

Hoteldorf heuert iPad als Concierge

Zwar zieht das iPad derzeit vor allem private Käufer an. Aber von der Hotellerie und Museen bis zu Versicherungsmaklern basteln bereits viele Unternehmen an ihren Apps. Auch das Magazin „Datum“.

Helmut Spudich

Wien – Noch gibt es das iPad in Österreich nur als Privatimport. Aber eine Reihe von Firmen haben bereits Einsatzbereiche für das Tablet entdeckt. Gäste des Hoteldorfs Grüner Baum in Bad Gastein erhalten beim Einchecken anstatt der üblichen Broschüren, Flugblätter und Karten ihren persönlichen „iConcierge“, von einem Salzburger Sattler standesgemäß in Ledertracht gekleidet.

Plant man eine Wanderung, liefert iConcierge die Route, Informationen, Busabfahrtszeiten und Wettervorausschau. Die Weinkarte erklärt Sorten und präsentiert Winzer, das Menü die Speisen ebenso wie den Küchenchef. Am Abend können Eltern mittels Babycam via iPad nach den schlafenden Kleinen schauen. Nebst den hotelspezifischen Anwendungen finden Gäste eine vom Hotel programmierte Playlist, Hörbücher und Wunschzeitungen

Von der Routenplanung bis zur Weinkarte: Das Hoteldorf Grüner Baum in Bad Gastein stellt seinen Gästen einen elektronischen Butler zur Verfügung.

Foto: Nous

Entwicklung von Audio-Museumsguides, die später zu Multimedia-Apps mutierten. Nicht nur Museen wie SFMOMA (San Francisco Museum of Modern Art) nutzen inzwischen iPhone und iPod Touch für Führungen. So hat Nous eine App für Besucher des Europäischen Parlaments in 23 Laut- und fünf Gebärdensprachen entwickelt; für den Arbeitersamariterbund einen „Erste-Hilfe-Koffer“ am iPhone; für Red Bull einen Führer durch Hangar 7 und dessen reichhaltiges Cocktail-Angebot. Das Kulturforum in New York informiert über seine Veranstaltungen ebenso wie seine Architektur und dessen Schöpfer Raymond Abraham.



Digitaler Schreibblock für Außendienst.

Foto: EFM



Die Weiterentwicklung zu iPad-Apps war naheliegend, erklärt Alexander Stickerberger, einer der Gründer von Nous. iConcierge ist jedoch die erste reine iPad-Entwicklung, die im kleineren Format des iPhone weniger sinnvoll wäre.

Notizblock für Außendienst

Gefallen am größeren Format des iPad findet auch der Grazer Versicherungsmakler EFM, der rund 260 Mitarbeiter in der Kundenbetreuung von Papier und PC auf iPads umstellen will. Die Versicherungsbranche stünde unter sehr hohem Kostendruck, beschränkt EFM-Vorstand Josef Graf, die selbst entwickelte App zur Erfassung von Risikodaten würde hier viel Zeit sparen. „Wir haben das schon mit Laptops probiert, ging aber dann wieder auf Papier zurück“, sagt Graf – unter anderem, weil die Notebooks im persönlichen Gespräch als störend empfunden werden. Von den

iPads erhofft man hingegen einen Effekt wie bei Papier: Es ermöglicht Kunden, Einträge mit zu verfolgen – und liefert dennoch einen digitalen Datensatz ab.

Kein Vertriebsrisiko

Neue Marktchancen sieht auch das heimische Monatsmagazin Datum. Bis Mitte Juli erwartet Datum-Chefredakteur Stefan Kaltenbrunner die Freischaltung seiner App durch Apple. Die erste Ausgabe wird gratis sein, dann soll die iPad-Ausgabe „deutlich billiger“ als der Heftpreis von 5,50 Euro sein. „Vor allem kleineren Magazinen bietet das iPad die Chance, eine größere Verbreitung zu erzielen“, sagt Kaltenbrunner. Wenn sie schnell sind: Denn derzeit ist bei neuen iPad-Usern die Neugier groß, die Angebote sind (noch) beschränkt. Ohne der Hürde hoher Vertriebskosten kann so auch ein Wiener Magazin Deutschland und die Schweiz erreichen.

Hoteldorf heuert iPad als Concierge

