

PRESSEMITTEILUNG

Best Western Plus Kurhotel an der Obermaintherme, Bad Staffelstein

Digitale Innovation im Kurhotel:

Serviceroboter entlasten Mitarbeiter

Mehr Zeit für den persönlichen Austausch Dank technischer Unterstützung: Das Best Western Plus Kurhotel an der Obermaintherme in Bad Staffelstein setzt auf Roboter, um seine Mitarbeiter zu entlasten. In den beiden Restaurants des Hotels bringen von nun an vier Serviceroboter das Essen zu acht Servicestationen und räumen die leeren Teller wieder ab. Damit sparen sich die Mitarbeiter viele Kilometer Laufstrecke und haben mehr Zeit, sich persönlich um die Gäste zu kümmern.

Bad Staffelstein, 08. November 2021. Futuristischer Hingucker und digitaler Helfer in einem: Im Best Western Plus Kurhotel an der Obermaintherme in Bad Staffelstein sind von nun an vier Serviceroboter im Einsatz. Damit wirkt Hotelchef Andreas Poth dem Mitarbeitermangel in der Gastronomie entgegen und entlastet mit der innovativen Unterstützung sein Servicepersonal. Die drei flinken Roboter-Helfer bringen Speisen von der Küche zu insgesamt acht Servicestationen in den beiden Restaurants, sodass das Servicepersonal die fertigen Teller nur noch entgegennehmen und servieren muss. Das Abräumen übernimmt ein vierter Abräumroboter, den die Mitarbeiter „Charlie“ getauft haben – in Anlehnung an die Serie und Filmreihe „Drei Engel für Charlie“. Die drei Serviceroboter sind entsprechend die „Drei Engel“ im Kurhotel.

Der Einsatz der Roboter spart pro Abend etliche Kilometer Laufstrecke und Zeit, die Poth und seine Mannschaft nicht haben. Denn aufgrund des langen Lockdowns sucht der Hotelchef dringend nach Mitarbeitern. Gleichzeitig ist die Nachfrage der Gäste gestiegen und an vielen Tagen geht die Auslastung in den Restaurants gegen 100 Prozent. Dabei wurden die Plätze bereits reduziert, da das volle Aufkommen gar nicht zu bewältigen wäre. Hier kommen die Roboter ins Spiel. „Coronabedingt haben wir aufgrund der hohen Nachfrage zwei Tischzeiten und wenn manchmal 60 Gäste vor dem Restauranteingang stehen, um eingelassen zu werden, bedarf das Zeit und Manpower. Mit unseren drei

digitalen Engeln geht es viel schneller: Unsere Oberkellnerin begrüßt jeden persönlich, gibt dann die Tischnummer in den Roboter ein und dieser bringt die Gäste zu ihrem Tisch, wo schon der Kellner wartet und sie in Empfang nimmt. Dieser kann dann gleich Getränke aufnehmen und für die Gäste da sein. Auch im Verlauf des Abends sind die Roboter eine Klasse Unterstützung, denn das Personal hat dadurch mehr Zeit, um am Gast zu bleiben, um Getränke, Aperitifs, Digestivwagen oder Käsewagen anbieten zu können“, berichtet Poth.

Digitale Hilfe mit sanfter Stimme

Die Serviceroboter, die in China gefertigt und in München vertrieben werden, sind noch neu in Deutschlands Gastronomie-Landschaft. Dabei erleichtern sie die Tätigkeiten des Personals merklich: „Unser Abräum-Roboter schafft insgesamt 60 Kilogramm leeres Geschirr auf einer Tour in die Küche. Allein beim Frühstück haben wir, so schätze ich, ein Aufkommen von rund 1.200 Kilogramm. Damit entfallen nicht nur die Laufwege, sondern unsere Mitarbeiterinnen beim Frühstück müssen auch nicht mehr so schwer tragen, was sonst schon einmal auf die Gelenke ging“, sagt Poth. Somit, so ist der Hotelchef überzeugt, macht die digitale Unterstützung das Berufsbild des Servicemitarbeiters wieder attraktiver. Denn mit Unterstützung der Roboter haben alle mehr Zeit, sich um die Gäste zu kümmern und aufmerksame Gastgeber zu sein. „Der Blick geht nach vorne und doch back to the roots“, meint Geschäftsführer Poth dazu, der selbst einmal mit einer Ausbildung zum Kellner in die Hotellerie eingestiegen ist und nach erfolgreich abgeschlossener Lehre zunächst als Commis de Rang die Essen bis zur Servicestation gebracht hat – genau das, was heute die Drei Engel übernehmen.

Bevor die digitalen Helfer in Betrieb gingen, hatte das Team im Kurhotel Bereiche aufgeteilt und Laufrouen definiert. Diese wurden über den Dienstleister, die Firma Digpanda aus München, dann auf Karten abgebildet, anhand derer sich die Roboter orientieren. Zusätzlich sind überall im Kurhotel rund 150 kleine Chips in die Wände eingelassen. Mit speziellen Smartwatches, die die Mitarbeiter tragen, können sie die Roboter über die Chips zu den jeweiligen Stationen holen, zum Beispiel in den Tagungsbereich oder auch an die Bar, wo „Charlie“ dann das Leergut abräumt. Die batteriebetriebene Laufzeit reicht bis zu 24 Stunden, ehe es zum Laden an die Steckdose geht.

Drei Engel mit Selfie-Faktor

Mit niedlichem Katzengesicht und sanfter Stimme sind die Roboter ein aufmerksamkeitsstarker Hingucker für viele Gäste, die Selfies mit ihnen machen oder sie beim „Laufen“ mit dem Handy filmen. Gäste aller Altersgruppen stehen der innovativen Technik aufgeschlossen gegenüber. Die Reaktionen sind positiv und die Menschen sind gespannt auf die Neuerung im Kurhotel. Diese Offenheit freut Hotelchef Andreas Poth und sein Team besonders. „Einige Gäste nehmen sogar Wartezeiten in Kauf, weil sie unbedingt von einem Engel an den Tisch gebracht werden möchten. In dieser Zeit kann ich mich nach ihrem Aufenthalt erkundigen oder noch mal einen Ausflugstipp für den Tag geben“, erzählt Nathalie Bauer, Direktionsassistentin mit Schwerpunkt HR und F&B.

Pressekontakt im Hotel:

Best Western Plus Kurhotel an der Obermaintherme
Andreas Poth, Geschäftsführer
Am Kurpark 7, 96231 Bad Staffelstein
Telefon (09573) 3330, Fax (09573) 333299
E-Mail: info@kurhotel-staffelstein.de
Internet: www.kurhotel-staffelstein.de

Das folgende Pressebild steht für Sie zum Download zur Verfügung:



Digitale Engel im Best Western Plus Kurhotel an der Obermaintherme: Küchenchef Fabian Wallner schickt mit dem Serviceroboter ein Essen ins Restaurant.

Weiteres Bildmaterial steht zum Download bereit unter:
www.bestwestern.de/Bildmaterial

Über Best Western Hotels & Resorts:

Best Western Hotels & Resorts mit Hauptsitz in Phoenix, Arizona, ist eine Hotelmarke innerhalb der BWH Hotel Group, dem Markendach für die drei weltweiten Markenfamilien Best Western Hotels & Resorts, WorldHotels Collection und SureStay Hotel Group mit einem globalen Netzwerk von rund 4.700 unabhängigen Hotels in rund 100 Ländern weltweit. Insgesamt gehören zur Markenfamilie BWH Hotel Group weltweit 18 Hotelmarken, die die Anforderungen und Bedürfnisse von Hotelentwicklern und Gästen in aller Welt erfüllen: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Executive Residency by Best Western, Vib, GLo, Aiden, Sadie, BW Premier Collection und BW Signature Collection sowie WorldHotels Luxury, WorldHotels Elite, WorldHotels Distinctive und WorldHotels Crafted. Zudem ergänzen die Marken Sure Hotel, Sure Hotel Plus, Sure Hotel Collection und Sure Hotel Studio das Portfolio der Gruppe.** Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das passende Markenkonzept aus dem Markenangebot von drei eigenständigen Markenfamilien auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Hotelauswahl. Alle Hotels unter dem Dach der BWH Hotel Group weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Die BWH Hotel Group bietet Hoteliers weltweit operative Dienstleistungen sowie Vertriebs- und Marketing-Unterstützung sowie mehrfach ausgezeichnete und preisgekrönte Online- und mobile Buchungsmöglichkeiten und die Kundenbindungsprogramme Best Western Rewards und WorldHotels Rewards.*

Die BWH Hotel Group Central Europe GmbH, vormals Best Western Hotels Central Europe GmbH, mit Sitz in Eschborn betreut insgesamt rund 270 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter dem gemeinsamen Unternehmensdach. Neben dem deutschen Hauptsitz in Eschborn gibt es ein regionales Länderbüro in Wien, Österreich. Alle Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Gruppe und der verschiedenen Marken garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre Eigenständigkeit.

Als Dienstleistungspartner von Hotels verfolgt die BWH Hotel Group das Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerhotels zu steigern. Über den Markenanschluss profitieren die einzelnen Hotels von den umfassenden Marketing- und Verkaufsaktivitäten für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen. Für alle Marktsegmente werden modernste Vertriebs- und Kommunikationswege bereitgestellt. Alle Hotels sind über elektronische Distributionssysteme in den weltweiten Reservierungssystemen sowie im Internet und Partner optimal präsentiert und buchbar. Außerdem profitieren Hotels von dem stetigen Ausbau der eigenen Vertriebskanäle und der Social Media Aktivitäten, strategischem Revenue Management, eigenen Reservierungszentralen, Qualitätsberatung und einem umfassenden Schulungsangebot. Die Loyalitätsprogramme für Vielreisende, Best Western Rewards und WorldHotels Rewards, mit weltweit mehr

Seite 5 von 5 der Pressemitteilung: Digitale Innovation im Kurhotel: Serviceroboter entlasten Mitarbeiter

als 47 Millionen Mitgliedern, gehören zu den größten Kundenbindungsprogrammen der Reisebranche.

Weitere Informationen: www.bwhhotelgroup.de und www.bestwestern.de

** Die Zahlen sind Schätzwerte, die schwanken können und Hotels beinhalten, die sich derzeit in der Entwicklungspipeline befinden.*

***Alle Hotels der Marken Best Western, WorldHotels und Sure Hotels sind privat geführt und werden unabhängig betrieben. Außerhalb von Europa werden die Hotels der Marken Sure Hotels mit dem Namen SureStay geführt.*

Weitere Informationen und Pressekontakt:

BWH Hotel Group Central Europe GmbH

Deutschland | Kroatien | Liechtenstein | Luxemburg | Österreich | Slowakei | Slowenien | Schweiz | Tschechien | Ungarn

Anke Cimal, Head of Corporate Communications
Sophie Elise Pauly, Manager Corporate Communications
Frankfurter Straße 10-14, 65760 Eschborn, Deutschland
Tel. +49 (61 96) 47 24 -301, Fax +49 (61 96) 47 24 129
E-Mail: presse@bwhhotelgroup.de
Internet: www.bwhhotelgroup.de www.bestwestern.de/presse