind dabei Teil der Antwort, wie Gastlichkeit auf hohem Niveau gelingen kann.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen der ersten Ausgabe.

Markus Miele

Dr. Markus Miele

Reinhard Zinkann

Dr. Reinhard Zinkann



Unser Gehirn liebt Storys.
Wer also dem Gast mit jedem
Detail „seine“ Geschichte
erzählt, der wird von seinen
Gästen geliebt.

Hanna Raissle,
Beraterin, Autorin, Objekt- und Eventdesignerin

Impressum

Miele & Cie. KG

Vertriebsgesellschaft Deutschland
Carl-Miele-Str. 29 | 33332 Gütersloh
Postfach | 33325 Gütersloh
Telefon: 05241 89-0

E-Mail: welcome@miele.de
www.miele-professional.de

Projektleitung (V. i. S. d. P.):

Michael Arendes, Johannes Baxpöhler

Realisation:

[gambit marketing & communication](http://gambit-marketing.com)
www.gambit-do.de

Druck:

Hermann Bösmann GmbH, Detmold

Fotonaachweise:

S. 3 oben/S. 12 oben: © Miquel Gonzalez/laif,
S. 4–10: Andreas Teichmann, S. 6 links unten:
© farbkombinat/Fotolia, S. 11: © iStockphoto/
mamanamsai2, S. 12 unten/S. 13–15: Marije
Vogelzang, S. 17: Wäschekrone, S. 18 Mitte:
© jeepbabes/Fotolia, S. 18 unten: © Birgit
Reitz-Hofmann/Fotolia, S. 19 links: Sigmar, S.
19 rechts unten: © iStockphoto/olm26250

Auflage:

12.000 Exemplare



Inhalt

04 _ stay authentic

Schlafen wie Dornröschen
im Hotel Schloss Burgellern

10 _ stay independent

Inhouse-Wäschepflege
lohnt sich

12 _ stay curious

Eating Design
Eine Frau tischt auf

16 _ stay individual

Wellness-Wäsche im Hotel
Der Stoff, aus dem Wellness ist

18 _ stay informed

News & Tipps
für gepflegte Gastlichkeit

stay authentic

04
05

Schlafen wie Dornröschen

Das historische Gebäude im großzügigen Park hat zu jeder Jahreszeit seinen ganz besonderen Reiz.



Durch den Schlosspark spazieren heute Hotelgäste: Mit dem Umbau von Schloss Burgellern in ein 4-Sterne-Hotel haben sich die Kastners einen Traum erfüllt. Und machen mit viel Individualität daraus einen ganz besonderen Ort.

Familienbetrieb:
Physiotherapeutin Ulrike Kastner bietet den Gästen Massagen, Geschäftsführer und Hoteldirektor Joachim Kastner kümmert sich als gelernter Ingenieur um die Hoteltechnik.
Die beiden Söhne Jakob und Emil genießen den Schlosspark als Spielwiese.





Alte Apfelsorten: Überraschen Sie Ihre Gäste

Kennen Sie den Berlepsch, den Finkenwerder Herbstprinz oder Jakob Lebel? Viele alte Apfelsorten sind in Vergessenheit geraten. Im Naturkosthandel findet man noch ausgewählte Sorten, wie zum Beispiel die Goldparmäne. Ihr Fruchtfleisch hat einen leicht nussigen Geschmack. Tipp: Überraschen Sie Ihre Gäste mit Kuchen oder Desserts aus Goldparmäne oder anderen alten Apfelsorten – neben einem besonderen Geschmackserlebnis überzeugen Sie gleichzeitig mit der passenden „Story“!



„Es ist der schönste Traum, den man sich erfüllen kann – ein altes Schloss umzubauen und daraus etwas Besonderes und Nachhaltiges zu schaffen“, sagt Joachim Kastner, Besitzer und „Schlossherr“, lächelnd. Auf der Suche nach einem Hotelobjekt gelangte Familie Kastner nach Schloss Burgellern und blieb – fasziniert von dem fast dreihundert Jahre alten Schloss und dem umgebenden Landschaftspark. 2005 erwarb Familie Kastner das Anwesen, das seit über zwölf Jahren leer stand, und baute es zu einem Hotel und Gastronomiebetrieb um.



Aus anfangs fünf Zimmern wurden bis 2009 schließlich 23. Die historischen Räume lassen den Glanz vergangener Zeiten erahnen – gleichzeitig empfangen sie die Gäste mit dem Charme eines Landhotels. Den Kastners ist eine ganz eigene Mischung aus 4-Sterne-Qualität und Ungezwungenheit gelungen.

Äpfel pflücken im Schlosspark

Wer hier ankommt, spürt sofort die Authentizität des Ortes und der Menschen, die ihn gestalten. Dies liegt vor allem an der sympathischen Persönlichkeit, mit der Familie Kastner ihr Hotel führt. „Ein 5-Sterne-Hotel passt nicht in die Gegend“, ist Kastner überzeugt. Die großartige Umgebung des Hotels kommt den Gästen zugute: Auf dem Gelände werden immer mehr alte Obstsorten angepflanzt und die Gäste können auf den Spaziergängen durch den Schlosspark Äpfel, Mirabellen und Kirschen pflücken. Seit Kurzem werden auch bis zu zehn Bienenstöcke pro Saison gepflegt und der geerntete Honig den Gästen zum Frühstück angeboten, neben der hausgemachten Marmelade.

Selber machen können hier auch die Gäste: Neben Kochkursen kann man im Hotel Schloss Burgellern selber Bier brauen. Inzwischen gibt es auch Kurse zum „Selberwurst“, zu denen sich die Kastners vom Erfolg der Zeitschrift „Beef“ inspirieren ließen. Das Besondere: Die Rezepte können zu Hause mit bordeigenen Mitteln nachgekocht werden.

Eigene Kompetenzen einbringen

Nachhaltigkeit und Verantwortung liegen den Kastners am Herzen, und jeder bringt sich mit den eigenen Kompetenzen in den Familienbetrieb ein. Joachim Kastner ist als ausgebildeter Maschinenbauingenieur und Wirtschaftsingenieur unter anderem für alle technischen Belange im Hotelbetrieb zuständig. Das bringt Vorteile: „Ich habe einen ganz anderen Einblick in die technischen Dinge als ein gelernter Hotelfachmann. Unsere Zeit ist geprägt durch extreme technische Innovationen, mit denen sich selbst die Handwerker oft nicht mehr auskennen. Wenn man sich selbst einbringt, kann man hohe Kosten sparen.“ Als Mann vom Fach überdachte Kastner das Energiekonzept für sein Hotel und baute 2014 ein Blockheizkraftwerk. Das Resultat waren nicht nur niedrigere Energiekosten, sondern auch die Geburt einer weiteren Idee: eine eigene Wäscherei, die über das BHKW effizient mit thermischer Energie versorgt werden kann. Damit werden die Heißwassertrockner betrieben und die Waschmaschinen direkt mit Warmwasser versorgt.

Persönlichkeit zählt: Der Familienbetrieb überzeugt seine Gäste mit Liebe zum Detail und einem nachhaltigen Hotelkonzept.

**Genuss-Unikate:
Angeboten wird
eigener Honig und
selbst gebranntes Bier.
Brauen dürfen hier
auch die Gäste.**





Selbstgewaschene Wäsche
als „Aushängeschild“:
Die gläserne Wäscherei
macht Service transparent.

08
09





Inhouse-Wäscherei spart Kosten

Bei der Entscheidung für eine hauseigene Hotelwäscherei standen zwei Kriterien im Vordergrund: Kostenersparnis und Qualitätsmanagement. „Die sinkende Qualität unserer Vertragswäscherei war der Anstoß, uns nach einer Alternative umzusehen“, so Kastner. Auch große Wäschereien leiden unter Fachkräftemangel und der Einsatz ungelernter Kräfte hat teils erhebliche Auswirkungen. „Wir hatten sehr teure Bettwäsche, die über die ganze Länge gerissen ist. Das kam, weil diese in der Wäscherei zu stark gepresst wurde.“

Mit der hauseigenen Wäscherei hat man die Qualität jetzt selbst in der Hand. Zusammen mit dem Chemielieferanten und dem Miele-Service wurden die Maschinen so eingestellt, dass die Wäsche genauso wird, wie das Hauspersonal diese am besten gebrauchen kann. Und es können individuelle Gästewünsche, zum Beispiel nach gestärkter Tischwäsche bei einer Hochzeit, erfüllt werden. Überzeugt hat Kastner auch die Kostenersparnis: „Wir hatten monatlich zwischen 3.000 und 6.000 Euro an Wäschereikosten, die wir fremd vergeben haben. Das konnten wir durch die Umstellung auf die Inhouse-Wäscherei auf mindestens die Hälfte reduzieren.“

Eine Kostenersparnis bringt auch die bessere Personalauslastung. Die Zimmermädchen, die alle als Vollzeitkräfte arbeiten (wollen), waren früher nach 14 Uhr nicht mehr ausgelastet. Heute können sie nachmittags in der Wäscherei eingesetzt werden.

Das Wichtigste: Zuverlässiger Service

Warum sich die Kastners bei den Geräten für Miele Professional entschieden haben? „Für uns stand eine gute Beratung im Vordergrund. Und die war bei Miele mit der Außendienstlerin Judith Ehrhardt top“, erklärt Kastner. Für den auf Nachhaltigkeit setzenden Betreiber zählen Service, Zuverlässigkeit und Know-how: „Im Problemfall wollen wir anrufen können und sicher sein, dass kurzfristig repariert wird.“ Deswegen setzt man auch in Küche und Office zunehmend auf verlässliche Marken.

Dass man mit der eigenen Wäscherei ein Zeichen in puncto Umweltschutz und

Qualität setzt, sollen auch die Gäste wissen. Deswegen kann der Wäschereibetrieb durch große Rundbogenfenster im zum Park hin gelegenen Erdgeschoss beobachtet werden.

Vielleicht kommen bald noch mehr Maschinen von Miele Professional hinzu – die Kastners überlegen, ihren Hotelbetrieb weiter auszubauen: „Auch hier hat uns Miele gut beraten. Wir haben nicht nur eine Lösung für unseren aktuellen Bedarf konzipiert, sondern auch mit einbezogen, dass wir weiterwachsen und unsere Wäscherei entsprechend mit.“

 Weitere Infos: www.burgellern.de



stay independent

Inhouse-Wäschepflege lohnt sich

Studie: mit der hauseigenen Wäscherei
Kosten und Qualität im Griff

Unabhängigkeit

Wer inhouse wäscht, muss sich nicht auf andere verlassen. Die Verbleibzeiten der Wäsche in der Wäscherei sind kürzer und es muss insgesamt weniger Wäsche vorgehalten werden.

Qualität

Inhouse-Wäschereien produzieren weniger Mängel und reduzieren den Ausschuss. Die Hygienesicherheit ist höher und die Qualität der Wäsche (Geruch und Haptik) kann individuell bestimmt werden.

Nachhaltigkeit

Auswahl und Dosierung der Wäschechemie haben hauseigene Wäschereien selbst in der Hand. Lange Transportwege zwischen Hotel- oder Gastronomiebetrieb und externer Wäscherei entfallen.

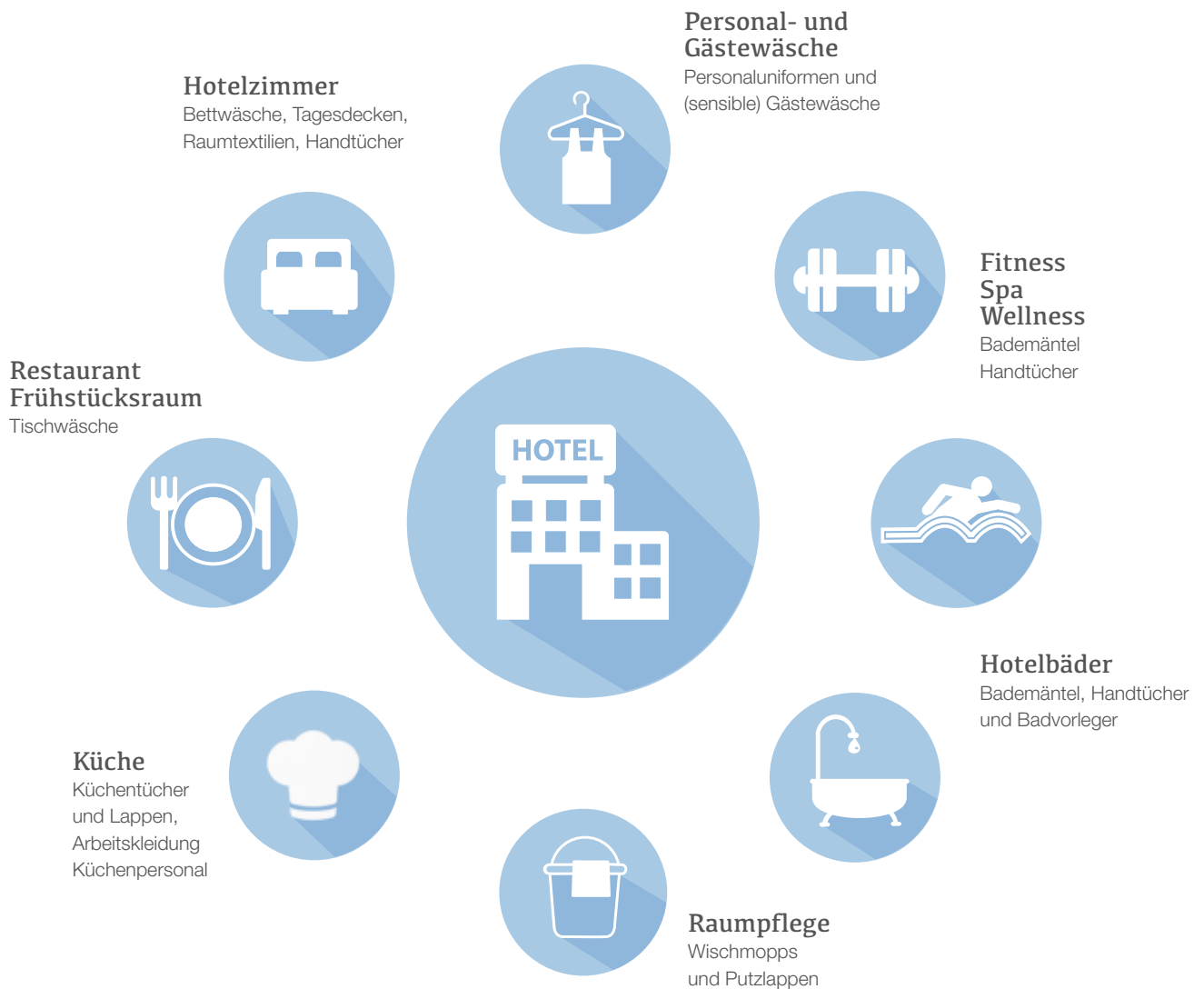
Personal

Das Housekeeping-Personal kann besser ausgelastet werden. Eingangs- und Qualitätskontrollen extern gelieferter Wäsche entfallen.

Kosten

Im Vergleich zu externer Wäschepflege entstehen mittelfristig signifikant geringere Gesamtkosten. Und die Wertschöpfung bleibt im eigenen Haus.





Eine erste umfassende Marktstudie über hauseigene Wäschereien in Deutschland zeigt: Gerade für kleine und mittlere Betriebe bringt eine Inhouse-Wäscherei überzeugende Vorteile – die direkte Qualitätsprüfung, eine relevante Kostenersparnis, kurze Verbleibzeiten der Wäsche in der Wäscherei und eine höhere Hygienesicherheit.


21% der Gastronomie- und Hotelbetriebe waschen ihre Wäsche im Haus, 48% teilweise. Knapp ein Drittel der Betriebe lässt komplett außer Haus waschen. Bevorzugt kleinere Betriebe setzen auf Wäschepflege im Haus: Von den Unternehmen mit weniger als 51 Betten waschen 33% vollständig im Haus.

Die Gründe sind vielfältig: Für 77% ist das wichtigste Argument, dass die Wäsche nach kurzer Zeit wieder zur Verfügung steht. Wer bei externen Dienstleistern waschen lässt, wird, je nach Lage und Betriebsgröße, manchmal nur zweimal pro Woche mit frischer Wäsche beliefert.

Wer Inhouse wäscht, ist flexibler.

Dadurch muss insgesamt auch weniger Wäsche gelagert bzw. vorgehalten werden. Für 74% der Befragten ist die direkte Kontrolle über die Wasch- und Wäschequalität ausschlaggebend, denn bei externen gewaschener Wäsche haben fast drei Viertel der Befragten Flecken und mechanische Schäden zu beklagen. Und nicht zuletzt spielen die mittelfristig geringeren Gesamtkosten beim Thema Inhouse-Wäscherei eine große Rolle für die Betriebe.

Fazit: Wer auf Inhouse-Wäscherei setzt, gewinnt auf vielen Ebenen. Und hat damit nicht zuletzt ein Thema, das er als Qualitätsmerkmal an seine Gäste kommunizieren kann.

 Alle Zahlen in diesem Artikel entstammen einer Marktstudie über hauseigene Wäschereien in Deutschland (Senioren-Pflegeheime, Hotellerie und Gastronomie), beauftragt von „Klasse Wäsche“. Die Plattform bietet auf ihrer Website www.klassewaesche.com Hoteliers und Gastronomen Argumente, wenn es um den Aufbau oder den optimalen Betrieb einer hauseigenen Wäscherei geht – plus weitere Studien, News und einen Servicebereich.

stay curious

„Als ich damit anfang,
dachten alle, es würde
um schönes Essen gehen.
Jetzt verstehen sie, dass
es viel mehr sein kann.“
Marije Vogelzang, Pionierin
des Eating Design



Eine Frau tischt auf



12
13

Food Design war gestern. Die niederländische Designerin Marije Vogelzang erforscht, was sie selbst als „Eating Design“ bezeichnet. Dabei geht es ihr ebenso um die Herkunft und die Zubereitung wie um die Geschichte und Kultur und unsere Wahrnehmung von Essen. Die Resultate sind vielfältig: Restaurant-Konzepte, soziale oder politische Projekte und künstlerische Dinner-Events, wie zum Beispiel für die Park Hotels in Indien.



„Ich benutze Essen, um meinen Ideen Gestalt zu geben“, erklärt Marije Vogelzang, die im Jahr 2000 ihren Abschluss an der Design Academy in Eindhoven machte. Man kann behaupten, dass sie die Disziplin des Eating Design selbst erfunden hat – fest steht, dass sie diese seit über 17 Jahren maßgeblich gestaltet. Dabei geht es ihr um Interaktion, sinnliche Erlebnisse, Überraschung, Genuss und Kommunikation. Und nicht zuletzt um Menschliches.

Geheimnisvoll: Essen unterm Tisch

Vogelzang arbeitet international, auch für Unternehmen aus der Lebensmittelindustrie oder Hotels. Für die Park Hotels in Indien kreierte sie unter anderem ein Event, das durch mehrere Standorte der Hotelkette tourte. „Under the table war ein Dinner, das unter dem Tisch stattfand“, beschreibt Vogelzang ihre Idee. Überhohe Tische mit bis auf den Boden reichenden Tischdecken kreierte dabei eine einzigartige Installation für die Gäste: „Der erste Eindruck war, dass man ein gigantisches Bankett betritt. Aber dann realisierten die Besucher, dass sie sich unter die Tische setzen konnten. Das Essen hing an Stelagen von der Decke. Die Leute fühlten sich plötzlich wieder wie Kinder. Kinder lieben es, sich unter einem Tisch zu verstecken.“



Von außen mystisch leuchtend, von innen indisch farbenfroh-fröhlich: Beim Flagship-Event „Under the table“ tafelten die Gäste der 5-Sterne-Hotelkette Park Hotels nicht auf, sondern unterm Tisch.

Unter den Tischen tafelten, tranken und lachten Freunde und einander Unbekannte zusammen, von außen reichte der Service Speisen und Getränke durch den Vorhang – ein Event-Dinner, das den Gästen noch lange in Erinnerung blieb.

Auch für eine Neugestaltung des Roomservice beauftragte man Marije Vogelzang. „Die Idee war, den Roomservice als Picknick zu inszenieren“, erzählt sie. „Normalerweise werden diese Wägen benutzt, die obendrauf ein Metallgestell haben. Wir benutzten stattdessen Tiffin-boxes, die in Indien für den Transport von Essen benutzt werden. Die Gäste sollten ein Picknick in ihrem Zimmer machen können. Es gab eine große Decke, die man auf dem Bett oder irgendwo anders im Hotelzimmer platzieren konnte. Und dann konnte man die Boxen nehmen und daraus essen.“

An diesem Schalter tauscht man keine Devisen, sondern Euros gegen befruchtete Eier: ein Startkapital mit enormen Zuwachschancen.

Bewusstsein schaffen – und Spaß haben

Vogelzang spielt mit unseren Erwartungen, offenbart Zusammenhänge und überrascht mit einzigartigen Erlebnissen. Dabei sind ihre Ansätze ebenso intellektuell wie praktisch, zuweilen wissenschaftlich-experimentell oder auch politisch motiviert. Eines ihrer aktuellen Projekte zeigte sie Ende Oktober auf der Dutch Design Week in Eindhoven. „The EGGCHANGE“ will zum Nachdenken über die Massentierhaltung anregen – nicht jedoch mit erhobenem Zeigefinger, sondern ganz nah und persönlich. Die Idee: ein „Bankschalter“, an dem Euros gegen befruchtete Hühnereier getauscht werden können. „Die Leute sollen merken, dass die Tiere, die sie essen, wertvoll sind. Wenn man sich ein Ei als Währung vorstellt, stellt man fest, wie interessant das ist. Ein Ei kann man bebrüten, bis ein Küken schlüpft. In nur wenigen Wochen hat man 2,5 Kilo Fleisch. Für Geld auf dem Sparkonto bekommt man im Moment fast keine Zinsen. Das Ei hingegen bringt in kürzester Zeit eine extreme Wertsteigerung. Wenn man das Ei



14
15





nicht isst, kann daraus eine Henne werden, die wiederum Eier legt. Davon kann man sich jeden Tag ernähren. Oder man produziert mehr befruchtete Eier. Eine Henne kann ungefähr 300 Eier im Jahr legen und aus allen können Hühner werden. Das ist eine Wertsteigerung mit einer enormen Geschwindigkeit.“

Vogelzang möchte damit die großen ethischen Fragestellungen, die die Massentierhaltung aufwirft, auf eine kleinere, begreifbare Dimension bringen. Und den Bezug zum Prozess (wieder)herstellen. Ein Huhn, das man selbst aufzieht und schlachtet, schätzt man wert – ein im Supermarkt erworbenes sauberes, essfertiges Stück Fleisch wahrscheinlich weniger.

Ob ihre Arbeit politisch ist? „Essen ist immer politisch. Ich mache aber immer noch genügend Projekte, die das Sensorische zelebrieren und den vielfältigen Reichtum, den es rund um Essen gibt.“

Eating Design auf globalem Niveau

Die Allrounderin hat ebenso eigene experimentelle Restaurants in Rotterdam und Amsterdam mit dem Namen „Proef“ betrieben, vor einigen Jahren jedoch verkauft, um sich wieder mehr auf ihre Design-Projekte konzentrieren zu können. Aktuell gründet sie das Dutch Institute of Food & Design, das Designer und das Thema Essen auf einer globalen Ebene miteinander verknüpfen möchte. Und hat seit Neuestem auch einen Lehrstuhl an der Design Academy in Eindhoven inne – man darf sich also in Zukunft auf gut ausgebildete Eating-Designer freuen.

 Weitere Infos: www.marijevogelzang.nl

Im Vitra Museum in Weil am Rhein kommen Deutsche, Franzosen und Schweizer zusammen. BASTARD BREAD kreiert aus den drei typischen Brotsorten der Länder eine neue.



Wellness-Wäsche im Hotel

Der Stoff, aus dem Wellness ist

Sauna, Massage, Wassergymnastik: Der Gast denkt bei Wellness an persönliche Mußbestunden, die seinem Aufenthalt das gewisse Extra verleihen. Den Hotelier stellen Wellness-Angebote vor unterschiedliche Herausforderungen, zu denen auch das Bereitstellen und die Pflege von Wellness-Wäsche gehören. Wir beleuchten einige Aspekte und untersuchen, wie der Gast sich unbeschwert in Bademantel und Handtuch einkuscheln kann.

Weiche Fakten

Der ideale Stoff für Bademäntel und Co. ist Frottier. Das feste, aber weiche Gewebe mit den eingewebten Schlingen nimmt Feuchtigkeit optimal auf, wärmt und hat einen zusätzlichen Massageeffekt. Doch Frottee ist nicht gleich Frottier. Es gibt flauschigen Walkfrottier mit hoher Saugfähigkeit, griffigen Zwirnfrottier mit angenehmem Massageeffekt, weichen Veloursfrottier mit aufgeschnittenen Schlingen und den relativ neuen Wirkfrottier. Er kombiniert die Vorteile von Walk- und Zwirnfrottier. Darüber hinaus wird noch nach Gewichtsklassen unterschieden. Hier gilt: je schwerer, desto hochwertiger.

Unser Tipp:

Bieten Sie Ihren Gästen mehr als Bademäntel und Saunatücher. Denken Sie beispielsweise auch an die kleinen Gäste und halten Sie Kinderbadetücher bereit. Saunakilts sind eine Alternative zum Bademantel und können auch in der Sauna getragen werden. Bei Sport- und Fitness-Angeboten leistet ein Handtuchschal gute Dienste.

Heiße Ware

Kaum eine Massage kommt ohne warmes, angenehm duftendes Massageöl aus. Doch die Rückstände in Bademantel und Handtuch sind gleich in zweierlei Hinsicht problematisch. Erstens müssen sie natürlich vollständig entfernt werden, um den zu Recht hohen Ansprüchen des Gastes an diese Wäschestücke gerecht zu werden. Zum anderen kann es im Extremfall durch die Rückstände von Fetten und Ölen zur Selbstentzündung der Wäschestücke kommen – besonders, wenn diese noch warm zusammengelegt und eng gelagert werden. Hier helfen gut geschultes Personal und spezielle Waschprogramme, mit denen diese Verschmutzungen sicher entfernt werden. Miele Professional Waschmaschinen mit frei programmierbarer Steuerung bieten serienmäßig das Programmpaket Horeca mit dem Spezialprogramm Wellness/Frottierwäsche. Dabei ist der Waschvorgang so gesteuert, dass die im Wellnessbereich anfallenden Verschmutzungen optimal entfernt werden.



Weitere Infos: www.miele.de/professional/wellness-634

Beliebte Souvenirs

Laut einer Umfrage des Bewertungsportals für Wellnesshotels „Wellness Heaven“ sind Handtücher und Bademäntel die „beliebtesten Souvenirs“. Eine Auszeichnung für die Qualität oder gute Werbung? Nein, ein teures Delikt – auch wenn es keine genauen Zahlen gibt. Um sich vor Diebstahl zu schützen, können zwei unterschiedliche Strategien gewählt werden.

Einerseits können Hotels versuchen, den Diebstahl direkt zu verhindern, beispielsweise über eingenahte Mikrochips. Auch das Weglassen von Logos oder das Einnähen kleiner Hinweise senkt den Anreiz. Das Angebot, das Gepäck durch einen Pagen vom Zimmer holen zu lassen, und die freundliche Nachfrage, ob etwas vermisst wurde, erzielt bei manchem Gast schon die gewünschte Wirkung: Das Diebesgut wird schnell wieder ausgepackt.

Andererseits kann aus der Not eine Tugend gemacht werden. Einige Luxushotels bieten beispielsweise Bademäntel und Handtücher mit eingesticktem Logo zum Verkauf an.

Prozentuale Verteilung der am häufigsten gestohlenen Gegenstände in Hotelzimmern

937 Hoteliers haben sich an der Umfrage beteiligt. Quelle: Wellness Heaven



Parmesan-Lolli

Hotel und Gastro

Branchentermine

13. – 14.02.2017	Nord Gastro & Hotel	Husum
15. – 18.02.2017	Horecava	Amsterdam
15. – 18.02.2017	BIOFACH2017	Nürnberg
06. – 08.03.2017	Hotel Investment Forum	Berlin
12. – 14.03.2017	GAST KLAGENFURT	Klagenfurt
17. – 21.03.2017	INTERNORGA	Hamburg
17. – 21.03.2017	Gastro Vision	Hamburg
19. – 21.03.2017	ProWein	Düsseldorf



Verwöhnen Sie Ihre Gäste mit einem Gruß aus der Küche – und überraschen Sie sie! Der Parmesan-Lolli ist ein echtes Wunderkind: Er ist sehr einfach in der Herstellung, lässt sich schon ein paar Tage vorher vorbereiten und ist definitiv außergewöhnlich. Mit nur drei Zutaten (Parmesan, Sesam, Mohn) kreieren Sie so eine kulinarische Überraschung für Ihre Gäste – und bieten Ihnen eine überzeugende Abwechslung zum winterlichen Allerlei aus Gänsefleisch und Schokoladigem.
Entdeckt auf: www.elbcuisine.de

Kleiner Luxus für kalte Tage

Heißer Tipp: Warme Füße für Ihre Gäste

Acht von zehn Frauen klagen über kalte Füße im Bett. Bieten Sie Ihren Gästen einen besonderen Service: Eine Wärmflasche im Bett spendet wohligen Komfort.

Der weibliche Körper produziert im Vergleich zum männlichen weniger Wärme und verliert diese schneller. Der Körper reagiert und konzentriert die Wärme im Rumpf. Hände und Füße gehen leer aus. Ein durch eine Wärmflasche angewärmtes Bett schafft Abhilfe und freut die frierende Frau wie ihren Partner. Hotels, die diesen Service anbieten, berichten, dass viele Gäste sich auch noch nach Jahren an den kleinen Luxus erinnern.





Mit der richtigen Pflege länger haltbar

Steingut in der Spülmaschine

Bei handgemachtem Steingutgeschirr ist jedes Teil ein Unikat und vermittelt Authentizität – eins der großen Themen unserer Zeit. Wer in Hotellerie und Gastronomie auf charaktervolles Steingut setzt, sollte bei der Pflege einiges beachten. Da Steingut porös ist, wird es durch eine Glasur abgedichtet. Diese kann mit der Zeit jedoch Risse bekommen. Härter im Nehmen ist das verwandte Steinzeug: Dieses wird bei noch höheren Temperaturen gebrannt und hat bessere Gebrauchseigenschaften. Grundsätzlich gilt: Je härter und weniger porös das Material ist, desto besser ist es für die Spülmaschine geeignet. Steingutgeschirr kann in fast allen Spülprogrammen aufbereitet werden.

Beim Ausräumen sollte das Spülgut vorsichtig abgelegt und nicht zu früh gestapelt werden, da es im heißen Zustand anfällig gegenüber Absplittern ist. Auch sorgfältiges Trocknen ist wichtig: Da manches Steingut nur auf einer Seite glasiert ist, kann es sonst zu Geruchsbildung kommen. Wird feuchtes Steingut in der Mikrowelle verwendet, können Risse im Material entstehen.

Persönliche Note

Tischdekoration mit Stoffservietten

Stoffservietten wirken nicht nur hochwertiger als Papierservietten, mit ihnen lässt sich auch besonders gut eine individuelle Tischdekoration zaubern.

Lilie oder Rose, Bischofsmütze oder Bestecktasche, Schwan oder Osterhase – der Kreativität sind beim Serviettenfalten keine Grenzen gesetzt. Stoffservietten sind dafür ideal. Dabei müssen sie nicht mal gestärkt werden. Das Finish durch professionelles Mangeln verleiht dem Stoff die richtige Steifigkeit, ohne sperrig zu sein.



welcome
& stay

Ausblick: welcome & stay

No. 2: »Bewerten«

Jetzt schon gespannt sein: Im Frühjahr 2017 erscheint die nächste Ausgabe unseres Magazins welcome & stay – hier dreht sich alles um das Thema „Bewerten“.



Weil **Perfektion**, die schon beim Wasser beginnt,
ganz **ohne Nachpolieren** auskommt



Makellose Brillanz ist das schönste Zeichen ausgesuchter Gastlichkeit. Unsere neuen Tank-Spülmaschinen mit integrierter Reversosmose liefern perfekte Spülresultate ganz ohne manuelles Nachpolieren – zuverlässig, schnell und mit einem erstaunlich geringen Platzbedarf. So überzeugen Sie mühelos auch den anspruchsvollsten Gast!

Telefon 0844 893 0764
www.miele-professional.de