Gastgeber Bayern

Das Magazin
für Gastronomie und
Hotellerie

#02
Ausgabe 2017

DEHOGA Bayern

GASTGEWERBE – BEDEUTUNG FÜR BAYERN
Interview mit Ministerpräsident Horst Seehofer
Seite 18

STARKES STATEMENT
Gastrofrühling 2017 in München
Seite 06

FÜR MEHR GASTFREUNDSCHAFT
Flexiblisierung des Arbeitszeitgesetzes
Seite 34

3-Jahresabonnement | 19,90 EUR

/Wie daheim, nur besser
Erfahren Sie in zwei Minuten, was 42 Millionen Passagiere pro Jahr am Flughafen München so lieben: https://youtu.be/dAvnwuzM2tI
Verbindung leben

…unvorstellbar! - das dürfte die wohl am häufigsten gegebene Antwort auf unsere Frage an Prominente aus allen Lebensbereichen sein, ob man sich ein Leben ohne Gastronomie vorstellen könne.

Ohne Zweifel: Das Wirtshaus ist ein Kulturgut erster Güte, fester Bestandteil bayerischer Tradition. Doch Sie glauben nicht, wie viele Dörfer mittlerweile ohne Wirtshäuser dastehen. Mittlerweile spricht die Branche schon von einer „wirtshausfreien Zone". Ein knappes Viertel aller bayerischen Gemeinden existieren – oder sollen wir besser sagen „vegetieren" – heute ohne Wirtshaus. Erst wenn es zur Betriebsaufgabe des letzten Wirts in einem Ort gekommen ist, merken viele, was ihnen da verloren gegangen ist.

Dabei ist eine Dorfwirtschaft seit jeher mehr als nur ein Platz, wo man seinen Hunger befriedigen und seinen Durst stillen kann. Eine Dorfwirtschaft ist der Kommunikationsplatz einer Dorfgemeinschaft, ihr Stammtisch ist legendär. Hier treffen „Schwarze" auf „Rote", „Weltliche" auf „Geistliche", „Großkopferte" auf „Kleinbürgertum", Väter auf Familien. Hier werden Entscheidungen ausgekartelt, Geschäfte mit Handschlag besiegelt, hier wird gemeinsam gelacht, gefeiert und getrauert.

Wirtshäuser zählen mittlerweile zu den ganz wichtigen weichen Standortfaktoren bei Unternehmen, denn ohne Wirtshaus gibt es kein „sozial-kulinarisches" Zentrum im Ort, aber auch keinen Tourismus. Ebenso sprechen knallharte Fakten für dessen Systemrelevanz.

In Bayern gehört es zur Tradition, dass politische Entscheidungen in Wirtshäusern vorbereitet und diskutiert werden. Es gehört zur Tradition, dass man zusammen rutscht und die Wirtschaft nicht voll ist, wenn an jedem Tisch nur einer sitzt. Gerade um diese Tradition beneiden uns viele in Deutschland und über dessen Grenzen hinaus. Vielleicht trägt diese Tradition auch dazu bei, dass es uns in Bayern besser geht, als fast überall auf der Welt, weil man sich eben auf einer gemeinsamen Ebene, an einem neutralen Ort – dem Wirtshaus – trifft und Sachen in angenehmer Atmosphäre regelt.

Wir haben in dieser Ausgabe von „Gastgeber Bayern" versucht, die Bedeutung unserer Branche von den verschiedensten Blickwinkeln her zu beleuchten: von politischer Seite, aus sozio-kultureller und ökonomischer Sicht, wir haben aber auch nicht die Stimmen unserer Gäste vergessen. Doch lesen Sie selbst…

Angela Inselkammer
Präsidentin des DEHOGA Bayern

Dr. Thomas Geppert
Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern

DEHOGA Bayern

Inhalt

Ausgabe 01/2017

03

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

06 **Aus dem Landesverband**

GastroFrühling 2017 Seite 06
DEHOGA Bayern im Gespräch Seite 10

14 **Titelthema**

Systemrelevanz des bayerischen Gastgewerbes Seite 14

18 **(K)ein Leben ohne Gastronomie**

Im Gespräch mit Ministerpräsident Horst Seehofer Seite 18
Das Wirtshaus als Aushängeschild des Gastgewerbes in Bayern Seite 22
Bayerisches Gastgewerbe als Integrationsmotor Seite 24
Bedeutung des Gastgewerbes als Ausbildungsbranche Seite 26
Projekt „Bayern schmeckt" Seite 27
(K)ein Leben ohne Gastronomie – Testimonials Seite 28
vbw-Kampagne für mehr Flexilität in der Arbeitszeit Seite 34
DEHOGA-Kampagne „Höchste Zeit für Wochenarbeitszeit" Seite 38

40 **Bayern und die Welt**

BTG – stark durch Dienstleistung Seite 40
Terminübersicht Bayern Tourist GmbH Seite 42
Motivation im Führungsalltag Seite 43
Kostenfaktoren in der Gastronomie Seite 44
Gewinnspiel Seite 46
Top-Level-Domain „.bayern" Seite 47
Aktion „Musikantenfreundliches Wirtshaus" Seite 48
Dachmarke „Bayern – traditionell anders" Seite 50
Der Freistaat als Filmkulisse Seite 52
Zahlen, Daten, Fakten Seite 54

56 **Auf ein Bier mit…**

Vorschau | Impressum Seite 57
Was wurde eigentlich aus… Seite 58

Wussten Sie schon?

18,5 %

beträgt der Anteil Bayerns an der touristischen Wertschöpfung in Deutschland

35,4 MIO.

Gästeankünfte wurden 2016 in Bayern gezählt, knapp 25 Prozent der Gäste kamen aus dem Ausland - die meisten davon aus den Niederlanden (rund 831.000), Österreich (787.000) und den USA (747.000)

7,3 MIO.

Euro gibt der Freistaat Bayern pro Jahr für Tourismusmarketing aus. Zum Vergleich: Für den Schutz von Amphibien werden jährlich rund 12 Mio. Euro investiert

31 MRD.

Euro geben Touristen pro Jahr in Bayern aus

90,8 MIO.

Gästeübernachtungen wurden 2016 in Bayern gezählt. Das entspricht einem Zuwachs von 3,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr

TOP 3

der Urlaubsaktivitäten in Bayern sind Aufenthalt in der Natur (59 %), kulturelle und historische Sehenswürdigkeiten (55 %) sowie Wandertouren (42 %)

Rund 2.500 Branchenmitglieder versammeln sich beim GastroFrühling 2017

Bayerische Hoteliers und Gastronomen demonstrieren Stärke durch Gemeinschaft

Rund 2.500 Hoteliers und Gastronomen aus allen Teilen Bayerns sind am 24. April nach München gekommen, um beim mittlerweile siebten GastroFrühling in einem entscheidenden Bundestags-Wahljahr ein Zeichen der Geschlossenheit und Stärke zu setzen. Zu den zahlreichen Ehrengästen aus Politik, Verbänden und Wirtschaft zählte auch die Bayerische Staatsministerin für Umwelt und Verbraucherschutz, Ulrike Scharf. Im voll besetzten Hippodrom warb Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern, für flexiblere Arbeitszeiten, faire Wettbewerbsbedingungen in allen Bereichen sowie die Schaffung eines Umfelds, das wieder mehr selbstverantwortliches Handeln zulässt.

„Stärke durch Gemeinschaft – das zeichnet uns aus", betonte Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern, gleich zu Beginn seiner Begrüßungsrede. Die bayerische Hotellerie und Gastronomie sei das Rückgrat der Tourismuswirtschaft – „und die ist Leitökonomie in unserem Land", so Geppert weiter. „Wir demonstrieren Systemrelevanz, Einigkeit und Entschlossenheit."

Diese Einschätzung untermauerte anschließend Präsidentin Inselkammer in ihrer Grundsatzrede: „Hier tragen 40.000 Unternehmer Verantwortung für ihre Betriebe, begeistern ihre Kinder dafür, das Unternehmen weiterzuführen. Wir schaffen für viele tausende Familien mit fair kalkulierten Preisen eine solide Lebensgrundlage." Bereits jetzt biete das Gastgewerbe 400.000 Erwerbstätigen einen krisensicheren Arbeitsplatz und bilde 10.000 junge Menschen engagiert und professionell aus. Inselkammer: „Wir erwirtschaften 16 Milliarden Euro Umsatz und sorgen damit für zusätzliche 150.000 Vollzeitarbeitsplätze in Branchen, die unserem Gastgewerbe direkt

Zusammenkunft beim GastroFrühling in München (von links): Thomas Kreuzer, Fraktionsvorsitzender der CSU im Bayerischen Landtag, Thomas Förster, 1. Vizepräsident des DEHOGA Bayern, Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern, Ulrike Scharf, Bayerische Staatsministerin für Umwelt und Verbraucherschutz, Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern sowie Andreas Brunner, 2. Vizepräsident des DEHOGA Bayern

zuarbeiten. In Summe heißt das, dass wir für insgesamt 550.000 Erwerbstätige Arbeitsplätze stellen."

Dies alles sei jedoch alles andere als selbstverständlich. „Schon heute gibt es 500 Dörfer ohne Wirtshaus. Deshalb besteht dringender Handlungsbedarf, bei uns selber und bei der Politik. Nur gemeinsam sind wir in der Lage etwas zu verändern", warb Inselkammer für drei zentrale Themen, die dem DEHOGA Bayern besonders am Herzen liegen.

Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes

„Wir wollen unsere Leistung in einem zu 100 Prozent legalen Rahmen bringen. Fakt ist aber, dass das aktuell geltende Arbeitszeitgesetz schon lange nicht der Lebenswirklichkeit entspricht." Dabei gehe es explizit nicht um mehr Arbeit, weniger Arbeitsschutz oder gar um unbezahlte Mehrarbeit. „Das, was wir brauchen, ist die Legalisierung der Realität, nur etwas mehr Flexibilität – damit wir unseren Gästen zu jeder Zeit den besten Service bieten können", so Inselkammer. Schließlich seien es nicht nur die Unternehmer, die sich mehr Flexibilität wünschen, sondern auch die Mitarbeiter.

„Vier Tage arbeiten, drei Tage frei – das könnte ein interessantes Modell der Zukunft sein", sagte die Präsidentin. „Unser Gastgewerbe bietet Arbeitsplätze auch für Menschen, die sich etwas dazu verdienen wollen. Hier ist es vielen lieber, an einem Wochenende etwas länger zu arbeiten, dafür die anderen Wochenenden frei zu haben."

Eine aktuelle Studie des DEHOGA Bundesverbands belegt den dringenden Handlungsbedarf: Seit 2015 haben bereits weit über die Hälfte aller Hoteliers und Gastronomen ihre Öffnungs-

> Weiter auf Seite 8

Zum Abschluss des GastroFrühlings stimmte der Große Vorstand des DEHOGA Bayern gemeinsam mit den Besuchern im Festzelt die Bayern-Hymne an (von links): Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert, Präsidentin Angela Inselkammer, 1. Vizepräsident Thomas Förster, Stefan Wild, Vorsitzender des Fachbereichs Hotellerie, Andrea Luger, Bezirksvorsitzende Oberfranken, Schriftführer Ralf Barthelmes, Conrad Mayer, stellvertretender Bezirksvorsitzender Oberbayern, Hans Schneider, Vorsitzender des Berufsbildungsausschusses, Monika Poschenrieder, Vorsitzende des Fachbereichs Gastronomie, Volker Wrede, Vorsitzender der Fachabteilung Musik und Szene, Dieter Gallus, Bezirksvorsitzender Mittelfranken, Rose Marie Wenzel, Bezirksvorsitzende Niederbayern, 2. Vizepräsident Andreas Brunner und Franz Bergmüller, Bezirksvorsitzendender Oberbayern

zeiten aufgrund des starren Arbeitszeitgesetzes reduziert. „Deshalb ist es höchste Zeit für Wochenarbeitszeit", forderte Inselkammer unter lautem Applaus der Zuhörer.

Faire Wettbewerbsbedingungen in allen Bereichen

Auch bezüglich der Wettbewerbsbedingungen am Markt sieht die Präsidentin Nachholbedarf: „Wer Gleiches tut, muss das unter den gleichen Bedingungen können. Ein Grund, warum sich die Gastronomie auf dem Land so schwer tut oder gar schließen muss, sehe ich darin, dass Menschen mit gastronomischen Tätigkeiten Geld verdienen, vorbei an allen Regelungen und Vorschriften", so Inselkammer weiter. „Ich spreche dabei nicht von konzessionierten Betrieben, sondern von der Vielzahl an Essens- und Getränke-Anbietern, die nicht unseren Vorschriften unterliegen. Da spielen weder Hygiene, Allergenkennzeichnung noch Brandschutz oder Steuern eine Rolle." Inselkammers unmissverständlicher Appell an die Politik: „Wenn Sie in den Bereichen nicht strenger vorgehen wollen, dann lockern Sie doch einfach die Vorschriften auch für uns. Einigen wir uns auf den kleinsten gemeinsamen Nenner."

Eine weitere Wettbewerbsbedingung sei die Mehrwertsteuer. Der DEHOGA fordere gleiche Steuern für Essen – unabhängig davon, wo dieses gekauft, wie es zubereitet und wo es verzehrt wird. „7 Prozent Mehrwertsteuer wären nur fair, weil unsere Branche unglaublich arbeitsintensiv ist. Auf den gleichen Umsatz kommen in der Gastronomie sechs Mal mehr Beschäftigte als zum Beispiel im Lebensmitteleinzelhandel. Die Hotellerie hat es vorgemacht, dass sich eine Reduzierung auch für den Staat rechnet."

Mehr als 2.500 Hoteliers und Gastronomen aus ganz Bayern hatten sich im Hippodrom auf dem Frühlingsfest versammelt, um sich gemeinsam für die Anliegen der Branche stark zu machen.

Genossen die Stimmung im Festzelt (von links): Andreas Brunner, 2. Vizepräsident des DEHOGA Bayern, Volker Wrede, Vorsitzender der Fachabteilung Musik und Szene, Franz Wagnermayer, Kreisvorstand Straubing-Bogen, Rose Marie Wenzel, Bezirksvorsitzende Niederbayern, Andrea Luger, Bezirksvorsitzende Oberfranken, und Hans-Jürgen Nägerl, Bezirksvorsitzender Oberpfalz

Selbstverantwortliches Handeln statt Bürokratieflut

Darüber hinaus leide die Gastronomie wie viele andere Branchen auch unter der Flut an Reglementierungen und Verordnungen, denen Unternehmer und Mitarbeiter täglich ausgesetzt sind. „Es ist doch nicht sinnvoll, wenn ein talentierter Küchenchef, dessen Stärke das kreative Kochen und nicht die Büroarbeit ist, von seinen fünf Arbeitstagen zwei im Büro verbringt", so Inselkammer. Und weiter: „Wieso muss ein Familienunternehmen, wenn der Sohn oder die Tochter die Wirtschaft übernehmen, vom ersten Tag an alle neuen Reglementierungen erfüllen, weil es keinen Bestandsschutz mehr gibt?" Der DEHOGA wünsche sich hier Übergangsfristen, die Luft zum atmen lassen. „Kämpfen Sie, liebe Abgeordnete, gemeinsam für Entbürokratisierung und fördern Sie selbstverantwortliches Handeln. Dies ist kein parteipolitisches Thema. Und es würde allen nutzen. Wir brauchen keine dürren Lippenbekenntnisse zum Mittelstand, wir brauchen spürbare Ergebnisse, die bei uns praxisnah ankommen."

Wirtshauskultur mal anders: Fernseh-Stars zu Gast beim DEHOGA Bayern

Seit mehr als zehn Jahren sind sie fast täglich auf vielen Fernsehbildschirmen in Bayern präsent, Ende April waren sie erstmals zu Gast beim GastroFrühling des DEHOGA Bayern: die Hauptdarsteller der beliebten TV-Serie „Dahoam is Dahoam". „Die Lansinger", verkörpert durch die Schauspieler Lucas Bauer, Heidrun Gärtner, Hermann Giefer, Silke Popp, Christine Reimer, Ferdinand Schmidt-Modrow, Tommy Schwimmer, Bernhard Ulrich und Brigitte Walbrun, zählen nach rund 1.700 Folgen mittlerweile „genauso zum Kulturgut Bayerns, wie unser Gastgewerbe", stellte Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert bei seiner Begrüßung fest.

Gerade aus diesem Grund freue er sich besonders, dass sich das Ensemble die Zeit genommen habe, nach München zu kommen. „Denn der ‚Brunnerwirt' ist bei Ihnen exemplarisch das, was die Dorfwirtschaft für Bayern ist: seit jeher mehr als nur ein Platz, wo man seinen Hunger befriedigen und seinen Durst stillen kann. Eine Dorfwirtschaft

ist der Kommunikationsplatz einer Dorfgemeinschaft", so Geppert weiter. In Bayern gehöre es zur Tradition, dass politische Entscheidungen in Wirtshäusern vorbereitet und diskutiert werden und dass man am Sonntag nach dem Gottesdienst gemeinsam mit dem Pfarrer ins Wirtshaus geht. „Gerade um diese Tradition beneiden uns viele in Deutschland", betonte der Landesgeschäftsführer, der vor diesem Hintergrund dafür warb, diese Tradition unbedingt zu schützen und zu wahren.

DEHOGA Bayern im Gespräch mit...

Motorradfreundlich

Dr. August Markl, Präsident des ADAC (von links), Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern, Joachim Herrmann, MdL, Bayerischer Staatsminister des Innern, für Bau und Verkehr, und Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern, bei der Urkundenübergabe an motorrad-freundliche Hotelbetriebe

Interviewtermin beim **Bayerischen Rundfunk**

Für die Sendung „Mensch, Otto" interviewte BR-Moderator Thorsten Otto die Präsidentin des DEHOGA Bayern, Angela Inselkammer

Besuch auf der Internationalen **Tourismusbörse in Berlin**

Franz Josef Pschierer, Staatssekretär im Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (links), im Gespräch mit Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern

Präsidiumstreffen **des DEHOGA Bayern**

Kämpfen gemeinsam für die Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes (von links): Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert, Stefan Wild, Vorsitzender des Fachbereiches Hotellerie, Präsidentin Angela Inselkammer, Monika Poschenrieder, Vorsitzende des Fachbereichs Gastronomie, 2. Vizepräsident Andreas Brunner, Schatzmeister Jürgen Lochbihler und Schriftführer Ralf Barthelmes

Vier-Augen-Gespräch mit der **Wirtschaftsministerin**

Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern (links) und Ilse Aigner, stellvertretende Ministerpräsidentin und Wirtschaftsministerin des Freistaats Bayern, haben sich zu einem persönlichen Gedankenaustausch getroffen

Galanacht der Münchner Gastronomie

Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern, mit Helmut Brunner, MdL, Bayerischer Staatsminister für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

DEHOGA Bayern
im Gespräch mit...

Parlamentarisches Frühstück mit der Landtagsfraktion der Freien Wähler

Susanne Droux, Geschäftsführerin Berufsbildung/ Branchenförderung beim DEHOGA Bayern (von links), Peter Meyer, MdL, Vizepräsident des Bayerischen Landtags, Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern, Jutta Widmann, stellvertretende Fraktionsvorsitzende der Freien Wähler, Johann Häusler, MdL, Mittelstandspolitischer Sprecher der Freien Wähler, Günther Felbinger, MdL, Mitglied im Ausschuss für Bildung und Kultus, sowie Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern

Tagung der **Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung** der CDU/CSU (MIT)

Prof. Dr. Norbert Lammert, MdB, Präsident des Deutschen Bundestags (links), im Gespräch mit Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern

Jahrespressekonferenz **Tourismus**

Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern, im Interview mit einem Fernsehteam von SAT 1

Präsentation der Kampagne zur Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes beim GastroFrühling:

Die Präsidiumsmitglieder Stefan Wild, Vorsitzender des Fachbereichs Hotellerie (links), und Ralf Barthelmes, Schriftführer im Großen Vorstand des DEHOGA Bayern, stellten den Besuchern die zentralen Forderungen des Verbands vor

DEHOGA-Vertreter des Bezirks Niederbayern **im Gespräch mit dem Regierungspräsidenten**

Trafen sich im Hotel „Landshuter Hof" in Landshut (von links): Kreisvorsitzender Matthias Schweikl (Regen-Viechtach), Kreisvorsitzender Fritz Mayer (Passau), Regierungspräsident Rainer Haselbeck, Bezirksvorsitzende Rose Marie Wenzel, Kreisvorsitzender Franz Hopper (Landshut), Kreisvorsitzender Thomas Wieser (Kelheim) und der stellvertretende Kreisvorsitzende Franz Xaver Fischer (Straubing-Bogen)

Gespräch mit dem **CSU-Generalsekretär**

Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern (von links), Andreas Scheuer, MdB, Generalsekretär der CSU, und Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern

Systemrelevanz des bayerischen Gastgewerbes

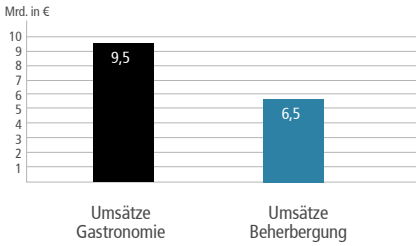
Jobmotor, Umsatzgarant und Kulturgut

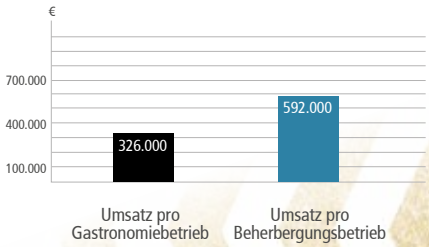
Das Gastgewerbe hat eine zentrale Bedeutung als Arbeits- und Wirtschaftsfaktor. Mittlerweile arbeitet jeder 20. Erwerbstätige in Bayern in einem Hotel oder Gastronomiebetrieb. Für „Gastgeber Bayern“ hat Dr. Bernhard Harrer, Wirtschaftsgeograf und Vorstand des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München (dwif), die Systemrelevanz der Branche eingehend analysiert. Das Ergebnis: Bayern nimmt bundesweit eine herausragende Stellung ein.

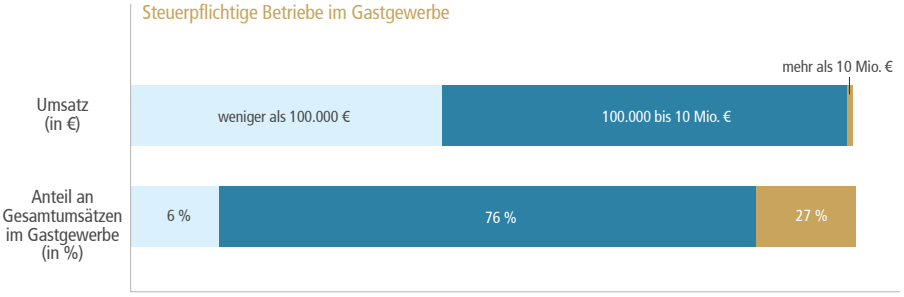
Umsätze und Betriebsgröße

Das Gastgewerbe generiert im Freistaat einen jährlichen Umsatz von insgesamt rund 16 Milliarden Euro – und damit mehr als 21 Prozent der bundesweiten Umsätze im Gastgewerbe. Bei einem Bevölkerungsanteil von weniger als 16 Prozent, der auf den Freistaat entfällt, ist dies ein Beleg für die herausragende Stellung, die Bayern im deutschen Gastgewerbe und auch im Tourismus insgesamt einnimmt. Der größere Anteil des Umsatzes entfällt mit 9,5 Milliarden Euro auf die Gastronomiebetriebe, Beherbergungsbetriebe leisten einen Beitrag von 6,5 Mrd. €.

In den 39.510 gastgewerblichen Betrieben liegt der Umsatz pro Unternehmen durchschnittlich bei rund 400.000 Euro und damit deutlich über dem bundesweiten Vergleichswert von 336.000 Euro. In den vergangenen Jahren ist dieser Wert permanent angestiegen, da die Zahl der Betriebe – insbesondere der Kleinbetriebe mit einem Jahresumsatz von weniger als 100.000 Euro – gesunken und der Umsatz nominal gestiegen ist. Im bayerischen Beherbergungsgewerbe werden mit 592.000 Euro deutlich höhere Werte als im Gaststättengewerbe (326.000 Euro) erreicht.







Das Gastgewerbe in Bayern ist kleinbetrieblich strukturiert. Laut Umsatzsteuerstatistik haben etwas mehr als 43 Prozent der Steuerpflichtigen einen Umsatz von weniger als 100.000 Euro im Jahr. Auf diese Unternehmen entfällt ein Umsatzanteil von weniger als 6 Prozent. Demgegenüber gibt es mit gerade einmal 0,2 Prozent Anteil nur wenige Großbetriebe mit mehr als 10 Millionen Euro Umsatz, auf die aber fast 27 Prozent der gesamten Umsätze im Gastgewerbe entfallen. Die Vielfalt an Gastgewerbebetrieben in Bayern ist für die Versorgungsqualität der Einheimischen sowie der Tages- und Übernachtungsgäste von besonderer Bedeutung.

Der Querschnittscharakter des Gastgewerbes spiegelt sich in den Vorleistungsverflechtungen wider. Vom gesamten Umsatz der Branche führen etwa 40 Prozent in den Gastgewerbebetrieben selbst zu Wertschöpfung, also zu Löhnen, Gehältern und Gewinnen. Drei Fünftel der Umsätze, also 9,6 Milliarden Euro, werden von den Gastronomen und Hoteliers für Vorleistungen wieder ausgegeben. Hierbei geht es insbesondere um folgende Bereiche:

- Lieferung von Waren (z. B. Brötchenlieferung des Bäckers an die Gastwirtschaft, Fleischlieferung des Metzgers an das Restaurant, Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe vom Handel, Stromlieferung des Energieerzeugers, Wasserlieferung des Wasserversorgers)
- Bereitstellung von Dienstleistungen (z. B. Prospektgestaltung durch die Werbeagentur, Steuerberatung durch den Steuerberater, Kreditbereitstellung durch die Sparkassen und Banken, Versicherungen)
- Reparaturen, Instandhaltung und Ersatzinvestitionen zur Substanzerhaltung (z. B. Bauunternehmen, Handwerker)

Aus den Kostenstrukturen, die das dwif in seinen Betriebsvergleichen regelmäßig erhebt, lässt sich die Vielzahl der profitierenden Branchen sehr gut ableiten:

Profitierende Branchen	in % vom Gesamtumsatz	absolut in Mio. €
Groß- und Einzelhandel	26,9	4.300
Bauhaupt- und -nebengewerbe	9,0	1.440
Energie	5,0	800
Banken/Sparkassen (Zinsen, Kontogebühren usw.)	3,5	560
Steuern und Abgaben (öffentliche Hand)	3,0	480
Werbeagenturen, Presse usw. (Werbung)	2,5	400
Steuerberater/Rechtsanwälte etc.	1,5	240
Reisemittler, Kreditkarten (Provisionen)	1,3	210
Versicherungen	1,0	160
Kfz-Handel/-Werkstätten (Fuhrpark)	0,6	100
Post/Telekommunikation	0,5	80
Sonstige Dienstleister inkl. Verpächter	5,2	830
Insgesamt	**60,0**	**9.600**

dwif

Das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München wurde 1950 gegründet und hat sich die kontinuierliche Auseinandersetzung mit grundlegenden Forschungsthemen und Fragestellungen zur Struktur und Bedeutung des Tourismus als Ganzes und für einzelne Marktsegmente zur Aufgabe gemacht. Das dwif erstellt Analysen der volkswirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus auf regionaler und örtlicher Ebene sowie für spezifische Teilmärkte sowie betriebswirtschaftliche Vergleichsanalysen mit der Ableitung fundierter Kennziffern. Richtungweisende Forschungsprojekte, die bis zum heutigen Tag die deutsche Tourismusforschung prägen, wurden im dwif entwickelt, darunter Betriebsvergleiche für das Gastgewerbe, Tagesreisen der Deutschen, Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland und Grundlagenstudien zu verschiedenen Themenschwerpunkten.

Aus den aktuellen Statistiken auf Basis von dwif-Berechnungen sowie der Beschäftigungsstatistik der Bundesanstalt für Arbeit und der Erwerbstätigenrechnung der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder lassen sich insgesamt inzwischen mehr als 400.000 Beschäftigte im bayerischen Gastgewerbe ableiten. Das Spektrum ist sehr vielfältig und reicht von einfachen Aushilfstätigkeiten über anspruchsvollere Aktivitäten bis hin zur Geschäftsführung oder zum Inhaber eines Unternehmens. Die unabhängig Beschäftigten machen rund 12,5 Prozent aller Beschäftigten aus.

Die Zahl der Beschäftigten insgesamt ist in den vergangenen Jahren deutlich angestiegen, allerdings hat sich die Struktur verändert:

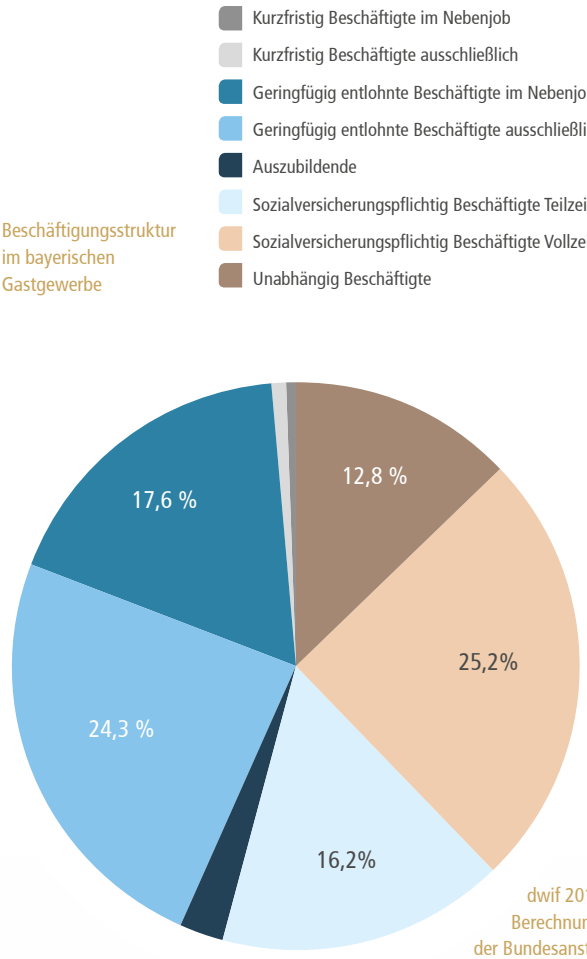
- Angestiegen ist vor allem die Zahl der Teilzeitkräfte und der qualitativ weniger hochwertigen Betätigungen (z. B. Aushilfen, fachfremdes Personal, geringfügig entlohnte Beschäftigte). Diese Kategorien machen mit einem Anteil von rund drei Fünftel inzwischen den größten Teil der Arbeitskräfte im bayerischen Gastgewerbe aus.

- Zurückgegangen ist demgegenüber die Bedeutung der sozialversicherungspflichtigen Vollzeitbeschäftigten, der Auszubildenden und auch der selbständigen Hoteliers und Gastronomen, also der unentgeltlich im Betrieb mitarbeitenden Inhaber und ihrer Familienmitglieder. Für den zuletzt genannten Punkt sind die Verringerung der Zahl gastgewerblicher Betriebe und die anhaltende Tendenz, Einzelfirmen in GmbHs umzuwandeln, verantwortlich.

Die gastgewerblichen Betriebe zählen zu den wichtigsten Arbeitgebern in Bayern. Dank zahlreicher Maßnahmen und Initiativen, darunter beispielsweise die Implementierung von staatlich anerkannten Ausbildungsbotschaftern, Schulpatenschaften oder zertifizierten Top-Ausbildungsbetrieben, bietet die Branche hoch qualifizierten Nachwuchkräften eine wertschätzende Ausbildung mit erstklassigen Karrierechanchen.

Zusätzlich zu den rund 400.000 Beschäftigten, die direkt bei einem gastronomischen Betrieb angestellt sind, kommen weitere rund 150.000 Personen, die als Mitarbeiter von Lieferanten oder Erbringern anderer Vorleistungen vom Gastgewerbe abhängig sind. In Relation zu den insgesamt knapp 7,2 Millionen Erwerbstätigen in Bayern entspricht dies einem Anteil von rund 7,6 Prozent. ist dies eine beachtliche Größenordnung. Die Tatsache, dass der Anteil der Steuerpflichtigen im bayerischen Gastgewerbe an der Gesamtwirtschaft etwa viermal so groß ist wie der Umsatzanteil des Gastgewerbes, zeigt die beschäftigungsintensive Ausprägung der Branche.

Beschäftigungsstruktur im bayerischen Gastgewerbe



dwif 2017, auf Basis eigener Berechnungen sowie der Erhebungen der Bundesanstalt für Arbeit und der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

Der komplette dwif-Betriebsvergleich für die Hotellerie und Gastronomie Bayern Nr. 80/2016 (303 Seiten, gebundene Ausgabe) kann unter info@btg-service.de bestellt werden. Mitglieder des DEHOGA Bayern erhalten die Publikation zum ermäßigten Preis von 49,90 Euro (zzgl. Porto und Verpackung).

dwif-Betriebsvergleich jetzt zum Vorzugspreis bestellen!

Mit dem aktuellen Betriebsvergleich für das Gastgewerbe in Bayern liegen wieder aktuelle Zahlen für die Branche vor. Einerseits werden die Situation und die Entwicklung des Gastgewerbes dargestellt. Andererseits werden die betriebswirtschaftlichen Eckdaten in allen Bereichen dokumentiert. Dabei werden die wichtigsten Angebotsformen berücksichtigt (z. B. speisen- und getränkegeprägte Gastronomie, Gasthöfe, Vollhotels, Hotels garnis, Kur-, Ferien- und Erholungsheime, Apartment-Hotels) und die Besonderheiten dieser Betriebstypen herausgearbeitet. Zudem erfolgt eine Differenzierung nach Qualitätskriterien, Umsatzgrößenklassen und regionalen Unterschieden in Bayern.

Als Sonderthemen werden das Investitionsverhalten der Betriebe sowie die Auswirkungen der Beteiligung an Qualitätsinitiativen auf den Betriebserfolg näher untersucht. Ebenso werden die betriebswirtschaftlichen Aspekte bei der Privatvermietung dargestellt.

Der Betriebsvergleich ist als Grundlage für die Erfolgsoptimierung der gastgewerblichen Unternehmen anzusehen, wobei zwei Elemente von besonderer Bedeutung sind: Der Betriebsvergleich wird in dreijährigem Rhythmus seit insgesamt 42 Jahren ausgearbeitet und ermöglicht ein Monitoring, also eine Dauerbeobachtung, um Veränderungstendenzen erkennbar zu machen und darauf entsprechend reagieren zu können.

Durch die Ausweisung von anspruchsvollen aber erreichbaren Orientierungswerten ist ein Benchmarking möglich, sodass man sich bei den wichtigsten Kennziffern an den besten Betrieben des jeweiligen Segmentes ausrichten bzw. von ihnen lernen kann. Die dargestellten betriebswirtschaftlichen Aspekte sind die Basis für einen funktionierenden Betrieb, der langfristig erfolgreich in die Zukunft geführt werden soll. Mit diesem Rüstzeug können Ziele formuliert, eine Unternehmensstrategie entwickelt und damit die Strukturen verbessert werden.

EIN STARKES TEAM FÜR ALLE FÄLLE!

winterhalter®

Ihre Spülmaschinen-Spezialisten …
… sind 365 Tage im Jahr für Sie da – auch an Feiertagen und Wochenenden
… leisten telefonische Soforthilfe
… optimieren Ihren Spülprozess und Ihre Spülergebnisse
… beraten Sie kompetent bei Neu- und Ersatzbedarf

Unsere Servicenummer
08142/506-584

Im Gespräch mit Ministerpräsident Horst Seehofer

„WIRTSHÄUSER GEHÖREN ZU BAYERN WIE LEDERHOSE UND DIRNDL“

Bayern ist bei Urlaubern so beliebt wie nie zuvor. Der anhaltende Tourismusboom im Freistaat beschert Hoteliers und Gastronomen erstklassige Buchungszahlen, auch Zulieferbetriebe profitieren dank voller Auftragsbücher. Welch bedeutende Rolle das Gastgewerbe für die bayerische Wirtschaft und die regionale Kultur spielt, macht Ministerpräsident Horst Seehofer im Interview mit „Gastgeber Bayern“ deutlich.

Herr Ministerpräsident Seehofer, Sie sagen immer, Bayern sei die „Vorstufe zum Paradies“. Welche Bedeutung haben dann für Sie Hotellerie und Gastronomie in Bayern?

Bayerische Wirtshauskultur ist ein wesentlicher Bestandteil unserer kulturellen Identität. Der Stammtisch ist aus Bayern ebenso wenig wegzudenken wie unsere traditionellen Wirtschaften oder unsere ausgezeichneten Spitzenlokale. Wenn also Bayern die Vorstufe zum Paradies ist, dann sind Hotellerie und Gastronomie zumindest für unsere zahlreichen Besucherin-

nen und Besucher aus dem Ausland so etwas wie das Schlüsselloch, von dem aus sie das Paradies betrachten können.

Wenn wir die symbolische Bedeutung des Gastgewerbes einmal verlassen, wie sehen Sie die Bedeutung der Branche als Wirtschaftskraft und Jobmotor für unseren Freistaat?

Bayern ist das beliebteste Reiseland in Deutschland. Jahr für Jahr stellt die Tourismusbranche neue Bestmarken auf. Noch nie kamen so viele Menschen nach Bayern, noch nie gab es so viele Übernachtungen. Da liegt es auf der Hand, dass Hotellerie und Gastronomie wichtige Wirtschaftsfaktoren im Freistaat sind. Das belegen auch die Zahlen: Die 39.510 steuerpflichtigen Betriebe in Bayern erzielten 2016 einen Jahresumsatz von rund 15,7 Milliarden Euro. Damit floss jeder fünfte Euro, der 2016 im deutschen Gastgewerbe umgesetzt wurde, in die Kasse eines Betriebs im Freistaat. Auch für den Arbeits- und Ausbildungsmarkt in Bayern spielt das Gastgewerbe eine bedeutende Rolle. Im Jahr 2016 waren in der bayerischen Hotellerie und Gastronomie rund 341.000 Beschäftigte und rund 9.000 Auszubildende tätig. Damit leisten die Betriebe einen gewichtigen Beitrag für den Wohlstand der Menschen und nehmen auch ihre soziale Rolle als Arbeitgeber und Ausbilder verantwortungsvoll wahr.

Auf Ihre Idee hin wurde via Volksentscheid mit überwältigender Mehrheit ein neues Staatsziel in die Bayerische Verfassung aufgenommen: So sollen gleichwertige Lebensverhältnisse und Arbeitsbedingungen in Stadt und Land gefördert und gesichert werden. Welche Rolle spielt hierbei das Gastgewerbe, insbesondere hinsichtlich der Stärkung des ländlichen Raums?

Bayerns Stärke ist die Einheit in der Vielfalt, das Miteinander von Stadt und Land, Metropolregion und ländlichem Raum. Dieses Miteinander zu stärken, ist die Idee des Staatsziels „gleichwertige Lebensverhältnisse in Stadt und Land" in der Verfassung. Die meist familiengeführten Betriebe und leistungsstarken Mittelständler im Hotel- und Gaststättengewerbe tragen gerade im ländlichen Raum mit ihren standortgebundenen Arbeits- und Ausbildungsplätzen ganz wesentlich zur Wirtschaftskraft in der Region und damit zu guten Lebensverhältnissen bei. Hotellerie und Gastronomie sind starke regionale Wirtschaftsmotoren. Sie sind in gewisser Weise Garanten einer positiven Entwicklung im ländlichen Raum, sind verantwortungsvolle Arbeitgeber und Ausbilder und bereichern das örtliche Miteinander insgesamt. Die Gastronomie prägt den ländlichen Raum und ist mitentscheidend für dessen Attraktivität. Denn sind wir doch ehrlich: Meist ist die Gastwirtschaft das Ziel eines Sonntagsausflugs, nicht der Spazierweg.

Welche soziokulturelle Bedeutung hat die bayerische Wirtshauskultur für Sie?

Wirtshäuser gehören zu Bayern wie die Berge oder Lederhose und Dirndl. Im Wirtshaus trifft man sich, isst gut, diskutiert oder streitet. Wirtshäuser sind also nicht nur ein Ort des kulinarischen Genusses, sondern erfüllen darüber hinaus eine wichtige soziale Funktion. Sie sind Begegnungsstätte für Familienfeiern, für Meinungsaustausch oder geselliges Beisammensein und stiften dadurch Gemeinschaft und Identität. Nicht umsonst ist der Gewinn der „Lufthoheit über den Stammtischen" für jeden Politiker ein wichtiges Ziel.

Bayern ist für Sie eine Weltmarke, ein Premium-Land. Dementsprechend setzen Sie sich für einen „Fünf-Sterne-Tourismus" ein. Wo steht für Sie derzeit der Tourismus in Bayern?

Bayern ist das Reiseland Nummer eins in Deutschland. Zum fünften Mal in Folge konnte der Tourismus in Bayern im vergangenen Jahr Rekordzahlen vorlegen. Zusammen mit den Kleinbeherbergungsbetrieben konnten wir in Bayern im vergangenen Jahr 100 Millionen Übernachtungen verzeichnen. Darauf setzen wir auf und wollen diese Spitzenposition auch weiter ausbauen. Getreu dem Motto „Wer aufhört besser sein zu wollen, hört auf gut zu sein" haben wir zu Beginn dieses Jahres eine Premiumoffensive Tourismus gestartet und fördern unter anderem Umbaumaßnahmen im Bereich Wellness, Kinderspiel oder Barrierefreiheit. Denn gerade mit Blick auf unsere Nachbarn im Süden gilt: Die Konkurrenz schläft nicht!

Der reduzierte Umsatzsteuersatz auf Beherbergungsdienstleistungen hat in der Hotellerie zu einem enormen, immer noch

anhaltenden Investitionsschub und damit einhergehend zu einer nachhaltigen Steigerung der Konkurrenzfähigkeit geführt. Gibt es weitere Gründe, warum die Entscheidung aus Ihrer Sicht richtig war?

Aus meiner Sicht hat sich der zum 1. Januar 2010 eingeführte reduzierte Mehrwertsteuersatz für die Hotellerie bewährt. Ziel war, für die Unternehmen des Beherbergungsgewerbes zusätzliche finanzielle Spielräume zu schaffen und gleichzeitig insbesondere die Schlechterstellung der deutschen Hotellerie im europäischen Vergleich schnell und effektiv zu beseitigen. Das ist gelungen. Die Unternehmen haben den Spielraum für Investitionen und Innovation genutzt, die nicht nur den Unternehmen selbst zu Gute gekommen sind, sondern auch im nachgelagerten Zulieferbereich, etwa dem Bauhandwerk, zu verzeichnen sind.

Eine systemrelevante Bedeutung haben die Gastronomie und das Dorfwirtshaus. „Stirbt das Wirtshaus, stirbt der Ort", so das Ergebnis einer Grundlagenstudie, die vom Wirtschaftsministerium in Auftrag gegeben worden ist. Gleichzeitig kämpfen die Wirtshäuser ums wirtschaftliche Überleben. Wie stehen Sie zu einer reduzierten Umsatzsteuer auf alle Lebensmittel, egal wo gekauft, wie zubereitet und wo gegessen?

Sicherlich wäre ein ermäßigter Umsatzsteuersatz auch im Bereich der Gastronomie wünschenswert. Das würde auch die teilweise sehr bemühten Abgrenzungen und Ungleichbehandlungen zur ermäßigt besteuerten Abgabe von Lebensmitteln und Speisen beispielsweise bei Imbissen oder Außer-Haus-Verzehr vermeiden. Wir werden das weiterhin auf unserer politischen Agenda haben, aber zunächst gilt es auch, den ermäßigten Steuersatz für die Hotellerie zu halten. Denn der politische Gegner wird nicht müde, auch im nächsten Bundestagswahlkampf eine künstliche Neiddebatte über einen reduzierten Mehrwertsteuersatz für die Hotellerie am Köcheln zu halten.

Über die Jahre hinweg nehmen kontinuierlich bürokratische Belastungen und Auflagen zu. Sehen Sie eine realistische Chance, zumindest kleine und mittelständische Unternehmen zu entlasten?

Aus vielen Gesprächen weiß ich natürlich um die Problematik. Gerade die Bürokratie rund um den gesetzlichen Mindestlohn bringt nach wie vor erhebliche Umsetzungsprobleme mit sich. Die Regelungen sind in vielen Belangen unangemessen und praxisuntauglich – insbesondere besteht dringender Handlungsbedarf in Bezug auf vielfältige überzogene bürokratische Anforderungen und Dokumentationspflichten. Sie belasten die Wirtschaft und stellen darüber hinaus die Betriebe unter Generalverdacht. Das geht gar nicht. Unser Ziel ist es, eine im Sinne der Betriebe praxisgerechte Ausgestaltung der Mindestlohnregelungen zu finden.

Thema Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes: Wie stehen Sie, wie steht Ihre Partei dazu?

Nicht nur für das Hotel- und Gaststättengewerbe ist die Flexibilisierung der Arbeitszeit ein wichtiges Thema. Diskussionen im Rahmen des Dialogforums „Leben und Arbeiten 4.0" haben gezeigt, dass beim Thema Arbeitszeitregelungen Handlungsbedarf besteht. Die Digitalisierung, die betriebliche Realität, zum Beispiel in Hotellerie und Gaststätten und jungen Unternehmen, sowie die internationale Zusammenarbeit über Zeitzonen hinweg machen eine Prüfung des Rechtsrahmens erforderlich. Die Staatsregierung sucht dazu den Dialog mit allen betroffenen Ebenen. Wir wollen wissen, welche Lösungsmöglichkeiten bestehen und wie diese umgesetzt werden können. Das ist der derzeitige Stand.

„SICHERLICH WÄRE EIN ERMÄSSIGTER UMSATZSTEUERSATZ AUCH IM BEREICH DER GASTRONOMIE WÜNSCHENSWERT. WIR WERDEN DAS WEITERHIN AUF UNSERER POLITISCHEN AGENDA HABEN.“

ZUR PERSON

Horst Seehofer wurde am 4. Juli 1949 in Ingolstadt geboren. Er ist verheiratet und hat vier Kinder. Nach seinem Studium war der Diplom-Verwaltungswirt in verschiedenen Funktionen bei den Landratsämtern in Ingolstadt und Eichstätt tätig, bevor er 1980 als direkt gewählter Angeordneter des Wahlkreises Ingolstadt erstmals in den Deutschen Bundestag einzog. Während seiner Zeit in Bonn und Berlin hatte Seehofer verschiedene Spitzenämter inne, unter anderem als Bundesminister für Gesundheit (1992-1998) und Bundesminister für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2005-2008). Im Oktober 2008 legte er sein Ministeramt nieder und wurde zum Parteivorsitzenden der CSU und zum Bayerischen Ministerpräsidenten gewählt.

Das Wirtshaus als Aushängeschild des Gastgewerbes in Bayern

Einkehren und zu Gast sein!

Das Wirtshaus ist in Bayern eine Institution. Als Aushängeschilder, in denen sich sowohl Reisende als auch Einheimische mit einer Vielfalt an Speisen und Getränken versorgen können, gelten sie zurecht als Teil der gelebten bayerischen Kultur mit langer Tradition.

Das Wirtshaus ist in Bayern eine Institution. Als Aushängeschilder, in denen sich sowohl Reisende als auch Einheimische mit einer Vielfalt an Speisen und Getränken versorgen können, gelten sie zurecht als Teil der gelebten bayerischen Kultur mit langer Tradition.

Wirtshäuser in Bayern sind vielfältig. Etliche von ihnen sind in stattlichen, nicht selten in denkmalgeschützten Häusern untergebracht – respektable und authentische Zeugnisse der reichen Baukultur in den verschiedenen Regionen Bayerns.

In ihrer einfachen Form als Schankwirtschaft servieren sie ihren Gästen in erster Linie Getränke. Doch in aller Regel können die Gäste aus einem breiten Spektrum von Speisen auswählen. Im Trend liegen nicht nur die moderne Feinschmeckerküche, sondern erlesene Speisen, die traditionell und modern verbinden sowie aus einer Küche kommen, die saisonal und regional ausgerichtet ist, frische Zutaten verwendet und sich durch hohe handwerkliche Qualität und Bodenständigkeit auszeichnet. Erfolgsrezept ist in jedem Fall die Hingabe des Kochs zu seinen Produkten.

Wirtshäuser dienen jedoch nicht nur der Versorgung der Gäste. Sie sind ebenfalls Orte der Begegnung, des Austauschs, der Unterhaltung und Geselligkeit, wo nicht nur gegessen und getrunken, sondern auch gefeiert, musiziert und getanzt wird. In der Vergangenheit übernahm das Wirtshaus in Gemeinden ohne Rathaus dessen Funktion. Amtliche Veranstaltungen wie die Gemeinderatssitzung oder auch Bürgerversammlungen wurden dort abgehalten. Im Wirtshaus konnte und kann auch heute noch zwanglos und unverbindlich über private, geschäftliche

oder die Gemeinde betreffende Angelegenheiten diskutiert werden. Wirtshäuser fungieren als Umschlagplatz für Neues und tragen nicht erst seit Franz Josef Strauß zur politischen Meinungsbildung bei. Als kulturelle und soziale Institution haben Wirtshäuser viele Funktionen – auch im Sinne sozialer Kontrolle. Das klassische Dorfwirtshaus fungiert als sozialer Raum, in welchem alle sozialen Schichten zusammentreffen.
Warum aber haben vor diesem Hintergrund auf dem flachen Land in den vergangenen Jahren viele Betriebe ihre Türen geschlossen? Trifft das Schlagwort vom „Wirtshaussterben" also zu? Und welche Ursachen und Hintergründe gibt es? Ursachen dafür sind zum einen bei den Betrieben zu suchen:

Niedrige Gewinne stehen groß angelegten Investitionen im Weg. Hinzu kommen als ungünstig wahrgenommene gesetzliche Regelungen: Rauchverbot, kein genereller reduzierter Mehrwertsteuersatz, strenge Hygiene- und Feuerschutzvorschriften, Alkoholkontrollen. Gern wird auch die Konkurrenz durch Vereine beklagt und nicht nach Kooperationsmöglichkeiten gesucht.

Dennoch: Verhungern oder verdursten muss in Bayern niemand! Insgesamt bietet das bayerische Gastgewerbe rund 40.000 Betriebe, in denen etwa jeder 20. einen Arbeitsplatz mit Vollbeschäftigung findet. Von den insgesamt 2.056 Gemeinden sind es nicht einmal 150 Gemeinden, in denen der Besucher kein Gasthaus findet, wo er zumindest etwas zu trinken bekommt.

Klar, die Herausforderungen sind in den vergangenen Jahren enorm gewachsen. Andererseits ist man immer wieder erstaunt, in Orten, in denen aufgrund ungünstiger Rahmenbedingungen oder dezentraler Lage kein Wirtshaus zu erwarten wäre, Betriebe ansässig sind, die putzmunter sind, weil sie mit höchst kreativen Ideen zur Wiederbelebung alter Wirtshaustraditionen oder mit neuen und interessanten Angeboten zahlreiche Gäste anziehen und beachtlichen Erfolg haben.

Hoffnung macht eine unerwartete Beobachtung, die die Autoren der Studie „Genuss mit Geschichte? Die Wirtshauskultur in Bayern im Wandel" gemacht haben: Sie schreiben, dass junge Gesprächspartner, die im Rahmen der Studie befragt wurden, von der Thematik der bayerischen Wirtshauskultur emotional besonders angetan waren.

Der Wunsch nach Geselligkeit, persönlichem Austausch, sozialem Eingebundensein – ein Grundbedürfnis eines jeden Menschen – scheint ein wichtiger Aspekt zu sein, nach dem die Jugend heute trotz (oder gerade wegen) Smartphone und Co. ein deutliches Verlangen zeigt. Deshalb sind gute Ideen, kreative Konzepte und innovative Strategien gefragt. Speziell für die Jugend, die für den Fortbestand der Wirtshäuser so wichtig ist, aber auch für andere Zielgruppen, nicht zuletzt die vergleichsweise finanzstarke Schicht der „jungen Alten" gilt es, starke Anreize zu schaffen – damit alle wieder einmal öfter „beim Wirt vorbeischaun".

Prof. Dr. Hans Hopfinger war bis 2015 Inhaber des Lehrstuhls für Kulturgeographie an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Seine Forschungsinteressen gelten der kulturraumbezogenen Regionalforschung, der Freizeit- und Tourismusgeographie sowie der Entwicklungsforschung. Seine regionalen Schwerpunkte liegen in Deutschland und Europa sowie in der arabischen Welt. Der vorliegende Beitrag basiert auf einer 2013 publizierten, sozial- und kulturwissenschaftlich ausgerichteten Grundlagenstudie zur Wirtshauskultur in Bayern: Hopfinger, Hans, Florian Kohnle & Tim Wätzold: Genuss mit Geschichte? Die Wirtshauskultur in Bayern im Wandel.- Eichstätt 2013

Bayerisches Gastgewerbe als Integrationsmotor

„Kaum eine Branche ist so international und weltoffen“

Das Gastgewerbe bietet nicht nur als Ausbildungsbranche eine ungeahnte Vielfalt an Berufen und Themen – das international geprägte Umfeld dient vielmehr auch als Integrationsmotor. Um dem Fachkräfte- und Auszubildendenmangel vorzubeugen und gleichzeitig jungen Flüchtlingen eine Perspektive zu bieten, haben der DEHOGA Bayern und die Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit und Entwicklung (GIZ) eine deutsch-marokkanische Ausbildungspartnerschaft im Gastgewerbe ins Leben gerufen. Über die Hintergründe dieser Kooperation hat sich „Gastgeber Bayern“ mit Dr. Gerhard Müller, Bundesminister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, unterhalten.

Herr Minister Müller, welches Potenzial sehen Sie in der Zusammenarbeit mit Marokko in Bezug auf das Thema berufliche Bildung?

Berufliche Bildung und Förderung von Beschäftigung sind Schwerpunkte unserer Zusammenarbeit mit Marokko. Wir wollen jungen Marokkanerinnen und Marokkanern Perspektiven für Beschäftigung ermöglichen. Denn die hohe Jugendarbeitslosigkeit dort ist eine der größten Herausforderungen. Hier setzen wir mit unserer Arbeit an: Wir ermöglichen marokkanischen Jugendlichen eine Berufsausbildung, die sich am Bedarf der Wirtschaft orientiert.

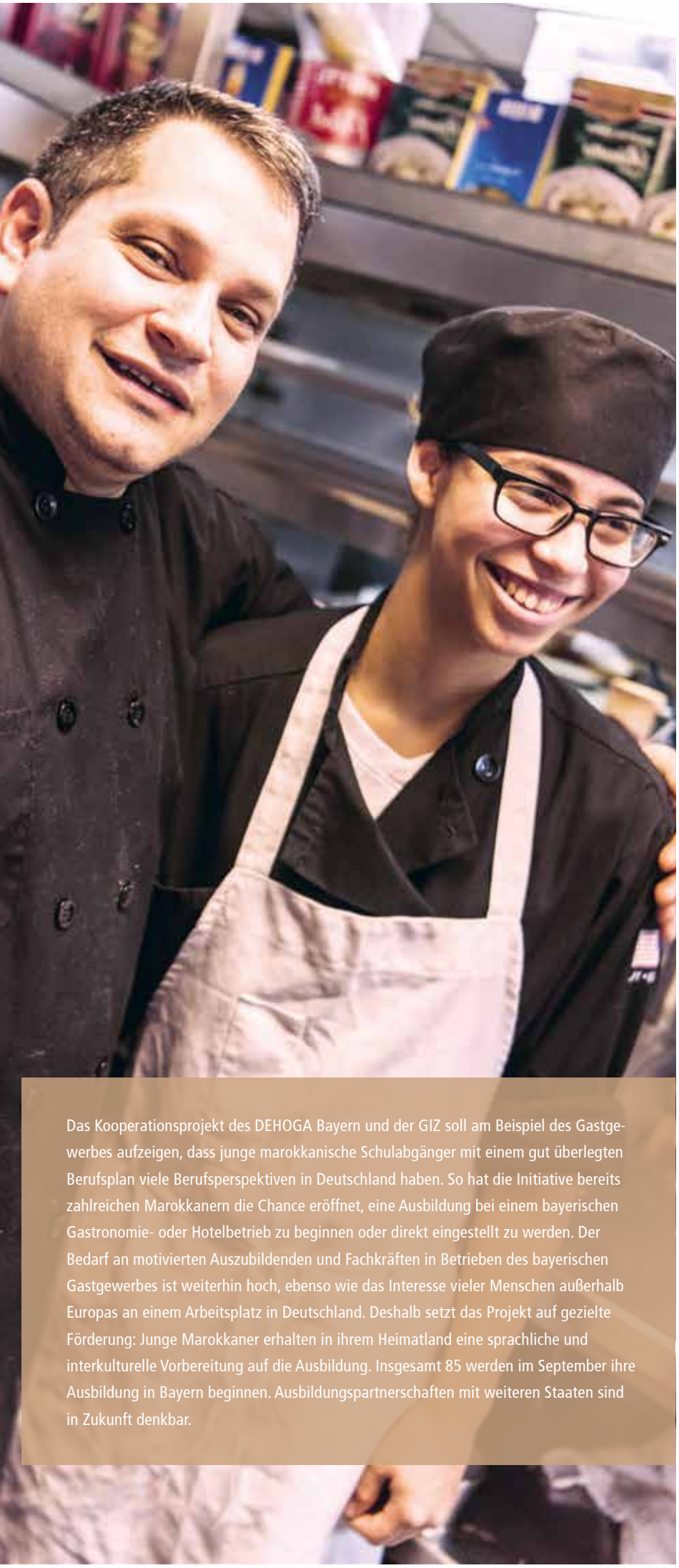
Welche Beiträge kann das GIZ-Projekt zur aktuellen Migrationsdebatte leisten?

Das Projekt zeigt für den Hotel- und Gaststättenbereich, wie bereits bestehende Wege für legale Migration sinnvoll genutzt werden können. Es kann für ein Land mit hohem Migrationsdruck wie Marokko positive Auswirkungen haben, sichere und legale Wege der Arbeitsmigration zu fördern. Deutschland auf der anderen Seite hat eine alternde Gesellschaft und nicht genügend Fachkräfte. Wenn wir marokkanische Jugendliche nachfragegerecht in Deutschland ausbilden, stehen diese dem Arbeitsmarkt bei uns wie auch in Marokko zur Verfügung.

Sehen Sie die Gefahr eines Brain Drains?

Im Moment kann ich eine solche Gefahr nicht erkennen. Nach der in Deutschland erworbenen Ausbildung und praktischer Berufserfahrung stehen die jungen Leute ihrem heimischen Arbeitsmarkt als bestens qualifizierte Fachkräfte zur Verfügung. Damit können sie sogar zu einem „Brain Gain“ beitragen. Denn gerade die Tourismusbranche in Marokko bietet Möglichkeiten für qualifizierte Marokkaner, vor allem mit Fremdsprachenkenntnissen und interkultureller Erfahrung. Gleichzeitig können die hier ausgebildeten jungen Marokkanerinnen und Marokkaner in Deutschland Brücken zwischen beiden Ländern bauen und ihr Herkunftsland auf vielfältige Weise unterstützen.

Dr. Gerhard Müller wurde am 25. August 1955 in Krumbach geboren. Er ist verheiratet und hat zwei Kinder. Nach seinem Studium der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften mit anschließender Promotion war Müller unter anderem von 1989 bis 1994 Mitglied des Europäischen Parlaments. Seit 1994 ist er Mitglied des Deutschen Bundestags. Bis 2005 war Müller außen- und europapolitischer Sprecher der CSU-Landesgruppe, 2005 bis 2013 Parlamentarischer Staatssekretär bei der Bundesministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Seit Dezember 2013 ist Müller Bundesminister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung.



Das Kooperationsprojekt des DEHOGA Bayern und der GIZ soll am Beispiel des Gastgewerbes aufzeigen, dass junge marokkanische Schulabgänger mit einem gut überlegten Berufsplan viele Berufsperspektiven in Deutschland haben. So hat die Initiative bereits zahlreichen Marokkanern die Chance eröffnet, eine Ausbildung bei einem bayerischen Gastronomie- oder Hotelbetrieb zu beginnen oder direkt eingestellt zu werden. Der Bedarf an motivierten Auszubildenden und Fachkräften in Betrieben des bayerischen Gastgewerbes ist weiterhin hoch, ebenso wie das Interesse vieler Menschen außerhalb Europas an einem Arbeitsplatz in Deutschland. Deshalb setzt das Projekt auf gezielte Förderung: Junge Marokkaner erhalten in ihrem Heimatland eine sprachliche und interkulturelle Vorbereitung auf die Ausbildung. Insgesamt 85 werden im September ihre Ausbildung in Bayern beginnen. Ausbildungspartnerschaften mit weiteren Staaten sind in Zukunft denkbar.

Welche Bedeutung hat das Tourismusgewerbe für die Entwicklungszusammenarbeit?

Der Tourismussektor ist einer der am schnellsten wachsenden Wirtschaftszweige und schafft besonders viele Arbeitsplätze: Tourismus bietet weltweit etwa jedem zehnten Menschen eine Beschäftigung. Gerade in Schwellen- und Entwicklungsländern entstehen Chancen, lokale Wirtschafskreisläufe zu fördern und Frauen, Indigene, aber auch viele Klein- und Kleinstunternehmer teilhaben zu lassen. Genau dort setzen wir an, zum Beispiel durch Aus- und Weiterbildungen. So läuft zurzeit ein Projekt in Marokko, mit dem wir nachhaltigen Tourismus in der Nähe von Naturparks und anderen Schutzgebieten fördern. Wir unterstützen dort lokale Partner, neue touristische Angebote zu entwickeln. Und wir unterstützen Kooperativen und kleine Unternehmen dabei, hochwertige Naturprodukte zu produzieren.

Welchen Beitrag kann das Gastgewerbe Ihrer Meinung nach in der Integration von Geflüchteten und ausländischen Fachkräften und Auszubildenden leisten?

Kaum eine Branche ist so international und weltoffen wie das Gastgewerbe und der Tourismus. Deswegen sind diese Bereiche geradezu ideal, um Menschen aus anderen Ländern den Start in Deutschland zu erleichtern. Gleichzeitig fehlen uns in der Branche Fachkräfte; die Ausbildungszahlen sind seit Jahren rückläufig. Wir profitieren also auch selbst davon, wenn wir Flüchtlinge oder andere junge Menschen ausbilden und in den deutschen Arbeitsmarkt integrieren.

Herr Minister, eine letzte Frage: Was war Ihr schönstes Erlebnis im Wirtshaus oder auch im Hotel?

In meiner Zeit bei der Bundeswehr war ich für die Offiziersbar zuständig und habe da erste Einblicke in die Gastronomie gewonnen.

Bedeutung des Gastgewerbes als Ausbildungsbranche

Gastgeber mit Leib und Seele

Rund 10.000 junge Menschen in Bayern erlernen derzeit einen Ausbildungsberuf im Gastgewerbe – seit zwei Jahren wieder mit steigender Tendenz. Ob Koch, Hotel- oder Restaurantfachmann, Hotelkaufmann oder Fachmann für Systemgastronomie: Wissenshungrige Nachwuchskräfte wirken als Gastgeber, Eventplaner, Handwerker, Künstler und Psychologe, sie lernen Kochen, Servieren, Dekorieren, Kalkulieren sowie den Umgang mit modernsten Kommunikationsmitteln. Vor allem aber lernen sie, Menschen zu verstehen.

Gäbe es diese rund 10.000 jungen Auszubildenden nicht, die sich auf 40.000 Gastronomiebetriebe mit etwa 400.000 Mitarbeitern verteilen, könnten die vielen Gäste aus aller Welt in Bayern nicht übernachten, nicht essen und sich nicht wohlfühlen. Und viel schlimmer noch: Stammtische, Biergärten und Wirtshäuser blieben leer. Kurzum: Bayern würde stillstehen!

Nachwuchskräfte im Hotel sprechen oft mehrere Sprachen und machen oft schon in jungen Jahren Karriere. Dafür setzen sie sich ein und haben längst erkannt, dass alle spannenden Berufe flexible Arbeitszeiten haben. Und wenn sie gut sind, bekommen sie viel Lob der Gäste, das stolz macht und das Herz erwärmt. Das sehen auch diese drei Auszubildenden so:

„Wenn durch meinen Service und Dazutun unsere Gäste so rundum glücklich sind, dann bin ich es auch!“

Christina Lobinger (16), Hotelfachfrau im ersten Lehrjahr | Natur- Wohlfühlhotel Brunner Hof in Arnschwang

„Der Koch-Beruf erfüllt mich, weil er so vielfältig ist. Eines Tages möchte ich den gastwirtschaftlichen Betrieb meiner Eltern und eigene Verantwortung übernehmen.“

Hans Pfister (25), Studienaussteiger und Koch im dritten Lehrjahr | Landgasthof-Hotel Riesengebirge in Neuhof an der Zenn

„Was mich an diesem Beruf so fasziniert, ist die Möglichkeit, anderen Menschen ein angenehmes und unvergessliches Erlebnis zu bereiten, einen ‚Schritt mehr‘ zu gehen, als es von der Kundschaft erwartet wird und möglichst unausgesprochene Wünsche ‚von den Lippen abzulesen‘.

Nico Steffen (25), Hotelfachmann im dritten Lehrjahr, Bayerischer Jugendmeister 2017 | Hilton Munich Airport Hotel

„Gemüse pflanzen. Gesundheit ernten.": Bereits an rund 120 Schulen hat die BayWa Stiftung Schulgärten aufgebaut und gesunde Ernährung für die Kinder erlebbar gemacht.

Projekt „Bayern schmeckt"

Wo wächst denn Salat?

Gesunde Ernährung ist ein Leitthema des 21. Jahrhunderts. Das Gastgewerbe hat diesbezüglich eine große Bedeutung und Verantwortung. Darum engagiert sich der DEHOGA Bayern für die Sensibilisierung von Kindern und Jugendlichen hinsichtlich gesunder Ernährung sowie der Herkunft von Lebensmitteln. Zu diesem Zweck wurde zusammen mit den Wertebündnispartnern wie etwa der BayWa Stiftung das Projekt „Bayern schmeckt" ins Leben gerufen.

Heranwachsenden zu vermitteln, welche Produkte in der Region angebaut und verarbeitet werden und zu welcher Jahreszeit was wächst, ist ausschlaggebend für eine gesunde Ernährung und Teil der Arbeit der BayWa Stiftung. Ein Ansatz, den sie mit dem DEHOGA Bayern teilt. Deshalb unterstützt die BayWa Stiftung das Projekt „Bayern schmeckt.": Jugendliche lernen einen Gastronomiebetrieb und einen Lebensmittelerzeuger kennen und erleben, welchen Weg beispielsweise das Steak vom Bauernhof, über den Markt bis auf den Teller im Restaurant geht. „Wir wollen weg von Fast Food und hin zu einer ausgewogenen bewussten Ernährung. Dazu zählt auch, dass man weiß, wo Lebensmittel herkommen", erklärt Maria Thon, Geschäftsführerin der BayWa Stiftung. „Auch für die Gastronomie ist diese Aufklärungsarbeit bedeutend: Kinder und Jugendlichen lernen so das verarbeitete Produkt im Restaurant ganz anders wertzuschätzen."

Die BayWa Stiftung engagiert sich seit 1998 für soziale Projekte unter anderem in dem Bereich Gesunde Ernährung. Mit dem Projekt „Gemüse pflanzen. Gesundheit ernten." soll das Ernährungswissen von Kindern mit Hilfe von praktischem Lernen im schuleigenen Garten verbessert werden. Gemeinsam mit den Kindern baut die BayWa Stiftung an Grundschulen Schulgärten auf. Die Kinder pflanzen, pflegen und ernten schließlich ihr eigenes Gemüse. Sie lernen dabei, dass der Salat eben nicht im Supermarkt wächst, sondern im eigenen Garten und dass ein verantwortungsvoller Umgang mit der Natur und den Ressourcen notwendig ist. Auch das theoretische Wissen wird verbessert: Welche Nährstoffe in den Lebensmitteln enthalten sind, lernen die Kinder aus dem Ernährungskompass – einem spielerisch aufgebauten Arbeitsbuch rund um Kohlenhydrate, Fette und Co, den die BayWa Stiftung in Kooperation mit der technischen Universität München entwickelt hat.

„Unser Ziel ist es, so vielen Kindern wie möglich bewusst zu machen, wo ihre Nahrungsmittel eigentlich herkommen – sei es über Projekte wie ‚Gemüse pflanzen. Gesundheit ernten', dem Ernährungskompass oder über ‚Bayern schmeckt.' des DEHOGA Bayern", sagt Maria Thon. „Denn die Ernährung unserer Kinder geht uns alle an."

(K)ein Leben ohne Gastronomie

Egal ob spontane Einkehr, Kurzurlaub, Familienfest oder Firmenveranstaltung – wohl jeder Mensch verbindet ganz besondere Erinnerungen und persönliche Erfahrungen mit dem Gastgewerbe. „Gastgeber Bayern" hat Prominente aus ganz Deutschland gefragt, wieso sie sich kein Leben ohne Gastronomie vorstellen können. Den Anfang macht Bayerns Ministerpräsident Horst Seehofer:

Foto: Bayerische Staatskanzlei

Herr Ministerpräsident Seehofer, was war Ihr schönstes Wirtshauserlebnis?
Für einen Politiker finden die schönsten Wirtshauserlebnisse am Stammtisch statt. Das ist nicht immer einfach, vor allem nicht, wenn man sich argumentativ durchsetzen möchte. Aber hier wird ganz frei von der Leber weg Tacheles geredet, ehrlich ausgesprochen, was auf der Seele brennt. Und das unabhängig davon, ob der Maurer oder der Ministerpräsident vor einem sitzt. Diese Ehrlichkeit ist für mich von unschätzbarem Wert.

Hand aufs Herz, bei welchen Speisen können Sie schwerlich „Nein" sagen?
Bei Süßigkeiten, Kuchen oder Eis fällt mir das Neinsagen zugegeben schwer.

Gibt es auch ein absolutes Lieblingsessen?
Nein. Was meine Frau kocht, das schmeckt mir immer.

Können Sie eigentlich Kochen und wenn ja, kochen Sie gerne?
Ab und zu mal betrete ich auch die Küche. Aber ein leidenschaftlicher Koch ist aus mir noch nicht geworden. Vielleicht kommt das, wenn ich mehr Zeit und Muße habe.

Gibt es ein Lieblingsgetränk?
Das kommt auf die Gelegenheit an. Ein Glas Wein gerne zu einem guten Essen oder ein Bier auf dem Volksfest. Grundsätzlich gilt aber, eher wenig Alkohol, sonst ist mein Arbeitspensum nicht zu bewältigen.

Sie wohnen viel in Hotels. Worauf legen Sie bei der Auswahl eines Hotels immer besonders viel Wert?
Ich bin da eher pflegeleicht. Wenn ein ruhiger und erholsamer Schlaf gewährleistet ist, bin ich schon zufrieden.

Gibt es etwas, was Sie in einem Hotelzimmer besonders schätzen?
WLAN und eine gute Netzverbindung – damit mich mein Büro immer erreichen kann, wenn ich das möchte ...

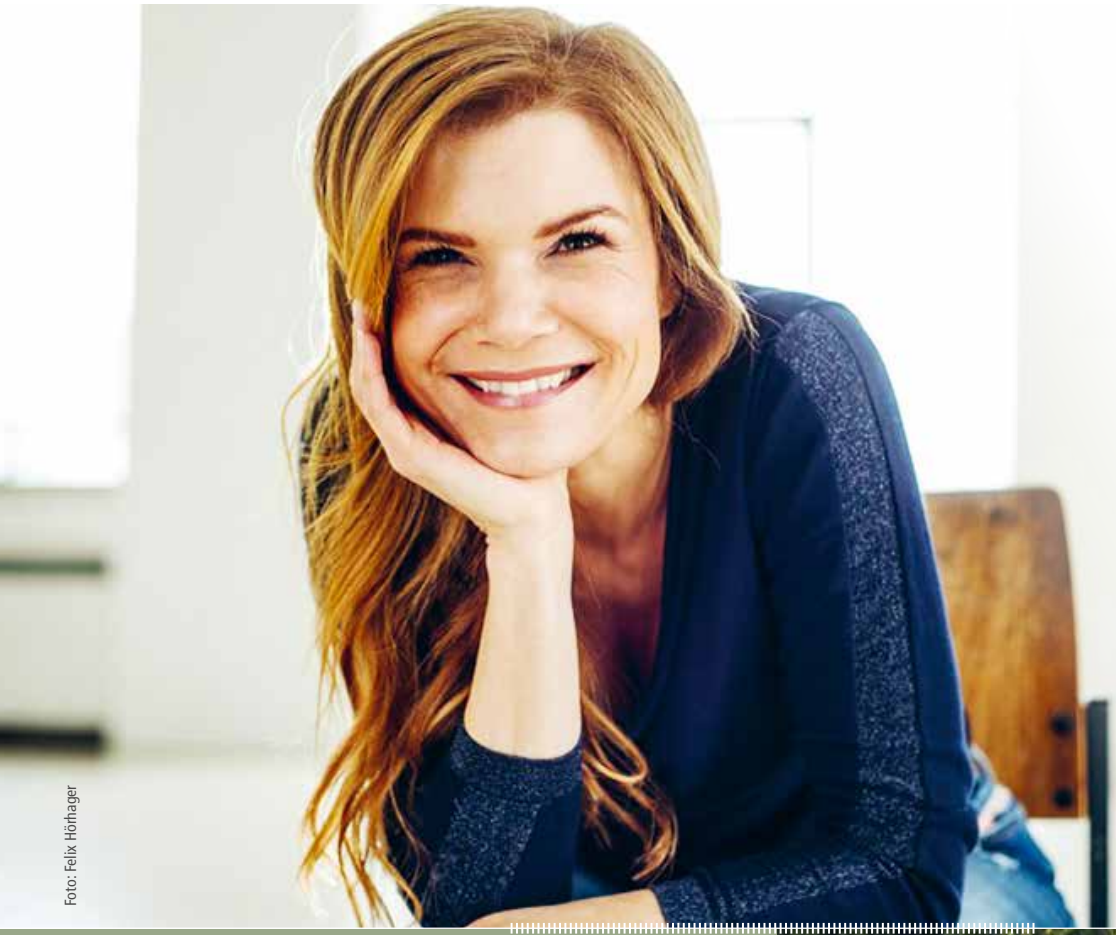


Foto: Felix Hörhager

Gastronomie ist für mich ein Stückchen Heimat. Durch meine Rolle in der Fernsehserie „Dahoam is Dahoam" habe ich ein ganz schönes Arbeitspensum jede Woche zu meistern. Und um dies gut zu schaffen, habe ich mir meine kleinen „Inseln" gebaut, wo ich bei einem guten Essen oder einem leckeren Stück Kuchen auftanken kann. Das ist dann wie ein kleiner Kurzurlaub, raus aus dem Stress, abschalten, genießen, Seele baumeln lassen, nichts tun und nichts sein müssen. Und dann kann ich mich auch wieder mit ganzer Kraft und ganzem Herzen meinem Beruf widmen.

Silke Popp,
Schauspielerin

Ein Leben ohne Gastgewerbe wäre für mich…

…wie ein „Geisterspiel" beim Fußball. Nicht stimmungsvoll, nicht emotional. Ein Leben ohne Gastgewerbe kann keinem schmecken – im wahrsten Sinne – und ist einfach nicht erstrebenswert.

Mein schönster Tag im Wirtshaus…

…kommt noch! Nämlich dann, wenn 7 Prozent Mehrwertsteuer nicht nur auf die Logisleistungen gelten, sondern auch die Speisenumsätze in der Gastronomie so abgerechnet werden. Natürlich gab es aber auch in der Vergangenheit unvergessene Momente in meinem Arbeitsleben: Zum Beispiel, als ich 1989 neben meinem vollen Revier im Restaurant die legendäre Pressekonferenz von Günther Schabowski im Fernseher verfolgt habe und der Fall der Mauer besiegelt wurde. Ich denke aber auch an den Tag, an dem unser Hotel sein 40. Jubiläum feierte. Damals konnte ich neben meinem GM-Vorgänger und vielen sehr lieben Stammgästen, Prominenten und VIPs vor allem meine stolzen Eltern als Gäste in meinem ehemaligen Ausbildungshotel und in unserer Heimatstadt begrüßen – ein ganz besonderer Tag.

Guido Zöllick, Präsident des DEHOGA Bundesverbands
und Geschäftsführer des Hotels „Neptun" in Warnemünde

Ein Leben ohne Gastgewerbe wäre für mich…

…einfach undenkbar. Alleine die Bierdeckel sind ja schon unersetzlich für die Entwürfe von Steuererklärungen.

Mein schönster Tag im Hotel oder Wirtshaus…

…war im Fiakerhof bei der Familie Erhardts im Werdenfelser Land in Garmisch-Partenkirchen. Eine Oase der Ruhe und Entspannung – umgeben von einer einzigartig schönen Natur und Umgebung am Berg der Berge, der Zugspitze. Mir tut es gut, den Blick zu öffnen, um in den Himmel zu schauen oder auf die Berge. Und so schaffe ich es, meinem Kopf mal eine Pause zu gönnen und meinem Körper neue Kraft zu geben.

Wolfgang Stamnitz, Vorstand der
Acconsis Holding AG Steuerberatungsgesellschaft

Ein Leben ohne Gastgewerbe wäre für mich…

…nur halb so schön! An heißen Sommertagen mit Freunden im Biergarten sitzen, an regnerischen Tagen gemütlich die heiße Schokolade im Café genießen oder, wenn man keine Lust auf Kochen hat, sich beim Lieblingsitaliener um die Ecke Pizza holen – gäbe es das alles nicht, würde mir viel fehlen!

Mein schönster Tag im Wirtshaus…

…beinhaltet draußen in der Sonne sitzen mit Blick auf den Ammersee, ein gutes Essen mit einer leckeren Nachspeise vor sich und lauter liebe Menschen um einen herum. Das ist Erholung pur!

Katharina Schulze,
MdL, Fraktionsvorsitzende der Grünen
im Bayerischen Landtag

Foto: Andreas Gregor

Ein Leben ohne Gastgewerbe wäre für mich...

...unvorstellbar. Heutzutage können wir vieles über das Internet erledigen. Das persönliche Gespräch ist aber durch nichts zu ersetzen. Hierfür bietet das bayerische Gastgewerbe die idealen Voraussetzungen: Ob für den entspannten Abend mit Freunden, eine Familienfeier oder ein Geschäftsessen – hier wird jeder fündig!

Mein schönster Tag im Wirtshaus...

…nach einer Fahrradtour um den Ammersee auf Kloster Andechs mit einer Maß Bier in die Ferne schauen oder im bayerischen Oberland in einem sanierten historischen Wirtshaus mit der Familie einen Schweinsbraten genießen – das sind für mich die perfekten Momente!

Dr. Eberhard Sasse, Präsident des Bayerischen
Industrie- und Handelskammertags

Ein Leben ohne Gastgewerbe wäre für mich…

…ein herber Verlust an Lebensqualität. Und zwar privat wie beruflich. Abseits der Tourneen bin ich gerne in den Lokalen bei uns in Niederbayern. Und bei Auftritten gehört es bei mir zum Ritual, zeitig anzureisen und in einem Restaurant vor Ort zu essen. Über all die Jahre habe ich mich regelrecht zum Allrounder entwickelt. Mal gibt es Schnitzel mit Salat, mal gegrillten Fisch, und in größeren Städten kann es auch mal Sushi sein. Da ich in viele Städte regelmäßig komme, kann ich behaupten: Ich bin eigentlich Stammgast in sehr vielen Restaurants.

Meinen schönsten Tag in einem Hotel…

…kann ich eigentlich gar nicht nennen, weil es zu viele schöne Tage waren und sind. Das Schöne ist: Nach mittlerweile mehr als 3.500 Auftritten gibt es etliche Hotels, in denen ich immer wieder mal aufkreuze. Für mich als Gewohnheitstier ist es eine wunderbare Sache, wenn ich mit einem Hotel dann nicht nur ein Gebäude verbinde, sondern auch Gesichter. Für mich ist in Hotels das Frühstück eine sehr wichtige Sache. Und oft kriege ich dann Besuch vom Chef oder von der Chefin, weil man sich eben schon lange kennt. Es haben sich über die Jahrzehnte auch schon einige Freundschaften gebildet. Darum kann ich zusammenfassend sagen: Ein perfekter Tag in einem Hotel ist für mich, wenn man sich gegenseitig über das Wiedersehen freut. Es gibt sogar Hotels, wo die Chefs wissen, dass sie mit mir joggen dürfen beziehungsweise müssen, wenn ich wieder mal aufkreuze.

Django Asül, Kabarettist

Ein Leben ohne Gastgewerbe wäre für mich…

…unvorstellbar, weil unsere so vielseitige und einladende gastronomische Palette ein Stück Lebensqualität ist und ein Zeichen der kulturellen Identität unseres Landes. Die bayerischen Gasthäuser sind wichtige Orte der Kommunikation, wo man sich gerne begegnet und austauscht. Unsere so hoch geschätzte Wirtshauskultur müssen wir unbedingt erhalten und fördern. Besonders bei den traditionsreichen, familiengeführten Betrieben spürt man die sympathische Gastlichkeit und die heimatliche Verbundenheit. Nicht zu Unrecht sind die Bayern dafür in der ganzen Welt bekannt und beliebt – und das soll auch so bleiben. Dafür setze auch ich mich weiterhin gerne ein.

Martina Fehlner,
MdL, Tourismuspolitische Sprecherin der
SPD-Fraktion im Bayerischen Landtag

Foto: Johannes Haslinger

Ein Leben ohne Gastgewerbe wäre für mich…

…nicht denkbar, weil es einfach zu meinem bayerischen Lebensgefühl dazugehört.

Dr. August Markl,
Präsident des ADAC

Ein Leben ohne Gastgewerbe wäre für mich…

…einfach undenkbar. Schließlich gehört Essen und Trinken zur bayerischen Lebensart. Bayerns Weltoffenheit und Gastfreundlichkeit zeigt sich vor allem in seinen Biergärten und Traditionsgaststätten. Dort werden die Kunden mit der gleichen Herzlichkeit und Kompetenz bedient wie im Handwerk.

Franz Xaver Peteranderl,
Präsident des
Bayerischen
Handwerkstags

Foto: Schuhmann

Ein Leben ohne Gastgewerbe wäre für mich…

…schlicht nicht vorstellbar. Denn ein florierendes Gastgewerbe gehört als Markenkern zu Bayern. Mit ihm verbinde ich bayerische Gastfreundschaft, bayerische Tradition, die weltweit beliebte bayerische Küche und die bayerische Gemütlichkeit. Am liebsten gehe ich in eine zünftige bayerische Gastwirtschaft, aber ich schätze auch sehr, dass sich in Bayern in großer Vielfalt und Qualität Gastronomie aus aller Herren Länder angesiedelt hat. Viele exzellente Restaurants aus Italien, Frankreich, Griechenland, China, Vietnam und anderen Ländern bereichern die bayerische Gastgewerbeszene. Diese Internationalität ist Aushängeschild und Markenzeichen unseres aufgeschlossenen und weltoffenen Landes.

Alfred Gaffal, Präsident der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V.

Foto: Martina Bogdahn

Ein Leben ohne Gastgewerbe wäre für mich…

… ein Leben voller Hunger und Durst!

Mein schönster Tag im Hotel oder im Wirtshaus?

Ich bin in Niederbayern aufgewachsen, auf dem Land. Für mich war es das Schönste, wenn mich mein Papa früher als Kind zum Stammtisch mitgenommen hat! Wenn ich einen Schluck von seinem frisch gezapften Bier bekommen habe und lauschen durfte, was da alles so geredet wurde! Was heißt da geredet! Es wurde gewettet, geschimpft und geflucht. Gut, alles hätte ich vielleicht nicht hören dürfen, von der Mama aus, aber Sie sehen ja, was aus mir geworden ist! Ich würde sagen, ich habe schon als Kind den gesamten Bodensatz bayerischer Stammtischweisheiten in mich aufgesaugt: „Gib mir a Zigarette, meine sind noch im Automaten", „Du hast as schee, du hast koa Hirn, also brauchst net denga!", „Dick bist net aber für dei Gwicht zu klein." Freilich würde man heute sagen, das ist doch kein Umgang für ein Kind und würde sofort einen Kinderpsychologen zu Rate ziehen, um bleibende und irreparable Schäden auszuschließen. Und es stimmt, ich habe höchstwahrscheinlich auch irreparable Schäden davon getragen. Aber ich bin mit meinen Schäden bislang ganz gut durchs Leben gekommen. Und ich möchte sie niemals missen, all die schönen Stunden im Wirtshaus mit meinem Papa.

Luise Kinseher,
Kabarettistin und Schauspielerin

Ein Leben ohne Gastgewerbe wäre für mich…

…kaum denkbar. Ich bin als Politiker fast täglich in einem Gasthaus, wo sollten Veranstaltungen ohne Gasthäuser stattfinden?

Mein schönster Tag im Hotel oder im Wirtshaus?

Ich hatte schon viele schöne Erlebnisse in Gasthäusern, will es nicht auf eins beschränken.

Hubert Aiwanger, Fraktionsvorsitzender der Freien Wähler im Bayerischen Landtag

Foto: Tobias Vetter

Ein Leben ohne Gastgewerbe wäre für mich…

…wie Starnberg ohne See. Meine Passion als Sternekoch gilt denGästen, die ich mit variantenreichen Geschmacksmomenten jeden Tag neu begeistern möchte. Daher liebe ich das Kochen mit edlen und regionaler Zutaten, mit denen wir als Team kontrastreiche Food-Kreationen in Texturen und unterschiedliche Geschmackserlebnisse auf den Teller zu zaubern.

Maximilian Moser, Sternekoch, Küchenchef im Starnberger Gourmetrestaurant „Aubergine“

… und das sagen die jungen Gäste

Mein schönster Tag im Hotel war die Feier zum 80. Geburtstag meines Opas.
Lisa (27)

Mein schönstes Erlebnis im Hotel war ein entspanntes Wochenende mit meiner Freundin in einer Suite mit atemberaubenden Stadtblick.
Herwig (33)

Unser schönster Tag im Hotel war an einem heißen Sommertag am wunderschönen Bodensee, mit leckerem Essen, fantastischem Wein und einer traumhaften Aussicht.
Laura (28) und Mark (29)

Mein schönster Tag im Hotel war die Hochzeit meines besten Studienfreundes aus Italien nach langem Wiedersehen!
Carina (27)

Mein schönster Tag im Hotel war, als ich an einem Sonnentag im Winterurlaub in den Alpen ein Glas Champagner genossen habe.
Kristyna (24)

Mein schönster Tag im Hotel war ein romantisches Wochenende mit meiner Freundin in einem Wellnesshotel.
Michael (26)

Für mehr Gastfreundschaft

Mit einem strahlenden Lächeln serviert Thomas in den ersten Sonnenstrahlen des Jahres ein Tablett mit erfrischenden Getränken. Doch diesmal sind es ganz besondere Gäste, die er bewirtet: Heute steht er für den DEHOGA Bayern spontan vor der Kamera. Unter dem Mottto „So möchte ich arbeiten" wirbt er in der Kampagne der vbw für mehr Flexibilität in der Arbeitszeit.

Für mehr Flexibilität in der Arbeitszeit

„Wir brauchen keine Gesetze gegen, sondern für unsere Gäste!“

Rund 40.000 Betriebe in Bayern mit mehr als 400.000 Erwerbstätigen haben jeden Tag damit zu kämpfen, dass die tägliche Höchstarbeitszeit von acht Stunden, in Ausnahmefällen zehn Stunden, nichts mehr mit der Realität zu tun hat. Diese starre Regelung wird oft zu einem unlösbaren Problem, da nicht flexibel auf Gästewünsche, Ausfall von Mitarbeitern oder saisonale Spitzen reagiert werden kann.

Weil es grad so schön ist: Oft dauern Hochzeiten und Geburtstagsfeiern einfach länger als ursprünglich vorgesehen. Und obwohl der Wetterbericht Regen vorhergesagt hat, scheint die Sonne im Biergarten doch schon am Vormittag. Im Winter verhindern Schnee und Eis immer wieder die pünktliche Anreise der Gäste in den Abendstunden. Selbst bei bester Planung müssen Hoteliers und Gastronomen oft kurzfristig reagieren, um Gästewünsche zu befriedigen. Darüber hinaus fordern auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter flexiblere Arbeitszeiten.

Denn im Zeitalter von „Work-Life-Balance“ werden die starren täglichen Arbeitszeitregelungen gerade auch arbeitnehmerseitig infrage gestellt. Die wöchentliche Höchstarbeitszeit, wie sie die EU-Arbeitszeitrichtlinie vorsieht, ist eine gute Lösung für alle Beteiligten. Dabei geht es keineswegs um eine Erhöhung, sondern lediglich um eine flexiblere Verteilung des bestehenden Arbeitsvolumens. Durch die Regelung der Ruhezeiten sind auch die Belange des Gesundheitsschutzes gewahrt. Es ist an der Zeit, dass das Arbeitszeitgesetz endlich an die Lebenswirklichkeit von Unternehmern, Mitarbeitern und unseren Gästen angepasst wird.
> weiter auf Seite 36

www.so-moechte-ich-arbeiten.de

Mit einer branchenübergreifenden Kampagne setzt sich die vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. – für mehr Flexibilität in der Arbeitszeit ein. Ganz vorne mit dabei ist der DEHOGA Bayern mit einem eigenen Kampagnenmotiv.

„Das jetzige Arbeitszeitgesetz entspricht nicht mehr der Lebenswirklichkeit."

Die Zeit, die jeder Einzelne für Arbeit verwendet – also wann er wo, wie und wie lange arbeitet – wird in Deutschland durch eine Vielzahl von Vorschriften geregelt. Aber die heutigen Arbeitszeitregelungen stammen aus den 70er- und 80er Jahren des letzten Jahrhunderts. Diese sind nicht mehr zeitgemäß! Wir müssen das Arbeitszeitvolumen nicht erhöhen, sondern flexibler als heute verteilen, um den Anforderungen von Mitarbeitern und Unternehmen gerecht zu werden. Die wichtigsten Eckpunkte für ein Update des Arbeitszeitgesetzes sind:

Alfred Gaffal ist seit März 2013 Präsident der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V.. Sie vertritt branchenübergreifend die Interessen von mehr als 130 Mitgliedsverbänden mit über 5,3 Millionen Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen.

1. Die Begrenzung der täglichen Arbeitszeit auf maximal zehn Stunden muss aufgegeben werden. Wir fordern, dass der Spielraum der Europäischen Richtlinie voll ausgeschöpft wird, die eine wochenbezogene Betrachtung und eine eine maximale durchschnittliche Wochenarbeitszeit von 48 Stunden vorsieht. Eine wochenweise Betrachtung bringt ein deutliches Plus an Flexibilität für die Unternehmen und die Mitarbeiter.

2. Die pauschale elfstündige tägliche Mindestruhezeit zwischen Arbeitsende und dem Beginn der Arbeit am nächsten Tag muss abgeschafft werden.

www.so-moechte-ich-arbeiten.de
Folgen Sie uns auf:

Wenn die Sonne scheint ...

Plötzlich verziehen sich die Wolken und die Gäste freuen sich auf ein Getränk in der Sonne. Genau so erging es uns bei der Produktion des Motivs: Kaum stand fest, dass wir bei der vbw Kampagne mitmachen, zeigte sich der Himmel von seiner besten Seite. Innerhalb weniger Stunden haben wir einen Betrieb und einen Mitarbeiter gefunden, der bereit war, sich für die Kampagne fotografieren zu lassen. Eine Herausforderung, die unser junger Kollege mit Bravour gemeistert hat!

Beispiele aus der Praxis

Hochzeit – Ein Gesetz gegen die Gäste: Die Hochzeitsgesellschaft trifft um 17 Uhr ein. Die Arbeitszeit der Mitarbeiter begann zur Vorbereitung um 15 Uhr. Das Veranstaltungsende war für 1 Uhr nachts verabredet. Aufgrund der guten Stimmung möchten die Gäste spontan bis 4 Uhr morgens verlängern. Geht nicht! Sagt das Arbeitszeitgesetz. Der Gastronom steht vor der Wahl: Die Hochzeitsfeier pünktlich beenden oder ein saftiges Bußgeld von bis zu 15.000 Euro kassieren.

Nebenbeschäftigung – Ein Gesetz gegen die persönliche Freiheit: Eine in Teilzeit (25 Stunden pro Woche) arbeitende Büroangestellte verdient sich am Wochenende als Tresenkraft etwas hinzu. Am liebsten würde sie jeden Freitag von 18 bis 24 Uhr aushelfen. Geht nicht! Sagt das Arbeitszeitgesetz. Da sie am Freitag bereits in ihrem Büro von 9 bis 14 Uhr gearbeitet hat, darf sie den sechsstündigen Abendservice nicht übernehmen. Die Mitarbeiterin wird daran gehindert, sich etwas hinzuzuverdienen!

Angela Inselkammer ist seit Oktober 2016 Präsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbands DEHOGA Bayern e. V.. Sie vertritt die Interessen von rund 40.000 Betrieben des Gastgewerbes mit mehr als 400.000 Erwerbstätigen in Bayern.

„Mehr Flexibilität ist gut für alle – für Unternehmer, Mitarbeiter und Gäste."

Uns geht es explizit nicht um mehr Arbeit oder weniger Arbeitsschutz. Es geht auch nicht um unbezahlte Mehrarbeit. Zudem garantieren die gesetzlichen europäischen Regelungen der Ruhezeiten die gesundheitlichen Belange unserer Mitarbeiter. Das, was wir benötigen, ist lediglich etwas mehr Flexibilität. Damit wir gemeinschaftlich zu jeder Zeit Gästen den besten Service bieten können. Von der Umstellung von einer täglichen auf eine wöchentliche Höchstarbeitszeit, so wie sie die EU-Richtlinie bereits vorsieht, profitieren alle: Unternehmer, Mitarbeiter und Gäste.

Eine aktuelle Studie belegt den dringenden Handlungsbedarf: Allein seit 2015 haben bereits 54,2 Prozent der Hoteliers und Gastronomen ihre Öffnungszeiten aufgrund des starren Arbeitszeitgesetzes reduziert. Über die Hälfte der Betriebe hat ihr Leistungsangebot (Küchenzeiten, Speiseauswahl, Veranstaltungen, Mittagstisch, Catering etc.) eingeschränkt und 32,5 Prozent haben ihre Ruhetage erhöht. Diese Zahlen untermauern, wie sehr dies dem Tourismusstandort Bayern schadet, denn wo keine gastronomische Verpflegung über den Tag gewährleistet ist, kann auch kein Tourismus stattfinden.

Unbedingt mitmachen und unsere Beiträge auf Facebook sharen und liken!

Machen Sie mit!

Ab sofort können Sie unser DEHOGA Motiv als Plakat in verschiedenen Formaten herunterladen, ausdrucken und in Ihrem Betrieb aufhängen. Zusätzlich verteilen wir 1 Million Bierfilze mit den ersten vier Motiven der Kampagne.

Bierfilze einfach per E-Mail bestellen:
landesgeschaeftsstelle@dehoga-bayern.de
Sie erhalten ein kostenfreies Paket mit Bierfilzen, Tischaustellern und Broschüre zur Kampagne. Auch die Portokosten übernehmen wir.
Nicht vergessen: Bitte geben Sie unbedingt Ihre Versandadresse an!

Plakate einfach herunterladen unter:
www.so-moeche-ich-arbeiten.de/dehoga

„Höchste Zeit für Wochenarbeitszeit“: DEHOGA startet Branchen-Kampagne

Abkehr von starren Regeln zum Wohle der Gäste

„Höchste Zeit für Wochenarbeitszeit“ – unter diesem Motto hat der DEHOGA eine bundesweite Initiative gestartet, die für eine Umstellung von einer täglichen auf eine wöchentliche Höchstarbeitszeit wirbt und darüber aufklären soll, warum die starre tägliche Höchstarbeitszeit im geltenden Arbeitszeitgesetz nicht mehr zeitgemäß ist. DEHOGA-Präsident Guido Zöllick und Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges präsentierten am 22. März vor dem Brandenburger Tor die mit vier Quadratmetern größte „Gastro-Uhr“ Deutschlands und gaben damit den offiziellen Startschuss für die Kampagne.

Wenn eine Hochzeit länger dauert als geplant, sich der Reisebus verspätet oder der Sommerabend zum Verweilen im Biergarten einlädt – sollen die Betriebe ihren Service einstellen? „Wie kaum eine andere Branche sind wir geprägt von erheblichen Nachfrageschwankungen“, so Guido Zöllick, Präsident des DEHOGA Bundesverbands. „Selbst bei bester Personaleinsatzplanung stoßen wir an unsere Grenzen.“

Das Arbeitszeitgesetz widerspreche nicht nur Gäste- und Unternehmerwünschen, sondern auch dem ausdrücklichen Wunsch von Arbeitnehmern. Mitarbeiter, die gerne länger, aber dafür an weniger Arbeitstagen arbeiten wollen, seien betroffen. Ebenso Nebenbeschäftigte, die sich freiwillig etwas hinzuverdienen wollen. Das Arbeitszeitgesetz hindere sie an ihrem persönlichen Engagement. Zöllick: „Unsere Branche der Gastfreundschaft benötigt Lösungen, um auch dann arbeiten zu können, wenn die Arbeit anfällt.“

Vor diesem Hintergrund hält der DEHOGA die starre tägliche Höchstarbeitszeit im geltenden Arbeitszeitgesetz von regelmäßig acht, im Ausnahmefall maximal zehn Stunden für nicht mehr zeitgemäß. Der Verband macht sich deshalb stark für eine Umstellung von einer täglichen auf

Auftritt mit Symbolkraft: DEHOGA-Präsident Guido Zöllick und Hauptgeschäftsführerin Ingrid Hartges präsentierten vor dem Brandenburger Tor die größte „Gastro-Uhr" Deutschlands.

eine wöchentliche Höchstarbeitszeit. So könnten Arbeitszeiten individuell und flexibel auf die Woche verteilt werden, ohne die Gesamtarbeitszeit zu verlängern. „Es geht nicht um mehr Arbeit", so Zöllick, „sondern um eine bessere Verteilung der Arbeitszeit. Gesundheitsschutz, Jugendarbeitsschutz und Mindestruhezeiten bleiben gewahrt." Der DEHOGA beruft sich bei seinem Lösungsvorschlag auf die EU: Die Europäische Arbeitszeitrichtlinie sieht die Möglichkeit vor, Arbeitszeiten flexibler auf die Woche aufteilen zu können. Die Wochenarbeitszeit nach EU-Recht schafft Flexibilität. Dass der Vorschlag des Verbands die Wirklichkeit abbildet, bestätigen die Ergebnisse einer großangelegten Branchenumfrage, an der sich bundesweit mehr als 6000 Betriebe beteiligt haben (Ergebnisse siehe Infobox „Branchenumfrage des DEHOGA").

Alle Informationen zur Kampagne sowie Hintergründe, Flyer, Testimonials und Argumente finden Sie auf der Kampagnenseite www.wochen-arbeitszeit.de. Im Zentrum stehen authentische Gesichter und Geschichten. Arbeitgeber und Mitarbeiter schildern konkret, praxisnah und zum Teil auch Hand in Hand, wie sie das Arbeitszeitgesetz einschränkt. „Es ist keine Kampagne über die Branche, es ist eine Kampagne aus der Branche heraus", so Zöllick.

Branchenumfrage des DEHOGA

Aktuelles Arbeitszeitgesetz gefährdet gastronomische und touristische Grundversorgung

MEHR RUHETAGE

32,5 % der gastronomischen Betriebe in Bayern haben in den vergangenen zwei Jahren die Zahl der Ruhetage erhöht

KÜRZERE ÖFFNUNGSZEITEN

54,2 % der gastronomischen Betriebe in Bayern haben in den vergangenen zwei Jahren ihre Öffnungszeiten am Tag eingeschränkt

EINGESCHRÄNKTES ANGEBOT

50,4 % der gastronomischen Betriebe in Bayern haben in den vergangenen zwei Jahren ihr Leistungsangebot - dabei in erster Linie die Küchenzeiten - reduziert

MITMACHEN LOHNT SICH!

Die Chancen, mit den gemeinsamen Kampagnen des vbw und des DEHOGA zur Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes etwas bewegen zu können, sind aufgrund der anstehenden Bundestagswahl besser denn je. Es wird sich aber nur dann etwas ändern, wenn sich möglichst viele Betriebe beteiligen! Bestellen Sie deshalb noch heute Ihr kostenfreies Kampagnenpaket. Es enthält, so lange der Vorrat reicht, Bierfilze, Infobroschüren, Tischaufsteller, Plakate und weiterführende Informationen. Senden Sie einfach eine E-Mail mit dem Kennwort „Kampagnenpaket" und Ihrem Namen samt Anschrift an landesgeschaeftsstelle@dehoga-bayern.de. Laden Sie sich außerdem unter www.wochen-arbeitszeit.de/home/materialien/ und www.so-moechte-ich-arbeiten.de/ Downloads ein Postermotiv Ihrer Wahl herunter und hängen es in Ihrem Betrieb aus. Und nicht zuletzt: Teilen und liken Sie entsprechende Posts und Tweets des DEHOGA Bayern (www.facebook.com/dehoga.bayern) und der vbw (www.facebook.com/vbwbayern).

Weitere Informationen:
www.wochen-arbeitszeit.de
www.so-moechte-ich-arbeiten.de

BTG – Bayern Tourist GmbH

„STARK DURCH **DIENSTLEISTUNG**“

Isabella Hren, Geschäftsführerin der Bayern Tourist GmbH (BTG), berichtet im Gespräch mit „Gastgeber Bayern“ über die Herausforderungen der Branche und Dienstleistung mit Leidenschaft als Wettbewerbsvorteil.

ZERTIFIZIERUNGEN & KLASSIFIZIERUNG
QUALITÄT MACHT DEN UNTERSCHIED

- Hotelsterne-Klassifizierung
- Ausgezeichnete Bayerische Küche
- Motorradfreundliche Betriebe
- iMarke-Zertifizierung für Tourist Informationen
- TOP Ausbildungsbetrieb
- GMP-Zertifizierung
- ServiceQualität Deutschland

QUALIFIKATION
AUS- UND WEITERBILDUNGSPROGRAMM

- In 75 offenen Seminaren
- In den Bereichen Betriebswirtschaft, Verkauf, Marketing, Service und Dienstleistungen, HSK, Mitarbeiterführung sowie Qualitätsmanagement
- Schulungen in den Betrieben
- Bayerischer Wirte- und Unternehmerbrief
- Ausbildung zum Qualitäts-Coach und Trainer
- Mystery Checks

KOOPERATIONEN
STARKE PARTNER AN DER HAND

- Qualitätsgeprüfte Partnerfirmen
- Gewinnbringende Kooperationen

FRAU HREN, MIT WELCHEN HERAUSFORDERUNGEN SEHEN SICH DIE BETRIEBE IN HOTELLERIE UND GASTRONOMIE KONFRONTIERT?

Einerseits mit Gästen, die sowohl gut informiert und oft viel gereist sind sowie multioptional aus einer Vielfalt aus Betrieben wählen können. Dadurch wird es herausfordernder, Gäste zu begeistern und langfristig als Stammgäste zu gewinnen. Andererseits haben die Betriebe zunehmend mehr Schwierigkeiten, gute Mitarbeiter für ihre Unternehmen zu finden und zu halten.

WAS HAT SICH IN DEN VERGANGENEN JAHREN VERÄNDERT?

Auch die Hotellerie und Gastronomie ist technischer, digitaler und somit für viele Klein- und Mittelbetriebe unübersichtlicher geworden. Viele Unternehmer, die mit viel Leidenschaft und hohem Zeitaufwand ihre Betriebe führen, können und möchten sich nicht mit allen aufkommenden Neuerungen auseinandersetzen.

WIE SOLLEN DIE BETRIEBE AUS IHRER SICHT DIESEN HERAUSFORDERUNGEN BEGEGNEN?

Konzentration auf Weniges und Prioritäten setzen. Ich halte es für wichtig, die Zielgruppen und deren Bedürfnisse genau zu kennen und die Dienstleistungen zu definieren, die

den Betrieb von Mitbewerbern unterscheidet. Wer diese Faktoren im eigenen Betrieb kennt, sollte die Abläufe effizient gestalten, die Qualität strukturiert sichern, um Raum für Erlebnisse zu schaffen. Die Unternehmer brauchen regelmäßig kurze Auszeiten vom Betrieb, um den Blickwinkel zu erweitern, die Leidenschaft am Beruf zu bewahren sowie Inspirationen zu finden.

WELCHEN TIPP GEBEN SIE IHREN MITGLIEDSBETRIEBEN?

Serviceorientierung ist eine Denkhaltung, die immer von der Führung, den Unternehmern vorgegeben wird. Ich halte es für wichtig, dass Ziele klar formuliert und kommuniziert werden. Und wir arbeiten in der schönsten Branche der Welt – Emotionen siegen immer, denn Menschen vergessen nie, was man sie hat fühlen lassen. Diese Empathie der Mitarbeiter am Gast setzt aber auch Freiräume voraus, die wiederum von den Unternehmern geschaffen werden müssen.

WAS KANN DIE BTG DAZU BEITRAGEN?

Die BTG hilft unter anderem, durch strukturierte Abläufe Effizienzen und somit Freiräume für Dienstleistungen zu schaffen. Mit dem Aus- und Weiterbildungsprogramm in unterschiedlichsten Bereichen unterstützen wir die Unternehmer, ihren Mitarbeitern Entwicklungsmöglichkeiten in geprüfter Qualität zum fairen Preis zu bieten. Durch die Kooperationen mit Zuliefererfirmen der Branche verhandelt die BTG nicht nur monetäre Vorteile für die Mitgliedsbetriebe des DEHOGA Bayern, sondern erhält auch wertvolle Informationen über die Entwicklung der Branche, die wiederum den Betrieben zur Verfügung stehen und uns zu einem wertvollen Gesprächspartner und Berater machen. Obwohl im vergangenen Jahr kritisch über das Thema Klassifizierungen und Zertifizierungen diskutiert wurde, stehen wir zu den Qualitätssiegeln, die geprüfte Qualität aus- sowie nachweisen und ein weiteres Werkzeug für die Betriebe sind, sich von Mitbewerbern abzuheben. Entgegen der Meinung mancher Branchenkollegen sehe ich das in Zeiten medialer Transparenz als wichtiger denn je.

8. BAYERISCHER QUALITÄTSTAG
FIT FÜR DIE ZUKUNFT AM 3. JULI 2017
IM PRINZ-LUDWIG-PALAIS MÜNCHEN

ServiceQualität Deutschland-zertifizierte Dienstleistungsbetriebe treffen sich zum Netzwerken, Erfahrungsaustausch und um in Kurzvorträgen Neuerungen der Branche kennen zu lernen. Kooperationspartner aus den Bereichen Technologie, Vertrieb, Marketing sowie Dienstleistungen diskutieren über die Entwicklungen der Branche, die damit verbundenen Herausforderungen und wie Betriebe auch in Zukunft wettbewerbsfähig bleiben. Qualität durch Dienstleistung spricht für sich und bringt den entscheidenden Vorteil sowohl bei den Gästen als auch bei der Mitarbeiterwahl.

Ilse Aigner, Bayerische Staatsministerin für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, wird persönlich und gemeinsam mit Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern, den neu zertifizierten Betrieben die Ehrenurkunden überreichen.

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

RAUM FÜR IHREN ERFOLG

SEMINARPROGRAMM 2017

Bayern Tourist GmbH | Termine

JUNI

Fortbildung zum Brandschutzbeauftragten	München	01.06.2017
Mitarbeiterführung im Gastgewerbe – Personalwesen Teil I	München	19./20.06.2017
ServiceQualität Deutschland Stufe II: Ausbildung zum Q-Trainer	München	29./30.06.2017

JULI

Unternehmensplanspiel NSOLO-Hotel	München	04./05.07.2017
Führungs-Akademie: Führungskompetenz I – Erfolg in der Führung und im Umgang mit Mitarbeitern	München	06./07.07.2017
Marketing-Workshop	München	10./11./12.07.2017
Revenue-Management & dynamic pricing für Anwender und Professionals	München	13.07.2017
Check In: Begeistern Sie Ihre Gäste von Anfang an!	München	17.07.2017
Fortbildung zum Brandschutzbeauftragen	Nürnberg	18.07.2017
Erfolg im Verkaufsgespräch - Spaß am Verkauf	München	20.07.2017
Modernes Zeit- & Projektmanagement mit Smartphones & Tablets	München	21.07.2017
Grundlagen der Lebensmittelhygiene	München	25.07.2017
Gastorientierte Kommunikation – sicher im Small Talk	München	26.07.2017
Der Businessplan in der Hotellerie und Gastronomie	München	27.07.2017

SEPTEMBER

Führungs-Akademie: Führungskompetenz II – Ergebnisse durch moderne Führungstechniken/-praktiken langfristig steigern	München	06./07.09.2017
ServiceQualität Deutschland Stufe I: Ausbildung zum Q-Coach	Nürnberg	21./22.09.2017

OKTOBER

Mitarbeiterführung im Gastgewerbe – Personalwesen Teil II	München	09./10./11.10.2017
Online- & Social Media Marketing	Nürnberg	12.10.2017
Facebook Marketing	Nürnberg	13.10.2017
Die richtigen Worte treffen: in Texten, Briefen und Mails	München	16.10.2017
Mitarbeitermotivation im Housekeeping	München	17.10.2017
ServiceQualität Deutschland Stufe I: Ausbildung zum Q-Coach	München	19./20.10.2017
Ambiente schaffen – Erfolg sichern!	München	23.10.2017

Weitere Informationen unter

www.btg-service.de/seminare

konferenz@btg-service.de

089 / 280 98 99

BTG Bayern Tourist GmbH

Motivation im Führungsalltag

BEGEISTERUNG IST DAS A UND O

Wie Führungskräfte ihre Mitarbeiter richtig motivieren und gleichzeitig Demotivation in ihrem Unternehmen vorbeugen können, erläutert der renommierte Experte Bernhard Patter von Diavendo im Rahmen der Führungs-Akademie der Bayern Tourist GmbH (BTG). In „Gastgeber Bayern" gewährt der Personal-Coach vorab exklusive Einblicke in die Seminarinhalte.

Regelmäßig werde ich mit der Frage konfrontiert: „Wie motiviert man Mitarbeiter?". Oder eine andere Führungskraft fragt auch, welche Hilfen es zur Motivationssteigerung gibt, denn ihre Mitarbeiter seien lethargisch und demotiviert. Dazu lässt sich festhalten, dass es kein wirkliches Patentrezept gibt, weil sich jeder Einzelne durch andere Dinge anregen oder reizen lässt. Jeder besitzt nämlich andere Werte und auch andere Erwartungen und Anforderungen.

Motivieren bedeutet für eine Führungskraft also sehr individuell vorzugehen. Generell gilt, dass Motivation nur dann entstehen kann, wenn im Unternehmen und in der Abteilung ein gewisser Geist der Begeisterung herrscht. Vor neuen oder weiteren Motivationsmaßnahmen sollte zudem zunächst über den Abbau von Demotivationsschritten nachgedacht werden. Denn wenn Sie genau darüber nachdenken, fängt Ihr Mitarbeiter eigentlich motiviert bei Ihnen zu arbeiten an. Aus welchem Grund benötigen Sie dann zusätzliche Motivation nach gewisser Zeit? Weil wir leider in unserer Branche noch zu oft unbewusst Mitarbeiter demotivieren. In meinen mehrjährigen Analysen haben sich die folgenden Punkte ergeben:

Das demotiviert Mitarbeiter

- Vorgesetzter greift permanent in das Aufgabengebiet des Mitarbeiters ein
- Zusagen im Vorstellungsgespräch werden nicht eingehalten
- Zusagen zur Seminarteilnahme werden kurzfristig zurückgenommen
- Urlaube können nur kurzfristig genommen werden
- Keine Übertragung von Verantwortung
- Keine Förderung und keine Coachings
- Zu wenig bis keine Informationen
- Keine oder unrealistische Zielsetzungen
- Keine Kompetenzen und kein Gestaltungsraum

Das motiviert Mitarbeiter

- Lob und Anerkennung vom Vorgesetzten
- Ein gutes Betriebsklima
- Ein offenes Verhältnis zwischen Vorgesetzten und Mitarbeiter
- Die Freiheit, selbständig und gestalterisch tätig zu sein, um seine Ziele zu erreichen
- Übertragen von Verantwortung und passende Delegation
- Informationsaustausch durch regelmäßige Meetings und Jour Fixe
- Feedback durch qualifizierte Mitarbeitergespräche
- Eine klare Aufgabenbeschreibung und Richtlinien für korrekte Handlungsweisen
- Geregelte und dennoch flexible Arbeitszeiten

Natürlich ist dies nur ein Auszug von Demotivations- und Motivationsfaktoren. Dabei ist auch zu unterscheiden, ob diese Maßnahmen die intrinsische oder die extrinsische Motivation betreffen. Eine gute Führungskraft achtet immer darauf, dass die Eigenmotivation des Mitarbeiters stärker angesprochen wird. Schafft das die Führungskraft, so kann eine intensive und nachhaltig andauernde Beziehung des Mitarbeiters zum Unternehmen und Vorgesetzten entstehen. Eine höhere Leistungsbereitschaft und bessere Ergebnisse sind die Folge.

Bernhard Patter, Diavendo GmbH

www.btg-service.de/seminare

Führungs-Akademie: Führungskompetenz I – Erfolg in der Führung und im Umgang mit Mitarbeitern, 6. und 7. Juli 2017 in München

Kostenfaktoren in der Gastronomie

An den richtigen Stellen sparen, mit den richtigen Partnern kooperieren

Der Start ins Geschäftsleben ist für junge Gastronomen in der Regel mit einer Vielzahl an Hürden verbunden. Neben einem schlüssigen Konzept und einer geeigneten Location benötigen Gründer auch ausreichend Startkapital. Welche Finanzierungs- und Einsparmöglichkeiten es dabei gibt, verrät der erfolgreiche Bar-, Restaurant- und Hostelbetreiber Konstantin Graf von Keyserlingk exklusiv in „Gastgeber Bayern".

Oft übernimmt der Unternehmensgründer eine bereits existierende Gastronomie mit einem Inventarkaufvertrag in Verbindung mit einem neuen Mietvertrag. Standardmäßig einigt er sich mit dem Altpächter auf eine Ablöse sowie mit dem Eigentümer auf einen neuen Mietvertrag. Für eine Bar in der Münchner Innenstadt mit 60 Sitzplätzen und 100 Quadratmetern Fläche liegt die Ablöse bei rund 150.000 Euro. Als Kaution sind in der Regel mindestens drei Monatsmieten üblich – Geld, das auf dem Konto geblockt ist. Zudem wird meist eine persönliche Haftung des Gesellschafters gefordert, denn der Eigentümer möchte sich absichern. Diese durchaus extrem anmutenden Konditionen sind in Großstädten Gang und Gäbe. Für einen Betrieb auf dem Land oder in unattraktiveren Lagen gelten ganz andere Rahmenbedingungen.

Als nächstes muss sich der Unternehmer überlegen, wie er seinen Umbau finanziert. Denn es kommen Kosten für Material, Fachfirmen, Architekten, neue technische Geräte oder die Instandsetzung auf ihn zu. Außerdem benötigt er weiteres Kapital für einen Grundbestand an Waren. Dies alles sind also Gründungs- und Entstehungskosten, die der Gastronom leisten muss, bevor er mit seinem Unternehmen auch nur einen Cent Umsatz erzielt hat. Zusätzlich entstehen noch weitere Kosten in Form von Gebühren für Gaststättengenehmigung oder Erteilung der Freischankfläche.

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.

Was ebenfalls nicht vergessen werden darf: Der Unternehmer sollte am Anfang auch einen finanziellen Puffer einplanen, denn sein Gastronomiebetrieb wird sicher nicht ab Tag eins ausgelastet sein, zudem müssen Presse- und Marketingaktivitäten zu Beginn bezahlt werden. Dies alles summiert sich auf rund 285.000 Euro, die der Gastronom am Anfang benötigt – ein Betrag, der ein großes Problem für jemanden darstellt, der sich zum ersten Mal selbstständig macht. Denn seine persönliche Kreditwürdigkeit berechnet sich üblicherweise anhand seiner letzten drei Bruttomonatsgehälter. Auch verfügen die meisten jungen Menschen nur über ein geringes persönliches Vermögen und haben als Gründer meist kein oder nur wenig Eigenkapital.

Dies führt uns unweigerlich zu der Kernfrage: Wie kann ich die Gründungskosten möglichst gering halten?

Bereits bei der Wahl der Location kann man sparen. Es ist beispielsweise aufwendig, aus einem Tagescafé einen Nachtclub zu machen. Hier muss in der Regel das gesamte Inventar ersetzt und umfangreiche Bauarbeiten ausgeführt werden. Anders sieht es bei einem Pizzalieferdienst aus, der ohne größeren Aufwand in eine kleine Pizzeria umgestaltet werden kann – denn das Teuerste, in diesem Fall die Pizzaöfen, ist bereits vorhanden. Bevor man eine Location übernimmt, sollte man sie auch unbedingt mit Fachleuten zusammen ansehen. Sie können offensichtliche Mängel entlarven. Sind etwa Kühl- und Lichttechnik in einem einwandfreien Zustand, muss ich deutlich weniger investieren.

Schließen Sie außerdem eine Kautionsversicherung ab. Diese bürgt dem Eigentümer gegenüber, man selbst der Versicherung gegenüber. Mit einer derartigen Versicherung kann man die gesamte Kaution einsparen und hat das Geld frei verfügbar. Verhandeln Sie auch mit Warenlieferanten und Handwerkern. Wenn ich nett auftrete und ein gutes Verhältnis zu meinen Lieferanten und Handwerkern pflege, kann ich beispielsweise ein Zahlungsziel von 90 Tagen vereinbaren. So habe ich bereits Umsätze zu verzeichnen, bevor ich Waren oder Dienstleistungen bezahlen muss. Auch mit dem Vorpächter kann man bei der Ablöse verhandeln: So könnten 50 Prozent der Ablösesumme bei der Schlüsselübergabe fällig werden, die restliche Hälfte wird in monatlichen Raten abbezahlt. Wer all diese Punkte berücksichtigt, kann das Anfangsinvest in vielen Fällen auf „nur noch" 150.000 Euro senken.

Für die meisten Existenzgründer ist das natürlich immer noch zu viel. Welche weiteren Finanzierungsquellen habe ich also? Bekannte Industriemarken im Bereich Spirituosen, Bier, Wasser, Limo oder Kaffee verfügen über große Werbebudgets. Diese kann man sich zu Nutze machen in Form von Werbekostenzuschüssen. Ich vereinbare also mit der Marke X, dass sie konkurrenzlos in meiner Gastronomie angeboten wird und nehme das Logo in meine Karte auf. So erhalte ich zum Beispiel einen Kühlschrank mit Werbeaufdruck und spare bares Geld. Zudem vereinbart man mit der Industriemarke eine Rückvergütungsvereinbarung, um die Liquidität zu erhöhen. Durch ein Tilgungsdarlehen mit der gleichen Marke kann ich beispielsweise weitere 20.000 Euro an Liquidität einsammeln. Dieses Spiel lässt sich mit mehreren Partnern wiederholen, wodurch das Anfangsinvest nun deutlich unter 100.000 Euro liegt.

Wie bekomme ich aber nun diese restlichen Gelder? In der Regel gelten die zwei „Fs": Freunde und Familie. Es gibt aber noch eine weitere Möglichkeit: Man kann sich bei der Gründung mit jemand anderem zusammentun. Entweder sucht man sich einen Partner auf Augenhöhe oder einen Investor. Hierbei empfiehlt es sich, den Kontakt zu einem bereits etablierten Gastronomen zu suchen.

Haben Sie keine Angst, diesem erfahrenen Gastronomen Ihr Konzept zu verraten – Unternehmer, die gut im Geschäft sind, haben genug zu tun. Sie brauchen vielmehr einen Partner im operativen Bereich. Das ist das perfekte Match: Der junge Unternehmer hat ein gutes Konzept, viel Engagement und Zeit, aber kein Geld. Ein etablierter Unternehmer hat das Know-how, kann also wertvolles Feedback geben, hat aber keine Zeit für die operative Umsetzung.

Mit Unterstützung einer anderen Person dürften die restlichen 50.000 bis 75.000 Euro also kein großes Problem mehr darstellen. Dies zeigt: Durch gezielte Sparmaßnahmen und alternative Finanzierungsmöglichkeiten hat ein angehender Gastronom durchaus die Chance, ohne nennenswertes Privatvermögen sein Unternehmen zu starten.

Spendenaktion zugunsten der Benefizaktion „Sternstunden"

JETZT MITMACHEN & EXKLUSIVE GIN-DESTILLATIONS- & DEGUSTATIONSTOUR GEWINNEN!

Das Gastgewerbe ist die schönste Branche der Welt, in ihr dreht sich alles um Genuss, Entspannung und Wohlempfinden. Gleichzeitig gibt es Menschen, denen es nicht so gut geht. Aus diesem Grund unterstützt der DEHOGA Bayern seit über zwölf Jahren – und somit von Beginn der Sternstundengala in Nürnberg an – die Wohltätigkeitsaktion Sternstunden des Bayerischen Rundfunks (BR).

Dieses Engagement setzt „Gastgeber Bayern" nun mit einer besonderen Aktion fort: Unter allen Lesern, die bis zum 14. Juli 2017 eine Spende auf das unten genannte Konto überweisen, verlosen wir 15 Karten für eine exklusive Führung am Mittwoch, 2. August 2017, durch die angesagte Münchner Destillerie „Munich Destillers", bei der Sie einem Destillationsprozess beiwohnen, mit anschließender Degustation mit dem Gründer und „Gastgeber Bayern"-Autor Konstantin Graf von Keyserlingk. Darüber hinaus erhalten alle Gewinner jeweils eine handsignierte Flasche des gefragten, komplett unfiltrierten „ELF58" Gin.

Ihre Spende überweisen Sie bitte mit dem Verwendungszweck: „Sternstunden Gastgeber Bayern" sowie Ihren Kontaktdaten auf folgendes Konto:

Raiffeisenbank München Süd eG
IBAN-Nr.: DE26 7016 9466 0000 4619 70
BIC: GENODEF1M03

Alle eingegangenen Spenden werden dann im Dezember im Rahmen der Sternstunden-Gala des Bayerischen Rundfunks öffentlichkeitswirksam überreicht.

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

MUNICH DISTILLERS

Sternstunden

Top-Level-Domain „.bayern“

Voll im **Trend**

Bayern ist Tourismusland Nummer 1 in Deutschland – das sollte man auch im Marketing nutzen: Seit 2015 haben bayerische Betriebe die Möglichkeit, eine „.bayern“-Domain zu registrieren, um so ihre Webseite und E-Mail-Adressen regional zu „färben“. Damit liegt Bayern voll im Trend und das bringt gerade für Betriebe im bayerischen Gastgewerbe Vorteile.

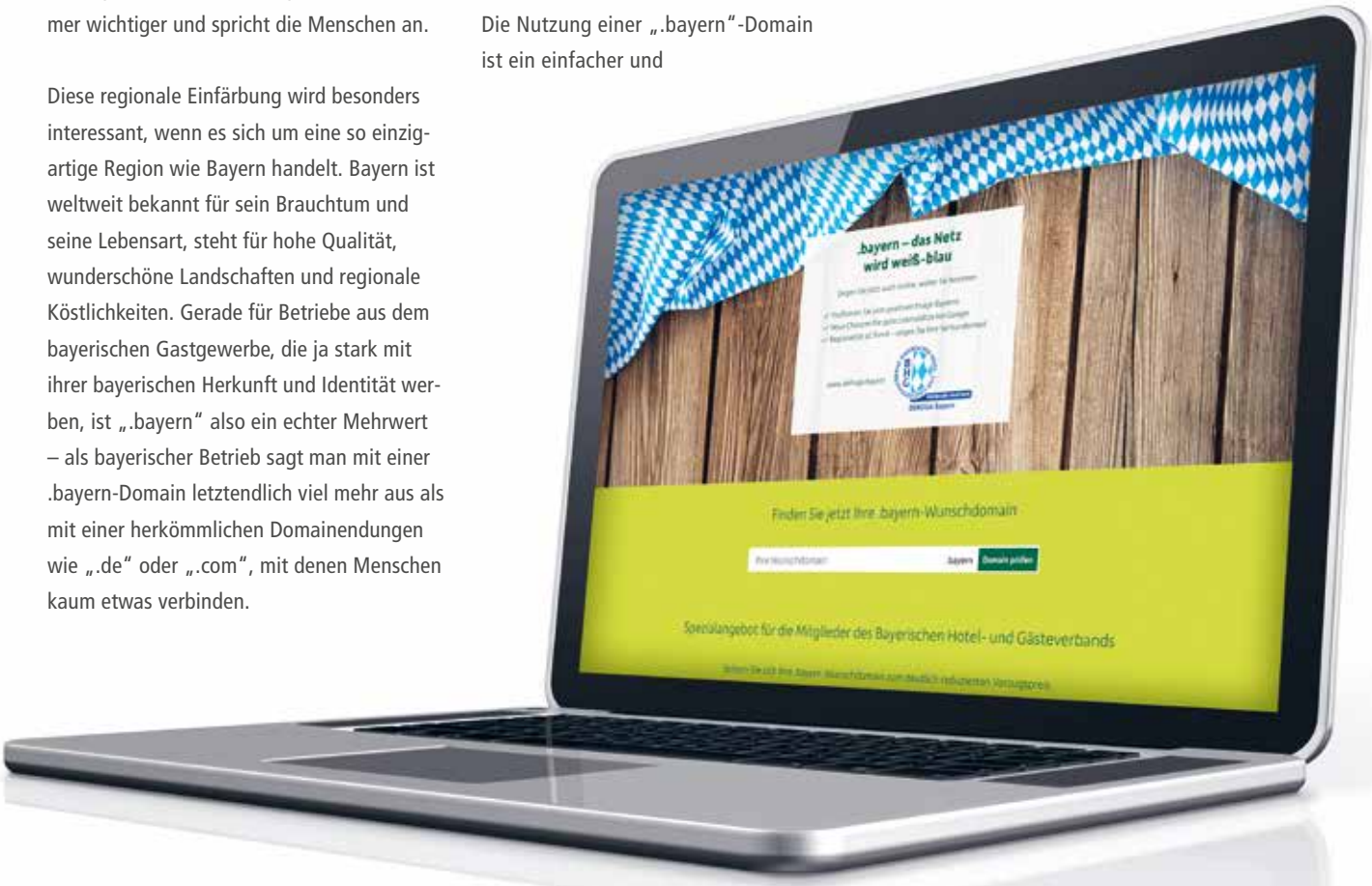
Die sogenannte Top-Level-Domain „.bayern“ erfreut sich großer Beliebtheit und hat sich innerhalb von zwei Jahren zur erfolgreichsten Regionen-Domainendung weltweit entwickelt. Bayerische Betriebe können sich jetzt ihre .bayern-Wunschdomain registrieren und nach dem Muster www.ihr-betrieb.bayern ihre Webseite einstellen oder eine E-Mail-Adresse wie mail@ihr-betrieb.bayern nutzen. „.bayern“ setzt damit in der heutigen Zeit ein wichtiges Zeichen, denn Regionalität wird immer wichtiger und spricht die Menschen an.

Diese regionale Einfärbung wird besonders interessant, wenn es sich um eine so einzigartige Region wie Bayern handelt. Bayern ist weltweit bekannt für sein Brauchtum und seine Lebensart, steht für hohe Qualität, wunderschöne Landschaften und regionale Köstlichkeiten. Gerade für Betriebe aus dem bayerischen Gastgewerbe, die ja stark mit ihrer bayerischen Herkunft und Identität werben, ist „.bayern“ also ein echter Mehrwert – als bayerischer Betrieb sagt man mit einer .bayern-Domain letztendlich viel mehr aus als mit einer herkömmlichen Domainendungen wie „.de“ oder „.com“, mit denen Menschen kaum etwas verbinden.

Einen ganz praktischen Nutzen hat „.bayern“ auch: Die meisten Menschen nutzen das Internet, um Informationen über Hotels, Gasthöfe oder Restaurants zu finden. Heutzutage braucht jeder Betrieb einen Onlineauftritt und eine Emailadresse. „.bayern“ ist Herausstellungsmerkmal und verschafft Ihrem Betrieb eine bessere Auffindbarkeit und regionale Einordnung im Internet. Außerdem schützt der Betrieb durch eine Registrierung seinen Namen und beugt Namensmissbrauch durch Dritten vor.

Die Nutzung einer „.bayern“-Domain ist ein einfacher und kostengünstiger Handgriff seinen Betrieb online cleverer zu positionieren. In Zusammenarbeit mit dem DEHOGA Bayern hat der Betreiber der „.bayern“-Domainendung ein spezielles Angebot für Mitgliedsunternehmen erstellt.

Beim führenden bayerischen Internet-Provider DomainFactory können sich Mitglieder des DEHOGA Bayern jetzt unter www.domains-dehoga.bayern eine .bayern-Domain zum Spezialpreis sichern.



Aktion „Musikantenfreundliches Wirtshaus"

Tradition findet (An)Klang

WIRTSHÄUSER SIND VON JEHER EIN SOZIALER UND GESELLIGER ORT – DORT TRIFFT MAN SICH, DISKUTIERT ODER MUSIZIERT ZUSAMMEN. MIT DER ZEIT GING DIESE GESELLSCHAFTLICHE AUFGABE ABER MEHR UND MEHR VERLOREN. AUS DEM BEWUSSTSEIN HERAUS, DEM WIRTSHAUSSTERBEN ETWAS ENTGEGENZUSETZEN, ENTSTAND DESHALB VOR MEHR ALS 20 JAHREN DAS PROJEKT „MUSIKANTENFREUNDLICHES WIRTSHAUS". DABEI GRIFFEN DIE INITIATOREN DIE TRADITIONELLE FUNKTION DES WIRTSHAUSES ALS ORT GESELLIGEN BEISAMMENSEINS AUF, WO SEIT JEHER PLATZ FÜR MUSIK UND GESANG IST.

Die Projektidee wurde ganz bewusst sehr einfach gefasst und ist sogleich auf fruchtbaren Boden gefallen: Der Wirt heißt Sänger und Musikanten im Gasthaus willkommen und entlohnt sie mit Brotzeit und Getränken für ihr Wirken. Die Sänger und Musikanten ihrerseits singen und spielen in der Gaststube für eben diesen Lohn zur Unterhaltung der Gäste und zur eigenen Freude auf. Bei dieser Aktion handelt es sich um keine Veranstaltung mit fest engagierten Gruppen und auch nicht um Vorführungen von Volksmusik, sondern um lebendiges Singen und Musizieren, von dem beide Seiten etwas haben: die Wirte eine gute Atmosphäre und damit einen guten Ruf, die Musikanten eine Möglichkeit, ihre „Proben" aus dem Wohnzimmer in einen halböffentlichen Raum zu verlegen, in dem nicht das perfekte Singen und Musizieren erwartet wird, sondern lebendige musikalische Unterhaltung. Wirte freuen sich über neue Gäste, Musikanten über neue Spielmöglichkeiten und Gäste über die Rückkehr von Traditionen.

Seit der Auftaktveranstaltung im November 1996 ist der Kreis der musikantenfreundlichen Wirtshäuser ständig gestiegen, inzwischen machen mehr als 500 Gaststätten in Niederbayern und der Oberpfalz mit. Geplant ist eine bayernweite musikalische Grundversorgung dieser Art. Das Metallschild „Musikantenfreundliches Wirtshaus" signalisiert dem Besucher und Musikanten, dass spontanes Singen und Musizieren in diesem Lokal erwünscht und möglich ist.

Unverzichtbarer Partner von Anfang an ist der DEHOGA Bayern, der die Aktion zusammen mit

Einrichtungen der Kultur- und Heimatpflege in Bayern, namentlich dem Kulturreferat des Bezirks Niederbayern, der Kulturverwaltung des Bezirks Oberpfalz sowie dem Bayerischer Landesverein für Heimatpflege, gestartet hat. Inzwischen machen auch die anderen bayerischen Bezirke mit. Der Unternehmer- und Berufsorganisation der Hotellerie und Gastronomie in Bayern ist die gesellschaftliche und kulturelle Bedeutung der Aktion bewusst. Sie engagiert sich deshalb mit zwei Bezirksgeschäftsführern im Arbeitskreis: Rechtsanwältin Rita Mautz, Bezirksgeschäftsführerin Niederbayern in Landshut, sowie Rechtsanwalt Ulrich J. Korb, Bezirksgeschäftsführer Oberpfalz in Regensburg.

UND WELCHE WIRTSHÄUSER KÖNNEN MITMACHEN?

Unterschiedlichste Gasträume sind geeignet: die kleine Kneipe ebenso wie das griechische Lokal um die Ecke oder das alteingesessene bayerische Wirtshaus. Zum Singen und Musizieren bedarf es einer vertrauten Umgebung und eines miteinander vertrauten Personenkreises. Daher wendet sich die Aktion vorrangig an Gastbetriebe, die von der ortsansässigen Bevölkerung als Treffpunkt angesehen werden. Die Gestaltungsmöglichkeiten sind vielfältig: In einigen Häusern findet offenes Singen statt, andere laden regelmäßig zum Musikantenstammtisch ein, und idealerweise finden sich auch Musikanten im Wirtshaus ein, die spontan aufspielen oder singen. Dazu einladen kann auch ein Instrument, das zum freien Gebrauch in der Wirtsstube bereitsteht.

Nach Anmeldung erhalten die Wirtshäuser im Rahmen einer Auszeichnungsveranstaltung neben einer Urkunde auch das repräsentative Metallschild mit dem Logo der Aktion, das schon von weitem erkennen lässt, dass Musikanten dort gerne gesehen sind. Ebenso wird das Wirtshaus dauerhaft auf der Website der Aktion „Musikantenfreundliches Wirtshaus" beworben. Die Brauerei Aldersbach unterstützt das Projekt zudem mit attraktiven Werbeartikeln, die den teilnehmenden Wirten zur Verfügung gestellt werden.

Weitere Informationen und Anmeldung unter www.musikantenfreundlicheswirtshaus.de

AUSGEZEICHNETE BAYERISCHE KÜCHE

Brezenknödl
statt Bayernklischee

Bayern, wie es wirklich is(s)t:
www.bayerischekueche.de

Regional. Saisonal. Original.

Ihr Wirtshaus ist auch ausgezeichnet?

Gleich zur Zertifizierung anmelden und das Qualitätssiegel „Ausgezeichnete Bayerische Küche“ erhalten.
Alle Infos auf www.bayerischekueche.de

BHG Verband Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband
DEHOGA Bayern

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

URSPRÜNGLICH, HERZLICH, VIELSEITIG

Dachmarke "Bayern – traditionell anders" stellt besondere Seiten des Freistaats vor

Foto: www.bayern.by - Peter von Felbert

BAYERN – DAS SIND ATEMBERAUBENDE LANDSCHAFTEN UND PULSIERENDE GROSSSTÄDTE. DOCH DER FREISTAAT LEBT NICHT NUR VON SEINEN BERGEN UND SEEN. AUCH DIE TRADITIONEN PRÄGEN DAS BILD BAYERNS, DENN DIESE WERDEN VON DEN BEWOHNERN GELEBT UND GERNE MIT DEN BESUCHERN GETEILT. DABEI ERLEBEN BRÄUCHE, HANDWERK UND LEBENSWEISEN IMMER WIEDER NEUE EINFLÜSSE, DA SIE IN JEDER GENERATION EIN WENIG ANDERS INTERPRETIERT WERDEN, OHNE DASS DER URSPRUNG VERLOREN GEHT. DIE BAYERN TOURISMUS MARKETING GMBH STELLT UNTER DER DACHMARKE „BAYERN – TRADITIONELL ANDERS" GENAU DIESE ANDEREN SEITEN VON BAYERN VOR.

Heimatgestalter, bayerische Freigeister oder Traditionsverfeinerer und Menschen, die bayerische Szenetreffs und Kulturlandschaften am Leben erhalten: Sie alle sind mit dem Freistaat tief verwurzelt, gehen aber dennoch mit der Zeit. Das macht Bayern so traditionell anders.

Die Wirtshauskultur ist unter den bayerischen Traditionen nicht wegzudenken. Dabei schlägt der ein oder andere Gasthof neue Wege ein. Zu ihnen gehört der Altenauer Dorfwirt in Oberbayern (siehe Seite 58, „Was wurde eigentlich aus ...?"). Nach zehn Jahren Leerstand legten die Altenauer schließlich selbst Hand an. Sie gründeten eine Genossenschaft und investierten das notwendige Kapital, bis der Dorfwirt in vielen tausend ehrenamtlichen Arbeitsstunden schließlich saniert war. Heute ist er als „musikantenfreundliches Wirtshaus" weit über Altenau bekannt, denn Sänger und Musikanten sind vor allem beim Musikantenstammtisch gern gesehene Gäste.

Gastgeberin ist auch Silvia Beyer und das auf besondere Art und Weise: Sie ist die erste Hüttenwirtin, die in der Hündeleskopfhütte oberhalb von Pfronten im Allgäu ausschließlich vegetarische Speisen anbietet: Glutenfreie Zucchinilasagne, Krautkrapfen oder Linsensuppe statt Wurstsalat und Leberkäse. Was für viele wie ein Widerspruch klingt, hat Erfolg, denn das Konzept zieht Gäste wie Einheimische an. Musikabende, Schachpartien oder Alphornbläser tragen ihr Übriges zu einem gemütlichen Beisammensein bei.

Leckere Schmankerl locken auch in die Oberpfalz, denn hier wird frischer Fisch aus dem Land der 1.000 Teiche serviert. In der Teichpfanne bei Tirschenreuth leben die Menschen im Einklang mit der Natur. Die Teichwirtschaft geht auf eine tausendjährige Tradition zurück. Familie Bächer betreibt dort einen Fischhof und züchtet in 50 umliegenden Teichen 20 verschiedene Fischarten. Damit die Qualität stimmt, werden die Fische mit selbst angebautem Getreide gefüttert. Der fangfrische Fisch lockt nicht nur Einheimische in das „Fischerstüberl" und den Hofladen, auch Besucher aus ganz Deutschland reisen in die Region, um Spezialitäten und Klassiker

Foto: www.bayern.by - Tobias Gerber

wie das grätenfreie Karpfenfilet oder Forelle Müllerin Art zu genießen.

Doch nicht nur Bayerns Landschaften verführen mit ihrer Vielseitigkeit, auch Städte wie Nürnberg ziehen Besucher an. Hier lädt ein Platz ganz besonders zu Gemütlichkeit ein: der Tiergärtnertorplatz unterhalb der Kaiserburg. Er gehört zu den beliebtesten Treffpunkten der Stadt und ist gleichzeitig ein Ort mit jahrhundertealter Geschichte. 2008 ist das Bieramt Nürnberg in die ehemalige Fuhrmannstube mit Pferdetränke am Platz eingezogen. In der Kneipe werden ausschließlich fränkische Biere angeboten – immerhin hat Franken mit rund 300 Brauereien die höchste Brauereidichte der Welt. Im Sommer lockt der historische Platz bis zu 500 Leute an, die auf Sitzgelegenheiten oder schlichtweg auf dem Boden ein kühles Bier und gute Gespräche genießen. Dabei mischt sich fränkische Mundart mit Sprachen aus aller Welt und ab und an sind Gitarrenklänge zu hören, wenn eine Gruppe Jugendlicher zusammensitzt. In unmittelbarer Nachbarschaft des Albrecht-Dürer-Hauses verströmt das Ambiente ein ganz besonderes Flair.

Die bayerische Gemütlichkeit und Gastfreundlichkeit, gepaart mit urbayerischen Traditionen, die gerne auch modern interpretiert werden – genau das macht Bayern so einzigartig. Hier trifft man auf so manchen Einwohner, der Spannendes zu erzählen hat. Wer fühlt sich danach nicht inspiriert, genau dort hin zu reisen und den Freistaat auf neue Art und Weise kennenzulernen?

Weitere traditionell
andere Geschichten unter:
www.bayern.by/traditionell-anders

DER FREISTAAT ALS FILMKULISSE

OB INDUSTRIEHALLEN, FACHWERKHÄUSER ODER DIE FACETTENREICHE LANDSCHAFT – BAYERN BIETET PERFEKTE MOTIVE FÜR DIE FILM- UND FERNSEHWELT. DIE VIELSEITIGKEIT BAYERNS HABEN NATIONALE UND INTERNATIONALE FILM- UND FERNSEHPRODUZENTEN LÄNGST ERKANNT: ALLEIN IN OBERBAYERN, AUSSERHALB MÜNCHENS, WURDE AN 1.229 TAGEN GEDREHT. DOCH EINDRUCKSVOLLE KULISSEN ALLEINE REICHEN NICHT AUS, UM VON INTERNATIONALEN PRODUZENTEN GESEHEN ZU WERDEN.

Foto: www.bayern.by - Peter von Felbert

Die Bereitschaft der Menschen, sich auf Neues einzulassen ist eine wichtige Voraussetzung, um Projekte dieser Art zu realisieren. Die Initiative „Filmkulisse Bayern" der Bayern Tourismus Marketing GmbH (by.TM) in Zusammenarbeit mit der Film Commission des FilmFernsehFonds Bayern (FFF) unter der Schirmherrschaft von Schauspielerin Veronica Ferres hat es sich daher zur Aufgabe gemacht, Bayern für nationale sowie internationale Produktionen noch attraktiver zu machen und Schauplätze wie touristische Leistungsträger für den „Filmtourismus" zu gewinnen. Davon profitiert nicht nur die Hotellerie, sondern auch die kommunale Wirtschaft, die bereits während des Produktionszeitraums zusätzliche Hotelübernachtungen und Ausgaben für Gastronomie verbuchen kann. „Wir sehen die ‚Filmkulisse Bayern' als Impulsgeber für den Filmtourismus und unsere Partner. Wer professionell und kooperativ mit Produktionsfirmen zusammenarbeitet, ist als Drehort attraktiv", so Jens Huwald, Geschäftsführer der by.TM.

Zudem gilt die Initiative „Filmkulisse Bayern" als Impulsgeber für filmtouristische Angebote, bei denen Touristen die Möglichkeit bekommen, die Originalschauplätze der in Bayern gedrehten Kino- und Fernsehfilme live zu erleben. Als Klassiker gelten Drehorttouren etwa zu den Lebensumgebungen der „Rosenheim

Foto: Constantin Film Verleih GmbH - Bernd Schuller

Cops" oder zum Wohnort des Allgäuer Kommissars Kluftinger aus den Kluftingerkrimis. Bayern ist aber auch Schauplatz vieler internationaler Produktionen: Blockbuster wie „Euphoria" mit Oscar-Preisträgerin Alicia Vikander, „Snowden" von Oliver Stone oder das Regiedebüt „The Happy Prince" von und mit Rupert Everett wurden komplett oder zum Teil in Bayern gedreht. Urbayerisch geht es dagegen ab 5. August in den bayerischen Kinos weiter – denn dann geht der niederbayerische Provinzpolizist Franz Eberhofer in „Grissnockerlaffäre" des gleichnamigen Krimis von Rita Falk wieder auf Spurensuche.

Weitere Informationen zum Angebot und Projekt unter www.filmkulisse.bayern

HOGA
Hotel- und Gaststättenberatungsgesellschaft mbH, München

Expertenwissen mit Praxisorientierung und Kompetenz aus mehr als 45 Jahren Beratungstätigkeit mit über 18.000 untersuchten und beratenen Betrieben des Hotel- und Gaststättengewerbes sowie artverwandten Betrieben und Einrichtungen bedeuten qualifizierte Beratungsergebnisse.

- Individuelle Beratungen für Existenzgründerinnen und Existenzgründer
- Betriebswirtschaftliche und betriebstechnische Beratungsleistungen für bestehende Betriebe / für bereits Selbständige
- Erstellung von HOGA-Gutachten

Wir bieten Ihnen nicht nur ein Optimum an ergebnisorientierter Beratung, sondern zeigen Ihnen auch Möglichkeiten für Beratungszuschüsse und Förderungen.

089 45 74 710 – Wir informieren Sie gerne!
Prinzregentenstraße 89, 81675 München, www.hoga-muenchen.de

HOGA

Der DEHOGA informiert

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

Branche im Wachstum: Bundesregierung legt Tourismuspolitischen Bericht vor

Der erst kürzlich in Berlin vorgestellte Tourismuspolitische Bericht der Bundesregierung unterstreicht einmal mehr die Bedeutung des Tourismus als wichtigen Wirtschaftsfaktor für Deutschland und auf internationaler Ebene. Trotz der aktuellen Herausforderungen, vor denen der Tourismus aufgrund der angespannten globalen Sicherheitslage steht, bleibt er eine der dynamischsten Wachstumsbranchen weltweit. Wie aus dem Bericht hervorgeht, haben sich in Deutschland die Übernachtungszahlen in der 18. Legislaturperiode durchgängig positiv entwickelt. 2016 war bereits das siebte Rekordjahr in Folge. Seit der Veröffentlichung des letzten Tourismuspolitischen Berichts der Bundesregierung sind die Übernachtungszahlen um fast 10 Prozent angestiegen. Betrachtet man nur die Übernachtungen ausländischer Touristen liegt das Wachstum sogar bei 17 Prozent. Die Bundesregierung verfolgt eine Politik des inklusiven Wachstums, bei der die Teilhabe aller an Wertschöpfung und Wohlstand Leitidee ist. Ein Schwerpunkt in der 18. Legislaturperiode war die Stärkung des ländlichen Raums durch bessere Verzahnung von Kultur und Reiseangeboten zur Steigerung der touristischen Attraktivität oft strukturschwacher, aber kulturreicher ländlicher Räume. Außerdem engagiert sich die Bundesregierung für das Thema Barrierefreiheit im Tourismus und unterstützt den Aufbau eines bundeseinheitlichen Zertifizierungssystems.

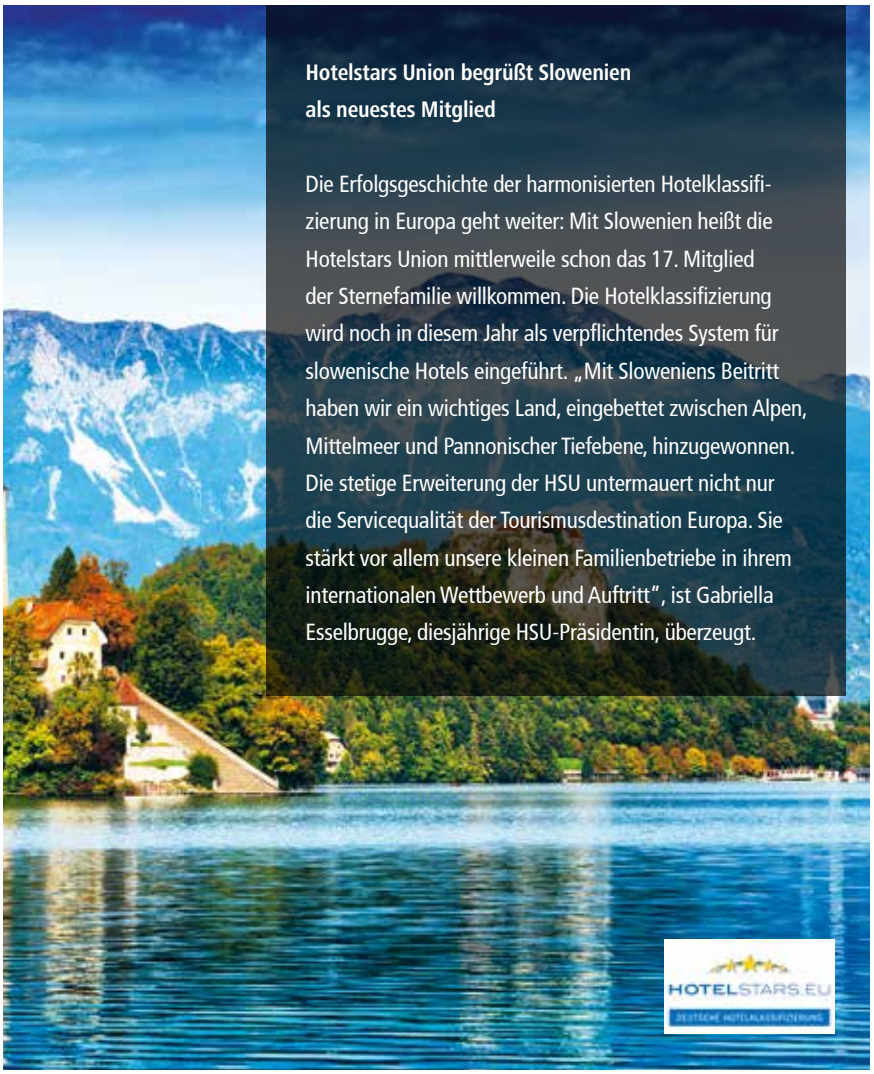
Gastgewerbe und Tourismuswirtschaft in Europa rufen zur langfristigen Anwendung reduzierter Mehrwertsteuersätze auf

Hotrec Hospitality Europe

Ein aktueller Bericht von HOTREC zeigt einmal mehr, wie relevant reduzierte Mehrwertsteuersätze für die Wettbewerbsfähigkeit und Arbeitsplätze im Gastgewerbe sind. Die Studie belegt den positiven Katalysatoreffekt reduzierter Mehrwertsteuersätze für die Schaffung neuer Beschäftigungsverhältnisse, für mehr Investitionen und für Wachstum und damit zur Stärkung der europäischen Wettbewerbsfähigkeit. Die langfristige Anwendung niedriger Mehrwertsteuersätze im Gastgewerbe, die fast alle Mitgliedstaaten für Beherbergung und zwei Drittel auch für gastronomische Leistungen vorsehen, ist ein entscheidender Schlüssel zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit Europas als Tourismusdestination. Mit Einnahmen von 336,6 Milliarden Euro aus dem internationalen Tourismus liegt Europa noch auf Platz 2 hinter Asien und der Pazifik Region, aber mit einem geringeren Wachstum der Einnahmen als der Rest der Welt.

Kampagne der Tourismuswirtschaft: Zeigen auch Sie, wie stark und relevant die Branche ist

Mit der Kampagne „Auf Zukunft gebucht“ zeigt die Tourismuswirtschaft aktuell – insbesondere mit Zielrichtung Politik – die Stärke einer vielfältigen Branche auf. Sie demonstriert, wie relevant die Tourismuswirtschaft für den Standort Deutschland und darüber hinaus ist, welcher Wert und welche Werte hinter ihr stecken: die Tourismuswirtschaft als Wertschöpfer und Arbeitgeber, Branche der Vielfalt und starke Einheit, schöne Momente-Schaffer und öffentliches Wohnzimmer, Integrierer und Völkerverständiger. Auch Sie können die Motivwelt, zu der unter anderem auch ein Gastro- und ein Hotelmotiv gehören, nutzen. Die Plakate stehen im Download-Center des BTW bereit, auf Wunsch lässt sich auch Ihr Logo einbinden. Mehr Informationen finden sich unter www.die-tourismuswirtschaft.de.



Hotelstars Union begrüßt Slowenien als neuestes Mitglied

Die Erfolgsgeschichte der harmonisierten Hotelklassifizierung in Europa geht weiter: Mit Slowenien heißt die Hotelstars Union mittlerweile schon das 17. Mitglied der Sternefamilie willkommen. Die Hotelklassifizierung wird noch in diesem Jahr als verpflichtendes System für slowenische Hotels eingeführt. „Mit Sloweniens Beitritt haben wir ein wichtiges Land, eingebettet zwischen Alpen, Mittelmeer und Pannonischer Tiefebene, hinzugewonnen. Die stetige Erweiterung der HSU untermauert nicht nur die Servicequalität der Tourismusdestination Europa. Sie stärkt vor allem unsere kleinen Familienbetriebe in ihrem internationalen Wettbewerb und Auftritt", ist Gabriella Esselbrugge, diesjährige HSU-Präsidentin, überzeugt.

Mittelstand zeigt wichtige politische Handlungsfelder für die nächste Legislaturperiode auf

Das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) hat Daten zur Entwicklung der tariflichen Ausbildungsvergütungen im vergangenen Jahr veröffentlicht. Der Durchschnitt aller Bundesländer und Berufe lag dabei 2016 bei 854 Euro monatlich, das bedeutet eine Steigerung um 3,4 Prozent. Aufgrund der guten Wirtschaftslage in Deutschland, vor allem aber wegen der wachsenden Schwierigkeiten vieler Betriebe, ihre Ausbildungsplätze zu besetzen, wurden die tariflichen Ausbildungsvergütungen das vierte Jahr in Folge deutlich angehoben. Das gilt auch für die gastgewerblichen Berufe; bei den Restaurantfachleuten und Köchen wurden die Vergütungen im Westen statistisch um 4,1, im Osten sogar um 5,6 Prozent angehoben. Bei den Fachleuten für Systemgastronomie stieg die durchschnittliche tarifliche Ausbildungsvergütung in Ostdeutschland sogar um 9,0 Prozent, in Westdeutschland um 4,0 Prozent.

Schäuble signalisiert Unterstützung beim Thema Arbeitszeitgesetz

Gute Stimmung herrschte auch in diesem Jahr wieder bei den Frühlingsfesten der DEHOGA-Landesverbände in Bayern und Baden-Württemberg am 24. April. Im Mittelpunkt der Feste mit zusammen rund 6.500 Gästen in Stuttgart und München standen neben dem geselligen Miteinander der Branche die politischen Forderungen vor der Bundestagswahl – von der Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes, der Forderung nach fairen Wettbewerbsbedingungen bis hin zum Bürokratieabbau. Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble sicherte der Branche als Gastredner in Stuttgart Unterstützung bei der Forderung nach einer Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes zu und will am reduzierten Hotel-Mehrwertsteuersatz festhalten.

Zum Thema Arbeitszeitgesetz erklärte Schäuble: „Wir sollten in der nächsten Legislaturperiode von dem Spielraum Gebrauch machen, den uns das Europäische Recht gibt." Nach der Bundestagswahl werde er dafür kämpfen, „dass wir das Arbeitszeitgesetz so ändern, dass Sie den nötigen Spielraum haben."

Herr Steinberg, wie sind Sie erstmals mit der Gastronomiebranche in Berührung gekommen?

Im Grunde genommen ist die Gastronomie seit meiner Kindheit ein fester Bestandteil meines Lebens, weil meine Eltern seit jeher in der Branche tätig waren. Daher kenne ich eigentlich kein anderes Leben als das eines Gastgebers – und genau das hat mich am Anfang abgeschreckt. Tatsächlich war ich nicht von Anfang an davon überzeugt, selbst diesem Vorbild nachzueifern, da ich genau wusste, wie viel Zeit dies in Anspruch nimmt. Deshalb habe ich nach dem Abitur zunächst eine Banklehre gemacht und anschließend Betriebswirtschaft studiert. Erst während des Studiums habe ich durch die regelmäßige Mitarbeit im elterlichen Betrieb sozusagen „Blut geleckt" und mich entschlossen, fortan als Gastronom zu arbeiten.

Diesen Entschluss haben Sie vermutlich nie bereut. Was schätzen Sie besonders an Ihrer beruflichen Tätigkeit?

Ich kenne natürlich sämtliche Vor- und Nachteile der Arbeit und weiß diese gut einzuordnen. Vor allem was die Arbeitszeiten betrifft, habe ich dank unserer Unternehmensgröße mittlerweile den Vorteil, dass ich mir meine Aufgaben bis zu einem gewissen Grad so einteilen kann, wie ich möchte. In früheren Jahren hatte ich längst nicht so viel Zeit für die Familie, weil ich grundsätzlich immer dann arbeiten musste, wenn alle anderen frei hatten. Nichtsdestotrotz macht es einfach großen Spaß, einer solch abwechslungsreichen Tätigkeit nachzugehen, bei der man viele Menschen trifft und ihnen obendrein auch noch schöne Stunden bescheren kann. Das ist die eigentliche Motivation, auch künftig am Ball zu bleiben.

Sie sind selbst Wiesn-Wirt, aber Bayern hat weitaus mehr zu bieten als Oktoberfest und Bierzelte. Was macht aus Ihrer Sicht den Freistaat als Tourismusregion insgesamt so attraktiv?

Ich glaube, das ist das allgemeine Lebensgefühl bei uns: Das gemütliche Miteinander in den Biergärten und Wirtshäusern, wie es in Bayern gepflegt wird, ist in den meisten deutschen Großstädten selten vorzufinden. Hinzu kommt natürlich die geografische Lage, mit der wir gesegnet sind: die Seen, die Berge, die unberührte Natur. Als Gesamtpaket macht dies Bayern für viele Urlauber sehr attraktiv.

Zusätzlich zu Ihren beruflichen Aufgaben bringen Sie Ihr Fachwissen regelmäßig im Marketingausschuss des DEHOGA Bayern ein. Warum ist es für Sie Ehrensache, sich auf Verbandsebene zu engagieren?

Ich habe in der Vergangenheit festgestellt, dass man viele Probleme nicht als Einzelkämpfer lösen kann. So wie wir Wiesn-Wirte in München versuchen, unsere Interessen mit einer Stimme gegenüber der Stadt durchzusetzen, so sollte der DEHOGA nicht nur bayern-, sondern bundesweit alles dafür tun, den Mitgliedsunternehmen zu den bestmöglichen Rahmenbedingungen zu verhelfen. Wer allerdings etwas bewegen will, darf sich nicht einfach auf die anderen verlassen. Aus diesem Grund ist es mir ein Anliegen, in einem gewissen Maß selbst bei der Zukunftsgestaltung aktiv mitzuwirken.

Zum Abschluss noch eine persönliche Frage: Wobei können Sie am besten nach einer harten Arbeitswoche entspannen?

Für mich ist es immer wieder eine besondere Freude, nach der Arbeit zu meiner Frau und meinen drei Kindern nach Hause zu kommen und Zeit für gemeinsame Unternehmungen zu haben. Das ist für mich einfach die größte Entspannung. Schöne Sommertage verbringen wir gerne auf dem Golfplatz, im Winter gehen wir regelmäßig Skifahren. Diese gemeinsamen Hobbys ermöglichen es mir am besten, neue Energie zu tanken und mich für neue Aufgaben zu motivieren.

Auf ein Bier mit...

Friedrich Steinberg,

STELLVERTRETENDER VORSITZENDER DES DEHOGA-BAYERN-MARKETINGAUSSCHUSSES UND GESCHÄFTSFÜHRER DER STEINBERG GASTRONOMIE GMBH

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: Ulrich J. Korb

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

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

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 (V.i.S.d.P.)
Türkenstr. 7 | 80333 München
Telefon: 089 / 28760-109

CvD:
Benjamin Klein
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. Zustellungsgebühr 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 Verwertung außerhalb der durch das Urheberrechtsgesetz 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 kooperierenden 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 Garantieerklärung für Produkte und Firma ist damit nicht verbunden. Rückfragen bezüglich firmengebundener Produkte sind deshalb direkt an die Hersteller zu richten.

Druckauflage 1. Quartal 2017: 15.000 Exemplare

Deutsche Post AG
Entgelt bezahlt

Aus der Schublade

Was wurde eigentlich aus...

...der Initiative „Ein Dorf wird Wirt!"

In jedem vierten Ort in Bayern gibt's kein Wirtshaus mehr. Viele traditionsreiche Gaststätten machen dicht, neue Pächter sind oftmals schwer zu finden. Auch in Altenau, Ortsteil von Saulgrub im Ammertal, ist das passiert. Vor mehr als zehn Jahren waren in der dortigen „Post" – dem heutigen «Altenauer Dorfwirt" – die Lichter ausgegangen. Doch die Bewohner des 650-Seelen-Dorfs im oberbayerischen Pfaffenwinkel wollten sich auf Dauer nicht damit abfinden und fassten einen Plan, der inzwischen sogar Nachahmer fand.

Weil sie endlich wieder einen Dorfmittelpunkt wollten, riefen die Altenauer das Projekt „Ein Dorf wird Wirt!" ins Leben und richteten ihr leer stehendes Wirtshaus in Eigeninitiative wieder her. Sie gründeten eine Genossenschaft, warben etwa 180 Teilhaber an und bemühten sich um Zuschüsse aus öffentlichen Töpfen. Auf diese Weise kamen mehr als 500.000 Euro zusammen – eine Summe, die es der Gemeinschaft ermöglichte, das Gebäude aus den 1950er-Jahren zu erwerben und in Eigenregie nachhaltig auf Vordermann zu bringen. Bis die „neue" Gaststätte aber eröffnet werden konnte, fielen 22.000 ehrenamtliche Stunden an. Seit der Wiedereröffnung vor gut zwei Jahren hat das dörfliche Gemeinschaftsprojekt einige Nachahmer inspiriert – etwa im Allgäu, am Tegernsee und in Franken. Die Wirtshausretter erhielten sogar den „Staatspreis" des Bundesumweltministeriums.

„Der Erfolg dieses Projekts ist das Ergebnis außergewöhnlichen bürgerschaftlichen Engagements und ein echter Glücksfall für die Gemeinde", sagt Bürgermeister Rupert Speer. „Die

Entwicklung hier in Altenau zeigt auf besondere Weise, welch bedeutende Rolle ein Wirtshaus für die Menschen im Dorf spielt. Der ‚Dorfwirt' dient nicht nur als sozialer Treffpunkt für Einheimische und Gäste von außerhalb, sondern stiftet dank seiner Geschichte die nötige Identifikation. Gerade das ist aus meiner Sicht ein wesentlicher Grund, warum das Gasthaus dauerhaft gut besucht ist", so Speer weiter. Daran hat auch das Betreiberehepaar Izabella und Florian Spiegelberger seinen Anteil: Einmal im Monat laden die beiden zum offenen Musikerstammtisch ein, bei dem Jung und Alt die bayerische Volksmusik an Kontrabass und Harmonika gemeinsam neu interpretieren.

„Der Erfolg dieses Projekts ist das Ergebnis außergewöhnlichen bürgerschaftlichen Engagements und ein echter Glücksfall für die Gemeinde."

Rupert Speer
Bürgermeister in Saulgrub

PresseCompany
Kommunikationsagentur

Keine zündende Idee?

Wir helfen Ihnen, durchzustarten!

Digital denken, digital handeln
Die PresseCompany entwickelt und realisiert professionelle Internetauftritte und konzipiert individuelle Online-Marketing-Strategien für erfolgreiche Unternehmens- und Markenkommunikation.

Unsere Leistungen
- Webdesign
- Programmierung
- Suchmaschinenoptimierung
- Online-Marketing

www.pressecompany.de
Mail: info@pressecompany.de
Telefon: 0711/23886-27

vbw

Die bayerische Wirtschaft

Wenn die Sonne scheint

So möchte ich arbeiten!

Damit Sie den Biergarten genießen können

Wir brauchen mehr Flexibilität in der Arbeitszeit.

www.so-moechte-ich-arbeiten.de

BAYERISCHER HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBAND BHG DEHOGA BAYERN