#hotelfrühstück

#instaworthy: Mit vielen netten Kleinigkeiten wie den bemalten Eiern kommt das Auszeit Hotel auf Instagram gut an. Und auch der üppige Buffet-Tisch des Grand Ferdinand (großes Bild oben) wurde schon unzählige Male in den sozialen Medien geteilt

WAS SIND EIGENTLICH HASHTAGS, POSTS UND STORIES?

Soziale Netzwerke wie Instragram und Facebook ermöglichen es den Nutzern, unter anderem Fotos und Videos öffentlich oder für Freunde (auch genannt Follower) sichtbar zu machen, also zu posten. Bestimmte Schlagworte können als Suchhilfe dienen, sie werden daher mit dem Rautesymbol, dem sogenannten Hashtag, versehen. Zum Beispiel könnte ein Hotel einen Post über das Frühstück mit den Hashtags #brunch oder #food versehen. Entstanden ist diese Markierungs- und Suchfunktion usprünglich im Netzwerk Twitter. Ein jüngeres Phänomen in den Social Media-Kanälen sind auch die Stories: Die Nutzer veröffentlichen aktuelle Foto- oder Videostrecken, die üblicherweise nach 24 Stunden automatisch wieder gelöscht werden. JAR

Die wichtigste Mahlzeit des Tages findet auch im Netz statt. *Das Auge isst mit – darauf legen immer mehr Hotels Wert, und gerade das Frühstück – der unbeschwerte Start in den Tag – eignet sich für Postings in den sozialen Netzwerken Instagram, Facebook & Co. Für viele Likes müssen die Produkte allerdings nicht nur schön aussehen – da sind sich das Grand Ferdinand in Wien und das Auszeit Hotel Düsseldorf einig*

Schalenweise Superfood, kunterbunte Smoothies oder winzig kleine Frühstücks-Tapas – das Auszeit Hotel und das Grand Ferdinand wissen, was auf dem Foto gut aussieht. In den sozialen Netzwerken wird gepostet und geteilt, was das Zeug hält. Und sowohl die Gäste als auch die Hotels selbst erfreuen sich an **#foodpics** vom **#instafood** beim **#hotelfrühstück**. »Frühstückspostings sind zum einen der perfekte Start in den Tag, zum anderen bieten sie die Möglichkeit bei den Leuten zu landen und in Erinnerung zu bleiben, weil der Kopf noch nicht so voll ist, wie am Ende des Tages«, glaubt Daniela Böhme, Geschäftsführerin des Auszeit Hotels. Auch Frank Sonntag, Gastronomiedirektor des Designhotels Grand Ferdinand, sieht besonders beim Frühstück gute Chancen, das F&B-Angebot eines Hotels ansprechend zu präsentieren: »Es ist einfach die Mahlzeit, die geballt das gesamte Angebot auf einem schön gestalteten Tisch wiedergibt.«

»Für uns gilt generell: Nicht die Unmengen an Produkten machen ein besonders gutes Frühstück aus, sondern das gewisse Etwas«, sagt Sonntag. Dieses sei, da sind sich der Wiener F&B-Direktor und Daniela Böhme einig: Regionales und Saisonales anzubieten. Aktuell ist es im Trend, besonders viel Wert auf die Herkunft der Produkte zu legen. Beide Häuser arbeiten mit regionalen Herstellern und Lieferanten zusammen und produzieren vieles selbst.

»Aber wir reagieren auch auf die Bedürfnisse der Gäste«, sagt Daniela Böhme. Wichtiges Stichwort: **#superfood**. Das Haus, das sich selber als Frühstückshotel bezeichnet, bietet das gefragte **#healthyfood** wie Mandelmilch, Goji-Beeren, grüne Smoothies, pochiertes Ei, glutenfreies Brot und Detox-Tee. Doch Altbewährtes kommt natürlich immer an: Das 54-Zimmer-Hotel stellt die Marmeladen selbst her und der Klassiker, der absolut nicht fehlen darf, ist das hausgemachte Bircher Müsli. Im Restaurant »Grand Étage« des Grand Ferdinand setzt man auf hochwertige Klassiker, und: »Natürlich bieten wir auch Mal etwas Neues aus und lassen anderes wieder weg – wir wollen unseren Gästen Qualität bieten, die uns selber schmeckt«, erklärt Sonntag. Highlight beim Buffet: hausgemachte Frühstücks-Tapas und – als Ergänzung zum Buffet – die extra Frühstückskarte, von der die Gäste Spezielleres wie etwa Eggs Benedict, frischen Porridge oder Croque Monsieur (französische Variante des Sandwiches) bestellen können.

Ob Klassiker oder trendiges Superfood – »das Auge isst mit und so sind die Produkte auch vor der Linse schön«, meint Frank Sonntag, und betont: »Die sozialen Medien ermöglichen es uns, direktes Feedback anzunehmen und schnellstmöglich darauf zu reagieren, sozusagen in Echtzeit.« Für den Gastronomiedirektor eignen sich Instagram & Co. auch für Ankündigung und Rezension von speziellen Veranstaltungen wie die sonntäglichen Brunches in der Grand Étage. »Blogger und Influencer lieben die Präsentation des Frühstücks hoch über den Dächern Wiens.« Dafür sprechen auch die mehr als 2.000 Posts, die mit @grandferdinand getaggt wurden. »Für uns sind die sozialen Netzwerke einfach eine weitere Möglichkeit, unser Haus nach außen zu präsentieren«, erklärt Daniela Böhme, die sich auch selbst das ein oder andere Mal für ihr Hotel ablichten lässt, und betont: »Wir erschließen damit Zielgruppen, bringen uns ins Gespräch und generieren Geschäft – und das völlig kostenfrei.« JANINA REICH

Für #instamoments sorgt regelmäßig die Präsentation des Frühstücks im Grand Ferdinand Wien (oben). Im Auszeit Hotel Düsseldorf packt Geschäftsleitung Daniela Böhme selbst mit an und lässt sich für Instagram ablichten