



Bestückt mit Hotel-Software kommt der erste Roboter in Schweizer Hotels zum Einsatz. Start ist im «Opera», Zürich. zvg/Janik Gasser/Montage htr

Schweizer Praxistest für «Pepper»

Robotertechnik

Ab Oktober wird in der Schweiz der erste humanoide Roboter im Hotel eingesetzt. Das von Innotour geförderte Projekt soll zeigen, wofür Roboter geeignet sind.

ANDREAS LORENZ-MEYER

Wer das Hotel Opera in Zürich betritt, wird ab kommendem Monat ungewohnt begrüsst werden: In der Lobby des 4-Sterne-Hauses wird dann nämlich ein humanoider Roboter mit grossen Kulleraugen die Ankommenenden empfangen. Er wird über sein eingebautes Tablet auch Check-in und Check-out abwickeln, hilft also bei den Passangeben und bei der Erstellung des Schlüssels an einem externen Card Reader. Auf Wunsch begleitet er die Gäste dann bis zum Lift und weist ihnen den Weg zum Zimmer. Selbst im Lift mitfahren kann er jedoch nicht. Ebenfalls im Barbereich der Lobby sind Aufgaben für den kleinen Helfer vorgesehen und er soll selbst zur Unterhaltung animieren.

Pepper heisst die 120 cm grosse Erscheinung. Ursprünglich war er für Assistenzdienste bei alternen und pflegebedürftigen Men-

schen gedacht. Daher ist er so programmiert, dass er die Mimik von Menschen analysieren und auf ihre Emotionszustände spontan reagieren kann.

Der Roboter wurde für den Hoteleinsatz speziell ausgerüstet
Nun steht der kommunikative Roboter im Mittelpunkt eines Innotour-Projekts, das Ende August bewilligt und am 10. September gestartet wurde. In zwei Schweizer Hotels kommt Pepper zum Einsatz, neben dem «Opera» ab 2020 auch in der «Allegra Lodge» in Kloten, die zu den Welcome Hotels Schweiz gehört.

Auf den neuen «Job» ist er gut vorbereitet. Das Zürcher Robotik-Unternehmen Avatarion hat ihn zusammen mit der Zürcher Buchungsplattform Get Local für den Einsatz in der Hotellerie speziell weiterentwickelt. Dem Roboter wurde eine Komponente

eingebaut, welche ihn befähigt, Concierge-Dienste zu übernehmen: Tische im Restaurant reservieren etwa oder das Taxi bestellen. Damit der Hotellerie-Pepper auch Check-in und Check-out erledigen kann, hat er zudem die Software des PMS-Anbieters Mews implantiert.

Der Hotel-Pepper soll auch für mehr Umsatz sorgen

«Wir wollen herauszufinden, wie die Robotik in der Hotellerie möglichst effizient eingesetzt werden kann», erklärt Michael Böhler, Projektleiter und Hoteldirektor Opera & Ambassador. Viele Hotels hätten ja bereits einen Check-in-Kiosk. Die Formalitäten seien aber eine eher trockene Angelegenheit. «Bei uns läuft der Self-Check-in dank Pepper viel lebendiger und interessanter ab.» Wobei es nicht darum geht, Menschen zu ersetzen, sondern darum, menschliche Arbeit zu ergänzen. «Wichtig ist, dass die Réceptionisten den Roboter während der Peak Time, wenn beim Check-in und Check-out viel los ist, gezielt einsetzen können. Das vereinfacht die Abläufe.»

Über den Concierge-Service soll Pepper auch für Zusatzverkäufe sorgen – das zweite Projektziel. Böhler: «Wir versuchen herauszufiltern, wie wir unsere Datenbank dazu verwenden können, so zusätzlichen Umsatz zu generieren.» Dabei geht es um Taxifahrten, Ausflüge, Tickets für Stadtrundfahrten etc., die dank Vermittlungskommission Zusatzumsätze bescheren und in Zukunft alle über den Roboter abgewickelt werden sollen.

Als Unterstützung am Empfang und während der Nacht

Um dem Gast einen Mehrwert zu bieten, muss Pepper möglichst viele Antworten auf die Fragen der Gäste selbstständig beantworten können, betont Marcel Wohlgenuth, CEO der Welcome Hotels Schweiz. Er betrachtet den Roboter als «wichtiges Puzzleteil in der künftigen Dienstleistungskette». Sie kommen bei ihm dort zum Einsatz, wo es keinen direkten Kontakt mit den Mitarbeitern mehr braucht. Hotels hätten dann in Zukunft zudem den Vorteil, die Dienstleistungen zu jeder

noch nicht über künstliche Intelligenz, er kann also nicht selbstständig dazulernen. «Es geht momentan mehr um gezielte Dienste für bestimmte Aufgaben», sagt Jean Christophe Gostanian, CEO von Avatarion. Die Anbindung an Watson, Alexa oder Google sei aber in vollem Gang. «Dadurch wird Pepper sein Wissen erweitern können.»

Das dritte Projektziel lautet: Nachtportier ersetzen, zumindest bei 1- bis 3-Sterne-Hotels. Hotels könnten auch Personalkosten sparen, wenn sie statt zwei Réceptionisten nur noch einen anstellen müssen. Jean Christophe Gostanian sieht den Einsatz von Pepper in jedem Hotel, das die Betreuung der Gäste mit technischen Hilfsmitteln unterstützen will. «Es ist vorstellbar, dass der Roboter bei kleineren Hotels, die über keinen fix besetzten Empfang verfügen, einen guten Teil der Empfangsarbeiten übernehmen kann.»

Die Bedenken und Ängste der Mitarbeitenden ernst nehmen

Anders als zum Beispiel ein Hotel-Chatbot soll der Concierge-Roboter ein neues, ganz spezielles Hotellerlebnis schaffen und auch für gute Stimmung sorgen. Sprachliche Hürden gibt es dabei keine, denn Pepper beherrscht insgesamt 20 Sprachen. Mit chinesischen Gästen spricht er Chinesisch, mit Spaniern Spanisch. Ob so viel Sprachkenntnis überhaupt nötig ist oder ob ein einfaches Display mit simplem Check-in ausreicht, wird jetzt in der Pilotphase getestet. Genauso, ob den Gästen der Umgang mit Pepper gefällt. Michael Böhler: «Wir wollen wissen, ob sie sich gut betreut fühlen, auch wenn es sich um eine Maschine handelt.»

Genauso wichtig wie die Akzeptanz der Gäste ist die Akzeptanz des Personals, betont Jan Mosedale von der Fachhochschule Graubünden, der den Robotereinsatz begleitet und analysiert: «Das Hotelmanagement muss die Bedenken und Ängste der Mitarbeitenden ernst nehmen und sie in den Wandelprozess mit einbeziehen. Nur dann können sie gut mit dem Roboter zusammenarbeiten.» Laut Lehrstuhlsbarometer 2017 der Hotel & Gastro Union sehen 51% der Befragten Roboter als Ergänzung ihrer Arbeit, 46% als Konkurrenz. 30% haben etwas und 5% grosse Angst, ihre Arbeitsstelle an Roboter zu verlieren. «Roboter sollen in den beiden Pilot-hotels nicht die Réceptionisten ersetzen, sondern ihnen mehr Zeit für Tätigkeiten geben, die das Erlebnis der Gäste und somit die Wertschöpfung steigern.» Vorteile ergeben sich für das Recruiting, ist Böhler überzeugt: «Wir beschäftigen immer weniger Mitarbeitende mit Fachkompetenzen.» Es gelte, administrative Abläufe so gut wie möglich zu vereinfachen und zu automatisieren. «Dann können wir uns beim Recruiting auf die Sozialkompetenzen konzentrieren und Leute einstellen, die Spass an Kundenkontakt haben.»

Michael Böhler weist auf die Grenzen des Robotereinsatzes hin. Vom Einsatz im Roomservice zum Beispiel hält er wenig. «Ich bezweifle, dass diese Roboter wirklich effizient und gut sind.» Ähnlich sieht es Jean Christophe Gostanian: «Wenn es um den sozialen Kontakt geht, sind Roboter dem Menschen unterlegen.» Wo sie Routinearbeiten übernehmen, zeigen sie dagegen ihre Stärken, weil sie ununterbrochen und meist fehlerfrei arbeiten.

ANZEIGE



O'zapft is.
Und frisch
gebacken.

Unser Handwerk hat 45 Jahre Tradition – Sie schaffen das in wenigen Minuten! Denn mit unseren in der Schweiz hergestellten Backwaren und Konditoreiprodukten servieren Sie Ihren Gästen zu jeder Zeit hochwertige süsse und salzige Köstlichkeiten. Nebst knusprigen Brezeln fürs Oktoberfest finden Sie in unserem Sortiment auch für andere Anlässe ein passendes Schmankelei.



Bestellen Sie jetzt unsere feinen Produkte direkt auf www.romers.ch oder rufen Sie uns an: 055 293 36 36.

Das Projekt in Kürze

Marktreife ab Ende Jahr

Beteiligte: Hotel Opera, Zürich, Welcome Hotels, Kloten, HotellerieSuisse, Fachhochschule Graubünden, Buchungsplattform Get Local, Schweizer Robotik-Unternehmen Avatarion. **Projekt-Budget:** knapp 1 Mio. Fr., davon 275 000 Fr. Innotour-Fördermittel (100 000 Fr. für 2019, 175 000 Fr. für 2020). **Ziele:** Pepper soll den Gästen einen Mehrwert bieten, durch Prozessautomatisierung die Arbeitsabläufe optimieren, Anreise, Aufenthalt und Abreise vereinfachen etc. Das Hotelmanagement bereitet den operativen Einsatz mit den Mitarbeitenden in Workshops vor.

Fragestellungen: Drei Perspektiven im Verhältnis Mensch-Maschine werden untersucht: jene der Gäste, der Mitarbeitenden und des Hotelmanagements. Dabei interessiert: Wie hoch ist die Gästeakzeptanz? Welche Gäste sind roboteraffin, welche nicht? Inwieweit stellt ein Serviceroboter einen Mehrwert für den Gast dar? Für welche Hotels ist er sinnvoll?

Zeitplan und Kosten: Die erste Pilotphase dauert bis Dezember. Danach steht Pepper auch anderen Hotels zur Verfügung. Leasinggebühr pro Jahr inkl. Content: 20 000 bis 30 000 Franken. alm