



Mit dem ersten Haus in Heidenheim startete die junge Gruppe Taste Hotel ihr Angebot für anspruchsvolle Traveller mit Preisbewusstsein.

Neue Marke „The Taste“ setzt auf IKT-Lösungen von S.I.G.

Digitale Positionierung für Gäste und Betrieb

Vom Check-in über TV bis zum WLAN: Die junge Hotelgruppe setzt bei ihrer Expansion auf Komplettlösungen in der Informations- und Kommunikationstechnologie. Diese soll nicht nur den Reisenden, sondern auch Management und Mitarbeitern das Leben erleichtern.

Der Name ist Programm: Von den Foodbildern in den Zimmern über das einheitliche „Steak-No1“-Konzept für Restaurant und Bar bis hin zu den Veranstaltungsräumen mit Pralinennamen wie „Trüffel“ oder „Nougat“, die dann jeweils auch in den Tagungspausen serviert werden. Neben der Marke „The Taste“, die für Drei- und Vier-Sterne-Stadthotels in guter Lage steht, zielt die neue Gruppe mit „Taste Style“ auf besondere Boutiqueerlebnisse und lokales Flair sowie mit „Taste Smart“ auf eine budgetbewusste und dennoch anspruchsvolle Zielgruppe. Allen drei Untermarken gemeinsam ist der Anspruch, den Gästen auch technologisch stets Lösungen auf dem neuesten Stand zu bieten. „Schnelles Gratis-WLAN oder HD-TV werden heute

schlichtweg erwartet. Bislang arbeiten Hotels hier in der Regel mit ganz unterschiedlichen Partnern zusammen. Das führt häufig zu Reibungsverlusten, und man verliert schnell die Sicht auf das Ganze“, beschreibt Michael Storm, Managing Director der Gruppe Taste Hotel, die Herausforderung in puncto Informations- und Kommunikationstechnik (IKT). So sei man gezwungen, bei jedem neuen Projekt „zumindest Teile des Rads neu zu erfinden“.

Erklärtes Ziel ab der ersten Stunde: Maximal digitalisieren

„The Taste“ bietet Hotels für Reisende, die für geschäftliche oder private Zwecke eine ausgezeichnete Lage mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis suchen. Kom-

fortable und funktionale Zimmer mit Service sind auf diese Bedürfnisse angepasst. Die junge Marke will eine angenehme, familiäre Atmosphäre schaffen, in der Gäste sich entspannen und Annehmlichkeiten wie Internetzugang, Restaurants und gemütliche Lounges genießen können. Reisende, die Komfort zu schätzen wissen, sollen die perfekte Mischung vorfinden, um Arbeit und Vergnügen zu verbinden.

Schon vor dem Start des ersten Projekts in Heidenheim, wo das bestehende NH-Hotel neben dem Freizeitbad „Aquarena“ zum ersten „The Taste Hotel“ werden sollte, ging Michael Storm deshalb auf die Suche nach einem Partner, der die unterschiedlichen Themen in der IKT-Infrastruktur eines Hotels gleichermaßen beherrscht. Fündig wurde er schließlich

beim IKT-Spezialisten S.I.G. in Neu-Ulm.

Um ein Paket schnüren zu können, mit dem der Wachstumspfad der „The Taste“-Hotels möglichst effizient abgebildet werden kann, wurden gemeinsam mit den IKT-Experten die zentralen Anforderungen definiert. So lag die Priorität zunächst auf der Implementierung eines schnellen WLANs, das alle Bereiche des Hotels gleichermaßen performant ausleuchten sollte. Die eigentliche IT-Infrastruktur sollte möglichst schlank ausgelegt werden: Sämtliche Server wurden im Rechenzentrum der Neu-Ulmer Firma angesiedelt, an den einzelnen Arbeitsplätzen im Haus sollten ausschließlich „Thin Clients“ installiert werden. Das sind Endpunkte, die vordergründig als Benutzerschnittstelle dienen und sich zu großen Teilen auf die Rechenleistung eines Servers verlassen. Anschließend standen die Umrüstung der Telefonanlage sowie die Umstellung der Fernseher in den Zimmern an.

Switch der Anlagen in perfekter Heizelmännchen-Manier

Die größte Herausforderung: Der Umbau musste während des laufenden Betriebs stattfinden, da die Betriebsübergabe möglichst nahtlos erfolgen sollte. Im Schritt eins wurde deswegen das neue WLAN installiert. „Es hat mich absolut erstaunt, dass es gelang, das alte Netz abzulösen, ohne dass die Hotelgäste davon irgendetwas bemerkt hätten. Die Techniker haben das Hotel präzise ausgemessen und die entsprechenden Accesspoints installiert. Als alles perfekt war, wurde das alte System einfach ab- und das neue angeschaltet“, so Michael Storm.

Mit dem Umbau der Telefonie ging auch eine Neuorganisation der Prozesse in der Rezeption einher: Um diese zu entlasten, wurde für die eingehenden Anrufe ein eigenes kleines Callcenter aufgebaut, das für die Abwicklung aller Anfragen und Reservierungen zuständig wurde. Die Ausstattung dieser Arbeitsplätze inklusive der Implementierung der neuen Voice-over-IP-basierten Telefonanlage übernahm ebenfalls die Firma S.I.G. Im Zuge dessen wurden die Arbeitsplätze im Callcenter inklusive der Headsets komplett neu ausgerüstet. Teilweise konnten bereits vorhandene Geräte eingebunden werden. An anderen Stellen kam eine Wiederverwendung alter Infrastruktur nicht infrage. Anstatt der alten TV-Geräte sind jetzt moderne 40-Zoll-HD-Flachbildschirme im Einsatz. Und auch die Schließ-

Fotos: PressRelations



Das „The Taste Heidenheim“ vereint Budget mit modernster Kommunikationstechnologie.

anlage und die Kartenschlösser wurden auf den neuesten Stand gebracht. Für Check-in und Check-out können die Gäste jetzt auch ihr Smartphone benutzen.

Mit dem Start des ersten „The Taste“-Hotel in Heidenheim bestand dieses Lösungs- und Vorgehensmodell seine erste Feuerprobe. Die zweite Bewährung folgte unter ungleich härteren Bedingungen. Denn vom Projektstart bis zur Eröffnung des ersten „Taste-Style“-Hotels mit 47 Zimmern im badischen Auggen standen nur ganze drei Monate zur Verfügung – und dies für die gesamte Ausstattung des Hotels von der Einrichtung über das Geschirr bis zur IKT-Infrastruktur. Erschwert wurde dies dadurch, dass in dem Neubau auch die Verkabelung entsprechend geplant und eingebaut werden musste.

Automatisierte Prozesse helfen bei der Fehlervermeidung

Für das weitere Wachstum sieht sich der Managing Director dank des einheitlichen Vorgehensmodells nun gut gerüstet. Auch in Sachen Prozessoptimierung und Mitar-

beitermotivation hat er seine gesteckten Ziele erreicht: „Ich bin ein ausgesprochener Freund von automatisierten Prozessen, denn dadurch können Fehler vermieden werden. So laufen heute beispielsweise sämtliche Werteflüsse – etwa zwischen dem Kassensystem im Restaurant, der Hotelsoftware und der DATEV-Buchhaltung – direkt und ohne dass ein manueller Bearbeitungsschritt notwendig wäre.“

Durch das Auslagern der Server in das Rechenzentrum von S.I.G. in Neu-Ulm ist es zudem für das Management und die Mitarbeiter möglich, standortunabhängig zu arbeiten: „Unsere kaufmännische Leitung sitzt beispielsweise in Karlsruhe, ihre Stellvertreterin in Darmstadt und auch ich bin viel unterwegs. Zudem müssen neue Hotelobjekte jetzt nur noch ‚angeschlossen‘ werden, da keine weitere Infrastruktur benötigt wird“, sagt Michael Storm. Dass seine Gesamtstrategie aufgeht, sieht der Managing Director durch die Auslastung des Heidenheimer Standorts bestätigt. Sie liegt für die 81 bestehenden Zimmer bei durchschnittlich 89 Prozent. |

HINTERGRUND

2016 ging die Marke „The Taste“ mit einem ersten Haus im schwäbischen Heidenheim an den Start, nun folgte das zweite Haus im badischen Auggen. Bis 2021 will die neue Gruppe bereits an mindestens zehn Standorten vertreten sein. Zum ausgefeilten Markenkonzept gehört auch eine klare digitale Positionierung: Nicht nur der Gast soll von der aktuellsten Informations- und Kommunikationstechnologie profitieren, auch die eigenen Prozesse sollen weitestgehend digitalisiert und damit möglichst effizient abgebildet werden. Damit die Expansion reibungslos vonstatten gehen kann, setzt „The Taste“ auf ein standardisiertes Lösungsmodell des Neu-Ulmer IKT-Spezialisten S.I.G.

www.taste-hotels.de/www.sig-ulm.de