

Aus der Region

Tessin

Keine Swisslos-Gelder für die Expo-Teilnahme

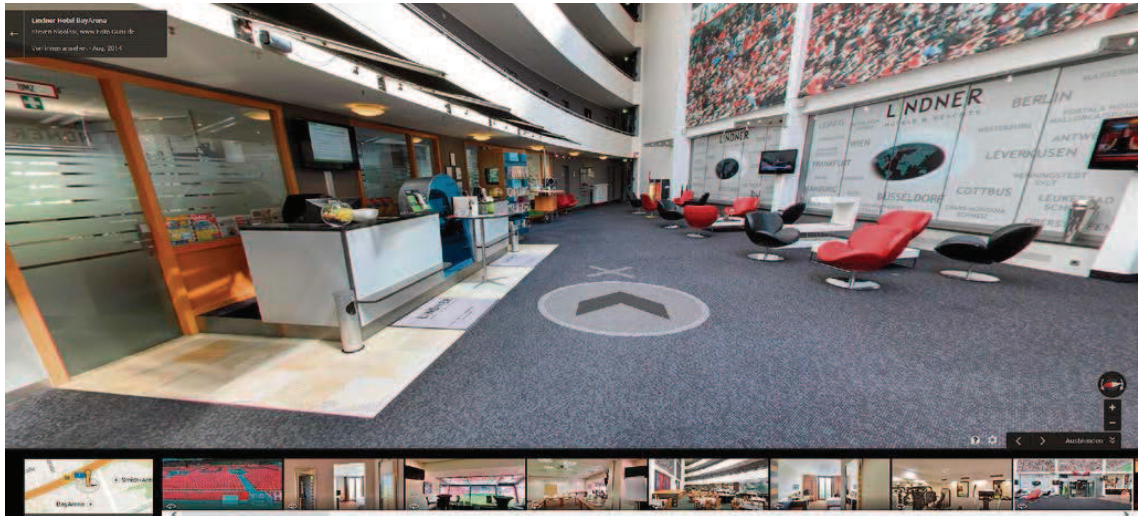
Die Tessiner Regierung verzichtet auf die Verwendung von Swisslos-Beiträgen für die Expo 2015. Am letzten Sonntag haben sich die Stimmberechtigten gegen die Verwendung von öffentlichen Geldern für die Teilnahme an der Expo in Mailand ausgesprochen. Damit wird das ursprünglich geplante Expo-Budget von 3,5 Mio. Franken drastisch gekürzt. Der Kanton Tessin wird nur eine minimale Präsenz zeigen können, teilt die Kantonsregierung mit.

Zentralschweiz

Baubeginn für 4. Apartmenthaus in Andermatt



Das Tourismusprojekt **Andermatt Swiss Alps** wächst weiter. Am letzten Freitag erfolgte der Start zum Bau des vierten Apartmenthauses mit 22 Wohneinheiten. Der Bezug dieses neuen Gebäudes ist bereits auf Dezember 2015 geplant. ste



«Business View» von Google lädt zu einem virtuellen Rundgang durch die Hotellooby und weitere Hotelräume ein.

Rundsicht auf Google

Durch die «Business Views» von Google können sich Hotels mit 360-Grad-Fotos präsentieren. Noch nutzt in der Schweiz kein Betrieb diese Möglichkeit.

GREGOR WASER

Werner Getzmann hat alle Hände voll zu tun. Der Baselbieter Reportagefotograf ist seit einem Jahr einer von 30 zertifizierten «Google-Maps-Business-View-Fotografen» in der Schweiz. Er hat Autowerkstätten, Restaurants, Optiker- und andere Geschäfte abgelichtet und rechnet nun – nachdem Google die Aufnahmemodalitäten festgelegt hat – auch mit Anfragen aus der Hotellerie.

Wie Street Views, aber aus zugänglichen Innenräumen

Bei den «Business Views» geht es analog zu den Street-View-Bildern um zoombare 360-Grad-Bilder, aber aus öffentlich zugänglichen Innenräumen. Der Auftrag an die Fotografen ist, dass sie alle vier Meter Bilder schiessen: vor dem Hotel, im Eingangsbereich und in einzelnen Kategorien wie den Zimmern, dem Wellness-Bereich und Meetingräumen. «Der virtuelle Gast muss aber nicht übers Treppenhaus in den oberen Stock gelangen, dank Multi-Floor-Technik kann man sich in die höhere Etage klicken», erklärt Getzmann. Zudem müsse jeweils nur eine Zimmerkategorie fotografiert werden.

Noch sind keine Rundumbilder von Schweizer Hotels aufgeschaltet, dafür von deutschen. Als erste Kette haben die Lindner Hotels gewisse Häuser auch inwändig abgelichtet und auf den Google-Services integriert. Die

Google-Suche nach «Bayarena Lindner», dem Lindner Hotel in Leverkusen, eröffnet auf der rechten Bildschirmhälfte einen Business-Eintrag, auf dem man Fotos, eine Karte und das Feld «Von innen ansehen» anklicken kann, sowie im unteren Teil der Box allgemeine Infos und die Buchungsmöglichkeit über den Hotelfinder. Die Qualität der Innensicht ist so gut, dass man mittels Zoom auf der Zimmertüre den Floorplan ausmachen kann. Personen sind auf den Bildern keine zu sehen.

Andreas Krumes von der Digitalagentur «coUNDCo» optimiert für kleinere Unternehmen die Webintegration von Tools wie Business View. Er sagt: «Der Eintrag ist nicht komplex, aber man muss wissen, wie man alles richtig einbindet, auch bei der eigenen Website.» Krumes ist von der Wirksamkeit der Business Views überzeugt. Er findet es auch gut, dass Google die zertifizierten Fotografen Einzelbilder schiessen lässt, etwa von Öffnungszeiten und Menükarten. Diese werden als Daten eingelesen und online nutzbar gemacht.

Sowohl Getzmann als auch Krumes gehen davon aus, dass ein Google-Business-Eintrag mit 360-Grad-Innenbildern das Page Ranking bei Google verbessert.

Auf die Preise angesprochen, die für die Erstellung von 360-Grad-Bildern entstehen, spricht Werner Getzmann von normalen Fotografen-Ansätzen: «Die Bewegungen zwischen 1200 und 2000 Franken am Tag. Ein kleiner Betrieb sollte in einem guten Tag abgelichtet sein. Ein Hotel kriegt zusätzlich hoch aufgelöste Bilder für die Eigenverwendung.»

«Business Views sind nicht komplex, müssen aber richtig eingebunden werden.»

Andreas Krumes
Digitalagentur coUNDCo

Getzmann hat sich mit weiteren Fotografen unter

www.panopool.ch zusammengeschlossen, um schweizweit Projekte gemeinsam zu betreuen, wie jüngst die 360-Grad-Aufnahmen aller 23 Studios der Kochophik AG. Google verlangt keine Gebühren. Den Dienst bezahlt man mit den zur Verfügung gestellten Daten, mit denen die Firma die eigene Karte aufwertet.

Auf dem Hotelfinder prangen ganz oben die Buchungsoptionen

Was spricht neben allfälligen Kostenüberlegungen gegen die Business Views? Zum Beispiel könnten Kritiker von Googles Hotelfinder die Stirn ruzeln. Denn auf diesem sind die grossen Buchungsplattformen wie Booking auf den vordersten Plätzen präsent. Und denen versuchen Hoteliers, die der steigenden Kommissionen überdrüssig sind, aus dem Weg zu gehen.

Im Sperrfeuer der Werbewörter

Die Firma kommt auf Marktanteile, wie man sie von Wahlen im einstigen Ostblock kennt. Sie kennt jede Strassenecke, bald jeden Wanderweg – und unsere Datenspur sowieso. Die Darstellung auf Google entscheidet, wo Gäste buchen. Fluch oder Segen für die Hotellerie? So lautete letzte Woche die Affiche der Plattform-Veranstaltung der Zürcher Hoteliers. An der gut besuchten Veranstaltung war man sich schnell einig: Segen und Fluch zugleich.

Der Google-Vertreter, Ex-Getyour-Guide-Finanzchef Pascal Mathis, stellte den kalifornischen Giganten als sanften Riesen dar. Als Firma, die dem Konsumenten verpflichtet sei und diesem – wie auch dem Hotelier – ständig neue

Services biete. Als Vorteil strich er heraus, dass auch kleine Player ihren Platz in der Netzwelt finden und so zu Gästen kämen.

«Wir finanzieren die OTA, die Werbung gegen uns machen»

Marco Nussbaum sah das etwas anders. Der langjährige Hospitality-Profi und CEO der jungen deutschen Hotelgruppe Prizotel sieht Google als «brutale Profitmaschine». Online-Reisebüros (OTA) wie Booking buchten eine gewaltige Menge an Werbewörtern, kaperten dabei auch die Namen der Hotels («Brand Bidding») und sorgten so dafür, dass sie in der organischen Darstellung auf Google meist besser gerankt seien als die betreffenden

Hotels selber. «Wir als Hoteliers finanzieren die OTA, die Werbung gegen uns machen», folgerete Nussbaum.

Eine Alternative zu Google gebe es derzeit nicht, musste er eingestehen. Aber Möglichkeiten für die Hoteliers: Sie müssten Wege finden, sich in diesem Sperrfeuer der Werbewörter eigenständig zu positionieren, mit Eigenschaften, die speziell für den jeweiligen Betrieb stehen. Die eigene Website müsse besser gepflegt und auf Buchbarkeit hin optimiert werden. Und man müsse in der nächsten Schlacht dabei sein, sagte Nussbaum: «Die Darstellung in der Welt der mobilen Endgeräte ist nicht Kür. Sie ist Pflicht.»

Andreas Günter

TODESANZEIGE

*Es weht der Wind ein Blatt vom Baum
von vielen Blättern eines
Das eine Blatt, man merkt es kaum,
denn eines ist ja keines.
Doch dieses eine Blatt allein
war Teil von unserem Leben
darum wird dieses Blatt allein
uns immer wieder fehlen.*

Ein gütiges Herz hat aufgehört zu schlagen. Wir trauern sehr um unseren Lebenspartner, Dad, Schwiegervater und Grandad

Giuseppe Luigi Bazzani

15. August 1931 bis 24. September 2014

Nach kurzer, schwerer Krankheit ist er friedlich eingeschlafen.

Er war stets bescheiden in den Ansprüchen gegenüber seinem Leben, doch allgegenwärtig im Leben seiner Mitmenschen, in der Liebe zu seiner Familie, in der Verlässlichkeit gegenüber allen, als Mentor für viele. Ein Weltenbummler, immer auf der Suche nach neuen Herausforderungen und Lösungen. Wer ihn kannte, war stolz auf seine Freundschaft.

Wir sind dankbar für die Spuren, die er dabei hinterlassen hat und werden immer in Liebe an ihn denken.

Wir vermissen dich! ... die gemeinsamen Kochrunden und Diskussionen bei einem guten Glas, während derer wir die Welt verbessern wollten.

Unser Dank geht an alle, die ihm in seinem Leben in Liebe und Freundschaft begegnet sind. Insbesondere geht er auch an das Ärzteteam und das Pflegepersonal von Clinica St. Anna in Sorengo für die liebevolle und einfühlsame Pflege und Betreuung des Verstorbenen.

Die Urnenbeisetzung fand im engsten Familienkreis statt. Es wurden keine Leidkarten verschickt.

Anstelle von Blumen gedenken man der Krebsforschung Schweiz, 3001 Bern, PK 30-3090-1.

Margrit Fleischlin
Sylvia und Matthias Oetli
Bruno und Delia Bazzani mit Oliver und Cosima
Ursula und Heinz Philipp
Vicky Philipp und Marc Sladek

Die Trauerfamilie
c/o Sylvia Oetli
Sennhofstrasse 31
8125 Zollikonberg