

Gastgeber Bayern

Das Magazin
für Gastronomie und
Hotellerie

#01

Ausgabe 2018

DEHOGA Bayern

FAKTOR MENSCH

TV-Psychologe George
Pennington über den richtigen
Umgang mit sich selbst
Seite 16

Sternkoch Alexander Herrmann
über Stressfaktoren und
Mitarbeiterführung
Seite 24

Benimm-Coach Moritz Freiherr
Knigge über das Verhältnis von
Gast und Gastgeber
Seite 36

www.chefsculinar.de

WIR LIEFERN BRAINFOOD FÜR KLUGE TÖPFE

Darf's ein bisschen mehr sein? Die CHEFS CULINAR Akademie bietet Ihnen spannende Seminare zu vielen Themen, von Personalführung bis zu neuesten Food-Trends. Dabei vermitteln wir Ihnen nur das, was Sie in Ihrer täglichen Arbeit wirklich weiterbringt – professionell, informativ und unterhaltsam.

Machen Sie sich den Erfolg leicht.
Besuchen Sie uns auf www.chefsculinar.de




Nie zu, immer auf: In unserer Branche arbeiten wunderbare Menschen mit Leib und Seele für Leib und Seele unserer Gäste. Und das jeden Tag, rund um die Uhr. Nicht ohne Grund sind wir gemeinsam die Dienstleistungsbranche par excellence.

Doch ständiges Dienen und Leisten kann nur dann auf Dauer funktionieren, wenn die notwendige Freude an der Arbeit nicht verloren geht. Wenn wir genug Kraft haben, nicht nur unsere Aufgaben zu erfüllen, sondern unsere Berufung auszufüllen.

Grund genug, diese Ausgabe von Gastgeber Bayern dem „Faktor Mensch“ zu widmen. Wir haben dabei versucht, das Thema in möglichst vielen Facetten abzulichten und von verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten.

Wir wollen aufzeigen, wie wichtig alle Menschen in unserer Branche sind, nicht nur um die Leistungen überhaupt anbieten zu können, sondern



idealerweise ein individuelles Erlebnis zu bieten, von dem unsere Gäste noch lange schwärmen.

Wir berichten vom wertschätzenden Umgang mit Mitarbeitern und Auszubildenden, bringen Tipps und Ideen von Menschen, die der Branche sehr nahestehen. Gleichmaßen zeigen wir aber auch Strategien auf, wie wir Unternehmer selbst mehr auf uns achten können.

Wir haben Sternekoch Alexander Herrmann zum Thema genauso befragt, wie TV-Psychologe George Pennington. Die Chefredakteure aller wichtigen Branchenmagazine kommen bei uns genauso zu Wort, wie „der Knigge“: genau genommen Moritz Freiherr Knigge, der ganz prägnant aufzeigt, wie einfach die Regeln zum respektvollen Umgang mit Menschen sind – und wo die Grenzen liegen. Doch lesen Sie selbst...



Angela Inselkammer
Präsidentin des DEHOGA Bayern



Dr. Thomas Geppert
Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern



DEHOGA Bayern

03	Editorial	Seite 03
	Inhaltsverzeichnis	Seite 04
	Wussten Sie schon?	Seite 05

06	Aus dem Landesverband	
	Große Hilfe für kleine Kinder	Seite 06
	Spannende Einblicke in eine coole Branche	Seite 07
	DEHOGA Bayern im Gespräch	Seite 08
	Kampagne „Zukunft für das bayerische Gastgewerbe“	Seite 15

16	Faktor Mensch	
	George Pennington: Schluss mit dem Lärm im Kopf!	Seite 16
	Wie gehen erfolgreiche Unternehmer mit sich selbst um?	Seite 18
	3 Fragen an...	Seite 22
	Im Gespräch mit Sternekoch Alexander Herrmann	Seite 24
	Erfolgreiche Berufskarrieren in Bayern	Seite 28
	Im Gespräch mit Staatsministerin Emilia Müller	Seite 29
	Employer Branding – Versprechen an die Mitarbeiter	Seite 30
	Ausbildungsbotschafter – Echte Erfolgsrezepte	Seite 32
	Qualitätsmanagement in der Gastronomie	Seite 34
	Im Gespräch mit Moritz Freiherr Knigge	Seite 36
	BGN - braucht's die wirklich!	Seite 38
	Eine besondere Form der Anerkennung	Seite 40

Inhalt

Ausgabe 01/2018

Bayern und die Welt

Erfolgsfaktor Mensch im Spannungsfeld der Digitalisierung	Seite 42
Terminübersicht Bayern Tourist GmbH	Seite 44
Vertrauen zahlt sich aus	Seite 45
Arbeitszeitdokumentation leicht gemacht	Seite 46
Erfrischend erfolgreich	Seite 48
Den eigenen Betrieb durch die Gästebrille sehen	Seite 49
Schlafen bei den Fischen, Duschen wie ein Astronaut	Seite 50
Wie sag ich's meinem Kollegen	Seite 52
Bayern neu entdecken	Seite 54

Auf ein Bier mit...

Auf ein Bier mit...	Seite 56
Ansprechpartner Impressum	Seite 57
Was wurde eigentlich aus...	Seite 58

Wussten Sie schon...

...dass der Tourismus in Bayern 2017 das sechste Jahr in Folge ein Rekordergebnis erzielt hat? Tatsächlich ist Bayern bei Touristen aus dem In- und Ausland so beliebt wie nie!

5,46 MIO.

Ankünfte entfielen auf die bayerischen Heilbäder und Kurorte, die mit rund 23,6 Millionen Übernachtungen ein starker Faktor im Tourismus sind – jede vierte Übernachtung findet in einem Heilbad oder Kurort statt.

395 MIO.

Euro an Zuwendungen für die bayerischen Gastronomie- und Hotelierbetriebe hat das Wirtschaftsministerium im vergangenen Jahr bewilligt.

37,3 MIO.

Gästeankünfte wurden 2017 in Bayern gezählt – das entspricht einem Zuwachs von nahezu 5 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2016: 35,4 Millionen).

2,5 MRD.

Euro – auf diese Summe belaufen sich die Gesamtinvestitionen, die bayerische Gastronomie- und Hotelierbetriebe im Jahr 2017 getätigt haben.

4.800

neue Arbeitsplätze wurden im Rahmen dieser Investitionen geschaffen und mehr als 25.000 bestehende Arbeitsplätze gesichert.

8,7 %

der Gästeankünfte entfielen im Jahr 2017 auf ausländische Besucher. Auch die Zahl der Übernachtungen ausländischer Gäste ist auf einen Anteil von 8,3 Prozent gewachsen.

94,4 MIO.

Gästeübernachtungen im Jahr 2017 bedeuten ebenfalls einen neuen Rekordwert. 2016 hatte diese Zahl noch bei 90,8 Millionen gelegen – zu diesem Zeitpunkt übrigens auch schon ein Rekord!

DEHOGA Bayern unterstützt
Wohltätigkeitsaktion „Sternstunden“

GROSSE HILFE FÜR KLEINE KINDER

Mittlerweile zum dreizehnten Mal in Folge – und somit von Beginn der Sternstundengala in Nürnberg an – hat sich der DEHOGA Bayern für die Wohltätigkeitsaktion „Sternstunden“ des Bayerischen Rundfunks (BR) eingesetzt. Im Rahmen der Gala am 15. Dezember in der Nürnberger Frankenhalle überreichte Präsidentin Angela Inselkammer stellvertretend für viele bayerische Hoteliers und Gastronomen einen Spendenscheck in Höhe von 30.000 Euro.

„Unsere Branche ist die schönste der Welt. Bei uns dreht sich alles um Genuss, Entspannung und Wohlempfinden. Da ist es für uns doch geradezu eine moralische Verpflichtung auch denjenigen etwas zu geben, die es nötiger brauchen, als wir“, begründete Inselkammer das Engagement des Verbands und dessen Mitglieder.

Damit Sternstunden keine Kosten für Catering entstehen und somit die gesammelten Spendengelder zu hundert Prozent Bedürftigen zukommen können, hatten Gastroteams aus ganz Bayern im Nachgang der Show



alle rund 800 Mitwirkenden vor und hinter der Kamera zum Essen eingeladen. Dieses Mal mit von der Partie waren die Berufsfachschule für Hotelmanagement Pegnitz, die Schule für Hotel- und Tourismusmanagement Wiesau, Hermann's Posthotel aus Wirsberg, Schuhbecks Partycatering aus München, Der Pschorr aus München, Lehnrieder Catering-Party-Service aus Fürth, der Landgasthof „Zum Bärenwirt“ aus Rieden und der Landgasthof Winbeck aus Bayerbach. Für die kulinarische Abrundung sorgte die Andechser Molkerei Scheitz mit einer Käseauswahl.

Sternstunden übernimmt seit mehr als 20 Jahren Verantwortung für kranke, behinderte und in Not geratene Kinder – in Bayern, in Deutschland und weltweit. Der Förderverein reagiert dort, wo Not ist, schnell und unbürokratisch. Dank der ungebrochenen Hilfsbereitschaft vieler Menschen konnte Sternstunden seit Gründung rund 182 Millionen Euro sammeln und mehr als 2.600 Kinderhilfsprojekte unterstützen.

Eventveranstaltung
„Berufe, die die Welt erobern“

SPANNENDE EINBLICKE IN EINE COOLE BRANCHE

COOLE JOBS, COOLE LOCATION – DIE ERSTE EVENTVERANSTALTUNG ZUR VORSTELLUNG VON AUSBILDUNGSBERUFEN IN DER HOTEL- UND GASTRONOMIEBRANCHE IN CHAM HAT DIE ZAHLREICHEN BESUCHER MIT EINEM ABWECHSLUNGSREICHEN PROGRAMM IN TRENDIGEM AMBIENTE ÜBERZEUGT.



Foto: Chamer Zeitung

Das Organisationsteam der Eventveranstaltung „Berufe, die die Welt erobern“ mit Andreas Brunner, Vizepräsident des DEHOGA Bayern (Zweiter von rechts)

Unter dem Motto „Berufe, die die Welt erobern“ stellten zahlreiche Mitarbeiter die innovative Ausbildungsmesse der DEHOGA Bayern-Kreisstelle Cham im L.A.-Café auf die Beine. Florian Winter koordinierte die aufwendigen Arbeiten im Vorfeld der Veranstaltung. DJ „Mr. Habela“ heizte den Besuchern mit lässigem Sound und klangvollen Rhythmen ein. Jede Menge Schüler und Eltern nutzten diese besondere Gelegenheit, sich an mehreren Ständen über verschiedene Hotel- und Gastronomiebetriebe aus Cham und Umgebung zu informieren. An einer großen LED-Leinwand gab es die Möglichkeit, mehr über die verschiedenen Ausbildungsberufe in Hotellerie und Gastronomie zu erfahren.

Als Ansprechpartner vor Ort standen Andreas Brunner, Vizepräsident des DEHOGA Bayern, Ausbildungsbotschafterin Manuela Heizler sowie Vertreter von fünf regionalen Betrieben den Gästen Rede und Antwort. Abgerundet wurde das Angebot durch einen Vortrag über den dualen Studiengang Hotel- und Tourismusmanagement der Hochschule für angewandtes Management. Darüber hinaus gaben einige Azubi-Köche ihr Können zum Besten: Die Gäste wurden mit allerlei kulinarischen Highlights verwöhnt – kostenlos, versteht sich. Eine Ausbildungs-Disko ist ein Erfolgsmodell der gastgewerblichen Nachwuchswerbung. Genauso die Mini-Köche: Als zweijähriges Projekt haben Kinder mit Spaß am Kochen die Möglichkeit, im Anschluss samt IHK-Prüfung den Titel des Ernährungscoaches zu erwerben. Wer danach in eine Ausbildung zum Koch einsteigen möchte, erhält für die gesamte Ausbildungsdauer ein Stipendium in Höhe von 100 Euro monatlich.

DEHOGA-Bayern-Bezirksvorstand Oberfranken empfängt **CSU-Landtagsfraktion**

Seine jüngste Bezirksbereisung durch die Fränkische Schweiz hat den geschäftsführenden Vorstand der CSU-Landtagsfraktion Anfang Januar unter anderem nach Behringsmühle geführt. Im Hotel-Gasthof Frankengold empfing Andrea Luger, oberfränkische Bezirksvorsitzende des DEHOGA Bayern, zusammen mit weiteren Bezirksvorstandsmitgliedern sowie Heidrun Piwernetz, Regierungspräsidentin von Oberfranken, und dem Forchheimer Landrat Dr. Hermann Ulm die Delegation aus München, um über das Thema Bürokratieabbau zu diskutieren. Die Verbandsvertreter machten sich dabei für eine spürbare Entlastung bei Dokumentationspflichten sowie eine Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes stark. Die Vertreter der CSU-Landtagsfraktion versicherten Luger, diese Anregungen mit nach München zu nehmen.

Neujahrsempfang der Mittelstands-Union

Die Mittelstands-Union hatte zum Neujahrsempfang ins Münchner Künstlerhaus eingeladen. Als Gastredner trat der designierte Bayerische Ministerpräsident Dr. Markus Söder auf. Dr. Thomas Geppert (Mitte), Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern, nutzte die Veranstaltung, um sich unter anderem mit dem Bundestagsabgeordneten Dr. Andreas Lenz (links), Kreishandwerksmeister Johann Schwaiger (rechts) sowie Vertretern des Wirtschaftsministeriums auszutauschen.

Pressekonferenz in München

Im Rahmen einer Pressekonferenz in München hat Bayerns Wirtschaftsministerin Ilse Aigner am 9. Februar 2018 über die positive Entwicklung des Tourismus im Freistaat berichtet. Eine gefragte Interviewpartnerin war dabei auch Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern – hier im Gespräch mit einem Fernsehteam des Bayerischen Rundfunks.



CSU-Parteitag in Nürnberg

Zahlreiche Vertreter des DEHOGA Bayern haben am 15. Dezember 2017 am Parteitag der CSU in Nürnberg teilgenommen. Im Rahmen der Veranstaltung tauschte sich unter anderem Präsidentin Angela Inselkammer (links) persönlich mit Ilse Aigner, Staatsministerin für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, aus.

Karrieretag Hotellerie und Gastronomie

Bestens besucht war der Karrieretag für Hotellerie und Gastronomie an den Eckert Schulen. Ulrike Watzl, Bezirksgeschäftsführerin Oberpfalz (von links), Ludwig „Lucki“ Maurer von der Eventwerkstatt STOI und Susanne Droux, Geschäftsführerin Berufsbildung und Branchenförderung beim DEHOGA Bayern, hatten sichtlich Spaß bei dieser tollen Veranstaltung.

Bundestagsabgeordnete Katja Hessel zu Gast beim Großen Vorstand

Katja Hessel (Mitte), Staatssekretärin a. D. und FDP-Bundestagsabgeordnete, hat am 29. November 2017 den Großen Vorstand des DEHOGA Bayern, vertreten durch (von links) Präsidiumsmitglied Ralf Barthelmes, Präsidentin Angela Inselkammer, Vizepräsident Thomas Förster und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert, besucht. Die Politikerin diskutierte mit den Verbandsvertretern über die aktuellsten branchenrelevanten Themen wie Arbeitszeitgesetz, Bürokratie und selbstbestimmtes Handeln der Unternehmer.

Neujahrsempfang des **Bezirks Oberfranken**

Der Bezirk Oberfranken des DEHOGA Bayern hatte am 26. Januar 2018 in den König-Ludwig-Saal des Restaurants „Zur Sudpfanne“ in Bayreuth zum Neujahrsempfang eingeladen. Zu den Ehrengästen gehörten (von links) Präsidiumsmitglied Ralf Barthelmes, 1. Vizepräsident Thomas Förster, Dr. Gerhard Engelmann, Geschäftsführer DEHOGA Bayern Bezirk Mittelfranken, Florian Müller, Kreisvorsitzender Bamberg, Dieter Gallus, Bezirksvorsitzender Mittelfranken, Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert, Erhard Hildner, Vorsitzender der Bier- und Burgenstraße, Bundestagsabgeordneter Thomas Hacker, Hermann Liebert von der Fachschule für Hotelmanagement in Pegnitz, Josef Matheus, Vorsitzender der Fachabteilung Kur- und Bäderwesen, Gerhard Hecht, Leiter der Staatlichen Berufsschule Pegnitz, Landtagsabgeordneter Michael Hofmann, Rudolf Schirmer, Leiter des Beruflichen Schulzentrums Kronach, Dr. Stefan Specht, CSU-Fraktionsvorsitzender im Bayreuther Stadtrat, Dr. Michael Hohl, Altbürgermeister von Bayreuth, Hermann Hübner, Landrat von Bayreuth, sowie Regierungsvizepräsident Thomas Engel.

DAMIT DAS WIRTHAUSSTERBEN EIN ENDE HAT

DEHOGA Bayern initiiert Kampagne „Zukunft für das bayerische Gastgewerbe“

DAS BAYERISCHE WIRTSCHAFTSMINISTERIUM UNTERSTÜTZT DIE VOM BAYERISCHEN HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBAND INITIIERTE KAMPAGNE „ZUKUNFT FÜR DAS BAYERISCHE GASTGEWERBE“. ZIEL DER 550.000-EURO-MASSNAHME IST ES, WIRKSAME INSTRUMENTE GEGEN DAS WEITERE SCHLIESSEN VON GASTGEWERBLICHEN BETRIEBEN ANZUBIETEN UND BEISPIELE FÜR DIE GASTSTÄTTE DER ZUKUNFT AUFZUZEIGEN. 10 PROZENT DER KAMPAGNENMITTEL WERDEN VOM DEHOGA BAYERN BEIGESTEUERT.

„Das Gastgewerbe hat in Bayern eine lange Tradition und einen großen sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Stellenwert. Insbesondere außerhalb der Ballungszentren fungiert es als Treffpunkt aller sozialen Schichten und trägt zur Lebensqualität bei. Gasthäuser dienen als Ort der Geselligkeit und dem Austausch der regionalen Bevölkerung; sie haben einen positiven Einfluss auf das Dorfgemeinschaftsleben“,

betont Ilse Aigner, stellvertretende Bayerische Ministerpräsidentin und Staatsministerin für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, im Hinblick auf das Projektvorhaben. Die notwendigen Fördermittel werden vom Freistaat Bayern im Rahmen des Nachtragshaushalts 2018 und durch Mittelumschichtungen aus dem Wirtschaftsministerium zur Verfügung gestellt.



„Das Gastgewerbe hat in Bayern eine lange Tradition und einen großen sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Stellenwert.“

Ilse Aigner, Bayerische Staatsministerin für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie

einer programmierten Online-Plattform als „Fachkräfte-Navigator“. Im Rahmen der Beratertage sollen auch Best-Practice-Beispiele aufgezeigt und Visionen zum Gasthaus der Zukunft zur Diskussion gestellt werden.

Präsidentin Inselkammer nennt das Programm einen wichtigen Schritt

und ein gutes Signal an die Branche. Es müssten jedoch weitere folgen, um dem vielfältigen Gastgewerbe in Bayern eine gute Zukunft zu ermöglichen: „Wir brauchen ergänzend ein Investitionsförderprogramm speziell für kleinere und mittlere Gastwirtschaften. Dies kann helfen, um den vielen Betrieben, den nötigen Impuls zu geben, wieder in die Zukunft Ihres Betriebes investieren zu können.“ Inselkammer fordert deshalb Mittel in Höhe von 60 Millionen Euro für vier Jahre, um dem Wirtshaussterben entgegenzutreten und die Wirtshauskultur in Bayern zu erhalten.



„Ich bin überzeugt, dass dem Gaststättengewerbe ein schlagkräftiges Instrument an die Hand gegeben wird, um die Wirtshauskultur im Strukturwandel zu unterstützen.“

Franz Josef Pschierer, Staatssekretär im Bayerischen Wirtschaftsministerium

Auch der zuständige Staatssekretär Franz Josef Pschierer weiß um die Bedeutung des Pilotprojekts: „Ich bin überzeugt, dass mit dem Gesamtpaket aus crossmedialer Kampagnenseite, regionalen Beratertagen, individuellen Kurzberatungen und einem Fachkräfte-Navigator, der Angebot und Nachfrage bei Fachkräften, Unternehmensnachfolgern und Gründern zusammenbringen wird, dem kleinstrukturierten Gaststättengewerbe ein schlagkräftiges Instrument an die Hand gegeben wird, um die bayerische Wirtshauskultur im Strukturwandel zu unterstützen.“

Zur Erinnerung: Nach den Berechnungen des Statistischen Bundesamts hat Bayern zwischen den Jahren 2006 und 2015 fast ein Viertel seiner Schankwirtschaften verloren und befindet sich damit auf Rang zwei mit dem größten Gaststättenrückgang in Deutschland. „Vor diesem Hintergrund trägt die Kampagne zur Sicherung des Gastgewerbes als Voraussetzung für die Leitökonomie Tourismus bei“, ist Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern, fest überzeugt. „Bereits heute besitzen etwa 500 bayerische Gemeinden kein Wirtshaus mehr. Diese

KAMPAGNE „ZUKUNFT FÜR DAS
BAYERISCHE GASTGEWERBE“

Die Maßnahmen im Überblick

Bündelung aller Beratungs- und Fördermöglichkeiten

Sämtliche Beratungs- und Fördermöglichkeiten über Angebote und Hilfestellungen für das klein- und mittelständisch geprägte Gastgewerbe werden gezielt gebündelt. Dadurch können Unternehmer leichter an bestehende Angebote herangeführt werden und in jeder Phase die richtige Strategie, die entsprechenden Beratungsangebote und Fördermöglichkeiten, erzielen. Die Bündelung der bestehenden Beratungsleistungen und Förderprogramme an zentraler Stelle und in leicht verständlicher Sprache umfasst dabei das Vorgründungscoaching, die Förderung unternehmerischen Know-hows einschließlich Unternehmensnachfolge, Unternehmen in wirtschaftlichen Schwierigkeiten, den Digitalbonus sowie die neue „Blitzlicht-Beratung“.

Fachkräfte-Navigator

Die ständig wachsende Leitökonomie Tourismus bedingt in Bayern einen hohen Fachkräftebedarf im Gastgewerbe, der durch die vorhandenen Fach- und Nachwuchskräfte nicht gedeckt wird. Daher ist es, wie bei internationalen Hotelketten mit weltweitem Mitarbeiter-Netzwerk, auch für die kleinen und mittelständischen Hotel- und Gastronomiebetriebe in Bayern nötig, in einer zu entwickelnden Online-Plattform namens Fachkräfte-Navigator auf einen Blick vielfältige Wege zu Fachkräften speziell für ihren Bedarf aufgezeigt zu bekommen. Ziel ist es, für die Mitarbeiterakquisition erstmalig gebündelt die Zugänge zum regionalen und nationalen Fachkräftemarkt, zu branchenspezifischen Angeboten der Bundesagentur für Arbeit und zu gastgewerblichen Portalen sowie zu speziellen europäischen Märkten und Drittländern mit allen Zugangs Voraussetzungen und allen gastgewerblichen Kooperationspartnern und Fachschulen aufzuzeigen. Gleichzeitig liefert der „FachkräfteNavigator“ belastbare Daten und evaluierte Quellen, die es Betrieben erleichtern, ihre bisherige Mitarbeiteranwerbung zu erweitern.



„Unsere Kampagne trägt maßgeblich zur Sicherung des Gastgewerbes als Voraussetzung für die Leitökonomie Tourismus bei.“

”

Angela Inselkammer,
Präsidentin des DEHOGA Bayern

„Blitzlicht-Beratungen“, regionale Beratertage und Beraterdatenbank

Essentieller Baustein der Kampagne ist die Ergänzung bereits bestehender Beratungsangebote durch eine niederschwellige, kostenlose Erstanalyse des Potentials von kleinen und mittleren Betrieben des Hotel- und Gaststättengewerbes sowie der Hinführung an bestehende Förderprogramme des Landes und des Bundes. Der Mehrwert in Höhe von rund 500 Euro brutto pro Beratung soll dabei unmittelbar den Unternehmen zu Gute kommen. Mit der Momentaufnahme – dem sogenannten „Blitzlicht“ – zur Potenzial- und Schwachstellenanalyse werden zudem weitere mögliche Bedarfe von Maßnahmen konkretisiert. Zusätzlich sind insgesamt 14 regionale Beratertage sowie die Einrichtung einer fachspezifischen Beraterdatenbank vorgesehen.

Modell „Wirtshaus mit Zukunft“

Das bayerische Gastgewerbe ist nicht nur gesellschaftlich, sondern auch wirtschaftlich enorm wichtig. Gleichzeitig verschwinden immer mehr Betriebe auf Dauer vom Markt, da Chancen der Umstrukturierung oder Diversifizierung nicht genutzt werden. Damit das Wirtshaus eine Zukunft haben kann, gilt es strukturelle Änderungen aufzuzeigen und vorzuschlagen. Ein großes Potential wird darin gesehen, zusätzliche Dienstleistungen anzubieten, um so den Umsatz zu steigern. Mögliche denkbare Szenarien sind Shop-im-Wirtshaus-Konzepte wie Tante-Emma-Läden, Paketannahme-Dienste, EC-Automaten-Services, Essen-to-go-Konzepte bis hin zum Angebot von Gemeinschaftsverpflegung für Kindergärten und Schulen aber auch eine Effizienzgewinnung in der Verwaltung der Betriebe. Durch den modularen Aufbau des Modells und die Prüfung, welcher Baustein für welchen Betrieb passt, soll die Individualität der Betriebe beibehalten werden.

4 Fragen an Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern

Herr Dr. Geppert, mit dem Pilotprojekt „Zukunft für das bayerische Gastgewerbe“ will der DEHOGA Bayern dem Wirtshaussterben im Freistaat gezielt entgegenwirken. Wie kam es zu dieser Initiative und was zeichnet den konzeptionellen Ansatz aus Ihrer Sicht besonders aus?

Die Konzeption baut auf den Ergebnissen des Betriebsvergleichs für die Hotellerie und Gastronomie in Bayern 2016 des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr an der Universität München auf. Dieser hat ergeben, dass bereits heute etwa 500 bayerische Gemeinden kein Wirtshaus mehr besitzen. Damit fehlt die wirtschaftliche Grundlage für die Leitökonomie Tourismus. Angesichts des demografischen Wandels, der Herausforderungen durch die Digitalisierung und des Fachkräftemangels wurde eine strategische Kampagne entwickelt, um dem Sterben des Gastgewerbes gerade im ländlichen Raum entgegen zu wirken. Durch eine konzentrierte Laufzeit über ein Jahr ist größtmögliche Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit und in der Branche gewährleistet.



Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit mit der Politik im Hinblick auf die Ziele des Verbandes?

Viele Maßnahmen, die dem Wirtshaussterben entgegenwirken könnten, sind auf Bundesebene zu beschließen - insbesondere die Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes, gleiche Steuern auf Essen sowie die Reduzierung der unerträglichen Anzahl von bürokratischen Auflagen und Dokumentationspflichten. Wir müssen auch in Bayern schauen, was wir erreichen können und dürfen nicht zuschauen, wie eine Gaststätte nach der anderen verschwindet. Das ist unsere Pflicht und Aufgabe als Verband, weshalb wir diese Kampagne als ersten Schritt initiiert haben. Ohne die große Unterstützung des Bayerischen Wirtschaftsministeriums wäre dies nicht möglich. Ein spezielles Investitionsprogramm für Gaststätten wäre ein notwendiger zweiter Schritt, um möglichen identifizierten Investitionsbedarf auch zu finanzieren.

Die Kampagne setzt sich aus einer Vielzahl strategischer Bausteine zusammen. Welche Kommunikationswege wählen Sie, um die öffentliche Wahrnehmung zu stärken?

Der DEHOGA Bayern ist gewillt, für das Gastgewerbe in dieser Umbruchphase geeignete Angebote und Handreichungen zu bieten. Durch eine umfassende Öffentlichkeitsstrategie wird sowohl bei Mitgliedern als auch bei Nichtmitgliedern die Aufmerksamkeit erzielt, um Fachkräfte, Unternehmer oder gründungswillige Neueinsteiger zu erreichen. Gleichzeitig wird in allen Gesellschaftsschichten die Bedeutung des Gastgewerbes für den sozialen Zusammenhalt, den Tourismus, aber auch als zukunftssträchtige Arbeitsstelle gestärkt.

Ein Baustein der Kampagne ist eine kostenlose Erstberatung für Unternehmen. Warum ist dies notwendig?

Aus unserer Sicht ist es wichtig, das Potential und mögliche Schwachstellen von kleinen und mittleren Betrieben des Hotel- und Gaststättengewerbes zu analysieren. Dies wird im Rahmen einer kostenfreien Momentaufnahme zur Potential- und Schwachstellenanalyse direkt vor Ort, der sogenannten „Blitzlichtberatung“ durch fachlich versierte Berater erfolgen. Darauf aufbauend können wir Betriebe an die bereits bestehenden umfassenden Beratungs- und Förderprogramme des Landes und des Bundes hinführen und gezielt weitere Bausteine und Maßnahmen anbieten. Der Blitzlichtgutschein hat einen Gegenwert von 500 Euro brutto je Unternehmen und umfasst alle Nebenkosten, einschließlich Anreise und einen Kurzbericht.



NICHT VERPASSEN! DIE INTERNORGA MACHT AUCH 2018 WIEDER DEN UNTERSCHIED!



Öffnungszeiten:
täglich 10 bis 18 Uhr

Preise:
32,50 € (Tagessticket)
41,50 € (Zwei-Tages-Ticket)
17 € (Fachschüler, Fachstudenten)

Weitere Informationen
unter www.internorga.com

Ein neues Jahr heißt oft neue Wege gehen und neue Ziele setzen. Manchmal heißt es auch ‚Neuland betreten‘ – und so lautet das Motto der INTERNORGA 2018. Die europäische Leitmesse für den Außer-Haus-Markt präsentiert vom 9. bis 13. März in Hamburg Produktneheiten und visionäre Konzepte unter einem Dach. Fünf Tage lang ist die Messe Inspirationsquelle und Plattform für Marktführer, Entscheider und Newcomer aus Gastronomie und Hotellerie. Auf über 100.000 Quadratmetern kann das Fachpublikum mehr als 1.300 Aussteller aus aller Welt entdecken, die einzigartige Innovationen präsentieren und jede Menge Ansätze für neue Umsatzchancen bieten.

INTERNORGA 2018
**9. BIS 13.
MÄRZ 2018**
MESSE HAMBURG

Abgerundet wird das Angebot der Messe mit einem umfangreichen Rahmenprogramm mit Live-Bühnen, Trendforen, Vorträgen, spannenden Wettbewerben und weiteren attraktiven Formaten. Auch für den DEHOGA ist die INTERNORGA der Treffpunkt des Jahres. Als starker Branchen-Partner begleitet und unterstützt der Verband die Leitmesse seit Jahrzehnten.

ERFRISCHEnde GETRÄNKEINNOVATIONEN

Die Vielfalt der Getränkeaussteller auf der INTERNORGA ist groß. Produzenten von spritzigen

Limonaden und natürlichen Energydrinks sind ebenso auf der INTERNORGA zu finden wie Anbieter koffeinhaltiger Kalt- und Heißgetränke. Die neue CRAFT SPIRIT Lounge, bei der sich alles um handgefertigte Spirituosen dreht, sowie die beliebte CRAFT BEER Arena erweitern die Produktvielfalt im Bereich flüssiger Trends.

GASTRO-TREND VEGETARISCH UND VEGAN

Immer mehr Menschen ernähren sich vegetarisch oder vegan. Dies spiegelt sich auch in der Gastronomie wider. Ein vielfältiges vegetarisches Angebot ist laut INTERNORGA GV-Barometer

2017 eine der wichtigsten Entwicklungen der Gastronomie der Zukunft. Die Leitmesse möchte Hoteliers und Gastronomen Anregungen geben, wie sie ihre Angebote um vegetarische und vegane Gerichte erweitern können. Als Unterstützung rund um das aktuelle Thema „Veggie“ hat sich die INTERNORGA ProVeg (ehemals Vegetarierbund Deutschland) als Partner und Experte mit an Bord geholt.

NEUE TALENTE BEIM NEXT CHEF AWARD

Die INTERNORGA-Wettbewerbe haben sich fest im Rahmenprogramm etabliert. Hoch im Kurs steht der Next Chef Award mit Starkoch Johann Lafer. Der innovative Kochwettbewerb verspricht in spannenden Live-Challenges jede Menge Action und kulinarischen Nervenkitzel. Auch 2018 wird der Next Chef Award wieder herausragende Kochtalente aus Deutschland, Österreich und der Schweiz auf die INTERNORGA-Bühne bringen. Im Vorjahr gewann übrigens Jonas Straube, der heute als Souschef im Restaurant Störtebeker



in der Hamburger Elbphilharmonie kocht und im September 2017 seine Siegerprämie – sein eigenes Kochbuch „Next Chef Jonas Straube – Crossover“ (Teubner Verlag) – einlöste.

DEUTSCHER GASTRO-GRÜNDERPREIS

Gemeinsam für die Branche und mit voller Kraft voraus: Der Gastro Startup-Wettbewerb von INTERNORGA und Leaders Club sowie der Gastro-Gründerpreis von orderbird, Europas führendem iPad-Kassensystem für die Gastronomie, fusionieren 2018 zum ‚Deutschen Gastro-Gründerpreis‘. Das Wettbewerbs-Konzept bietet jungen Gastronomen die Chance, sich einen erfolgreichen Start in der Gastro-Branche zu sichern. In kurzen Präsentationen pitchten die Gründer vor dem anwesenden Fachpublikum, das dann live per App über die beste Idee entscheidet. Auf die Gewinner warten Preise im Gesamtwert von mehr als 50.000 Euro.

AKTUELLE UND ZUKÜNFTIGE HOTELTRENDS

Auf der INTERNORGA können sich Hoteliers unter einem Dach nicht nur über aktuelle Trends und Produkte in der Hotelbranche informieren, sondern auch unerschlossene Umsatzchancen erkunden und für sich entdecken. Neben dem gastronomischen Angebot in Hotels ist die Digitalisierung ein nicht zu vernachlässigendes Thema. Um Gäste abzuholen, müssen sich Hoteliers mit den digitalen Angeboten der Branche beschäftigen und das Potenzial für das eigene Haus prüfen. Ebenfalls hoch im Kurs steht der Einsatz natürlicher Materialien bei der Gestaltung von Hotels – von Naturstein im Badezimmer, Holzelementen in der Lobby bis hin zur organischen Wolle oder Strom aus Solarenergie.

INTERNATIONALES FOODSERVICE-FORUM

Zu den fachlichen Höhepunkten der Messe zählen traditionell die Kongresse. Hochkarätig und international besetzt, können sich Fachbesucher der INTERNORGA auf exklusive Experten-Insights und Inspiration freuen. Am Vortag der INTERNORGA findet das Internationale Foodservice-Forum statt. Unter dem Motto „Vorwärts denken – Vorsprung gestalten!“ geben zehn Branchenexperten auf der Bühne Einblicke in Zahlen, Trends und Marktpotenziale. Nicht fehlen darf bei dem Fachkongress die nationale Top 100-Liste von Gretel Weiß, die aufzeigen wird, welche Trends bereits Deutschland erreicht haben und wo in der Welt gerade neue Richtungen entstehen.



BEQUEM ANREISEN:
HIN- UND RÜCKREISE ZUR
INTERNORGA DEUTSCH-
LANDWEIT MIT DER BAHN
NUR 99 €. MEHR INFOS
AUF INTERNORGA.COM/ANREISE

Im Gespräch mit George Pennington

Schluss mit dem Lärm im Kopf!

Als passionierter psychologischer Forscher, dessen Methoden stets auf eine echte persönliche Weiterentwicklung abzielen, vermittelt George Pennington seit Jahrzehnten Führungskräften aus der Wirtschaft den richtigen Umgang mit Konflikten und Stress. Im Interview mit „Gastgeber Bayern“ verrät der Experte, wie Unternehmer am besten der Komplexität ihres Alltags begegnen und wie wichtig es ist, sich selbst der beste Freund zu sein.

Herr Pennington, die meisten Unternehmer und leitenden Angestellten sind untrennbar mit ihrer Arbeitswelt verbunden und werden selbst im Privaten regelmäßig mit ihr konfrontiert. Fällt dieser Umstand noch unter gesunde Leistungsbereitschaft oder ist das bereits der erste Schritt zur Selbstaufgabe?

Dazu müssen wir uns mit einem sehr irreführenden Begriff befassen, der in den vergangenen 15 Jahren aufgekommen ist, nämlich Work-Life-Balance. Man kann Arbeit und Leben nicht trennen und dann eine Balance zwischen ihnen herstellen wollen – denn „work is life“. Kein noch so hohes Gehalt kann für ein Arbeitsleben entschädigen, das nicht befriedigend ist. Deshalb gilt es, das Arbeitsleben so einzurichten, dass es den eigenen Fähigkeiten und Neigungen entspricht. Wenn jemand die sozialen Begabungen mitbringt, die in der Gastronomie notwendig sind, mit den organisatorischen Aufgaben klarkommt und das gerne tut, dann gibt es keine Selbstaufgabe. Immer vorausgesetzt, die Familie kommt nicht zu kurz.

Das Internet ist voll von Empfehlungen, was getan werden kann, um glücklich und gesund zu leben. Wie aber gelingt es, in dieser Fülle an Informationen die wirklich hilfreichen Ratschläge zu entdecken?

Wir sollten weniger hinausschauen ins Internet, sondern den Blick nach innen richten und uns fragen, was uns selbst entspricht und was wir persönlich brauchen. Um ein erfülltes Leben zu

haben, in der Arbeit ebenso wie im Privatleben, ist es wichtig, dass ich mich selbst kenne und mich selbst auch mag. Das ist die unverzichtbare Basis einer gesunden Persönlichkeit. Kennenlernen kann ich mich durch Selbstreflexion – und im Spiegel, den mir andere vorhalten. Und ich muss lernen, mir selbst mein bester Freund zu sein: nicht unkritisch, aber prinzipiell wohlwollend.

Gerade Letzteres dürfte aber vielen Menschen schwer fallen...

Mit Sicherheit. Sämtliche Selbstzweifel, die ich als Erwachsener mit mir herumtrage, habe ich mir im Lauf der Zeit angeeignet – meist durch das Zutun wohlmeinender Wegbegleiter, die beispielsweise sagen: „Das kannst du doch besser“ oder „Wann machst du endlich etwas Anständiges?“. Solche Botschaften bleiben zwangsläufig hängen, erwerben sich in vielen Menschen ein Hausrecht und wohnen dann als Selbstzweifel im eigenen Geist. Wichtig ist dabei vor allem das Verhältnis zu den Eltern: Einerseits müssen wir ihnen im Heranwachsen die Macht wieder abnehmen, die wir ihnen als Kinder gegeben haben. Andererseits muss es uns gelingen, sie wertzuschätzen. Wir haben keine Eltern, wir sind unsere Eltern. Wenn wir sie nicht wertschätzen, egal wie schwer sie es uns gemacht haben mögen, dann haben wir dort, wo

unser Selbstwertgefühl sein sollte, ein Loch.

Sie sagen, dass ständiges Denken ein Stressfaktor ist, der nicht unterschätzt werden sollte. Warum fällt es gerade Führungskräften so schwer, einfach mal den Kopf auszuschalten?

Die meisten Menschen sind tatsächlich ständig in Gedanken, von frühmorgens bis spätabends.

Macht man sich aber die Mühe, all diese Gedanken mitzuschreiben, wird man schnell feststellen, dass 85 Prozent davon verzichtbarer Lärm im Kopf sind. Wenn man versucht, sie abzuschalten, funktioniert das nicht, weil diese Bemühung nur den Stress im Denken erhöht.

Welche Möglichkeiten gibt es, zumindest einen Teil der unnützen Gedanken für eine bestimmte Zeit auszublenden?

Was wirklich hilft, ist die Wahrnehmung zu erweitern, das ganze Gesichtsfeld mit Aufmerksamkeit zu füllen, das Hören dazu zu nehmen und das Denken automatisch auf, weil der „Benenner“ im Kopf von der Fülle der Eindrücke überfordert ist und wir ohne Worte und Namen nicht denken können. Was dann entsteht, ist ein breites, entspanntes Gewahr-Sein. Dazu möchte ich einen beeindruckenden Moment nacherzählen, den ich vor Jahren in einem großen Salzburger Restaurant erlebt habe: Der Chef ging damals vollkommen entspannt und mit offenem Blick durch die Tischreihen, es folgten ihm einige Kellner, denen er Hinweise gab wie „Der Herr möchte zahlen“ oder „Das Glas der Dame ist leer“. Dieser Mann klammerte sich nicht an Details, sondern hatte mit seiner weichen Wahrnehmung alles Wesentliche im Blick. Das ist etwas, das viele Menschen nicht verstehen: Bei der Verwaltung von Komplexität geht es nicht darum, ständig auf jedes Detail zu achten.

Komplexität verwaltet man in der Gesamtschau. Dieser erweiterte Wahrnehmungsmodus ist nicht begleitet vom ständigen Denken, sondern ganz entspannt. Sachverhalte, die ein Eingreifen erfordern, melden sich quasi von selber. Dazu gehört übrigens auch die Kunst der Pause: Denn eine Pause zu machen, beinhaltet nicht, Zeit ins Nichtstun zu investieren. Es beinhaltet vielmehr, für einen Moment aus dem engen Denken in eine breitere Wahrnehmung zu wechseln und wieder inne zu werden.

Der Mensch neigt bekanntlich dazu, sich unnötig unter Druck zu setzen. Oft heißt es dann: „Ich bin eben Perfektionist.“ Klammern wir uns tatsächlich zu sehr an vermeintliche Idealvorstellungen?

Keinesfalls. Es gehört doch zum Menschsein, dass wir Werte und Visionen haben – und diese Werte und Visionen kulminieren in unseren Idealvorstellungen. Perfektionisten sind Menschen, die versuchen, nach ihren Idealvorstellungen zu leben, übersehen aber, dass es sich dabei um langfristige evolutionäre Ziele handelt. Viele Perfektionisten vergessen, den Zeitrahmen zur Erreichung ihrer Ziele bewusst zu erweitern. Aus ihrer Sicht sollten ihre Ideale am besten schon heute gelebt werden – nicht nur von ihnen selbst, sondern auch von allen anderen. Das ist nicht nötig, und vor allem unrealistisch.

„Professionell bleiben“ – diesen Ausspruch hat wohl jeder einmal im Lauf seines Arbeitslebens zu hören bekommen. Dabei dürfte es doch kaum der richtige Weg sein, die eigenen Emotionen dauerhaft zu unterdrücken?

Emotionen auszudrücken, ist ganz natürlich. Das Wort „Emotion“ kommt aus dem Lateinischen und bedeutet so viel wie „Herausbewegen“. Im professionellen Leben geht es darum, emotionale Reife mitzubringen. Das setzt voraus, dass ich mit mir selbst, mit meiner Vergangenheit im Reinen bin und keine emotionalen Altlasten mit mir herausbrechen. Dazu ist ein Heilungsprozess erforderlich, dem sich viele Menschen nicht stellen. Wichtig ist auch der Konflikt zwischen mir selbst und der Rolle, die ich in meinem Beruf spielen muss. Jeder Beruf bringt ein bestimmtes Rollenverhalten mit sich. Wenn die Rolle mir entspricht,

habe ich den richtigen Job. Wenn ich aber immer wieder in Konflikt mit dem komme, was mir abverlangt wird, dann ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass ich nicht am richtigen Platz bin. Den emotionalen Aufruhr, der daraus resultiert, kann ich mir ersparen, indem ich den Job wechsle.

Welche Rolle kommt dabei den Führungskräften zu?

Manche Vorgesetzte führen mit Zuckerbrot und Peitsche, was eine Angstkultur erzeugt, die von gegenseitigem Misstrauen geprägt ist. Andere pflegen eine Vertrauenskultur, in der jeder Mitarbeiter er selbst sein darf und als Mensch mit all seinen Stärken und Schwächen wertgeschätzt wird. Wer ein Unternehmen führt, tut gut daran, eine gewisse Lockerheit zu kultivieren, die den Angestellten erlaubt, entspannt ihren Aufgaben nachzugehen. Sie machen dann weniger Fehler, und der Informationsfluss ist besser.

Sogar selbsterklärte Workaholics nehmen sich immer wieder vor, zwischen all den Meetings und Dienstreisen gelegentlich eine Auszeit einzuplanen. Es soll aber auch Menschen geben, die regelrecht Angst vor Freizeit haben...

Gebraucht zu werden, kann wie eine Droge sein. Wer davon abhängig wird, kann mit „Freizeit“ nichts anfangen. Wer aber einer Arbeit nachgeht, die Erfüllung bietet, hat automatisch viel Freizeit – nämlich Zeit, in der man frei ist, das zu tun, was man am liebsten macht und am besten kann. Problematisch wird es erst, wenn man während des Urlaubs Angst davor bekommt, in den Betrieb zurückzukehren. Dann ist etwas faul.



Zur Person

George Pennington, geboren 1947 in Washington D.C. (USA), ist in Frankreich und Österreich aufgewachsen. Nach einem Studium der Psychologie und Soziologie in Heidelberg arbeitete er zunächst bis 1976 als Fotograf. Im Anschluss an weitere Studien in den Bereichen Physikalische Therapie und Landwirtschaft stehen seit 1984 Trainings für die Wirtschaft im Mittelpunkt seiner Arbeit. Pennington ist Initiator eines Trainingsprogramms für Schüler und war 2005 in der TV-Serie „Bewusst Leben – Psychologie für den Alltag“ zu sehen.

Wie gehen erfolgreiche Unternehmer mit sich selbst um?

In „Gastgeber Bayern“ verrät
der Große Vorstand des DEHOGA
Bayern seine Geheimrezepte.

Woher schöpfen Sie Kraft für den oftmals stressigen Alltag?

Inselkammer: Ich bin eingebunden in meine Familie. Das gibt mir immer die nötige Rücken- deckung, Sicherheit und Kraft. Zudem darf ich an einem der für mich schönsten Plätze der Welt leben, unserem Dorf Aying in Bayern.

Förster: Meistens durch Sport. Jeden Tag, bestenfalls gleich früh um 6 Uhr, ein bis zwei Stunden, oder dann abends. Das trainiert nicht nur den Körper, sondern auch den Geist und die Willenskraft.

Brunner: Ich bin ein sehr positiv denkender Mensch und empfinde Stress im Alltag nicht

zwangsläufig als negativ. Wenn mir aber doch mal alles zu viel wird, gehe ich gerne in die Natur.

Poschenrieder: Kleine Auszeiten nehmen, in die Natur gehen, sich mit Freunden treffen, schöne Events besuchen und sich rausziehen aus dem Alltagstrott. Abschalten kann ich sehr gut.

Wild: Ich habe die Gabe, gut schlafen zu können – das ist die halbe Miete. Dann ist es wichtig, sich einen Lotuseffekt zuzulegen, nicht alles zu nah an sich heranzulassen.

Barthelmes: Ich schöpfe meine Kraft aus einer Mischung von Familie und Partnerschaft und der Ausübung meiner Hobbies, bei denen ich den Alltag und das Geschäft komplett vergessen kann und muss.

Lochbihler: Für Gastronomen gehört es quasi zu den Urinstinkten, sich um das Wohl der anderen, sprich der Gäste, zu kümmern. Dabei sollte man nie aus den Augen verlieren, sich genug Zeit für sich selbst, für eine Auszeit vom Alltag zu nehmen.

Mayer: Kraft schöpfe ich vor allem in meiner Familie. Meine Frau Mira, die meine engste Mitarbeiterin ist, betätigt sich gleichzeitig als mein „Coach“. Meine drei Töchter sind ein weiterer Kraftquell für mich.

Luger: Natürlich aus meiner Familie und, wenn ich nach erfolgreicher Arbeit mit meinen Mitarbeitern in zufriedene und glückliche Gesichter unserer Gäste blicke. Das ist Ansporn genug.

Gallus: Ich liebe meinen Beruf und deshalb ist

Stress nicht negativ. Außerdem fahre ich öfter einmal aufs Land und genieße die fränkische Landschaft – das beruhigt und die frische Land- luft tut auch gut.

Britsch: Ich bin nebenbei Pilot und Fluglehrer. Ich habe einen festen Tag in der Woche, an dem ich Unterricht gebe. Das lenkt mich vom Alltag im Betrieb ab, macht mir Spaß und gibt mir Lebensfreude.

Wrede: Ich lache gerne und viel. Diese positive Grundeinstellung wirkt sich auch auf meine Mit- arbeiter und Gäste aus. Die Stimmung im Haus wird immer abhängig sein von der Stimmung des Chefs.

Matheus: Ich versuche etwa dreimal in der Woche morgens zu laufen. Dabei kann ich sehr gut nachdenken und mich in Ruhe auf anstehende Situationen vorbereiten. Darüber hin- aus gehe ich regelmä- ßig in die Sauna. Hier komme ich so richtig runter und kann total abschalten.

Schneider: Wir haben uns schon vor vielen Jahren ein Landhaus in sehr ruhiger Lage gekauft. Unser Refugium, in dem wir Abstand vom Betrieb haben, Auszeit nehmen und die Batterien wieder aufladen.

Gibt es feste Rituale in Ihrem Alltag, die Ihnen Kraft geben?

Inselkammer: Ich gehe jeden Tag mit unserem Hund in den Wald. Bei frischer Luft und in der Ruhe der Natur kann ich gut nachdenken und viele Probleme relativieren sich.

Förster: Ja, täglich beim Frühstück eine Andacht lesen. 365 Mal im Jahr. Und dann von vorne.

Brunner: Abgesehen von meinen unregelmä- ßigen Ausflügen in die Natur habe ich keine festen Rituale in meinem Alltag. Für mich hat

es sich bewährt, große Ziele in kleinen Schrit- ten anzugehen.

Poschenrieder: Sich immer mal wieder in ande- re Themen einlesen und einarbeiten, das rückt die Prioritäten wieder zurecht. Ganz einfache Dinge helfen auch: in Ruhe Tee trinken, Musik hören, Klavier spielen, mit meiner Katze reden und richtig atmen ist sehr wichtig.

Wild: Feste Rituale würde ich dazu nicht sagen, aber Kraft schöpfen, indem man sich um ganz andere Dinge kümmert oder Interesse zeigt, helfen die Batterien aufzuladen.

Barthelmes: Kein Telefon vor 10 Uhr morgens und dem ersten Kaffee, denn meine Erreich- barkeit ist oft bis Mitternacht. Ab und zu einfach im Betrieb etwas liegen lassen und sich um Familie, Sport und Hobbies kümmern – das bringt die richtige Energie und Laune ins Leben.

Lochbihler: Ich finde es großartig und bewun- dernswert, wenn Menschen feste Rituale in ihrem Alltag haben, die ihnen guttun und für sie so selbstverständlich sind wie schlafen, essen oder trinken. Bei mir bleibt's dann doch meistens beim guten Vorsatz.



Angela Inselkammer
Präsidentin



Thomas Förster
1. Vizepräsident



Andreas Brunner
2. Vizepräsident



Monika Poschenrieder
Vorsitzende des Fachbereichs
Gastronomie



Stefan Wild
Vorsitzender des Fachbereichs
Hotellerie



Ralf Barthelmes
Schriftführer



Jürgen Lochbihler
Schatzmeister



Conrad Mayer
Stv. Bezirksvorsitzender
Oberbayern



Andrea Luger
Bezirksvorsitzende
Oberfranken



Dieter Gallus
Bezirksvorsitzender
Mittelfranken



Johann Britsch
Bezirksvorsitzender
Schwaben



Volker Wrede
Vorsitzender Fachabteilung
Musik und Szene



Josef H. Matheus
Vorsitzender der
Fachabteilung
Kur- und Bäderwesen



Hans Schneider
Vorsitzender des
Berufsbildungsausschusses

Große Vorstand
des DEHOGA Bayern

Mayer: Die Unterhaltungen mit meiner Frau beim Abendessen sind für mich immer sehr inspirierend. Dieses abendliche Beisammensein dient uns dazu, den Tag Revue passieren zu lassen. Ein weiteres Ritual ist unser gemeinsames Yoga.

Luger: Am frühen Morgen auf unserer Terrasse mit Blick in unsere Natur und einer Tasse Tee – das erdet einen schnell und man empfindet, in welcher schöner Heimat man doch lebt.

Gallus: Ja, ich bin stolzer Opa von drei Enkelkindern und bringe morgens meine Enkel zum Kindergarten. Nachmittags spiele ich jeden Tag mindestens eine halbe Stunde mit ihnen – außer ich bin für den Verband unterwegs.

Britsch: Ich frühstücke jeden Tag mit unseren Mitarbeitern. Ich mache mir immer einen Smoothie und lese nebenbei die Zeitung.

Wrede: Ich nehme mir jeden Tag auch Zeit für mich. Da mache ich dann Sport, oder ich koche etwas Feines, oder ich lerne eine Sprache, oder lese ein Buch – worauf auch immer ich gerade Lust habe.

Matheus: Feste Rituale weniger – was mir nur sehr wichtig ist: dass ich morgens in aller Ruhe meinen Kaffee trinken kann.

Schneider: Gemeinsame Mahlzeiten mit der Familie

Wie oft im Jahr gönnen Sie sich Urlaub? Und wie lange verreisen Sie am Stück?

Inselkammer: Wir versuchen, jedes Jahr zwei bis drei Wochen am Stück in den Urlaub zu fahren. Wir fahren dann auch weg, weil wir in Aying direkt neben dem Betrieb wohnen und daher daheim eigentlich immer im Dienst sind.

Förster: Heute etwas mehr als früher. Wenn Wind und Wellen gut sind, egal wo, bin ich spontan drei bis vier Tage beim Surfen. Lange Urlaube sind nicht so mein Ding, eher öfter mal ein Kurztrip. Da höre ich auf meinen Kopf und

Körper: Wenn's zu viel wird, dann eine Auszeit und zwar gleich.

Brunner: Ich fürchte, zu diesem Thema kann ich nicht viel sagen. Ich halte es nicht lange an einem Fleck aus, maximal zwei bis drei Tage, dann werde ich unruhig. Wenn ich mal ein paar Tage nicht im Betrieb bin, dann weil ich auf Messen und Veranstaltungen für den Verband unterwegs bin.

Poschenrieder: Lange Urlaube sind zeitlich nicht zu vereinbaren mit Geschäft und Ehrenamt, aber im Frühjahr gibt es jetzt mal eine Woche wirklich Urlaub. Ich mache mir aber viele Gedanken dies zu ändern, denn man verspürt immer mehr die Sehnsucht, mal für längere Zeit abzutauchen.

Wild: Ich plane jedes Jahr einen 14-tägigen Urlaub ein. Ansonsten versuche ich mindestens einmal im Monat eine Auszeit zu nehmen.

Barthelmes: Ich schaue, dass ich wenigstens einmal im Jahr für 14 Tage verreisen kann. Wenn es nicht geht, reicht auch eine Woche zum Ausspannen und komplett abschalten, aber dann ohne Handy und E-Mails.

Lochbihler: Ich nehme mir zunehmend mehr Zeit für Urlaub. Vor allem die Oster-, Pfingst- sowie Sommerferien und natürlich Weihnachten sind fest eingeplant, da meine Kinder noch schulpflichtig sind. Allerdings bin ich kein Typ, um vier Wochen am Stück zu verreisen.

Mayer: Unsere Urlaube sind unantastbar. Wir bringen in unserem Alltag im Hotel und ich auch im Verband viel Engagement ein, brauchen dann aber auch Zeit, um zu regenerieren, weswegen wir mindestens drei Mal im Jahr zu verreisen versuchen.

Luger: Nach Saisonende im November oder Dezember 14 Tage am Stück mit meinem Mann – und sollte der Stress zu viel sein, ein paar Tage zwischendurch bei sehr netten Kollegen.

Gallus: Einmal pro Jahr, drei bis vier Wochen in Mexiko.

Britsch: Ich fahre mit meiner Großfamilie immer in der ersten Novemberwoche in den Urlaub. Weiter bin ich zwei bis drei Mal im Jahr für sechs

Tage auf einem Kunstflugtrainingslager.

Wrede: So kurz vor der Übergabe meines Betriebes bin ich außergewöhnlich viel unterwegs. Früher habe ich zweimal im Jahr eine längere Reise von drei bis vier Wochen unternommen und zwischendurch immer vier Tage Kurzurlaub.

Matheus: Ich nehme mir etwa dreimal im Jahr eine Auszeit von einer Woche, um kürzere Trips zu unternehmen. Darüber hinaus steht einmal im Jahr ein größerer Urlaub von rund drei Wochen auf dem Programm.

Schneider: Unterschiedlich oft. Urlaub zwei Wochen, Städtereisen mindestens eine Woche.

Gibt es Tage im Jahr, die Ihnen „heilig“ sind, also an denen Sie sich immer frei nehmen?

Inselkammer: Oberste Priorität hat bei uns die Familie. Wenn wir Familienfesttage haben oder wenn ich von einem aus der Familie dringend gebraucht werde, dann muss leider alles andere zurückstehen.

Förster: Nein.

Brunner: Der 24. Dezember, Heilig Abend, ist für mich wortwörtlich „heilig“. An diesem einen Tag im Jahr ist das Hotel und Restaurant auch nur bis mittags geöffnet. Nachmittag und Abend gehören den Familien – das gilt für mich genauso wie für meine Mitarbeiter.

Poschenrieder: Nein, eigentlich nicht, aber ich versuche immer Zeitpuffer zu haben, damit ich Zeit habe, wenn etwas Unvorhergesehenes kommt.

Wild: Die gibt es so nicht, das kommt immer darauf an wie du Dich im Unternehmen siehst.

Barthelmes: Ja, diese Tage gibt es und die halte ich auch immer gerne ein – zum Beispiel der Karfreitag – da ist in Bayern nichts los. Da gehe ich regelmäßig auf Gastro-Exkursion, um mir zum Beispiel in Frankfurt neue und innovative Gastro-Konzepte anzusehen – das ist Futter für neue Ideen.

Lochbihler: Heiligabend ist natürlich so ein Tag, den ich jedes Jahr mit meiner Familie verbringe. Viel lieber, als mir fixe Tage vorzugeben, nehme ich mir spontan einen Nachmittag frei.

Mayer: Wir organisieren unsere „staade Zeit“ vor Weihnachten so, dass wir uns schon ein paar Tage vor Heiligabend zum Skifahren in die Nähe von Saalbach-Hinterglemm absetzen und uns dort (hoffentlich) einschneien lassen können.

Luger: Heilig sind mir persönlich die Geburtstage meines Mannes und unserer Töchter sowie der 24. Dezember, der ganz der Familie gewidmet ist.

Gallus: Ja, nur an Heilig Abend bleibt das Hotel geschlossen und wir schließen unser Restaurant um 15 Uhr. Der Heilige Abend gehört der Familie.

Britsch: Heilig Abend – sonst haben wir 364 Tage geöffnet.

Wrede: Der 24. Dezember gehört meiner Familie.

Matheus: Es gibt zwar bei mir keine „heiligen“ Tage, aber Tage, die mir sehr wichtig sind. Dies sind meist Tage, welche die Familie betreffen. Hier muss es schon Dicke kommen, dass ich nicht frei mache.

Schneider: Die Tage vor und nach den Weihnachtsfeiertagen.

Ihr Tipp, wie man als Unternehmer Betrieb und Privatleben unter einen Hut bekommt?

Inselkammer: Wenn eine gute Balance zwischen unternehmerischem Wirken und einem harmonischen Privatleben funktionieren soll, dann ist es wichtig, dass man mit beiden Seiten ausführlich kommuniziert. Wir haben viele Mitarbeiter, die das ähnlich sehen und so gelingt es uns allen, privates Leben und Beruf gut miteinander zu verbinden.

Förster: Auf das Gleichgewicht achten! Nichts vernachlässigen! Familie ist wichtiger als Umsatz!



Brunner: Wie heißt es so schön: Als Selbstständiger arbeitet man selbst und ständig. Mein Tipp ist daher zu versuchen, das Private und das Geschäftliche so gut wie möglich miteinander zu vereinen.

Poschenrieder: Delegieren und Organisieren sind die Zauberworte. Private Termine genauso eintragen wie geschäftliche und ihnen auch die gleiche Bedeutung geben. Man muss sich Zeit gönnen für seine eigenen Bedürfnisse, sonst verliert man Energie und fühlt sich schnell überlastet.

Wild: Vom Unternehmen lebt man eher schlecht, im Unternehmen ist es doch viel besser.

Barthelmes: In der Gastronomie ist es sehr schwer, das Privatleben vom Geschäftsleben zu trennen. Da ich meine meiste Lebenszeit im Betrieb verbringe, lebe ich auch einen Teil des Familienlebens bei positiver Stimmung im eigenen Betrieb im Kreise meiner Gäste.

Lochbihler: Da bin ich leider der falsche Ratgeber, denn mein Beruf ist mein Leben. Es gibt für mich nichts unter einen Hut zu bekommen, weil es für mich keine Grenzen zwischen den beiden Bereichen meines Lebens gibt.

Mayer: Wir haben einen sehr fordernden Dienstleistungsberuf, der immer die anderen in den Mittelpunkt rückt. Für uns Chefs ist es daher wichtig, dass wir uns bei allem Zuspruch und aller Geschäftigkeit nicht selbst aus den Augen verlieren und aus unserer Mitte geraten.

Luger: Betrieb und Privatleben in Einklang zu bringen, ist nicht immer einfach. Hier ist viel Fingerspitzengefühl gefragt, verbunden mit Organisation und viel Kommunikation mit meinen Mitarbeitern und der Familie.

Gallus: Das ist nicht einfach, Betrieb und Privatleben vermischen sich manchmal. Wenn ich weg bin, kann ich einfach abschalten und vertraue meinen Mitarbeitern. Telefonisch bin ich aber fast immer erreichbar.

Britsch: Eine klare Wochenplanung. Wir arbeiten im Normalfall in der Woche sechs Tage, aber auch Freizeit ist Pflicht.

Wrede: Viele Arbeiten kann man delegieren. Führende Mitarbeiter dürfen keine Entscheidungen treffen, sondern sie müssen. Sie müssen Verantwortung übernehmen und den Unternehmer entlasten, dann klappt es auch mit dem Privatleben.

Matheus: Wichtig ist ein gutes Team, auf das man sich verlassen kann. Dass man Aufgaben delegiert und auch Vertrauen schenkt. Am besten den Betrieb so organisieren, dass es gar nicht auffällt, wenn man nicht da ist. Dann kann man sich auch den nötigen Freiraum für das Privatleben nehmen.

Schneider: So gut wie möglich trennen. Im Betrieb dafür sorgen, dass das Privatleben und die freie Zeit mit der Familie möglichst wenig gestört werden. Das erfordert ein organisatorisches „mise en place“.

Auch wenn Sie einem völlig anderen Berufsweig nachgehen, bewegen Sie sich aufgrund Ihrer Tätigkeit sehr häufig in der Gastronomie und Hotellerie. Was meinen Sie aus Ihrer täglichen Praxis heraus: Was können Unternehmer für sich tun, um sowohl die Freude an Ihrer Arbeit, vor allem aber auch sich selbst nicht zu verlieren?

...DIE CHEFREDAKTEURE WICHTIGER BRANCHEN-MAGAZINE

Türk: Entscheidend aus meiner Sicht ist es, sich gelegentlich aus dem operativen Geschäft rauszunehmen, nicht immer im gleichen Hamsterrad zu laufen und Zeit zu finden, um am Betrieb und nicht im Betrieb zu arbeiten. Das schärft den Blick für die wesentlichen Dinge und macht den Kopf frei für neue Ideen. Die Zeit kann man nutzen mit Dingen, die man selbst gerne macht – oder auch mal für den Besuch bei einem Kollegen, um sich neue Anregungen zu holen.

Westermann: Die beste Motivation für sich selbst und für andere ist die eigene Begeisterung. Die darf nicht abhanden kommen. Wer in einer Zwickmühle steckt, sollte alle Zwänge überprüfen, ob diese auch wirklich notwendig sind. Manchmal kann man seit Jahren geübte

Routinen einfach ändern oder abschaffen, ohne dass die Welt zusammenbricht. Gezielt Freiräume zu schaffen, ist für viele ein Anfang, wieder mehr Freude und damit Motivation zu bekommen.

Karsch: Die Gefahr, als Unternehmer im Gastgewerbe auszubrennen, ist nicht eben gering. Deshalb gilt auch für Hoteliers und Gastronomen, seine eigene Work-Life-Balance zu finden – sei es in Form von Urlaubsreisen oder durch sportliche Aktivitäten. Wichtig ist auch, dass die eigenen familiären Verhältnisse gepflegt werden.

Stadler: Nicht den Binsenweisheiten von Bestseller-Klugscheißern („Denke stets positiv!“) folgen, sondern seinen eigenen Weg finden! Sich Freiräume verschaffen: Arbeiten im Betrieb delegieren (hebt die Motivation der Mitarbeiter); dabei zur Sicherheit gern moderne Hilfsmittel (Reporting Apps, elektronische Schankkontrolle) nutzen – und ganz wichtig: Handy und Notebook ausschalten – auch mal nicht erreichbar sein!

Müller: Wer es schafft, die Welt nicht immer im Alleingang retten zu wollen, ist sicher glücklicher bei der Arbeit. Für den Unternehmer heißt das konkret: Er ist dafür verantwortlich, eine Infrastruktur zu schaffen, in der seine Mitarbeiter das Geschäft auch dann im Griff haben, wenn der Chef sich verdiente Freizeit gönnt – sowohl die Ausstattung als auch die konkreten Prozesse betreffend. Ein glücklicher Chef ist deshalb meist in der Lage auch mal loszulassen, denn er traut seinen Mitarbeitern zu, dass sie ihren Job gut machen. Natürlich hat er trotzdem stets ein weitsichtiges Auge auf das Geschäft und ist im Notfall da, wenn er gebraucht wird. Stichwort Makromanagement! Fokus auf Strategie und das große Ganze und weniger Energieverschwendung für zeitraubende Details. Dann klappt es nicht nur mit etwas mehr Freizeit, sondern der Laden läuft in der Regel strukturierter und besser. Und wenn sich ein dauerhafter Erfolg einstellt, ist es viel einfacher, Freude an der Arbeit zu haben!

Als einen der Leitsätze unserer Branche kann man „Von Menschen, mit Menschen und für Menschen“ nennen. Das Gastgewerbe ist stets als eine große Teamleistung anzusehen. Welche drei „Must dos“ haben Sie als Tipps zur Stärkung des Verhältnisses zwischen Mitarbeiter und Vorgesetztem?

Türk: Angemessene Bezahlung, Lob und Anerkennung, Miteinander in Arbeits- und Entscheidungsprozessen – und dies ist keine Reihenfolge, sondern alle drei Punkte sind ein absolutes und gleichwertiges Muss!

Westermann: Wenn die Mitarbeiter nicht wissen, was die Vorgesetzten wollen, dann ist Verwirrung an der Basis kein Wunder. Ganz wichtig ist also die klare Kommunikation der Ziele und Aufgaben. Außerdem sollten Mitarbeiter als Persönlichkeiten wahrgenommen werden. Jeder hat andere Stärken und Schwächen, manche brauchen mehr Leitplanken, andere werden durch zu viel Betreuung gebremst. Eine Schablone für alle wäre wenig sinnvoll. Die Zusammenarbeit sollte auch verbindlich und von Respekt geprägt sein – und zwar in beide Richtungen.

Karsch: Viele Unternehmer behaupten, ein gutes Team zu haben. Oftmals handelt es sich dabei aber um eine paramilitärische Einheit, in der Befehl und Gehorsam im Mittelpunkt stehen. Meine 3 Tipps zur Stärkung echten Teamgeistes: 1. Schaffen Sie eine von Respekt und Wertschätzung geprägte Kommunikationskultur; 2. Zeigen Sie ehrliches Interesse an Ihrem Mitarbeiter bzw. Ihrer Mitarbeiterin (z.B.: Wie ist die private Situation?); 3. Transparenz und Offenheit: Informieren Sie Ihre Mitarbeiter/innen über Aufgaben, Erfolge und Misserfolge. So fühlen sie sich ernst genommen.

Stadler: Klare, faire und erfüllbare Ansagen machen. Fördern und fordern; nicht nur schimpfen, sondern auch loben! Teambildung stärken – durch gemeinsame Messebesuche, durch Fahrten zu Erzeugern, Besuch beim Gewinner, etc.

Müller: Um akzeptiert und geachtet zu werden, sollten sich Vorgesetzte vor allem an den Goldenen Regeln für gute Führungskräfte orientieren: Fair und gerecht sein! Klare Regeln aufstellen, die für jeden gelten und an die sich jeder in gleichem Maße halten muss. Konsequenz auf die Einhaltung bestehen! Nicht mit Wertschätzung und Anerkennung geizen! Denn das bayerische Sprichwort „Nicht g’schimpft, ist genug gelobt“ trägt alles andere als zu guter Motivation bei. Wertschätzung ist für so manchen Mitarbeiter nicht mit Geld aufzuwiegen. Gerade in der Gastronomie, wo die Arbeitstage hart sind und die Löhne meist nicht allzu üppig ausfallen, kann gute Leistung deshalb nie genug wertgeschätzt werden! Fördern und fordern! Gute Mitarbeiter kann nur ein Unternehmer auf Dauer halten, der es versteht, ihnen Perspektiven und Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten. Dazu gehört das Übertragen von Verantwortung und die Möglichkeit, dass entsprechend motivierte Mitarbeiter im Laufe der Zeit, neue, spannendere Aufgaben im Betrieb übernehmen können. Vorbild sein! Der Vorgesetzte sollte stets mit gutem Beispiel vorangehen – in jedweder Hinsicht. Sei es den Umgang mit seinen Mitarbeitern betreffend oder im Kontakt mit Lieferanten und Gästen.

Aber nicht nur das Verhalten der Vorgesetzten spielt für ein gutes Betriebsklima eine wichtige Rolle, auch der Umgang der Mitarbeiter sowohl untereinander als auch Führungskräften gegenüber spielt eine entscheidende Rolle. Was sind die absoluten Verhaltens-No-Gos?

Türk: Unzuverlässigkeit, Unpünktlichkeit und Unmotiviertheit – denn das sind Faktoren, die sowohl Einfluss auf das Geschäft insgesamt als auch das Verhältnis der Kollegen untereinander haben.

Westermann: Wer schreit, die Unwahrheit sagt oder versucht, sich hinten herum Vorteile zu verschaffen oder andere anzuschwärzen, der ist Gift fürs Betriebsklima.

Karsch: No-Gos sind cholerische Anfälle, Umgang nach Gutsherrenart und Willkür in allen Ausprägungen.

Stadler: Handgreifliche Auseinandersetzungen, sexuelle Belästigung, Diebstahl, Lügen, über den eigenen Betrieb in den sozialen Medien herziehen.

Müller: Das schlimmste No-Go ist meiner Meinung nach unzuverlässiges und generell unkollegiales Verhalten gegenüber dem Team. Wer kein Teamplayer ist, hat meines Erachtens in der Gastronomie nichts zu suchen! Ebenfalls unverzeihlich für mich: Illoyalität und Unehrlichkeit.



Andreas Türk
Chefredakteur
„Gastgewerbe
Magazin“



Rolf Westermann
Chefredakteur
„Allgemeine Hotel-
und Gastronomie-
Zeitung“



Thomas Karsch
Chefredakteur
„Tophotel“



Josef Stadler
Chefredakteur
„Gastronomie Report“



Daniela Müller
Chefredakteurin
„HOGAPAGE“

IM GESPRÄCH MIT ALEXANDER HERRMANN

„OB DER CHEF DA IST, SPIELT ÜBERHAUPT KEINE ROLLE!“

ER IST EINER DER BEKANNTTESTEN TV-KÖCHE DEUTSCHLANDS, SEIN GOURMET-RESTAURANT IN WIRSBERG IST SEIT 2008 MIT EINEM MICHELIN-STERN AUSGEZEICHNET, ALS CHEF UND KOLLEGE WIRD ER GLEICHERMASSEN GESCHÄTZT UND RESPEKTIERT: NICHT UMSONST GILT ALEXANDER HERRMANN SEIT JEHER ALS VOLLBLUTGASTRONOM MIT EINEM BESONDEREN GESPÜR FÜR DIE BEDÜRFNISSE DER GÄSTE. IM INTERVIEW MIT „GASTGEBER BAYERN“ BERICHTET DER 46-JÄHRIGE FRANKE ÜBER SEINE VERANTWORTUNG ALS UNTERNEHMER, DEN UMGANG MIT STRESSFAKTOREN UND DIE ROLLE SEINER MITARBEITER.

ZUR PERSON

Alexander Herrmann wuchs in einer Hotelierfamilie in Wirsberg auf. Er besuchte die Hotelfachschule Bavaria Altötting, gefolgt von einer Kochlehre in Nürnberg und Hospitanzen in Belgien und Deutschland. Herrmann absolvierte die Prüfung zum Küchenmeister als Jahrgangsbester mit Auszeichnung der Bayerischen Staatsregierung. 1995 stieg er als Küchenchef in Herrmanns Romantik Posthotel in Wirsberg im Frankenwald ein, das seit 1869 im Besitz der Familie ist. Er wurde 1997 in den Kreis der Jeunes Restaurateurs d'Europe Sektion Deutschland aufgenommen, deren Präsident er von 2007 bis 2010 war. Sein Hotel verfügt über ein Sternerestaurant, ein Bistro und eine Kochschule. In Nürnberg veranstaltet er seit 2009 die Dinner-Show „Palazzo“ und betreibt die beiden Restaurants „Imperial“ und „Fränk'ness“. Mit seiner neuen „Koch-Late-Night-Show“ ist er seit Januar 2018 auf Deutschlandtour.

AH ALEXANDER HERRMANN

Herr Herrmann, Sie sind Inhaber mehrerer gastronomischer Betriebe an unterschiedlichen Standorten, treten regelmäßig im Fernsehen auf, geben Kochkurse und sind mit einem Bühnenprogramm auf Deutschlandtour. Zugleich sind Sie auch noch Ehemann und Vater. Wie schaffen Sie es, all diesen Aufgaben gerecht zu werden?

Alle meine gastronomischen Unternehmungen sind im Lauf der vergangenen 22 Jahre nach und nach entstanden. Meine wichtigste Erkenntnis, die ich übrigens sehr früh gewonnen habe, lautet: Ich muss die überflüssigste Person im ganzen Betrieb sein! Und zwar aus zwei Gründen: Als Unternehmer darf ich nicht im Betrieb arbeiten, sondern muss am Betrieb arbeiten. Sobald ich zu sehr ins Tagesgeschäft involviert bin, kann ich weder die Entwicklung vorantreiben noch eine Kontrollfunktion einnehmen. Der zweite Grund, warum ich überflüssig sein will, hat mit Respekt zu tun. Denn die Leistung eines Tageswerks bringt immer die Mannschaft. Es spielt überhaupt keine Rolle, ob der Chef da ist, oder nicht! Deshalb war es mir von Anfang an wichtig, ein Team haben, das für sich genommen funktioniert und ohne ständige Anleitung klarkommt.

Das dürfte wohl kaum von heute auf morgen gelingen...

In meinem Fall hat das in der Tat etwa zehn Jahre gedauert. In dieser Zeit habe ich unter anderem einen Küchenchef aufgebaut und zahlreiche Mitarbeiter gezielt weiterqualifiziert. Allein deshalb kann ich heute mehrere Betriebe parallel führen – weil ich eben Menschen an meiner Seite habe, die in den vergangenen Jahren an ihren Aufgaben wachsen konnten und gereift sind.

Gibt es feste Rituale in Ihrem Alltag, die dabei helfen, neue Kraft zu schöpfen?

Ja. Morgens nicht zu früh aufstehen. Leider klappt das so gut wie nie. Im Grunde genommen bin ich

ein fauler Kerl, aber gleichzeitig sehr verantwortungsbewusst...

...weshalb der „faule“ Alexander Herrmann aufgrund der unternehmerischen Verantwortung dauerhaft zu kurz kommt?

Meine beiden Betriebe in Nürnberg habe ich ganz sicher nicht eröffnet, weil ich in Wirsberg nicht genug Arbeit hätte. Durch meine zunehmende Medienpräsenz sind einfach immer mehr Gäste ins Stammhaus nach Wirsberg gekommen. Nicht falsch verstehen: Ich arbeite wahnsinnig gerne als TV-Koch, aber ich habe es eben nicht selbst in der Hand, wie lange mich das Publikum noch sehen will. Wenn ich eines Tages nicht mehr so stark in der Öffentlichkeit stehe, fallen vermutlich auch einige Gäste weg. Diesen fehlenden Umsatz muss ich anderweitig kompensieren. Vor diesem Hintergrund habe ich mich bewusst für Nürnberg als zweiten Standort entschieden, um das Einzugsgebiet zu erweitern und auch die Existenz meiner Mitarbeiter langfristig zu sichern. Sie sehen also: Wenn ich morgens aufstehe, obwohl ich gerne noch ein wenig länger schlafen würde, liegt das schlichtweg am nächsten Termin, den ich wahrnehmen muss.

Das klingt nach einem extrem straffen Programm. Gönnen Sie sich denn auch einmal Urlaub?

Natürlich – wobei die Länge des Urlaubs von verschiedenen Faktoren abhängt und zwangsläufig recht unterschiedlich ausfällt. Ich habe beispielsweise seit 2016 in meinem Kalender einen Eintrag mit dem Titel „Option: AH macht vier Wochen Urlaub“. Das wollte ich eigentlich im Januar 2018 umsetzen. Als ich jedoch die Termine für meine Live-Tour geplant habe, war schnell klar, dass es einfach nicht klappt. Ich fürchte sogar, dass es vor 2020 nichts mehr wird...

Bei all dem, was Sie erzählen – wäre ein vierwöchiger Urlaub womöglich sogar ein mittelgroßer Kulturschock für Sie?

“
ES KOMMT DARAUF AN,
DIE MENSCHEN NACH IHREN
ERFOLGEN ZU BEURTEILEN,
UND NICHT NACH IHREN
MISSEERFOLGEN.”

Offen gestanden, habe ich tatsächlich brutale Angst davor. Was mache ich zum Beispiel, wenn es mir so gut gefällt, dass ich nicht mehr zurück will? Und dann eingestehen muss, dass es nicht anders geht, weil das Geld aufgebraucht ist. Wenn ich dann wieder zu Hause bin und eigentlich keinen Bock mehr auf das habe, was der Alltag mit sich bringt – ich weiß nicht, ob das gut ist.

Gibt es Tage im Jahr, die Ihnen heilig sind?

Eigentlich nicht. Es ist eher so, dass ich mir freie Tage gezielt plane. Zum Beispiel gehe ich im April zusammen mit meinen Küchenchefs in München im Drei-Sterne-Restaurant essen. Und darauf freue ich mich wirklich schon.

Stichwort Mitarbeiter: Wie ist eigentlich das Verhältnis zu Ihrem Küchenteam – kumpelhaft, professionell oder doch eher distanziert?

Am wichtigsten sind gegenseitiger Respekt und Wertschätzung. Es ist so, dass ich alle Mitarbeiter duze, werde aber selbst mit „Sie“ angesprochen – sogar von Teammitgliedern, die mich teils seit Jahrzehnten kennen. Diese Form der Anrede sehe ich als Schutzmechanismus, damit man sich nicht zu nahe kommt. Manchmal brauchst du eben eine gewisse Distanz, um eine gesunde Form der Nähe zu schaffen.

Würden Sie sich selbst als autoritären Chef bezeichnen?

Meine Mitarbeiter wissen: Das, was ich sage, ist Gesetz. Dabei geht es mir jedoch in erster Linie darum, die Leute zu coachen und weiterzubringen. Wenn wir zum Beispiel ein Probekochen machen, erkläre ich dem Küchenteam genau, was gut umgesetzt wurde und was verbessert werden muss. Und achte gleichzeitig darauf, keine Dinge zu verlangen, die das Team nicht leisten kann. Ich regiere nicht mit eiserner Hand, sondern mit dem Anspruch, das bestmögliche aus jedem Mitarbeiter herauszuholen.

Wenn Sie ein neues Menü austüfteln – geschieht das im stillen Kämmerlein oder ist das immer ein Gemeinschaftswerk?

Ich setze mich dazu grundsätzlich mit den Küchenchefs zusammen, um über die einzelnen Produkte zu beraten und die Gerichte zu entwerfen. Eine noch größere Runde wäre wenig zielführend, weil nicht jeder in der Lage ist, Menüs zu kreieren. In einer großen Runde müsste ich viel zu oft Nein sagen, was für die Betroffenen demoralisierend wäre. Sobald der kreative Prozess abgeschlossen ist, wird dem Team im Rahmen eines Probekochens das Ziel präsentiert, um gemeinsam die ideale Umsetzung zu entwickeln. Wenn am Schluss das Ergebnis steht, ist das also nicht mein Teller,

sondern unser Teller. Das macht jedes Gericht, das wir anbieten, zu einem echten Gemeinschaftswerk.

Nach welchen Kriterien wählen Sie Ihre Teammitglieder aus?

Die Entscheidung, wer bei uns arbeitet, ist zu 98 Prozent rein menschlich. Die fehlenden zwei Prozent macht das Talent aus. Ich sehe das so: Wenn die Haltung passt, bringe ich dir in zwei Monaten alles bei, was du können musst, um in unseren Betrieben zu bestehen. Konstanz, Verlässlichkeit und Arbeitsmoral zählen dabei übrigens mehr als reine Geschwindigkeit.

Wie gehen Sie damit um, wenn's im Laden wirklich mal brennt, und beispielsweise der Service ins Schwimmen gerät?

Ich habe mittlerweile das Glück, das nicht mehr selbst ausbaden zu müssen. Als ich früher noch selbst am Pass stand, war das natürlich anders. Heute bin eher nervös als gestresst, weil es ja ohnehin sinnlos wäre, in solchen Momenten einzugreifen. Ich sage mir immer: Mein Betrieb läuft auch gut, wenn ich da bin. Wirklich bedenklich wird es erst dann, wenn du – wie wir Gastronomen sagen – jeden Abend absäufst. Dann muss man ernsthaft überlegen, was geändert werden muss, damit Service und Küche die Chance haben, das Pensum zu schaffen.

Es heißt ja, der Gast sei gemeinhin der König. Aber wie weit dürfen Könige überhaupt gehen?

Für mich ist der Gast definitiv kein König! Das ist doch altes Denken. Ein König regiert und hat Untertanen. Wir Gastronomen sind keine Untertanen. Wir sind vielmehr Partner, die alles dafür tun, dass die Gäste einen schönen Abend haben.

Es ist sicher keine Seltenheit, dass Gäste ab und zu Sonderwünsche äußern. Wie weit sind Sie bereit, dem nachzugeben?

Das ist für mich überhaupt kein Thema. Wenn ein Gast das Steak durchgebraten haben will,

kriegt er es durchgebraten. Natürlich gibt es aber auch Wünsche, die man nicht erfüllen kann. Wenn beispielsweise jemand bei uns in Wirsberg ein Stück Krokodilpfote bestellt, müssen wir auch mal Nein sagen.

Bei Ihrer „Koch-Late-Night-Show“ erzählen Sie auch von Erfahrungen mit schwierigen Gästen. Wie gehen Sie als Sternekoch mit solchen Kunden um?

Bei meiner Tour rede ich in erster Linie vom Gast zu Hause, nicht vom Gast im Restaurant. Generell muss man sich aber fragen, welche Verhaltensweisen überhaupt unter den Begriff „schwierig“ fallen. Es gibt beispielsweise Menschen, die weniger auf ihre Wortwahl achten als andere. Das muss man dann einfach mal aushalten.

Können Sie sich spontan an ein besonders witziges Erlebnis mit einem Gast erinnern?

Oft sind das ja Kleinigkeiten, die in einem ganz bestimmten Moment lustig sind, sich aber schlecht rekonstruieren lassen. Wirklich gut erinnern kann ich mich jedoch an einen Gast, der vor etwa zehn Jahren in Wirsberg einen Tisch für sich und seinen Papagei reserviert hatte und das Menü dann tatsächlich auch zusammen mit seinem Vogel genossen hat. Das war natürlich ziemlich kurios, hat mich aber dennoch berührt, weil das offensichtlich eine ganz besondere Verbindung von Mensch und Tier war.

Wie kam es eigentlich zu Ihrem Engagement als TV-Koch?

1996 hatte die Produktionsfirma der TV-Sendung „Koch-Duell“ angefragt, ob die Romantikhotel-Kooperation den Hauptpreis sponsern möchte. Da für einen zugehörigen Imagefilm jedoch 3.000 D-Mark fällig wurden, habe ich abgelehnt, mich stattdessen aber bereiterklärt, als Koch in der Sendung aufzutreten. Bei einem späteren Casting konnte ich dann offenbar überzeugen und war fortan einer von zwölf Kollegen, die gegeneinander zum Duell antraten.

Was macht Ihnen heute bei Fernseh-Shows am meisten Spaß?

Es gibt für mich zwei große Unterschiede: Das eine ist das klassische Kochen mit vorbereiteten Rezepturen, wie es beispielsweise bei „Kerners Köche“ stattfindet. Formate wie „The Taste“ leben hingegen von der Spontaneität, was ich besonders spannend finde. Es macht mir ungemein Spaß, gemeinsam mit den Kandidaten an deren Fähigkeiten zu feilen.

Bei all der Freude, die Ihnen „The Taste“ nachweislich bereitet – gibt es auch Situationen, die einfach nur nerven?

Klar. Wenn zum Beispiel die Gast-Juroren kommen und nicht verstehen, dass mein Team den besten Löffel geschickt hatte (lacht). Nein, im Ernst: Es

ist mir einfach wichtig, dass die Entscheidung der Juroren nachvollziehbar ist. Bei abstrusen Begründungen werde ich schon mal sauer.

Was muss ein guter Koch-Coach – egal ob für Hobby-Köche oder Auszubildende – aus Ihrer Sicht mitbringen, um erfolgreich zu sein?

Es kommt darauf an, die Menschen nach ihren Erfolgen zu beurteilen, und nicht nach ihren Misserfolgen. Wer bereits viele Jahre in der Spitzengastronomie tätig ist, hat es häufig verlernt, in den richtigen Momenten zu loben, weil man selbst höchst selten gelobt wird. Das muss man sich immer wieder bewusst machen. Wenn jemand etwas gut gemacht hat, darf man das ruhig auch betonen. Wer ständig nur auf Fehler hinweist, raubt seinem Schützling das nötige Selbstvertrauen. ■



Chefredakteur Frank-Ulrich John (rechts) im Gespräch mit Alexander Herrmann

“
FÜR MICH IST DER GAST
DEFINITIV KEIN KÖNIG! DAS IST
DOCH ALTES DENKEN.”

STAATSMINISTERIN ILSE AIGNER STELLT NEUES BUCH VOR

ERFOLGREICHE BERUFSKARRIEREN IN BAYERN

„ERFOLGREICHE BERUFSKARRIEREN IN BAYERN“ – SO HEISST DAS NEUE BUCH VON ILSE AIGNER, BAYERISCHE STAATSMINISTERIN FÜR WIRTSCHAFT UND MEDIEN, ENERGIE UND TECHNOLOGIE. SIE STELLT DARIN BEISPIELHAFT KARRIEREN VOR, DIE MIT EINER AUSBILDUNG IN BAYERN BEGANNEN.



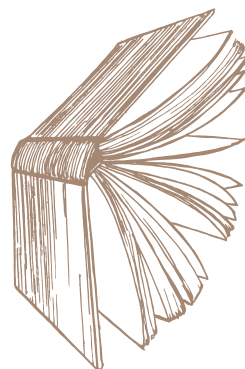
Tohru Nakamura Küchenchef des Geisels Werneckhof und hat bereits zwei Michelin-Sterne erköcht.

Mit dem Buch will Aigner Jugendliche und deren Eltern von den Vorteilen einer praktischen Ausbildung überzeugen und aufzeigen, dass damit genauso gute Karriere- und Entwicklungschancen wie mit einem Studium bestehen. Wer eine praxisbezogene Ausbildung und eine hohe fachliche Qualifikation vorweist, hat beste Aussichten auf einen sicheren und spannenden Job und einen erfolgreichen Werdegang.

Ein Beispiel ist der sympathische Sternekoch Tohru Nakamura, der sich bereits mit 15 Jahren für seinen späteren Beruf entschieden hatte. Ein Praktikum bei der bekannten Fernsehköchin Léa Linster in Luxemburg gab dafür den Ausschlag und offenbarte ihm Dreierlei: seine Leidenschaft, sein Talent und seinen Anspruch. Nach Abitur und Wehrdienst absolvierte Nakamura eine Kochlehre im Münchner Königshof, sammelte Erfahrungen in renommierten Gourmetrestaurants im In- und Ausland, reiste immer wieder nach Tokio, um Einblicke in die klassische japanische Küche zu gewinnen.

Tohru Nakamura macht mehr als eine Ausbildung und mehr als einen Job. Er folgt einer Berufung und einem klaren Ziel. Das macht den Unterschied: Die Ausbildung schließt er als deutscher Jahrgangsbester ab, er wird mit dem Eckart-Witzigmann-Nachwuchspreis ausgezeichnet,

und 2015 kürt ihn das renommierte Reise- und Genusmagazin „Der Feinschmecker“ zum Koch des Jahres. Seit dem Frühjahr 2013 ist



Frau Staatsministerin, wir danken Ihnen, dass Sie und Ihr Haus seit fast zehn Jahren die 120 gastgewerblichen Ausbildungsbotschafter ernennen. Was ist Ihre Motivation dazu?



Unsere Wirtshäuser und Gaststätten sind Teil des bayerischen Lebensgefühls. Und die Ausbildungsbotschafter sind ein Aushängeschild für den hohen Qualitätsanspruch der Branche. Unternehmerinnen und Unternehmer, die im eigenen Betrieb hervorragend ausbilden, sind authentische Vorbilder. Besonders freue ich mich über den großen Erfolg der Ausbildungsbotschafter, der zwischenzeitlich auch über Bayerns Grenzen hinaus wirkt.

Welchen Rat geben Sie bayerischen Hotels und Gastronomiebetrieben, die rund 10.000 junge Menschen ausbilden, für das Jahr 2018?

Auf Dauer wird sich nur Qualität behaupten. Dafür sorgen heute nicht zuletzt die sozialen Medien. Das gilt auch für die Ausbildung. Viele Jugendliche wählen einen Beruf nicht nur nach harten Fakten – entscheidend sind auch das Betriebsklima und der Kontakt zu Kunden und Kollegen. Hier hat das Hotel- und Gastgewerbe einiges zu bieten. Als Ausbildungsbetrieb können Sie junge Menschen dafür begeistern. Ich sehe aber auch, dass es zunehmend schwerer wird, Fachkräftenachwuchs zu finden. Deshalb will ich dazu ermuntern, bei der Einstellung nicht nur auf Schulnoten und Schulabschlüsse zu schauen. Wichtig ist auch das persönliche Entwicklungspotential. Jedes Talent verdient eine Chance. Mit unserem Förderprogramm ‚Fit for Work‘ unterstützen wir die Ausbildungsbetriebe mit einem Zuschuss, die sich für leistungsschwächere Jugendliche öffnen.

Was ist aus Ihrer Sicht die Zukunft der Dualen Ausbildung?

Die Ausbildung punktet mit ihrer großen Praxis- und Wirtschaftsnähe. Sie ist deshalb ein Erfolgsmodell. Das zeigen auch die Fakten: In Deutschland gelingt der Übergang von der Schule in den Beruf besser als in vielen anderen europäischen Staaten. Mit einer Ausbildung legt man einen soliden Grundstein für ein ganzes Berufsleben. Und oft entstehen daraus spätere Karrieren. Denn wir brauchen auch in Zukunft Handwerker, Bäcker und Gastwirte. Mir ist aber der Wettbewerb

„Auf Dauer wird sich nur Qualität behaupten“

IM GESPRÄCH MIT EMILIA MÜLLER, STAATSMINISTERIN FÜR ARBEIT UND SOZIALES, FAMILIE UND INTEGRATION

zwischen akademischer und beruflicher Bildung bewusst. Um hier zu bestehen, wird die hohe Qualität der dualen Ausbildung zunehmend wichtiger. Die Ausbildungsbotschafter sind dafür ein gutes Vorbild. Sie zeigen den Jugendlichen, wohin sie sich entwickeln können, wenn sie die Ausbildung im Hotel- und Gastgewerbe erfolgreich absolvieren.

Das bayerische Gastgewerbe bildet 800 junge Flüchtlinge aus und beschäftigt 5.000 Mitarbeiter mit Fluchtgeschichte. Wie können die neuen Ausbildungsakquisiteure das Gastgewerbe ergänzend unterstützen?

Eine solide Ausbildung ist tausend Mal besser als eine schnelle Arbeitsgelegenheit. Das gilt gerade auch für junge Flüchtlinge. Die Ausbildungsakquisiteure sollen die jungen Menschen über die Möglichkeiten der Berufsausbildung informieren und bei der Suche nach einem geeigneten Ausbildungsplatz helfen. Mittlerweile haben wir in ganz Bayern 32 Ausbildungsakquisiteure genehmigt. Das Angebot richtet sich an anerkannte jugendliche Flüchtlinge, junge Flüchtlinge mit guter Bleibeperspektive oder junge Geduldete. Gleichzeitig stehen die Ausbildungsakquisiteure aber auch den Unternehmen als Ansprechpartner zur Verfügung. Sie beraten und betreuen die Betriebe und können von der Vermittlung eines Jugendlichen bis zu der Bearbeitung von formalen Anforderungen helfen. Nicht zuletzt sind sie für alle Ansprechpartner bei Problemen oder Notlagen und beugen so dem Abbruch der Ausbildung vor.

Employer Branding

Versprechen an die Mitarbeiter

Eine Arbeitgebermarke, neubayerisch „Employer Branding“, bildet das Unternehmensprofil ab, sie ist zugleich aber auch ein Versprechen an die Mitarbeiter. Es geht um Atmosphäre, Unternehmensphilosophie, Unternehmensklima, Mitarbeitergespräche, aber auch um die materielle Ausstattung, also Lohn und Sachleistungen (mehr dazu ab Seite 40). **Was für sie im Mittelpunkt steht, verraten vier erfolgreiche Arbeitgeber.**



**Auszubildende
sind Superstars!**

Wir alle sind Stars, und wir alle wollen unsere Potenziale entfalten. Moderne Unternehmen sind unsere Freunde, Manager unsere Vertrauten, Produkte unsere Attraktoren und Kunden natürlich die eigentlichen Stars. Aber die Welt ändert sich: Die Auszubildenden sind unsere Superstars. Sie bringen jugendliche Frische und Sauerstoff in das Unternehmen. Sie sind das Highlight und die Botschafter unserer begehrten Marke. Für mich sind unsere Auszubildenden schlichtweg intellektuelle und emotionale Investoren.

Hans Jürgen Hartauer
Teaching Training



**Mitarbeiter sind wichtiger
als jede Werbung**

Die Königsdisziplin heißt für mich Differenzierung: Liebe Kollegen, wir müssen uns auf uns konzentrieren und betonen, was uns besonders macht. Nicht „besser“, sondern „anders“ sein schafft die notwendige Differenzierung. Ich frage mich täglich, wo sind wir etwas Besonderes? Mitarbeiter sind für mich keine Kostenfaktoren, sondern echte Wertevermittler! Mein Tipp: Lassen Sie Ihre Mitarbeiter sprechen, Stichwort Storytelling, auf der Homepage, im Prospekt, beim Gast!

Harald Lange
Dehner Blumen Hotel &
Blumenpark Gastronomie



**120 Unterkünfte für Mitarbeiter
aus ganz Europa**

Der Kampf um die besten Fachkräfte ist in vollem Gange. Nur wer fair mit seinen Mitarbeitern umgeht, hat überhaupt eine Chance, sie an sich zu binden. Dienstplanoptimierung und Familienfreundlichkeit sind uns sehr wichtig. Wir bieten 120 Mitarbeiterunterkünfte und geben Quereinsteigern die Chance zur Weiterbildung. Die betriebliche Altersvorsorge ist bereits in den Arbeitsverträgen festgeschrieben. Für unsere betrieblichen Gesundheitsmaßnahmen haben wir eine ausgebildete Fachkraft im betrieblichen Gesundheitsmanagement. Jährliche Veranstaltungen und Feste für unsere Mitarbeiter tragen zur Teambildung bei. Als Mitglied bei FairJobs verpflichten wir uns außerdem zur Einhaltung unserer selbst auferlegten zehn Gebote, die bei Einhaltung den besten Job in der Hotellerie gewährleisten.

Andrea Wilhelm
Sonnentalp Resort Spa Golf



**Balance zwischen Anforderungen
und Ressourcen**

Wir im Hotel Victoria in Nürnberg setzen uns mit unserer Philosophie bewusst von dem üblichen Zentralgedanken „Der Gast ist König“ ab. Wir schaffen ein wertgeschätztes Zuhause auf Zeit für unsere Gäste und uns. Wir teilen Verantwortung und schaffen ausreichend Freiräume, um unsere Ziele zu erreichen und Inspiration für Innovationen zu erhalten. Wir finden eine Balance zwischen Anforderungen und Ressourcen, um den bestmöglichen Gästeservice zu bieten und die Zufriedenheit aller zu gewährleisten. Wir schaffen einen Raum zum Wohlfühlen im Einklang von Tradition und Moderne. Wir bieten sichere Arbeitsplätze, an denen man gefordert und gefördert wird und sich selbstständig einbringen kann. Unser Tun ist geprägt von unseren Teamvisionen, die wir gemeinsam erarbeitet haben.

Sabine Powels
Hotel Victoria Nürnberg

AUSBILDUNGSBOTSCHAFTER DES DEHOGA BAYERN

Echte Erfolgsrezepte

MENSCH-ZU-MENSCH-BERUFE IM GASTGEWERBE SIND VOLL IM TREND UND DER TOURISMUS BOOMT. DIE AUSBILDUNGSBOTSCHAFTER DES DEHOGA BAYERN NENNEN IHRE ERFOLGSREZEPTE, UM GUTE AZUBIS UND MITARBEITER ZU BEKOMMEN UND ZU HALTEN.

VOM PRAKTIKANTEN ZUM KÜCHENCHEF, DAS IST GASTGEWERBE LIVE!



Junge Menschen sind heute vernetzt wie noch nie. Internet und Social Media sind ständige Begleiter im Alltag. Wir nutzen diese Medien und Plattformen, um die Berufe, in denen wir ausbilden, vorzustellen und bei den Ausbildungsplatzsuchenden Interesse zu wecken. Ein cooler Auftritt allein reicht da nicht aus. Auch dass wir das DEHOGA-Bayern-Programm „Wertschätzende Ausbildung“ leben, Ausbildungsqualität abliefern und Ausbildungserfolge in Serie feiern, weckt Interesse im Netz! Unser bestes Marketing-Instrument

in Sachen Ausbildung ist unsere Auszeichnung zum TOP-Ausbildungsbetrieb. Besonders bei Abiturienten und Studienabbrechern stehen wir dadurch im Ranking weit vorne. Besonders engagierte Praktikanten fragen wir, ob sie nicht gelegentlich Zeit hätten, unser Team zu unterstützen. Durch Anstellung als geringfügig Beschäftigte halten wir somit regelmäßig Kontakt und haben die Möglichkeit, sie in unterschiedlichen Arbeitssituationen kennenzulernen. Eine tolle Chance! So haben sich schon einige Ausbildungsverhältnisse und Karrieren im Haus ergeben. Vom Praktikanten zum Küchenchef, das ist Gastgewerbe live!

Hans Schneider
Landgasthof Riesengebirge

KÜMMERT EUCH VON HERZEN UM EURE AUSZUBILDENDEN!



Kümmert Euch selbst um die Auszubildenden und deren Ausbildung, dann seid Ihr immer auf dem Laufenden! Die Azubis werden es Euch auf viele Arten danken. Frühzeitig in die Schulen am Ort und in der Umgebung gehen, um die zukünftigen Azubis für unsere Branche zu interessieren.

Gabi Dreisbach
Besthotel Zeller

KLARE KOMMUNIKATION!



Ich sage allen jungen Menschen, um sie gleich von Beginn zu inspirieren: Der beste Weg, um herauszufinden, ob es sich wirklich lohnt, ist es einfach zu tun! Komm in unser Team! Nur gemeinsam sind wir stark! Wichtig ist das Gespräch gerade mit den Auszubildenden, um den Sinn und den Wert unseres Handelns zu verdeutlichen. Dann sind sie stolz dabei zu sein!

Elisabeth Kaiser
Landhaus Kaiser Gasthof & Hotel

WIR BEWERBEN UNS BEI UNSEREN KÜNFTIGEN AZUBIS!



Lebhaft, begeisternde Vorträge in den Schulen und das Angebot im Nachgang als Berater zur Verfügung zu stehen, im Kontakt bleiben, das bringt echt was! Denn Bewerber aus der Region garantieren kurze Anfahrtszeiten. Sobald das Interesse für unsere Branche geweckt ist, bleibe ich präsent und erreichbar um offene Fragen zu beantworten. Wichtig ist, die Eltern immer im Boot zu haben.

Manuela Heizler
Heizler Gastronomie

WIR SIND GEMEINSAM!



Voller Überzeugung sind wir Gastgeber und Hoteliers – das aber nur mit einem gut ausgebildeten Team! Deswegen ist die Anerkennung unserer Auszubildenden das A und O. Wichtig ist, dass diese Botschaft nicht nur die Chefs mittragen, sondern auch das ganze Team! Gemeinsam sind wir der Kern der Qualitätssicherung, der Weiterbildung und der Produktivität unserer Betriebe. Nur gemeinsam können wir diesen Weg gehen!

Kathrin Wickenhäuser-Egger
Wickenhäuser & Egger AG

EINE SCHULPATENSCHAFT UND SCHON LÄUFT'S!



Ich gehe nur noch mit meinen eigenen Azubis auf Ausbildungsmessen, und das regelmäßig. Denn in fünf Landkreisen sind wir fast immer als einziger Gastronom zwischen circa 100 anderen Branchen. Mein Tipp: Auf den Messen neben Ausbildungsplätzen auch Praktikumsplätze anbieten. Bitte aber Abläufe professionell im Betrieb vorbereiten und gute Praktikanten ein Jahr vor Schulabschluss anschreiben und motivieren, sich zu bewerben. Mindestens einmal jährlich gehen wir in die heimischen Schulen in die achten Klassen und stellen uns vor! Dauert im Regelfall 45 Minuten und bisher haben Schulleiter immer eine Schulstunde gerne „geopfert“, vor allem wenn die Initiative vom Betrieb ausgeht. Das Ergebnis: Alle acht Lehrstellen für 2018 sind belegt und die Suche für 2019 ist gestartet!

Andreas Poth
Best Western Plus Kurhotel an der Obermaintherme



Sie interessieren sich für die Zertifizierung als Top-Ausbildungsbetrieb? Alle Informationen finden Sie unter www.dehoga-bayern.de/karriere/fuer-betriebe/top-ausbildungsbetrieb.html



QUALITÄTSMANAGEMENT IN DER GASTRONOMIE

„NICHT NUR GUT SEIN, SONDERN STÄNDIG BESSER WERDEN“

Das A und O ist zuerst einmal die richtige Auswahl der Mitarbeiter. Von der Aushilfe bis zur Führungskraft sollte jeder genau wissen, was er zu tun hat. Alle im Team sollen sich mit dem Betrieb identifizieren und langfristig auch eine Perspektive haben. Besonders Stammgäste kennen im Laufe der Zeit das Servicepersonal und bauen zu diesem eine Beziehung auf. Auch die Abläufe sollten wohl strukturiert und durchdacht sein. Dabei sollte man immer im Auge haben, wo Prozesse verbessert und weiter optimiert werden können, ohne die Risiken dabei außer Acht zu lassen. Schön wäre es außerdem, wenn man sofort erkennen könnte, was aktuell gut läuft oder wo es „Sand im Getriebe“ gibt.

Im Mittelpunkt steht bei allen Bemühungen immer der Gast. Deshalb müssen wir in Erfahrung bringen, was sich unsere Gäste wünschen. Mit diesem Wissen und der Umsetzung dieser Wünsche könnte man mit Sicherheit die Zufriedenheit aller Beteiligten erhöhen. Denn nichts schadet mehr als Reklamationen und unzufriedene Gäste, die ihren Groll kinderleicht über soziale Netzwerke oder Bewertungsportale kundtun können. Aber auch die Wünsche und Belange aller anderen – zum Beispiel Lieferanten oder Mitarbeitern – sollten nicht übersehen werden. Mein Ziel ist nicht nur gut sein, sondern ständig besser zu werden. Ich möchte die Betriebe, an denen ich beteiligt

Als Inhaber mehrerer gastronomischer Betriebe kann man leider nie gleichzeitig in allen Lokalen sein. Das wäre aber oft nicht verkehrt, um sich persönlich um seine Gäste zu kümmern, den Betrieb im Auge zu haben und nach dem Rechten zu sehen. Welche Möglichkeiten es gibt, dieser Herausforderung gerecht zu werden, verrät der erfolgreiche Bar-, Restaurant- und Hosteltreiber Konstantin Graf von Keyserlingk exklusiv in „Gastgeber Bayern“.

bin, von der Masse abheben, denn ich wünsche mir zufriedene Gäste, die wiederkommen und uns weiterempfehlen. Genauso wichtig sind zufriedene Mitarbeiter, die gerne bei uns sind und am Erfolg motiviert mitarbeiten. Ich habe oft überlegt wie schön es wäre, durch klar definierte Zuständigkeiten Streitigkeiten, Diskussionen und unnötigen Zeitaufwand zu vermeiden. Ich habe vor, Aufgabenverteilungen und Verantwortungen der Mitarbeiter und Beschreibungen der Arbeitsabläufe zu protokollieren. Dies könnte auch bedeuten, dass neue Mitarbeiter schneller eingearbeitet werden können. Ich möchte in meinen eigenen Betrieben auch durch den bewussten Umgang mit Ressourcen Kosten einsparen.

Auf der Suche nach Lösungen, bei vielen interessanten Gesprächen und nach ausgiebiger Recherche im Internet kam ich mit dem Thema Qualitätsmanagement in Berührung. Nachdem ich mich intensiver mit der Implementierung eines Qualitätsmanagementsystems in der Hotellerie sowie der Gastronomie beschäftigt habe, fand ich das Thema sehr spannend. Ich habe nun Hilfsmittel und Werkzeuge gefunden, die mir bei meinem Vorhaben, immer besser



ZUR PERSON

Konstantin Graf von Keyserlingk ist 1987 in München geboren und betreibt seit 2012 Deutschlands erste Bar-Destillerie „Munich Distillers“. Außerdem ist er Mitbetreiber weiterer Gastronomien in München. Dazu zählen unter anderem das Käsefondue-Restaurant „Gärtnerplatz Alm“, das zentral gelegene Bayerische Hostel „Gspusi“ sowie die Bar „Nachtbad“. Von Keyserlingk berät darüber hinaus gastronomienahe Firmen und Startups aus dem Lebensmittelsegment in den Bereichen Steuer, Genehmigungsverfahren sowie Finanzierungsplanung.

zu werden und meine Ziele umzusetzen helfen können. Die BTG bietet in Bayern beispielsweise die ServiceQualität Deutschland Zertifizierung an – diese kostet je nach Mitarbeiterzahl zwischen 315 und 800 Euro und ist für drei Jahre gültig. ServiceQualität Deutschland ist ein anerkanntes Siegel und als bundesweiter Verein selbst ISO zertifiziert. Bei der Qualitätsinitiative geht es vorwiegend darum, Dienstleistungsbetrieben einen einfachen und effizienten Einstieg in das Thema Qualitätsmanagement aus Kundensicht zu ermöglichen. ISO ist natürlich der Ferrari unter den Qualitätssiegeln, jedoch operativ für viele kleinere Betriebe schwer umsetzbar. Bei SQD gibt es mehrere Stufen der Zertifizierung – ISO wäre die höchste und wird natürlich auch anerkannt.

Um die Kontrolle bei einer Expansion nicht zu verlieren und mein Unternehmen für die nächsten Schritte gut aufzustellen, möchte ich bewusst den Weg der ISO-Zertifizierung im Bereich Qualitätsmanagement beschreiten. Deshalb habe ich beschlossen, es auszuprobieren und zunächst für eine meiner Gastronomien ein Qualitätsmanagementsystem nach DIN EN ISO 9001 einzuführen. Ich bin sehr gespannt, was mich alles erwartet und ob meine Erwartungen erfüllt werden.

Weitere Informationen unter
www.q-deutschland.de sqd@btg-service.de
 089 / 280 98 99

FORUM „JUNGE GASTGEBER“



Jung, selbstbewusst und fair



Das Forum „Junge Gastgeber“ ist in der Landesdelegiertenversammlung des DEHOGA Bayern ins Leben gerufen worden und bietet allen jungen Gastgebern unter 40 Jahren ein fachliches und politisches Netzwerk sowie eine öffentliche Plattform.



„Wir jungen Unternehmer stehen für unsere Werte, nachhaltiges Denken und Arbeiten. Für mich heißt das wertschätzender Umgang gleichermaßen mit Mitarbeitern, Gästen und unseren Produkten. Voraussetzung dafür ist aber erst einmal eine selbstbewusste Preiskalkulation, um auch unsererseits fair bezahlen zu können. Außerdem wünsche ich mir für 2018 weniger Konkurrenzgedanken unter Kollegen, dafür eine intensivere Zusammenarbeit und mehr Miteinander. Und natürlich ganz klar: gleiche Rahmenbedingungen für alle Anbieter von Essen und Trinken.“

Muk Röhl
 Gaststätte Röhl

Susanne Droux,
 Leiterin Forum „Junge Gastgeber“
 Tel.: 089/28 760 – 106
 E-Mail: s.droux@dehoga-bayern.de



FORUM „JUNGE GASTGEBER“
 Wer das auch will und dabei sein möchte, bitte melden!

Julia Schiffer,
 stellvertretende Leiterin Forum
 „Junge Gastgeber“
 Tel.: 089/28 760 – 102
 E-Mail: j.schiffer@dehoga-bayern.de

Zur Person

Die meisten Menschen wünschen sich im Leben mehr Höflichkeit, Respekt und Wertschätzung. Warum nur so oft von anderen? Moritz Freiherr Knigge sagt, was wir selbst tun können, um besser miteinander klar zu kommen. Die Schule besuchte er in Hannover, in Göttingen ging er in die Lehre als Verlagskaufmann, für sein Studium der Betriebswirtschaft und Menschen lebte er in Neukölln. Seinen ersten Job fand er im Rheinland. Hier wurde seine Berufung sein Beruf: Den Umgang mit Menschen so zu gestalten, dass er gelingt, dass er Freude macht. 2002 hat er sich selbstständig gemacht. Seitdem hat er sieben Bücher und ein Hörbuch veröffentlicht, Workshops und Seminare geleitet, Kolumnen geschrieben, Interviews gegeben, vor Kameras und Mikrofonen gestanden und gesessen. Als Redner hat er bis heute vor mehr als 125.000 Zuhörern gesprochen. Von seinen Einsichten und Erfahrungen im Umgang mit Menschen.

Im Gespräch mit Moritz **Freiherr Knigge**

„Menschen wollen wahrgenommen und gewürdigt werden“

Geboren mit einem Namen, der so bekannt ist wie Persil, spricht Moritz Freiherr Knigge seit mehr als 15 Jahren über das Nützliche im Richtigen. Sein Name steht für Erfolg mit Menschen in Wirtschaft und Gesellschaft. Seine Vorträge und Bücher zeigen, wie wir uns und anderen das Leben leichter machen. Im Gespräch mit „Gastgeber Bayern“ berichtet er über das Verhältnis von Gast und Gastgeber, das Zusammenwirken von Mitarbeiter und Vorgesetzten und die elementarsten Verhaltensregeln beim Restaurant- und Hotelbesuch.


Buchtipp
„Mensch bleiben“

Was tun, wenn die Luft dünn wird, die Nerven blank liegen, das Ich regiert und das Abendland gerade mal wieder untergeht? Moritz Freiherr Knigge sagt: Mensch bleiben. Und da anfangen, wo wir etwas bewegen können: bei uns selbst. Entdecken Sie Moritz Freiherr Knigges kleine, menschliche Einsichten zum Schmunzeln und Nachdenken.

Verlag: vocalbar, Berlin, 44 Seiten, illustriert. Auf den Punkt gebracht von Moritz Freiherr Knigge, auf Linie von Nina Faßbender. Preis: 5 €

Sie haben einmal gesagt „Der Knigge zu sein, ist herrlich. Ich werde so höflich behandelt, wie es sich die meisten wünschen.“ Könnten Sie bitte die wichtigsten Leitgedanken benennen, an denen sich jeder orientieren kann, der andere auch so höflich behandeln will?

Menschen wollen wahrgenommen und gewürdigt werden. Mit „Grüß Gott“, „Auf Wiedersehen“, „Danke“, „Bitte“, „Oh, entschuldigen Sie bitte!“, „Schwamm drüber“ und einem Lächeln, das von Herzen kommt, können wir viel richtig machen. Wer dann noch zuhört, statt andere zutexten, Fragen stellt und Antworten abwartet und über sich lauter lacht als über andere, der kommt ganz gut mit seinen Mitmenschen aus.

Sie stehen ja dazu, dass Sie selbst bereits in einige Fettnäpfe getreten sind. Hand aufs Herz: Was war Ihr größter Fauxpas?

Meinen größten Fauxpas kenne ich wahrscheinlich gar nicht, da ein wohlwollender Mensch mir eine Peinlichkeit ersparen wollte und den Mantel des Schweigens über meine Peinlichkeit gehüllt hat, ohne dass ich selbst es gemerkt habe.

Wie sehen Sie das Verhältnis zwischen Gastgeber und Gast? Gibt es dort für Sie No-Gos, sowohl von Seiten des Gastgebers als auch von Seiten des Gastes?

Ob Gast oder Gastgeber, Menschen glauben die Dinge seien so, wie sie sie sehen. Zu akzeptieren, dass die eigene Perspektive eben die eigene Perspektive ist, ist so unendlich schwer. Weil der Gastgeber der Gastgeber und der Gast nun mal der Gast ist. Für den Gastgeber gilt: Der Gast ist König. Für den Gast: Ein König ist ein König, kein Despot. Und für beide gilt: sei nachgiebig. Denn schon so mancher Gastgeber fand sich als Gast und so mancher Gast als Gastgeber wieder.

Und wie sieht es mit dem Verhältnis zwischen Mitarbeiter und Vorgesetztem aus? Gibt es hier „Must dos“?

Für den Mitarbeiter gilt: Glaube nicht alles, was Du über Dein Können und das Versagen Deiner Vorgesetzten denkst. Für die Vorgesetzten gilt: Glaube nicht alles, was Du über Dich denkst, nur weil Deine Mitarbeiter Dir nicht sagen, was sie über Dich denken.

Was sind die fünf elementarsten Verhaltensregeln bei einem Restaurant- oder Hotelbesuch?

Behandle den Service so wie Du Dir wünschtest, dass mit Deinen Kindern umgegangen würde, wenn sie im Hotel- oder der Gastronomie arbeiten. Lächle, das tut Dir und anderen gut. Bedanke Dich bei denen, die Dir einen schönen Aufenthalt haben. Mit Worten und kleinen Gaben. Genieße Deinen Aufenthalt und vermiese niemanden den seinen. Ob Reinigungskraft oder Generaldirektor. Sprich Dinge, die Dir mißfallen so an, dass der andere sein Gesicht wahrt und Dir die Gesichtszüge nicht entgleiten.

Wie würden Sie sich verhalten, wenn Ihnen eine Kellnerin aus Versehen ein Getränk über ihre Kleidung schüttet?

Das ist mir erst gerade wieder passiert. Von daher habe ich die Situation noch genau vor Augen. Das Weizenbiereglas, das mir entgegengestürzt, konnte ich noch ein bißchen abfangen, aber die Hälfte hat meine Jeans erwischt. „Oh Gott, das ist mir so unangenehm“, sagte die Bedienung. „Gibt Schlimmeres“, sagte ich, lächelte und sie lächelte zurück. Damit war das Thema erledigt.

Sie halten ja auch Vorträge in Unternehmen. Wenn Sie einen Vortrag vor Hoteliers und Gastronomen halten würden, welche Tipps würden sie Ihnen gerne mit auf den Weg geben?

Führe Deine Mitarbeiter so, dass sie Deine Gäste wie Könige behandeln und stärke Ihnen den Rücken, wenn sie auf Despoten treffen.

Im Gespräch mit Dirk Ellinger,

Vorstandsvorsitzender der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe

BGN – BRAUCHT'S DIE WIRKLICH?

Die Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe (BGN) wird nach wie vor von einem Teil der Branchenmitglieder infrage gestellt. Was die Genossenschaft leistet und wie auch Unternehmer von ihrer Arbeit profitieren, erklärt der Vorstandsvorsitzende Dirk Ellinger im Gespräch mit „Gastgeber Bayern“.



Zur Person

Dirk Ellinger (52) ist gelernter Koch und Diplom-Betriebswirt. 1992 qualifizierte er sich zum Betriebswirt im Hotel- und Gaststättengewerbe weiter, 1995 folgte die Spezialisierung als Diplom-Kaufmann mit Schwerpunkt Steuern und Rechnungswesen. Seit 2000 ist Ellinger Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Thüringen. Im Oktober 2017 übernahm er den Vorstandsvorsitz der BGN.

Herr Ellinger, welche Aufgaben hat die BGN?

Unsere Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe, deren arbeitgeberseitig Vorsitzender ich seit Oktober 2017 bin, ist die gesetzliche Unfallversicherung für die Hotellerie und Gastronomie, das Lebensmittelhandwerk und die Lebensmittelindustrie. Historisch geht sie auf die bismarcksche Sozialreform im 19. Jahrhundert zurück. Die Arbeitgeber mussten und wollten das Risiko der Arbeitsunfälle absichern und selbstredend dafür Sorge tragen, dass diese möglichst verhindert werden. Genau darauf geht auch die Idee der Prävention zurück, die wir in unserer Berufsgenossenschaft seit Jahren erfolgreich betreiben.

Wer ist in der BGN versichert?

Versichert sind alle abhängig Beschäftigten. Alle Unternehmer können sich freiwillig versichern lassen. Unsere Berufsgenossenschaft hat mehr als 240.000 Unternehmen mit 400.000 Betriebsstätten als Mitglieder und in diesen Mitgliedsunternehmen sind fast zwei Millionen Vollarbeiter versichert. In Mannheim und den einzelnen Bezirksverwaltungen sind wir sehr gut aufgestellt. Die Mitarbeiter verstehen sich als Dienstleister. Pro Jahr werden 79.000 meldepflichtige Unfälle bearbeitet und es kommen rund 1.000 neue Unfallrenten hinzu, die zu regeln und schlussendlich zu bezahlen sind.

Wofür werden die gezahlten Beiträge eingesetzt?

Der von unseren Mitgliedsunternehmen gezahlte Beitrag beträgt im Jahr 2018 insgesamt etwa 511 Millionen Euro. Auf den Gastgewerebereich entfallen dabei 255 Millionen Euro. Wir als Ehrenamtliche sind im Rahmen der Selbstverwaltung, wo die Vertretung paritätisch zwischen Arbeitgebern und Versicherten geregelt ist, in allen Gremien vertreten und tragen dafür Sorge, dass die Beiträge der Unternehmer zum einen gemäß dem gesetzlichen Auftrag, aber auch zum anderen für wichtige und zukunftsfähige Projekte eingesetzt werden. Häufig stellen Kollegen die Frage, was alles mit dem Geld der Unternehmer gemacht wird. Im Jahr 2016 haben wir beispielsweise 239 Millionen Euro Unfallentschädigung und 229 Millionen Euro an Renten gezahlt.

Welche Rolle spielt das Thema Prävention?

Grundsätzlich sind wir Arbeitgeber verpflichtet, dass Unfälle während der Arbeit nicht passieren und damit für sichere Arbeitsplätze zu sorgen. Die gesetzliche Regelung der Entschädigung, auch für die Wegeunfälle, wird jedenfalls arbeitgeberseitig seit Jahren diskutiert, weil sie größtenteils nicht oder nur sehr bedingt durch den Arbeitgeber beeinflusst werden kann. Im Gegensatz zu einer privaten Unfallversicherung geben wir einen nicht unerheblichen Teil der Beiträge für die Prävention aus. Der Ansatz der Prävention liegt immer darin, Unfälle zu vermeiden. Seit 2003 war ich Mitglied im Präventionsausschuss und habe mich dort von der Arbeit überzeugen können. Das Ziel unserer Präventionsabteilung besteht darin, Arbeits- und Wegeunfälle sowie Berufskrankheiten zu verhindern. Dafür machen die Kolleginnen und Kollegen einen sehr guten Job.

unserer Berufsgenossenschaft die Haftpflichtversicherung für Arbeitsunfälle ablösen. Die Berufsgenossenschaft haftet für den Arbeitgeber und befreit diesen von den Ansprüchen, die gegen ihn auf Grund eines Unfalls, beispielsweise, erhoben werden könnten.

Wie finanziert sich die Berufsgenossenschaft konkret?

Eine Berufsgenossenschaft finanziert sich ausschließlich über ein Umlageverfahren, in das die Unternehmer einzahlen. Im Jahr 2016 konnte die BGN zum siebten Mal in Folge den Beitrag für Hotellerie und Gastronomie senken, das bedeutet, dass wir im Jahr 2016 eine Beitragsenkung von bis zu 2,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr verzeichnen konnten. Seit dem Jahr 2015 sind wir den Ansprüchen aus der Branche gerecht geworden, nicht zweimal hohe Beiträge zu erheben, sondern alle zwei Monate entsprechend geringere Beiträge. Natürlich sollen die Unfälle vermieden werden, deshalb betreiben wir Prävention. Vieles von den Maßnahmen, Arbeitshilfen und Seminarangeboten ist leider häufig bei den Unternehmern noch nicht so bekannt, wie wir uns das alle wünschen. So können alle auf die Muster zur Gefährdungsbeurteilung, die Belehrungen unserer Mitarbeiter, den Umgang mit Schankanlagen und viele weitere erarbeitete Checklisten im Internetportal unserer BGN zurückgreifen. Aber auch die Ersthelferausbildung wird finanziert und für das Fahrersicherheitstraining gibt es einen Zuschuss. Diese umfassenden Informationen finden Sie im Internetportal unter www.bgn.de.

Welche Erfolge konnten Sie für Ihre Mitglieder erzielen?

Aufgrund unserer effektiven Präventionsarbeit haben wir weniger Unfälle, was zum einen die Arbeit sicherer macht, aber auch zur Betragssenkung beiträgt. Wir haben in unserer Berufsgenossenschaft Spezialisten für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Gern beraten die Mitarbeiter Sie in der betrieblichen Praxis in allen Fragen rund um die Arbeitssicherheit. Die BGN ist nicht die Kontrollbehörde, denn dies obliegt den Gewerbeaufsichten der Länder, sondern Dienstleister für unsere Mitgliedsunternehmen. Der Erfolg unserer Prävention ist, dass die Unfallhäufigkeit in den vergangenen 30 Jahren um 60 Prozent rückläufig ist, was gleichzeitig wieder zu Beitragsentlastung unserer Mitglieder geführt hat. Seit dem Jahr 2015 haben wir unser Prämienverfahren eingeführt. Damit werden Unternehmer, die umfassenden Arbeitsschutz umsetzen und mehr als die gesetzlichen Vorschriften in Sachen Arbeitssicherheit und Prävention realisieren, entsprechend prämiert. Hier ist für unser Gewerbe noch sehr viel Luft nach oben, denn pro Mitarbeiter können 25 Euro Prämie erzielt werden. Auch ich selbst habe in meinem Unternehmen in den vergangenen Jahren am Prämienverfahren partizipiert und kann nur alle Unternehmer auffordern, sich daran zu beteiligen.

Warum müssen Unternehmen Pflichtbeiträge für ihre Mitarbeiter an die BGN bezahlen?

Auch ich habe mir genau diese Frage bereits häufig gestellt. Jedoch habe ich mich mit unseren DEHOGA-Rahmenverträgen, insbesondere einer großen Versicherung, beschäftigt und gelernt, wie Versicherungen kalkulieren. Im Vergleich dazu haben wir in unserer Berufsgenossenschaft sehr geringe Verwaltungs- und Vertriebskosten. Überschüsse können und werden zur Beitragsenkung verwendet oder es gibt die Beitragsrückgewähr über unser Prämienmodell. Das wichtigste Argument an dieser Stelle ist aber für uns als Unternehmer, dass wir mit

STEUERFREIER SACHBEZUG

EINE BESONDERE
FORM DER ANERKENNUNG

MIT MOTIVIERTEN UND LEISTUNGSSTARKEN ARBEITNEHMERN STEHT UND FÄLLT DER UNTERNEHMENSERFOLG. RESPEKT, ANERKENNUNG UND LOB VOM CHEF GELTEN ALS WICHTIGSTE INSTRUMENTE, UM ARBEITNEHMER NACHHALTIG ZU MOTIVIEREN. AUCH LOHNNEBENLEISTUNGEN WERDEN HÄUFIG ALS MOTIVATIONSTREIBER GENANNT UND HELFEN UNTERNEHMEN DABEI, MITARBEITER ZU BINDEN.

Arbeitgeber
aufgeladene
Prepaid-Kreditkarte.

Die größte Bekanntheit zur Nutzung des Sachbezugs haben Tankgutscheine, jedoch bringen sie nicht nur für die Personalabteilung durch den hohen Verwaltungsaufwand Nachteile, sondern auch für die Mitarbeiter: Wer kein Auto besitzt, hat wenig Nutzen. Es gibt aber noch eine Reihe von weiteren Leistungen, die zum 44 Euro Sachbezug gerechnet werden wie Einkaufsgutscheine, Guthabekarten oder ein Ticket für den ÖPNV. Wenn die monatliche Fahrkarte den Wert von 44 Euro übersteigt, muss die Differenz zum Mehrbetrag vom Lohn des Arbeitnehmers

und abgabenfrei. Für Geschenke, etwa zur Hochzeit oder zur Geburt, sind 60 Euro pro Anlass möglich, ohne dass der Staat mitkassiert. Pauschal versteuert mit 30 Prozent plus Kirchensteuer und Soli-Zuschlag können jährlich bis zu 10.000 Euro brutto als betriebliche Zuwendungen zusätzlich zum normalen Gehalt gewährt werden, das kann zum Beispiel ein Laptop sein oder ein Auto oder aber auch eine vom

Im Einkommensteuergesetz sind eine Reihe von Sachbezügen geregelt, die Arbeitgeber ihren Mitarbeitern steuer- und abgabenfrei oder zumindest pauschal besteuert gewähren können. Sachleistungen und Gutscheine bis zu 44 Euro monatlich, also 528 Euro im Jahr, sind steuer-

nachweislich auf der Lohnabrechnung abgezogen werden.

Beim Freibetrag bleibt die Vergünstigung bis zu einem bestimmten Betrag immer steuerfrei. Erst wenn dieser überschritten ist, greift die Abgabepflicht. Wird die Summe von 44 Euro inkl. Umsatzsteuer überschritten (hierfür reichen 44,01 Euro), so ist der gesamte Wert des Sachbezugs steuer- und beitragspflichtig. Für die Auszahlung des Sachbezugs ist es übrigens nicht relevant, welche Vertragsart mit dem Mitarbeiter besteht. Der Sachbezug kann bei Vollzeitbeschäftigten ebenso wie Teilzeitbeschäftigten, Minijobbern, Aushilfen, Werkstudenten oder Praktikanten zur Anwendung kommen. Selbst im Unternehmen beschäftigte Angehörige dürfen in den Genuss kommen. Auch bei diesen Gruppen gilt die Freigrenze bis zu 44 Euro. Ist ein Mitarbeiter in mehreren Arbeitsverhältnissen, darf der Sachbezug – der Anzahl der Arbeitsverhältnisse entsprechend – mehrmals in Anspruch genommen werden.

Im Falle einer Überprüfung des zuständigen Finanzamtes muss der Arbeitgeber jedoch in der Lage sein, nachweisen zu können, wann der Sachbezug in welcher Form geflossen ist. Bei der Dokumentation sind keine Angaben notwendig, die über den Grund der Auszahlung Aufschluss geben. Auf der Lohn- oder Gehaltsabrechnung des Mitarbeiters muss er allerdings als eigener Bruttogehaltsbaustein – inklusive der entsprechend festgelegten Lohngruppe – gelistet sein. Vor Berechnung des zu versteuernden Einkommens wird er wieder abgezogen. Die Dokumentationspflicht hat der Arbeitgeber erfüllt, wenn er darüber hinaus Belege oder Rechnungen zum angewandten Sachbezug in digitaler Form oder Kopie aufhebt. Dies gilt auch, wenn die Freigrenze nicht überschritten wird.

Der Arbeitgeber muss ferner gewährleisten, dass es im Rahmen der Einlösung von Gutscheinen und Gutscheinkarten nicht zu einem Bargeschäft kommen kann. Dies beinhaltet,

dass keine Barauszahlung des Guthabenwerts beim Ladengeschäft oder am Geldautomaten erfolgen kann und auch bei Rückgabe der Ware kein Bargeld fließt, ansonsten drohen umfangreiche Nachzahlungen von Lohnsteuer- und Sozialversicherungsbeiträgen.

Eine weitere Möglichkeit, die Mitarbeiterleistung zu honorieren, stellt der sogenannte Sachbezug für persönliche Anlässe dar. Darunter versteht der Gesetzgeber eine Gelegenheit, die ausschließlich den einzelnen Beschäftigten betrifft wie beispielsweise ein Geburtstag, Dienstjubiläum, die Geburt eines Kindes, die Erreichung des Studienabschlusses oder eine Hochzeit. Bei all diesen Anlässen kann ein Sachbezug in Höhe einer Freigrenze von bis zu 60 Euro steuer- und sozialabgabenbefreit gewährt werden, der ebenfalls an eine Sache gebunden sein muss und somit nicht bar oder mit dem Lohn ausbezahlt werden darf. Der Sachbezug von 44 Euro monatlich und der Sachbezug für persönliche Anlässe des Beschäftigten können kombiniert gewährt werden. Eine Höchstzahl, wie oft der 60 Euro Sachbezug in einem Kalenderjahr ausgezahlt werden darf, gibt es nicht. Da Unternehmen für diesen Sachbezug jedoch verpflichtend einen Grund auf der Lohnsteuerabrechnung nennen müssen, kann das Finanzamt leicht den Wahrheitsgehalt prüfen.

AUF EINEN BLICK

Steuerbegünstigte Sachbezüge

- Betriebliche Altersvorsorge
- Bahncard
- Firmenwagen
- Verpflegungszuschuss

Steuerbefreite Sachbezüge

- 44 Euro monatlich (Gutscheine)
- Geschenk für persönliche Anlässe (max. 60 Euro)
- Kinderbetreuungszuschüsse
- Private Telefon- und Internetnutzung

An die Löffel,
fertig, los!

Wir suchen IHR Lieblingsrezept! Wie bringen Sie Maultaschen, Pasta oder Knödel von BÜRGER auf den Tisch? Die raffinierteste Idee kürten wir zum „Rezept des Monats“.

Jeden Monat darf sich ein Gewinner über ein kulinarisches Wohlfühlarrangement im Wert von ca. 600 Euro freuen! Rezepte jetzt einreichen unter:

www.buerger-profikueche.de/rezept-des-monats

BÜRGER
PROFIKÜCHE

BÜRGER GMBH & CO. KG – Zeiss-Str. 12 – 71254 Ditzingen
Tel. 07156 3002-0 – Fax 07156 3002-2066
www.buerger-profikueche.de

BTG – BAYERN TOURIST GMBH

ERFOLGSFAKTOR MENSCH IM SPANNUNGSFELD DER DIGITALISIERUNG

ZERTIFIZIERUNGEN & KLASSIFIZIERUNG QUALITÄT MACHT DEN UNTERSCHIED

- Hotel- und G-Klassifizierung
- Ausgezeichnete Bayerische Küche & Bierkultur
- Motorradfreundliche Betriebe
- i-Marke-Zertifizierung für Tourist Informationen
- ServiceQualität Deutschland

QUALIFIKATION AUS- UND WEITERBILDUNGSPROGRAMM

- An 60 offenen Seminartagen
- In den Bereichen Betriebswirtschaft, Verkauf, Marketing, Service und Dienstleistungen, HSK, Mitarbeiterführung sowie Qualitätsmanagement
- Schulungen in den Betrieben
- Bayerischer Wirt- und Unternehmerbrief
- Ausbildung zum Qualitäts-Coach und Trainer
- Mystery Checks

KOOPERATIONEN STARKE PARTNER AN DER HAND

- Qualitätsgeprüfte Partnerfirmen
- Gewinnbringende Kooperationen
- Innovationen und Informationen
- Veranstaltungen

BERATUNGS-SERVICE MEHR WISSEN, MEHR ERFOLG

- Blitzlicht: Momentaufnahme, Kurzbericht, Praxistipps
- Berater-Tage (fachspezifisch, thematisch)
- Berater-Package (z. B. Unternehmensnachfolge)

ISABELLA HREN, GESCHÄFTSFÜHRERIN DER BAYERN TOURIST GMBH (BTG), BERICHTET IM GESPRÄCH MIT „GASTGEBER BAYERN“ ÜBER DEN ERFOLGSFAKTOR MENSCH IN DER HOTELLERIE UND GASTRONOMIE UND VERRÄT, WELCHE VORAUSSETZUNGEN ERFÜLLT WERDEN MÜSSEN, UM ERFOLGREICH ZU SEIN, UND WELCHE ROLLE DIE DIGITALISIERUNG DABEI SPIELT.

Egal ob Fachpresse, Newsletter, Branchentage, Messen oder Kongresse – die Digitalisierung

im Gastgewerbe ist in aller Munde. Spezialisten und Vortragende mahnen, dass unsere Branche in der digitalen Entwicklung Nachholbedarf hat. Neuerungen wie Amazons smarter Lautsprecher „Alexa“, Check-in-Automaten oder Roboter als Dienstleister werden vorgestellt. Was bedeutet das für die Hotellerie und Gastronomie? Manche Branchenkollegen



reagieren verunsichert – soll und kann eine Maschine ersetzen, was für die meisten mehr als ein Beruf – nämlich Berufung, teils Lebensmittelpunkt ist?

Zusammenfassend sollten die Digitalisierung und neue Technologien generell als Chance gesehen werden – einerseits, weil die Welle bereits rollt und ohnedies nicht mehr aufzuhalten ist, und andererseits, weil sie Effizienz bringt. Effizienz steigert wiederum die Gäste- und Kundenzufriedenheit, die nachweislich Bindung erzeugt. Wer es schafft, seine Gäste zu begeistern und somit an sein Unternehmen zu binden, wird langfristig eine höhere Preisdurchsetzung haben.

Bayern Tourist GmbH (BTG)
089 280 98 99
info@btg-service.de
www.btg-service.de



BEGEISTERUNG DURCH SERVICEQUALITÄT – WELCHE MITARBEITER BRAUCHT MAN UND WAS BRAUCHEN MITARBEITER?

Zuerst ist es an den Unternehmern, die notwendigen Rahmenbedingungen zu schaffen. Für die Arbeitspraxis bedeutet das:

- Gäste und deren Bedürfnisse kennen
- Arbeitsabläufe festlegen und durchtackten, um Raum für persönliche, authentische Dienstleistung zu schaffen
- Kultur leben: Welche Werte sind im Unternehmen wichtig und sollen gelebt werden, identifizieren sich die Mitarbeiter mit dieser Kultur?

Unterm Strich geht es also um die Menschen – einerseits die Gäste und andererseits die Mitarbeiter. Erfolgreiche Unternehmen machen sich nicht nur Gedanken um das Erscheinungsbild vor Gästen und Partnern, sondern überlegen sich, wie sie von Mitarbeitern wahrgenommen werden wollen – Stichwort **ARBEITGEBERMARKE**. Dieser Prozess endet nicht mit dem Ausscheiden der Mitarbeiter aus dem Unternehmen. Profis halten beispielsweise Kontakt über Social-Media-Kanäle – so gibt es Wiederkehrer in den Betrieben, nach Auslandsaufenthalten, in Teilzeit nach der Familienplanung oder als Nebenverdienst in der Pension.

WELCHE RAHMENBEDINGUNGEN WERDEN IM ARBEITSALLTAG GESCHAFFEN?

Der Führungsanspruch an Unternehmer und Führungskräfte steigt, denn gute Mitarbeiter sind Mangelware geworden. Professionelles Führen will jedoch gelernt sein – als ständiger Prozess der Weiterentwicklung in der Interaktion mit dem Team, aber auch in Form von Trainings und Coachings der Führungsverantwortlichen. Denn gerade in Zeiten der Automatisierung durch Technik gewinnen die herzliche Gastlichkeit und persönliche Betreuung durch empathische Gastgeber an Wertigkeit und Wichtigkeit.

Bayern Tourist GmbH | Termine

MÄRZ

Wettbewerbsvorteil durch professionelles Krisenmanagement	01.03.2018
Datenschutzgrundverordnung DSGVO – Was ist zu tun?	05.03.2018
Housekeeping: Prozesse und Strukturen optimieren!	06.03.2018
Englisch mit Gästen	07.03.2018
Marketing-Workshop	12. - 14.03.2018
Facebook-Marketing: So machen Sie aus virtuellen Fans echte Gäste!	15.03.2018
Der Wert des Mineralwassers	20.03.2018
Am Telefon – Professionelle Kommunikation (Nürnberg)	20.03.2018
Servicekult – Service Tools zur Gästebindung entdecken	22.03.2018
7 Schritte zur effektiven Neukundenakquise	22.03.2018

APRIL

Erfolgsfaktor Feedback- / Beschwerdemanagement (Nürnberg)	09.04.2018
Mitarbeiterführung im Gastgewerbe I	11./12.04.2018
Revenue-Management & dynamic pricing für Anwender	16.04.2018
Digitalisierung / Social Media – neue Chancen erkennen & erfolgreich nutzen	17./18.04.2018
ServiceQualität Deutschland (Nürnberg)	18./19.04.2018
Gastorientierte Kommunikation – sicher im Small Talk	25.04.2018
Das 1x1 der PR	26.04.2018
Datenschutzgrundverordnung DSGVO - Was ist zu tun?	26.04.2018

MAI

Führungsakademie I	03./04.05.2018
„Klartext“: Briefe, Mails & Co auf den Punkt gebracht	14.05.2018
Allergenmanagement (Nürnberg)	14.05.2018
Am Telefon – erfolgreiche Kommunikation	15.05.2018
Housekeeping: Das perfekt gecheckte Zimmer	16.05.2018
Hotelbewertungen – kompetenter Umgang mit Onlinebewertungen (Nürnberg)	17.05.2018

JUNI

Grundlagen der Lebensmittelhygiene	07.06.2018
Persönlichkeitsentwicklung für Führungskräfte I	11.06.2018
Interkulturelle Kommunikation in Hotellerie und Gastronomie	12.06.2018
Employer Branding im Gastgewerbe	14.06.2018
Brandschutz in der Hotellerie und Gastronomie	19.06.2018
Check In: Begeistern Sie Ihre Gäste von Anfang an!	21.06.2018
Führungsakademie II	25./26.06.2018
Erfolg im Verkaufsgespräch – Spaß am Verkauf	28.06.2018



Weitere Informationen unter
www.btg-service.de/seminare
konferenz@btg-service.de
 089 / 280 98 99

Im Gespräch mit Bernhard Patter

VERTRAUEN ZAHLT SICH AUS

Im Rahmen der Führungsakademie der Bayern Tourist GmbH (BTG) gibt der renommierte Experte Bernhard Patter von der Diavendo GmbH regelmäßig wertvolle Tipps zur Organisation ihres Arbeitsalltags und zum Umgang mit Mitarbeitern. Im Interview mit „Gastgeber Bayern“ verrät er, auf welche Veränderungen sich gastronomische Betriebe künftig einstellen müssen.

Herr Patter, es herrscht Einigkeit, dass Mitarbeiter die wichtigste Ressource unserer Dienstleistungsbranche sind. Zugleich klagen viele Betriebe über fehlende Mitarbeiter und Fachkräfte. Woran liegt es aus Ihrer Sicht, dass die Hotellerie und Gastronomie auf der Liste der Wunschberufe nicht ganz oben steht?

Meines Erachtens liegt das an der Historie der Branche, die lange Zeit von einem autoritären Führungsstil geprägt war. Früher, als der Zauber der Hotellerie einfach noch größer war, der demografische Wandel nicht eingesetzt hatte, die Generation Y nicht ein neues Arbeits-Lebens-Bild entwickelt hatte, mag das noch funktioniert haben. Weil diese Entwicklung verschlafen wurde, hinkt die Branche heute zum Teil zwischen 20 und 30 Jahren hinterher. Natürlich erschweren auch Umstände wie beispielsweise die Arbeitszeiten und zum Teil auch die eher im unteren Bereich angesiedelten Tariflöhne die Verbesserung des Images der Branche.

Auf welche Veränderungen sollten sich Hoteliers und Gastronomen einstellen? Wie sehen Sie in diesem Zusammenhang die zukünftige Entwicklung?

Die Digitalisierung wird weiter voranschreiten. Nicht nur in Bezug auf die Kundenkommunikation, sondern auch innerhalb des Betriebs



www.btg-service.de/seminare

Führungsakademie
I, 3. und 4. Mai 2018 in München

Führungsakademie
II, 25. und 26. Juni 2018 in München

und des Mitarbeiterteams. Der Zeitaufwand, die Mitarbeiter zu betreuen, zu entwickeln und damit auch langfristig noch wertvoller zu machen, wird weiter zunehmen. Die Betriebe sind gefordert, die Anforderungen der aktuellen Generation Y zu erfüllen und sich gleichzeitig auf die Erwartungen der nun auf den Arbeitsmarkt strömenden Generation Z einzustellen. Je schneller die Unternehmer und Führungskräfte aufhören, mit den aktuellen Veränderungen zu hadern, desto schneller werden sie Lösungen im Umgang mit den Mitarbeitern entwickeln.

Welchen Tipp geben Sie den Führungskräften und Unternehmern von heute, die durch

Investitionen in Ihre Mitarbeiter auf den Erfolgsfaktor „Mensch“ setzen?

Eigentlich nur weiterhin dranzubleiben und vor allem den Dialog mit den Mitarbeitern zu suchen. Sie sollten ständig daran arbeiten, die Menschen mit in Entscheidungsprozesse zu integrieren, Verantwortung zu übertragen und den Wunsch nach individueller Entwicklung respektieren und fördern. Mir ist durchaus bewusst, dass sich dies einfacher anhört, als es letztendlich ist. Dennoch werden das die zukünftigen Erfolgsfaktoren der Betriebe sein. Die Mitarbeiter werden den Vertrauensvorschuss durch eine längere Bindung und stärkere Identifikation zurückzahlen.

Im Gespräch mit Andreas Vogl, Geschäftsführer der Rota GmbH & Co. KG

Arbeitszeitdokumentation leicht gemacht

Ein Großteil der gastronomischen Betriebe macht seine Arbeitsaufzeichnungen noch immer händisch. Es handelt sich dabei um ein probates Mittel zur Dokumentation der geleisteten Arbeitsstunden von Mitarbeitern. Wie sich der Arbeitsalltag durch Einsatz zeitgemäßer technischer Lösungen effizienter gestalten lässt, berichtet Mag. Andreas Vogl, Geschäftsführer des Softwareentwicklers Rota mit Sitz im österreichischen Obertrum am See, im Gespräch mit „Gastgeber Bayern“.



Herr Mag. Vogl, warum setzen die meisten gastronomischen Betriebe in Zeiten der Digitalisierung nach wie vor auf den Kugelschreiber, wenn es darum geht, die Arbeitszeiten der Mitarbeiter zu dokumentieren?

Nicht radierbare Schreibmittel wie Kugelschreiber sind schlichtweg die einzigen tauglichen Mittel zur ordnungsgemäßen Führung von

Grundaufzeichnungen über die geleistete Arbeitszeit der Mitarbeiter. Eine echte Alternative dazu stellt einzig eine den Vorschriften der Bundesabgabenordnung entsprechende Software dar.

Gängige Office-Anwendungen wie Excel erfüllen diese Voraussetzungen demnach nicht?

So ist es. Werden Grundaufzeichnungen mit Tabellenkalkulationsprogrammen wie Excel ge-



führt, so entsteht ein Problem: Es wird ein untaugliches Mittel zur Führung von Grundaufzeichnungen verwendet und somit besteht ein prüfungsrelevanter Mangel in der Ordnungsmäßigkeit.



für den Steuerberater, notwendige Liste für Lohnverrechnung. Das kostet Arbeitszeit!

Inwiefern sorgen branchenoptimierte Softwarelösungen, wie sie Ihr Unternehmen anbietet, für eine Entlastung für die

Mitarbeiter?

Welche konkreten Nachteile bringen händische Arbeitsaufzeichnungen in der Praxis mit sich?

Die Arbeitszeiten werden zwar ordnungsgemäß aufgezeichnet, aber diese Arbeitsstunden müssen in Programme und Tabellen übertragen werden, um Berechnungen und Auswertungen zu erhalten. Listen und Tabellen werden erstellt und geführt, teilweise mit ähnlichem Inhalt – beispielsweise Auswertungen für die Unternehmensleitung, Stundenlisten für Mitarbeiter und

Unser System erleichtert die Erfassung der tatsächlichen Arbeitszeiten von Mitarbeitern. Nach Erfassung der Arbeitszeiten erhält man alle mitarbeiterrelevanten Auswertungen automatisch. Die Lösungen von Rota sind kompatibel mit RZL, BMD und anderen Lohnverrechnungsprogrammen. Ein entscheidender Vorteil, den unsere Lösung bietet, sind einfache, zeitnahe und in die Zukunft gerichtete Auswertungen von geplanten Mitarbeiterereinsatzstunden.

Lässt sich das System auch für die Erstellung von Dienstplänen nutzen?

Selbstverständlich. Durch Schnittstellen zu Hotel- und Tischreservierungsprogrammen liefert die Software alle für eine bedarfsorientierte Personalplanung notwendigen Daten und Informationen, was den Planungsprozess spürbar erleichtert. Während der Planung erhält man sämtliche mitarbeiterrelevanten Daten wie Überstunden, Guttage, Feiertage, offenen Urlaub, Krankenstand und sonstige Nichtleistungszeiten. Auswertungen über die gesamten Mitarbeiter und deren Stunden gehören zu den Standardfunktionen. Saisonbetriebe erhalten darüber hinaus die Möglichkeit, ein eigenes Ruhezeitenkonto zu führen. Dies ist besonders wichtig, da gerade dieses Konto eine enorme Kostenfalle darstellt. Keine Überraschungen mehr am Saisonende!

rota

Die Software für professionelle Dienstplanung und Zeiterfassung in Österreich und Deutschland.

Jetzt neu: rota online

Die neue online Dienstplan- und Zeitmanagementsoftware.

rota GmbH & Co. KG

Mattigplatz 8-9, 5162 Obertrum, Österreich,
T. +43 - (0)662 - 48 12 90, office@rota.at

www.rota-zeiterfassung.com

Auf geht's zum GastroFrühling des DEHOGA Bayern - holen Sie sich Ihr gratis EDV-Reinigungsset!

EIN DEUTSCHER MARKENKLASSIKER MIT ZUKUNFT

Erfrischend erfolgreich

GANZ GLEICH OB LUXUS-HOTELLERIE, GASTRONOMIE, KANTINE, SYSTEM-RESTAURANT, PUBLIC VENDING, EVENT ODER BÄCKEREI – DER BETREIBER WIRD IN DIE LAGE VERSETZT, DIE INDIVIDUELLEN GETRÄNKEWÜNSCHE SEINER GÄSTE ZU ERFÜLLEN. DAHER SCHÄTZEN IMMER MEHR KUNDEN DEN DEUTSCHEN MARKENKLASSIKER ALS WILLKOMMENE ALTERNATIVE ZUM SOFTDRINK-ANGEBOT DER AMERIKANISCHEN WETTBEWERBER.

Das optische Aushängeschild ist die bekannte Glasform-Flasche mit 0,2- oder 0,33-Liter-Inhalt, die das typische Sinalco-Markenbild mit dem Rotpunkt transportiert. Für den Offenausschank über Zapfanlagen stehen die Softdrink Kegs als Pre- und Postmix-Variante zur Verfügung.

Sehr positive Resonanz findet auch die neugestaltete, mit 15 Cent bepfandete 0,5 Liter PET-Mehrwegflasche im 12er-Kasten mit tragefreundlichem Mittelgriff.

Die Attraktivität der Marke Sinalco zeigt sich in der positiven Entwicklung in Bayern: Die Münchner Traditionsmetzgerei Vinzenzmurr hat sich beispielsweise für die 0,5-Liter-Mehrwegflasche entschieden und bietet seit Januar 2017 ihren Kunden in rund 200 Filialen exklusiv Sinalco Cola, Cola light, Zero Cola, Orange an.

Mit dem gleichen Sinalco-Sortiment wurden im vergangenen Jahr erstmals in München

das Tollwood-Sommerfestival im Olympiapark Süd und das Gegenstück im Winter auf der Theresienwiese erfrischt. Zum Anspruch des beliebten Tollwood-Festivals gehört neben einem multikulturellen Programmangebot auch das umweltbewusste Handeln. Deshalb war auch hier die 0,5-Liter-PET-Mehrwegflasche die erste Wahl.

Doch erst, wer es aufs Oktoberfest schafft, der ist in Bayern wirklich angekommen. Sinalco war im vergangenen Jahr auf der 184. Wiesen an mehr als 20 Abverkaufs-Stellen präsent, darunter diverse Standl sowie das Paulaner Festzelt und die Vinzenzmurr Metzgerstub'n. Für die Marke mit dem markanten Rotpunkt war das quasi der weißblaue Ritterschlag.



DEN EIGENEN BETRIEB DURCH DIE GÄSTEBRILLE SEHEN

Mystery Check – „das Gute ist der größte Feind des Besten“

WAS HOTELLERIE EIGENTLICH AUSMACHT, GERÄT HEUTE OFT INS HINTERTREFFEN. DIGITALISIERUNG UND DEVELOPMENT SIND ZWAR WICHTIG, ABER SERVICE UND BESTÄNDIGKEIT HABEN NACH WIE VOR PRIORITÄT. DAMIT SICH HOTELDIREKTOREN UND IHRE TEAMS NOCH BESSER AUF DEN GAST UND IHREN ERFOLG KONZENTRIEREN KÖNNEN, BIETET DIE BAYERN TOURIST GMBH (BTG) ANONYME QUALITÄTSCHECKS AN, DIE HELFEN, UNGENUTZTE POTENZIALE KÜNFTIG AUSZUSCHÖPFEN.



Können Internetbewertungen und hoteleigene Fragebögen heutzutage den klassischen Mystery Check ersetzen? Reichen diese Wege der Zufriedenheitsabfrage tatsächlich, die Qualität eines Betriebs und damit den wirtschaftlichen Erfolg langfristig zu sichern?

Viele Unternehmer verlassen sich allein auf die Bewertungen im Internet. Dabei nehmen sie in Kauf, dass sie erst dann von Missständen in ihrem Haus erfahren, wenn gleichzeitig die ganze Welt davon erfährt. Der Imageschaden, der daraus resultiert, kann enorm sein. Ein professionell durchgeführter Mystery Check deckt Schwächen auf, bevor sie für den Gast offensichtlich werden und damit zu schlechten Bewertungen im Internet führen. Ein Tester, der neben Mängeln auch Verbesserungspotential

erarbeitet und sowohl Schwächen wie auch Stärken dokumentiert, bietet dem Gastgeber langfristig eine Unterstützung zur Verbesserung der Service- und Dienstleistungsqualität.

Alle Tester haben operative Erfahrung aus dem Gastgewerbe und besuchen die Betriebe anonym. Das Ergebnis wird ausschließlich dem Auftraggeber übermittelt, so kann dieser Verbesserungen durchführen und die Gästeerwartungen erfüllen. Gleichzeitig dient das sachliche Ergebnis eines Profis als gute Gesprächsgrundlage mit dem Team, damit Verbesserungen rasch umgesetzt werden können.

Die Konzentration auf die Stärken kann zusätzlich als Marketinginstrument genutzt werden. Daraus resultiert nachhaltige Gästezufriedenheit, aber auch eine Erhöhung der Mitarbeitermo-

tivation. Beides führt langfristig zu Wettbewerbsvorteilen, wie sie in Hotelketten und der Systemgastronomie seit langem anerkannt und praktiziert werden.

Der seriöse Mystery Check erfolgt nach einem vorab definierten Kriterienkatalog und beleuchtet sämtliche Bereiche wie Hardware und Ausstattung, Abläufe, Servicequalität und Ambiente. Auch die Gastorientierung und Kompetenz der Mitarbeiter spielen bei einem anonymen Test eine wichtige Rolle.

In der Privathotellerie und Gastronomie wird dieses Instrument zur Qualitätssicherung immer noch wenig genutzt. Voraussetzung für die Nutzung der positiven Effekte aus einem Mystery Check ist eine offene Denkhaltung, die vom Unternehmer ausgeht. Wichtig ist auch das gesamte Team vor Durchführung des Tests zu informieren und die Gründe für die Entscheidung zu erläutern. Wer aufgeschlossen ist und mit konstruktiver Kritik offen umgeht, zieht den größtmöglichen Nutzen aus dem Ergebnis.

HABEN WIR SIE NEUGIERIG GEMACHT?
PROFITIEREN AUCH SIE VON DEN VIELFÄLTIGEN
SERVICE-ANGEBOTEN DER BTG!

MYSTERY CHECK - GASTRONOMIE

Test von Service, Qualität, Produkten, Einhaltung von gesetzlichen Vorgaben
750 € zzgl. Reisekosten sowie zu testende Leistungen;
alle Kosten zzgl. 19 % MwSt.

MYSTERY CHECK – 1 ÜBERNACHTUNG

Test von Rezeption, Housekeeping, Restaurant
890 € zzgl. Reisekosten, Übernachtung, Abendessen,
Frühstück sowie sonstiger zu testender Leistungen;
alle Kosten zzgl. 19 % MwSt.

MYSTERY CHECK – 2 ÜBERNACHTUNGEN

Test von Rezeption, Housekeeping, Restaurant inkl.
eine Zusatzleistung nach Wahl (z. B. Wellness, Tagung)
1.390 € zzgl. Reisekosten, Übernachtungen, Abendessen,
Frühstück sowie sonstiger zu testender Leistungen;
alle Kosten zzgl. 19 % MwSt.

Weitere Informationen unter
www.btg-service.de/btg-qualitaet/mystery-check
oder Telefon 089 / 280 98 99

Modellvorhaben „Check-in Energieeffizienz“:
ZU BESUCH IM CREATIVHOTEL LUISE IN ERLANGEN

Schlafen bei den Fischen, Duschen wie ein Astronaut

ALGEN IM BETT, RECYCELTE FISCHERNETZE ALS BODENBELAG, GEPRESSTES STROH
IN DER ZIMMERDECKE: IM CREATIVHOTEL LUISE IN ERLANGEN HAT BEN FÖRTSCH
SECHS „NACHWACHSENDE HOTELZIMMER“ EINGERICHTET. ABER DAS IST NICHT
ALLES – DER GESCHÄFTSFÜHRER SETZT BEIM THEMA NACHHALTIGE BETRIEBS-
FÜHRUNG AUCH AUF HIGHTECH-FEATURES AUS DER RAUMFAHRT.

Nach wie vor ist die Tourismusbranche von einer Wegwerf-Mentalität dominiert. Mini-Amenities in den Bädern und auf den Zimmern im Allgemeinen sowie Kleinverpackungen bei Frühstück-Buffets sind vielerorts an der Tagesordnung. Doch das ist nur das Offensichtliche, denn bei der Bauweise wird kaum auf Wertstoffkreisläufe, bei zugekauften Möbeln kaum auf die Herkunft und Zusammensetzung geachtet.

Doch auf welche Weise können Hoteliers in ihren Häusern tatsächlich Energie einsparen? Wo verstecken sich Potenziale und wie können sie genutzt werden? Diese Fragen hat die Deutsche Energie-Agentur (dena) im Zuge des auf vier Jahre ausgelegten Modellvorhabens „Check-in Energieeffizienz“ beantwortet, das sie gemeinsam mit dem Wirtschaftsministerium ins Leben gerufen hat. Bei der Theorie blieb es dabei nicht: Im Laufe des Projekts haben die teilnehmenden 30 Hoteliers ihre Häuser energetisch saniert – mal wurden größere Maßnahmen ergriffen, mal reichte ein geringinvestives Vorgehen.

Einer der Vorzeigebetriebe ist das familiengeführte Creativhotel Luise in Erlangen mit seinen 95 Zimmern in mehreren, zwischen 1956 und 2001 errichteten Gebäuden. Der Gastgeber und Geschäftsführer des Drei-Sterne-Superior-Hauses, Ben Förtisch, hat in sechs Hotelzimmer investiert, deren Inventar sozusagen nachwächst. Das Konzept zeigt einen Weg auf, wie ein nachhaltiger und ressourcenschonender Tourismus, sowohl in der Einrichtung als auch im Betrieb von Hotelzimmern, möglich ist, ohne den Geldbeutel der Kunden über die Maße zu belasten. Es basiert grundsätzlich auf dem Cradle-to-Cradle Prinzip, einer ganzheitlichen Betrachtungsweise der verwendeten Ressourcen von Anfang an bis hin zum Ende: „Unser Ziel war es, etwas Neues zu schaffen. So außergewöhnlich, dass es auch für uns eine große Herausforderung wird“, betont Geschäftsführer Förtisch. „Nachhaltigkeit hat in vielen Betrieben an Bedeutung gewonnen und auch die Hotelindustrie wird zunehmend grüner. Das ist natürlich erfreulich.“

Die „nachwachsenden“ Zimmer im Creativhotel Luise bestehen ausschließlich aus Naturmaterialien und Bio-Baustoffen: Die Gäste übernachten auf einer Matratze, die mit biologisch abbaubaren Algen und Kokosnussfasern gefüllt ist. Bettdecke und Kissen bestehen

ebenfalls aus den organischen Stoffen. Die Zimmerdecke ist aus mit hohem Druck gepressten Strohplatten gefertigt. Dadurch, dass das Material so kompakt ist, entspricht es den Brandschutzrichtlinien. Eine weitere Besonderheit ist der Teppich aus recycelten Fischernetzen und PET-Flaschen. „Er ist sehr hygienisch, weil er gut zu reinigen ist“, erklärt Förtisch. Und auch beim Wandpanel aus Kork und Holz wurde auf Nachhaltigkeit geachtet. „Unser Ziel war es, etwas Neues zu schaffen“, sagt Förtisch. In jedes der Zimmer hat er etwa doppelt so viel Geld investiert, wie in einen Standard-Raum. „Allerdings fließen hier viele Planungs- und Konzeptkosten mit ein, die auch die Basis für zukünftige Zimmer bilden“, erklärt der Geschäftsführer.

Besonders außergewöhnlich sind die Weltraumduschen, die der Hotelier installieren ließ. Kostenpunkt: 7.000 Euro pro Stück. „Das sind Ausnahmeprodukte, die wir natürlich auch zu Marketing- und Pionierzwecken einbauen ließen“, erzählt Förtisch. Das spezielle System, in dessen Fußbereich das Wasser gereinigt und wieder dem Kreislauf zugeführt wird, hat die NASA ursprünglich für eine Marsmission entwickelt. Damit kann der Wasserverbrauch um rund 90 Prozent, der Energieverbrauch um 80 Prozent gesenkt werden. Zudem setzt Förtisch in den Bädern auf

Wärmerückgewinnungsgeräte, die für frische Raumluft sorgen. Die Heizung in den Zimmern lässt sich intelligent steuern.

Und so viel Engagement zahlt sich aus: Das Creativhotel Luise ist nicht nur klimaneutral, sondern sogar „klimapositiv“, sprich die Verantwortlichen binden mehr CO₂, als im Hotel produziert wird. Dafür wurde das Haus von Viabono, der unabhängigen Fachorganisation für Nachhaltigkeitszertifizierungen in Deutschland, ausgezeichnet.

Feedback im Team

Wie sag' ich's meinem Kollegen?

Sprechenden Menschen kann geholfen werden! Das gilt selbstverständlich auch für den Umgang mit den Menschen, mit denen man die meiste Zeit des Tages zusammen ist - den Kollegen. Offen miteinander zu reden hilft dabei, kleine Probleme zu lösen, bevor sie zu einer großen Belastung werden. Doch wie gelingt ein effektives und konstruktives Feedback?

In den meisten Fällen stellt die Kritik an einem Kollegen einen wahren Balance-Akt zwischen „Wie sage ich es?“ und „Am besten sage ich gar nichts“ dar. Bei vielen ist die Verunsicherung groß, denn oft fehlt einfach eine geübte Methode, sich im Team auf Augenhöhe untereinander auszutauschen.

Sich gegenseitig zu loben oder Verbesserungen vorzuschlagen, bedarf respektvoller und wertschätzender Worte. Denn oft fällt es gar nicht mehr auf, wenn etwas gut läuft, weil das so selbstverständlich ist. Und wenn es etwas zu verbessern gibt, trauen sich viele Teammitglieder nicht, mit den Beteiligten direkt darüber zu sprechen. Die Kehrseite der Medaille: Wer gar kein Feedback bekommt, positiv oder konstruktiv, kann

das Gefühl bekommen, dass er gar nicht wahrgenommen wird. Konflikte in der Zusammenarbeit oder Missverständnisse untereinander sind damit so gut wie vorprogrammiert.

Das Ziel des Feedbacks in Teams sollte es sein, jemanden zu loben oder einen Verbesserungsvorschlag zu machen, um seine und somit die Leistung des gesamten Teams auf einem bestimmten Niveau zu halten oder zu verbessern. Feedback braucht einen festen Platz im Team und eine Methode, die alle Teammitglieder kennen und umsetzen.

Ein Feedback ist dabei grundsätzlich als Momentaufnahme zu sehen, die einen Kollegen in seiner aktuellen Rolle beschreibt. Es handelt

CHEFS CULINAR BIETET PASSENDES INHOUSE-SEMINAR: TEAM-KOMMUNIKATION „ON THE JOB“

Besonders in einem Team ist es wichtig, klar und respektvoll miteinander umzugehen. Denn so, wie wir miteinander umgehen, wirken wir auch auf den Gast. Unsere innere Haltung können wir schwer verstecken, auch wenn wir sie dem Gast nicht zeigen wollen. Echte Herzlichkeit wirkt am besten, wenn sie authentisch ist. Lernen Sie Ansätze kennen, wie in der Gastronomie die positive innere und äußere Kommunikationskultur erschaffen werden kann.

1-2 Tage können Sie für dieses Inhouse-Seminar einplanen. Die Zeiten lassen sich individuell abstimmen. Für Fragen zu unseren Inhouse-Seminaren für die Gemeinschaftsverpflegung steht Ihnen Heike Michels unter Telefon +49 2837 80-336 zur Verfügung. Für Fragen zu unseren Inhouse-Seminaren für die Gastronomie und Hotellerie wenden Sie sich bitte an Sina Koch unter +49 2837 80-673. Weitere Informationen unter www.chefsculinar.de

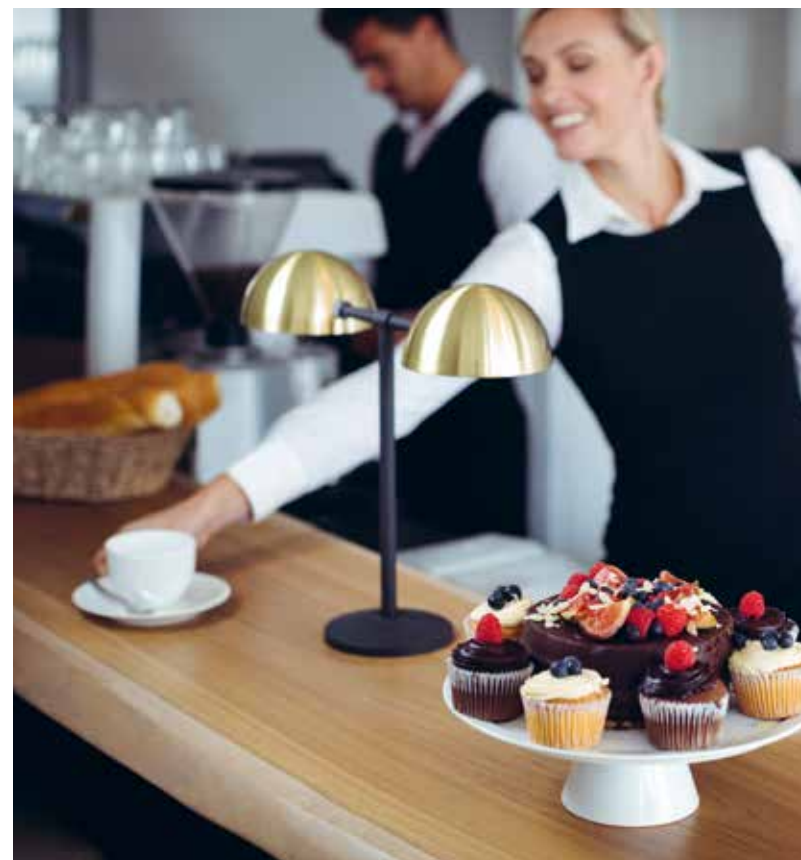


Über CHEFS CULINAR-Autorin Astrid Nogaizig

Durch ihre jahrelangen Erfahrungen im Hotel- und Gaststättengewerbe bringt Astrid Nogaizig das ideale Fachwissen mit, um ihre Seminare und Coachings praxisbezogen zu gestalten. Seit mehr als 25 Jahren in der Branche tätig, bildet sich die ausgebildete Hotelfachfrau auch privat ständig weiter. Neben ihrem Abschluss als „Systematischer Business Coach“ erlangte die Betriebswirtin Zertifikate in Psychologie und Journalismus.

sich um eine persönliche Wahrnehmung: Ein Kollege teilt einem anderen Kollegen mit, was er an seinem Verhalten in seiner beruflichen Rolle wahrnimmt. Persönliches Feedback stützt sich dabei immer auf beobachtbares, beschreibbares Verhalten. Es ist besonders wichtig, dass Feedback auf Augenhöhe gegeben wird. Nur so können Veränderungen angestoßen und positive Rückmeldungen gegeben werden und das am besten immer kurz und knackig!

Für das Feedback sollten Raum und Zeit mit Bedacht gewählt werden, um die Effektivität zu steigern. Hier bietet sich z.B. die Feedback-Runde vor Dienstschluss an, die fest als Feierabend-Ritual verankert wird. Zusätzlich bedarf es eines Leitfadens, wie die konstruktive Rückmeldung gegeben werden soll. Welche Worte und Schritte in der Feedbackrunde genutzt werden und welche nicht.



IN DREI SCHRITTEN ZUR KONSTRUKTIVEN KRITIK

1. Schritt

Zuerst sollte die eigene Wahrnehmung so sachlich wie möglich dargestellt werden. Der Feedback-Geber vermittelt, was er selbst gemerkt oder wahrgenommen hat. Dazu eignet sich eine „Ich-Botschaft“, die klar unterstreicht, dass es sich um eine persönliche Erfahrung handelt.

2. Schritt

Im zweiten Schritt geht es um die Wirkung, die das Thema beim Feedback-Geber auslöst. Dabei geht es in erster Linie nicht um eine Bewertung, sondern um das, was das Thema beim Beobachter bewirkt hat. Hier unterstreichen Bilder und Vergleiche, was gemeint ist.

3. Schritt

Der dritte Schritt in diesem konstruktiven Dialog ist der Wunsch oder die Bitte, lobenswertes Verhalten beizubehalten oder einen Verbesserungsvorschlag zu forcieren. Dieser

eindeutig formulierte Wunsch, die Erwartung oder Forderung an den Kollegen, schließt das Feedback ab. Besonders bei Verbesserungsvorschlägen ist es sinnvoll, die eigene Unterstützung anzubieten, um das Ziel gemeinsam zu erreichen.

FAZIT

Der wohl größte Nutzen eines konstruktiven Dialogs besteht darin, dass er eine positive Fehlerkultur unterstützt. Regelmäßige Rückmeldungen, die Anerkennung und Verbesserungsvorschläge äußern, machen die Folgen, Wirkungen und Konsequenzen des eigenen Verhaltens transparent. Die Bereitschaft, sich zu verbessern und somit am Erfolg des Teams teilzuhaben, kann deutlich gesteigert werden. Ein weiterer Nebeneffekt ist eine Balance im Team. Zudem kann Feedback Konflikte und Beziehungen klären, weil Gefühle und Eindrücke verbalisiert statt verschwiegen oder hinter dem Rücken anderer diskutiert werden. Dies beugt aktiv Missverständnissen und Reibungsverlusten vor. So kann der Teamgeist gefördert werden, weil positives Verhalten verstärkt und negatives korrigiert wird.

„stade zeiten“ – Ruhe und Stille genießen

Spirituelle Auszeit in Bayern

Immer wieder holen einen im Leben Momente ein, an denen man sich nach Ruhe und Entschleunigung sehnt. Doch genau das fällt vielen Menschen im Alltag oder im Urlaub zunehmend schwerer. Da kann eine kleine Auszeit aus dem täglichen Trubel wahre Wunder wirken. In Bayern finden Gäste, die der immer hektischer werdenden Gesellschaft entkommen möchten, Möglichkeiten, um zur Ruhe zu kommen und das innere Gleichgewicht zu stärken.

Den Kirchen und Klöstern in Bayern wohnt eine eigentümliche Kraft inne: weite Räume, Stille, Besinnung. Sie laden ein, dem Alltag für eine Weile zu entfliehen, den Körper auszuruhen und den Geist zu entspannen. Heute sind viele von ihnen auf Gäste eingestellt, die in ihren Häusern Zuflucht vor dem Alltagsstress suchen. Kloster Roggenburg gehört zu diesen Begegnungsorten und hat seinen barocken Glanz als ehemaliges Reichsstift nicht verloren. Das Bildungszentrum am Kloster bietet Familien oder Einzelgästen über geführte Themenwanderungen, kreative Abende, Kunstausstellungen oder Kurse etwa in der Fasten- oder Osterzeit oder speziell für Paare ein breitgefächertes Programm an. Wer Anleitung zum Stillwerden sucht, ist auch in der Erzabtei St. Ottilien bei Landsberg am Lech richtig. Das vielseitige Kursprogramm des Exerzitien- und Gästehauses bietet Einblicke in die Geschichte der Missionsbenediktiner mit Führungen durch das Missionsmuseum, Orgelkonzerten oder einem Besuch in der Kreativ-Werkstatt für Kinder oder Erwachsene.

Nahe der außergewöhnlichen Naturkulisse – dem Donaudurchbruch – hat das Kloster Weltenburg bei Kelheim seinen Sitz. Es zählt zu den ältesten klösterlichen Anlagen Bayerns. In der weltberühmten Asamkirche St. Georg, in der Frauenbergkapelle oder in der Hauskapelle im Klostertrakt können Gäste an Gottesdiensten und an den Gebetszeiten der Mönche teilnehmen.

Wer außerhalb der Klöster Möglichkeiten sucht, den Alltagsstress zu vergessen, der wird in Bayerns vielseitiger Natur fündig. Ein Fels in der

Brandung – so können wortwörtlich die bayerischen Berge bezeichnet werden. Sie schenken uns Sicherheit und Freiheit. Wer lieber auf dem Boden bleiben möchte, kann sich auf die Spuren des Apostels Jakobus machen: Auf dem Oberpfälzer Jakobsweg zwischen Tillyschanz und Nürnberg erwarten Wanderer und Pilger alte Städte, berühmte Klöster, romantische Burgen und zahlreiche Spuren der Jakobusverehrung.

Ob Momente der Ruhe in den Weiten der bayerischen Landschaft, spirituelle Auszeit und stille Nächte in den bayerischen Klöstern oder Mitmach- und Bewegungsangebote – das Urlaubsland Bayern bietet vielfältige Möglichkeiten, um den alltäglichen Strapazen zu entfliehen. Unter dem Motto „stille.leben.fühlen“ präsentiert die Marke „stade zeiten“ in Bayern Reiseziele für einen ganz besonderen, erholsamen Urlaub.

Weitere Informationen unter www.bayern.by/stade-zeiten



Grundsatzrede der
Präsidentin Angela Inselkammer



DEHOGA Bayern

GastroFrühling

Montag, 23. April 2017 • 13.30 – 22.30 Uhr

Einlass ab 12.00 Uhr

HIPPODROM Festzelt auf dem Frühlingsfest München



Veranstaltungsort
HIPPODROM Festzelt
Theresienwiese
80336 München



www.dehoga-bayern.de

Veranstalter: Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V.
Prinz-Ludwig-Palais • Türkenstr. 7 • 80333 München • Tel +49 89 28760-0 • Fax +49 89 28760-111 • info@dehoga-bayern.de



Auf ein Bier mit...

Alexander Huber, Abenteurer und Extrembergsteiger („Die Huberbuam“)

WAS WAR IHR SCHÖNSTES

WIRTSCHAUSERLEBNIS?

Nach einer großen Bergtour a frische
Hoibe und resche Brez'n!

HAND AUFS HERZ, BEI WELCHEN

SPEISEN KÖNNEN SIE SCHWERLICH

„NEIN“ SAGEN?

Ob Kaiserschmarrn oder Schweinshax'n,
mir schmeckt (fast) alles, was a bayerische
Wirtschaft zu bieten hat.

GIBT ES AUCH EIN ABSOLUTES

LIEBLINGSESSEN?

Nein, weil alles vom Gusto des Moments
abhängt.

KÖNNEN SIE EIGENTLICH KOCHEN UND

WENN JA, KOCHEN SIE GERNE?

Ich koche gerne!

GIBT ES EIN LIEBLINGSGETRÄNK?

Wasser und Bier!

EIN LEBEN OHNE GASTGEWERBE

WÄRE FÜR MICH...

...weniger Lebensfreude!

Foto: Jan Vincent Kleine

IHR KONTAKT ZUM DEHOGA BAYERN

BEZIRKSGESCHÄFTSSTELLEN

Bezirksgeschäftsstelle Oberbayern
Türkenstraße 7
80333 München
Tel. +49 89 28760-15
Fax +49 89 28760-166
oberbayern@dehoga-bayern.de
Bezirksgeschäftsführerin: Susanne Gruber
stellvertretende Bezirksgeschäftsführerin:
Katharina Freund

Bezirksgeschäftsstelle Niederbayern
Schwimmschulstr. 17
84034 Landshut
Tel. +49 871 640389
Fax +49 871 640379
niederbayern@dehoga-bayern.de
Bezirksgeschäftsführerin: Rita Mautz

Bezirksgeschäftsstelle Oberpfalz
Orleansstr. 1
93055 Regensburg
Tel. +49 941 795249
Fax +49 941 792206
oberpfalz@dehoga-bayern.de
Bezirksgeschäftsführer: Ulrike Watzl

Bezirksgeschäftsstelle Oberfranken
Hohenzollernring 17
95444 Bayreuth
Tel. +49 921 56663
Fax +49 921 54364
oberfranken@dehoga-bayern.de
Bezirksgeschäftsführer: Günther Elfert

Bezirksgeschäftsstelle Mittelfranken
Am Plärrer 10
90429 Nürnberg
Tel. +49 911 262611
Fax +49 911 284930
mittelfranken@dehoga-bayern.de
Bezirksgeschäftsführer:
Dr. Gerhard Engelmann

Bezirksgeschäftsstelle Unterfranken
Schottenanger 6
97082 Würzburg
Tel. +49 931 412409
Fax +49 931 416656
unterfranken@dehoga-bayern.de
Bezirksgeschäftsführer: Michael Schwägerl

Bezirksgeschäftsstelle Schwaben
Nibelungenstr. 1
86152 Augsburg
Tel. +49 821 33714
Fax +49 821 35666
schwaben@dehoga-bayern.de
Bezirksgeschäftsführer: Jochen Deiring

LANDESGESCHÄFTSSTELLE

Prinz-Ludwig-Palais
Türkenstr. 7
80333 München
Tel +49 89 28760-0
Fax +49 89 28760-111
info@dehoga-bayern.de
Landesgeschäftsführer: Dr.Thomas Geppert

AUSSENDIENST

Reiner Hebermehl
Außendienstleiter | südl. Oberbayern
r.hebermehl@dehoga-bayern.de
Tel. +49 160 96981977

Christina Baumann
Mittelfranken & östl. Oberfranken
c.baumann@dehoga-bayern.de
Tel. +49 151 14847898

Michael Lauer
Unterfranken & westl. Oberfranken & westl. Mittelfranken
m.lauer@dehoga-bayern.de
Tel. +49 171 3032309

Edmund Malleier
östl. Oberbayern & südl. Niederbayern
e.malleier@dehoga-bayern.de
Tel. +49 151 11343023

Andreas Peller
westl. & nördl. Oberbayern
a.peller@dehoga-bayern.de
Tel. +49 151 14847893

Herbert Bittner
Oberpfalz & nördl. Niederbayern
h.bittner@dehoga-bayern.de
Tel. +49 160 90956334

Alexander Ehrke
Schwaben
a.ehrke@dehoga-bayern.de
Tel. +49 151 14847896

IMPRESSUM

Gastgeber Bayern
Das Magazin für Gastronomie und Hotellerie

Hier finden Sie uns online:
www.gastgeber.bayern

Herausgeber:
Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband
DEHOGA Bayern e.V.

Prinz-Ludwig-Palais | Türkenstr. 7
80333 München
Telefon: 089 / 28760-0
Telefax: 089 / 28760-111
E-Mail: info@dehoga-bayern.de
Internet: www.dehoga-bayern.de

PresseCompany GmbH
Kommunikationsagentur

Reinsburgstr. 82
70178 Stuttgart
Telefon: 0711 / 23886-27
Telefax 0711 / 23886-31
E-Mail: info@pressecompany.de
Internet: /www.pressecompany.de

Chefredaktion:
Frank-Ulrich John (fuj, V.i.S.d.P.)
Türkenstr. 7 | 80333 München
Telefon: 089 / 28760-109

CvD:
Benjamin Klein (bk)
Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart
Telefon: 0711 / 23886-34

Gesamtanzeigenleitung:
Christina Würl
Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart
Telefon: 06131 / 89 30 596

Layout:
Christina Grill
Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart
Telefon 0711 / 23886-32

Druck & Versandanschrift für Beilagen:
Offizin Scheufele Druck und Medien GmbH &
Co.KG
Tränkestr. 17 | 70597 Stuttgart

Erscheinungsweise:
viermal im Jahr

Preis:
Bezugspreis jährlich 20 Euro einschl. Zustellungs-
gebühr und 7 % MwSt. Mitglieder des DEHOGA
Bayern erhalten diese Zeitschrift im Rahmen Ihrer
Mitgliedschaft.

Urheber- und Verlagsrecht:
Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen
Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich
geschützt. Mit Annahme des Manuskripts gehen
das Recht zur Veröffentlichung sowie das Recht zur
Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten,
zur elektronischen Speicherung in Datenbanken,
zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien und
Mikrokopien an den Herausgeber über. Jede Ver-
wertung außerhalb der durch das Urheberrechts-
gesetz festgelegten Grenzen ist ohne Zustimmung des
Herausgebers unzulässig. In der unaufgeforderten
Zusendung von Beiträgen und Informationen an
den Herausgeber liegt das jederzeit widerrufliche
Einverständnis, die zugesandten Beiträge bzw.
Informationen in Datenbanken einzustellen, die vom
Herausgeber oder von mit diesem kooperieren-
den Dritten geführt werden. Mit dem Namen des
Verfassers gekennzeichnete Beiträge stellen nicht
unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Beiträge
in unserer Zeitschrift, in denen speziell Erzeugnisse
von Firmen besprochen werden, dienen lediglich der
Information unserer Leser, um sie über Neuheiten
auf diesem Gebiet aufzuklären. Eine Garantieer-
klärung für Produkte und Firma ist damit nicht
verbunden. Rückfragen bezüglich firmengebunde-
ner Produkte sind deshalb direkt an die Hersteller
zu richten.

Druckauflage 1. Quartal 2018: 15.200 Exemplare

Deutsche Post AG
Entgelt bezahlt

Was wurde eigentlich aus...

...der deutsch-marokkanischen Partnerschaft für Ausbildung und Fachkräftegewinnung?

Seit September 2017 sind 87 marokkanische Abiturienten im Rahmen der bayerisch-marokkanischen Ausbildungspartnerschaft in bayerischen Gastbetrieben in Ausbildung zum Koch, Hotel- und Restaurantfachmann. Trotz bester sprachlicher Vorbereitung auf B2-Niveau und optimaler Vorbereitung durch die Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ), war der Anfang für die Teilnehmer alles andere als leicht.

Fremdes Land, neue Menschen, zum ersten Mal in Ausbildung und Berufsschule und dann gar der erste Schnee – mit so manchem Teilnehmer haben GIZ-Projektleiter Adrian Lehmann, GIZ-Junior-Projekt Koordinatorin Caroline Mulert sowie Susanne Droux und Katja Herrscher vom DEHOGA Bayern intensive Gespräche geführt. Inzwischen sind viele Teilnehmer gut angekommen, wie folgende Beispiele belegen.

Andere
Länder,
andere
Sitten



Lachende Azubis im Brunner Hof

Rundum happy sind die Auszubildenden Zakia Tama (Dritte von links) und Abderrahmane Elbouchikhi (Zweiter von rechts) im Natur- und Wohlfühlhotel Brunner Hof in Arnschwang. DEHOGA-Bayern-Vizepräsident Andreas Brunner (links), Initiator und engagierter Mentor des Projekts, zeigt sich mit seinen neuen Mitarbeitern genauso zufrieden wie Juniorchef Florian Brunner (rechts) und Restaurantleiterin Heidi Berger.



Marokkanische Azubis im Relaxa Hotel Bad Steben

Das Relaxa Hotel Bad Steben ist die neue berufliche Heimat der beiden Marokkaner Hasnaa Zait (Mitte), Auszubildende Restaurantfachfrau, und Elhassane Esseki (Zweiter von rechts), Koch-Azubi. Beide haben Abitur und bereits zwei Jahre Erfahrung in der Gastronomiebranche. Küchenchef Jochen Kaup (links) lobt Elhassane, weil er fleißig, interessiert und lernwillig arbeitet. Hasnaa ist bei den Kollegen besonders wegen ihrer fröhlichen Art sehr beliebt. Beide haben sich wunderbar ins Relaxa-Team eingefügt, obwohl an manchen Tagen noch ein bisschen Heimweg mitschwingt.

Von Marokko zur Burg Wernberg

Seit September 2017 sind Khadija B. und Marouane B. in der Oberpfalz. Sie kommen beide aus Marokko und absolvieren im Hotelbetrieb von Burg Wernberg ihre Ausbildung: Marouane als Koch bei Zwei-Sterne-Koch Thomas Kellermann und Khadija im Hotelbereich als Hotelfachfrau. Auch im Service-Bereich gibt es internationalen Nachwuchs: Dort absolviert Mahmoud H. aus Afghanistan seine Lehre. Zusätzlich sind noch zwei junge Flüchtlinge aus Syrien mit an Bord der Burg. Hoteldirektor Johannes Lehberger ist froh, dass sich alle fünf „sehr gut bei uns integriert haben, sehr höflich und zuvorkommend sind und gerne Neues dazulernen“.



**IHR PARTNER
IN BAYERN**

SO KAUFEN PROFIS HEUTE

Lieferservice buchen oder METRO-Markt besuchen!

JETZT GRATIS EIGENE HOMEPAGE ERSTELLEN LASSEN WWW.METRO.DE/HOMEPAGE

METRO

Ihr METRO Markt in Bayern
www.metro.de

IHR LIEFERSERVICE 
Für Gastronomie und Großverbraucher **METRO**

Ihr Lieferservice in Bayern
www.metro.de/lieferservice



Limonadenklassiker. Seit 1905.