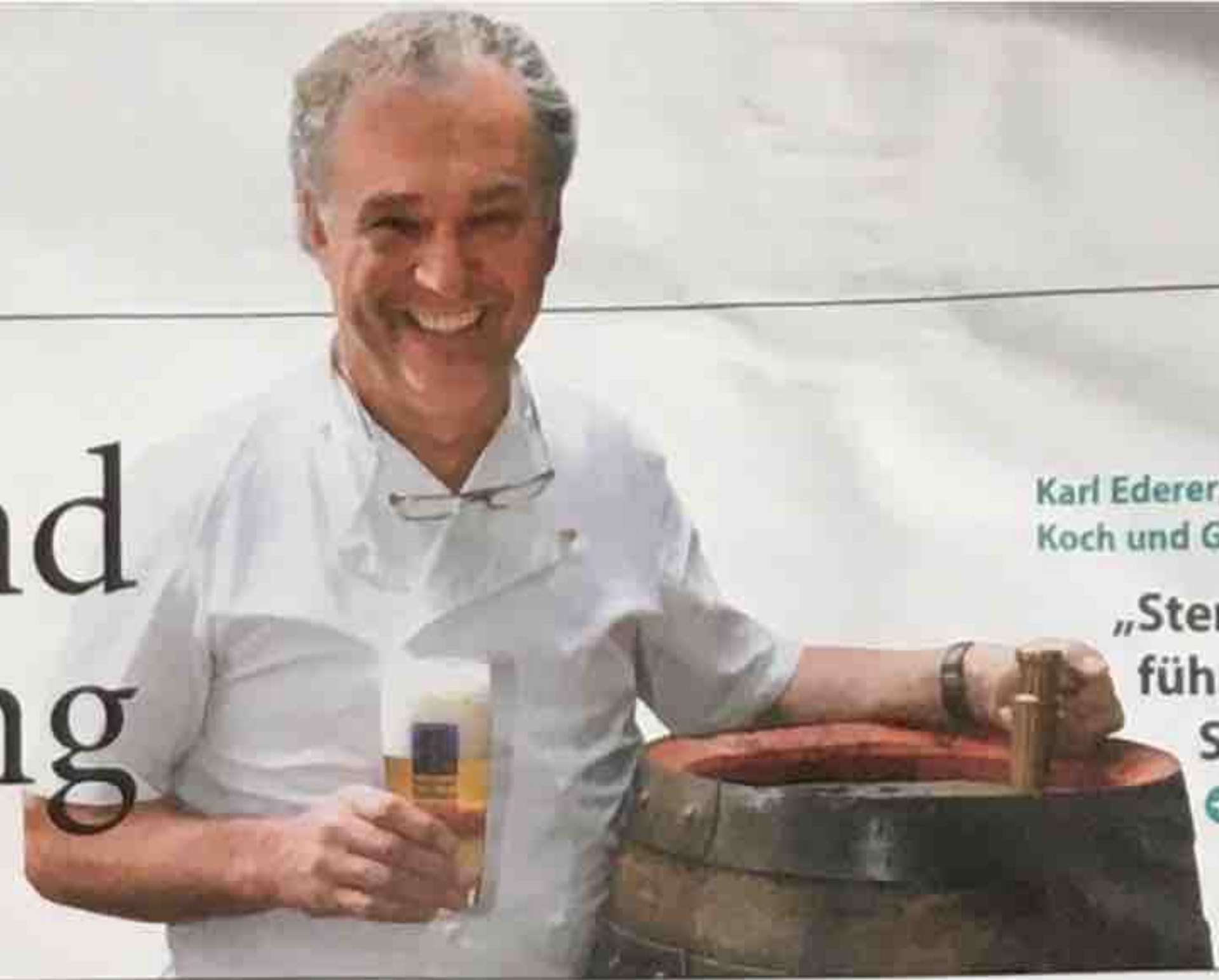




# Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung



Karl Ederer, Koch und Gastronom

„Sterneküche führt in die Sackgasse.“

Seite 2

Anzeige

**HEUTE MIT 58.000 JOBS DIREKT VON**

**HOTELDESIGN**  
Laissez-faire, etwas Vintage, aber nicht zu aufgebrezelt  
Das neue 25hours in Zürich. Außerdem: Der No-Designer Matteo Thun.  
Das Magazin für Abonnenten

**AKTUELLES**  
Börsengang soll Vapiano 85 Millionen Euro einbringen  
Der erste Handelstag der Aktien soll der 27. Juni sein.  
Seite 3

**NETZWEIT**  
Hotelshop.one gewinnt Start-up-Wettbewerb des IHA  
Der Gewinner bietet digitales Shopping im Hotel an.  
Seite 9

**GASTBEITRAG**  
Zusatzverkäufe werden in vielen Hotels vernachlässigt  
Von Gerald Aigmüller, Trainer und Berater, Feldkirchen/Donau.  
Seite 8

**Zitat der Woche**  
Die Ausbildung ist in vielen Bereichen Mist. Und die Azubis werden vielfach als billige Arbeitskräfte eingesetzt.  
Marco Nussbaum, Prizeotel  
Seite 35

**Unten links**  
Wer nicht wirbt, der stirbt. Für Kentucky Fried Chicken ist das Gesetz. Jüngster Gag der Fastfood-Kette: Das „Zinger Chicken Sandwich“ wird für vier Tage ins All geschickt, genauer in eine Höhe von 23.000 Kilometer. Oder geht es um mehr? Die Nasa sucht schon lange nach außerirdischem Leben. Vielleicht beißt jetzt mal ein Alien an? eck



## Behörden verderben das Sommergeschäft

Strenge Richtlinien, langwierige Verfahren um Sondergenehmigungen: Die Stadt Stuttgart bestraft kreative Gastronomen und gefährdet deren Existenz. > Seiten 8 und 22

## Airbnb & Co. droht Gegenwind aus der EU

**SHARING ECONOMY**  
Das EU-Parlament will, dass die „kollaborative Wirtschaft“ künftig stärker reguliert wird.

**Straßburg.** Die Sharing Economy ist ins Blickfeld des EU-Parlaments geraten. Die Parlamentarier sprachen sich dafür aus, die Vorteile der „kollaborativen Wirtschaft“ in Europa zu nutzen. Allerdings müssten Verbraucherschutz, Arbeitnehmerrechte, Steuerpflichten und fairer Wettbewerb gesichert sein. Die Abgeordneten schlugen der EU-Kommission deshalb unter anderem vor, „effektive Kriterien“ zu entwickeln, um beim Teilen von Wohnungen, Autos und anderen Gebrauchsgütern besser zwischen Privatpersonen und professionellen Anbietern unterscheiden zu können. Plattformen wie Airbnb sollten zudem wirksame Strukturen für Beschwerdeverfahren und die Beilegung von Streitigkeiten einrichten.

Die Parlamentarier forderten weiter, zu regeln, ob und wie Airbnb & Co. für eventuelle Schäden der Nutzer aufkommen müssen. Auch faire Arbeitsbedingungen und angemessener Schutz sollten für alle Beschäftigten der kollaborativen Wirtschaft gewährleistet sein. Und für Unternehmen, die vergleichbare Dienstleistungen anbieten, sollten ähnliche Steuerpflichten gelten, egal ob in der traditionellen oder in der kollaborativen Wirtschaft.

**SÜD**  
Restaurant Spice Bazaar mit Aromen wie aus 1001 Nacht  
Seite 23

Otto Lindner, Vorsitzender des Hotelverbands Deutschland (IHA),

freut sich über den Entschluss: „Wenn Plattformen hotellerie-spezifische Dienstleistungen vermitteln und aus Sicht des Gastes wie ein Beherbergungsbetrieb auftreten, müssen für diese Portale und die von ihnen vermittelten Dienstleistungen (...) zumindest ähnliche Regelungen und Vorschriften wie für die Hotellerie gelten.“ Es dürfe bei Brandschutz, Sicherheit, Melderecht, Hy-

**NORD**  
Hotel Krönchen bietet Luxus im Lübecker Industriegebiet  
Seite 25

giene oder Besteuerung nicht mit zweierlei Maß gemessen werden. Es müsse gleiches Recht für alle Marktteilnehmer gelten, auch das Schutzniveau müsse für alle Gäste gleich hoch sein, so Lindner weiter. Die klare Ansage des EU-Parlaments hat Airbnb hellhörig werden lassen, Europa ist für das US-Unternehmen nämlich der wichtigste

Markt. Airbnb-Manager Chris Lohane weist in der *Welt* darauf hin, dass bereits einiges dafür getan wurde, negative Begleiterscheinungen des Geschäftsmodells abzustellen. In einigen Städten gebe es zum Beispiel automatische Sperren, wenn Wohnungen über sehr lange Zeiträume angeboten werden. So sollen hotelartige Geschäfte verhindert werden. hz

**WEST**  
Essener Hotels locken Gäste aus der Nachbarschaft  
Seite 27

**Editorial**  
Von Chefredakteur Rolf Westermann



## Fairer Wettbewerb kommt in Zeitlupe

Fehlende Sicherheitsstandards, Steuerschlupflöcher und vernichteter Wohnraum: Airbnb steht seit Jahren in der Kritik, aber jetzt erst nimmt das Unternehmen der Sharing Economy die Vorwürfe ernst. Die Firma bemüht sich sogar um Verbesserungen, schließt etwa in der Schweiz ein Abkommen über die automatische Zahlung von Kurtaxe ab. Das geschieht nicht freiwillig, sondern weil viele Städte inzwischen gegen die Expansion der Ferienwohnungsvermieter vorgehen. Nun kam noch der Appell aus der EU dazu (Bericht auf dieser Seite). Die Kritik und die geforderten Maßnahmen werden nicht dazu führen, dass die kollaborative Wirtschaft wieder verschwindet. Die Hoteliers müssen mit der neuen Konkurrenz leben. Nur langsam wird der Wettbewerb etwas fairer. Herzlich, Ihr Rolf Westermann

r.westermann@ahgz.de

**OST**  
Touristen entdecken Hotelperle in Neugattersleben  
Seite 29

Anzeige

**dbl service**  
Mietberufskleidung von DBL.  
Wir beschaffen, holen, bringen und pflegen Ihre Berufskleidung. Individuell, pünktlich und zuverlässig. Testen Sie unser Angebot. Rufen Sie an unter +49 800 310 311 0.  
info@dbl.de | www.dbl.de

**DOMETIC**  
**FÜR PERFEKTEN GÄSTESERVICE**  
DOMETIC MINIBARS & ZIMMERSAFES

Dometic GmbH In der Steinwiese 16 57074 Siegen Germany Phone +49 271 692 0 Fax +49 271 692 300 Email info@dometic.de

# Die Hotelmatratze für daheim ordern

## IHA-START-UP-AWARD

Beim diesjährigen Pitch haben die Gründer von Hotelshop.one die anwesenden Mitglieder des Hotelverbands Deutschland am meisten überzeugt. Das Start-up will das Shopping im Hotel digitalisieren.

**Hamburg.** Ob Duschgel, Wein oder sogar die Matratze: Im Hotel gibt es viele Dinge, die der Gast auch zu Hause gebrauchen kann. Also warum nicht alles auch gleich für die Zeit nach dem Aufenthalt verkaufen? Und damit noch zusätzliches Geschäft machen?

Das haben sich die Gründer des Start-ups Hotelshop.one gedacht und einen Webshop für Hotels konzipiert. Eine Idee, die bei vielen Hoteliers gut ankommt. Denn der Shopping als Sieger aus dem diesjährigen IHA-Start-up-Wettbewerb hervor, dessen Finale beim Innovation Summit im Rahmen des Jahreskongresses des Hotelverbands Deutschland (IHA) vergangene Woche im Hamburger Grand Elysée Hotel ausgetragen wurde. Dort konnten sich die drei Finalisten in einer jeweils fünfminütigen Präsentation den anwesenden Hoteliers vorstellen.

„Wir digitalisieren und professionalisieren das Shopping im Hotel“, erläuterte Patrick Deseyve, einer der Gründer und Geschäftsführer von Hotelshop.one. Das Unternehmen erstellt für jedes teilnehmende Hotel einen eigenen Webshop.

### Während und nach der Reise

Diesen erreichen die Gäste per QR-Code, beim Einloggen in das W-Lan des Hotels oder auch über ein Zimmertablet. Was genau dort verkauft wird, kann jedes Haus selbst entscheiden. Beliebt sind zum Beispiel Produkte des täglichen Bedarfs, wie etwa Handy-Ladekabel, Regenschirme oder Parfums. Auch Merchandising-Artikel des Hotels können in den Shop eingestellt werden. All diese Produkte werden direkt von der Rezeption, also noch während des Aufenthalts, geliefert. Die Gründer haben aber noch weiter gedacht. „Bett, Decke, Matratze in Hotelqualität – als Konsument konnten Sie das so bisher gar nicht kaufen“, sagt Deseyve.

### Verträge mit Zulieferern

Dazu schließt er Verträge mit Hotelzulieferern, deren Angebote ebenfalls in die Webshops eingepflegt und bei Bestellung vom Hersteller direkt zum Gast nach Hause geliefert werden. Eine Win-Win-Situation für alle Seiten: Die Zulieferer generieren zusätzliches Geschäft und das Hotel erhält für den Verkauf eine Provision. Als einen der ersten Kooperationspartner hierfür hat Hotelshop.one die Fränkische Bettwarenfabrik FBF gewonnen. Auch unter den Hotels gibt es

schon prominente Kunden, etwa das Böblinger V8-Hotel und die Lifestyle-Marke Me and All.

In den kommenden Monaten soll es mit der Expansion noch rascher vorangehen. Denn als Sieger des Start-up-Wettbewerbs erhalten die Gründer nicht nur eine Finanzspritze von 125.000 Euro, sondern auch ein Coaching über einen Zeitraum von zwölf Monaten. Die Fördersumme wird von den Venture-Capital-Gebern Howzat Asset Management, HR Ventures und Mairdumont Ventures gestellt. Weitere Finalteilnehmer beim Start-up-Award waren Hotelchamp und Liverate. Hotelchamp personali-



Foto: Hotelshop.one

siert Hotelwebseiten je nach Surfverhalten der Nutzer, um die Zahl der Direktbuchungen zu erhöhen. Liverate ermöglicht Hotels über Messaging-Dienst und per Chat-Bot mobil und automatisiert zu kommunizieren.

Erstmals hat die IHA neben dem Start-up-Award eine Produktinnovation von etablierten Zulieferern ausgezeichnet. Diese konnten sich, ebenso wie die Start-ups, in jeweils fünf Minuten dem anwesenden Fachpublikum von rund 350 Kon-

Möbiliar aus dem Hotel bestellen: Der Online-Shop von Hotelshop.one macht's möglich.

gressteilnehmern präsentieren. Gewinner ist die Firma Suitepad mit ihrem Lobby-Projektor. Dieser projiziert Hotelinformationen auf eine Fläche an der Rezeption. „Mit dem Innovation Summit unterzieht der Hotelverband neue Technologien, Servicelösungen und Produktangebote frühzeitig einem Praxischeck und motiviert zu entsprechenden Innovationen“, erläutert IHA-Vorsitzender Otto Lindner das Engagement des Verbandes.



Redakteurin  
**Raphaela Kwizinski**  
r.kwizinski@ahgz.de

Anzeige

## ECHE CHARAKTERSACHE.

**Immer eine Idee mehr: Teatro ist einzigartig charakterstark. Die opulente Stil-Ikone fügt sich gleichermaßen in ein klassisches Ambiente sowie als solitäres Highlight in jede andere Stilwelt.**

Immer eine Idee mehr

Nur eine Inspiration, die zeigt: VEGA ist der intelligente Komplettausstatter für Gastronomie, Hotellerie und Catering. Mehr Infos und der aktuelle Katalog unter [vega-direct.com](http://vega-direct.com)