

Gastgeber Bayern

Das Magazin
für Gastronomie und
Hotellerie

#04

Ausgabe 2017

DEHOGA Bayern

EIN SIGNAL DER STÄRKE UND ENTSCLOSSENHEIT

1. Bayerischer Gastgebortag in
Bad Kissingen
Seite 08

TOURISMUS IST LEBENSELIXIER

Rede des Finanz- und
Heimatministers Markus Söder
Seite 13

DIE BEDEUTUNG DES GASTGEWERBES

Interview mit
Staatsministerin Ilse Aigner
Seite 16



**IHR PARTNER
IN BAYERN**

SO KAUFEN PROFIS HEUTE

Lieferservice buchen oder METRO-Markt besuchen!



Ihr METRO Markt in Bayern
www.metro.de

IHR LIEFERSERVICE 
Für Gastronomie und Großverbraucher **METRO**

Ihr Lieferservice in Bayern
www.metro.de/lieferservice



Das bayerische Gastgewerbe ist einzigartig. Wirtshäuser sind seit Jahrhunderten eine feste, nicht wegzudenkende soziokulturelle Institution innerhalb der Dorfgemeinschaft. Zugleich sind Hotellerie und Gastronomie insbesondere auf dem „flachen Land“ systemrelevant.

Eine ungeheuer große Vielfalt zeichnet unsere Branche aus. Doch sie ist in Gefahr – vor allem in ländlichen Regionen, also genau dort, wo unsere Betriebe oftmals die letzten wichtigen regionalen Wirtschaftsmotoren sind.

Was ist passiert?

Immer mehr Akteure haben uns in den vergangenen Jahrzehnten von unserer Allround-Funktion des Vollversorgers in einer Gemeinde etwas weggenommen. Jeder kommt auf die Idee, Essen, Wohnraum und Veranstaltungsräume anzubieten. Und dies nicht selten zu deutlich besseren Rahmenbedingungen als sie für unsere steuerzahlenden Betriebe gelten.

Doch Jammern hat noch nie weitergeholfen. Wir sind Unternehmer. Es wird Zeit, unseren Markt zurückzuerobern. Es ist an der Zeit zu Handeln.

Es gilt den Strukturwandel, der ohne Frage fortschreitet, erfolgreich zu begegnen.

Dies ist jedoch nur in einem Dreiklang – als gemeinsame Kraftanstrengung aus Politik, Verband und Unternehmer – erfolgversprechend.

Die vorliegende Ausgabe von Gastgeber Bayern zeigt auf, wie sich der Verband branchennahen Institutionen und Vereinigungen geöffnet hat, um seiner Stimme bei Politik, Öffentlichkeit und Medien noch mehr Gewicht zu verleihen.

Zugleich werden verbandspolitische Initiativen vorgestellt, die allesamt dem einen Ziel dienen, wirtschaftsfreundlichere Rahmenbedingungen zu erwirken, die dem Gastgewerbe eine erfolgreiche Zukunft versprechen. Schlussendlich sollen einzelne Beiträge auch konkrete Denkanstöße geben, wie Betriebe zukunftsfähiger aufgestellt werden können.

Lassen Sie uns gemeinsam unsere Chancen neu denken!

Doch lesen Sie selbst...

Angela Inselkammer
Präsidentin des DEHOGA Bayern

Dr. Thomas Geppert
Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern



DEHOGA Bayern

Inhalt

Ausgabe 04/2017

03

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

DEHOGA-Konjunktur-Umfrage Herbst 2017	Seite 34
Interview mit Peter Kammerer, IHK München	Seite 36
Interview mit Stefan Wild, Vorsitzender des Fachbereichs Hotellerie	Seite 38
Digital gestörte Gastgeber?	Seite 39
Zukunft Gesundheits-tourismus	Seite 40

06

Aus dem Landesverband

DEHOGA Bayern im Gespräch	Seite 06
1. Bayerischer Gastgebtag: Ein Signal der Stärke und Entschlossenheit	Seite 08
Rede des Finanz- und Heimatministers Markus Söder auf dem 1. Bayerischen Gastgebtag	Seite 13
Wettbewerb: Die 100 besten Heimatwirtschaften	Seite 15

42

Bayern und die Welt

Frische Impulse und veränderte Blickwinkel	Seite 42
Terminübersicht Bayern Tourist GmbH	Seite 44
Mitarbeitergespräche richtig führen	Seite 45
Q-neudenken ab 2018	Seite 46
Verdienstmöglichkeiten generieren, Einsparpotentiale aufdecken	Seite 48
Wertschätzung ist Chefsache	Seite 50
Gold für Koch-Jugendmeisterin Sandra Hofer	Seite 51
Zukunftsfähiger Nachwuchs	Seite 52
Traumjob statt Underdog	Seite 53
Mit der Internorga Neuland betreten	Seite 54

16

Zukunft

Interview mit Staatsministerin Ilse Aigner über die Bedeutung des Gastgewerbes in Bayern	Seite 16
Interview mit Thomas Knopf	Seite 19
Studie der IW Consult: Zukunftsfähige Wertschätzung	Seite 20
Relevante Gesetzesänderungen zum 1. Januar 2018	Seite 22
Was essen wir 2030?	Seite 24
Volles Haus zur Intergastra 2018	Seite 26
„Runder Tisch“ in der Bayerischen Staatskanzlei	Seite 30
Forum Junge Gastgeber	Seite 30
Die Zukunft der Belieferung	Seite 31
Wirtshaus mit Zukunft	Seite 32

56

Auf ein Bier mit...

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

Wussten Sie schon?

...wie groß die Bedeutung des
Hotel- und Gaststättengewerbes ist?

44,9 MRD

Das Gastgewerbe erwirtschaftete 2016 mit
44,9 Mrd. Euro 1,6 % der direkten Brutto-
wertschöpfung in Deutschland

90 %

Über 90 % der Menschen in Deutschland
finden in ihrem lokalen Umfeld gastge-
werbliche Angebote

30,2 %

JEDER 17. ARBEITSPLATZ

... in Deutschland hängt direkt, indirekt
oder induziert vom Gastgewerbe ab

... der sozialversicherungspflichtig
Beschäftigten sind Ausländer; in
keiner anderen Branche arbeiten so
viele ausländische Mitbürger

60 %

Knapp 60 % aller sozialver-
sicherungspflichtig Beschäf-
tigten im Gastgewerbe sind
Fachkräfte

Der Anteil der sozialversicherungspflichtig
Beschäftigten mit Hochschulabschluss hat
sich seit 2010 fast

VERVIERFACHT

Netzwerken mit dem Vorsitzenden der Freien Wähler beim Armbrustschießen

Vertreter aus Politik, Bildungseinrichtungen und Partnerfirmen des Verbands erhielten am Rande des Münchner Oktoberfests die Gelegenheit, beim Großen Preis von Bayern selbst einmal auf die Adlerzielscheibe zu schießen. Aber nicht nur das, in entspannter Atmosphäre konnten sich Gäste wie der Fraktionsvorsitzende der Freien Wähler, Hubert Aiwanger, und die Bezirksvorsitzende von Niederbayern des DEHOGA Bayern, Rose Marie Wenzel, über die aktuellen Themen und Forderungen austauschen.



Angela Inselkammer empfängt Bayerns Staatsminister für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

DEHOGA Bayern Präsidentin Angela Inselkammer und Staatsminister Helmut Brunner tauschten sich im Rahmen einer Betriebsbesichtigung in Aying über die Kooperationsmöglichkeiten zwischen Landwirten und gastronomischen Betrieben aus.



Der stellvertretende Generalsekretär der CSU beim Großen Preis von Bayern

Hans-Jürgen Nägerl, Bezirksvorsitzender der Oberpfalz (rechts), nutzte die Gelegenheit zu einem Vier-Augengespräch mit Markus Blume, dem stellvertretenden Generalsekretär der CSU. Er betonte, wie wichtig eine Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes für die Branche ist.



Ausbildungsbotschaftertag

Im Rahmen des Ausbildungsbildungsbotschaftertags 2017 im Verbandshaus des DEHOGA Bayern wurden Möglichkeiten debattiert, wie das Image der Branche gestärkt werden könnte, um wieder mehr junge Erwachsene für eine Ausbildung in der Branche zu gewinnen (v.l.n.r.): Andreas Brunner, Vizepräsident DEHOGA Bayern, Amadou Ndiaye, IHK München und Oberbayern, Susanne Droux und Katja Herrscher, Berufsbildung DEHOGA Bayern, Sebastian Reisigl, Hotel Oberstdorf, Julia Lehmann, OnFore, Jörg Stannek, Talent Garden Personalsupport, Petra Kremer, IHK München und Oberbayern, Hans Schneider, Vorsitzender Berufsbildungsausschuss DEHOGA Bayern sowie des Bundesverbands.



Strahlende Gesichter über glänzende Leistungen – **Feier der bayerischen Jugendmannschaft in Berlin**

Bayerns Jugendmeister 2017: Hotelfachmann Nico Steffen, Hilton Airport, München, Jungköchin Martina Welter, Hotel Königshof, München, und Restaurantfachfrau Julia Roauer, Tra Amici, Allersberg. Es gratulieren zu Bronzemedailen Angela Inselkammer, DEHOGA Bayern Präsidentin, und Hans Schneider, Vorsitzender DEHOGA Berufsbildungsausschuss (v.l.)

Der DEHOGA Bayern tritt dem „**Verein Kulinarisches Erbe Bayern**“ bei

Seit August dieses Jahres ist der DEHOGA Bayern Mitglied des Vereins „Kulinarisches Erbe Bayern“. Präsidentin Angela Inselkammer und Dr. Thomas Geppert erhielten die Beitrittsurkunde vom Vorsitzenden Prof. Dr. Franz-Theo Gottwald (rechts) sowie Geschäftsführer Dr. Wolfgang Filter (links).



Zu Gast beim **Staatsminister des Innern, für Bau und Verkehr**

Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert (links) und Präsidentin Angela Inselkammer haben sich bei einem Besuch bei Staatsminister Joachim Herrmann über die Zukunft der Branche ausgetauscht. Neben einer stärkeren Wertschätzung für die Branche stand insbesondere der Brandschutz auf der Agenda.

DEHOGA Bayern-Kutsche beim **Augsburger Plärrerumzug**

Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert (8. v.l.) und Landesrevisor Leo Dietz (7. v.l.) gemeinsam mit dem Club der Köche Donau-Ries beim Augsburger Plärrer-Einzug.

Austausch mit dem **tourismuspolitischen Sprecher der CSU**

Am Rande der Wiesen nutzte Vizepräsident Thomas Förster (rechts) die Gelegenheit mit Klaus Stöttner, tourismuspolitischer Sprecher der CSU-Landtagsfraktion, über die Fördermöglichkeiten des Tourismus im Freistaat zu beratschlagen.

1. Bayerischer Gastgebtag

Ein Signal der Stärke und Entschlossenheit

Die Flexibilisierung des Arbeitszeitgesetzes, gleiche Steuern für Essen sowie Entbürokratisierung waren die drei Hauptthemen beim 1. Bayerischen Gastgebtag am 23. Oktober 2017 im Bad Kissinger Arkadenbau. Rund 600 Hoteliers und Gastronomen aus ganz Bayern waren in der unterfränkischen Kurstadt zusammengekommen, um einen Tag über die Zukunft des Gastgewerbes zu debattieren. Hauptredner war der Bayerische Finanz- und Heimatminister Dr. Markus Söder, der die Bedeutung des Gastgewerbes für den Erfolg Bayerns aufzeigte.

Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern, ging in ihrer Rede auf die Systemrelevanz von Hotellerie und Gastronomie für Bayern ein. In der Branche, die Hauptleistungsträger der Leitökonomie Tourismus ist, arbeite mittlerweile jeder 20. Erwerbstätige des Freistaats. Besonders in dünn besiedelten und strukturschwachen Regionen ist das Gastgewerbe besonders wichtig: Es trägt dort überdurchschnittlich zur Beschäftigung bei und schafft gleichwertige Lebensbedingungen. In Hinblick auf die anstehenden Koalitionsverhandlungen forderte Inselkammer in Richtung Söder: „Flexibilisieren Sie das Arbeitszeitgesetz so, wie sie die EU-Richtlinie vorsieht. Schaffen Sie ein weniger bürokratisches Umfeld, das wieder mehr selbstverantwortliches Handeln zulässt. Insbesondere Kleinst- und Kleinbetriebe müssen vor bürokratischen Überbelastungen geschützt werden. Und stellen Sie faire Wettbewerbsbedingungen her, gleiche Steuern auf Essen sind überfällig. Es muss endlich etwas bei uns ankommen.“

Söder stellte sich auf Seite der Branche und versprach sich für weniger Bürokratie einzusetzen, zugleich forderte er „fundamentale Änderungen“ bei den Dokumentationspflichten. Er wolle für einen Richtungs- und Gesinnungswechsel bei Kontrollen eintreten. „Einzelne schwarze Schafe dürfen nicht die Richtung der Überprüfungen bestimmen“, so der Minister wörtlich. Hinsichtlich der unterschiedlichen Besteuerung von Essen gab Söder zu, dass Wirte eindeutig benachteiligt seien. Zugleich vermutete er, dass Änderungen auf diesem Gebiet bei anderen Parteien auf wenig Zu-

Sie machen sich für das Gastgewerbe stark (v.l.): Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer, Ralf Barthelmes, Schriftführer, Guido Zöllick, Präsident des DEHOGA Bundesverbands, Dr. Markus Söder, Bayerischer Staatsminister für Finanzen, Landesentwicklung und Heimat, Angela Inselkammer, Präsidentin, Thomas Förster, 1. Vizepräsident, Monika Poschenrieder, Vorsitzende des Fachbereichs Gastronomie, Andreas Brunner, 2. Vizepräsident



Rund 600 Hoteliers und Gastronomen aus ganz Bayern waren in Bad Kissingen zusammengekommen, um einen Tag über die Zukunft des Gastgewerbes zu debattieren.



Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert machte in seinem Grußwort der Branche Mut, forderte aber auch dazu auf, verlorene Märkte wieder zurückzuerobern. An den Finanzminister gerichtet forderte er: „Es ist an der Zeit zu handeln! Das heißt auch, dass aus Gründen der Steuergerechtigkeit, der Wertschätzung und der Zukunftssicherung unserer Familienbetriebe und Restaurants endlich gleiche Steuern auf Essen erhoben werden müssen.“



stimmung treffen dürfte. Um die Bedeutung der Branche für Bayern aufzuzeigen, kündigte er an, einen Wettbewerb auszuloben, der die 100 besten bayerischen Heimatwirtschaften prämiieren soll. Zur Rede von Finanz- und Heimatminister Dr. Markus Söder mehr ab Seite 13.

Nach einer branchenpolitischen Grundsatzrede von Guido Zöllick, Präsident des DEHOGA Bundesverbands, der die Erwartungen des Gastgewerbes an die neue Bundesregierung deutlich auf den Punkt brachte, moderierte AHGZ-Chefredakteur Rolf Westermann eine hochkarätig besetzte Expertenrunde mit den tourismuspolitischen Sprechern aller im Bayerischen Landtag vertretenen Parteien zum Thema „Nach der Wahl ist vor der Wahl: Was wäre das Tourismusland Bayern ohne Gastgewerbe?“ Mit

1 Andreas Türk (3. v.r.), Chefredakteur des Gastgewerbe Magazins, diskutierte mit (v.l.) Bernd Glauben und Barbara Glauben-Woy, Ben Förtsch sowie Klaus P. Wunsch zum Thema „Sind Erfolgsfaktoren übertragbar?“

2 Frank-Ulrich John (l.), Moderator des 1. Bayerischen Gastgebortags und zugleich Chefredakteur von Gastgeber Bayern, übergab zusammen mit DEHOGA Bayern Präsidentin Angela Inselkammer Finanz- und Heimatminister Dr. Markus Söder die wichtigsten verbandspolitischen Themen in Form einer Info-Karte.

3 Die Erwartungen der Branche an eine neue Bundesregierung brachte Guido Zöllick, Präsident des DEHOGA Bundesverbands, in seiner Rede deutlich auf den Punkt.

4 „Nach der Wahl ist vor der Wahl: Was wäre das Tourismusland Bayern ohne Gastgewerbe?“ – das war die Kernfrage, vor deren Hintergrund AHGZ-Chefredakteur Rolf Westermann (m.) mit den Landtagsabgeordneten Jutta Widmann (l.), Klaus Stöttner (2.v.l.), Martina Fehlner (4.v.l.) sowie Ulrich Leiner (r.) über branchenpolitische Kernthemen diskutierte.



„Volles Haus“ bei den vier Fachvorträgen: Jeweils 150 Zuhörer informierten sich über die Themen „Digitale Gästebetreuung“, „Strategisches Revenue Management“, „Personalkosten bewusst steuern“ sowie „Mit E-Mobilität neue Gäste gewinnen“, zu dem Nils Rudolph, Regionalleiter Süd von Innogy, referierte.



Bei Theodor Heindl und Andreas Beilhack gab es für Angela Inselkammer, Ralf Barthelmes, Monika Poschenrieder und Andreas Brunner viele neue Eindrücke in das aus über 25.000 Artikeln bestehende Angebot von der Firma Chefs Culinar.



Beim 1. Bayerischen Gastgeberstag hat auch das Präsidium die Fachausstellung und ihre Aussteller besucht. Hier konnten Angela Inselkammer, Ralf Barthelmes, Monika Poschenrieder und Andreas Brunner schon mal einen Blick auf die E-Ladesäule werfen, die von Jürgen Hortian und Nils Rudolph von der Firma Innogy SE für die abendliche Tombola zur Verfügung gestellt wurde.

Mehr **Sicherheit** und **Komfort** für Ihre Gäste!

- Minibars
- Zimmersafes
- Einwurftresore
- Schließfachanlagen
- Backoffice-Tresore



MEGA-
sparsam!

Minibars
mit Energieeffizienzklasse A+



- 100% geräuschlos
- besonders niedriger Energieverbrauch

Katalog unter:
Tel. (089) 3681260-700
info@hotelsafes.de

HARTMANN
TRESORE AG

HARTMANN TRESORE AG -Zentrale-
80636 München · Arnulfstraße 51
Tel. (089) 3681260-700
www.hotelsafes.de

Besuch beim Hotellistat-Stand (v.l.): BTG-Geschäftsführerin Isabella Hren, Vizepräsident Thomas Förster, Philip Kuchelmeister von Hotellistat, Stefan Wild, Vorsitzender des Fachbereichs Hotellerie, Sina Niedermaier von Hotellistat sowie Schatzmeister Jürgen Lochbihler.



auf dem Podium: Jutta Widmann von den Freien Wählern, Martina Fehlner von der SPD, Ulrich Leiner von Bündnis 90/Die Grünen sowie Klaus Stöttner von der CSU.

In einer zweiten Expertenrunde zeigte Andreas Türk, Chefredakteur des Gastgewerbe Magazins, in einem Gespräch mit erfolgreichen Unternehm-

ern auf, welche Erfolgsfaktoren auf den eigenen Betrieb übertragbar sind. Gesprächspartner waren dabei Barbara Glauben-Woy und Bernd Glauben vom Coburger Romantik Hotel Goldene Traube, Preisträger des Deutschen Gastronomiepreises in der Kategorie „Food“, Ben Förtsch vom Creativhotel Luise in Erlangen, Preisträger des ADAC Tourismuspreises Bayern 2017 – Sonderpreis Nachhaltigkeit sowie der Nürnberger Klaus Wunsch, Mitgründer der Kommunikationsplattform Foodtrucks Deutschland.

Umrahmt wurde der Kongress durch Fachvorträge zu den Themen „Digitale Gästebetreuung“, „Mit E-Mobilität neue Gäste gewinnen“, „Strategisches Revenue Management“ und „Personalkosten bewusst steuern“ sowie einer begleitenden Ausstellung von gastgewerblichen Dienstleistern und Zulieferbetriebe.

Der nächste Bayerische Gastgebortag wird am 16. Oktober 2018 in Regensburg stattfinden.



Rund 30 Partnerfirmen des Verbands sowie diverse Start-Up-Unternehmen präsentierten Neuheiten im Rahmen des Gastgebortags.

Markus Söder ist Finanzminister seit 4. November 2011. Seit 10. Oktober 2013 verantwortet er zudem die Landesentwicklung und ist zuständig für Heimatfragen. Bereits seit 2007 war er als Europaminister, ab Oktober 2008 als Umweltminister Mitglied des Kabinetts. Zuvor hatte der promovierte Jurist vier Jahre lang das Amt des CSU-Generalsekretärs inne. Mitglied des Landtags ist Söder seit 1994.

Finanz- und Heimatminister Dr. Markus Söder auf dem 1. Bayerischen Gastgebortag

„Tourismus ist unser Lebenselixier“

Dr. Markus Söder, Bayerischer Finanz- und Heimatminister, dankte in seiner Rede auf dem Bayerischen Gastgebortag 2017 der Hotellerie- und Gastronomiebranche und zeigte deren Bedeutung für das Tourismusland Bayern auf. Söder stellte sich auf Seite der Branche und versprach, sich für weniger Bürokratie einzusetzen. Außerdem kündigte er die Auslobung eines Wettbewerbs an, in dessen Rahmen die 100 besten bayerischen Heimatwirtschaften prämiert werden sollen.

Söder betonte, dass Bayern nicht nur aufgrund seiner schönen Natur als Urlaubsziel so beliebt sei, sondern vor allem auch dank der Herzlichkeit, dem Service und der Qualität unserer Gastfreundschaft an der Spitze sei. „Der Tourismus ist eines unserer

Lebenselixiere“, so Söder. „Bayern ohne Tourismus ist nicht vorstellbar. Gastgewerbe ist Mittelstand und meine Botschaft ist heute generell: Wir wollen dem Mittelstand mehr Vertrauen entgegensetzen und mit weniger Misstrauen begegnen.“

Bayerns Finanz- und Heimatminister Dr. Markus Söder griff in seiner Rede die branchenpolitischen Forderungen Inselkammers auf und versprach sich für weniger Bürokratie einzusetzen.

„Wir wollen dem Mittelstand mehr Vertrauen entgegensetzen und mit weniger Misstrauen begegnen.“

Er wolle für einen Richtungs- und Gesinnungswechsel bei Kontrollen eintreten. „Einzelne schwarze Schafe dürfen nicht die Richtung der Überprüfungen bestimmen“, so der Minister wörtlich. Kontrollen müssten kooperativ erfolgen und nicht ausschließlich konfrontativ. Er versprach, sich für weniger Bürokratie einzusetzen: „Wir müssen nicht nur Vorschriften abbauen, wir müssen endlich auch dafür sorgen, dass nicht jeden Tag neue Vorschriften in diesem Land erlassen werden.“ Zugleich forderte Söder „fundamentale Änderungen“ bei den Dokumentationspflichten. Auch bei den Erbschaftsteuerregelungen ärgere es ihn, dass „Erbschaftsteuer bereits versteuertes Geld ist“. Er wolle sich dafür einsetzen, dass dies gerade bei Familienbetrieben nicht zu einer ständigen Belastung wird. Im Rahmen all dieser Problemstellungen wolle er jede Vorschrift, die ihm genannt wird, überprüfen und mit in die anstehenden Koalitionsverhandlungen miteinbeziehen. „Das Wort Jamaika müsste ja eigentlich für eine gewisse Lässigkeit stehen“, schmunzelte Söder.

Auf die Forderung der Präsidentin Angela Inselkammer, das Arbeitszeitgesetz so zu flexibilisieren, wie es die EU-Richtlinie vorsieht, sagte er, auch er plädiere dafür, das Gesetz an die Le-

benswirklichkeit in der Gastronomie anzupassen: „Natürlich ist samstags mehr los als am Montag und natürlich ändert sich das Arbeitspensum auch je nach Jahreszeit.“ Er sehe Jamaika auch als Chance, eben diese vielen Gesetzesunstimmigkeiten zu überarbeiten und wolle sich dafür einsetzen, sobald ihm die Möglichkeit geboten werde.

Besonderes Augenmerk solle auf die Vorschriften gelegt werden, die „wirklich ärgern und vor allem die, mit denen man wirklich einen Erfolg erzielen kann“. Sollten Fehler geschehen, sei er bereit, darüber zu reden, denn zusammen mit unserer Branche wolle er daran arbeiten „ein faires, gemeinsames, ordentliches und gleiches Verfahren überall in Bayern“ zu schaffen.

Hinsichtlich der unterschiedlichen Besteuerung von Essen gab Söder zu, dass Wirte eindeutig benachteiligt seien. Zugleich vermutete er, dass Änderungen auf diesem Gebiet bei anderen Parteien auf wenig Zustimmung treffen dürfte und es dadurch nicht einfach werden dürfte, zum Ziel zu kommen. Die aktuelle Regelung nannte er

„absurd“ und sie schade der Gastronomie und dem Wettbewerb.

Das Thema ländlicher Raum sei für ihn persönlich besonders wichtig. „Unsere Aufgabe ist es dafür zu sorgen, dass wir steuerlich, rechtlich, aber auch dass wir infrastrukturell vorankommen“, so Söder. Jungen Leuten solle das Signal gesetzt werden, dass man wertschätzt, wenn sie im Familienbetrieb mithelfen. Dies solle durch finanzielle Anreize, aber eben auch durch weniger Bürokratie geschehen.

Um die Bedeutung der Branche für Bayern aufzuzeigen, kündigte er an, einen Wettbewerb auszuloben, der die 100 besten bayerischen Heimatwirtschaften prämiieren soll. Das Bayerische Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat sucht innovative „Heimatwirtschaften“, die sich als Stützen der bayerischen Heimat in besonderer Weise für den Erhalt und die Weitergabe von Brauchtum, Tradition und Dorfgemeinschaft einsetzen. Dabei ist die „Heimatwirtschaft“ viel mehr als nur Garant des leiblichen Wohls. Sie ist Institution bayerischer Lebensart, Begegnungsstätte für Jung und Alt, Plattform für

aktives Gemeinwesen und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Stärkung der regionalen Identität und Attraktivität.

tät und Attraktivität.

Abschließend dankte Söder der gesamten Branche und betonte, dass er wisse, dass wir Bayern, dem Tourismus und dem ländlichen Raum einen wichtigen Dienst erweisen. „Und deswegen habt ihr die Rückendeckung der Bayerischen Staatsregierung. Ich biete weitere Zusammenarbeit an – auf Augenhöhe, mit Respekt“, so der Minister. Alle angesprochenen Punkte würden „schlicht und einfach“ abgearbeitet werden, da Bayern ohne die Unterstützung von uns Gastgebern nicht funktionieren könne. „Bayern ist ein Land der Gastgeber. Ich wünsche mir, dass wir nicht mehr ein Land der unbegrenzten Bürokratie sind, sondern ein Land der Möglichkeiten werden“, schloss Söder.

„Einzelne schwarze Schafe dürfen nicht die Richtung der Überprüfungen bestimmen“

DIE WIRTSCHAFT IN DER HEIMAT LASSEN:

DIE 100 BESTEN HEIMATWIRTSCHAFTEN

DIE IDEE: WIRTSCHÄUSER UND GASTSTÄTTEN SIND EIN LEBENDIGES SYMBOL BAYERISCHER LEBENSART. SIE PRÄGEN MIT IHRER GESCHICHTE, TRADITION UND SOZIALEN BEDEUTUNG DEN LÄNDLICHEN RAUM IN BAYERN – SIE SIND ZENTRALER BESTANDTEIL UNSERES HEIMATGEFÜHLS. GLEICHWOHL IST DIE ZAHL DIESER „HEIMATWIRTSCHAFTEN“ IN DEN LETZTEN JAHRZEHNEN ZURÜCKGEGANGEN. VIELE BETREIBER STEMMEN SICH GEGEN DIESEN TREND UND SETZEN AUF INNOVATIVE, UNKONVENTIONELLE KONZEPTE. DAMIT BEWAHREN SIE DEN CHARME DER „HEIMATWIRTSCHAFTEN“ UND TRAGEN DAZU BEI, EIN EINZIGARTIGES STÜCK BAYERISCHER LEBENSKULTUR ZU ERHALTEN.



Preise werden an die 100 besten „Heimatwirtschaften“ in Bayern verliehen. Die Wettbewerbsgewinner werden im Mai 2018 im Rahmen einer feierlichen Veranstaltung mit einem Preisgeld von 1.000 Euro, dem Gütezeichen „100 beste Heimatwirtschaften“, mit einer Urkunde, die von Staatsminister Dr. Markus Söder und DEHOGA Präsidentin Angela Inselkammer überreicht wird, sowie einem Bild der Prämierung ausgezeichnet.

Bewerben können sich alle „Heimatwirtschaften“ mit regelmäßigen Öffnungszeiten einer Gemeinde im ländlichen Raum (nach LEP 2013). Über die Vergabe entscheidet eine Jury, die sich aus Markus Söder, Angela Inselkammer sowie Monika Poschenrieder, Vorsitzende des Fachbereichs Gastronomie des DEHOGA Bayern, zusammensetzt.

Bewerbungen sind elektronisch an
heimatwirtschaften@stmflh.bayern.de

oder
per Post an das
Bayerische Staatsministerium der Finanzen,
für Landesentwicklung und Heimat
Referat 52, Stichwort „Heimatwirtschaften“
Odeonsplatz 4, 80539 München

oder
per Telefax an 089 / 2306 2805 zu senden
Für die Bewerbung ist der unter www.heimat.bayern/heimatwirtschaften
oder www.dehoga-bayern.de per Word-Datei abrufbare
Bewerbungsbogen zu verwenden.

Ilse Aigner ist seit Oktober 2013 Bayerische Staatsministerin für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie sowie stellvertretende Bayerische Ministerpräsidentin. Von 2008 bis 2013 war sie Bundesministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz in Berlin. Bevor sie 1994 Mitglied des Bayerischen Landtags wurde, war sie als Elektrotechnikerin bei Eurocopter an der Entwicklung von Systemelektrik für Hubschrauber beteiligt.

Interview mit Staatsministerin Ilse Aigner

„Das Gastgewerbe ist gelebte bayerische Tradition und Heimat“



Frau Aigner, wie schätzen Sie die Bedeutung des Gastgewerbes für Bayern ein?

Bayern ist im wahrsten Sinne des Wortes ein echtes Gastgeber-Land: Für Menschen aus aller Welt ist der Freistaat das beliebteste Reiseziel in Deutschland. Entsprechend hoch ist die Wertschöpfung der Branche und entsprechend bedeutsam ist der Tourismus insgesamt für den bayerischen Wirtschaftsstandort, für den Arbeitsmarkt und das Ausbildungsangebot – gerade auch im ländlichen Raum. Besonders leistungsstark sind unsere rund 40.000 gastgewerblichen Betriebe: Allein 2016 erwirtschafteten sie einen Umsatz von rund 15,8 Milliarden Euro. Das bayerische Gastgewerbe ist also mehr als ein Ausdruck bayerischer Lebensart, es ist von wichtiger regionalwirtschaftlicher, arbeitsmarkt- und gesellschaftspolitischer Bedeutung. Dessen ist sich die Bayerische Staatsregierung bewusst. Wir unterstützen die Branche deshalb seit Jahren auf vielfältige Weise: Im Rahmen der Regionalförderung stellen wir Mittel für wichtige Einzelprojekte bereit, bieten durch das bayerische Mittelstandskreditprogramm vergünstigte Darlehen an

und werben im In- und Ausland aktiv für Bayern als Urlaubs- und Reiseland.

Vor welchen Herausforderungen steht die Branche in der Zukunft?

Die Digitalisierung etwa bietet enorme Chancen, stellt Betriebe aber auch vor die Notwendigkeit, in neue Technologien und Möglichkeiten zu investieren. Wir haben deshalb das Förderprogramm Digitalbonus.Bayern aufgelegt, mit dem Unternehmen bei Investitionen in eine zukunfts-fähige Soft- und Hardware unterstützt werden.

Ein zentrales Thema auch im Gastgewerbe ist die Unternehmensnachfolge. Bayernweit und über alle Branchen verteilt ist bereits ein gutes Viertel aller Unternehmer älter als 55 Jahre, Tendenz steigend. Im Freistaat standen und stehen in den Jahren 2014 bis 2018 rund 24.000 Betriebe mit über 350.000 Arbeitsplätzen vor einem Generationswechsel. Darunter zahlreiche Betriebe des Gastgewerbes. Aus diesem Grund ist das Thema Unternehmensnachfolge ein zentraler Baustein bayerischer Wirtschafts- und

Mittelstandspolitik. Zahlreiche Förderprogramme und Unterstützungsmaßnahmen des Bayerischen Wirtschaftsministeriums, der Kammern und anderer Einrichtungen begleiten den Nachfolgeprozess. Der Bund und das Land Bayern behandeln zudem Unternehmensnachfolger förderrechtlich wie Existenzgründer. Damit steht dem Unternehmer für die Finanzierung seines Einstiegs die gesamte Palette der Existenzgründerförderung zur Verfügung. Voraussetzung für den erfolgreichen Übergang sind vor allem frühzeitige und aktive Planung sowie die Einbindung von Experten. Das Bayerische Wirtschaftsministerium bietet daher eine entsprechende Coaching-Förderung für eine umfassende Beratung für potentielle Unternehmensnachfolger an. Wir müssen das Thema Unternehmensnachfolge jedoch noch stärker im Bewusstsein unseres Mittelstandes verankern. Deshalb habe ich kürzlich zusammen mit unseren Partnern aus der Wirtschaft eine Nachfolgeoffensive gestartet. Unter dem Motto ‚Offensive Unternehmensnachfolge. Bayern – Nachfolge planen, Erfolg sichern‘ werben wir verstärkt für das breit gefächerte Unterstützungsangebot, und wir vernetzen



und koordinieren die Akteure, Maßnahmen und Veranstaltungen noch effektiver. Grundlage für die Neuausrichtung sind die Ergebnisse einer Studie zum Nachfolgegeschehen in Bayern, die ich auf der Auftaktveranstaltung am 20. November dieses Jahres unserer Offensive vorgestellt habe. Ich bin zuversichtlich, dass wir mit dieser gemeinsamen Anstrengung Unternehmer für eine frühzeitige Nachfolgeplanung sensibilisieren können und die Aufmerksamkeit für dieses wichtige Thema erhöhen. Denn eine gelungene Unternehmensübergabe stellt nicht nur die Krönung einer erfolgreichen Unternehmerbiografie dar, sie sichert auch die Zukunft der entscheidenden Betriebe und Arbeitsplätze.

Gibt es neben der Nachfolgefrage weitere Hürden, die es zu meistern gilt?

Viele Unternehmer beschäftigen der steigende Fachkräftebedarf. Laut dem jüngsten IHK Fachkräftereport fehlen bereits in diesem Jahr über alle Wirtschaftsbereiche in Bayern hinweg rund 227.000 Fachkräfte; bis 2030 soll die Zahl auf über 400.000 steigen. Beim Nachwuchs sieht es ähnlich aus: Im laufenden Jahr konnten 12.000 Lehrstellen nicht besetzt werden. Daher unterstützt das Bayerische Wirtschaftsministerium die Fachkräftegewinnung mit zahlreichen regionalen und branchenspezifischen Initiativen: Alleine im Zeitraum 2012 bis 2016 stellte das Bayerische Wirtschaftsministerium insgesamt Mittel in Höhe von rund 142 Millionen Euro für die Förderung der überbetrieblichen beruflichen Bildung, Bildungsstätten-Investitionen sowie Aus- und Fortbildungsmaßnahmen,

im Bereich der bayerischen IHKs, HWKs sowie gemeinnütziger Bildungsträger bereit.

Welche weiteren Möglichkeiten gibt es, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken?

Wir haben gemeinsam mit den bayerischen IHKs und HWKs die Imagekampagne „Ausbildung macht Elternstolz“ gestartet um Eltern für Chancen und Möglichkeiten einer beruflichen Ausbildung für ihre Kinder zu sensibilisieren. Ab diesen Herbst führen wir die Kampagne um weitere zwei Jahre fort.

Das Bayerische Wirtschaftsministerium bringt sich als Partner der „Allianz für starke Berufsbildung in Bayern“ mit der bayernweiten Woche der Aus- und Weiterbildung ein. Bereits Anfang 2016 fand auf Initiative des Wirtschaftsministeriums unter dem Dach der Allianz eine erste bayernweite Woche der Aus- und Weiterbildung statt. Rund 6.500 Schüler, junge Erwachsene und Eltern nutzten dabei das vielfältige Angebot, um sich über die Potenziale und Herausforderungen der Aus- und Weiterbildung in Bayern zu informieren und sich in Werkstätten einen ersten Eindruck von spannenden Berufsfeldern zu verschaffen. Die nächste „Woche“ findet vom 26. Februar bis 4. März 2018 statt.

Darüber hinaus hat die Staatsregierung am 24. Juli dieses Jahres gemeinsam mit den Partner der „Allianz für starke Berufsbildung in Bayern“ den „Pakt für Berufliche Bildung“ unterzeichnet. Dieser sieht neben einer Erhöhung des Meisterbonus von 1.000 auf 1.500 Euro ab 2018

unter anderem die Bereitstellung weiterer 10 Millionen Euro in 2018 für die Förderung der überbetrieblichen Bildungsstätten sowie die Unterstützung von Exzellenzzentren für berufliche Bildung und die Stärkung der Unterrichtsversorgung an den beruflichen Schulen vor.

Gleichzeitig vertritt das Bayerische Wirtschaftsministerium den Freistaat im Rahmen der Bund-Länder-Arbeitsgruppe „Fachkräftemangel im Hotel- und Gaststättengewerbe“, die aktuell nach der letzten Wirtschaftsministerkonferenz eingerichtet wurde.

Zum Abschluss: Was ist Ihrer Meinung nach das Besondere am bayerischen Gastgewerbe?

Das mittelständisch geprägte Gastgewerbe in Bayern zeichnet sich durch einen überdurchschnittlichen Gründerdynamik, eine hohe Teilzeitquote und eine enorme Integrationsfähigkeit aus. Mit knapp 400.000 Beschäftigten und rund 10.000 Auszubildenden ist es zudem ein wichtiger Arbeitgeber und spielt gerade in strukturschwachen Gegenden eine oftmals existentielle Rolle für Wachstum und Wohlstand. Dieser Bedeutung bin ich mir als Wirtschafts- und Tourismusministerin voll bewusst. Daher ist es mir wichtig, optimale Rahmenbedingungen zu setzen und künftige Herausforderungen frühzeitig gemeinsam anzupacken.

Denn das Gastgewerbe ist nicht nur Bayerns Visitenkarte für Gäste aus aller Welt. Das Gastgewerbe ist auch gelebte bayerische Tradition und Heimat.



Wir machen Betten
für die besten Hotels der Welt...
...am liebsten für Sie


Muehldorfer
WIR MACHEN BETTEN SEIT 1920



„ES GIBT KEINE EFFEKTIVERE WERBUNG ALS DIE POSITIVE BEWERTUNG EINES ZUFRIEDENEN MITARBEITERS“

DIPL.-KFM. THOMAS KNOPF IST GESCHÄFTSFÜHRER BEI ACCONSIS IN MÜNCHEN. DER ERFAHRENE STEUERBERATER HAT SICH FÜR „GASTGEBER BAYERN“ AUSREICHEND ZEIT GENOMMEN, UM AUF EINIGE BRANCHENFRAGEN DIE RICHTIGEN ANTWORTEN ZU GEBEN.



Herr Knopf, das Wirtesterben stellt die gesamte Gastronomiebranche in Zukunft vor große Herausforderungen. Ist eine Offensive mit Betriebsnachfolgemodellen eine Lösung gegen das Wirtesterben? Was ist bei der Betriebsnachfolge zu beachten?

Das Wirtshaussterben ist kein neues Phänomen sondern ein Prozess, der schon seit geraumer Zeit zu beobachten ist, jedoch sicherlich auch die Zukunft der regionalen Gastronomiekonzepte maßgeblich mitbestimmen wird. Hier sind die Ursachen im Personalmangel und der ausufernden

den Bürokratie zu suchen. Zusätzlich kommt dann oft auch noch die mangelnde Bereitschaft des Nachwuchses, sich im Familienbetrieb zu engagieren und diesen weiterzuführen.

Die Organisation der Betriebsnachfolge stellt für viele eine enorme Hürde dar und wird deshalb stiefmütterlich behandelt und zu lange vor sich her geschoben. Dieses Thema aber muss frühzeitig in Angriff genommen werden. Eine gute Nachfolgeplanung braucht Begleitung und Coaching. Das Zusammenführen von Generationen sollte idealerweise von einer neutralen Instanz moderiert und unterstützt werden. So werden mögliche familieninterne Emotionen und Streitpunkte viel besser ausgeglichen. Acconsis ist interdisziplinär aufgestellt und kann ganzheitlich beraten. So können Interessen und Konzepte von Übergebern und Übernehmern berücksichtigt und die Zukunftsfähigkeit des Gastronomiebetriebs oder des Hotels gesichert werden.

Die bayerische Hotellerie und Gastronomie steht vor vielen weiteren Herausforderungen, die in Zukunft zu bewältigen sind. Der Fachkräftemangel ist ein zentrales Thema. Mit welchen Lösungen können Dienstleister wie Acconsis den Betrieben diese Themen entschärfen?

In der Tat ist der Fachkräftemangel ein Problem, dem sich die Gastronomie und Hotellerie stellen muss. Wir raten dazu, sich auf das vorhandene Mitarbeiterpotential zu konzentrieren bzw. auf ein gesundes Arbeitsklima und auf eine gut strukturierte Personalpolitik zu achten. Lösungen sind individuelle Arbeitszeitmodelle, ein konsequentes Weiterbildungsangebot und Unterstützung bei der Wohnungssuche. Nicht zu unterschätzen ist auch die „Empfehlung“, denn es gibt kaum eine effektivere Werbung als die positive Bewertung eines zufriedenen, begeisterten Mitarbeiters, der in seinem Bekanntenkreis dann einen potentiellen Mitarbeiter für seinen Arbeitgeber vermittelt.

Das ausführliche Interview ist abrufbar auf www.acconsis.de.



Studie der IW Consult

Zukunftsfähige Wertschätzung

Die aktuelle Studie der IW Consult ist Rückenwind für das deutsche Hotel- und Gaststättengewerbe und dokumentiert valide die Wirtschaftskraft der Branche. 2016 waren im Jahresdurchschnitt 1,873 Millionen Personen im Gastgewerbe beschäftigt, der Branchenumsatz lag bei 80,9 Milliarden Euro. Jeder 17. Arbeitsplatz in Deutschland hängt direkt, indirekt oder induziert vom Gastgewerbe ab. Zudem gehören Gastronomie und Hotellerie zu den ausbildungsstärksten Branchen. Das Gastgewerbe in Deutschland ist jedoch gleichzeitig von einem starken Verdrängungswettbewerb und einem hohen Kostendruck geprägt. So wachsen die Arbeitskosten in jüngster Zeit schneller als die Produktivität. Das verringert die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe. Die Unternehmen des Gastgewerbes, so die Studie, sind jedoch nicht nur ein bedeutender Wirtschaftsfaktor, sondern haben darüber hinaus eine hohe Bedeutung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Attraktivität der Region. So trägt das Gastgewerbe überdurchschnittlich zur Beschäftigung in dünn besiedelten ländlichen Regionen bei. Die Betriebe sind Begegnungsstätten und damit Orte, an denen Menschen zusammenkommen und ihre Freizeit verbringen. Die Ergebnisse einer Bevölkerungsbefragung zeigen, dass eine deutliche Mehrheit die Beiträge des Gastgewerbes zum sozialen Zusammenhalt erkennt, diese würdigt und wertschätzt. Um genau darum geht es – um Wertschätzung. Und zur Wertschätzung gehört, die Fakten zu kennen.



Die gesamte Studie ist online abrufbar: https://www.dehoga-bundesverband.de/fileadmin/Startseite/06_Presse/Pressemitteilungen/IW_Studie/Studie_IW_Consult_2017_Bedeutung_des_Gastgewerbes_final.pdf

Bevölkerungsumfrage bestätigt Beitrag für den gesellschaftlichen Zusammenhalt

Die Betriebe im Gastgewerbe ...

... sind ein wichtiger
Kommunikationstreffpunkt

59,3 %

... machen die Region
lebendiger und dynamischer

58,4 %

... machen die Region
lebendiger und dynamischer

60 %

... fördern den
lokalen Zusammenhalt

45,6 %



Nutzung der Angebote des Gastgewerbes



Ausbildungsstarke
Branche

6,9%

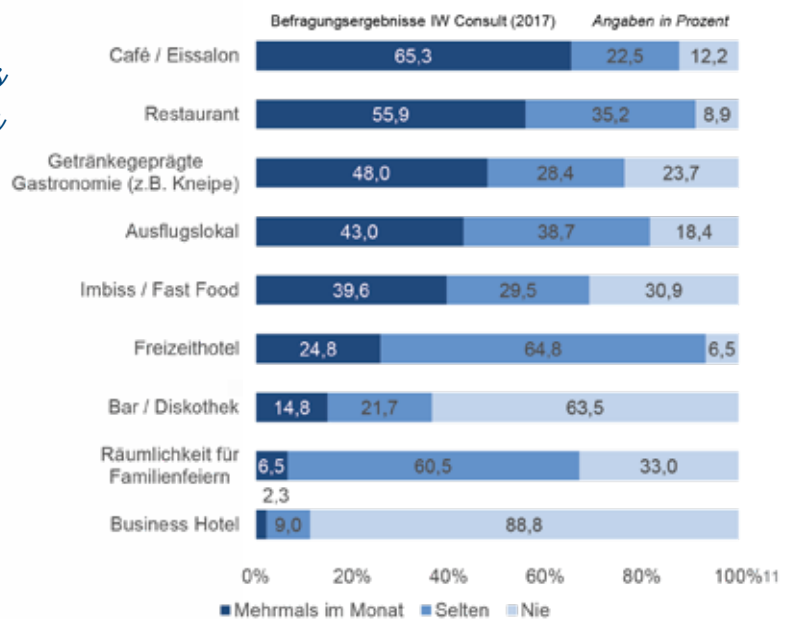
aller Azubis werden
im Gastgewerbe ausgebildet

Im Gastgewerbe
wird je

23,8

Beschäftigten ein
Lehrling ausgebildet

Gastgewerbe hat
hohe Bedeutung
für die Wohnort-
entscheidung

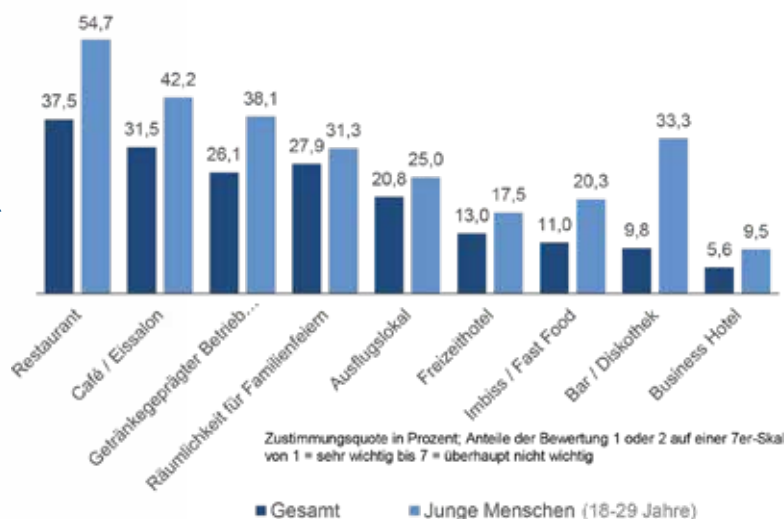
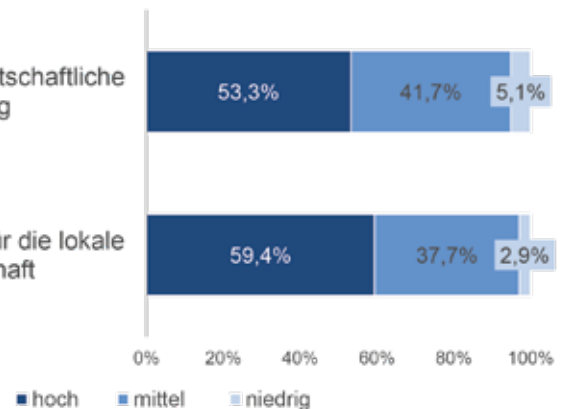


Positive Einschätzung der wirtschaftlichen Bedeutung des Gastgewerbes in der Bevölkerung

Das Gastgewerbe ...

... hat eine hohe wirtschaftliche Bedeutung

... ist wichtig für die lokale Wirtschaft



DIE ZUKUNFT IST NÄHER ALS MAN DENKT...

RELEVANTE GESETZLICHE ÄNDERUNGEN ZUM 1. JANUAR 2018

KASSENACHSCHAU

Ähnlich wie bei den bereits vorhandenen Nachschau zu Umsatzsteuer und Lohnsteuer wird es der Finanzverwaltung ermöglicht, ohne vorherige Ankündigung in den Geschäftsräumen des Unternehmens die Ordnungsmäßigkeit der Aufzeichnungen und Buchungen von Kasseneinnahmen und -ausgaben zu überprüfen. Dabei werden auch Beobachtungen der Kassen und Testeinkäufe durch die Finanzbeamten erfolgen, ohne dass sie ihren Dienstausweis vorlegen müssen. Sollen vom Unternehmer oder seinen Mitarbeitern Auskünfte erteilt oder Unterlagen ausgehändigt werden, so ist die Vorlage des Dienstausweises jedoch zwingend notwendig.

BETRIBSRENTENSTÄRKUNGSGESETZ

Das Betriebsrentenstärkungsgesetz soll dazu beitragen, Betriebsrenten insbesondere in kleinen Betrieben attraktiver und stärker zu verankern und damit Geringverdiener vor Altersarmut schützen. Geplant ist unter anderem eine steuerliche Förderung als Anreiz für Geringverdiener. Arbeitgeber erhalten einen direkten Steuerzuschuss von 30 Prozent, wenn sie Beschäftigten mit weniger als 2.200 Euro brutto eine Betriebsrente anbieten. Dafür müssen sie Beiträge zahlen – zwischen 240 bis 480 Euro jährlich.

GASTGEWERBE UND TOURISMUSWIRTSCHAFT IN EUROPA RUFEN ZUR LANGFRISTIGEN ANWENDUNG REDUZierter MEHRWERTSTEUERSÄTZE AUF

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. Nähere Infos auch unter www.fairschmecktsbesser.de.

ABGABEFRISTEN STEUERERKLÄRUNG

Ab dem Steuerjahr 2018 gilt eine neue Frist für alle Steuererklärungen: Diese müssen dann erst bis zum 31. Juli des Folgejahrs (für die Steuererklärung 2018 also bis zum 31. Juli 2019) beim Finanzamt eingehen. Wenn man einen Steuerberater mit der Erstellung der Steuererklärung beauftragt, hat dieser künftig bis zum 28./29. Februar des übernächsten Jahres Zeit, die Steuererklärungen abzugeben. Für die Steuererklärung 2018 wäre also der 28./29. Februar 2020 Fristende.

OST-WEST RENTENANGLEICHUNG

Ab 2025 gilt bundesweit ein einheitliches Rentenrecht. Die Renten in Ost- und Westdeutschland werden in sieben Schritten angeglichen. Im ersten Schritt wird der Rentenwert Ost ab dem 1. Juli 2018 auf 95,8 Prozent des Westwerts gehoben, in den darauffolgenden Jahren um jeweils 0,7 Prozent. Zum 1. Juli 2024 beträgt der Rentenwert Ost dann 100 Prozent des Rentenwerts West.



BEITRAGSBEMESSUNGSGRENZEN SOZIALVERSICHERUNG

Die Beitragsbemessungsgrenzen im Jahr 2018 steigen in der gesetzlichen Kranken- und Pflegeversicherung von 4.350 auf 4.425 Euro (1,7%), in der Renten- und Arbeitslosenversicherung von 6.350 auf 6.500 Euro (2,3%) im Westen und von 5.700 auf 5.800 Euro (1,7%) im Osten im Monat (gemäß „Verordnung über maßgebende Rechengrößen in den Sozialversicherungen 2018“).

NEUES MUTTERSCHUTZGESETZ

Die Schutzfrist von sechs Wochen vor und acht Wochen nach der Geburt des Kindes soll künftig auch für Schülerinnen und Studentinnen gelten. Arbeitgeber sollen künftig für jeden Arbeitsplatz eine anlassunabhängige Gefährdungsbeurteilung – also egal, wer dort arbeitet und ob eine Mitarbeiterin schwanger ist – vornehmen. Jeder Arbeitsplatz soll daraufhin überprüft werden, ob hier besondere Schutzbedürfnisse für schwangere oder stillende Frauen bestehen. Zusätzlich sollen vertiefte Gefährdungsbeurteilungen für den individuellen Arbeitsplatz der betreffenden Mitarbeiterin vorgeschrieben werden. Bislang gilt das nur für Arbeitsplätze, an denen mit möglicherweise belastenden chemischen, biologischen oder physikalischen Stoffen gearbeitet wird. Bis die Gefährdungsbeurteilung erfolgt ist, sollen schwangere Frauen nicht mehr arbeiten müssen. Es besteht allgemeines Beschäftigungsverbot für werdende Mütter, die Arbeiten in einem vorgegebenen Zeittempo erledigen sollen. Die aktuell geltenden Regelungen schließen die Beschäftigung von Schwangeren nur für Fließband- und Akkordarbeit aus und erlauben somit das Arbeiten in einem langsamen vorgegebenen Zeittakt. Die Regelungen zur Mehr- und Nacharbeit wurden neugefasst. Frauen bekommen mehr Mitspracherecht bei der Gestaltung der Arbeitszeit. Auch für Frauen, die nach der zwölften Schwangerschaftswoche eine Fehlgeburt erleben, soll künftig ein Kündigungsschutz gelten. Die Mutterschutzfrist nach der Geburt wird von acht auf zwölf Wochen verlängert werden, wenn eine Frau ein Kind mit Behinderung zur Welt bringt.

**NEUE GRENZEN FÜR
GERINGWERTIGE WIRTSCHAFTSGÜTER**

Zum 1. Januar werden die Grenzen für geringwertigen Wirtschaftsgüter (GWG) angehoben. Danach ergeben sich für den Sofortabzug für GWG folgende Höchstwerte.

Nettopreis	Umsatzsteuer	Bruttopreis
800 €	152 € (19% USt.)	952 €
800 €	56 € (7% USt.)	856 €

**MINDESTLOHN:
AB 2018 KEINE AUSNAHMEN MEHR**

Ab Januar 2018 gilt der gesetzliche Mindestlohn ausnahmslos in allen Branchen. Im Zeitraum vom 1. Januar 2017 bis zum 31. Dezember 2017 galt eine Übergangsfrist für Betriebe, um diese Regelung umzusetzen.

**ERWERBSMINDERUNGSRENTE**

Die Erwerbsminderungsrenten lagen 2016 bei voller Erwerbsminderung zwischen 704 und 792 Euro im Monat. Die Teilerwerbsminderungsrente lag zwischen 366 und 438 Euro im Schnitt im Monat. Doch das wird sich ab dem 1. Januar 2018 ändern. Wer künftig von Erwerbsminderung betroffen ist, wird schrittweise bis 2024 eine durchschnittlich bis zu sieben Prozent höhere Erwerbsminderungsrente erhalten. Dabei sollen all jene, die schon in jungen Jahren ihren Beruf nicht mehr voll ausüben können, bei der Rente so behandelt werden, als wären sie bis zum Alter von 65 Jahren voll erwerbstätig gewesen sein. Diese Zurechnungszeit wurde zuletzt 2014 von 60 auf 62 Jahre erhöht und steigt demnach nun von 62 auf 65 Jahre.

Bei offenen Fragen zu den aktuellen Gesetzesänderungen hilft Ihnen gerne der DEHOGA Bayern weiter: E-Mail info@dehoga-bayern.de
Tel. +49 89 28760-0

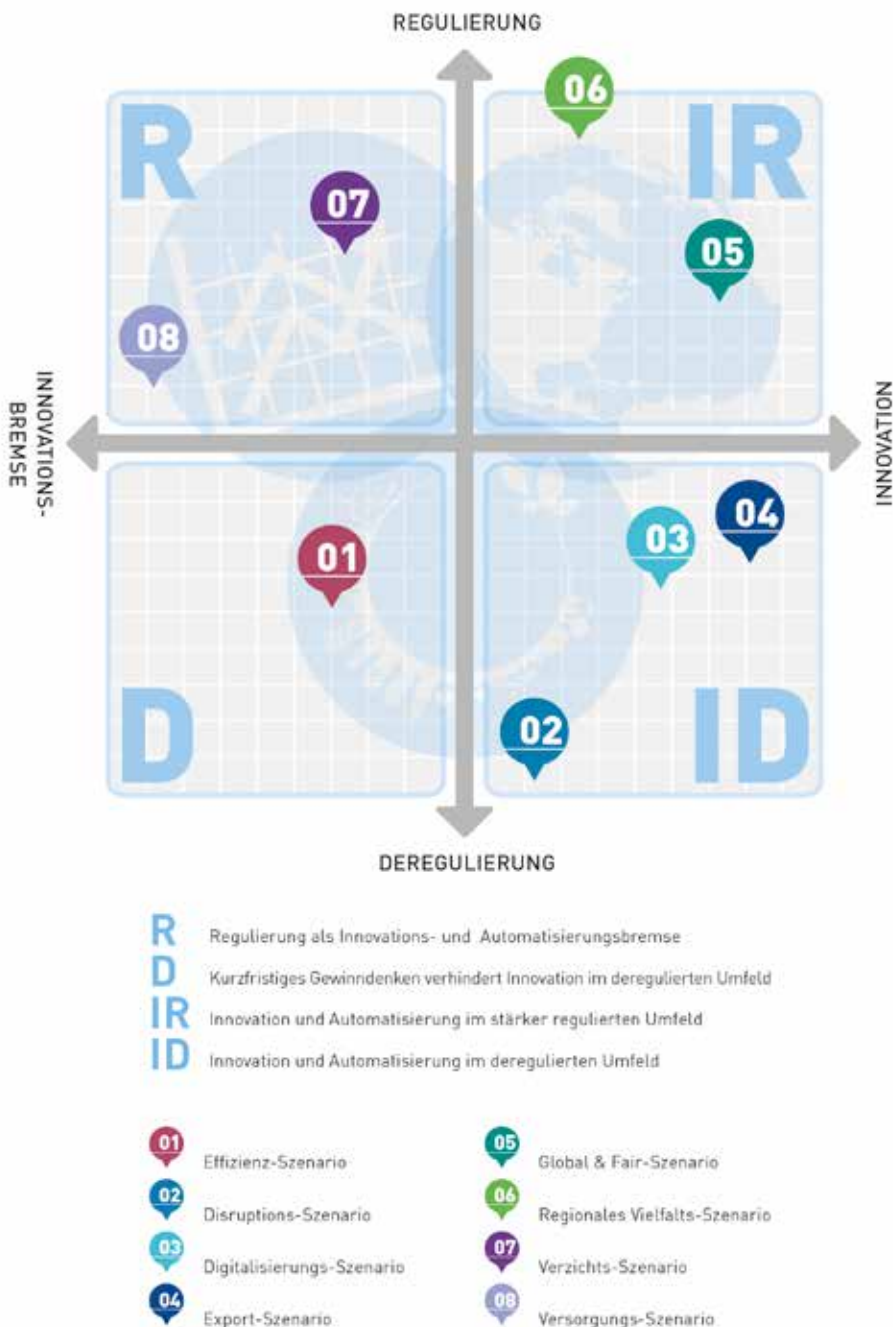
Die Szenarien wurden vom Cluster Ernährung beauftragt. An der Entwicklung war ein Team aus 17 Personen beteiligt, das für jedes Szenario 21 relevante Schlüsselfaktoren identifiziert und die Entwicklungsalternative zu denkbaren Zukunftsbildern zusammengeführt hat. Die acht Szenarien wurden auf einer „Landkarte der Zukunft“ abgebildet.



Die Studie steht zum Download unter <https://www.cluster-bayern-ernaehrung.de/innovation/innovationsveranstaltungen/zukunftstage-lebensmittel.html>.

WAS ESSEN WIR 2030?

Wer wissen will, was die Zukunft bringt, sollte nicht in den Rückspiegel schauen – sondern sich nicht nur eine, sondern lieber mehrere „Zukünfte“ vorstellen. Zu diesem Zweck wurden acht verschiedene Szenarien zur Ernährungswirtschaft von morgen erarbeitet.



Landkarte der Zukunft

Die acht Szenarien bieten einen Überblick, wie unsere „Zukünfte“ aussehen könnten. Sie wurden auf einer „Landkarte der Zukunft“ einsortiert, die durch zwei Hauptachsen unterteilt ist. Diese behandeln die folgenden zwei Kernfragen:

- Wie stark greift die Politik in das Lebensmittelumfeld ein? Je stärker der politische Einfluss und damit verbunden die Regulierung, desto weiter oben sind die Szenarien angesiedelt.
- Wie innovativ ist die Lebensmittelwirtschaft? Szenarien, die als hoch innovativ eingeordnet werden, befinden sich auf der Landkarte auf der rechten Seite.

Ziel der Szenarien ist es nicht, die Zukunft vorherzusagen, sondern sich drei, vier verschiedene Zukünfte vorstellen und entsprechend planen zu können. Nachfolgend werden zwei Szenarien mit ihren Auswirkungen vorgestellt.

Beispiel-Szenario 02: Nahrungsaufnahme rein rational betrachtet

Das Disruptions-Szenario 02 ist eine Zukunft der extremeren Art und auf der Landkarte ganz unten angesiedelt. Bei diesem Szenario spielt Essen eine ganz andere Rolle als heute: Durch die weitgehende Digitalisierung von Gesellschaft und Ernährungswirtschaft bleibt wenig Raum für Differenzierung. Innovationen werden durch Unternehmen vorangetrieben. Die typischen Verbraucher sind mobil, denken rational, essen viel außer Haus, betrachten Essen aber vorrangig als Energieaufnahme und nicht als Ausdruck des persönlichen Lifestyles. Bei diesem Szenario spielt die Außer-Haus-Verpflegung zwar eine wichtige Rolle, aber Genuss, regionale Produkte und Individualisierung sind eher unbedeutend.

Das Restaurant dieser Zukunft ist effizient, verfügt über eine geringe Speisenauswahl und die Arbeitsabläufe sind größtenteils automatisiert.

Beispiel-Szenario 05: Global und fair zugleich

Beim Global&Fair-Szenario 05 spielen Werte hingegen eine große Rolle – die dahinterstehende Warenlogistik ist aber eine globale. Bei diesem Szenario treffen Moral und Individualisierung zusammen. Kochen und Essen zu Hause wird wichtiger als die Außer-Haus-Verpflegung. Dafür lassen Konsumenten sich mit regional produzierten, gering verarbeiteten und allgemein fair gehandelten Produkten mit einer hohen Transparenz der Warenkette und Inhaltsstoffen erreichen. Sie wünschen sich individuelle Erlebnisse bei der Nahrungsaufnahme außer Haus. Das Restaurant dieser Zukunft muss hohe Qualitätsstandards, Transparenz und Tierwohlaspekte bedienen. Zudem ist ein hohes Maß an individuell zusammenstellbaren Gerichten notwendig, um die Gäste vom heimischen Tisch ins Restaurant zu locken.

BRANCHENTREFFPUNKT IN STUTTGART WÄCHST WEITER

WEITERE
INFOS UNTER
WWW.INTERGASTRA.DE
#INTERGASTRA18

Volles Haus zur Intergastra 2018

ZWEI MONATE VOR DEM START DER INTERGASTRA 2018 ZEICHNET SICH AB, DASS DIE BEDEUTUNG DES BRANCHENTREFFPUNKTS FÜR GASTRONOMIE UND HOTELLERIE WEITER WACHSEN WIRD. WAS DIE MESSE SO BESONDERS MACHT? DER MUT, ANDERS ZU SEIN. DER DRANG, ETWAS NEUES AUSZUPROBIEREN UND SICH ALS INNOVATIVE GASTROMESSE ZU POSITIONIEREN. AUF DER INTERGASTRA KÖNNEN AUSSTELLER WIE BESUCHER AUS DEM VOLLEN SCHÖPFEN, IHRER PHANTASIE FREIEN LAUF LASSEN UND GROSSE VIELFALT AN TRENDS IM GASTROBUSINESS ERLEBEN.



Die Intergastra 2018 erfreut sich einer starken Nachfrage. Schon jetzt zeichnet sich ab, dass wir trotz Flächenwachstum an unsere Kapazitätsgrenze kommen werden. Die gute Buchungslage spiegelt den optimistischen Blick der Branche und die gute Konjunkturlage wider – auch wenn die Rahmenbedingungen teilweise schwieriger geworden sind“, sagt Messegeschäftsführer Ulrich Kromer von Baerle. „Wir freuen uns, dass wir mit der Erweiterung des Messegeländes um die Paul Horn Halle (Halle 10) den über 1.300 erwarteten Intergastra-Ausstellern mehr Ausstellungsfläche und den Besuchern ein noch vielfältigeres und breiteres Angebot bieten können“, so Kromer von Baerle.

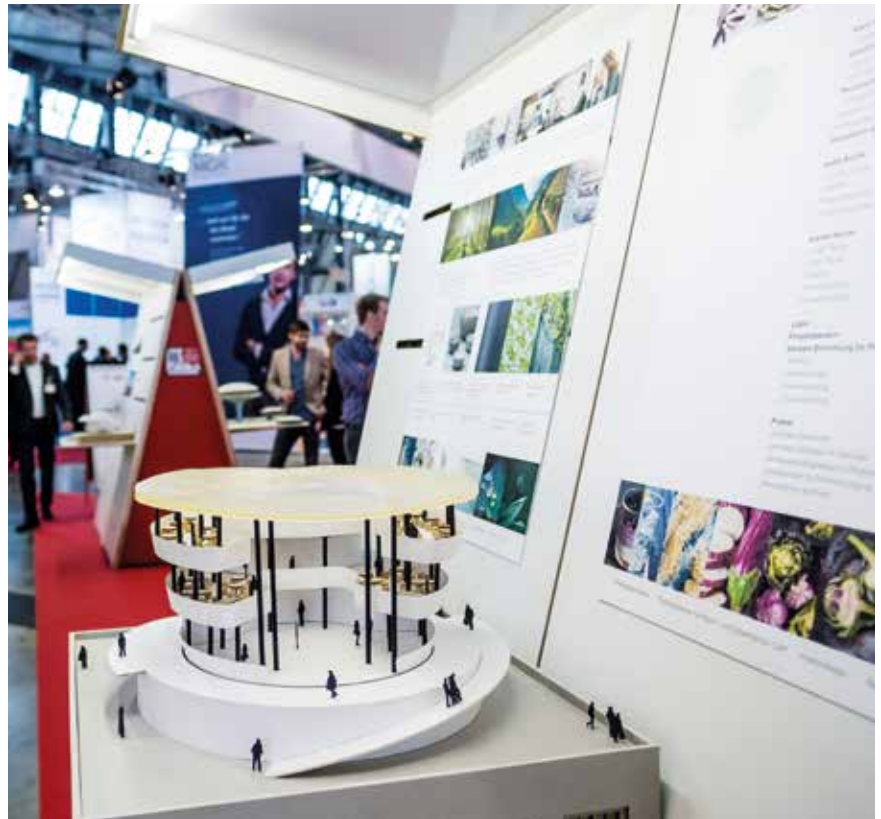
Ein wesentlicher Faktor für die Erfolgsgeschichte der Intergastra in den letzten Jahren ist das facettenreiche Angebot der Veranstaltung. Fokus Hotel, Stuttgart Coffee Summit, Innovationspreis, die Gründerplattform Newcome, verschiedene Wettbewerbe, ein breit gefächertes DEHOGA-Bühnenprogramm mit Diskussionen und Vorträgen – die Liste der Sonderflächen und Rahmenprogrammpunkte während der Intergastra ist lang. Doch wo passiert was, und welche Termine dürfen die rund 100.000 erwarteten Besucher auf keinen Fall verpassen?

Pflichttermin für Gründer und Innovatoren: Die Zukunftswerkstatt

Auf mehr als 1.000 Quadratmetern finden Besucher unter dem Dach der Zukunftswerkstatt ein spannendes Programm mit Ausstellungen und Vorträgen, Diskussionen und Möglichkeiten zum Netzwerken. Auf der Sonderfläche Newcome etwa zeigen Start-ups ihre Produkte und Dienstleistungen. Ebenfalls im Bereich der Zukunftswerkstatt finden sich die Ergebnisse des Wettbewerbs „Restaurant der Zukunft“, mit dem sich die Messe richtungsweisend bei der Gestaltung der Gastronomie von übermorgen einbringt. In einer eigenen Konzeptwerkstatt werden Gastro Shop-in-Shop-Lösungen für den Handel gezeigt. Außerdem wird bereits zum zehnten Mal der Intergastra Innovationspreis verliehen, der herausragende Konzepte aus den Bereichen Küchentechnik, Design, Food und Beverage, Objekt- und Facilitymanagement, Nachhaltigkeit und Produktivität sowie Verkaufsförderung auszeichnet.

Alles, was das Hotelier-Herz begehrt

Komplett auf die Bedürfnisse der Hotelbranche zugeschnitten ist der Themenpark Fokus Hotel,



der sich 2018 in neuem Design und auf einer größeren Fläche präsentiert. Hier werden nicht nur spezifische Angebote, Produktinnovationen und Lösungskonzepte für Hoteliers vorgestellt, sondern es finden auch regelmäßige Panel-

diskussionen zu Themen wie Hotelrends, der Verbindung zwischen Gastronomie und Hotel, Chancen und Risiken von Buchungs- und Bewertungsportalen oder Best-Practice-Beispielen statt.



FROM BEAN TO CUP

Alles rund um die Kaffeebohne erfahren Besucher auf dem 4. Stuttgart Coffee Summit, einem der wichtigsten Treffen europäischer Kaffee-Professionals, der gemeinsam mit Coffee Consulate organisiert wird. Dabei geht es nicht nur um Trendthemen wie Cold Brew oder Pour Over, sondern um die ganzheitliche Wertschöpfungskette des schwarzen Goldes von der Bohne bis in die Tasse. Im Röster- und Maschinenpark haben Interessierte die Möglichkeit, Top-Hardware hautnah zu erleben, und natürlich kann man die verschiedenen Spezialitäten auch im Rahmen von Cuptastings probieren. Ein spannendes Aktionsprogramm mit Vorträgen, Wettbewerben und Workshops rundet das Angebot des Stuttgart Coffee Summit ab.



INTERGASTRA

Die ganze Welt des Gäste-Business
3.–7.2.2018 | Messe Stuttgart

MIT DEM BUS DER KREISSTELLE GEMEINSAM ZUR INTERGASTRA

Mit dem Bus kostenlos zur Intergastra: Diesen Service bieten viele DEHOGA-Kreisstellen in Bayern ihren Mitgliedern auch 2018 wieder an. Dank Unterstützung durch den DEHOGA-Partner Metro ist dabei nicht nur die Fahrt, sondern auch der Messeintritt gratis. Melden Sie sich dafür bei Ihrem Metroansprechpartner. Außerdem ist die gemeinsame Fahrt nach Stuttgart eine gute Gelegenheit zum Erfahrungsaustausch unter Kollegen. DEHOGA-Kreis- und Bezirksstellen, die Busfahrten zur Intergastra anbieten, laden ihre Mitglieder persönlich ein. Folgende Abfahrtsorte waren bis Redaktionsschluss dieser Ausgabe bekannt: Aichach-Friedberg, Aschaffenburg, Donau-Ries, Kulmbach, Miltenberg, Ostallgäu, Neumarkt i.d.Opf., Rhön-Grabfeld, Günzburg/Neu-Ulm/Dillingen.

Wer nicht mit dem DEHOGA-Bus, sondern mit dem eigenen Fahrzeug oder mit dem Zug zur Messe fährt, hat als DEHOGA-Mitglied ebenfalls Vorteile: Statt 40 Euro zahlen Mitglieder an der Kasse für die Tageskarte nur 20 Euro. Wer die Tageskarte vorab online ordert, erhält sie als DEHOGA-Mitglied unter dem nachfolgenden Link für nur 15 Euro (regulärer Preis: 30 Euro): www.messe-stuttgart.de/mts/dehoga.

Auf die Plätze, fertig, los

Die Intergastra ist die ideale Adresse für Siegertypen, schließlich gibt es mehr als genug Wettbewerbe, an denen man teilnehmen kann. Ein zentraler Ort hierfür ist die Arena der Wettbewerbe im Atrium, wo neben dem Finale des Aramark Chefs' Cup auch Wettbewerbe der Deutschen Barkeeper Union oder Wettkämpfe der Meistervereinigung Gastronom ausgetragen werden. So sucht die Meistervereinigung Gastronom beispielsweise unter Auszubildenden „Die Besten 10 der MVG“, während es beim Wettbewerb „Modernist Buffet“ um die Kreation eines kalt-warmen Live-Bufferfs für zwölf Personen geht.

Auch auf der DEHOGA-Bühne in Halle 7 ist einiges geboten, unter anderem haben potenzielle Gastro-Gründerinnen und -Gründer die Chance, ihre Ideen in einem Elevator-Pitch an den Mann zu bringen. Inspiriert von einem dreiminütigen Fahrstuhlgespräch präsentieren sie ihre Konzepte auf der Showbühne renommierten Branchenexperten; die Sieger treten in weiteren Wettbewerben gegeneinander an, der 1. Preis im Landesfinale ist mit 3.000 Euro dotiert. Darüber hinaus ist die DEHOGA-Bühne über die gesamte Messedauer hinweg Dreh- und Angelpunkt für Vorträge, Shows, Siegerehrungen und Diskussionen zu Themen wie Mitarbeitermotivation, Hotelinnovationen oder Gastronomie im digitalen Wandel.

Und als ob das noch nicht genug wäre... Was tun, wenn selbst 115.000 Quadratmeter Messegelände nicht ausreichen? Exklusive Events von Partnern einfach parallel zur Messe stattfinden lassen! So ist 2018 erstmals der jährliche Branchentreff Gastro Vision mit einem Ableger in Stuttgart zu Gast. Im Rahmen der Gastro Vision Stuttgart werden in einem separaten Bereich täglich von 12 bis 19 Uhr, am letzten Messetag von 12 bis 17 Uhr, Innovationen und Trends vorgestellt und die Entscheider der Branche zusammengeführt.

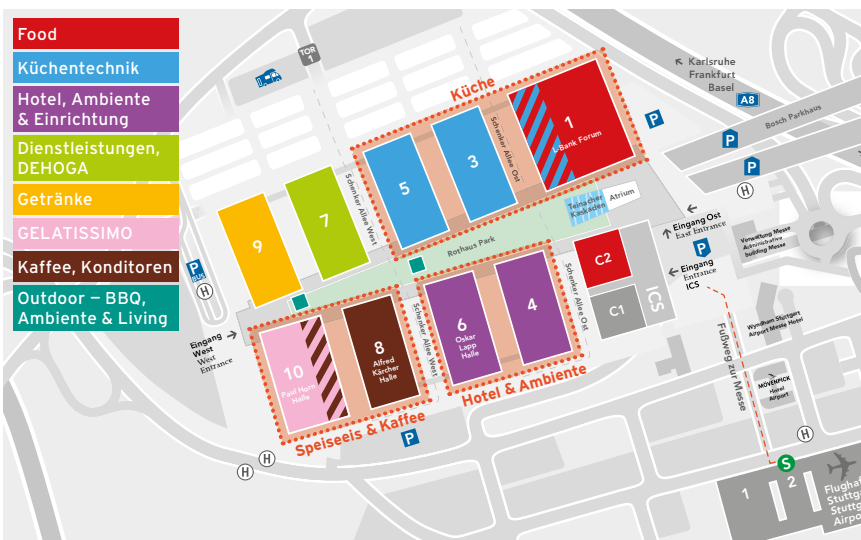
Ebenfalls parallel zur Intergastra findet in der Halle C2 die „Messe in der Messe“



Food-Special vom Service-Bund statt. Als eine der größten Großhandelsgruppen Deutschlands stellt das Unternehmen mehr als 100 Lieferanten und Eigenmarken vor. So wird neben verschiedenen Lösungen für Fleisch-, Fisch- oder Burgeroutlets beispielsweise auch das brandneue Heißgetränk konzept Sourcer erstmals präsentiert. Bestandskunden des Service-Bund erhalten vorab eine Einladung mit Eintrittskarte, die als Messticket dient, andere Interessenten lassen sich als Neukunden am Eingang zu Halle C2 registrieren.

ÜBER DIE INTERGASTRA:

Die ganze Welt des Gäste-Business – das ist der Anspruch der Intergastra, eine der wichtigsten europäischen Fachmessen für Gastronomie, Hotellerie und engagierte Gastgeber. Das umfassende Angebot auf über 100.000 Quadratmetern brachte 2016 knapp 100.000 Besucher mit rund 1.300 Ausstellern aus dem In- und Ausland zusammen. Und die Erfolgsgeschichte geht weiter: Mit dem Bau der neuen Messehalle 10 bietet die Messe ab 2018 mit 115.000 Quadratmetern noch mehr Platz für Innovationen und Trends. Damit wird die Veranstaltung diesem hohen Anspruch gerecht.



AUF EINEN BLICK:

Intergastra 2018
3. bis 7. Februar 2018,
Messe Stuttgart

Öffnungszeiten:
Samstag bis Dienstag 10 bis 18 Uhr
& Mittwoch 10 bis 17 Uhr

Preise:
30 Euro Online-Ticket
40 Euro Tageskasse

„RUNDER TISCH“ IN DER BAYERISCHEN STAATSKANZLEI

Am 13. November hat in der Bayerischen Staatskanzlei der „Runde Tisch“ des DEHOGA Bayern stattgefunden. Fast vier Stunden lang ging es unter Führung von Staatsminister Marcel Huber und Beteiligung des Entbürokratisierungsbeauftragten Walter Nussel um den Erhalt und die Zukunft des bayerischen Gastgewerbes.

Aus nahezu allen Ministerien haben Vertreter an der Debatte teilgenommen, um zu beratschlagen, wie es gelingen kann, dass Wirte in Bayern wieder weniger Zeit am Schreibtisch und stattdessen mehr mit ihren Gästen verbringen können. Bei dieser Gelegenheit legten Präsidentin Angela Inselkammer und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert den Ministerialen eine vollständige Bürokratie- und Themenliste mit ausgewählten Praxis-Beispielen sowie das Ergebnis einer Mitgliederbefragung vor. Zugleich wurden weitere Maßnahmen sowie konkrete Fördermöglichkeiten für den Erhalt der vielfältigen, oftmals kleinstrukturierten bayerischen Wirtshauskultur beraten. Ausführlicher Bericht folgt.



Foto: Bayerische Staatskanzlei



„FORUM JUNGE GASTGEBER“

Im Rahmen der Landesdelegiertenversammlung des DEHOGA Bayern wurde mit großer Mehrheit die Einführung des „Forums Junge Gastgeber“ beschlossen. Damit sollen junge Gastronomen und Hoteliers, potentielle Existenzgründer und engagierte Nachwuchskräfte genauso wie Szene-Gastgeber eine neue Plattform im DEHOGA Bayern finden. Erste Gespräche fanden gleich im Anschluss statt (v.l.): Konstantin Graf von Keyserlingk, Distillers Bar, München, Susanne Droux, Leiterin Forum Junge Gastgeber, Julia Schiffer, stellvertretende Leiterin Forum Junge Gastgeber, Nepomuk (Muk) Röhl, der in 11. Generation das älteste Wirtshaus der Welt, die Gaststätte Röhl in Eilsbrunn, führt, und Leo Dietz, Howdy GmbH und Peaches Bar in Augsburg, berieten über die Gründung des Forums.



FOOD SERVICE DISTRIBUTION

Die Zukunft der Belieferung

IM JAHR 2014 STARTETE DIE METRO DEUTSCHLAND DAS ZUKUNFTSWEISENDE BELIEFERUNGSKONZEPT FOOD SERVICE DISTRIBUTION (FSD). SEITDEM BAUT DAS UNTERNEHMEN DAS FSD-MODELL KONSEQUENT AUS – MIT NEUEN LIEFERDEPOTS, MODERNEN IT-LÖSUNGEN UND MASSGESCHNEIDERTEM SORTIMENT FÜR PROFIKUNDEN. ZIEL IST ES, WEITERE MARKTANTEILE ZU GEWINNEN, DIE KUNDENZUFRIEDENHEIT ZU ERHÖHEN SOWIE DIE PROZESS- UND LOGISTIKKOSTEN ZU REDUZIEREN.



Einfach online, per Anruf, E-Mail oder Fax die benötigten Waren bestellen und innerhalb von 24 Stunden bis zum Betrieb liefern lassen – immer mehr Gastronomiekunden schätzen die Vorteile der Belieferung. Bereits seit 2009 bietet Metro Deutschland einen bundesweiten Lieferservice. Zu Beginn war jeder einzelne Markt für die Abwicklung der Bestellvorgänge zuständig. Dann übernahmen zunehmend regionale Logistikplattformen diese Aufgabe für mehrere Standorte. Schließlich fiel im Jahr 2014 der Startschuss für das FSD-Modell, das den Lieferservice neu ausrichtete und als eigenständiges Geschäftsmodell aufstellte. Mit FSD professionalisiert die Metro ihr Belieferungsgeschäft und orientiert sich dabei konsequent an den Anforderungen der Kunden: absolute Zuverläss-

sigkeit, kompetente Beratung und durchgängige Verfügbarkeit aller Kernprodukte.

Dreh- und Angelpunkte des FSD-Belieferungsgeschäfts sind regionale Lieferdepots. Allein im Jahr 2016 eröffneten vier neue Depots in Neu-Ulm, Berlin, Neuss und Neumünster. In 2017 kommt noch ein weiteres im Großraum München hinzu. Die neuen Standorte bilden gemeinsam mit dem bestehenden FSD-Depot Weiterstadt und weiteren fünf Standorten ein starkes Depotnetzwerk. Die Lager verfügen über Flächen von 1.000 bis 10.000 Quadratmeter und sind überwiegend an bestehende Metro-Großmärkte angeschlossen oder in die Märkte integriert. Auf diese Weise verzahnt die Metro die FSD-Infrastruktur mit dem Abholgeschäft.

Die Lieferdepots bieten ein fokussiertes FSD-Sortiment, das speziell auf die Bedürfnisse der Belieferungskunden abgestimmt ist. Es umfasst rund 6.000 Kernbedarfsartikel sowie regionale Produkte für Hotels, Restaurants, unabhängige Kantinen und Caterer. Bei der Festlegung des Sortiments berücksichtigt die Metro sowohl Kundenwünsche als auch aktuelle Top-Seller der verschiedenen Standorte, sowie zielgruppenrelevante, marktführende Basisartikel. Eine nationale Onlineplattform ermöglicht den Belieferungskunden eine einfache und effiziente Bestellung. Das Online-Bestellsystem liefert detaillierte Informationen zu allen Artikeln des FSD-Sortiments – beispielweise Produktfotos, Angaben zur Herkunft und einen Livestatus zur Verfügbarkeit. Ergänzt wird die Onlineplattform von einer App für Metro-Kundenmanager.

Verkaufen ist keine Kunst

Viele Bauernhöfe haben schon einen Lebensmittellautomaten, der zusätzlichen Umsatz bringt und auch an Ruhetagen arbeitet. Überhaupt können wir unsere Produkte auch zum Kauf anbieten, wir haben es ja vorrätig. Dies kann ganz einfach auf der Speisekarte vermerkt sein und auf Bestellung gebracht werden, oder aber man schafft eine kleine Ecke im Wirtshaus, wo Produkte zum Verkauf angeboten werden. Dabei kann man auch gerne seine eigenen Hausweine und andere Getränke anbieten. Gerade bei Wein wird gern mal eine Flasche zusätzlich mitgenommen, wenn dieser schmeckt und die Möglichkeit besteht.

Den Horizont erweitern

Raus aus der Komfortzone und weitere Standbeine entwickeln. Einen Paketshop eröffnen und mit der Post zusammenarbeiten, einen EC-Automaten aufstellen und mit der weiter entfernten Bankfiliale kooperieren: Diese Dienstleistungen können die Kasse aufbessern und steigern die Frequenz potentieller Gäste.

Catering weiter denken

Wenn die Möglichkeiten und Ressourcen bestehen, kann auch Catering angeboten werden. Dabei muss es nicht nur beim klassischen Catering von Geburtstags- und Firmenfeiern bleiben, auch für „jüngeres“ Publikum, wie zum Beispiel für Schulen oder Kindergärten, könnten spezielle Speiseangebote entwickelt werden. Kooperationsprojekte lassen sich unter anderem hier organisieren: www.dehoga-bayern.de/aktuelles/aktionen-initiativen/wirte-kochen-fuer-kinder.html oder www.feiern-mit-dem-wirt.de.

Sie haben weitere Ideen für ein Wirtshaus mit Zukunft?

Dann senden Sie uns eine Mail mit dem Stichwort „Redaktion Wirtshaus mit Zukunft“ mit Ihrem Input an info@dehoga-bayern.de.

Initiative ergreifen

Gruppen aktiv zu sich einladen, kann sehr erfolgreich funktionieren. Das kann der klassische wöchentliche Seniorenstammtisch sein, aber auch viele andere Szenarien sind denkbar. Wer beispielsweise Nebenräume zur Verfügung hat, kann dort einen Raum für Jugendliche schaffen, der zu Treffen anregt; am besten, man gestaltet dies mit den Jugendlichen zusammen. Ferner können die Gasträume für Schüleressen und Kinder- bzw. Hausaufgabenbetreuung verwendet werden. Auch kulturelle Veranstaltungen kann man initiieren, in dem man mit beispielsweise Buchhändlern kooperiert.

Allesversorger

Tankstellen haben es uns vorgemacht, wir könnten es aber genauso gut: Die Bevölkerung mit allen notwendigen Groß- und Kleinigkeiten versorgen. Dies ist in Form eines Hofladens möglich, lässt sich ja aber auch ohne allzu großen Aufwand um einen Stehimbiss oder Zeitschriftenverkauf erweitern.

Wirtshaus mit Zukunft

Ressourcen ausschöpfen

Man sollte alle Mittel, die einem zur Verfügung stehen auch verwenden. Zusätzlichen Umsatz bringt zum Beispiel der Geschirverleih für Feiern. An Ruhetagen können Küche und Gasträume vermietet werden. Zum Beispiel sind Ghost Kitchen Konzepte auf dem Vormarsch.

WER MITHALTEN WILL, BRAUCHT IDEEN. DIESE DEVISE GALT SCHON IMMER, WIRD ABER UMSO WICHTIGER, JE MODERNER, DIGITALISierter UND SCHNELLEBiger ES IN UNSERER BRANCHE ZUGEHT. EIN WIRTSHAUS BRAUCHT INNOVATIONEN, UM FIT FÜR DIE ZUKUNFT ZU SEIN. WIE DAS GEHT? EIN PAAR ANREGUNGEN SOLLTEN HELFEN, DIE DENKMASCHINE IN GANG ZU SETZEN UND SICH AN DIE ZUKUNFT RANZUTRAUEN: DIE MÖGLICHKEITEN SIND GRENZENLOS.

Couch-Gourmets

Nicht neu, aber oft essentiell: der Lieferservice. Das muss sich natürlich auch rechnen. Lieferungsgebühren sollten immer on top berechnet werden. Für eine größere Reichweite sind online viele Lieferpartner zu finden.

Zum Mitnehmen, bitte

Döner, Nudelbox, belegte Brötchen, alles schon einmal da gewesen. Aber wie wäre es mit einer „Schweinshaxe to go“?

Mut zu Marketing

Unsere Dienstleistungen müssen vermarktet werden. Zusätzlich gibt es vielleicht auch Produkte bzw. es können Produkte entwickelt werden, die vermarktet werden können. Man muss sich trauen, eigene Ideen auszuprobieren und umzusetzen. Hier reichen die Ideen von eigenem Merchandise - von Kleidung mit Logo bis hin zur hausgemachten Marmelade - bis hin zu innovativen Werbeaktionen. Vor allem aber sollte man sich im Web und Social Media präsentieren können, denn im Internet sollte man zu finden sein, wenn man mithalten will. Marketinginitiativen wie z.B. musikantenfreundliches Wirtshaus (www.musikantenfreundlicheswirtshaus.de) können beim Werben und Beworben werden helfen.

DIE ZUKUNFT BEGINNT JETZT

DEHOGA-KONJUNKTUR- UMFRAGE HERBST 2011

DAS GASTGEWERBE BEURTEILT DIE ABGELAUFENE SOMMERSAISON MEHRHEITLICH POSITIV, SO DIE ZAHLEN DER IM NOVEMBER VERÖFFENTLICHTEN DEHOGA-KONJUNKTURUMFRAGE. AUCH DIE ERWARTUNGEN FÜR DAS ANSTEHENDE WINTERHALBJAHR SIND OPTIMISTISCH. DOCH TROTZ POSITIVER GRUNDSTIMMUNG BEKLAGEN 31,5 PROZENT DER HOTELIERS UND 42,3 PROZENT DER GASTRONOMEN ERTRAGSRÜCKGÄNGE. ALS HAUPTPROBLEMFELDER NENNEN DIE UNTERNEHMER DIE IMMER SCHWIERIGER WERDENDE PERSONALGEWINNUNG, STEIGENDE BETRIEBSKOSTEN UND EINE FLUT BÜROKRATISCHER AUFLAGEN UND STARRER GESETZLICHER VORGABEN.

Guido Zöllick, Präsident des DEHOGA, fordert von Union, FDP und Grünen: „Für unsere arbeitsintensive Branche wären konsequenter Bürokratieabbau, eine Reform des lebensfremden Arbeitszeitgesetzes und gleiche Steuern für Speisen ein Zukunftsprogramm und ein Ausweis von mehr Wertschätzung.“ Das Gastgewerbe, das zu den größten Wirtschaftszweigen des Landes gehört, ist überdurch-

schnittlich arbeitsintensiv. Seit 2012 sind die Arbeitskosten laut aktueller Studie des IW Köln schneller gewachsen als die Produktivität.

Geschäftslage

Die Mehrheit der Gastronomen zieht trotz des mittelmäßigen Sommers ein positives Fazit. Vor allem die starke Binnennachfrage sorgt für weiterhin gute Geschäfte. So beurteilen 49,8



Sommermonaten. So berichten 65,3 Prozent (Vorjahr 68,6 Prozent) der Befragten von einer guten und 29,3 Prozent (Vorjahr 26,1 Prozent) von einer befriedigenden Geschäftslage. Deutschland bleibt als Reiseland attraktiv, auch der Geschäftsreiseverkehr zeigt sich weiterhin stark. 79,1 Prozent (Vorjahr 80,7 Prozent) der Betriebe konnten ihren Umsatz erhöhen bzw. stabil halten.

Geschäftserwartungen

Insgesamt prognostizieren 42,7 Prozent (Vorjahr 43,5 Prozent) der Befragten in der Gastronomie für den Winter 2017/18 bessere Geschäfte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. 13,3 Prozent (Vorjahr 12,9 Prozent) erwarten schlechtere Geschäfte. Wachstumsimpulse erhoffen sich die Betriebe durch ein gutes Weihnachts- und Silvestergeschäft.

Die Erwartungen der Hotellerie fallen ähnlich optimistisch aus: 40,0 Prozent (Vorjahr 43,3 Prozent) der Befragten erwarten bessere Geschäfte. Lediglich 12,9 Prozent (Vorjahr 11,5 Prozent) gehen von schlechteren Geschäften aus.

Prozent (Vorjahr 46,6 Prozent) der Befragten ihre Geschäftslage im Sommer als gut, 37,9 Prozent (Vorjahr 38,3 Prozent) als befriedigend. 70,2 Prozent (Vorjahr 68,2 Prozent) der Unternehmen konnten ihre Umsätze stabil halten oder ausbauen.

Ähnlich positiv, analog zum Vorjahresniveau, bewertet die Hotellerie die Geschäftslage in den

DEHOGA-Prognose

Nach den Zahlen des statistischen Bundesamts setzten die Betriebe der Branche von Januar bis August 2017 nominal 3,5 Prozent (real 1,5 Prozent) mehr um als im Vorjahreszeitraum. Die Frühjahrsprognose des DEHOGA Bundesverbands ging ursprünglich von einem Umsatzplus von nominal 2,0 Prozent aus.

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



DIGITALISIERUNG IN DER TOURISMUS- UND FREIZEITBRANCHE

„DAVON WERDEN WIR NOCH VIEL MEHR SEHEN“

AUS SICHT VON PETER KAMMERER, STELLVERTRETENDER HAUPTGESCHÄFTSFÜHRER UND LEITER DES BEREICHS VOLKSWIRTSCHAFT, HANDEL, DIENSTLEISTUNGEN DER IHK FÜR MÜNCHEN UND OBERBAYERN, IST DIE DIGITALISIERUNG IN DER TOURISMUS- UND FREIZEITBRANCHE EIN FORTLAUFENDER PROZESS, DER GESCHÄFTSMODELLE VERÄNDERT UND NEUE WEGE ZUM KUNDEN ÖFFNET.

Herr Kammerer, wenn Sie 2027 in Ihrem Lieblingshotel für einen Wellness-Urlaub einchecken, was wird dann anders sein als heute?



Ich werde den Aufenthalt meinem fortgeschrittenen Alter entsprechend doppelt genießen (lacht) – aber Spaß beiseite: Ich bin mir sicher, dass ich zusammen

mit meiner Familie einen Urlaub erlebe, der nicht nur vom Alter her zu uns passt, sondern in vielen Elementen schon genau auf unsere Vorlieben und Wünsche abgestimmt ist – bis ins kleinste Detail. Die Dauer und der Zeitpunkt von Massagen, die Kosmetikprodukte im Bad, der Lieblingskaffee auf dem Zimmer und viele andere Komponenten mehr werden individuell auf uns abgestimmt zur Verfügung stehen. Zum ersten Mal in der Geschichte des Tourismus wird das Versprechen vom „sorglosen Reisen“ wirklich erfüllbar sein.

Was macht Sie da so sicher?

Wir sehen heute ja schon, wie nahe uns touristische Dienstleister mit Hilfe digitaler Instrumente kommen. Ob Sie nun Hotels buchen oder Mietwagen, ob Sie eine Pauschalreise suchen oder einen Städtetrip planen, sind Ihre Lieferanten vom ersten Moment an elektronisch an Ihrer Seite. Die entscheidende Veränderung aber hat sich dort vollzogen, wo diese Begleitung auch nach Abschluss der Buchung weitergeht, sprich: entlang der „Customer Journey“, dem gesamten Weg, den Unternehmen und Kunde gemeinsam zurücklegen. Der Begriff „Reise“ passt hier doppelt – und ich sehe das Prinzip auch in keiner anderen Branche schon so weit entwickelt wie in der Touristik.

Worauf führen Sie das zurück?

Die Reisebranche ist seit jeher global orientiert und darauf ausgerichtet, Anregungen aus den verschiedensten Märkten aufzunehmen. Das ist ein absoluter Treiber in Sachen Digitalisierung. Dazu kommt, dass gerade das Reisen mit starken Bildern und Emotionen verbunden ist –



und damit für Formate wie Virtual Reality oder Augmented Reality besonders geeignet ist.

Versprechen sind das eine, die Umsetzung in der Wirklichkeit das andere. Wann kommen beide zusammen?

In vielen Fällen ist das heute schon der Fall. Ein oberbayerisches Start-up zum Beispiel, Socialwave aus München, hat ein unkompliziertes und rechtssicheres WLAN-System entwickelt, mit dem auch kleine Betriebe ihren Kunden kostenlosen Netzzugang anbieten können. Ein anderes Beispiel ist Regiondo, wo man die Idee „Freizeit online verkaufen“ doppelt perfektioniert hat: Die Angebote sind zeit- und ortsnah aufgebaut, die Bedienung so unkompliziert, wie man sich das im Urlaub nur wünschen kann. Außerdem werden sich aus der Digitalisierung heraus selbst neue Angebote entwickeln.

Zum Beispiel?

Nehmen Sie „Let's Geo“, wo ein paar naturbegeisterte Geographen aus Freilassing auf Basis von GPS-Daten und moderner Navigationstechnologie neue Erlebnisformen für Sport, Outdoor und Tourismus entwickelt haben. Diese online begleiteten Entdeckungstouren und Spiele sprechen die ganze Bandbreite an Reisenden über alle Generationen an und öffnen damit den Zugang zu neuen Märkten, bis hinein in die Tagungs- und Event-Branche. Davon werden wir noch viel mehr sehen.

Sehen Sie diese Innovationen eher komplexer zum heutigen Angebot oder...

...ganz klar „oder“. Wie in allen anderen Branchen auch wird die Digitalisierung die Touristik grundlegend verändern. Was

wir heute bei Kommunikation und Buchung sehen, ist erst der Anfang. Noch viel umwälzender werden die Entwicklungen bei der Warenwirtschaft und beim flexiblen Personaleinsatz sein – und erst recht beim Thema Aus- und Weiterbildung.

Kann die Branche selbst diese Herausforderungen aus eigener Kraft meistern?

Es ist doch absehbar, dass dies nur gelingen kann, wenn wir das Kirchturmdenken aufgeben. In ihren tourismuspolitischen Forderungen hat die IHK daher unmissverständlich klargemacht, dass die Kooperation aller Leistungsträger sowie eine durchgängige Strategie von der Angebotsgestaltung über die Vermarktung bis hin zur Gästebetreuung eine wesentliche Voraussetzung ist. Nur so werden wir auch in Zukunft die Betten in ganz Bayern füllen.



Digitalisierung in der Hotellerie

„Wer aufhört besser werden zu wollen, hat aufgehört gut zu sein“

Wie weit die Digitalisierung in der Hotellerie fortgeschritten ist, weiß Stefan Wild, Vorsitzender des Fachbereichs Hotellerie beim DEHOGA Bayern. Gastgeber Bayern sprach mit dem Experten außerdem darüber, ob alles, was digital möglich ist, auch sinnvoll ist, um den Gästen den perfekten Service zu bieten.

Herr Wild, wie schätzen Sie den digitalen Fortschritt der Hotellerie im Vergleich zu anderen Branchen in

Deutschland ein?

Laut dem Digital Index der deutschen Wirtschaft ist die Hotellerie die digitalisierteste Branche Deutschlands. Sie liegt sogar noch vor der Informations- und Kommunikationsbranche bzw. dem verarbeitenden Gewerbe.

Betrachtet man die Ergebnisse im Detail, ergeben sich innerhalb der Beherbergungsbranche jedoch große Unterschiede. So sind Hotels in einem überdurchschnittlich hohen Grad digitalisiert, anders sieht es bei Privatquartieren

und Pensionen aus. Das lässt sich durch größere Ressourcen und höhere Personalkapazitäten von Hotels leicht erklären.

Mut machen sollte jedoch die Tatsache, dass insbesondere kleine Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil erhalten, wenn sie sich besser digital aufstellen als ihre Mitbewerber.

Welche Vorteile haben sich bisher durch den digitalen Wandel ergeben?

In der Hotellerie sind es die onlinebasierten Vertriebsportale, die eine völlig neue Marketing- und Verkaufsstrategie aufgezeigt haben und fast täglich neue Wege von digitalen Services anbieten. Hierzu zählen insbesondere die Kommunikations-

wege, um mit dem Gast vor, während und nach seiner Buchung zu kommunizieren. Dazu kommen Vorteile elektronischer Abrechnungs- und Buchungssysteme, die den Kunden in hohem Maße miteinander beinhalten. Aber auch die Gästeinformation auf dem Zimmer hat einen digitalen Wandel erlebt: Immer häufiger werden Informationen via Flatscreen oder Tablets anstatt einer gedruckten Gästemappe angeboten, auch können sich Gäste Informationen direkt auf ihr Smartphone ziehen. Das ganze birgt mehrere Vorteile: Generell können durch die Digitalisierung neue, größere und differenziertere Gästekreise angesprochen werden. Zugleich werden Arbeitsabläufe schneller und sind weniger fehleranfällig. Und gegenüber unseren Gästen sind Informationen aktueller sowie gästespezifischer.

Wird es weitere positive Entwicklungen in Zukunft durch die Digitalisierung geben?

Die Digitalisierung wird es Hoteliers immer mehr ermöglichen, dem Gast Dienstleistungen sehr viel individueller anzubieten. So werden zum Beispiel der Check in oder Check Out in der Zukunft direkt vom Gast umgesetzt werden können, ebenso der Zugang zum Zimmer. Auch können Rechnungen digitalisiert direkt in die Reisekostenabrechnungen einfließen.

Was können wir in unserer Branche ändern oder verbessern, um den Fortschritt der Digitalisierung zu unterstützen?

Auch wenn die Hotellerie Vorreiter der Digitalisierung ist: Wer aufhört besser werden zu wollen, hat aufgehört gut zu sein. Wichtig ist, dass sich die Branche auch künftig bei Investitionen immer die Frage des digitalen Wandels stellt. Digitalisierung braucht nämlich auch eine gute technische Infrastruktur.

Bei aller Digitalisierung ist es aber auch wichtig, den Faktor Mensch nicht zu vergessen: Unsere Gäste wollen Empathie spüren. Digitalisierung darf und soll unsere Prozesse unterstützen. Am Ende eines Hotelaufenthalts sollte aber beim Gast immer die möglichst positive Erinnerung an uns und unsere Mitarbeiter stehen.

DIGITAL GESTÖRTE GASTGEBER?

LANGE SCHIEN ES, ALS HABE SICH GASTFREUND-
SCHAFT SEIT ANBEGINN DER ZEIT NICHT SEHR VER-
ÄNDERT. GASTWIRTE HAT ES – SCHEINBAR – SCHON
IMMER GEGEBEN. ABER DAMALS WIE HEUTE GEHT ES
IMMER NOCH DARUM, EIN ZUHAUSE ZU SCHAFFEN,
EIN GASTFREUNDLICHES UMFELD FÜR MENSCHEN,
DIE SICH ENTSPANNEN, ARBEITEN, ESSEN UND SICH
ERHOLEN, WÄHREND SIE NICHT ZU HAUSE SIND.

Und obwohl das so ist, hat sich die Art und Weise, wie
Gäste ihre Auswahl treffen und ihre Erfahrungen auswer-
ten, radikal verändert. Die digitale Transformation der
Verbraucher verändert die Anforderungen an Gastfreund-
schaft. Gäste tragen heute „Taschencomputer“ (Smartphones) mit sich
herum. Täglich schwappen neue Hotelbuchungsseiten auf den Markt und
künstliche Intelligenz ist auf dem Vormarsch.



Der Autor – Stefan Bezold,
Executive Sales Director
Germany/Austria/Switzerland
bei Infor

Hoteliere konkurrieren heute vor allem auch
mit Technologieunternehmen – wie zum
Beispiel Airbnb, OTAs und Metasearch-Sei-
ten. Diese Konkurrenten bieten vergleichba-
re Dienstleistungen wie traditionelle Hotels,
zum Beispiel das Verteilen von Unterkünften
und Raten, die Möglichkeit, zu reservieren
oder Bilder der Zimmer anzusehen – in
einer Weise, die Gäste überall auf der Welt
anspricht. Diese Konkurrenten der Hotellerie
besitzen und managen keine Hotels – aber

ihnen „gehört“ die Beziehung zu dem Gast, durch ihre Benutzerfreund-
lichkeit, Personalisierung und vorausschauende Analyse. Das setzt die
Hoteliere unter noch größeren Druck, ihre Investitionen in Technologie
zu optimieren, um gleiche oder bessere Benutzerfreundlichkeit bieten zu
können. Hoteliere können nicht erwarten, Kunden des 21. Jahrhunderts mit
30-jähriger Technologie gerecht zu werden. Investitionen in die Moderni-
sierung ihrer Infrastruktur sind wichtig, aber zahllose Softwareprodukte zu
abonnieren, die alle Arten von Analysen liefern, ist keine Lösung.

Es hilft, sich mit Clouds anzufreunden, denn diese bieten ultimative
Flexibilität, sodass sich Hoteliere auf den Gast konzentrieren können,
anstatt kostenintensive IT-Systeme zu unterhalten. Und mittlerweile sind
Cloud-Abonnements auch für kleinere Ketten und unabhängige Hotels
erschwinglich geworden.

Infor ist Anbieter von Unternehmenssoft-
ware und strategischer Technologiepart-
ner für mehr als 90.000 Organisationen
weltweit. Die Software wird speziell für
bestimmte Branchen entwickelt und umfasst
komplette Suiten, die den Fortschritt von
Einzelpersonen, Unternehmen und ganzen
Netzwerken fördern.

Weitere Informationen unter www.infor.de

Zukunft Gesundheitstourismus

Wachstumsmarkt mit Tradition

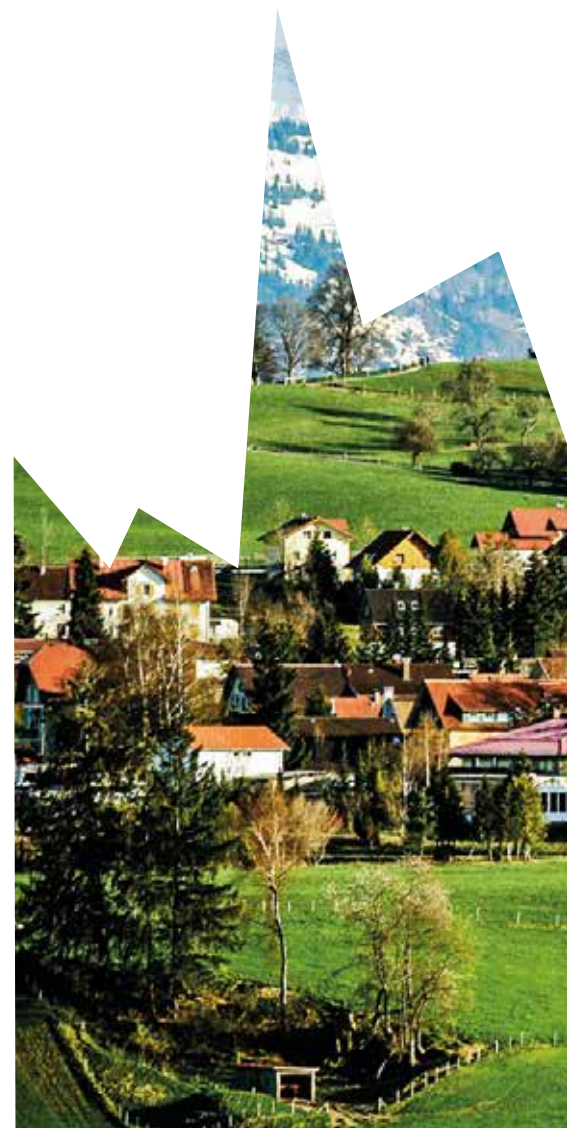
Der Gesundheitstourismus hat ein hohes Zukunftspotenzial. Triebkräfte sind vor allem das gestiegene Gesundheitsbewusstsein der Menschen, die Auswirkungen des demografischen Wandels und der medizinisch-technische Fortschritt. Eine lange Tradition als Gesundheitsland sowie kontinuierliche Weiterentwicklung machen den Freistaat Bayern mit seinen Heilbädern und Kurorten zu einem herausragenden Kompetenzzentrum in den Bereichen Gesundheit und Medizin und damit zu einem attraktiven Ziel für Gesundheitsurlauber.



Fotoquelle: Bad Aibling

Im bundesweiten Vergleich ist Bayern mit seinen 47 Heilbädern und Kurorten bei Gesundheitsurlaubern die erste Wahl. 23,2 Prozent der Deutschen entscheiden sich laut Reiseanalyse 2017 für den Freistaat, wenn es darum geht, im Urlaub etwas für die eigene Gesundheit zu tun. 16 Prozent der Befragten geben an, in den kommenden drei Jahren an einem Gesundheitsurlaub interessiert zu sein. Mit ihren einzigartigen, ortsgebundenen Heilmitteln,

ihrer hervorragenden Infrastruktur und der qualitativ hochwertigen medizinisch-therapeutischen Kompetenz verfügen Bayerns Heilbäder und Kurorte über beste Voraussetzungen, diese wachsende Zielgruppe zu erreichen. Bereits heute findet jede vierte Übernachtung im Freistaat in einem Heilbad oder Kurort statt. Unter den zwölf Top-Destinationen im bayerischen Tourismus sind acht Heilbäder und Kurorte. Um diese Position zu stärken und weiter auszubauen, unterstützt der



Bayerische Heilbäder-Verband e.V. (BHV) seine Mitglieder beim Ausbau gesundheitstouristischer Angebote unter der mit der Bayern Tourismus Marketing GmbH geschaffenen Marke GESUNDES BAYERN.

„Der Gesundheitstourismus in Bayern lebt von seiner Angebotsvielfalt, mit der wir den unterschiedlichsten Bedürfnissen unserer Gäste Rechnung tragen können. Das bedeutet aber nicht, dass überall alles angeboten werden soll. Unsere Heilbäder und Kurorte setzen auf Spezialisierung und Profilschärfung. Mit eigenen indikationsbezogenen und zielgruppengenaue Angeboten werden sie im Gesundheitstourismus erfolgreich sein“, erläutert Klaus Holetschek, Vorsitzender des BHV. Entwicklungspotenziale für den Gesundheitstourismus liegen demnach in Angeboten und Programmen, die stärker auf Prävention und Eigenverantwortung sowie den Aufbau und die Erhaltung der Vitalität setzen. Der



Fotoquelle: Scheidegg im Allgäu

moderne Gesundheitstourismus wird nachhaltiger – Vorsorgeuntersuchungen, Gesundheitschecks und Coachingangebote werden immer bedeutender. Hinzu kommt die steigende Nachfrage nach messbaren Ergebnissen und Wirkungsnachweisen. Um die Angebots- und Versorgungsqualität zu sichern, werden transparente und dienstleistungsorientierte Serviceketten sowie regionale Gesundheitsnetzwerke zukunftsweisend sein.

„Unsere Mitglieder haben mit Investitionen zur Modernisierung und Entwicklung neuer Angebote bereits den Strukturwandel für einen modernen Gesundheitstourismus vollzogen. Zahlreiche Gesundheitsangebote wurden schon nach den Qualitätskriterien von GESUNDES BAYERN zertifiziert und es werden weitere folgen“, so Holetschek weiter. Wie das erfolgreich in der Praxis aussieht, lässt sich am Beispiel von Bad Aibling zeigen. Hinter dem Slogan „Im Moor zum inneren Gleichgewicht“ verbirgt sich ein

Burnout-Präventionsangebot mit wissenschaftlichem Wirksamkeitsnachweis (Kooperation mit der LMU München). Mit klarem indikationsbezogenem Schwerpunkt ist die Strukturqualität gesichert, ein qualitativ hochwertiger Prozess baut darauf auf: Das Programm setzt sich aus den drei Bestandteilen „Stressmanagement-Seminar“, „Entspannung und Bewegung“ sowie „Moorbäder und Massagen“ zusammen. Unter erfüllter Leistungsqualität ist schließlich die wissenschaftlich bestätigte deutliche Verbesserung des Gesundheitszustandes mit Langzeitwirkung zu verbuchen.

Auch Scheidegg hat sich als Urlaubsort für Zöliakie-Erkrankte erfolgreich und nachhaltig positioniert. Die aus einem Netzwerk aus Partnern aus Gastronomie, Beherbergung und medizinischen Leistungserbringern geschaffene Struktur ist vorbildlich. Die stetige Beratung und Schulung der beteiligten Partner schafft Verständnis für

die Bedürfnisse von Betroffenen mit Glutenunverträglichkeiten, sodass diese während ihres Aufenthalts eine erhöhte Lebensqualität erleben. Das Netzwerk wurde von Betroffenen für Betroffene entwickelt und wird kooperativ von der Deutschen Zöliakie-Gesellschaft e. V. (DZG) betreut. „Mit solchen speziellen, ganzheitlichen Gesundheitsprogrammen schaffen Bayerns Heilbäder und Kurorte den erfolgreichen Wandel vom traditionellen Kurgeschehen hin zu Kompetenzzentren für die Bedürfnisse der modernen Gesellschaft. Die Zertifizierung durch GESUNDES BAYERN kommuniziert dies gegenüber dem Gast und bestätigt ihm die Qualität der Angebote“, betont Holetschek. „Damit wird sich der Gesundheitsstandort Bayern mit seinen Heilbädern und Kurorten noch klarer von der Konkurrenz abgrenzen und auch weiterhin die Top-Destination für Gesundheitsreisende in Deutschland bleiben“, ergänzt Jens Huwald, Geschäftsführer der Bayern Tourismus Marketing GmbH.

BTG – Bayern Tourist GmbH

FRISCHE IMPULSE UND VERÄNDERTE BLICKWINKEL

Bayern Tourist GmbH (BTG)
089 28760-261
beratung@btg-service.de
www.btg-service.de

Die BTG erweitert ihr Dienstleistungsangebot um den Bereich Beratungs-Service – zukünftig steht ein Team von Profis den Gastgebern in Bayern mit Rat und Tat zur Verfügung. Die Geschäftsführerin der BTG, Isabella Hren, berichtet über die Beweggründe dieses Angebot zu schaffen, wie der Beratungs-Service umgesetzt werden soll und was diesen von den zahlreichen bereits vorhandenen Angeboten am Markt unterscheidet.



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, warum haben Sie sich in der BTG dazu entschieden das Dienstleistungsangebot um den Beratungs-Service zu erweitern?



Im Rahmen unserer anderen Angebote: Klassifizierungen/Zertifizierungen, Weiterbildung mit Seminaren/Trainings sowie Organisation des Partnermodells mit der Zulieferindustrie der Branchen, stehen wir in engem Kontakt mit den Gastronomie- und Hotelbetrieben in Bayern. Wir sehen gemeinsam mit dem DEHOGA Bayern, dass der Bedarf an neuem bzw. zusätzlichem Know-how in den Betrieben vorhanden ist. Einerseits steigen die Erwartungen der Gäste stetig, da sie reisefreudiger werden und durch das Internet immer besser informiert sind. Andererseits stehen die Betriebe vor der Herausforderung, Fachkräfte in der Branche in ausreichender Anzahl zu finden. Viele Unternehmer füllen diese Lücke mit höherem persönlichem und operativem Einsatz im

Betrieb. Für strategische Überlegungen, Neuerungen etc. bleibt oft wenig Zeit. Diese sind jedoch essentiell, um die Unternehmen auch in Zukunft erfolgreich und gewinnbringend zu führen.

Der Bedarf ist sicherlich vorhanden – jedoch gibt es bereits zahlreiche Anbieter am Markt – von großen, namhaften Beratungsfirmen bis hin zu selbstständigen Einmannunternehmen mit viel Erfahrung aus der Praxis. Warum noch ein Anbieter?

Einer der Gründe warum wir uns für diese weitere Dienstleistung entschieden haben ist eben die Vielfältigkeit des Angebots am Markt,

Die Betriebe melden sich also bei Ihnen?

Genau. Die Kontaktaufnahme erfolgt über uns, wir klären dann mit dem Unternehmer den Bedarf, die Wünsche und das Ziel der Beratung.

In welchen Bereichen werden Sie den Beratungs-Service anbieten?

In allen operativen Bereichen wie Service, Küche, Housekeeping etc. sowie auch im Vertrieb, Marketing, Revenue Management. Weitere Bereiche sind Qualitätsmanagement, Organisation sowie Unternehmer-Coaching. Für den betriebswirtschaftlichen Bereich stehen den



das für die Betriebe zu unübersichtlich ist. Weder die Qualität, noch ein angemessenes Preis-/Leistungsverhältnis sind abschätzbar. Viele Betriebe verlassen sich auf Empfehlungen von anderen Unternehmern ohne zu prüfen, ob der Berater vom fachlichen Know-how oder der Persönlichkeit zum eigenen Betrieb passt.

Berät die BTG nun selbst?

Nein. Wir haben einen Pool von Profis geschaffen – allesamt erfahrene, operative Hotelfach- oder Gastronomie-Experten, mit denen wir auch in anderen Geschäftsfeldern kooperieren.

Wir sehen unsere Hauptaufgaben darin, die Berater im Pool zu kennen und zu prüfen sowie gute Konditionen zu verhandeln. Darüber hinaus erstellen wir auch ein persönliches Profil, das uns dabei hilft für die individuellen Bedürfnisse des jeweiligen Betriebs fachlich sowie persönlich den passenden Kooperationspartner zu vermitteln.

Betrieben weiterhin die erfahrenen Kollegen der HOGA Beratungsgesellschaft zur Verfügung.

Welche Kosten werden den Betrieben entstehen?

Klassische Beratertage werden wir bereits zu Tagessätzen von 890 bis 1.500 Euro zzgl. MwSt. und Reisekosten anbieten. Das hängt von den benötigten Leistungen und vom individuellen Berater ab. Es war uns wichtig ein faires Preis/Leistungsverhältnis für die Betriebe zu schaffen.

Was dürfen sich Betriebe erwarten, die sich für den Beratungs-Service entscheiden?

Unterstützung in allen operativen Bereichen, pragmatische Umsetzung und jedenfalls: frische Impulse, neue Ideen, veränderte Blickwinkel und wertvolle Profitipps.

Bayern Tourist GmbH | Termine

JANUAR

Fremdfirmen im HSK	17.01.2018
Am Telefon – Professionelle Kommunikation	18.01.2018
Allergenmanagement in der Gastronomie	22.01.2018
Hotelbewertungen - kompetenter Umgang mit Onlinebewertungen	25.01.2018

FEBRUAR

Erfolg im Verkaufsgespräch - Spaß am Verkauf	01.02.2018
Gastgewerbl. Betriebswirtschaft I	06. – 08.02.2018
Führungs-Akademie: Führungskompetenz III -	
Mitarbeiter werden Mitdenker! Mitarbeitergespräch - Coaching - Konfliktgespräche	19. – 20.02.2018
Yieldmanagement für Einsteiger	21.02.2018
Erfolgsfaktor Feedback- / Beschwerdemanagement	26.02.2018
Fortbildung im Brandschutz	27.02.2018
Eventmanagement	28.02.2018

MÄRZ

Wettbewerbsvorteil durch professionelles Krisenmanagement	01.03.2018
Housekeeping: Prozesse und Strukturen optimieren!	06.03.2018
Englisch mit Gästen	07.03.2018
7 Schritte zur effektiven Neukunden Akquise	08.03.2018
Marketing-Workshop	12. – 14.03.2018
Facebook-Marketing: So machen Sie aus virtuellen Fans echte Gäste!	15.03.2018
Der Wert des Mineralwassers	20.03.2018
Am Telefon – Professionelle Kommunikation (Nürnberg)	20.03.2018
Servicekult – Service Tools zur Gästebindung entdecken	22.03.2018

Mitarbeitergespräche richtig führen

MIT ERFOLGREICHER KOMMUNIKATION ZUM ZIEL



Ach, wie war das früher einfach – mit Mitarbeitern zu kommunizieren. Einfach, kurz und schmerzlos. Damals, das waren noch Zeiten, da konnte man mit einem „autoritären oder sogar autokratischen Führungsstil“ alles erreichen. Und die Mitarbeiter blieben dennoch, auch wenn der Umgangston zu wünschen übrig ließ. Konnte einer nicht damit gut umgehen und verließ das Unternehmen, so standen ausreichend Nachfolger vor der Tür, um sofort den Job zu übernehmen.

Genug in den alten Zeiten gedacht, denn es hat sich vieles, darunter auch die Kommunikation mit und zum Mitarbeiter, gravierend geändert – und das auch zu Recht. Mitarbeiter lassen sich nicht mehr alles gefallen und stehen schon seit geraumer Zeit nicht mehr Schlange vor unseren Betrieben. Das stellt Hoteliers und Gastronomen auf eine neue Belastungsprobe. Denn regelmäßige Kommunikation mit unseren Mitarbeitern erfordert vor allem auch Zeit, Geduld und Kraft, die wir heute nun zusätzlich zu erbringen haben. Regelmäßige Mitarbeitergespräche sind heute

aus einem modernen Führungsstil oder einer guten Führungskultur nicht mehr wegzudenken. In der vergangenen Ausgabe habe ich hierzu bereits auf die Installation von Meetings und Jour Fixe bzw. Abstimmungsgespräche hingewiesen. Dieses Mal möchte ich noch eins weitergehen und zur Einführung von regelmäßigen Mitarbeitergesprächen auffordern.

VORTEILE FÜR DEN MITARBEITER

- Feedback über erreichte IST-Situation
- Wissen über Ziele/Erwartungen des Betriebs/des Vorgesetzten
- Klares Feedback zu seinen eigenen Stärken und Schwächen
- Richtiger Einsatz im Betrieb
- Definition der notwendigen Maßnahmen zur Zielerreichung und zur persönlichen Weiterentwicklung
- Messbarkeit der erreichten Veränderungen in der Vergangenheit
- Erkennen des Betriebs-Interesses am Mitarbeiter
- Stellenwert des Mitarbeiters
- Sicherheit und Selbstsicherheit
- Motivation
- Besseres Verständnis zum Betrieb

VORTEILE FÜR DEN VORGESETZTEN/ UNTERNEHMER

- Loyalität des Mitarbeiters
- Besseres Verständnis für den Mitarbeiter
- Zeitgemäße Kontrolle
- Erhalt von messbaren Werten und Veränderungen

Möglichkeiten, wie man mit seinen Mitarbeitern kommunizieren kann, zeigt der renommierte Experte Bernhard Patter von Diavendo im Rahmen der Führungs-Akademie der Bayern Tourist GmbH (BTG) auf. In „Gastgeber Bayern“ gibt er regelmäßig wertvolle Praxistipps für Führungskräfte aus der Hotellerie und Gastronomie.

- Exaktere Analyse von IST-Situationen
- Rechtzeitiges Erkennen von Fehlern
- Bessere Einschätzung des Mitarbeiters
- Besserer und zielgerichteter Mitarbeiter-Einsatz
- Mehr Vertrauen zu Entscheidungen des Mitarbeiters
- Neue Ideen/Sichtweisen
- Besseres Verständnis der Führungs-Vorgehensweise durch den Mitarbeiter
- Motivation für den Vorgesetzten
- Entlastung durch den Mitarbeiter
- Zeitgewinn

Dies und noch viel mehr kann man mit regelmäßig (zumindest einmal im Jahr) stattfindenden Vieraugengesprächen erreichen. Wie diese Gespräche vorbereitet, durchgeführt und auch gewinnbringend nachbereiten werden, erfahren Sie in der neuen Führungs-Akademie der BTG. Dann lernen Sie auch, wie Sie Kritikgespräche so durchführen, dass die Mitarbeiter dennoch motiviert bleiben, ihre Ziele erreichen und durch gezielte Coachings kontinuierlich weiterentwickeln.

Bernhard Patter, Diavendo GmbH

www.btg-service.de/seminare

Führungs-Akademie: Führungs-Kompetenz I – Erfolg in der Führung und im Umgang mit Mitarbeitern, 3. und 4. Mai 2018 in München



Q-neudenken ab 2018

Jeder Erfolg beginnt mit einer Idee

Mit einer umfangreichen Überarbeitung geht ServiceQualität Deutschland im April 2018 an den Start.

Der Trend geht wieder zu wahren Werten: zu freundlichem Service und nachhaltiger Qualität. Was im Jahre 2001 seinen Anfang nahm, ist nun dank der Initiative ServiceQualität Deutschland ein bundesweit bereitgestelltes, dreistufiges System zur schrittweisen Verbesserung von Dienstleistungen und Angeboten anhand praxisorientierter Werkzeuge. Mit einer umfangreichen Überarbeitung geht ServiceQualität Deutschland im April 2018 an den Start. Mehr Flexibilität, neue Themen und die Möglichkeit bereits im Unternehmen angewandte Qualitätsmethoden anerkennen zu lassen, erwarten die Betriebe.

Kleinen und mittleren Betrieben der Tourismusbranche sowie weiteren Dienstleistungsunternehmen bietet der Ansatz von ServiceQualität Deutschland einen einfachen Weg die Servicequalität des Betriebs kontinuierlich zu optimieren und die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Das ist neu

Q-neu denken bringt durch ein modular aufgebautes System, neue Werkzeuge und der Möglichkeit im Betrieb bereits angewandte und etablierte Qualitätsmethoden anerkennen zu lassen, mehr Flexibilität.

Die freie Auswahl der Werkzeuge im Rahmen einer Zertifizierung sowie die Chance zum Direkteinstieg in die Stufe II, bringen den Betrieben mehr Individualität, um unternehmensspezifische Wünsche sowie Herausforderungen mit den einzelnen Werkzeugen zu bearbeiten.

Das System bietet darüber hinaus die Gelegenheit auch einzelne Werkzeuge (mit und ohne Zertifizierung) je nach Bedarf zu erwerben.

BERGGASTHOF ZOTTLING, MONIKA SCHWEIZER:

Seit jeher liegt unser Augenmerk darauf, stets ein guter Gastgeber und Ansprechpartner zu sein – sowohl für à la carte, als auch für Hausgäste. Seit der Einführung der ServiceQualität Deutschland können wir dies noch viel mehr nach außen tragen als zuvor, denn bereits bei der Ankunft als auch beim Besuch unseres Internetauftritts wird bereits darauf hingewiesen. Angefangen von der hohen Qualität, die bereits beim Einkauf anfängt, über immer wieder stattfindende Unterweisungen für unsere Mitarbeiter, die nach uns, der Familie Schweizer, natürlich mit die wichtigsten Bezugspersonen für unsere Gäste sind, bis hin zu einem gepflegten Ambiente und viel „Software“. In allen Belangen soll sich jeder Gast ideal betreut wissen. Denn zu guter Letzt möchten wir mit ServiceQ natürlich unsere Stammgäste immer wieder aufs Neue überzeugen sowie neue Gäste als solche gewinnen. Dabei ist diese Anerkennung eine tragende Säule.

HOTEL-RESTAURANT MEERFRÄULEIN, JOSEF A. MEYER:

Seit Einführung des Siegels haben wir viele verschiedene Maßnahmen erarbeitet und durchgeführt. ServiceQ hilft uns dabei, diese konsequent durchzuführen und eine systematische Ausführung zu garantieren. Ein weiterer großer positiver Effekt ist die Vernetzung der ServiceQ-Betriebe in unserer ServiceQ-Stadt. Die gemeinschaftlichen Sitzungen, in denen die Maßnahmen der Stadt erarbeitet werden, und die kurzen Wege, die dadurch entstanden sind, führten zu merklichen Verbesserungen des Geschäftslebens in Wemding: beispielsweise eine Aktion an den Wemdinger Stadtmärkten, Fuchsen- und Herbstmarkt, Ideenaustausch mit den anderen Service Q-Betrieben sowie deren Feedback und Unterstützung bei unseren Aktionen.



**HOTEL- UND BERUFSFACHSCHULE PEGNITZ, QM-GRUPPE DER FACHSTUFE
SOWIE WILFRID DESNOYER, RENATE KAISER UND BARBARA SCHEMBER:**

Der jährliche Maßnahmenplan, der mit der Zertifizierung verbunden ist, ermöglicht uns eine stetige Verbesserung in vielen Bereichen. Wir haben zum Beispiel ein Qualitätshandbuch, das wir ständig überarbeiten, und ein Beschwerdemanagement eingeführt. Der Bekanntheitsgrad unserer beiden Schulen wird durch Social Media-Aktivitäten und verstärkte Präsenz auf Fachmessen gesteigert. Wir sind durch Exkursionen und Seminare in Wahlpflichtfächern wie Catering, Wellness- und Qualitätsmanagement näher an der Praxis, was unseren Absolventen einen Wettbewerbsvorteil verschafft.



AIB-KUR GMBH & CO. KG, THOMAS JAHN, CLAUDIA HEIMGARTNER UND ERNA NEUMEYER:

Mit der Einführung der ServiceQualität Deutschland Zertifizierung hat sich sowohl die interne Kommunikation zwischen den Mitarbeitern als auch die Kommunikation nach außen mit Gästen und Geschäftspartnern deutlich verbessert. Als Beispiel können wir hier regelmäßige Teammeetings oder auch die Programmierung einer neuen Adressverwaltung anführen. Darüber hinaus hat ServiceQ uns motiviert, in die Infrastruktur unserer Immobilie zu investieren. Beispiele hierfür sind die Gestaltung der Gästetoilette und der barrierefreie Umbau des Eingangsbereichs und des Vorplatzes.

Optimierungsmöglichkeiten in der Gastronomie

Verdienstmöglichkeiten generieren, Einsparpotentiale aufdecken

Der Start ins Geschäftsleben stellt junge Gastronomen vor eine Vielzahl von Herausforderungen: Konzept, Location, juristische Fragen. In den vergangenen Ausgaben 1/2017 und 2/2017 ging es um das Suchen und Finden des richtigen Standorts für eine Gastronomie (oder Hotellerie) sowie Finanzierungsmöglichkeiten für angehende Gastronomieunternehmer. Lag der Themen-Schwerpunkt zuletzt auf Einsparmöglichkeiten beim Start einer Gastronomie, soll dieses Mal einerseits das Thema laufende Einsparungspotentiale beleuchtet werden und Gedankenanstöße für die Generierung von Zusatzeinkommen geliefert werden.

Geht man in diesem Fall von einem Gastronomen aus, der bereits erfolgreich eine geeignete Location gefunden, den Mietvertrag unterschrieben und den Umbau und die Eröffnung gemeistert hat, dann sind die ersten Hürden also genommen. Nun gilt es im Tagesgeschäft kontinuierlich an den richtigen Stellschrauben zu drehen, um Optimierungspotential und zusätzliche Einkommensquellen zu erschließen.

Zunächst betrachtet wird die Möglichkeit, Nebeneinkommen neben der Gastronomie zu erwirtschaften. Dies wird besonders dann wichtig, wenn die Auslastung des Betriebs bereits nahe an der Kapazitätsgrenze liegt. Als Beispiel dient hier ein Steakhouse-Betreiber, dessen Restaurant quasi durchgängig gut besucht ist. Mehreinnahmen im Betrieb lassen sich höchstens noch durch Upselling-Ansätze erwirtschaften, sprich einer hochwertigeren Auswahl an Weinen oder Schnäpsen.

Ganz nebenbei könnte der Gastronom jedoch auch sein gutes Renommee bei Gästen durch ein Angebot spezialisierter Merchandise-Artikel monetarisieren. Ein Hinweis in der Karte auf den eigenen Webshop oder den Verkauf im Laden reicht anfänglich dafür vollkommen aus. Hausgemachte Soßen in Einmachgläsern, schön verpackte Messersets in mit dem Firmenemblem

bedruckten Kartons, bedruckte Schürzen, gravierte Teller, Schneidebretter mit eingestanztem Logo des Restaurants und vieles mehr können lukrative Einnahmequellen sein.

Zusätzlich könnte, passend zum Steakhouse-Konzept, auch ein Mitnahme- und Lieferservice für besondere Fleischsorten oder Cuts sowie hochwertiges Grillgut angeboten werden. Auch auf etablierte Liefersdienstleister wie beispielsweise Foodora kann zugegriffen werden, um mehr Gäste anzusprechen. Der Restaurantbetrieb findet nur abends statt? Auch gut, tagsüber könnte die Küche also an eine Cateringfirma vermietet oder eine Ghost Kitchen etabliert werden. Diese sind ausschließlich auf das Beliefern des Kunden ausgerichtet, während der Restaurantbetrieb geschlossen ist.

Jeder Gastronom hat also zahlreiche Möglichkeiten neben seinem Kerngeschäft weitere Verdienstmöglichkeiten zu generieren. Diese Punkte sollte jedoch erst angegangen werden, wenn das Restaurant dauerhaft auf einem hohen Niveau stabil läuft, sodass man sich nicht verzettelt. In gleichem Maße wichtig ist es auch regelmäßig seine Kostenstrukturen zu analysieren und gegebenenfalls Einsparpotentiale aufzudecken.

Zunächst bietet es sich an in seinem Unternehmen die größten Kostenposten zu

identifizieren. Bei einem Steakhouse-Betreiber wird wahrscheinlich der Rohstoff Fleisch den größten Anteil der Kosten am Wareneinsatz konstituieren. Hier könnte der Gastronom also versuchen, direkt mit einem Metzger oder Fleischereibetrieb zusammenzuarbeiten, um durch Direktabnahme der Waren zusätzliche Kosten durch den Großhandel zu vermeiden. Eine weitere gute Möglichkeit Kosten zu sparen, ist regelmäßig mit seinen Lieferanten nachzuverhandeln, mindestens jedoch einmal im Jahr. Durch Vergleich unterschiedlicher Anbieter können Einsparpotentiale aufgedeckt werden. Der Unternehmer könnte sich auch mit mehreren Bars und Restaurants in seiner unmittelbaren Umgebung zusammentun, um gemeinsam Bestellungen aufzugeben. So sind zusätzliche attraktive Volumenrabatte in den Verhandlungen erzielbar.

Unterm Strich gibt es mannigfaltige Möglichkeiten, durch die Gastronomieunternehmer ihre Betriebe einerseits kostenseitig optimieren und gleichzeitig neue Einnahmequellen erschließen können. Die Umsetzung dieser Aufgaben erfordert jedoch viel zusätzlichen Aufwand, ein gutes Gespür für seine Kunden und Lieferanten sowie teilweise auch einiges an Kapital, zum Beispiel zur Vorfinanzierung von Merchandise-Artikeln.



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.



In Casablanca, Marokko, interviewte Hans Schneider 100 Abiturienten für eine gastgewerbliche Ausbildung in Bayern. An seiner Seite Susanne Droux, Geschäftsführerin Berufsbildung und Branchenförderung, sowie DEHOGA Bayern Vizepräsident Andreas Brunner.



Hans Schneider, Vorsitzender DEHOGA Berufsbildungsausschuss: „Macht Nachwuchsarbeit – von Praktikanten über Auszubildende bis hin zu jungen Facharbeitern – zu Chefsache!“

Wertschätzung ist Chefsache!

Mit dem Appell, Nachwuchskräfte persönlich in den Fokus zu rücken, wandte sich Hans Schneider, Vorsitzender Berufsbildung des DEHOGA Bayern und seit Mai 2017 auch neu des DEHOGA Bundesverbands, an alle gastgewerblichen Unternehmerinnen und Unternehmer in Bayern. Aktuell bilden rund 4.000 bayerische Hotels und Gastronomiebetriebe 10.000 junge Menschen aus und sorgen für die künftigen Fachkräfte.

Schneider, selbst Küchenmeister und Inhaber des Hotel Riesengebirge in Neuhoof an der Zenn, ist seit 25 Jahren Ausbilder von Köchen, Hotel- und Restaurantfachleuten und spricht daher aus eigener Erfahrung. So weiß er sehr wohl, welch hohen Einsatz die Ausbildung junger Menschen Betrieben abverlangt. „Wir alle erfahren, dass der Umgang mit den Heranwachsenden nicht immer ganz einfach ist, ja von Jahr zu Jahr herausfordernder wird“, so Hans Schneider. Probleme gibt es im Umfeld der Ausbildung und oft auch im privaten Bereich, die gemeinsam zu meistern sind. Doch mit je-

dem Jahrgang, den er nach bestandener Prüfung ins Berufsleben entlasse, sage er sich mit Stolz: „Das war den Aufwand wirklich wert!“

Schneider setzt sich vor allem für faire Arbeitszeiten und Wertschätzung ein: „Schauen Sie in Ihre Abteilungen, hinterfragen Sie, sprechen Sie regelmäßig mit ihren Auszubildenden und machen Sie die Führung von jungen Menschen zur Chefsache. Denn in Zeiten von Social Media sind wir transparenter denn je. Nur so haben junge Menschen in Ihrem Betrieb Freude daran, die faszinierendsten Berufe der Welt zu erlernen.“ In diesem Sinne unterstützt Schneider auch gastgewerbliche Jugend-Meisterschaften und ist stolz auf Bayerns Beste!

GLOBAL YOUNG CHEFS CHALLENGE IN PRAG

Gold für Koch-Jugendmeisterin Sandra Hofer

VOM 5. BIS 7. OKTOBER HAT DIE AMTIERENDE DEUTSCHE KOCH-JUGENDMEISTERIN SANDRA HOFER VOM MÜNCHNER STERNERRESTAURANT GEISELS WERNECKHOF UM DEN SIEG BEI DER GLOBAL YOUNG CHEFS CHALLENGE IN PRAG, CENTRAL EUROPE, GEKÄMPFT. GEMEINSAM MIT IHREM „COMMIS“ MICHAIL LOUKIDIS ERKOCHTE SIE SICH DEN ERSTEN PLATZ FÜR MITTELEUROPA UND DEN ZWEITEN PLATZ FÜR NORD-SÜD-OSTEUROPA.



Gold für die bayerische Jungköchin Sandra Hofer bei den Global Challenge. Das ist zugleich das Ticket zum Weltfinale in Kuala Lumpur 2018.

Hohenkammer ihre Ausbildung absolvierte, von den von den „bayerischen Nationaltrainern“ Franz Kutenberger und Franz Einsiedler sowie von Holger Mootz und dem Lebensmittelkonzern Nestlé. Hofer selbst sagt über die Vorbereitungsphase des Wettbewerbs: „Es ist eine tolle Erfahrung gewesen, alles für den Wettbewerb selbst organisieren zu dürfen und selbst dafür verantwortlich zu sein, denn in der Jugendnationalmannschaft wurde noch alles von einem Trainer übernommen.“

Aus dem Warenkorb mit den „Muss-Bestandteilen“ Jakobsmuscheln und Wolfsbarsch für die Vorspeise, Gänsestopfleber und Kalbsrücken im Hauptgang sowie Schokolade, die in mindestens drei Zubereitungsformen verarbeitet werden musste, nämlich in gebackener Form, mit Fruchtkomponente und einer Fruchtsauce,

zauberte die 21-Jährige das Siegermenü. Insgesamt kochten die Teilnehmer siebeneinhalb Stunden. „Ich habe die Zeit voll genutzt und bis zur letzten Sekunde angerichtet“, so Hofer. „Typisch bayerische Gerichte mit sehr hohem Schwierigkeitsgrad waren mein persönlicher Anspruch“, verrät die strahlende Sandra über ihr Menü.

Das Siegermenü von Sandra Hofer

Obwohl Hofer den Titel alleine trägt, hat sie den Sieg ausdrücklich als gemeinsame Teamleistung mit Loukidis bezeichnet. Mit ihrer Goldmedaille sicherte sich „Team Germany“ ein Ticket für das Weltfinale der Global Young Chefs Challenge vom 11. bis 14. Juli 2018 in Kuala Lumpur. „Wir haben in Prag viele Talente aus allen Nationen kennen gelernt. Es war eine tolle Atmosphäre und wir haben uns untereinander über Techniken und Menüs ausgetauscht“, so Hofer. Für die 21-Jährige war es nicht die erste Teilnahme an einem internationalen Kochwettbewerb, denn im Mai dieses Jahres gewann sie bereits die Bronzemedaille mit der Jugendnationalmannschaft in Hong Kong.

Trainiert und unterstützt wurde die Goldköchin, die im Camers Schlossrestaurant, Schloß

VORSPEISE

Fischrolle vom Wolfsbarsch | Gebeizte Jacobsmuschel | Guacamole | Legierter Fischfond | Tapiokaperlen mit Nori | Grapefruitgel | Grapefruitfilets | Salicorn | Meerestrauben | Petersilienöl

HAUPTSPESIE

Kalbsrücken mit Holunderlack | Kalbsbacke | Blutwurst | Foie Gras Jus | Sautierter Spitzkohl | Spitzkohlpurre | Spätzle | Preiselbeeren | Röstzwiebel | Schwarzwälder Schinken

DESSERT

Marmoriertes Eis (weiße Schokolade / Zwetschge) | Schokoladenmouse | Weiße Schokoladencreme | Zwetschgengel | Marinierte Zwetschgen | Karamellisierte weiße Schokolade | Zwetschgensauce | Gewürzbrösel | Blutampfer

ZUKUNFTSFÄHIGER NACHWUCHS

16. NATIONALER AZUBI-AWARD SYSTEMGASTRONOMIE

Die Gewinner des 16. Nationalen Azubi-Award Systemgastronomie des DEHOGA Bundesverbands heißen Arnd Cordes von Le Buffet und als deutscher Vizejugendmeister Systemgastronomie Marvin Woidt von Aposto aus Bamberg.



„AKADEMIE JUNGER GASTRONOMEN“

Selbstständig in die Zukunft gehen, damit geht die „Akademie junger Gastronomen“ in die 3. Staffel. Mit der insgesamt zweiwöchigen Qualifizierungs-Maßnahme – je eine Woche im 2. und 3. Ausbildungsjahr – bietet der DEHOGA Bayern eine solide Basis für Auszubildende und junge Erwachsene, die eine spätere Existenzgründung planen oder sich darüber informieren möchten. Vorrangig Auszubildende können kostenfrei an der „Akademie junger Gastronomen“ teilnehmen.



1. Modulwoche:
**19. bis 23. Mai 2018 an den Berufsschulen
Rosenheim oder Bamberg**

2. Modulwoche:
**08. bis 12. Oktober 2018 an den Berufsschulen
Rosenheim oder Bamberg**

Betriebswirtschaftliche Themen der Existenzgründung, die Erstellung eines eigenen Businessplans, Exkursionen in einen Gastbetrieb und eine Brauerei sowie der enge Erfahrungsaustausch mit erfolgreichen Existenzgründern stehen auf dem spannenden Programm. Anmeldung und Information beim DEHOGA Bayern, berufsbildung@dehoga-bayern.de.

DUALE AUSBILDUNG BLEIBT STÜTZE FÜR FACHKRÄFTESICHERUNG DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT



Trotz der zunehmenden Konkurrenz zur akademischen Ausbildung ist die duale Ausbildung aufgrund ihrer Bedarfs- und Praxisorientierung weiter Garant für gut qualifizierte Fachkräfte und zentrale Stütze für die Fachkräftesicherung der deutschen Wirtschaft. Entsprechend bietet eine betriebliche Ausbildung jungen Menschen einen sehr guten Einstieg in das Erwerbsleben. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Untersuchung des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB), in der die Übergänge von der betrieblichen Ausbildung in Beschäftigung für Absolventen der Jahre 2013 und 2014 untersucht worden sind.

VOLLZEIT IN G~~X~~TEILZEIT



TRAUMJOB STATT UNDERDOG

Aufbruchsstimmung am Campus Regenstein: Mit einer außergewöhnlichen Marketing-Aktion bietet die Hotelfachschule der Eckert Schulen dem schlechten Ruf einer gesamten Branche die Stirn. Zwölf Absolventen erzählten auf www.eckert-schulen.de ihre Erfolgsgeschichten – die Botschaft: Weiterbildung ist der Erfolgsschlüssel, um in Hotellerie & Gastronomie durchzustarten. Karriere á la carte für Branchenaufsteiger und Branchenwechsler gleichermaßen.

Ob Wenig Gehalt, kaum Verantwortung und unmenschliche Arbeitszeiten: Das Imageproblem der Hotellerie & Gastronomie als Arbeitgeber ist groß. Zu Unrecht, findet auch Petra Mayer: „Viele wissen nicht, welche Chancen, welche Perspektiven, welche Traumjobs sie erreichen könnten“, sagt die Schulleiterin der Hotelfachschule Regenstein. Das soll sich nun ändern: Unter dem Motto „Traumjob statt Underdog“ erzählen zwölf Regensteiner Absolventen ihre Erfolgsgeschichten.

Es ist eine Marketing-Aktion, die kaum jemand von einer Schule erwarten würde: „Ich war noch nie so in der Scheiße“, sagt Ludwig „Lucki“ Maurer in seinem Statement. „Das erste Mal in meinem Leben musste ich etwas lernen! Doch im Endeffekt war das eine der besten Entscheidungen“, räumt der Fleisch-Papst und TV-Koch ein. Es sind authentische und unzensurierte Statements wie diese, die den

Charme der Kampagne ausmachen und jede einzelne der zwölf Storys lesenswert machen.

Das Erfolgsgeheimnis der Weiterbildungen ist die große Praxisnähe und das Rundum-Paket mit Exkursionen, Workshops und Fach-Veranstaltungen. Die angehenden Küchenmeister IHK arbeiten in der professionell ausgestatteten Lehrküche, erhalten dort auch so manchen Praxisworkshop von Profi-Küchenchefs. In der Weiterbildung zum Staatlich geprüften Hotelbetriebswirt liegt der Fokus im Hospitality Management. „Im Unterricht arbeiten wir mit gängiger Branchensoftware, wir bieten ergänzende Zusatzqualifikationen im Bereich Management und Mitarbeiterführung und arbeiten mit der Brauerei Bischofs- hof als Excellence-Partner zusammen.“ Das

macht das Praxisstudium auch für Umsteiger interessant, die „raus aus der Gastro“ wollen. „Durch die fundierte kaufmännische Ausbildung, die sozialen Kompetenzen und ihr Organisationstalent arbeiten viele unserer Absolventen heute in Marketing-, Personal- oder Einkaufsabteilungen großer Industriebetriebe.“

Weitere Informationen unter www.eckert-schulen.de/traumjob-hotelbetriebswirt oder www.eckert-schulen.de/hoga

**TRAUMJOB
STATT
UNDERDOG**
#Hotelbetriebswirt

Mit der **INTERNORGA** Neuland betreten

„Neuland betreten“ – so lautet das Motto der INTERNORGA, die vom 9. bis 13. März 2018 fünf Tage lang ihre Tore in den Hamburger Messehallen öffnet. Fachbesucher der internationalen Leitmesse für den gesamten Außer-Haus-Markt erwartet eine Welt voller Inspiration – visionäre Konzepte und richtungsweisende Innovationen werden auf über 100.000 Quadratmetern für das Publikum erlebbar.



AUF EINEN BLICK

Die INTERNORGA ist die Leitmesse für Hotellerie, Gastronomie, Bäckereien und Konditoreien. Jedes Jahr im März präsentieren mehr als 1.300 nationale und internationale Aussteller über 95.000 Fachbesuchern ihre Produkte, Trends und Innovationen für den gesamten Außer-Haus-Markt. Begleitet wird die Messe durch international besetzte Fachkongresse, ein umfassendes Rahmenprogramm und innovative Branchenwettbewerbe. Vom Verband der Deutschen Messwirtschaft (AUMA) ist die INTERNORGA als einzige internationale Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie in Deutschland klassifiziert. Seit 1921 findet die Messe im Herzen der Hansestadt Hamburg statt. Weitere Informationen zur INTERNORGA 2018 unter www.internorga.com.

Die Größe und Vielfalt der Messe eröffnen den Besuchern neue Umsatzchancen für den eigenen Betrieb. Als Katalysator für Trends und wichtigster europäischer Branchentreffpunkt ist die INTERNORGA ein Pflichttermin für Marktführer, Top-Entscheider und Newcomer aus Gastronomie, Hotellerie, Bäckereien und Konditoreien.

Claudia Johannsen, Geschäftsbereichsleiterin bei der Hamburg Messe und Congress GmbH blickt mit Vorfreude auf die kommende Ausgabe der INTERNORGA: „Als Veranstalter der Leitmesse haben wir stets einen hohen Anspruch an uns und an die INTERNORGA. Wir wollen unsere Fachbesucher mit exklusiven Einblicken und Produktinnovationen begeis-

tern. Dafür stehen wir im engen Austausch mit der Branche und den Ausstellern. Dank ihrer Insights können wir Innovationen des gesamten Außer-Haus-Marktes präsentieren, wichtige Impulse geben und einen europäischen Branchentreffpunkt bieten. Wir freuen uns schon jetzt auf die vielen Fachbesucher und Aussteller der INTERNORGA 2018.“

Wegweiser in Richtung Trends

Die INTERNORGA inspiriert die Branche mit kreativen Präsentationsformaten immer wieder neu. Ausgewiesene Specials laden auf der Messe zum Entdecken aktueller Trendthemen und visionärer Konzepte ein: In der CRAFT BEER Arena präsentieren über 30 nationale und in-

ternationale Brauereien ihr handgebrautes Bier. Ein weiteres Highlight ist die Newcomers' Area. Hier wagen junge Unternehmer den Markteintritt und präsentieren ihre Produktinnovationen sowie neue Dienstleistungen für die Branche. Spannende Konzepte und Neuheiten im Bereich Food aus aller Welt stellt Trendforscherin Karin Tischer im Pink Cube vor. Auf dem Grill & BBQ Court erhalten Fachbesucher frische Ideen rund um den Rost, während erfahrene „Trucker“ im Food Truck Village Einblicke in die mobile Gastronomie von morgen gewähren.

Hamburg lohnt sich rund um die Uhr

Die Hansestadt bietet eine unverwechselbare Vielfalt in der Gastronomie und Hotellerie.



INTERNORGA 2018
9. bis 13. März 2018,
Messe Hamburg
Öffnungszeiten:
Täglich 10 bis 18 Uhr
Preise:
32,50 Euro Tagesticket
41,50 Euro Zwei-Tagesticket
17 Euro Fachschüler,
Fachstudent



Hochkarätige Kongresse auf internationalem Niveau

Freuen dürfen sich die Besucher außerdem schon jetzt auf die hochkarätig besetzten internationalen Kongresse – sie sind die fachlichen Höhepunkte der Messe. Beim Foodservice-Forum – Europas größter Kongress für professionelle Gastronomie, dem Deutschen Kongress für Gemeinschaftsgastronomie und dem INTERNORGA Forum Schulca-

tering werden die neuesten Entwicklungen, Trends und Innovationen im Außer-Haus-Markt beleuchtet, präsentiert und diskutiert.

Spannende Wettbewerbe als Karriere-Booster

Fest im Rahmenprogramm etabliert haben sich die INTERNORGA-Wettbewerbe: Nach den Vorjahressiegern Jonas Straube und Maximilian Schultz begibt sich die INTERNORGA gemeinsam mit Johann Lafer nun auf die Suche nach dem „Next Chef 2018“. Zahlreiche Bewerbungen für die dritte Edition des innovativen Kochwettbewerbs sind bereits eingegangen. In Kooperation mit dem Leaders Club Deutschland trägt die INTERNORGA den Gastro Startup-Wettbewerb aus. Die Gründungsinitiative bietet jungen Gastronomen die einmalige Gelegenheit auf der INTERNORGA 2018 ihre kreativen Konzepte zu präsentieren und sich damit einen erfolgreichen Start in der Gastro-Branche zu sichern. Ein weiterer mit Spannung erwarteter Höhepunkt ist die Verleihung des INTERNORGA Zukunftspreises, dessen Nominierte Jahr für Jahr mit ihren Produkten, Konzepten und Visionen Maßstäbe für die Branche setzen. Sie werden für ihre unternehmerische Initiative sowie Mut und Ideenreichtum ausgezeichnet. Bewerbungen zu den Wettbewerben nimmt die INTERNORGA ab sofort unter www.internorga.com entgegen.

Zahlreiche Neueröffnungen mit gastronomischen Highlights und innovativen Übernachtungskonzepten, machen die Stadt zum idealen Ort, um neue Trends hautnah zu erleben. Ein absolutes Must-see für das Fachpublikum des Außer-Haus-Markts.

Trendtouren

Runter von der Messe und rein ins gastronomische Vergnügen! Das Highlight nach der INTERNORGA: Trendtouren durch die Hamburger Gastronomie-Hotspots. Wer sich auf einen fachlich interessanten Streifzug durch die Gastro-Szene begibt, stößt an allen Ecken auf kreative Newcomer voll Enthusiasmus. Spaß, Genuss und Inspiration erwarten Sie!



Auf ein Bier mit...

Anselm Bilgri,

VORTRAGENDER, BUCHAUTOR, COACH UND MEDIATOR



Foto: Hoffotografen

WIE SIND SIE ERSTMALS MIT DER GASTRONOMIE-BRANCHE IN BERÜHRUNG GEKOMMEN?

Ich bin in der Gaststätte aufgewachsen, da meine Eltern Wirtsleute waren. Mein erstes Taschengeld habe ich mir hinter der Theke verdient.

WAS BEDEUTET FÜR SIE WAHRE GASTFREUNDSCHAFT?

Als ehemaliger Benediktinermönch habe ich gelernt, dass Gäste genauso aufgenommen werden sollen, wie man Jesus Christus aufnehmen würde. Der Kunde ist nicht König, sondern Gast. Man soll seinen Gästen dienen, dies aber mit einer souveränen Haltung.

SIE SETZEN SICH IN IHRER TÄTIGKEIT VIEL MIT DER RICHTIGEN BALANCE ZWISCHEN LEBEN UND ARBEITEN AUSEINANDER UND WOLLEN ANDEREN HELFEN, DIESE

ZU FINDEN. WAS RATEN SIE ERWERBSTÄTIGEN IM GASTGEWERBE?

Ich denke, dass die Arbeitszeiten des Mitarbeiters eingehalten werden müssen. Meiner Meinung nach ist nur ein zufriedener Mitarbeiter, der in sich ruht und ausgeruht ist, motiviert und gewappnet für den Arbeitstag.

WAS KANN EIN GASTGEWERBLICHER UNTERNEHMER MACHEN, UM SEINEN BETRIEB ZUKUNFTSAHIG AUFZUSTELLEN?

Meiner Erfahrung nach gibt es drei Dinge, die unbedingt stimmig sein müssen. Die Qualität ist wichtig, der Service muss stimmen und die Kundenorientierung sollte vorhanden sein. Wenn einer dieser drei Grundsätze nicht funktioniert, dann geht das in die Hose. Diese Grundsätze müssen miteinander in Einklang stehen.

WAS WÄRE SEITENS „DER GESELLSCHAFT“ ODER „DER POLITIK“ DIESBEZÜGLICH WÜNSCHENSWERT?

Beide Seiten müssen erkennen, dass die Gastronomie essentiell für unsere Gesellschaft ist, und das nicht nur wirtschaftlich. Denn das Gastgewerbe ist, egal in welcher Form, ein Ort der Begegnung von Menschen.

WELCHE CHARAKTERZÜGE WÜRDEN SIE AN SICH ALS TYPISCH BAYERISCH BEZEICHNEN?

Eine gewisse Gemütlichkeit, die sich auch in der barocken Körperfülle widerspiegelt. Diese Gemütlichkeit ist noch verbunden mit Gelassenheit und einem inneren Gleichmut, der aber nicht mit Gleichgültigkeit zu verwechseln ist.

IHR KONTAKT ZUM DEHOGA BAYERN

BEZIRKSGESCHÄFTSSTELLEN

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

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

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

LANDESGESCHÄFTSSTELLE

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

AUSSENDIENST



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



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



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



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



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



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



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

IMPRESSUM

Gastgeber Bayern
Das Magazin für Gastronomie und Hotellerie

Hier finden Sie uns online:
www.gastgeber.bayern

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

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

PresseCompany GmbH
Kommunikationsagentur

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

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

CvD:
Julia Mack (jm)
Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart
Telefon: 0711 / 23886-53

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

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

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

Erscheinungsweise:
viermal im Jahr

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

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

Druckauflage 1. Quartal 2017: 15.000 Exemplare

Deutsche Post AG
Entgelt bezahlt

Aus der Schublade

Was wurde eigentlich aus...

...den Diskussionsbeiträgen zur „Zukunft des Destinationsmanagements und -marketings im Freistaat Bayern“?

Vor zwei Jahren führte der Lehrstuhl Tourismus der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt unter Leitung von Prof. Dr. Harald Pechlaner im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie des Freistaats Bayern eine breit angelegte Workshopreihe durch. Darin wurde mit repräsentativ ausgewählten Verantwortlichen des bayerischen Tourismus auf unterschiedlichen Organisationsebenen über Entwicklungsszenarien zur Zukunft des bayerischen Tourismus diskutiert. Das Resultat sind Diskussionsbeiträge in Form eines öffentlich zugänglichen Endberichts.

„Die Diskussion zukünftiger Entwicklungsmöglichkeiten im Tourismus ist gerade auch in Erfolgszeiten notwendig.“

Prof. Dr. Harald Pechlaner – Lehrstuhlinhaber Tourismus an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt



Hintergrund der Studie war der vielfach bekundete Wunsch, dort wo sinnvoll, eine Bündelung von Mitteln, Ressourcen und Kompetenzen anzustreben. Außerdem wurde mittels der Abbildung von fünf Szenarien das Ziel verfolgt, eine klare Aufgabenverteilung im bayerischen Tourismus darzustellen und eine Anreizarchitektur zu schaffen, die eine kooperative Tourismusentwicklung zwischen öffentlicher und privater Seite honoriert. Im Einzelnen wurde dabei über Genossenschaften als vielversprechende Organisationsform, über die neue Rolle des bestehenden Fremdenverkehrsbeitragsmodells sowie über ein Anreizsystem basierend auf Fonds diskutiert und in ein „Idealszenario“ integriert. Weiterhin waren vor dem Hintergrund

ähnlicher Modelle in anderen Destinationen die Chancen und Risiken einer potenziellen landesweiten Tourismusabgabe Betrachtungsgegenstand, in der Diskussion für Bayern jedoch als nicht gangbarer Weg erachtet.

Die Ergebnisse der Studie wurden im November 2015 auf dem Bayerischen Tourismustag der Öffentlichkeit vorgestellt. Prof. Pechlaner präsentierte die Resultate daraufhin bayernweit im Rahmen unterschiedlicher Netzwerktreffen. Hierbei zeigten sich vor allem die IHKS und der DEHOGA Bayern als Initiatoren für eine vertiefte Diskussion der Ergebnisse aufgeschlossen. Der Lehrstuhl Tourismus organisierte im Rahmen der jährlich stattfindenden Eichstätt Tourismsgespräche außerdem eine Tagung zum selben Thema, in der die praxisorientierte Anwendung der Resultate diskutiert wurde.

Insgesamt wurde von vielen Seiten ein hohes Interesse an der Weiterverfolgung der erarbeiteten Inhalte bekundet. Die Ergebnisse sind weiterhin aktuell und können aufgrund der Formulierung in Form von Szenarien als Handlungsleitfaden dienen.

Die Diskussionsbeiträge sind online abrufbar unter www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user_upload/stmwi/Themen/Tourismus/Dokumente_und_Cover/2016-01-20-Bayern



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



Limonadenklassiker. Seit 1905.