

Hotelier-SERIE:
DAS BETT IM HOTEL (TEIL 6)

Das Geld im Schlaf verdienen?

«Bett und Bettwäsche rangieren im Rahmen der Investitionsplanung in der Hotellerie oft noch hinter der Blumenvase», sagt der Schlafkomfort-Experte Jens Rosenbaum. «Doch wer mit dem Bett verdienen will, muss darin auch investieren.» Lesen Sie im sechsten Teil der «Hotelier»-Serie, welche Finanzierungsinstrumente dem Hotelier bei der Beschaffung von Betten und Bett-Textilien zur Verfügung stehen.

TEXT Jens Rosenbaum



Wenn ein Hotel als wirtschaftliches Unternehmen betrieben werden soll – was nur jedem Gastgeber zu raten ist –, sollte sich der Hotelier bei wirtschaftlichen Entscheidungen auch an den Grundsätzen kaufmännischen Handelns orientieren. Und im Bereich Einkauf gehören dazu zum Beispiel folgende Grundsätze:

1. Handelt es sich um einen Produktionsfaktor, muss ihm die Aufmerksamkeit zuteil werden, die seiner Stellung in der Produktionskette entspricht.
2. Je unverzichtbarer ein Produktionsfaktor ist, desto mehr muss der Qualität Beachtung geschenkt werden.
3. «Leistung von» und «Eigentum an» einem Produktionsfaktor sind betriebswirtschaftlich getrennt zu behandeln, wenn sich daraus ein Vorteil ergibt.

Nehmen wir zur Verdeutlichung ein Unternehmen der Transportbranche. Geht es dort um die Anschaffung eines neuen LKWs, ist dies Chefsache. Denn ohne LKW gibt es keine Transporte, er ist der wichtigste Produktionsfaktor, ohne ihn

«WENN WIRKLICH KEIN GELD DA IST, WOHER KOMMEN DANN DIE DESIGNERMÖBEL, KOSTENLOSES W-LAN, FLACHBILDSCHIRM UND 24-STUNDEN-SPA, DEN KEINER NUTZT?»

JENS ROSENBAUM

kein Transportunternehmen. Daher wird vor der Beschaffung genau ermittelt, welche Leistungen benötigt werden und welche Ausstattung gebraucht wird. Und dann wird intensiv geprüft und ausgiebig Probe gefahren. Wer sich unsicher ist, lässt sich zudem von Fachleuten beraten. Da die Existenz des Unternehmens davon abhängen kann, wird alles unternommen, um die richtige Entscheidung zu treffen. >

Und er ist unverzichtbar, der LKW. Wenn er nicht läuft, kann kein Auftrag abgewickelt werden. Daher muss die Qualität so gut sein, dass sowohl die Möglichkeit von Ausfällen, auch bei Details, so minimal wie möglich ist und gleichzeitig die geforderte Leistung bestmöglich erbracht werden kann. Aber man muss ihn nicht besitzen, den LKW. Das Transportunternehmen benötigt nur die Leistung eines LKWs, es sammelt diese aber nicht unbedingt. Daher wird das Fahrzeug finanziert, zum Beispiel durch Leasing, und auf diesem Wege auch alle Serviceleistungen gleich mit. Denn das Interesse des Unternehmens in der Transportbranche besteht nur daran, die bestmögliche Transportleistung zur Verfügung zu haben und sich im Idealfall nur auf den Transport zu konzentrieren. Service und Wartung, zum Teil sogar das gesamte Fuhrparkmanagement werden ausgelagert, weil es oft wirtschaftlicher ist.

Wenn ein Hotel ein Wirtschaftsunternehmen ist, sollte es auch so handeln

Warum nun in einer Hotelfach-Zeitschrift dieser Ausflug in die Welt der Transportindustrie? Um zu verdeutlichen, dass für ein Hotel als Wirtschaftsunternehmen die gleichen Grundsätze gelten sollten. Denn wo dies nicht der Fall ist, wird Geld verschenkt und/oder man bleibt unter seinen Möglichkeiten – oder irgendwann sogar auf der Strecke.

Oft rangiert das Bett im Hotel hinter der Blumenvase!

Übertragen wir doch jetzt mal diese Grundsätze des obigen Beispiels auf das Hotel. Hierbei muss das Bett zwingend als der Produktionsfaktor Nummer eins behandelt werden. Denn: Ohne Betten keine Gäste! Daher sollte die Beschaffung von Betten auch im Hotel Chefsache sein – inklusive Bedarfsermittlung. Es gibt ja, wie bei den LKWs, auch bei Betten grosse Unterschiede! Tatsache ist leider, wie im Rahmen dieser «Hotelier»-Serie bereits erläutert, dass Bett und Bettwäsche im Rahmen der Investitionsplanung oft noch hinter der Blumenvase rangieren – und kümmern tut sich dafür der Einkauf. Verglichen wird oft nur der Preis, um sich dann für das billigere Pseudo-Boxspring zu entscheiden. Probeliegen? Fehlanzeige!

Am Bett wird in der Hotellerie gespart, was das Zeug hält

Dabei ist das Bett unverzichtbar, und von der Qualität aller Bettkomponenten wie Matratze, Kissen, Unterfederung und Bettwäsche hängt nicht weniger ab, als der Erfolg einer ganzen Übernachtung. Durchgelegene Betten (Neuanschaffung zu lange hinausgezögert?) oder zu feste Matratzen (aus Sparsamkeit extrafest gekauft, damit sie möglichst lange halten?)

sind ein klarer Qualitätsmangel, ebenso schlechte, weil billige Bettwäsche oder fehlende Nackenkissen. Das alles wirkt sich auf die Qualität der Nachtruhe aus und somit auf die Bewertung des Gastes, der ja nur aus einem einzigen Grund das Zimmer gebucht hat: ein Bett für die Nacht. Ebenso die Qualität der Hygiene, weil auch das Investitionsgut Bett einer Pflege bedarf. Oder Leerstände, weil schmutzige Matratzen nicht schnell oder gar nicht gereinigt werden können. Löcher in der Bettwäsche, weil auch diese alt geworden ist? Wer die Branche kennt weiss, dass am Bett gespart wird, was das Zeug hält, obwohl es der wichtigste Produktionsfaktor ist. Würde ein vernünftiger Kaufmann so handeln?

Je mehr Qualität im Bett steckt, desto effektiver das Hotel

Dabei liesse sich das Bett punkto Qualität gehörig aufrüsten. Denn neben einer, der individuellen Abnutzung angemessenen Neuanschaffung, kann durch Investition in die richtige Qualität (und deren Pflege) auch der Zyklus einer notwendigen Neuanschaffung verlängert werden. Bei allen Bettkomponenten findet sich zudem eine grosse Bandbreite unterschiedlicher Ausführungen, sowohl hinsichtlich Optik als auch Funktionalität. Mit der richtigen Qualität kann man dann logischerweise auch mehr Gäste für seine Betten und damit sein Haus begeistern. Wer in Qualität investiert, kann also nicht nur Geld sparen, sondern das Investitionsgut «Bett» auch zur besseren Entfaltung bringen. Es liegt also am Hotelier, ob er sich für eine billige, oder eine kaufmännisch sinnvolle Lösung entscheidet und seine Betten zu seinen Visitenkarten macht.

Je wirtschaftlicher das Bett betrieben wird, desto effizienter das Hotel

Oft wird das Argument der >

Hotelier info

INVESTITIONSFREIES BETTSYSTEM KOSTENBEISPIEL

Der Hotelier erhält ein gesamtes Bett (zum Beispiel 90 x 200 cm) mit Bettrahmen und Lattenrost, Husse («Rock» um den Bettrahmen – waschbar), Matratze mit Kissen, Bettdecke und alle Bettwäsche. Inbegriffen ist auch das Reinigen aller Komponenten (Ausnahme: Duvet-Inhalt = optional) in regelmässigen Abständen:

CHF 0.60 = Bettwäsche inkl. Duvet-/Kissenbezug und Duvet-Inhalt.

CHF 0.40 = Bett inkl. Bettrahmen und -lattenrost, Füsse, Husse, Matratze & Kissen.

CHF 2.95 = regelmässiges Waschen der Bettwäsche sowie Matratze und Kissen.

CHF 3.95 = **Totalkosten* inkl. Finanzierung pro Bett/Nacht.**

Fazit: Für nicht einmal **4 Franken pro Nacht und Bett** bekommt der Gast den gesündesten und saubersten Schlaf in der Schweizer Hotellerie – alles aus einer Hand.

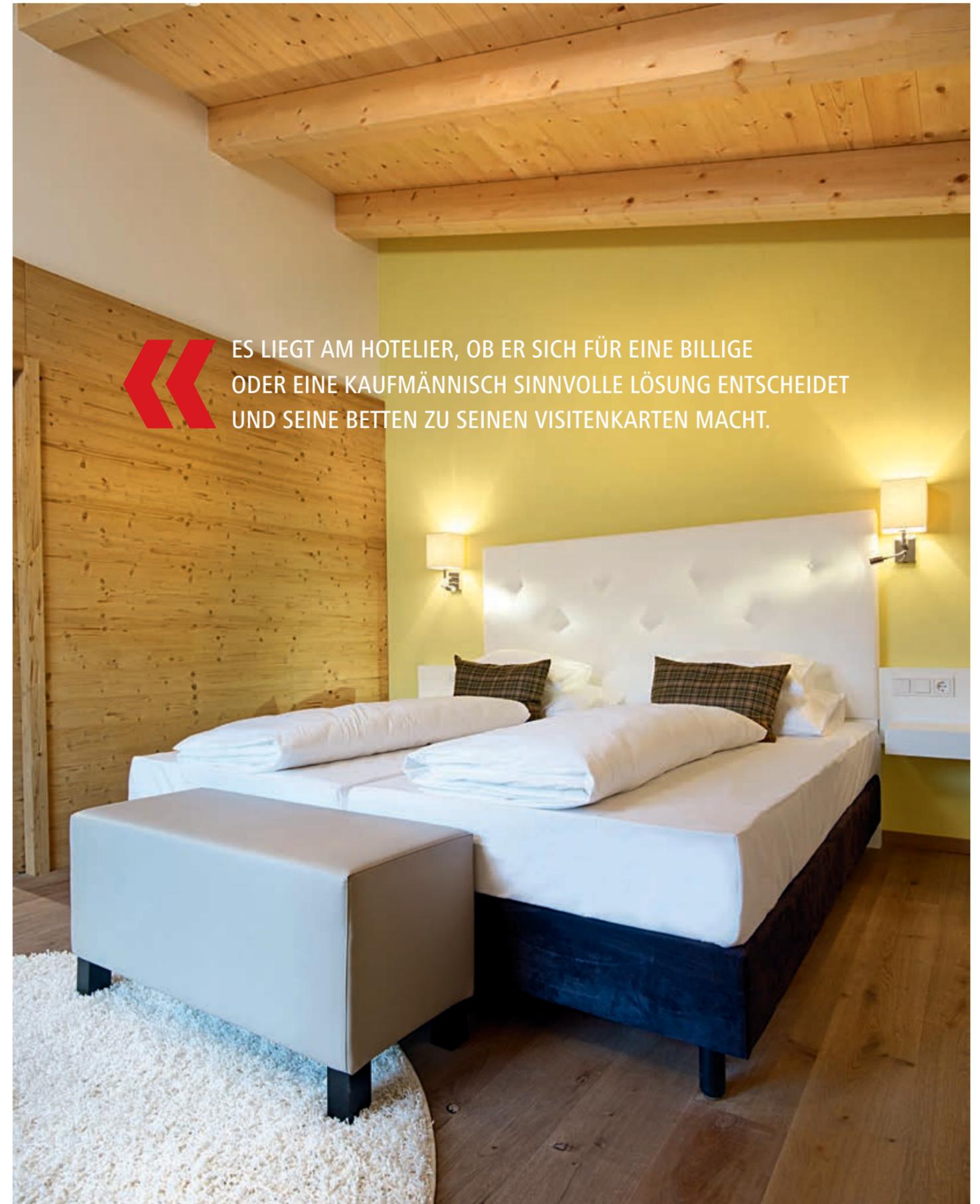
Weitere Informationen:
schwob@swissfeel.com

*) Das Beispiel beruht auf einer mittleren Qualität der Produkte sowie einer mittleren Hotelzimmerauslastung von 50 Prozent. Die Waschleistung wie auch weitere getroffene Annahmen müssen individuell definiert werden.

Hotelier umfrage

HOTELGÄSTE LEGEN WERT AUF GUTES BETT

Egal, wie das Hotel der Zukunft aussieht, es wird auch weiterhin von der ursprünglichen Idee geprägt sein, Gästen eine bequeme Schlafstätte zu bieten. Im Rahmen der Projektstudie «Future Hotel – Visionen und Lösungen für die Hotels von morgen» hat HRS, Europas grösstes Hotelportal, eine Umfrage durchgeführt. Dabei wurden rund 3000 HRS-Nutzer nach Ihren Anforderungen und Erwartungen, die sie jetzt und in Zukunft an den Hotelaufenthalt stellen, befragt. In einem Punkt waren sich die Teilnehmer der bisher unveröffentlichten Studie einig: 98 Prozent legen Wert auf ein gutes Bett, in dem sie erholsamen Schlaf finden. Immerhin die Hälfte wäre sogar bereit, für ein nach ihren Vorstellungen ideal ausgestattetes Bett mehr zu bezahlen. Durchgelegene Matratzen sind der Schlaf-Killer Nummer 1: Die Matratzenqualität ist daher für 99,7 Prozent aller befragten Hotelgäste wichtig bis sehr wichtig. Doch auch Bettwäsche aus hochwertigen Textilien, die Bettgrösse und eine Auswahl an verschiedenen Kopfkissen sollten Hoteliers im Auge haben, um ihre Gäste glücklich zu machen. Damit die Schlafsuchenden ungestört ins Land der Träume gelangen, sollte auch die Zimmertechnik, so zum Beispiel Fernseher und Licht, vom Bett aus gesteuert werden können.



ES LIEGT AM HOTELIER, OB ER SICH FÜR EINE BILLIGE ODER EINE KAUFMÄNNISCH SINNVOLLE LÖSUNG ENTSCHEIDET UND SEINE BETTEN ZU SEINEN VISITENKARTEN MACHT.

Kosten angeführt, um zu erklären, dass für das Bett und dessen Pflege kein Geld vorhanden sei. Dies könnte der Transportunternehmer auch behaupten, aber der ist ja schon klüger, und nicht wenige fahren daher stets nagelneue Mercedes, MAN oder andere, saubere LKWs. Das Argument der Kosten darf daher aus zwei Gründen nicht gelten:

1. Wenn wirklich kein Geld da ist, woher kommen dann die Designermöbel, die vierte Wurst beim Frühstücksbuffet, kostenloses W-LAN, Flachbildschirm und 24-Stunden-Spa, den keiner nutzt? Wenn das Budget so knapp ist, dass für die Betten kein oder fast kein Geld mehr da ist, dann bitte gleich schließen oder ein Schild an die Tür hängen mit der Aufschrift: «Zimmer zu vermieten, Bett muss mitgebracht werden!»
2. Auch der Transportunternehmer hat für die zehn neuen LKWs das Geld nicht in der Portokasse. Aber für ihn und alle anderen Branchen wurde schon vor Jahrzehnten eine Lösung erfunden, die heute absoluter Standard ist: Leasing oder Miete – Nutzen, aber nicht Besitzen. Wenn es um Produktionsfaktoren geht, mit deren Einsatz Geld verdient wird, lohnt es sich zugunsten der Qualität diese Form der Beschaffung zu wählen, und oft ist dies, in der Gesamtbetrachtung, auch die wirtschaftlichere Lösung. Der komplette Rest der Wirtschaftswelt nutzt seit Jahrzehnten zunehmend dieses Finanzierungsinstrument. Es wird Zeit, dass auch die Hotellerie sich damit beschäftigt.

Betten-Leasing im Hotel? Noch kein Thema

In Teilen ist das Thema Miete oder Leasing im Hotel ja schon Praxis, aber eben nicht beim Bett. Zwar wird die Bettwäsche, in Verbindung mit der Reinigung, auch hierzulande immer öfters auf Mietbasis zur Verfügung gestellt. Doch haben viele Hoteliers hier noch nicht erkannt, welchen Hebel sie in der Kombination von Qualität und Kosten in der Hand halten. Statt es nur als reines Sparmodell anzusehen oder gar als Notlösung bei knapper Liquidität, sollte das Augenmerk darauf gelenkt werden, dass sie ihren «Fuhrpark» aufrüsten und wirtschaftlich optimal betreiben können, wenn sie die angebotenen Leistungen intelligent nutzen.

Addiert man die Komponenten eines Bettes inklusive damit verbundener Serviceleistung

DER AUTOR Jens Rosenbaum ist diplomierte Schlafberater der Akademie LDT Nagold und selbstständiger Unternehmensberater. Seine



Schwerpunkte sind Marktuntersuchungen und Konzepte für gesundheitsorientierte, orthopädische Bettwaren in Einzelhandel und in der Hotel- und Pflegeindustrie.

www.swissfeel.com



Hotelier gastkommentar

VERSCHLAFEN?

Innerhalb der Serie «Das Bett im Hotel» (Teil 3) wurde über das individualisierbare Hotelbett der Luxushotelgruppe Four Seasons berichtet. Es freut mich natürlich, dass eine solch prestigeträchtige und renommierte Hotelgruppe den Erholungswert des Schlafes für den Hotelgast in den Mittelpunkt ihrer Überlegungen und Service-Standards stellt. Ob Four Seasons diese «Weltneuheit» lanciert hat, mag der Leser entscheiden.

Die Nachfrage nach individualisierten Schlafstätten ist im Markt bekannt. Bislang konnte allerdings niemand eine wirklich überzeugende Lösung anbieten. Auch ein Angebot von drei unterschiedlichen Härtegraden verspricht nicht den maximalen persönlichen Komfort.

Wir verfolgen bei Swissfeel seit Jahren das Ziel, jedem Schlafenden einen wirklich individualisierten Schlafkomfort (individuell verstellbare Betten, auch während der Nutzung) anzubieten. Dank der Kombination einer Matratze aus Schweizer Mineralschaum und einem stufenlos verstellbaren Lattenrost kann das grösstmögliche Spektrum an Personen mit unterschiedlichen Körpermassen (Gewicht, Statur, Grösse) abgedeckt werden.

Ein weiteres Problem beschäftigt die Hotelindustrie seit Jahr und Tag: die Hygiene. Ein Bett, das seit fünf Jahren im Hotel zum Einsatz kommt, hat bereits rund 1000 Hotelgäste beherbergt. Wir beschreiten hier neue Wege, indem die Matratzen regelmässig gewaschen werden, so wie wir alle unsere Kleider waschen.

Damit stellen wir den Hotels eine Gesamtlösung für das Bett im Hotel zur Verfügung. Gemeinsam mit unserem Exklusivpartner Schwob bieten wir in der Schweiz die gesamte Wertschöpfungskette aus einer Hand an. Dies bedeutet, dass der Hotelier nur einen Ansprechpartner für die Lieferung und den Unterhalt des gesamten Bettsystems hat. Unter dem Strich bringt dieses Bettsystem den Hotels mehr Bett und damit auch mehr Gäste!

Philipp Hangartner

Geschäftsführer Swissfeel AG

hangartner@swissfeel.com

www.swissfeel.com

– zum Beispiel Pflege und Wartung samt Abhol- und Bringdienst – und lässt externe Fachleute dafür die Verantwortung übernehmen (so macht es ja auch der Transportunternehmer mit seinem LKW), kann der Hotelier seinen Gästen ein stets perfektes Bett bieten – zu kalkulierbaren Kosten, die er locker verdient hat, bis er die monatliche Rate zahlt. Und Sorgen, dass seine Betten nicht laufen oder eine Panne haben, muss er sich nicht mehr machen. Und im schlimmsten Fall sorgt die Mobilitätsgarantie zügig für Ersatz.

Wer jetzt noch Bedenken hat, der riskiere einen Blick auf die Strasse: Die dort fahrenden LKWs sind im Schnitt deutlich jünger als die Betten in unseren Hotels.

Fazit: Wer seinen wichtigsten Produktionsfaktor glaubt vernachlässigen zu können, wird nie das Geld verdienen, was sonst bei Beachtung der kaufmännischen Grundsätze möglich wäre. **H**

INSERATE_SEITE