

Die Expertin weiss Rat

# Handy-kompatibler Auftritt



**LESLIE MÜLLER**  
ist Product Managerin bei STC. Sie beantwortet an dieser Stelle alle zwei Wochen Fragen rund um STC und deren Dienstleistungsangebot.

**Rund die Hälfte aller weltweiten Hotelbuchungen passieren über das World Wide Web. Und weil immer mehr Gäste ihr Zimmer direkt über das Handy buchen, ist ein mobile-kompatibler Online-Auftritt im Kampf um Neukunden heute matchentscheidend.**

Laut einer Google-Studie recherchieren über 90 Prozent der Buchenden im Laufe ihrer Reisevorbereitung online. Gebucht wird zwar weiterhin auch gerne offline, doch viele holen sich die Inspiration im Netz und greifen dann für die Buchung lieber zum altbewährten Telefonhörer. Fazit: Der Webauftritt beeinflusst längst nicht mehr nur die Internet-Junkies der iPhone-Generation. Selbst die traditionsbewussten Telefonbücher nutzen mittlerweile die schier unendliche Informationsvielfalt des Internets. Verständlich, denn wie könnte man



**Immer mehr Kunden wollen via Mobile-Gerät direkt auf der Hotel-Website buchen.**

eine Unterkunft besser auf Herz und Nieren prüfen als über das Web? Und dass diese dann teils besser über die Preise im Bilde sind als die eigene Reservationsabteilung, ist unerschön aber wahr. Nicht selten sitzen die Gäste während des Anrufs nämlich vor einem Bildschirm, sei es am PC oder zunehmend auch am Handy. Damit ist klar: Ein professioneller, insbesondere mobile-kompatibler Online-Auftritt ist unumgänglich.

## Woher kommt der Trend zur Buchung über Mobile-Geräte?

Während in den USA 2012 nicht einmal ein Prozent aller Buchungen über ein Mobile-Gerät getätigt wurden, passiert heute bereits jede fünfte Buchung am Handy- oder Tabletscreen! Obschon für Europa noch Zukunftsmusik, ist dies zweifelsohne ein unaufhaltsamer Trend. Zwei Hauptfaktoren sind dabei ausschlaggebend: Einerseits ist die Anzahl benutzter Mobile-Geräte regelrecht explodiert. Kaum jemand kann sich noch ein Leben ohne Smartphone vorstellen. Viele lassen sich unterwegs von Reisen inspirieren. Fixe Desktops finden sich zwar noch in fast jedem Haushalt, doch mobile Gadgets nehmen klar überhand.

Andererseits wurde die Übertragungsgeschwindigkeit der Internetverbindungen

- 4G-Technologie sei Dank - vervielfacht und hat sich das Wifi-Netz stark ausgebreitet.

## Wie kann ich als Hotelier davon profitieren?

Ermitteln Sie, wie der Gast auf Ihre Hotel-Homepage gelangt. Dabei hilft Google Analytics. Über Ihren kostenlosen Account erfahren Sie, wo und wie Ihre Kunden Sie im Internet-Wirrwarr finden. Sie werden staunen, wie viele Ihrer Webseitenbesucher dazu ein Mobile-Gerät benutzen. Die Erfahrung zeigt: Aktuell sind rund drei Viertel aller Schweizer Hotel-Webseiten nicht mobile-tauglich. Mit einer mobile-fähigen Website gelten Sie hierzulande als regelrechter Pionier. Der Return on Investment liegt entsprechend hoch. Doch was heute noch als innovativ gilt, wird morgen bereits zur Grundvoraussetzung. Nutzen Sie also die Gunst der Stunde und investieren Sie jetzt in Ihren Online-Auftritt.

Wir empfehlen, die gesamte Website im Responsive-Design aufbauen zu lassen. Damit passt sich die Homepage erstens nicht nur automatisch an die Bildschirmgröße sämtlicher Endgeräte an, egal ob Tablet oder Smartphone, Apple oder Android. Und zweitens ersparen Sie sich, im Gegensatz zur separaten mobilen Website, auch die mühsame Pflege von mehreren Website-Versionen. Agenturen wie Positioner, Ennit oder die Direct Booking Experts bieten mobile-fähige Lösungen, spezialisiert auf die Hotellerie.

## Weshalb lohnt sich die Investition gleich doppelt?

Auf dem Weg zur Buchung nehmen die Kunden rund zehn Hotel-Websites genauer unter die Lupe. Anders gesagt: Als Hotelier kämpfen Sie mit rund neun Mitstreitern um die Gunst

eines einzigen Neukunden. Zu erklären, wie wichtig solch neue Gäste für das Überleben eines Hotels sind, erübrigt sich. Und wie gelangt man am effektivsten und kostengünstigsten an Neukunden? Natürlich online. Ihre Homepage ist also der Schlüssel zum Erfolg.

Während die Umsätze in der Schweizer Hotellerie in den letzten Jahren eher stagnierten, steigen die Kommissionszahlungen stetig an. Kehren Sie den Trend um und erhöhen Sie mittels professioneller Website die Anzahl der Direktbuchungen. Mit einer benutzerfreundlichen und anpassungsfähigen Homepage stärken Sie das lukrative Direktgeschäft und sparen gleichzeitig eine Menge an Kommissionskosten. Sie profitieren folglich doppelt - Grund genug, sich noch heute zu rüsten!

## STC als kompetente Dienstleistungs-Partnerin

STC Switzerland Travel Centre, eine Tochtergesellschaft von hotelleriesuisse, SBB und Schweiz Tourismus, vertreibt Schweizer Hotel- und Bahndienstleistungen weltweit. STC bietet Schweizer Hotels einen einfachen und kostengünstigen Zugang zu Direktkunden und Veranstaltern weltweit sowie zu attraktiven Angebotskampagnen in der Schweiz.



Haben Sie Fragen an STC?  
Telefon 043 210 55 15  
(Mo-Fr, 8-17 Uhr)

E-Mail:  
hotelhelpdesk@stc.ch

## MARKTNOTIZEN



Der Campari-Kalender ist einer der begehrtesten Kunstkalender der Welt.

## Campari-Kalender 2015 mit Eva Green

Campari und Titel-Star Eva Green enthielten offiziell die zwölf aufregendsten Bilder des Campari-Kalenders 2015, der unter dem Motto «Mythology Mixology» steht.

In der 16. Ausgabe des Kult-Kalenders wird die faszinierende Geschichte der zwölf beliebtesten Cocktail-Klassiker mit Campari geehrt.

Im kommenden Jahr gewähren die aufwendig gestalteten Kalenderbilder Einblick in bislang unbekannte Geschichten hinter beliebten Cocktail-Rezepten, die vom klassischen Negroni über den spritzigen Campari Soda bis hin zum modernen Campari Orange Passion reichen.

Die Protagonistin Eva Green präsentiert diese in einer Reihe eindrucksvoller Outfits, die von namhaften Designern wie Vivienne Westwood oder Versace entworfen wurden. Eva Green über ihre Arbeit an dem prestigeträchtigen Kalender: «In diesem Jahr sind die Geschichten näher denn je am Herzen von Campari, und ich fühle mich geehrt, ein Teil davon zu sein.»

Die Bilder des Kalenders wurden von Julia Fullerton-Batten, einer weltweit anerkannten Kunst-Fotografin geschossen. Sie ist die erste Frau überhaupt, die für einen Campari-Kalender hinter der Kamera stand. Julia

unverwechselbarer Stil aus kreativen Sets und cineastischer Beleuchtung spiegelt sich in jedem Bild zum diesjährigen Thema Mythology Mixology.

[www.campari.com](http://www.campari.com)

## Schweizer Gemüse und Früchte

Bei einer Betriebsbesichtigung der Bischofszell Nahrungsmittel AG (BINA) haben sich die beiden Thurgauer Nationalräte Hansjörg Walther und Markus Hausammann ein Bild über die industrielle Nahrungsmittel-Produktion gemacht. Im Vordergrund standen dabei die Herausforderungen in der Zusammenarbeit mit der Schweizer Landwirtschaft und die Internationalisierung.

### Vielfältiger Gemüseanbau

Die BINA setzt wenn immer möglich auf Schweizer Rohstoffe. Im 2013 hat die Verarbeiterin in Bischofszell über 14000 Tonnen von 14 unterschiedlichen Gemüsesorten aus der Schweiz übernommen. Dank der strategischen Zusammenarbeit mit der Migros konnten bis heute ca. 75% des gesamten Tiefkühlgemüses der Migros auf Schweizer Rohstoffe umgestellt werden. Die beiden Nationalräte waren beeindruckt von der Vielseitigkeit der Nahrungsmittelverarbeitung im Kanton Thurgau und haben sich an den aktuellen Herausforderungen der Verarbeitungsindustrie sehr interessiert gezeigt.

[www.bina.ch](http://www.bina.ch)



Hansjörg Walther und Markus Hausammann zu Besuch bei der BINA.



Die praktische Portionsgrösse dank einfacher Handhabung.

## 4 neue Dressings von Hügli

Das Salat-Buffer - eine kulinarische Visitenkarte. Entscheidend dabei ist nicht nur das Angebot an verschiedenen Salaten, sondern vor allem das Angebot und die Qualität an Salatsaucen. Mit den 4 neuen, fixfertigen «Salafine»-Dressing-Sorten stellt die Hügli Nahrungsmittel AG ein Sortiment, bei dem man sagen kann: Wie hausgemacht.

Das Highlight der neuen «Salafine» Dressings ist das **Maison Dressing!** Es besticht durch die auserlesenen Zutaten und die feine, milde Curry-Note. Diese verleiht dem Maison Dressing einen einzigartigen, würzigen Geschmack. Ein Klassiker ist das cremige und schmackhafte **French Dressing Kräuter**. Dieses zeichnet sich durch die delikaten sowie visuell ansprechenden Kräuter aus. Auch für Personen mit Lebensmittelunverträglichkeiten hat Hügli zwei neue Dressings lanciert - **Care Dressing Italian** und **Care Dressing French**. Das besondere Merkmal ist, dass diese Dressings laktose- und glutenfrei sind. Es handelt sich um hochwertige Produkte mit viel Geschmack, die rezeptorisch frei von Allergenen sind und dennoch einen uneingeschränkten Genuss aufweisen.

Überzeugen Sie sich selbst von unseren neuen Dressings!

[www.hueglifoodservice.ch](http://www.hueglifoodservice.ch)

## Der neue X-Change Mixer von Solis

Der junge Sternekoch Tobias Funke stellt in einem TV-Spot das neueste Produkt der Solis of Switzerland AG vor: den SOLIS X-Change Mixer.

Der SOLIS X-Change Mixer ist ein hochmoderner Stabmixer in einem eleganten und schlichten Design für verschiedenste Anwendungen. Dank vier leicht auswechselbaren Aufsätzen kann er zerkleinern, mahlen, mixen, schlagen, quirlen, passieren, rühren, pürieren und hacken. So ist er in der Küche ein nützlicher Helfer für über 1000 Rezepte, von Vorspeisen über Hauptgänge bis zu Desserts. Mit seinen 4 Aufsätzen kann der SOLIS X-Change Mixer in einer Aufbewahrungsbox versorgt werden, die gleichzeitig als praktischer Mixbecher dient.

Vorgestellt wird der SOLIS X-Change Mixer vom jungen Sternekoch Tobias Funke, dem Gault-Millau-Aufsteiger des Jahres 2011. In einem Werbespot stellt er den kompakten Stabmixer in den kommenden Wochen auf verschiedenen regionalen TV-Sendern vor. «Der SOLIS X-Change Mixer überzeugt mich durch beste Verarbeitung und seine vielfältigen Einsatzmöglichkeiten», erläutert Tobias Funke. «Ich schätze ihn in der grossen Küche genauso wie bei mir privat zu Hause.»



Tobias Funke mit dem neuen Solis X-Change Mixer.

Der TV-Spot ist auch auf dem YouTube-Kanal von Solis auf Deutsch und Französisch sowie auf der Solis-Fanpage auf Facebook aufgeschaltet.

[www.solis.ch](http://www.solis.ch)

## Les Chefs en Or wird international



Der von Transgourmet France organisierte und traditionsreiche Kochwettbewerb «Les Chefs en Or» wird 2014 zum ersten Mal international. Die Schweiz wird durch «gusto14»-Sieger Daniel Duerr und Profikoch Reto Jena vertreten.

In Frankreich hat der Kochwettbewerb Les Chefs en Or, organisiert von Transgourmet France, eine lange Tradition. Dieses Jahr wird er bereits zum 10. Mal durchgeführt und dies zum ersten Mal international. Alle sechs Länder, in denen die Transgourmet-Gruppe präsent ist (Schweiz, Frankreich, Deutschland, Rumänien, Polen, Russland), senden je einen Profikoch und einen Kochlernenden ans grosse Finale vom 16. und 17. November nach Paris.

Zudem stellt jedes Land zwei Jurymitglieder zur Verfügung, die unter der Leitung von Jury-Präsident Thierry Marx Kulinarik und Kochtechnik der verschiedenen Kreationen bewerten werden. Marx hat 2 Michelin-Sterne und ist Executive Chef und Direktor der Gastronomie im Mandarin Oriental Paris.

Am Gala-Abend vom 17. November in Paris werden drei Gewinner pro Kategorie gekürt. Die siegreichen Profiköche erhalten einen Pokal, attraktive Preisgelder sowie von den Sponsoren gestiftete Preise. Die Kochlernenden gewinnen ein Kochpraktikum in der Johnson & Wales University in Amerika sowie Sponsorenpreise, unter anderem ein Messerset der Edelschmiede Kai.

[www.transgourmet.ch](http://www.transgourmet.ch)