Gastgeber Bayern

Das Magazin für Gastronomie und Hotellerie

#03

Ausgabe 2018

DEHOGA Bayern

LANDTAGSWAHL 2018

Jahrhundertkoch Eckart Witzigmann über die Bedeutung der bayerischen Wirtshauskultur
Seite 09

Akademiedirektorin Prof. Dr. Ursula Münch über die Bedeutung einer soliden politischen Bildung
Seite 22

Großer Wahlcheck des DEHOGA Bayern: „Gastgeber Bayern" fragt, die Kandidaten antworten
Seite 26

ZKZ 10616 | Sonderpreis: 5 €

DEHOGA Bayern

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

Am 14. Oktober haben Sie die Wahl, wer künftig Bayern regiert. Wenn die Meinungsforscher Recht behalten, werden für die kommende Legislaturperiode sechs Parteien ins Maximilianeum einziehen – so viele wie nie zuvor.

Je mehr Parteien im Parlament sitzen, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass es zu einer Regierungskoalition kommen wird. Das wird selbstverständlich direkte Auswirkungen auf unsere Branche haben. Umso wichtiger ist es, von seinem Wahlrecht Gebrauch zu machen. Denn keiner weiß so gut wie Sie, dass die Belange des Mittelstandes und insbesondere die des bayerischen Gastgewerbes noch stärker in der Politik vertreten werden müssen. Wir sind eine aufstrebende Branche, mittlerweile ist der Tourismus, dessen Hauptleistungsträger Hotellerie und Gastronomie sind, nach der Industrie die zweitwichtigste Leitökonomie unseres Freistaates. Dies muss sich auch entsprechend stärker in der Politik widerspiegeln.

Noch nie haben sich so viele Parteien in Bayern zur Wahl gestellt, noch nie war die Parteienlandschaft so vielfältig. Das macht es umso schwerer herauszufinden, welche Partei die Brancheninteressen am besten vertreten wird. Wer sich gezielt über die Positionen der Parteien und Kandidaten zu unseren branchenpolitischen Themen informieren will, dem empfehlen wir die Lektüre dieser Ausgabe von „Gastgeber Bayern" und unseren Online-Wahlcheck unter www.dehoga-bayern.de/wahlcheck.

Da wir an dieser Stelle leider nicht über alle Parteien ausführlich berichten können, haben wir uns auf die sechs konzentriert, bei denen das Überschreiten der Fünf-Prozent-Hürde am wahrscheinlichsten ist.

Wir haben aber noch andere interessante Artikel und spannende Interviews für Sie vorbereitet: Neueste Informationen über Fördermöglichkeiten im Rahmen unserer Wirtshauskampagne; oder der Rückblick des Jahrhundertkochs Eckard Witzigmann auf seine einzigartige Karriere. Doch lesen Sie selbst…

A. Inselkammer

Angela Inselkammer
Präsidentin des DEHOGA Bayern

Dr. Thomas Geppert
Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern

DEHOGA Bayern

Inhalt

Ausgabe 03/2018

03

Editorial Seite 03

Inhaltsverzeichnis Seite 04

Wussten Sie schon? Seite 05

06 **Aus dem Landesverband**

Kampagne „Zukunft für das bayerische Gastgewerbe" Seite 06

Mit der Gästebrille durch den eigenen Betrieb Seite 07

Im Gespräch mit Jahrhundertkoch Eckart Witzigmann Seite 09

Interview mit Prof. Celine Chang über Fachkräftebedarf Seite 12

Kostenlose Einkaufslösung für Mitglieder des DEHOGA Bayern Seite 14

DEHOGA Bayern im Gespräch Seite 16

22 **Landtagswahl**

Im Gespräch mit Akademiedirektorin Prof. Dr. Ursula Münch Seite 22

Der große DEHOGA-Bayern-Wahlcheck Seite 26

„Gastgeber Bayern" fragt, Kandidaten antworten Seite 28

Gastgeber im Bayerischen Landtag Seite 36

Online-Wahlcheck des DEHOGA Bayern – Wie's funktioniert Seite 37

Blick nach Österreich: Tourismus pragmatisch gedacht Seite 38

Im Gespräch mit Südtirols Landeshauptmann Arno Kompatscher Seite 40

Bayern und die Welt 44

Bayerns Gastgeber treffen sich auf der HOGA Seite 44

Bayerns kreativstes Gastro-Start-up gesucht Seite 47

Genussakademie Bayern: Küchenpraxis steht im Vordergrund Seite 48

Terminübersicht der Bayern Tourist GmbH Seite 49

2. Bayerischer Gastgebertag in Regensburg Seite 50

Neues Onlinebuchungsportal für Gäste und Hoteliers Seite 51

Barrierefreie Erlebnisse sorgen für Urlaub ohne Hindernisse Seite 52

Das Hotel der Zukunft Seite 54

Auf einen Willi mit... 56

Ansprechpartner | Impressum Seite 57

Frag doch mal den Knigge Seite 58

DAS TITELBILD zeigt im Original einen Wanderwegweiser in den oberbayerischen Alpen bei Garmisch-Partenkirchen.

Wussten Sie schon...

16 STD

... dass die längste Landtagssitzung der vergangenen Legislaturperiode 16 Stunden dauerte – nach gültigem Arbeitszeitgesetz eigentlich undenkbar.

11 %

... dass das bayerische Gastgewerbe 11 Prozent aller beschäftigten Flüchtlinge und 8 Prozent aller Flüchtlinge in Ausbildung integriert?

91

... dass es bei der Landtagswahl 91 Stimmkreise gibt, die nahezu identisch mit den 75 Kreisstellen des DEHOGA Bayern sind? Die zusätzlichen Stimmkreise resultieren durch die Untergliederung von München und Nürnberg.

55 %

... dass bei rund 55 Prozent aller Wahlberechtigten die Wahlentscheidung noch nicht fest steht?

12 %

... das 12 Prozent aller Wahlberechtigten auf ihr Wahlrecht verzichten wollen?

9,5 MIO

... dass es 9,5 Millionen Stimmberechtigte gibt? Das bedeutet, dass allein die mehr als 400.000 Erwerbstätigen in Hotellerie und Gastronomie einen Stimmanteil von über 4,2 Prozent haben. Nimmt man die übrigen im Tourismus Beschäftigten hinzu, liegt der Anteil bei knapp 6 Prozent.

180

... dass unter den derzeit 180 Abgeordneten nur 12 Unternehmer im Parlament sitzen?

Zukunft
für das bayerische
Gastgewerbe

Kampagne „Zukunft für das bayerische Gastgewerbe“

Wirtshaus ist Heimat.

Angesichts des demografischen Wandels, der Herausforderungen durch die Digitalisierung und des Fachkräftemangels wurde vom DEHOGA Bayern, mit Unterstützung des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Energie und Technologie, die strategische Kampagne „Zukunft für das bayerische Gastgewerbe“ entwickelt. Die Bausteine der Kampagne bieten wirksame Maßnahmen gegen das weitere Schließen von gastgewerblichen Betrieben an.

Die Bausteine der Kampagne

BLITZLICHTBERATUNG

Essentieller Baustein der Kampagne ist die „Blitzlichtberatung“. Mittels einer kostenfreien Erstanalyse des Potenzials von klein- und mittelständischen Betrieben wird der weitere mögliche Bedarf von Maßnahmen konkretisiert.

INVESTITIONSFÖRDERUNG

Wirte und Hoteliers können sich unkompliziert und auf einen Blick über öffentliche und regional geförderte Investitionsmöglichkeiten oder spezielle Förderprogramme informieren.

FACHKRÄFTENAVIGATOR

Der wachsende Tourismus in Bayern bedingt einen hohen Fachkräftebedarf im Gastgewerbe: Der „FachkräfteNavigator“ zeigt Ihnen, wie sie auf vielfältigen Wegen zu Fachkräften speziell für ihren Bedarf kommen.

BERATERDATENBANK

Durch den Aufbau und die Pflege einer fachspezifischen Beraterdatenbank erhalten Sie einen konkreten Überblick über Berater in Ihrer Region.

Best Practices aus den Hotel- und Gastronomiebetrieben

Die bayerischen Wirte und Hoteliers sind kreativ und dabei zeigt sich: Schon ein Geldautomat im Eingangsbereich kann die Situation deutlich verbessern. Ein Wurstautomat, bei dem sich die Gäste noch einen Snack für unterwegs oder zu Hause mitnehmen können, kurbelt ebenfalls das Geschäft an. Und auch die Après-Ski Almhütten können im Sommer umfunktioniert werden und als überdachter Biergarten dienen.

Weitere Informationen unter www.wirtshauskultur.bayern
#zukunftfürdasbayerischegastgewerbe

Gefördert durch:

DEHOGA Bayern

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie

Im Gespräch mit BTG-Geschäftsführerin Isabella Hren

Mit der Gästebrille durch den eigenen Betrieb

ISABELLA HREN, VORSTAND DER BAYERISCHEN GASTGEBER AG UND GESCHÄFTSFÜHRERIN DER BTG, ÜBER PERSPEKTIVENWECHSEL IM GASTGEWERBE, WAS ERFOLGREICHE BETRIEBE EINT UND DIE ERFAHRUNGEN AUS DEN ERSTEN 100 BLITZLICHTBERATUNGEN IM RAHMEN DER KAMPAGNE „ZUKUNFT FÜR DAS BAYERISCHE GASTGEWERBE“.

Die BTG wurde vom DEHOGA Bayern im Rahmen der Kampagne beauftragt, Kurzberatungen im Sinne von Potential- und Schwachstellenanalysen für gastgewerbliche Betriebe in Bayern zu konzipieren und umzusetzen. Gleichzeitig sollten Sie den Betrieben Lösungs- sowie Maßnahmenbausteine an die Hand geben – wie sind Sie diese Aufgabe angegangen?

Wir haben uns mit einem Team von Profis der Branche – internen wie externen – viele Gedanken über Probleme sowie Herausforderungen der Betriebe gemacht und im zweiten Schritt mögliche Lösungen skizziert. Ein zweites Team hat sich mit erfolgreich geführten gastgewerblichen Betrieben in Bayern beschäftigt und mit der Frage: „Was macht die Erfolgreichen so erfolgreich und welche gemeinsamen Nenner haben diese Best-Practice Betriebe?“

Zu welchem Schluss sind Sie gekommen?

Auch wenn viele individuelle Faktoren eine Rolle spielen, kann man einige Erfolgsfaktoren zusammenfassen:

DAS LEISTUNGSSPEKTRUM DER BAYERN TOURIST GMBH

ZERTIFIZIERUNGEN & KLASSIFIZIERUNG
QUALITÄT MACHT DEN UNTERSCHIED

- Hotelsterne und G-Klassifizierung
- Ausgezeichnete Bayerische Küche & Bierkultur
- Motorradfreundliche Betriebe
- iMarke-Zertifizierung für Tourist-Informationen
- ServiceQualität Deutschland

QUALIFIKATION
AUS- UND WEITERBILDUNGSPROGRAMM

- 60 offene Seminartage in den Bereichen Betriebswirtschaft, Verkauf, Marketing, Service und Dienstleistungen, Housekeeping, 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
- Innovationen und Informationen
- Veranstaltungen

BERATUNGS-SERVICE
MEHR WISSEN, MEHR ERFOLG

- Blitzlicht: Momentaufnahme, Kurzbericht, Praxistipps
- Beratertage: fachspezifisch, thematisch
- Berater-Package: z. B. Unternehmensnachfolge

www.btg-service.de

Sie haben Interesse an einer kostenlosen Blitzlichtberatung?

Dann registrieren Sie sich direkt über das Anmeldetool auf der Website www.wirtshauskultur.bayern.

Klare Ausrichtung – ein Konzept, welches durchgängig in den Betrieben erkennbar ist, gepaart mit Authentizität. Diese Unternehmen wissen, für was sie stehen – aber auch, welche Trends sie auslassen müssen. **Sie bleiben authentisch und entwickeln sich stetig weiter.**

Darüber hinaus kennen sie ihre **Alleinstellungsmerkmale, nutzen und kommunizieren diese über alle Kanäle**. Das bedeutet im Betrieb, im Außenauftritt, Web etc.

Ein weiterer Punkt, der sich herauskristallisiert hat, ist der **professionelle Umgang mit Mitarbeitern**. Erfolgreiche Betriebe binden Mitarbeiter in Entscheidungen ein und somit langfristig ans Unternehmen.

Woher weiß man als Unternehmer bei Veränderungen, was noch zum Betrieb passt – wie Sie sagen, was „authentisch" ist und was nicht?

Indem man seine Zielgruppen kennt und sich mit deren Bedürfnissen auseinandersetzt. Ich halte es für wichtig, den Blick von außen auf den eigenen Betrieb und die angebotenen Dienstleitungen zu reflektieren.

Das setzt gleichzeitig voraus, seinen Gästen interessiert zuzuhören, im Betrieb und den sozialen Netzwerken. Die Informationen sollten regelmäßig bewertet und auch mit den Mitarbeitern diskutiert werden.

Im Rahmen der Kampagne des DEHOGA Bayern „Zukunft für das Bayerische Gastgewerbe" hat die BTG bereits die ersten 100 Blitzlichtberatungen in bayerischen Betrieben durchgeführt – weitere 200 sind bereits angemeldet und täglich trudeln mehr Registrierungen ein. Worauf führen Sie diese Nachfrage zurück?

Viele nennen bei der Anmeldung als Motiv den Wunsch nach einem neuen Blickwinkel auf den eigenen Betrieb, Lösungsvorschläge für aktuelle Herausforderungen bzw. neue Ideen für die Zukunft.

Lassen sich die Empfehlungen, die Sie während der Blitzlichtberatung bzw. im Bericht aussprechen, zusammenfassen?

Der Bedarf an neuem Know-how in den Betrieben ist definitiv vorhanden. Viele Unternehmer arbeiten schon lange und sehr intensiv, da wird man irgendwann „betriebsblind". Die Möglichkeiten, neuen Input zu kriegen, sind vielfältig:

Weiterbildung ist eine Variante – sowohl bei Unternehmern als auch Mitarbeitern. Das sehen wir bei der BTG auch an der steigenden Nachfrage im Seminarbereich. Für die aktuelle Generation der Mitarbeiter spielt die Möglichkeit, an Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen teilzunehmen, eine wichtige Rolle. Bei konkreten Herausforderungen empfehlen wir meist, auf das Know-how eines Spezialisten, einem Berater oder Coach, zurückzugreifen. Einen Profi, der unvoreingenommen auf den Betrieb blickt und bei der Lösung hilft, der in den Betrieben vermittelt, wenn unterschiedliche Wahrnehmungen innerhalb des Teams oder der Familie vorherrschen.

Auch professionelle Mystery Checks sind ein hervorragendes Mittel, einen neutralen und vor allem strukturiert dokumentierten Blick durch die Gästebrille auf den eigenen Betrieb zu erhalten.

Persönlich empfehle ich Unternehmern, so oft es die Zeit erlaubt, selbst „Gast zu sein". Sprich, neue Betriebe, Produkte, Konzepte als Gast zu entdecken. Kleine Auszeiten geben Raum für neue Ideen und es fällt später leichter, im eigenen Betrieb die Perspektive der Gäste einzunehmen. ■

Im Gespräch mit Jahrhundertkoch Eckart Witzigmann

„Die Originalität muss immer erhalten bleiben"

Er ist Koch des Jahrhunderts, in der „Hall of Fame de Grand Chefs" verewigt und doziert als „Professeur de la Cuisine" an der schwedischen Universität Örebro: Es kommt nicht von ungefähr, dass Eckart Witzigmanns Name seit Jahrzehnten untrennbar mit der hohen Kunst des Kochens in Verbindung steht. Im Gespräch mit „Gastgeber Bayern" berichtet der in Österreich geborene Sternekoch über die Bedeutung der bayerischen Wirtshauskultur und gastronomische Konzepte mit Zukunft.

Das Interview führte Chefredakteur Frank-Ulrich John

Herr Witzigmann, wenn Sie wieder am Anfang Ihrer Kochkarriere stünden, was würden Sie heute – rückblickend – anders machen?

Der Blick zurück ist immer eine hilfreiche Perspektive, vor allem, wenn man die notwendigen Konsequenzen daraus zieht. Ich würde nicht sehr viel anders machen, jedoch versuchen, Ziele schneller zu erreichen.

Sie haben viele Kochkulturen, Esstraditionen und Restaurants rund um die Welt kennengelernt. Haben Sie hier bestimmte Favoriten?

Ich war und bin immer offen für Neues, Unbekanntes, fast krankhaft wissbegierig. Deshalb hat es für mich auch eine gewisse Logik, sich nicht festzulegen, sich immer wieder von Neuigkeiten überraschen zu lassen. Festgelegte Meinungen engen da immer etwas ein.

Wie sieht es mit der bayerischen Wirtshauskultur aus? Wo liegen deren Stärken?

In einem kurzen Satz zusammengefasst: Der ging es schon mal besser. Aber das hat mannigfaltige Gründe, da spielen sehr unterschiedliche Faktoren eine Rolle.

Gibt es etwas Unverwechselbares, was die bayerische Wirtshaustradition von der anderer Regionen unterscheidet?

Das liegt sicher im Auge des jeweiligen Betrachters. Jede Region – nicht nur in Deutschland – hat eigene Traditionen und spezifische Facetten. Auch bei den Dingen, die unter den Begriff Essen

und Trinken fallen. In Bayern hat sich im Lauf der Zeit etwas sehr Eigenständiges entwickelt, aber wir müssen erst einmal konstatieren, dass es viele regionale, manchmal sogar lokale Traditionen gibt. Und einige kristallisieren sich dann mit der Zeit heraus und werden auch außerhalb der Region zu einem Begriff und populär.

Auch wenn es schwer ist zu pauschalisieren: Welche Schwächen oder gar Risiken sehen Sie bei der bayerischen Wirtshauskultur?

Wir müssen uns darüber im Klaren sein, dass das nicht nur in Bayern, sondern in fast allen Regionen ein Problem ist. Aber im Lauf der Jahrzehnte haben sich Proportionen verschoben, heute geht man eben auch zum Italiener, Griechen oder Türken essen und der Street-Food-Run ist auch nicht unbedingt ein Weg, die bayerische Wirtshauskultur neu zu beleben.

Wie kann man Ihrer Meinung nach dem Wirtshaussterben in den ländlichen Regionen entgegenwirken?

Ich kann Ihnen da auch keine Patentrezepte liefern, im Höchstfall eine gesicherte Ahnung. Wichtig ist, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren, die Originalität muss immer erhalten bleiben. Nichts würde ich für schlimmer halten, als die Kernkompetenz aufzugeben. Nachjustieren muss man sicher bei den Dingen, die Qualität und Zubereitung des Essens anbelangen. Qualität hat ihren Preis, deshalb ist ja auch der Preiskampf bei den Mittags-Menüs eine Sackgasse. Und dann muss man auch versuchen, die jüngeren Generationen wieder einzufangen und nicht nur Trachten- und Schützenvereine. Ich bin mir im Klaren, dass reden hier recht einfach ist, die Problematik liegt sicher in der praktischen Umsetzung.

Unsere Essgewohnheiten haben sich in den vergangenen Jahren stark geändert. Essen im Stehen und Gehen oder Speisen vom Discounter werden sogar steuerlich gefördert. Sehen Sie hier eine Fehlentwicklung?

Die Änderungen innerhalb gesellschaftlicher Umwälzungen sind nicht immer Fehlentwicklungen, haben aber manchmal dramatische Folgen. Als die ersten Fast-Food-Restaurants in den 70er-Jahren eröffnet haben, wurde milde gelächelt, und als ich 1971 im „Tantris" an den Herd ging, haben die Münchner Platzhirsche unserer neuen Art zu kochen nur wenige Wochen Überlebenszeit gegeben. Heute wird schneller als je zuvor eine neue Sau durchs Dorf getrieben und das Neue ist immer erst einmal interessant und toll. In Sachen Wirtshauskultur muss deshalb die Kernkompetenz erhalten und zugleich modifiziert werden. Klingt einfach, ist aber in der Praxis ein Ritt über den Bodensee.

> **„Ich verstehe nicht, dass die Leute, die mehr und länger arbeiten wollen, das nicht dürfen."**
>
> Eckart Witzigman

Im Gegensatz zu früher müssen Köche immer mehr dokumentieren, kennzeichnen und Statistiken ausfüllen; mittlerweile sind es durchschnittlich 13 Stunden pro Woche. Gäbe es hier einen Wunsch von Ihnen an die Politik?

Der Wirt ist heute mehr mit der Buchhaltung und Listenführung beschäftigt, als sich um seine Gäste zu kümmern. Der Staat und die EU organisieren da manches zu Tode, die Vorschriften und Verordnungen wachsen wie Pilze aus dem Boden, verbunden mit einem gewaltigen Mehraufwand für die Betriebe. Ich kann da ein aktuelles Beispiel aus meinem Bereich schildern: Für die Zeitschrift „Bunte" liefere ich wöchentlich Rezepte für meine Kolumne und koche die erst einmal, bevor diese niedergeschrieben und veröffentlicht werden. Bei einer Steuerprüfung hat sich jetzt aber herausgestellt, dass ich das nicht in meiner eigenen Küche, sondern in einer neuen, separierten Küche machen muss, um das von meinem privaten Bereich klar abzugrenzen.

In Deutschland gilt eine tägliche Höchstarbeitszeit, die EU hingegen sieht eine wöchentliche Höchstarbeitszeit vor, um Arbeitsspitzen an bestimmten Tagen besser abfedern zu können. Als jemand, der in unglaublich vielen Ländern gearbeitet hat: Was wäre für Sie der richtige Weg?

Ich glaube, wir müssen uns daran gewöhnen, dass vielen Menschen ein pünktlicher Feierabend und ein geregeltes Wochenende wichtiger sind als berufliches Fortkommen. Das verstehe ich nicht ganz, aber wir müssen das akzeptieren. Nicht verstehe ich jedoch, dass die Leute, die mehr und länger arbeiten wollen, das nicht dürfen, und der Arbeitgeber penibel auflisten muss, wer wann kommt und geht. Gerade in der Gastronomie ist das ein gewaltiger Pferdefuß und wächst sich zu einem riesigen Problem aus.

Gibt es spezielle Tipps, die Sie jungen Berufseinsteigern gerne auf den Weg geben würden?

Das Wichtigste ist, auf der Spur zu bleiben, sich nicht vom Weg abbringen zu lassen. Gegenwind und Enttäuschungen sind häufig in diesen Jobs, da sollte man sich nicht zu schnell unterkriegen lassen, wenn man es wirklich ernst meint. Der Lehrberuf Koch hat im Moment die höchste Abbrecher-Quote, wahrscheinlich will jeder Fernsehkoch werden und nicht einen ganzen Tag lang Saucen reduzieren.

Die „New York Times" hat Sie mit dem Titel „Koch der Könige und Götter" geehrt, weil Sie für viele gekrönte Staatsoberhäupter gekocht haben. Gibt es ein Erlebnis, das Sie nie vergessen werden?

Ich habe in meinen Leben so zahllose, tolle Momente erleben dürfen, da möchte ich keinen einzigen herausgreifen.

Neben Ihrer Zeit in der Küche haben Sie mit Sicherheit auch mehr Zeit als Gast in Hotels und Restaurants verbracht, als die meisten Menschen mit einem „etwas normalerem Job". Können Sie sich denn auch noch an Ihr schönstes Wirtshauserlebnis erinnern?

In meinem Fall war es kein Wirtshaus, sondern genauer gesagt eine Skihütte in Österreich. Da gab es eine wunderbare Linsensuppe und Live-Musik. Ich rätsele bis heute, wie ich da anständig ins Tal zurückkam.

Nach welchen Kriterien suchen Sie ein Restaurant aus?

Ganz ehrlich: Ich werde so häufig eingeladen, da habe ich wenig Einfluss auf die Wahl des Restaurants.

Hand aufs Herz, bei welchen Speisen können Sie schwerlich „nein" sagen?

Vor allem bei kleinen Versuchungen nebenher: Ein Stück Salami, Kaminwurzen oder Käse bringen meine Vorsätze schnell zum Wanken.

Gibt es auch ein absolutes Lieblingsessen?

Ein Lieblingsessen im klassischen Sinne habe ich nicht, das hängt bei mir immer davon ab, in welchem Winkel der Welt ich mich gerade befinde und wie mein Gemütszustand so gerade ist.

Gibt es auch ein Lieblingsrezept?

Rezepte sind wie die eigenen Kinder, da sollte man keines lieber mögen als das andere.

Haben Sie auch einen Favoriten bei den Getränken?

Perfekt gekühlter Champagner!

Sie wohnen viel in Hotels. Worauf legen Sie bei der Auswahl eines Hotels immer besonders viel Wert?

Man sollte ruhig schlafen können, da ist mir ein stilles Zimmer im Drei-Sterne-Hotel lieber, als ein Blick auf die Hauptverkehrsstraße im hochdekorierten Grand-Hotel. Und ein tolles Restaurant im Haus macht jeden Aufenthalt perfekt. ■

„Der Wirt ist mehr mit Buchhaltung und Listenführung beschäftigt, als sich um seine Gäste zu kümmern."

Eckart Witzigman

Zur Person

Der Österreicher Eckart Witzigmann, 1941 geboren, wurde in den besten Häusern der Welt ausgebildet und von den Besten seines Faches gefördert. Paul Bocuse, Paul Simon, Roger Vergé, die Brüder Troisgros und besonders Paul Haeberlin haben sein außergewöhnliches Talent erkannt und ihn bei seiner einzigartigen Karriere unterstützt. Neben seinen Aufenthalten in Frankreich sammelte Witzigmann internationale Erfahrungen in den renommiertesten Häusern der Welt. Er verbrachte insgesamt 13 Jahre im Ausland, bevor er sich 1971 daran machte, mit dem Münchner „Tantris" die deutsche Kochkultur zu revolutionieren. 1978 eröffnete Witzigmann sein eigenes Lokal „Aubergine" in München, das ein Jahr später als erstes Restaurant in Deutschland mit drei Michelin-Sternen ausgezeichnet wurde. Parallel dazu begann eine beispiellose Karriere als Berater rund um den Erdball: Unter anderem konzipierte er ein Restaurant und eine Kochschule auf Mallorca und für die japanische Juchheim-Gruppe eröffnete er ein Restaurant in Tokio. Im Jahr 2002 startete Witzigmann ein neues Projekt, das zeitweise 150.000 begeisterte Besucher pro Jahr verzeichnet: Der „Eckart Witzigmann Palazzo" und das Anschlussprojekt, der „Witzigmann-Roncalli-Bajazzo", gastierte in München, Hamburg, Köln, Frankfurt und Düsseldorf und wird bis heute immer wieder kopiert.

INTERVIEW MIT PROF. CHANG ÜBER DEN FACHKRÄFTEBEDARF

Gemeinsam finden & binden

FACHKRÄFTEPROBLEME IM TOURISMUS KÜNFTIG MIT PERSONALKOOPERATIONEN LÖSEN? CELINE CHANG, PROFESSORIN FÜR HUMAN RESOURCES MANAGEMENT AN DER FAKULTÄT FÜR TOURISMUS DER HOCHSCHULE MÜNCHEN, IST DAVON ÜBERZEUGT. EIN GESPRÄCH ÜBER IHRE FACHKRÄFTESTUDIE, MÖGLICHE WIN-WIN-SITUATIONEN UND FÖRDERPROGRAMME.

Frau Chang, Sie haben im Rahmen des Projekts „Trail for Health Nord" eine Fachkräftestudie in den Regionen Abtenau, Bad Reichenhall und Tegernsee durchgeführt und empfehlen, im Tourismus vermehrt auf Personalkooperationen zu setzen. Warum?

Wie in anderen Regionen, ist auch bei den von uns befragten Tourismusbetrieben der Fachkräftemangel mitten im Alltag angekommen. 57 Prozent gaben an, aktuell Stellenbesetzungsprobleme zu haben. Für 70 Prozent ist die Abwanderung in andere Branchen ein Problem, für 36 Prozent in andere Städte. Zugleich kritisierten bis zu 100 Prozent der Arbeitnehmer den Wohnraummangel in ihrer Region und bis zu 76 Prozent den schlecht ausgebauten Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV). Den Betrieben fehlen HR-Strategien – 80 Prozent haben keinen eigenen Personalverantwortlichen. Den Landkreisen und Städten fehlen bezahlbarer Wohnraum und arbeitszeitfreundliche ÖPNV-Konzepte. Und insgesamt machen Fachkräfte ihre Jobwahl immer mehr von der Attraktivität des Arbeits- und Lebensraums abhängig. Personalkooperationen auf regionaler Ebene mit anderen Tourismusunternehmen, anderen Branchen, Standortmarketing- und Wirtschaftsförderungsgesellschaften, anderen Arbeitsmarktakteuren und Bildungsträgern können Fachkräfteproblemen gemeinschaftlich und ganzheitlich entgegenwirken. Genauso wie überregionale Kooperationen mit anderen Destinationen, Branchen und der Politik. Sie bündeln Know-how und Ressourcen, sichern Umsetzung und Qualität. Gerade für KMU ist dies eine große Chance.

Warum wird bisher kaum in HR-Fragen zusammengearbeitet?

Projekt „Trail for Health Nord“:

Im mit EU-Mitteln finanzierten Projekt des Interreg Österreich-Bayern 2014-2020 Programms, Trail for Health Nord, haben sich die touristischen Regionen Abtenau, Bad Reichenhall und Tegernsee mit der PMU-Salzburg, der LMU-München, der Hochschule München und der ITG-Salzburg zusammengeschlossen, um gemeinsam grenzüberschreitende, gesundheitstouristische Konzepte zu entwickeln. Neben der medizinischen Evidenz von natürlichen Heilressourcen werden die Themen Klimawandel und Fachkräftestrategien im Tourismus behandelt. www.trail-for-health.com

Experten in den Regionen sprachen von den Vorbehalten, mit Wettbewerbern zu kooperieren und Einblicke in den Betrieb zu geben. Zudem besteht die Angst, dass Mitarbeiter abgeworben werden. Um mehr Vertrauen zu erzeugen, können Vereinbarungen helfen, z. B. kein Personal abzuwerben. In den untersuchten drei Regionen arbeiten die Betriebe bisher am meisten mit Verbänden, externen Beratungsfirmen und Kammern zusammen, nur wenige mit anderen Unternehmen.

Sie haben ein Fachkräftekonzept für regionale und überregionale Kooperationen erarbeitet. Bei welchen Themen lässt sich wie zusammenarbeiten?

Auf überregionaler Ebene lohnen sich z. B. Kooperationen in puncto Mitarbeiteraustausch, Weiterbildung mit Bildungsträgern sowie im Rahmen von Förderprogrammen. Regionale Maßnahmen wären z. B. im Bereich Recruiting, Weiterbildung und Austausch mit Schulen möglich.

Denkbar sind auch regionale HR-Manager, die die Themen koordinieren und die Betriebe bei der Professionalisierung ihrer HR-Arbeit beraten. Wie erfolgreich die wenigen bestehenden Kooperationen arbeiten, konnten wir gerade bei unserer zum Thema stattgefundenen Fachtagung "HR live 2018" zeigen. „Work for us“ z. B. ist ein regionaler Verbund mit 27 Tourismusbetrieben aus dem österreichischen Pinzgau, der bei Recruiting, Personalentwicklung, Schulkooperationen und Benefits miteinander kooperiert. Aus einem geförderten Qualifizierungsverbund hervorgegangen, finanzieren die Beteiligten den Verbund inzwischen selbst und sehen den Austausch als Win-Win-Situation.

Die Politik kann also auch als Initialzünder für HR-Kooperation agieren?

Unbedingt. Förderprogramme ermöglichen oft die Gründung von Initiativen und die Finanzierung eines neutralen Koordinators – dieser ist erfolgsentscheidend, da er Vertrauen stiftet, Ideen umsetzt und vorantreibt. Es gibt solche Programme zum Teil, genauso wie detaillierte Arbeitsmittel, aber öffentliche Träger sollten hier noch mehr Transparenz im „Förderdschungel“ schaffen. Zugleich ist es wichtig, dass die Politik dabei hilft, die Tourismus-Forschung voranzubringen – die KMU-geprägte Tourismusbranche hat oft nicht die Mittel dafür. Bei der aktuellen Fachkräftestudie bietet es sich z. B. an, im Rahmen eines Anschlussprojekts den Aufbau einer Art Pilot-Kooperation zu unterstützen und wissenschaftlich zu evaluieren.

Vielen Dank für das Gespräch. Das Interview führte Sylvie Konzack.

STUDIE ZUR AUSBILDUNGSZUFRIEDENHEIT VON HOTELFACHKRÄFTEN UND KÖCHEN IN BAYERN

Grad der Zufriedenheit	Prozent
Sehr zufrieden	15%
Zufrieden	31%
Teilweise zufrieden	40%
Unzufrieden	10%
Sehr unzufrieden	5%

WAS MACHT SIE HEUTE IN IHREM BERUF BESONDERS ZUFRIEDEN?

Quelle: Hochschule für Angewandte Wissenschaften München

pro-order gmbh

KOSTENFREIE EINKAUFSLÖSUNG FÜR MITGLIEDER DES DEHOGA BAYERN

DIE PRO-ORDER GMBH SCHAFFT MEHRWERT FÜR GASTRONOMEN IM LEBENSMITTELEINKAUF

UNÜBERSICHTLICHE LIEFERANTENSTRUKTUREN, EINE VIELZAHL VON ARTIKELN SOWIE WECHSELNDE PREISE SIND URSACHEN, DIE DEN EINKAUF FÜR GASTRONOMEN ERSCHWEREN. BESONDERS FÜR „KLEINERE" GASTGEWERBLICHE BETRIEBE IST DIE AUSWAHL DER LIEFERANTEN WICHTIG, DA DER MÖGLICHE UMSATZ DES HAUSES VON DEN PREISEN DER LEBENSMITTELZUSTELLER ABHÄNGT. DIE PRO-ORDER GMBH, TOCHTERFIRMA DER BAYERISCHEN GASTGEBER AG, HAT ES SICH ZUM ZIEL GESETZT, DIESEN PROBLEMATIKEN ENTGEGENZUWIRKEN UND STELLT EIN WIRKUNGSVOLLES SYSTEM FÜR EIN CLEVERES BESCHAFFUNGSMANAGEMENT VOR, DAS FÜR DEHOGA BAYERN-MITGLIEDER EINEN MEHRWERT SCHAFFEN SOLL.

Aufgrund der wirtschaftlichen Situation sehen sich Gastronomen mit einem wachsenden Konkurrenzkampf und Kostendruck konfrontiert. Einen wichtigen Erfolgsfaktor für die Zukunft stellt dabei ein cleveres Beschaffungsmanagement dar. Doch oft fehlen den Gastronomen Informationen und Zeit, um optimal einkaufen zu können oder Rechnungen zu prüfen und Preise zu vergleichen. Die Pro-Order GmbH setzt an diesen Problemstellen an: Es wird Transparenz im Einkauf geschaffen, Preise und Konditionen werden auf Artikelebene verhandelt, der Einkaufsprozess wird durch eine lieferantenunabhängige Online-Bestellplattform verbessert, Preisprüfungen und eine automatische Rechungskontrolle sowie nützliche Auswertungen werden geboten.

CLEVERE STRATEGIE SCHAFFT MEHRWERT DURCH SYSTEM

Das oberste Ziel der Pro-Order GmbH ist die „Förderung und Unterstützung der Bayerischen Hotellerie und Gastronomie" - der Mitgliedsbetriebe des DEHOGA Bayern. Aus diesem Grund verhandelt sie gezielt mit ausgewählten Lieferanten, um den Erfolg jedes Einzelnen zu unterstützen und der Wichtigkeit des Einkaufs für gastgewerbliche Betriebe Rechnung zu tragen.

Damit der Einkauf nicht mehr zur Herausforderung wird, werden dank des Beschaffungssystems der Pro-Order GmbH Bestellprozesse schneller und optimiert. Kunden erhalten zudem eine klare Übersicht ihrer Kennzahlen und ausgewählten Pro-Order Lieferanten.

DAS KANN DAS SYSTEM

Auf der lieferantenneutralen Bestellplattform können Kunden der Pro-Order GmbH ihren Lebensmittelbedarf bei den gelisteten Lieferanten online bestellen. Dabei sind alle Artikel übersichtlich gegliedert und werden mit Informationen zu Nährwerten, Inhaltsstoffen und Allergenen gekennzeichnet.

Einheitliche Vergleichswerte bieten einen zuverlässigen Preisvergleich. Das System bietet zudem eine automatisierte Rechnungsprüfung und Gutschriftenbearbeitung und erkennt im Voraus zukünftige Preisentwicklungen. Zudem erhalten Kunden aussagekräftige Berichte, die Grundlage für einen optimierten Einkauf sind.

ZUSATZMODULE: LAGER- UND BESTANDSERFASSUNG SOWIE PRODUKTIONSPLANUNG

Zukünftig wird das Einkaufsmanagementsystem Premium-Kunden zusätzliche Möglichkeiten bieten, um Zeit zu sparen. Mit Hilfe des Produktionsplanungs-Moduls können Kunden ihre Gerichte und Rezepte zusammenstellen und kalkulieren. Dabei wird von einer aussagekräftigen Darstellung der Kosten für Gerichte und Waren profitiert. Nährwerte, Inhaltsstoffe und Allergene werden dabei automatisch ausgewiesen. Individuelle Bestelllisten im System zu den hinterlegten Gerichten, Karten und Menüs erleichtern wiederum den Bestellprozess.

KUNDE BEI PRO-ORDER WERDEN UND VORTEILE NUTZEN

Nehmen Sie einfach Kontakt zur Pro-Order GmbH auf und vereinbaren Sie einen Gesprächstermin vor Ort. Nachdem Sie sich für eines der beiden möglichen Kundenmodelle entschieden haben, werden der Online-Marktplatz und die Lieferanten für Sie aktiviert. Sie sparen von Beginn an Kosten und profitieren von einem effizienteren Einkaufsprozess.

KUNDENMODELLE UND VORTEILE IM ÜBERBLICK

PRO-ORDER KOMFORT

- Preisvorteile durch verhandelte Konditionen bei den Lieferanten nutzen
- Automatische Rechnungskontrolle
- Auswertungs- und Controlling-Möglichkeiten
- Ihre Bestellart, Logistik und Faktura werden beibehalten
- Einstieg sofort möglich

Für DEHOGA Bayern-Mitglieder kostenfrei.
Ohne Mitgliedschaft beträgt der Monatsbeitrag 49 Euro netto.

PRO-ORDER PREMIUM

- Leistungen wie Pro-Order Komfort PLUS
- Nutzung des webbasierten Bestellsystems
- Kostenlose Systemschulung & Installation
- Maximale Transparenz durch einheitliche Artikelbezeichnungen
- Artikelinformationen (Nährwerte, Inhaltsstoffe und Allergene)
- Preisvergleich der unterschiedlichen Artikel
- Aussagekräftige Berichte für strategisches Einkaufscontrolling
- Nutzung weiterer Service-Module (z. B. Produktionsplanung, Lagererfassung)

Voraussetzung für das Premium-Paket ist ein Einkaufsvolumen von 100.000 Euro netto im Jahr oder 80 Prozent des Einkaufs werden bei den gelisteten Lieferanten über das System getätigt. Für DEHOGA Bayern-Mitglieder kostenfrei. Ohne Mitgliedschaft fällt ein Monatsbeitrag von 99 Euro an.

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.pro-order.bayern

DEHOGA Bayern
im Gespräch mit...

Treffen mit der **Bayerischen Staatsregierung**

Die Bayerische Staatsregierung sicherte dem Gastgewerbe beim Treffen mit dem DEHOGA Bayern seine Unterstützung zu – mit ihr gebe es keine Hygieneampel, dafür stehe sie vollkommen zur Beibehaltung des reduzierten Umsatzsteuersatzes auf Beherbergungsdienstleistungen (von links nach rechts): Eberhard Imhof, Vorsitzender Main-Spessart, Dennis Imhof, Jutta Leitherer, MU-Bezirksvorsitzende Unterfranken, Justizminister Prof. Dr. Winfried Bausback, Anette Hollerbach, stv. Vorsitzende Würzburg, Wirtschaftsminister Franz Josef Pschierer, Claudia Amberger-Berkmann, Würzburger Kreis-Vorsitzende, Präsidialmitglied Ralf Barthelmes sowie Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert.

Bayern schmeckt – Kochworkshop mit Essknigge

Jürgen Lochbihler, Wirt des „Pschorr" und zugleich Präsidiumsmitglied des DEHOGA Bayern" (Erster von rechts), sowie die Gymnasiallehrerinnen Alexandra Hofer (Zweite von rechts) und Stefanie Kaindl (Dritte von links) initiierten für 14 Schülerinnen des Sophie-Scholl-Gymnasium einen Kochworkshop samt Essknigge. „Es ist mir ein Herzensanliegen, jungen Menschen zu zeigen, wie gut ihre Heimat auf dem Teller schmeckt", so Lochbihler. Unter dem Motto „Miteinander Kochen und Essen ist cool!" richteten die Schülerinnen gemeinsam das Event aus und luden dazu ihre Eltern ein. Mit von der Partie waren Barbara Newrzella, Personalleiterin vom „Pschorr" (Zweite von links), und Projektbetreuer Alex Dietz (Erster von links).

DEHOGA Bayern-Mitglied erhält **Initiativpreis**

Der große Initiativpreis „Werterhalt & Weitergabe 2018" der Proxxima e.V. ging in diesem Jahr an den 3-Sterne-Ausnahme-Koch Heinz Winkler (Zweiter von links), der seit 1991 DEHOGA Bayern-Mitglied ist. Es gratulierten Vizepräsident Andreas Brunner (Erster von links), Hilton Koch-Auszubilder Christian Olbrich (Zweiter von rechts) und Bildungsstaatsminister a. D., Dr. Ludwig Spaenle, MdL (Erster von rechts). Das Wertebündnisprojekt „Bayern schmeckt." und 120 Realschüler aus Landshut servierten den Festempfang für 350 Ehrengäste im Schloss Nymphenburg.

Bayerischer Verdienstorden für DEHOGA Bayern-Präsidentin

Angela Inselkammer wurde von Ministerpräsident Dr. Markus Söder für ihre „immense Vorbildwirkung als Ausbilderin und in Puncto Nachhaltigkeit im bayerischen Gastgewerbe" mit dem bayerischen Verdienstorden geehrt. Als Inhaberin des Brauereigasthofes Hotel Aying nimmt sie sich ihrer Schützlinge in besonders intensiver Weise an und führt sie sicher zum Berufsabschluss und zur beruflichen Handlungsfähigkeit. Sie ist außerdem Mitbegründerin der Initiative „Ausbildungsbotschafter" und leistet mit ihrem Engagement Immenses für den Wirtschaftsstandort Bayern, so Söder.

Junge Gastgeber im Landtag

Ein Tag voller Highlights - nach dem Landtag an den Strand! Sowas gibt es nur beim Forum Junge Gastgeber des DEHOGA Bayern. Abgeordnete Klaus Stöttner (erste Reihe, Dritter von links) und Dr. Martin Huber (erste Reihe, Dritter von rechts) nahmen sich viel Zeit für die Themen der jungen Gastgeber der Branche. Weitere Gesprächspartner waren Ricky und Silja Steinberg vom Hofbräu Innere Wiener Straße, Benjamin David vom Kulturstrand sowie die Portenlänger-Family vom neuen Xaver's im trendigen Gärtnerplatzviertel.

Freisprechungsfeier auf der Bärenfalle

Mit der Sesselbahn ging es am 26. Juli rauf auf die Bärenfalle. In 1.100 Metern Höhe wurde der Abschluss der Ausbildung aller neuen Fachkräfte für Hotels und Gaststätten der Kreisstelle Oberallgäu, angeführt von der stellvertretenden Kreisvorsitzenden Conny Berwanger, gefeiert. Alle Prüflinge waren von der Idee begeistert, die Freisprechung einmal nicht in einer Schulaula oder einem Saal zu feiern. Bergab ging es anschließend mit dem Coaster oder erneut mit der Sesselbahn.

Fränkische **Bratwurstwochen**

Vom 23. Juni bis 8. Juli veranstalteten die Bezirke Unter-, Mittel- und Oberfranken des DEHOGA Bayern zum 13. Mal die Fränkischen Bratwurstwochen. Die Aktion wurde dieses Jahr von dem Fränkischen Weinbauverband und dem Verband der Privaten Brauereien Bayern unterstützt. Die Eröffnungsveranstaltung der Aktion, an der sich dieses Jahr 103 Betriebe in ganz Franken beteiligten, fand dieses Jahr im Hotel Strauss in Würzburg statt. Neben der Schirmherrin Martina Fehlner (MdL, Fünfte von links.), lies es sich auch Oliver Jörg (MdL, Zweiter von links) nicht nehmen, die Eröffnungsbratwürste zu verkosten.

Besuch der FDP für unseren **Landesgeschäftsführer**

Daniel Föst, Landesvorsitzender der FDP Bayern (links), war zu Besuch bei Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer der DEHOGA Bayern, im Prinz-Ludwig-Palais in München. Anlass ihres Treffens war ein Gespräch über die zentralen politischen Themen der Hotellerie- und Gastronomie-Branche.

Neuwahlen im Fachbereich Hotellerie des DEHOGA Bayern

Die Delegierten des Fachbereichs Hotellerie haben im Juli 2018 auf ihrer Tagung im Hotel Randsbergerhof im oberpfälzischen Cham turnusgemäß ihre neue Vorstandschaft für die nächsten drei Jahre gewählt. Bei den Neuwahlen wurden Stefan Wild (Dritter von rechts) als Vorsitzender und Josef Matheus (Erster von links) als sein Stellvertreter in ihren Ämtern bestätigt. Wild hat das Amt seit 2009 inne und ist als Vorsitzender des Fachbereichs Kraft seines Amtes gesetztes Mitglied im Präsidium des DEHOGA Bayern.

Die **„100 besten Heimatwirtschaften“** ausgezeichnet

Am 4. Juli erhielten in einem feierlichen Akt im Hofbräuhaus München 100 Gastronomen aus ganz Bayern den Preis „100 beste Heimatwirtschaften“ durch Ministerpräsident Dr. Markus Söder. „Unsere typisch bayerischen Wirtshäuser und Gaststätten sind ein lebendiges Symbol bayerischer Lebensart“, so Söder. Der Wettbewerb wurde vom Heimatministerium gemeinsam mit dem DEHOGA Bayern initiiert und ist ein Beleg für die Wertschätzung der Branche.

DEHOGA Bayern
im Gespräch mit...

Mit den **Freien Wählern** im Bayerischen Landtag

Am 17. Mai traf sich der DEHOGA Bayern mit den Freien Wählern im Bayerischen Landtag zu einem Gespräch. Debattiert wurde ausführlich über die drei brennendsten Themen der Branche: Flexibilisierung der Arbeitszeit, Vereinheitlichung des Mehrwertsteuersatzes für alle Lebensmittel und die Senkung der bürokratischen Auflagen, vor allem für kleine und mittelständische Betriebe.

Fünftbeste Jungköchin der Welt kommt aus Bayern

Sandra Hofer, Bayerische Köchin vom Münchner Werneck Hof, ist fünftbeste Jungköchin der Welt bei der „Global Young Chef Challenge" in Kuala Lumpur, Malaysia. Nach der Goldmedaille bei den deutschen Jugendmeisterschaften 2016 und der Europameisterschaft 2017 hat die junge Nachwuchstalentköchin nun den Mut gehabt, sich der internationalen Konkurrenz zu stellen.

Zum Frühstück mit der Landtagsfraktion **Bündnis 90/Die Grünen**

Am 5. Juli traf sich der DEHOGA Bayern (rechts, Präsidentin Angela Inselkammer) zum Parlamentarischen Frühstück mit der Landtagsfraktion von Bündnis 90/Die Grünen (links, Fraktionsvorsitzende Katharina Schulze). In puncto Entbürokratisierung, Brandschutz und der Bundesratsinitiative zur Senkung der Sachwertbezüge für Auszubildende sagten die Abgeordneten Unterstützung zu. Aber auch die Flexibilisierung der Arbeitszeit, fairer Wettbewerb und die Schaffung eines Umfelds, welches wieder mehr selbstverantwortliches Handeln für unsere Gastgeber Bayerns zulässt, waren Gesprächsthemen.

DEHOGA Bayern
im Gespräch mit...

Wirtshausgespräche
in Niederhausen

Am 26. Juli 2018 lud das Bayerische Staatsministerin für Wirtschaft, Energie und Technologie zur Veranstaltung der Reihe „Wirtshausgespräche" ein. Bayerns Wirtschaftsminister, Franz Josef Pschierer (rechts), und die Präsidentin des DEHOGA Bayern, Angela Inselkammer, diskutierten mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern über Herausforderungen und Chancen der bayerischen Wirtshauskultur. Pschierer stellte zudem neue Fördermöglichkeiten und weitere Planungen für die Branche vor. Das zweite Foto zeigt Vizepräsident Andreas Brunner und Rose Marie Wenzel, Bezirksvorsitzende Niederbayern.

DEHOGA Bayern trifft **Staatsminister Dr. Florian Herrmann**

Mitte Juli trafen sich Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern (Mitte), und Dr. Thomas Geppert, Geschäftsführer des DEHOGA Bayern (rechts), mit Staatsminister Dr. Florian Herrmann (links), um über die Bedeutung des Gastgewerbes, dessen Sorgen und Ängste sowie Wünsche zu sprechen. Hermann wünscht sich „bei Entbürokratisierung mehr Mut zur Lücke." Die Fortsetzung des Runden Tisches wurde zugesagt.

Förderung von **Nachwuchs und Fachkräften** im Gastgewerbe

Mit 35 Berufsberatern und Arbeitsvermittlern der nordbayerischen Arbeitsagenturen und dem Landrat Helmut Weiß (Mitte, Dritter von links) erarbeite Hans Schneider, Vorsitzender Berufsbildungsausschuss DEHOGA Bayern und bundesweit (Mitte, Dritter von rechts) im Hotel Riesengebirge in Neudorf an der Zenn Lösungsstrategien zur Deckung des Fachkräftemangels. Gemeinsam mit dem Gastgeber, der als geprüfter „TOP Ausbildungsbetrieb" gilt, und Experten wurden neue Wege für die Mitarbeitergewinnung und -betreuung entwickelt. Die Organisation übernahmen Elke Kroher (erste Reihe, Dritte von links) und Susanne Droux, Geschäftsführerin Berufsbildung (zweite Reihe, Erste von rechts).

Förderbescheid für **„Zukunft für das bayerische Gastgewerbe“**

Wirtschafts- und Tourismusminister Franz Josef Pschierer (Dritter von links) überreichte dem DEHOGA Bayern den Förderbescheid für die Kampagne „Zukunft für das Bayerische Gastgewerbe“. Mit von der Partie waren (von links nach rechts): Klaus Stöttner, tourismuspolitischer Sprecher CSU, Isabella Hren, Geschäftsführerin der Bayern Tourist GmbH BTG, Korbinian Vogl, Pächter des Flötzinger Bräustüberls, Angela Inselkammer, Präsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA Bayern, sowie Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer DEHOGA Bayern.

Zu Besuch bei der **Landwirtschaftsministerin**

Gemeinsam besuchten Präsidentin Angela Inselkammer (links) und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert (rechts) Mitte Juli die neue Landwirtschaftsministerin Michaela Kaniber. Es wurde sich für eine unmittelbare Zusammenarbeit zwischen Bauern und Gastronomen ausgesprochen sowie die Möglichkeit der direkten Gastro-Anlieferung durch die Landwirte. Kaniber nahm die Themen der Branche sehr ernst und sicherte zu, fachlich und zielorientiert an ihnen zu arbeiten.

DEHOGA Bayern zu Gast bei **Hoteliers und Gastronomen**

Für ihre politischen Gespräche holt sich Präsidentin Angela Inselkammer regelmäßig Informationen aus erster Hand im direkten Austausch mit Hoteliers und Gastronomen in ganz Bayern. Hier ist sie bei einer Gesprächsrunde in Würzburg zu sehen.

Bayerns Staatssekretär der Finanzen für Landesentwicklung und Heimat zu Gast beim Großen Vorstand

Dr. Hans Reichhart, Staatssekretär im Bayerischen Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat (Fünfter von links), war zu Gast beim großen Vorstand. Er sicherte zu, dass es bei der Umsatzbesteuerung von Hotels keine Änderungen geben werde und die CSU auch weiterhin die Forderung nach 7 Prozent für Essen unterstützt, auch wenn er bei diesem Punkt leider in Berlin keine große Mehrheit sehe. Außerdem setzt sich die CSU gemeinsam mit der Bundesregierung hinsichtlich der Datenschutzgrundverordnung dafür ein, dass Abmahnvereine daraus kein neues Geschäftsmodell entwickeln können.

IM GESPRÄCH MIT AKADEMIEDIREKTORIN PROF. DR. URSULA MÜNCH

„PROTEST-WAHL: EIN INDIZ DAFÜR, DASS ETWAS ZU KURZ GEKOMMEN IST“

RUND 9,5 MILLIONEN BAYERN WÄHLEN AM 14. OKTOBER EINEN NEUEN LANDTAG. DARUNTER BEFINDEN SICH KNAPP 600.000 ERSTWÄHLER. PROF. DR. URSULA MÜNCH SPRICHT MIT „GASTGEBER BAYERN“ ÜBER IHRE MEINUNG ZU PROTEST-WÄHLERN UND MACHT DEUTLICH, WIE WICHTIG EINE SOLIDE HISTORISCHE, POLITISCHE BILDUNG HEUTE IST.

Frau Dr. Münch, als Direktorin der Akademie für Politische Bildung in Tutzing schauen Sie sicher gespannt auf die Landtagswahl. Wie bereiten Sie sich auf den Wahlsonntag vor? Haben Sie an diesem Tag besondere Aufgaben?

Für mich ist der Haupteinsatztag der Tag danach. Dieser beginnt mit einer sehr frühen Sendung im Bayerischen Rundfunk sowie einer Wahlanalyse. Nachdem zuerst die bayerischen Medien berichten, erhalte ich nach und nach Anfragen aus dem gesamten Bundesgebiet, zum Teil auch von ausländischen Medien, denen ich dann das eine oder andere Interview gebe.

Gibt es aus Ihren Gesprächen mit Politikern, Wissenschaftlern oder Verbändevertretern in Hinblick auf die Landtagswahl besondere Themen oder Probleme, die Sie sehen?

Ein ganz großes Thema, und das hat schon bei der Bundestagswahl 2017 angefangen, ist die Beeinflussung der möglichen Wahlentscheidung durch gezielte Einflussnahme mittels digitaler Kommunikation. Da können Verzerrungen stattfinden und die Öffentlichkeit meint dann, die Stimmung im Land sei eine andere als dies tatsächlich der Fall ist. Und das schlicht und ergreifend, weil es Einflussnahmen von außen gibt, die über die sogenannten Sozialen Netzwerke ganz leicht unter die Leute gebracht werden.

Da gibt es ja verschiedene Möglichkeiten der Einflussnahme. Zum Beispiel die „Fake News“, die ganz gezielt gestreut werden. Wie empfehlen Sie den Leuten, damit umzugehen?

Das ist ein ganz schwieriges Thema. Gerade in einer Zeit, wo grundsätzlich jeder senden kann, und das in alle Richtungen. Früher war es ein Privileg der Massenmedien, nur sie konnten als Sender tätig werden. Heute erreichen uns ganz unterschiedliche Botschaften. Damals hatten wir geschulte Leute, nämlich professionelle Journalisten, die eine Auswahl getroffen und Informationen auf deren Zuverlässigkeit überprüft haben. All das müssen wir jetzt selbst machen, das ist eine ganz große Herausforderung.

Was bedeutet das für die Wählerinnen und Wähler im Konkreten?

Dass wir selbst als Wählerinnen und Wähler viel mehr leisten müssen, das aber gar nicht können, weil die Flut an Informationen so viel größer geworden ist. Deshalb ist meine Auffassung, dass politische Bildung, zumindest ein Grundverständnis dafür, wichtiger ist denn je. Und zwar weil wir die ganzen äußeren Leitplanken, die uns bisher ein bisschen Orientierung gegeben haben, entweder niedergerissen haben oder sie keine große Rolle mehr spielen. Es kommt also auf den Einzelnen an, zu gucken, woher eigentlich etwas kommt, die Quellen zu prüfen und immer die Frage zu stellen, wem die Verbreitung einer bestimmten Nachricht nutzt. Wer verfolgt womöglich eine Absicht, womöglich auch eine schlechte, indem man irgendwelche Shitstorms los tritt? Man sollte also nicht immer alles glauben. Auch nicht diesen Stimmungslagen, die sich dann womöglich transportieren, wenn man unter Umständen in Sozialen Netzwerken nur einem ganz bestimmten Personenkreis folgt. Dann bekommt man womöglich einen völlig verzerrten Eindruck.

Wie sieht es denn mit der Wahlbeteiligung aus? Vor 50 Jahren betrug diese noch 80 Prozent, jetzt sind wir ungefähr bei 65 Prozent. Warum nimmt bei uns die Bereitschaft ab, zu einer Wahl zu gehen?

Wir hatten tatsächlich eine abnehmende Wahlbeteiligung, die ist jetzt aber wieder im Steigen begriffen. Wobei das zum Teil auch die Leute sind, die früher Nicht-Wähler waren und inzwischen zu Protest-Wählern geworden sind. Die Schwierigkeit besteht meines Erachtens darin, dass wir zunehmend alle ungeduldig werden mit politischen Prozessen. Diese sind komplizierter geworden, weil die Weltlage komplizierter geworden ist. Es sind nicht mehr nur Ost und West, wo sich im Grunde alles voneinander unterscheidet, sondern durch die Globalisierung, die Europäisierung und verschiedene andere Trends sind Politik und Gesellschaftsleben, meines Erachtens, tatsächlich komplizierter geworden, sowohl national als auch international.

Was ist die Konsequenz daraus?

Ausgerechnet in dieser Zeit, in der das Leben schwieriger zu durchblicken ist, neigen immer mehr dazu zu sagen: „Die Volksparteien haben versagt. Ich wähle lieber eine kleine Partei." Auf diese Weise kommt es zu einem Verstärkungseffekt: Selbst eine Koalition der Volksparteien ist womöglich nicht mehr mehrheitsfähig. Dadurch kommen wir in einen gewissen Teufelskreislauf hinein. Wir Wähler machen es den Politikern schwerer, Regierungsmehrheiten zu bilden und beklagen uns zeitgleich, dass die Politik dazu nicht in der Lage ist. Womöglich wenden wir uns danach noch mehr von der Politik bzw. von den Volksparteien ab und suchen das Heil womöglich in einer noch größeren Zersplitterung und wundern uns dann wieder, wenn gar nichts mehr vorangeht.

Ist es eher gut, wenn eine Partei allein das Sagen hat oder wenn man ständig Koalitionen mit unterschiedlichen Gemengelagen bilden muss?

Ich habe eher ein Faible für die Mittellösung, ich bin keine Anhängerin von dem Extremen. Meistens liegt das Gute doch eher in der Mitte. Eine Alleinregierung muss nicht der Weisheit letzter Schluss sein, aber ganz bestimmt

ZUR PERSON

Prof Dr. Ursula Münch ist Professorin für Politikwissenschaft an der Universität der Bundeswehr München und seit 2011 Direktorin der Akademie für Politische Bildung in Tutzing. Außerdem ist sie Mitglied der Enquete-Kommission des Bayerischen Landtags zur „Reform des Föderalismus – Stärkung der Landesparlamente". In ihrer Position führt sie Wahlanalysen durch und ist eine national wie international sehr gefragte Expertin.

ist dies auch nicht das krampfhafte Zusammenschnüren von Parteien, die eigentlich wenige inhaltliche Schnittstellen miteinander haben. Wenn man nach Kompromissen sucht, die man ja zwangsläufig zu finden gezwungen ist, dann muss man sich tatsächlich auf diesen sprichwörtlich kleinsten gemeinsamen Nenner immer mehr einlassen. Und je mehr Parteien an einer Koalition beteiligt sind, desto eher kommen da Parteien zusammen, die eigentlich nicht wirklich nahe beieinander sind. Aber es sind wir als Gesamtheit der Wählerschaft, die dieses Problem verursachen. Und da neige ich schon dazu zu sagen, dass Heil und Glück einer handlungsfähigen Demokratie nicht in der Suche nach einer noch spezielleren Partei liegen können, nur weil man mit einer anderen womöglich nicht zu 100 Prozent einverstanden ist.

Was halten Sie von Protest-Wählern, sind das verschenkte Stimmen?

Man sieht ja, dass diese durchaus etwas erreichen. Viele heutige Protest-Wähler waren vermutlich in der Vergangenheit Nicht-Wähler. Und als das noch so war, haben sich die Parteien überhaupt nicht um sie gekümmert. Man hat lediglich am Wahlsonntagabend bedauert, dass die Wahlbeteiligung nicht allzu hoch ist und hatte spätestens am Dienstag wieder vergessen, dass man nicht nur Abgeordneter der Wähler ist, sondern, bezogen auf den Bundestag, Abgeordneter des ganzen deutschen Volkes. Da haben die Parteien einen ganz großen Fehler gemacht. Sie haben die Nicht-Wähler und deren Interessenlagen zu wenig berücksichtigt und diese haben sich dann vernachlässigt gefühlt. Wenn die öffentliche und politische Aufmerksamkeit für die Protest-Wähler dann auf einmal da ist, ist die logische Konsequenz, dass sie sich wichtig und bestätigt fühlen. Insofern ist Protest-Wahl ein Indiz dafür, dass in unserer repräsentativen Demokratie tatsächlich etwas zu kurz gekommen ist und bestimmte Interessen zu wenig berücksichtigt worden sind, vor allem von den Volksparteien. Insofern gehört Protest-Wahl zur Demokratie dazu und zeugt auch davon, dass unsere Parteiendemokratie funktioniert. Nur: Wenn diese Protest-Partei dann womöglich eine ist, die unter Umständen einen Teil unserer politischen Prozesse nicht gutheißt, unsere Demokratie nicht gutheißt, die womöglich mit gewissen Grundrechtsartikeln, z. B. der Menschenwürde, ein gewisses Problem hat, dann ist die Protest-Wahl eben doch ein Problem.

Es wäre ja schön, wenn die Wahlbeteiligung wieder höher wäre und die Leute wieder eine politische Denke haben. Gibt es Ideen, wie auch wir als Verband unsere Mitglieder zur Wahl bewegen können?

Grundsätzlich habe ich den Eindruck, dass das politische Interesse in den letzten Monaten deutlich höher geworden ist; vielleicht schon in den letzten zwei Jahren. Da hat eventuell die Flüchtlingspolitik dazu beigetragen. Auch der Zulauf zu Parteien ist wieder etwas höher, ebenso zu Bewegungen, die sich beispielsweise für eine Stärkung der Europäischen Union

oder des Europa-Gedankens einsetzen. Ich denke mir, dass es ganz wichtig ist, politische Gespräche am Arbeitsplatz zuzulassen. Immer mit der Vorgabe, dass Spielregeln eingehalten werden müssen. Man sollte den Leuten nicht von vornherein verwehren, sich auch mal politisch auszutauschen und auch mal miteinander zu streiten. Denn das gehört dazu.

Aber Arbeitgeber könnten auch anders in die Pflicht genommen werden. Ein Problem unserer repräsentativen Demokratie ist, dass wir zu wenige Leute in der Politik haben, die nicht Soziologie, Jura, Politikwissenschaft oder Lehramt studiert haben. Aber woher sollen die denn kommen? Sie müssen doch aus der Wirtschaft kommen, sie müssen aus den Betrieben kommen. Das müssen Selbstständige sein, das kann aber vielleicht auch der ganz normale Mitarbeiter aus einem gastronomischen Betrieb sein. Und wenn die Leute dann sagen, dass es ja nur noch Juristen und Lehrer im Parlament gebe, dann stelle ich mir die Frage, wann zum letzten Mal ein Mitarbeiter freigestellt wurde, der sich für Politik interessiert hat. Ein Parlament muss ja kein Spiegelbild einer Gesellschaft sein. Aber wenn wir zurecht gewisse Verzerrungen zugunsten eines doch sehr akademisch geprägten Parlaments kritisieren, dann müssen wir als Arbeitgeber umgekehrt auch überlegen, wie wir solche Wechsel erlauben und ermöglichen könnten.

VIELE HEUTIGE PROTESTWÄHLER WAREN VERMUTLICH IN DER VERGANGENHEIT NICHTWÄHLER.

Prof Dr. Ursula Münch

Muss man vielleicht auch in der Erziehung junger Menschen mehr Wert auf Politik legen?

Ich denke, vor allem die Schulen müssen mehr Wert darauf legen. Wir haben inzwischen gewisse Versuche, die politische Bildung in Zukunft zu stärken. Das ist ganz, ganz dringend notwendig. Nicht, um Leute zu politisieren, sondern um ihnen das zu geben, was das Fundament von allem ist, nämlich eine solide historische, politische Bildung. Die ist für einheimische Schülerinnen und Schüler essenziell, um Zusammenhänge herzustellen und um zu verstehen, wo unter Umständen Bedrohungen sind. Für Zugewanderte ist sie wahrscheinlich noch wichtiger. Selbstverständlich sollte die Erziehung auch in den Elternhäusern stattfinden, aber das können nicht alle. Deshalb ist die Schule der richtige Ort. In der Schule gibt es ständig Entscheidungsprozesse und es muss vielmehr auch wieder ein Verständnis dafür geweckt werden, dass sich das Leben und die Welt nicht nur um einen selbst drehen. Wir leben heute in einer egomahnen Gesellschaft, in der das Selfie wichtiger ist, als das Bild von den anderen. Da müssen einerseits die Elternhäuser etwas dagegen setzen und andererseits die Schule, damit wir von diesem gesellschafts- und demokratiefeindlichen Trend wegkommen. Und auch von diesem Wunsch nach absoluten Lösungen, dass immer alles genau so sein muss, wie ich es möchte. Daher rührt die Unzufriedenheit mit der Politik. Dass sich vielleicht 80 Millionen andere etwas anderes wünschen, das klammern wir zu sehr aus.

Das Interview führte Chefredakteur Frank-Ulrich John

Herbstzeit ist Knödelzeit!

Eine pfiffige Variante des Küchenklassikers Semmelknödel mit kräftigem Laugenbrot. Genauso universell einsetzbar wie das Original!

Laugensemmelknödel – jetzt ganz neu von BÜRGER.

Jetzt bestellen unter **https://webshop.buerger-profikueche.de/**

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

Der grosse DEHOGA Bayern-Wahlcheck

Wem vertrauen Sie Bayerns Zukunft an?

EINLADUNG

Zum DEHOGA-Wahl-Talk zur Landtagswahl 2018
am Mittwoch, 12. September 2018
ab 15.30 Uhr im Gloria Filmpalast,
Karlsplatz 5, 80335 München

Informationen zur Anmeldung, die Voraussetzung für den Einlass ist, finden Sie unter www.dehoga-bayern.de

Hier geht es zum DEHOGA-Wahlcheck 2018: www.dehoga-bayern.de/wahlcheck

AM 14. OKTOBER IST ES SOWEIT: ZUM 18. MAL WIRD DER BAYERISCHE LANDTAG GEWÄHLT. BÜRGERINNEN UND BÜRGER DES FREISTAATES ENTSCHEIDEN AN DIESEM TAG ÜBER DIE POLITISCHE STOSSRICHTUNG DER NÄCHSTEN LEGISLATURPERIODE. DAVON BETROFFEN IST AUCH DAS GASTGEWERBE, DAS ALS HAUPTLEISTUNGSTRÄGER DES BAYERISCHEN TOURISMUS DRINGEND POLTISCHE UNTERSTÜTZUNG BENÖTIGT. SIE ALS GASTGEBER UND HOTELIERS BEEINFLUSSEN MIT IHRER STIMME MASSGEBLICH DIE ZUKUNFT UNSERER BRANCHE.

39.500 Hoteliers und Gastronomen, über 400.000 Erwerbstätige und rund 10.000 Auszubildende sind das Rückgrat der bayerischen Tourismusindustrie. Sie tragen zur Lebensqualität und Vielfalt des Freistaates bei sowie zum wirtschaftlichen Erfolg. Damit dies auch in Zukunft so bleibt, setzt sich der DEHOGA Bayern klar für die Interessen des bayerischen Gastronomie- und Hotelgewerbes ein. Diesbezüglich stellt der Verband eindeutige Forderungen an den neuen Landtag.

Neben den Positionen wurden auch die Ergebnisse des DEHOGA-Wahlchecks unter www.dehoga-bayern.de/wahlcheck veröffentlicht.

„Der DEHOGA-Wahlcheck 2018 gibt Ihnen die Möglichkeit, Ihre Position mit denen der Parteien zu vergleichen“, so Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern. Wem dies zur Orientierung noch nicht ausreicht, der ist am 12. September ab 15.30 Uhr in den Gloria Filmpalast in München zum DEHOGA-Wahl-Talk mit den Parteien eingeladen. „Gastgeber Bayern“ hat den Spitzenkandidaten bereits vorab die drängendsten Fragen der Gastronomie- und Hotelbranche gestellt.“. Die Antworten finden Sie auf den folgenden Seiten.

Die Kandidaten

DR. MARKUS SÖDER (CSU)

ist Spitzenkandidat der CSU für die Landtagswahl 2018 und amtierender Ministerpräsident Bayerns.

Mehr unter: www.csu-landtag.de

NATASCHA KOHNEN (SPD)

ist Spitzenkandidatin der SPD für die Landtagswahl 2018 und Mitglied im Bundesvorstand der SPD sowie Landesvorsitzende.

Mehr unter: www.bayernspd.de

JUTTA WIDMANN (FREIE WÄHLER)

ist Abgeordnete im Bayerischen Landtag. Sie hat die Fragen im Auftrag des Spitzenkandidaten Hubert Aiwanger beantwortet.

Mehr unter: www.fw-landtag.de

KATHARINA SCHULZE (GRÜNE)

ist Spitzenkandidatin der Grünen zur Landtagswahl 2018 und Fraktionsvorsitzende.

LUDWIG HARTMANN (GRÜNE)

ist zweiter Spitzenkandidat der Grünen zur Landtagswahl 2018 sowie Fraktionsvorsitzender.

Mehr unter: www.gruene-fraktion-bayern

MARTIN HAGEN (FDP)

ist Spitzenkandidat der FDP zur Landtagswahl 2018 und ehemaliger Hauptgeschäftsführer der FDP Bayern.

Mehr unter: www.fdp-frisches.bayern

FRANZ BERGMÜLLER (AFD)

ist in Oberbayern Spitzenkandidat der AfD zur Landtagswahl 2018. Er hat die Fragen aus seiner Sicht für die AfD beantwortet.

Mehr unter: www.afd-ro.info und www.afdbayern.de

Bei den folgenden Antworten handelt es sich um die Meinungen der Kandidaten, nicht der Parteien.

Werden Sie sich dafür einsetzen, dass das initiierte Heimatwirtschaftsprogramm und die kostenfreie Blitzlicht-Beratung fortgesetzt werden?

CSU: Zur gezielten Unterstützung kleinerer Beherbergungsbetriebe und Dorfwirtschaften haben wir ein Förderpaket im Umfang von 30 Millionen Euro beschlossen. Die Fördermittel fließen noch im Jahr 2018. Die Fortsetzung des neuen Programms „Heimatwirtschaften" ist uns sehr wichtig. Auch die Blitzlicht-Beratung für Gastbetriebe werden wir weiterführen.

SPD: Ja, wir unterstützen die Fortführung des Heimatwirtschaftsprogramms und die Verstetigung der initiierten kostenfreien Blitzlicht-Beratung, damit sich vor allem gastronomische Kleinbetriebe durch Investitionen und praktische Beratung zukunftsfähig aufstellen können.

Freie Wähler: Generell wäre es schön, wenn das Wirtschaftsministerium in Bayern mehr für die Gastronomie übrighätte – dies sollte sich auch an der Ausgestaltung und Größe der Abteilungen und deren Mitarbeitern zeigen. Jegliche Form an Verbesserungen, die die Branche unterstützen, heiße ich willkommen.

Grüne: Wir werden wie bei allen bayerischen Förderprogrammen eine Evaluation veranlassen und anhand dieser entscheiden, ob und in welcher Form Förderprogramme weitergeführt werden.

FDP: Das bayerische Gastgewerbe sollte nicht auf staatliche Subventionen angewiesen sein. Die FDP fordert daher eine Flexibilisierung der

Arbeitszeiten und einen Abbau überflüssiger Bürokratie und Regulierungen.

AfD: Als Mitinitiator stehe ich voll und ganz für die Fortsetzung und sichere meine volle politische Unterstützung zu.

Werden Sie bei Betriebsprüfungen ein einheitliches und transparentes Vorgehen mit einem praktischen und pragmatischen Leitfaden einführen?

CSU: Wir setzen auf das gute und vertrauensvolle Miteinander von Betrieben und den Finanzämtern vor Ort. Jeder Betrieb ist anders. Statt neuer starrer Leitfäden brauchen wir eine gewisse Flexibilität im Prüfungsablauf vor Ort.

SPD:

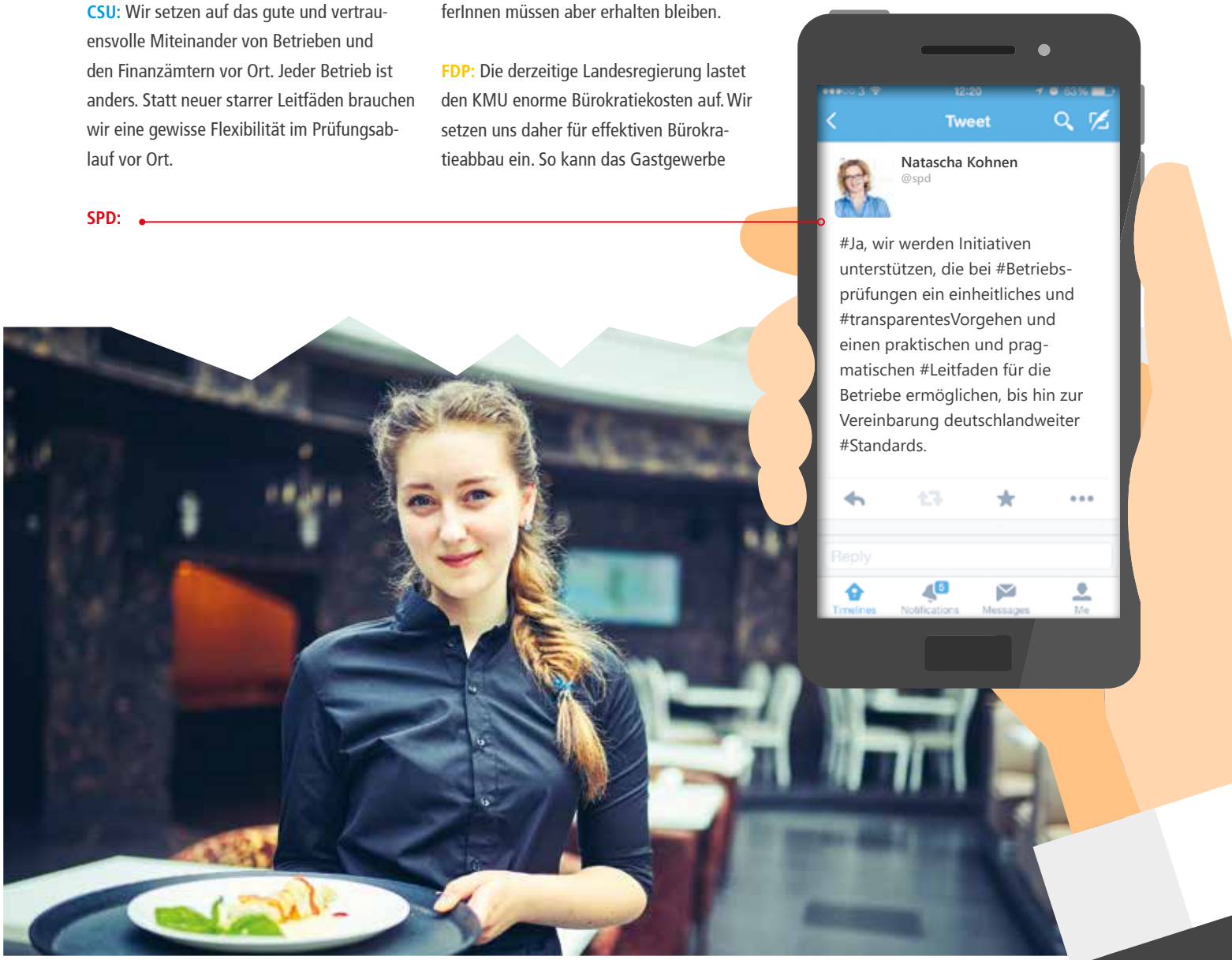
Freie Wähler: Ich bin der Meinung, dass Schätzungen des Finanzamtes bei formellen Fehlern in der Kassenprüfung nicht hinnehmbar sind. Diese Praxis hat in den vergangenen Jahren in der Gastronomie überhandgenommen. Konkrete Fehler müssen benannt und Abhilfe geschafft werden, nur so ist es für den Steuerzahler nachvollziehbar.

Grüne: Die Erarbeitung von Strukturen und Regeln, die den Betrieben die Durchführung von Betriebsprüfungen erleichtern, sehen wir grundsätzlich positiv. Die Befugnisse und auch der Ermessenspielraum der BetriebsprüferInnen müssen aber erhalten bleiben.

FDP: Die derzeitige Landesregierung lastet den KMU enorme Bürokratiekosten auf. Wir setzen uns daher für effektiven Bürokratieabbau ein. So kann das Gastgewerbe entlastet und finanziell gefördert werden. Hierbei kann die Umgestaltung von Betriebsprüfungen einen Teil leisten.

AfD: Absolut, da ich diese Problematik nach 30 Jahren Selbständigkeit zur Genüge kenne.

Befürworten Sie die Errichtung einer zentralen Beschwerdestelle bzw. einen Ombudsmann bei Betriebsprüfungen?



Freie Wähler:

Grüne: Eine Ombudsperson ohne Entscheidungsbefugnis ist nicht sinnvoll. Verbesserungen im Beschwerdemanagement oder eine Clearingstelle sehen wir positiv, wenn sich damit teure Rechtsstreitigkeiten vermeiden lassen. Voraussetzung: eine personell besser ausgestattete Finanzverwaltung.

CSU: Steuerpflichtige, die mit ihrer Betriebsprüfung nicht einverstanden sind, können sich jederzeit unkompliziert an ihr Finanzamt wenden. Daneben haben wir für jedes Finanzamt in Bayern einen Finanzamtsbeauftragten aus dem Kreis der steuerberatenden Berufe bestellt.

FDP: Grundsätzlich befürworten wir die Möglichkeit, dass in Streitfällen unbürokratisch Lösungen gefunden werden, ohne dass direkt Gerichte einbezogen werden.

AfD: Ja, weil nur eine unabhängige Beschwerdestelle mit weitreichenden Kompetenzen des Eingriffs etwas bewirken kann.

SPD: Ja, wir befürworten die Errichtung einer zentralen Clearing- oder Beschwerdestelle bzw. einen Ombudsmann, bei dem Betriebe Eingaben machen können, um ggf. strukturelle Problemlagen aufzudecken.

Werden Sie dafür Sorge tragen, dass beim Vollzug von Brandschutzauflagen eine einheitliche und

Transparente Verwaltungshandhabung garantiert wird?

CSU: Keine Frage: Brandschutz ist wichtig. Aber auch hier gilt: Bei der Umsetzung dürfen wir es mit der Bürokratie nicht übertreiben. Sicherheit und Wirtschaftlichkeit müssen im Einklang stehen. Über das Gesetz hinausgehende Anforderungen oder bürokratische Handhabungen beim Vollzug lehnen wir ab.

SPD: Ja, wir votieren beim Vollzug von Brandschutzauflagen eine einheitliche und transparente Verwaltungshandhabung. Der Brandschutz hat aber eine besonders herausragende Bedeutung, dennoch sollen Unternehmen vor gesetzlich nicht geforderten Brandschutzauflagen auch geschützt werden.

Freie Wähler: Ja, einheitliche Regelungen sind immer gut. Nichtsdestotrotz muss den verantwortlichen Personen vor Ort ein gewisser Handlungsspielraum eingeräumt werden, gerade wenn es um praktikable Lösungen oder Bestandschutz geht.

Grüne: Ja, dafür wollen wir den zuständigen Bauaufsichtsbehörden nötige Hilfestellungen geben. Grundsätzlich wollen wir Fehlentwicklungen bei der Baunormung entgegenwirken. Wir sprechen uns dafür aus, das Normungswesen einer Revision zu unterziehen und zu verschlanken.

FDP: Brandschutz heißt: Sicherheit im Notfall! Dort aber, wo es sinnvoll und nicht zu Lasten der Sicherheit ist, wird sich die FDP für Bürokratieabbau und einheitliche Verordnungen zur Entlastung von KMU und dem Gastgewerbe einsetzen.

AfD:

Sprechen Sie sich gegen Internetpranger, Hygieneampeln, Smileys und Co. aus?

CSU: Unsere Gastronomen und Lebensmittelunternehmen dürfen nicht unter Generalverdacht gestellt werden. Eine Pseudo-Transparenz mit Ampeln oder Smileys lehnen wir daher ab. Beim so genannten Internetpranger gilt der Koalitionsvertrag. Aber auch hier werden wir nur Lösungen mittragen, die ausreichend Rechtssicherheit bieten. Wir brauchen den fairen Ausgleich zwischen Verbraucherschutz und unternehmerischer Freiheit.

SPD: Nein, wir meinen, dass Hygieneampeln und Smileys grundsätzlich taugliche Instrumente für mehr Transparenz sind. Wir wollen VerbraucherInnen im Interesse der gesamten Branche mit diesen leicht verständlichen Symbolen informieren. Korrekt arbeitende Betriebe werden gestärkt.

Freie Wähler: Wir FREIE WÄHLER engagieren uns im Bayerischen Landtag massiv mit zahlreichen Anträgen gegen Smileys und diese Vorgehensweise. Wir halten es für diskriminierend, wenn ein Unternehmen an den "Pranger" gestellt wird – so etwas gibt es auch in anderen Branchen nicht.

Grüne: Wir halten Hygienebarometer bzw. -smileys für eine sinnvolle und effektive Maßnahme, um einen Rückgang der seit Jahren gleichbleibend hohen Anzahl der Hygienebeanstandungen zu erreichen. Das ist

kein Pranger. Im Gegenteil: Die Transparenz über Kontrollergebnisse schafft Klarheit.

FDP: Ja. Wir Freien Demokraten lehnen die Einführung sogenannter Internetprager ab. Diese stellen einen nicht zu rechtfertigenden und nicht kontrollierbaren Bürokratieaufwand dar. Weiter führt die Einführung einfacher Symbolik nicht zwingend zu Transparenz für den Verbraucher.

AfD: Garantiert werde ich niemals für diese öffentlichen Pragerinstrumente stimmen.

Werden Sie sich dafür einsetzen, dass beim geplanten Fachkräftezuwanderungsgesetz das Gastgewerbe berücksichtigt wird?

CSU: Der Hotel- und Gaststättenbereich ist ein Wachstumsmarkt. Deshalb ist es wichtig, alle zur Verfügung stehenden Möglichkeiten zu nutzen, um den Bedarf an Fachkräften zu decken. Wir werden uns dafür einsetzen, dass die Belange der Gastronomie in die Überlegungen zum Fachkräfteeinwanderungsgesetz einbezogen werden.

SPD: Ja, auf Druck der SPD wird es zügig ein solches Gesetz geben, mit dem Ziel, jede Stelle zu besetzen, weil Fachkräfte fehlen. Dabei geht es uns nicht nur um Hochschulabsolventen, sondern auch um Menschen mit qualifizierter Berufsausbildung bzw. berufspraktischen Kenntnissen.

Freie Wähler: Ich setze mich persönlich für die Berücksichtigung des Gastgewerbes im geplanten Fachkräftezuwanderungsgesetz ein. Das Gastgewerbe hat unter allen Branchen die meisten Beschäftigten mit Migrationshintergrund, außerdem ist das Gastgewerbe auch eine der personalintensivsten Branchen.

Grüne:

FDP: Ja. Unser Vorschlag zum Einwanderungsgesetz sieht explizit Zuwanderung gesuchter Fachkräfte vor – auch für das Gastgewerbe. Weiter wollen wir die Hürden für MigrantInnen zum Zugang zu Ausbildung und Beruf abbauen sowie den Kompetenzerwerb fördern, um diese für den Arbeitsmarkt fit zu machen.

AfD: Absolut, weil ich mich auch in der Vergangenheit für die Anerkennung der Gastgewerbeberufe als Mangelberufe eingesetzt habe und dies jetzt hoffentlich durch ein Fachkräftezuwanderungsgesetz gelöst werden kann.

Unterstützen Sie die Bundesratsinitiative zur Einführung von Freibeträgen in Höhe des jährlichen Sachbezugswertes für die arbeitgebergeförderte Verpflegung und Bereitstellung von Wohnraum für Auszubildende?

CSU: Wir müssen die Ausbildung in der Gastronomie und Hotellerie für junge Menschen attraktiver machen. Für die Beschäftigten gehört dazu auch mehr Netto vom Brutto am Monatsende. Die Staatsregierung hat daher eine Bundesratsinitiative zur steuerlichen Entlastung von Auszubildenden bei der Versteuerung von freier Kost und Logis als Sachbezüge beschlossen. Das bedeutet vor allem auch eine Entlastung bei den Sozialversicherungsbeiträgen.

SPD: Da sind wir offen. Eine solche steuerlich relevante Bundesratsinitiative kann sicherlich geprüft werden. Insgesamt muss die Branche jedoch die Arbeitsbedingungen verbessern, um Auszubildende zu begeistern und Fachkräfte zu behalten.

Freie Wähler: Seit Jahren ist es mir ein Dorn im Auge, dass Auszubildende und Ausbilder zur Kasse gebeten werden. Diese Praxis hätte schon vor Jahren abgeschafft werden sollen.

Grüne: Die steuerliche Freistellung der Sachwertbezüge würde die Steuersystematik in einem einzelnen Punkt außer Kraft setzen.

Das wäre aus unserer Sicht weder gerecht noch sachgerecht. Es wäre zudem ungerecht denjenigen gegenüber, die während ihrer Ausbildung selbst für Unterkunft und Kost aufkommen müssen.

FDP:

AfD: Hundertprozentig, um gerade Auszubildenden in Ballungszentren eine Ausbildung zu ermöglichen.

Findet das Konzept einer Wochenarbeitszeit nach EU-Recht Ihre Unterstützung?

CSU: Bei der Arbeitszeit unterstützen wir Lösungen, die auf die Partnerschaft zwischen Beschäftigten und Arbeitgebern setzen. Wir wollen die Arbeitszeit zeitgemäß flexibilisieren und betriebsbezogene Lösungen möglich machen – gerade auch für die Gastronomie.

SPD: Nein, wir unterstützen es nicht. Unser Arbeitszeitgesetz lässt mit Öffnungsklauseln eine hohe Flexibilität für Tarifvertrags- und Betriebsparteien zu. Branchenprobleme wegen der täglichen Arbeitszeit, können durch Nutzung der Ausnahmemöglichkeiten schon gelöst werden.

Freie Wähler: Auch beim Thema Flexibilisierung der Arbeitszeiten setze ich mich seit Jahren aktiv im Bayerischen Landtag ein. 48 Stunden pro Woche, und das bei flexibler

Burgis Knödelliebe.

Beste Knödelspezialitäten vom bayerischen Oktoberfestlieferanten.

„Einzigartige Produktqualität hat bei Burgis Familientradition. Aus Liebe zum Knödel bieten wir Profiköchen nur beste Knödelspezialitäten."

Timo Burger, Geschäftsführung Burgis Knödelliebe

Burgis. Weils guad is!

Zeiteinteilung. So kann ein Arbeitnehmer z. B. am einen Tag elf Stunden arbeiten, am nächsten Tag dafür weniger oder gar nicht. Explizit fällt keine Mehrarbeit an.

Grüne: Eine maximale Wochenarbeitszeit ist aus Gründen des Arbeitsschutzes natürlich notwendig. Die Abschaffung der täglichen Arbeitszeithöchstgrenze lehnen wir ab, da eine anhaltende Entgrenzung der Arbeitszeit gesundheitliche und soziale Risiken für die Beschäftigten zur Folge hat.

FDP: Ja. Nur das Konzept der Wochenarbeitszeit wird den Anforderungen des modernen Arbeitsmarkts gerecht. Gerade im Gastronomie- und Gastgewerbe muss es möglich sein, Belastungsspitzen personell auffangen zu können ohne sich strafbar zu machen.

Die FDP-Bundestagsfraktion hat einen entsprechenden Gesetzentwurf eingebracht.

AfD: Dies findet meine volle Unterstützung, da auch viele Arbeitnehmer flexiblere Arbeitszeiten wollen.

Unterstützen Sie die Forderung nach gleichen Steuern für Essen?

CSU:

SPD: Nein, Lebensmittel und Restaurantleistungen werden aufgrund der Differenzierung zwischen Warenlieferungen und Dienstleistungen im europäischen Mehrwertsteuerrecht besteuert. Der ermäßigte Steuersatz auch auf gastronomische Leistungen ergäbe Steuerausfälle von rund 4 Milliarden Euro.

Freie Wähler: Auf meine Initiative haben wir FREIE WÄHLER im Landtag mehrfach einen einheitlichen Mehrwertsteuersatz von 7 Prozent für die gesamte Gastronomie gefordert. Gerade die personalintensive Gastronomie wird hier mit 19 Prozent benachteiligt. Die Branche braucht mehr Eigenkapital, anstatt bürokratisch staatliche Förderungen in Anspruch zu nehmen.

Grüne: Wir wollen durch weniger Ausnahmen in der Mehrwertsteuer mehr Steuergerechtigkeit herstellen. Steuergerechtigkeit erfordert auch eine Steuersystematik, die nachvollziehbare Regeln und klare Abgrenzungen für Produkte und Dienstleistungen des ermäßigten Steuersatzes enthält.

FDP: Ja. Die derzeitigen Unterschiede sind nicht nachvollziehbar. So wollen wir Wettbewerbsnachteile bayerischer Gasthäuser gegenüber Konzernen abbauen.

AfD: Hundertprozentig. Die AfD fordert auch eine radikale Umsatzsteuerreform auf einheitlich 12 Prozent. Dann entfallen alle Abgrenzungsprobleme und die Gastronomie hätte auch eine 7-prozentige Entlastung.

Werden Sie den reduzierten Umsatzsteuersatz wie er in 25 EU-Staaten gilt, für die heimische Hotellerie beibehalten?

CSU: Bayern ist Tourismusland Nummer 1 in Deutschland. Unsere österreichischen Nachbarn senken zum 1. November 2018 die Mehrwertsteuer auf Hotelübernachtungen von 13 auf 10 Prozent. Daher muss der ermäßigte Mehrwertsteuersatz für Beherbergungsleistungen auch in Deutschland erhalten bleiben.

SPD: Nein, wir treten nicht für Beibehaltung des reduzierten Umsatzsteuersatzes auf Beherbergungslistungen ein. Wir wollen besondere Privilegien für einzelne Interessengruppen, etwa für Hoteliers bei der Mehr-

wertsteuer, zurücknehmen und auch andere steuerliche Subventionen überprüfen.

Freie Wähler: Ich bin für die Beibehaltung des 7 prozentigen Mehrwertsteuersatzes für Hotels, da es der heimischen Wirtschaft nützt und diese dadurch wettbewerbsfähig bleibt. Außerdem hat die Reduzierung von 19 Prozent auf 7 Prozent die Bedeutung als Wirtschaftsmotor für die Hoteliers bewiesen: Jeder Unternehmer hat erweitert, modernisiert, das Geld wieder in den Betrieb investiert.

Grüne: Wir setzen uns für eine grundlegende Reform der Umsatzsteuer ein. Der verminderte Mehrwertsteuersatz soll sich ausschließlich auf soziale und ökologische Ziele konzentrieren, Branchensubventionen wollen wir durch ein transparentes Umsatzsteuersystem ablösen.

FDP: Ja. Wir wollen außerdem eine systematische und aufkommensneutrale Reform der Umsatzsteuer, deren Ziel eine deutliche Vereinfachung ist.

AfD: Absolut. Mit einem einheitlichen MWST-Satz würden wir Rechtssicherheit bei der Abgrenzung für die Hotellerie und Gastronomie schaffen, denn gerade die Steuerprüfungen werden immer dazu genutzt, MWST nachzufordern, weil man die jetzigen 7 Prozent auf etwa ein Fünftel der Leistungen nicht anerkennt.

Weitere Fragen und Antworten finden Sie unter www.dehoga-bayern.de/wahlcheck

Kandidaten aus dem Gastgewerbe

Gastgeber im bayerischen Landtag

Wer kann die Position des bayerischen Gastgewerbes besser vertreten, als Menschen aus den eigenen Reihen? Auch Kandidaten aus Gastronomie und Hotelerie treten als Kandidaten zur Landtagswahl in Bayern an. „Gastgeber Bayern" hat ein paar von ihnen kennen gelernt.

Leo Dietz

AUS: Augsburg, Schwaben
PARTEI: CSU, Liste 1, Platz 16
BETRIEB: Peaches Augsburg, www.peaches-augsburg.de, Cube, www.cube-augsburg.de, und Mauser, www.mauser-augsburg.de

ÜBER MICH: Ich bin 1967 in Augsburg-Göggingen geboren und nach wie vor dort verwurzelt. Vor meinen ersten Gehversuchen in der Gastronomie habe ich eine Ausbildung zum Kfz-Mechaniker absolviert. Seit 1993 bin ich Geschäftsführer der Peaches Cocktailbar und seit 1999 Geschäftsführer der Howdy GmbH, die vier populäre Lokale in Augsburg betreibt. Seit 2008 bin ich Mitglied des Augsburger Stadtrats und des CSU-Ortsverband Bergheim. Außerdem bin ich ordentliches Mitglied in diversen Ausschüssen und Gremien.

HIERFÜR WERDE ICH MICH EINSETZEN: Als Gastronom werde ich mich selbstverständlich für die Belange meiner Kolleginnen und Kollegen einsetzen. Themen sind Bürokratieabbau, Gleichstellung und mehr Fairness bei Aspekten wie der Mehrwertsteuer, fairerer Wettbewerb, flexiblere Arbeitszeiten und vieles mehr.

Alles weitere über mich finden Sie unter:
www.leodietz.de oder auf
www.facebook.com/leodietz

Jutta Widmann

AUS: Landshut, Niederbayern, Stimmkreis 202
PARTEI: Freie Wähler, Liste 3
BETRIEB: Franz Widmann Festzeltbetriebe, www.franz-widmann.de, und Stadthotel Herzog Ludwig, www.stadthotel-herzog-ludwig.de

ÜBER MICH: Ich habe zwei Kinder, bin verheiratet und seit 2008 Abgeordnete im Bayerischen Landtag für die Freien Wähler. Außerdem betreibe ich ein kleines Hotel in Landshut, bin Studienrätin für Wirtschaft und Sport am Gymnasium und seit 1996 Festwirtin und Stadträtin, ebenfalls in Landshut.

HIERFÜR WERDE ICH MICH EINSETZEN: Ich bin eine von Ihnen – durch den täglichen Praxisbezug kenne ich die Probleme der Branche. Die drei wichtigsten Punkte sind derzeit für mich: einheitlicher Mehrwertsteuersatz von 7 Prozent für die gesamte Gastronomie, flexiblere Arbeitszeiten für Arbeitnehmer und Arbeitgeber und die Abschaffung der übertriebenen Dokumentationspflichten.

Alles weitere über mich finden Sie unter:
www.jutta-widmann.de

Franz Bergmüller

AUS: Feldkirchen-Westerham, Oberbayern, Rosenheim-West
PARTEI: Alternative für Deutschland, Listenplatz 1
BETRIEB: Landgasthof Bergmüller KG, www.landgasthof-bergmueller.de

ÜBER MICH: Als Metzgermeister und Chef des Hauses betreibe ich bereits in der siebten Generation den Landgasthof Bergmüller in Unterlaus. Meine beiden Söhne stehen mir als Juniorchefs und meine Lebensgefährtin als Chefköchin zur Seite. Des Weiteren bin ich Immobilienunternehmer und vermiete Apartments an Berufspendler und Familien. Zudem bin ich politisch und ehrenamtlich in diversen Verbänden aktiv, beispielsweise als Kreis- und Bezirksvorsitzender des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes und als Landesvorsitzender des Vereins zum Erhalt der bayerischen Wirtshauskultur. Als ehrenamtlicher Richter bin ich am Arbeits- und Finanzgericht tätig.

HIERFÜR WERDE ICH MICH EINSETZEN: Für die Förderung von Auszubildenden, transparente Betriebsprüfungen, Brandschutz und Lebensmittelüberwachungen, einen einheitlichen Mehrwertsteuersatz von 12 Prozent für Hotellerie und Gastronomie und vieles mehr!

Alles weitere über mich finden Sie unter:
www.afd-rosenheim.de oder auf
www.facebook.com/afdrosenheim

Online-Tool zum Wahlcheck 2018

Parteien und Kandidaten stehen Rede und Antwort

Laut aktuellen Prognosen könnten bei der Landtagswahl am 14. Oktober mit CSU, SPD, Freie Wähler, Grüne, FDP und AfD gleich sechs Parteien ins Maximilianeum einziehen – das wären zwei mehr als bislang dort vertreten sind. Doch wofür stehen die Parteien und für welche Themen wollen sich die einzelnen Kandidaten stark machen? Um einen umfassenden Überblick zu bieten, hat der DEHOGA Bayern für seinen Wahlcheck 2018 ein nutzerfreundliches Online-Tool entwickelt, das zahlreiche Informationen verständlich bündelt.

www.dehoga-bayern/wahlcheck
Im Bereich „Antworten" gibt es folgende Rubriken:

PARTEI-ANTWORTEN
Hier sind die offziellen Antworten der Parteien zu finden.

NACH ABGEORDNETE(R)/ KANDIDAT(IN)
Hier sind die Antworten der einzelnen Kandidaten sortiert nach Alphabet zu finden.

NACH REGION
Hier sind die Antworten der Kandidaten sortiert nach Region zu finden.

NACH PARTEI
Hier sind die Antworten der Kandidaten sortiert nach Partei zu finden.

PARTEIEN IM VERGLEICH
Hier sind die kumulierten Antworten der Kandidaten sortiert nach Partei zu finden.

„Im Rahmen unseres Online-Wahlchecks haben wir sämtliche Parteien, die laut Umfragen die Fünf-Prozent-Hürde überschreiten werden, sowie alle Kandidaten zu den Themengebieten Tourismus, selbstverantwortliches Handeln, Bildung und Fachkräfte, Arbeitszeitgesetz, Steuern sowie Digitalisierung befragt", erläutert Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern. „Dabei war es uns ein besonderes Anliegen, dass sowohl die Parteien insgesamt als auch die einzelnen Kandidaten ihre jeweiligen Positionen zu den verschiedenen Fragestellung deutlich machen konnten", so Geppert weiter. „Denn was nutzt es, wenn vereinzelt Kandidaten die Auffassung unseres Verbandes zwar teilen, ihre Partei jedoch eine gänzlich andere Meinung vertritt?"

Vor diesem Hintergrund wurde ein Tool entwickelt, das es den Nutzern erlaubt, die Antworten nach verschiedenen Kategorien zu sortieren. „Damit schaffen wir maximale Transparenz und sorgen für eine bestmögliche Vergleichbarkeit, was sich bei der Wahlentscheidung als willkommene Hilfestellung erweisen sollte", ist Geppert überzeugt.

TOURISMUSSTANDORT ÖSTERREICH

TOURISMUS PRAGMATISCH GEDACHT

SEIT VIELEN JAHREN SETZT SICH DER DEHOGA BAYERN FÜR DIE GEGENWART UND ZUKUNFT DES BAYERISCHEN GASTGEWERBES EIN, DAS EINEN WESENTLICHEN ANTEIL ZUM ERFOLG DER TOURISMUSBRANCHE DES GANZEN LANDES BEITRÄGT UND DAHER ENG MIT IHR VERBUNDEN IST. WAS WIR HIERZULANDE VERMISSEN, IST BEI UNSEREN NACHBARN LÄNGST GESCHEHEN: IN ÖSTERREICH HAT DER TOURISMUS AUF ÜBER VIER SEITEN EIN EIGENES KAPITEL IM REGIERUNGSPROGRAMM DER BUNDESREGIERUNG ERHALTEN. SIE HAT ES SICH ZUM ZIEL GEMACHT, BESSERE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR DEN TOURISMUS ZU SCHAFFEN UND ÖSTERREICH ALS TOURISMUSSTANDORT ZU POSITIONIEREN, DIE TOURISMUSWIRTSCHAFT ZU ENTLASTEN UND DEN FACHKRÄFTEMANGEL ZU BEKÄMPFEN. MIT EINER GESAMT-TOURISMUSSTRATEGIE MACHT SIE ÖSTERREICH WETTBEWERBSFÄHIG.

Österreich ist sich seiner Spitzenposition als Tourismusstandort bewusst. Vor allem im Winter boomt das Geschäft, doch auch im Sommer lockt die Schönheit des Landes unzählige Reisende an. In vielen Regionen Österreichs ist der Tourismus daher der wichtigste Wachstums- und Beschäftigungsmotor. Jeder fünfte Vollarbeitsplatz wird durch die Tourismus- und Freizeitwirtschaft gesichert und auch viele regionale Betriebe sind mit der Wertschöpfungskette des Tourismusgewerbes verbunden.

Doch neue Urlaubsdestinationen machen Österreich Konkurrenz. Die Bundesregierung hat das schnell erkannt und drei maßgebliche Ziele zur Sicherung, Förderung und Entlastung des Tourismus in ihrem Regierungsprogramm 2017-2022 definiert. Österreich geht hier mit gutem Beispiel voran.

Gesamt-Tourismusstrategie für Österreich

Um Österreich wettbewerbsfähig zu machen, steht seit 2017 die Entwicklung einer neuen Gesamt-Tourismusstrategie auf dem Plan der Bundesregierung, die sich einem jährlichen Monitoring unterziehen soll. Zur Strategie gehört unter anderem, dass die Internationalisierung und Digitalisierung weiter vorangetrieben werden, um das Potenzial neuer Märkte stärker auszuschöpfen und die Dachmarke „Österreich" weltweit stärker zu bewerben. Seit September 2017 liegt zudem eine eigene Digitalisierungsstrategie für den Tourismus vor.

Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel im Tourismus

Österreich ist vor allem aufgrund seiner Gastfreundschaft und hohen Servicequalität beliebt. Diese werden durch die im Tourismus beschäftigten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewährleistet, die dadurch eine wichtige Botschafterfunktion innehaben. Doch auch in Österreich wird es immer schwieriger, gut ausgebildete Fachkräfte zu rekrutieren. Um den Fachkräftemangel zu beseitigen, will die Bundesregierung bessere Anreize schaffen und die Attraktivität der Arbeitsplätze sowie der Aus- und Weiterbildung im Tourismus steigern. Letzteres soll unter anderem durch den Fokus auf die Digitalisierung in der Berufsausbildung erfolgen. Die Regionalsierung der Mangelberufsliste stellt ebenfalls eine geplante Maßnahme dar. Infolge dessen können durch Zuwanderung qualifizierter Drittstaatsangehöriger Lücken beim Fachkräftemangel geschlossen werden. Maßnahmen, die auch hierzulande Verbesserung versprechen, jedoch kein Gehör finden.

Flexible Arbeitszeiten entlasten die Tourismuswirtschaft

Was der DEHOGA Bayern seit Jahren fordert, wurde in Österreich nun Realität: Am 1. September 2018 ist das neue Arbeitszeitgesetz in Kraft getreten. Die tägliche Arbeitszeit kann seither freiwillig auf 12 Stunden pro Tag oder maximal 60 Stunden pro Woche angehoben werden. Zudem sind eine flexible Übertragung der Arbeitszeit sowie eine 4-Tage-Woche möglich. Die Arbeitszeitneuerung passt sich an moderne Lebensverhältnisse und Lebensweisen an und unterstützt vor allem Pendler in der Gestaltung ihrer Freizeit. Auch die Senkung der täglichen Ruhezeit bei geteilten Diensten von 11 auf acht Stunden kommt den Betrieben und Mitarbeitern der Tourismuswirtschaft sehr zugute. Die Bürokratie wird durch das neue Gesetz ebenfalls entschärft. So muss für Familienangehörige, die im Betrieb mitarbeiten, keine Arbeitszeiterfassung mehr erfolgen.

In Zukunft sollen weitere hohe Auflagen entschärft werden. Beispielsweise wurde die Umsatzsteuer für Übernachtungen bereits von 13 auf 10 Prozent gesenkt, um die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Zudem sind gleiche steuer-, sozial- und gewerbliche Verpflichtungen für Plattformen wie Airbnb geplant.

Pragmatische Regelung beim Datenschutz

Dass es möglich ist, sich auch EU-Richtlinien entgegen zu stellen, bewies Österreich beim Thema DSGVO: anstelle einer Geldstrafe gibt es bei einmaligem Verstoß lediglich eine Verwarnung. Vor allem für die Tourismusbranche eine Erleichterung, für die die neue Grundverordnung kurz vor der Sommersaison ohnehin für Mehraufwand und zusätzliche Bürokratie sorgte.

Oliver Oppitz: SVP/Opitz

ZUR PERSON

Arno Kompatscher ist verheiratet und Vater von sieben Kindern. Er ist Mitglied der Südtiroler Volkspartei (SVP) und seit 2014 Landeshauptmann von Südtirol. Darüber hinaus ist er Präsident der Region Trentino-Südtirol und Wirtschaftslandesrat.

TOURISMUSSTANDORT SÜDTIROL: INTERVIEW MIT LANDESHAUPTMANN ARNO KOMPATSCHER

„WIR MÜSSEN TOURISTISCHEN LEISTUNGSTRÄGERN DIE MÖGLICHKEIT ZUR MITSPRACHE UND LÖSUNGSFINDUNG GEBEN“

ARNO KOMPATSCHER, LANDESHAUPTMANN VON SÜDTIROL, GIBT IM INTERVIEW MIT „GASTGEBER BAYERN“ EINBLICKE IN DEN SÜDTIROLER TOURISMUS UND ERZÄHLT, WIE ES UM DAS MITEINANDER ZWISCHEN DEN TOURISTISCHEN LEISTUNGSTRÄGERN UND DER POLITIK STEHT.

Sehr geehrter Herr Kompatscher, welche wirtschaftliche Bedeutung hat der Tourismus, und hier speziell Hotellerie und Gastronomie, für Ihre Heimat?

Eine hohe Bedeutung. Südtirol zählt zu den Top-Urlaubsdestinationen im Alpenraum. Die direkte Wertschöpfung der Hotellerie und Gastronomie beträgt circa 10 Prozent des Südtiroler Bruttoinlandsprodukts. Letzteres belief sich 2016 auf 22,2 Milliarden Euro. Allerdings greifen diese Zahlen viel zu kurz, weil der Tourismus sich in einem Punkt ganz erheblich von den anderen Sektoren unterscheidet: Er ist ein absoluter Querschnittsbereich. Somit schöpft indirekt die gesamte lokale Wirtschaftsgemeinschaft aus dem Tourismus Wert. Das gilt vor allem für Transportbetriebe, das Baugewerbe, den Handel, das Handwerk und die Landwirtschaft. Ganz besonders erschließt sich die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus aber im historischen Kontext. Als im Deutschland der Nachkriegszeit mit dem deutschen Wirtschaftswunder der Aufschwung schon massiv eingesetzt hat, war Südtirol noch ein armes Land. Der Tourismus hat dann nach und nach viel Wohlstand in unsere Dörfer und Täler gebracht.

Als eine Schwäche Südtirols bezeichnen Sie im Resümee Ihrer Südtirol-Tour die bürokratische Belastung der Betriebe. Was planen Sie auf diesem Gebiet, um aus der Schwäche eine Stärke zu machen?

Im Rahmen meiner Südtirol-Tour 2013 habe ich mich mit den wichtigsten Organisationen, Verbänden, Institutionen, Gewerkschaften und Foren getroffen, die die Südtiroler Gesellschaft repräsentieren. Eine der drei wesentlichen Erkenntnisse war, dass sich viele Südtirolerinnen und Südtiroler mehr Freiraum wünschen. In dieser Amtszeit hat die Landesregierung Rahmenbedingungen geschaffen, innerhalb derer sich Bürger, Unternehmen und unser Land freier bewegen können. Unter anderem haben wir für Steuererleichterungen in Höhe von rund 320 Millionen Euro jährlich gesorgt. Gleitzeitig haben wir im Beitragswesen Bürokratie abgebaut. Die Finanzierung der touristischen Organisationen, die sich um Marketing und Produktentwicklung kümmern, wurde auf eine neue solide Basis gestellt, ohne dabei eine neue zusätzliche Abgabe von Seiten der Beherbergungsbetriebe einzuführen. Mein Ansatz war, die Eigeninitiative zu stärken und im Gegenzug mehr Verantwortung zu übertragen. Somit ist einiges gut gelungen. Es ist aber kein Geheimnis, dass ich in Sachen Bürokratieabbau gerne schon weiter wäre.

Wie sehen Sie den Fachkräftebedarf in Hotellerie und Gastronomie in Südtirol und wie gehen Sie mit diesem Thema um?

In Südtirol verzeichneten wir 2017 im Jahresschnitt eine Arbeitslosigkeit von 3,1 Prozent mit sinkender Tendenz. Somit herrscht Vollbeschäftigung. Gleichzeitig sind 78,4 Prozent aller 20 bis 64-Jährigen in Arbeit, entweder als Selbständige oder abhängig Beschäftigte. Das ist ein sehr hoher Wert. Während in anderen Teilen Europas jeder zweite oder dritte Jugendliche ohne Arbeit zu Hause sitzt, ringen die Betriebe in Südtirol um jede junge Arbeitskraft. Die Aufgabe der Landesregierung ist es, die Betriebe dabei bestmöglich zu unterstützen. In diesem Zusammenhang sind Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf notwendig. Insbesondere gilt es aber bei der Ausbildung unserer Kinder und Jugendlichen und der Berufsorientierung anzusetzen. Daran arbeiten wir. Gleichzeitig müssen sich die Betriebe über neue Arbeitszeitmodelle Gedanken machen. Das tun sie zum Teil schon mit Erfolg. Ein Thema ist sicher auch die Entlohnung.

Große Hotelresorts wecken in manchen Regionen mit zunehmender Dimension die Begierde von Investoren. Wie sehen Sie die Entwicklung in Südtirol?

Die volkswirtschaftliche Wirkung des Tourismus ist in Südtirol deshalb ganz besonders stark, weil die Nachfrage nicht von einigen wenigen Hotelkonzernen befriedigt wird, sondern von tausenden Klein- bzw. Familienunternehmen. Sie sind mit unserem Land eng verbunden und spüren deshalb eine ganz besondere gesellschaftliche Verantwortung. Das war in Südtirol immer schon so. Damit das so bleibt, haben wir im kürzlich verabschiedeten neuen Gesetz für Raum- und Landschaft darauf geachtet, den Bauspekulationen und dem Ausverkauf der Heimat entgegenzuwirken.

Sie kennen aufgrund Ihrer Biographie alle Seiten des touristischen Geschäfts: Sie waren Präsident der Seiser Alm Umlaufbahn AG. Sie waren Bürgermeister der Tourismusgemeinde Völs am Schlern und sind nun als Landeshauptmann für ganz Südtirol, eine der bekanntesten Destinationen weltweit, zuständig. In welcher Position hatten Sie das Gefühl, am meisten für den Tourismus bewegen zu können?

In allen meinen bisherigen Funktionen habe ich mich auf unterschiedliche Art und Weise für den Tourismus einbringen können. Am meisten gilt das sicher für meine jetzige Funktion als Landeshauptmann und Wirtschaftslandesrat.

Wie setzt sich Ihre Landesregierung konkret ein, um den Tourismus zu stärken?

Eine sichere Finanzierung für alle Organisationen, die für das touristische Marketing und für die Produktentwicklung zuständig sind, war mir schon als Präsident des Südtiroler Gemeindenverbandes ein Anliegen. Das System, das seinerzeit dann unter der Vorgängerregierung eingeführt wurde, konnte ich nun in gutem Einvernehmen mit den Leistungsträgern und touristischen Partnern optimieren. Wir haben die Finanzierung der Tourismusvereine und des Landestourismusmarketings so aufgestellt, dass sich weder das Land noch die Gemeinden oder die Leistungsträger ihrer Verpflichtung entziehen können. Gleichzeitig haben wir die Struktur der touristischen Organisationen gestrafft und im Zuge dessen die Tourismusverbände abgeschafft. Damit gehen weniger Finanzmittel in die Strukturen und es bleibt mehr Geld für das Marketing und für die Produktentwicklung. Wichtig sind mir auch die Weiterentwicklung und der Ausbau von Freizeitinfrastrukturen und des öffentlichen Nahverkehrs. Beides kommt Einheimischen wie Touristen gleichermaßen zu Gute. Dasselbe gilt für den Erhalt eines lebendigen ländlichen Raums.

Wie gut funktioniert in Südtirol das Miteinander zwischen touristischen Leistungsträgern und „der Politik"?

Eine zweite wichtige Erkenntnis aus der bereits angesprochenen Südtirol-Tour war, dass sich die Südtirolerinnen und Südtiroler mehr Partizipation wünschen. Ich habe es mir deshalb bei allen Vorhaben zum Grundsatz gemacht, sachlich zu informieren, den Betroffenen Mitsprache zu ermöglichen und gemeinsam nach Lösungen zu suchen. Auch wenn letztendlich die Politik entscheidet und die Verantwortung tragen muss, haben gerade die Wirtschaftsverbände diesen neuen politischen Stil dankbar angenommen. Es gab damit sehr wenig Reibungsfläche. Es war also tatsächlich ein Miteinander und kein Neben- oder Gegeneinander.

Und wo sehen Sie hier noch Verbesserungspotential?

Es geht darum, diese Form der Zusammenarbeit auch in Zukunft fortzusetzen und sie zum Standard für die gesamte Landesverwaltung zu machen.

Was wäre Ihr Traum, wo Südtirol touristisch einmal stehen sollte?

Ich bin Realpolitiker. Durchaus realistisch ist, dass im Tourismus der bewusste Umgang mit den Ressourcen zu einem entscheidenden Erfolgskriterium wird. Das gilt aber auch für andere Bereiche. Der Erhalt und die Entwicklung der Vorzüge Südtirols sind nur dann langfristig möglich, wenn der Nachhaltigkeitsbegriff in all seinen Dimensionen einen Niederschlag in den verschiedenen Sektoren findet.

„EIN LEBEN OHNE GASTGEWERBE WÄRE FÜR MICH, DER VIEL UNTERWEGS IST, UNVORSTELLBAR."

Was war Ihr schönstes Wirtshauserlebnis?
Das ist eine schwierige Frage. In unseren Wirtshäusern fühlt man sich generell gut aufgehoben.

Hand aufs Herz, bei welchen Speisen können Sie schwerlich „nein" sagen?
Es geht nichts über ein gutes Wiener Schnitzel mit Röstkartoffeln und Preiselbeermarmelade, ab und zu.

Gibt es auch ein absolutes Lieblingsessen?
Eigentlich ist es die Lasagne, die meine Frau frisch zubereitet. Aber im Prinzip bin ich ein „guter Esser".

Können Sie eigentlich kochen und wenn ja, kochen Sie gerne?
Wenn es sich ausgeht, koche ich sehr gerne. Bei meiner Großfamilie ist das natürlich manchmal eine Herausforderung.

Gibt es ein Lieblingsgetränk?
Das „Lieblingsgetränk" ist eher situationsbedingt. Zu einem guten Essen darf Südtiroler Wein nicht fehlen, mit Freunden trinke ich nach getaner Arbeit gerne gemütlich ein, zwei Bierchen und wenn es mal spät wird, darf es vor dem Nachhausegehen auch mal ein Gin Tonic sein.

Sie wohnen als Landeshauptmann bestimmt viel auswärts. Worauf legen Sie bei der Auswahl eines Hotels immer besonders viel Wert?
Wichtig sind mir Freundlichkeit und das Gefühl, willkommen zu sein.

Gibt es etwas, was Sie in einem Hotelzimmer besonders schätzen?
Ich mag Sauberkeit und schätze es, wenn das Notwendigste vorhanden ist.

PresseCompany
Kommunikationsagentur

Sie sind auf der Suche nach **kreativen Kommunikationsstrategien?**

Wir bieten Ihnen **maßgeschneiderte Lösungen!**

Egal ob Presseveröffentlichung, Mitarbeiterzeitschrift, Image-Broschüre, Geschäftsbericht oder Newsletter – die PresseCompany unterstützt Sie bei Konzeption, Design sowie Realisierung und bringt bei der Gestaltung Inhalt und Form in Einklang.

Darüber hinaus stehen wir Ihnen bei der Planung exklusiver Events und zielgruppenspezifischer Veranstaltungsreihen mit Rat und Tat zur Seite. Profitieren Sie von unserem breiten Netzwerk. Wir knüpfen alle Kontakte, die Sie brauchen!

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

HOGA 2019: 13. - 15. JANUAR IN DER MESSE NÜRNBERG

BAYERNS GASTGEBER TREFFEN SICH AUF DER HOGA

VOM 13. BIS 15. JANUAR 2019 TRIFFT SICH DAS BAYERISCHE GASTGEWERBE ERNEUT AUF DER HOGA. FACHLEUTE AUS HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND GEMEINSCHAFTSVERPFLEGUNG KOMMEN AN DIESEN TAGEN ZUSAMMEN, UM NEUHEITEN UND TRENDS ZU ENTDECKEN, SICH NEU AUSZUSTATTEN UND UM SICH MIT DIENSTLEISTERN, HERSTELLERN, LIEFERANTEN UND BERUFSKOLLEGEN ZU VERNETZEN.

Die HOGA präsentiert ein kompaktes Angebot für Hotels, Restaurants, Bistros, Cafés und Konditoreien sowie für die Großverbraucher der Gemeinschaftsverpflegung, Bäcker, Metzger und Caterer. Dabei werden alle Facetten des modernen Gastgewerbes beleuchtet. Rund 700 Aussteller auf 40.000 Quadratmetern geben einen Marktüberblick im Messezentrum Nürnberg. Die großen Angebotsbereiche „Nahrungsmittel & Getränke", „Dienstleistung & Organisation" sowie „Küchentechnik", „Einrichtung & Ausstattung" und „Haus- & Betriebstechnik" werden von verschiedenen Trendthemen begleitet. Zahlreiche Sonderschauen, Fachevents und Wettbewerbe, die den Fachbesuchern neueste Trends, Innovationen und Anregungen sowie Handlungsoptionen für die tägliche Arbeit und die kommende Saison vermitteln, leisten einen wichtigen Beitrag zur Informationsqualität der Messe.

Die Themen der HOGA 2019

Der DEHOGA Bayern unterstützt die HOGA als fachlicher Träger und bringt wichtige Themen des bayerischen Gastgewerbes nach Nürnberg. Die Digitalisierung der Branche mit ihren Herausforderungen und Vorteilen ist ein Bereich, über den der DEHOGA informiert.

Am ersten und zweiten Messetag machen die AHGZ-Kochsterne den Messebesuchern Appetit auf neue Food-Trends. Prominente Köche präsentieren live auf der HOGA ihre Kochkünste und geben Tipps für Berufskollegen.

Am Dienstag, 15. Januar, ist Karrieretag: Hier steht der Branchennachwuchs im Fokus. Dabei geht es um Ausbildungsmöglichkeiten und berufliche Chancen in Hotellerie und Gastronomie. Darüber hinaus zeigen die Jungen der Branche in den Bayerischen Jugendmeisterschaften ihr Können.

„Made in Bavaria"

Mit 642 Braustätten hat Bayern mit Abstand die meisten Sudhäuser in Deutschland, nahezu jede zweite Brauerei hat ihren Sitz in Bayern. Der Durst nach bayerischen Bieren ist stetig hoch und auch alkoholfreie Bierspezialitäten sind gefragt wie nie. Die Gemeinschaftsbeteiligung Bayerischer Brauereien präsentiert die Vielfalt der heimischen Biere und wird dabei durch den Bayerischen Brauerbund und den

Verband der mittelständischen Privat-Brauereien unterstützt. Den HOGA-Besuchern werden Hopfenspezialitäten sämtlicher Couleur vorgestellt, vom klassischen Hellen bis zum oberbayerischen Weizen vom Fass. Unter den Brauereien sind sowohl Familienbetriebe als auch national und international bekannte Unternehmen zu finden.

Aber Bayern kann auch Wein: Frankenwein gilt mittlerweile als Qualitätssiegel und ist in der Gastronomie fest verankert. Verschiedene Winzer informieren die Besucher über die Palette an fränkischen Weinen und geben Empfehlungen für die Weinkarte.

Unter dem Titel „Spezialitätenland Bayern" zeigen 20 bayerische Unternehmen bayerische Kulinarik von ihrer besten Seite: von Spirituosen wie Whisky über Feinkost, wie Marmeladen, Konfitüren und Meerrettichprodukte hin zu Säften, Wein und Knödel. Die Besucher können hochwertige bayerische Produkte entdecken und damit das Angebot für ihren Gastronomiebetrieb erweitern.

Mercato Italiano

Neben den regionalen bayerischen Genüssen ist der Appetit der Deutschen nach internationalen Spezialitäten groß. Nach wie vor steht die italienische Küche dabei ganz vorne. Deswegen gibt es neben dem großen „Nahrungsmittel & Getränke"-Angebotsbereich der HOGA ein eigenes Forum für italienische Gastronomiebetriebe: Der Mercato Italiano zeigt alles von italienischer Feinkost über Pizza und Pasta bis hin zu Grundnahrungsmitteln sowie Produkten und Zubehör für italienische Gastronomiebetriebe.

Die Rösterei

Kaffee ist Trend, Umsatzbringer und darf in der Gastronomie nicht fehlen. Aufgrund der steigenden Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Kaffeeangeboten in allen Bereichen des Gastgewerbes wird das Angebot der Rösterei auf der HOGA 2019 erweitert. Mehr Kaffeeröster, Barista und namhafte Hersteller von Kaffeemaschinen informieren die Besucher, damit der perfekte Kaffee auch im eigenen Lokal gelingt. Egal ob klassischer Filterkaffee, italienischer Espresso, französischer Café au Lait, eiskalter Frappé, Irish Coffee oder Cold Brew, auf der offenen Vortragsbühne werden verschiedene Themen rund um das Trendgetränk vorgestellt. Die HOGA-Besucher können das Forum kostenfrei besuchen und den Experten ihre Fragen stellen. Im Rahmen der HOGA-Kaffee-Meisterschaft wird „Bayerns Bester Barista" gesucht. Dabei treten die bayerischen Experten rund um Kaffee und Milchschaum gegeneinander an und zeigen ihr Können.

LiquidArea

Eine Auswahl an verschiedenen alkoholischen und alkoholfreien Getränken, passend zu den angebotenen Speisen, ist nicht nur in Bars unerlässlich. Auch in Restaurants, Cafés und Imbissbetrieben kann der Umsatz durch ein individuelles Getränkeangebot gesteigert werden. Spezialitäten und Besonderheiten, wie ausgefallene Limonaden, Cocktails und Longdrinks kommen bei den Gästen gut an. In der LiquidArea der HOGA präsentieren

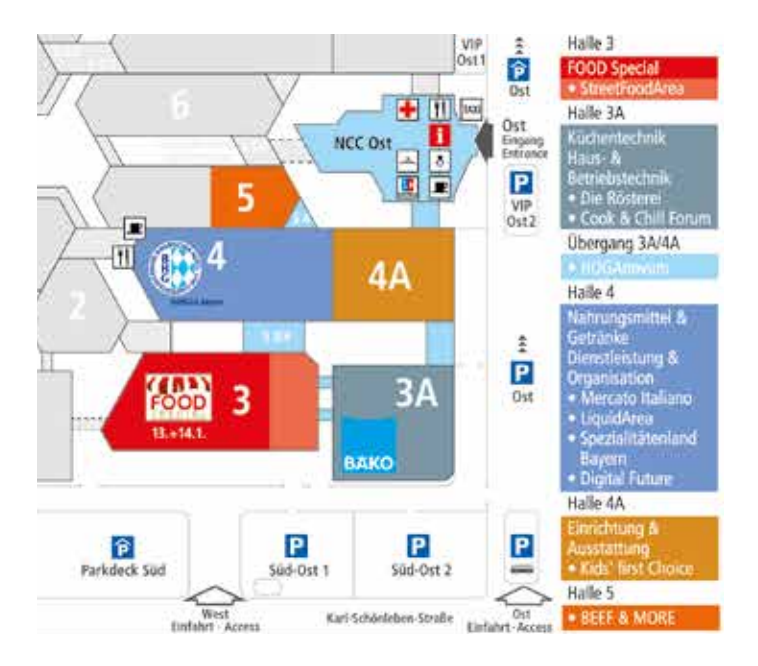
rund 30 Aussteller ein vielfältiges Angebot an flüssigen Umsatzbringern, von Kräuterlimonaden über Mixgetränke und Cocktails über verschiedene (Bio-)Biere oder auch Klassiker die neu entdeckt werden, wie Ginger Ale, Gin, Whisk(e)y und Cidre. Partner der LiquidArea ist die Sektion Bayern der Deutschen Barkeeper Union, die auch wieder die bayerischen Cocktailmeisterschaften im Rahmen der HOGA austragen wird.

HOGANovum

Im HOGANovum trifft sich die Zukunft des Gastgewerbes: Start-ups aus allen Bereichen des Gastgewerbes präsentieren hier ihre Ideen, Produkte, Lösungen und Dienstleistungen. Dazu gehören sowohl Food-Trends und Innovationen aus dem Getränke-Bereich. Unter „Digital Future" finden sich Software-Lösungen und IT-Angebote, die das Gastgewerbe voranbringen, die Arbeitsabläufe optimieren und erleichtern.

Food-Trucks haben in den vergangenen Jahren den Außer-Haus-Markt aufgerollt und sich als festes Segment im Gastgewerbe etabliert. Die HOGA präsentiert alles von der Ausstattung und der mobilen Küchentechnik bis hin zu nachhaltigem Einweggeschirr und Grundnahrungsmitteln. Die Besucher können sich bei erfahrenen Food-Truckern über die Branche informieren und bei professionellen Wagenbauern Tipps und Unterstützung zum Ausbau des eigenen Food-Trucks erhalten.

Die zukünftigen Gäste stehen bei „Kids' First Choice" im Vordergrund. Die Aussteller informieren über funktionale Ausstattung für Kinder, wie platzsparende, ansprechende Wickeltische und Kinderbetten, aber auch über Spielzeug, das auch für die kleinen Besucher den Restaurantaufenthalt zum Erlebnis macht. Darunter fallen klassische Spielecken mit analogem Spielzeug aber auch interaktive Touchscreens. Eine Erfolgsanalyse zeigt, dass kindgerechte Ausstattung auch eine höhere Kundenbindung bedeuten kann und daher Marketingausgaben in diesem Bereich sinnvoll macht.



Die HOGA auf einen Blick:

HALLENPLAN
HOGA 2019
13. bis 15. Januar 2019, Messe Nürnberg
Öffnungszeiten: 10-18 Uhr
Informationen und Tickets unter
www.hoga-messe.de

In gewohnter Weise integriert die BÄKO Franken Oberbayern-Nord eG ihren Frühjahrs-Kundentreff in die HOGA Nürnberg. Gemeinsam mit über 80 Ausstellern informiert die BÄKO zu allen Bereichen des Bäckerei- und Konditorenwesens: Vom Rohstofflieferanten über Handelswaren und Verpackungen, Ladeneinrichtungen und Ladenkonzepte bis hin zur Verkaufsförderung. Auch der Service-Bund veranstaltet seine Hausmesse Food-Special (13. und 14. Januar) wieder parallel zur HOGA.

START-UP-WETTBEWERB ZUR HOGA 2019:

BAYERNS KREATIVSTES GASTRO-START-UP GESUCHT!

DIE GASTGEBERMESSE HOGA NÜRNBERG UND DER DEHOGA BAYERN SUCHEN DIE INNOVATIONEN DER BAYERISCHEN GASTRONOMIE. GRÜNDER, DIE DAS BAYERISCHE GASTGEWERBE MIT IHREN IDEEN RUND UM ESSEN UND TRINKEN BEREICHERN, KÖNNEN SICH BIS ENDE NOVEMBER BEWERBEN. ALS GEWINN FÜR DIE DREI BESTEN GASTRO-START-UPS WINKT NEBEN EINEM MESSESTAND AUF DER GASTRONOMIEFACHMESSE HOGA 2019 VOM 13. BIS 15. JANUAR EIN EXKLUSIVER MARKETINGSUPPORT VOM BAYERISCHEN HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBAND. DARÜBER HINAUS WERDEN DIE INNOVATIONEN DER FINALISTEN IM MAGAZIN „GASTGEBER BAYERN" VORGESTELLT UND DER ERSTPLATZIERTE ERHÄLT 2.000 EURO PREISGELD.

Bayern ist für seine kulinarischen Produkte weit über die Grenzen hinaus bekannt und beliebt, doch die bayerische Gastronomie kann mehr als Weißwurst, Brezen und Bier. Das beweisen jedes Jahr aufs Neue junge bayerische Unternehmen: Neben den beliebten Klassikern gibt es immer mehr ausgefallene Trends zu entdecken, die die bayerische Kulinarik zu einem Erlebnis machen. Von der ausgefallenen Limonade aus heimischem Obst und kreativem Craft Beer über neue Snackideen, außergewöhnliche Wurstkreationen, vegetarisch-bayerische Food-Trends bis hin zur Neuschöpfung der traditionellen Breze – alles was der Gastronomie in Bayern einen neuen Kick gibt und damit die Tradition des bayerischen Gastgewerbes in die Moderne bringt, hat Chancen beim Start-up-Wettbewerb zur HOGA 2019 zu gewinnen.

Teilnehmen können alle, die mit ihren Ideen rund um Essen und Trinken das bayerische Gastgewerbe bereichern: Gastronomen, Brauer, Winzer, Food-Trucker, Bäcker, Metzger, Konditoren, Barbetreiber, Cafébesitzer, Caterer und viele mehr. Für die Teilnahme am HOGA Start-up-Wettbewerb einfach eine Kurzbeschreibung der Innovation sowie Bild- oder Videomaterial an presse@hoga-messe.de senden. Dabei spielt es keine Rolle, ob das eingereichte Produkt bereits in Gastronomie und Handel verkauft wird oder ob es noch als Prototyp in der heimischen Küche auf den Durchbruch wartet. Die Gewinner werden von einer Fachjury ausgewählt, die sich sowohl aus erfahrenen Gastronomen und Branchenkennern als auch aus Vertretern des Groß- und Einzelhandels zusammensetzt.

START-UPS IM BLICK AUF DER HOGA 2019

Vom 13. bis 15. Januar richtet die Gastgebermesse HOGA 2019 ihren Blick auf gastronomische Start-ups in Bayern. Das „HOGANovum" auf Bayerns großem Branchentreffpunkt ist eine ideale Möglichkeit, um seine innovativen Produkte und Ideen vor rund 28.000 Besuchern und Fachpublikum in den Markt zu bringen. Die HOGA präsentiert ein kompaktes Angebot für Hotel, Restaurant, Bistro, Café und Konditorei sowie für die Großverbraucher der Gemeinschaftsverpflegung, Bäcker, Metzger sowie Caterer und beleuchtet alle weiteren Facetten des modernen Gastgewerbes. Rund 700 Aussteller bündeln zur HOGA ihre Angebote auf 40.000 Quadratmetern im Messezentrum Nürnberg.

Weitere Informationen und Messetickets unter www.hoga-messe.de

Partner: HOGA Nürnberg, DEHOGA Bayern, Gastgeber Bayern und Metro Deutschland

Aktuelles Kursanagebot der Genussakademie Bayern

Küchenpraxis steht im Vordergrund

Praxisorientierte Qualifizierungen und Workshops rund um das Thema Genuss – das ist die Genussakademie Bayern. Profis aus der Ernährungsbranche finden hier auf sie zugeschnittene Kurse und Fortbildungen – vom mehrwöchigen Gewürzsommelier bis hin zum Tagesworkshop. Das Konzept ist Teil der Premiumstrategie des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und wird durch den Cluster Ernährung am Kompetenzzentrum für Ernährung in Kulmbach umgesetzt.

Bei der Planung seiner Kurse greift das Team der Genussakademie Bayern die Themen auf, die die Branche bewegen. „Jäger & Sammler" heißt ein aktueller Workshop, bei dem Kochprofis lernen, wie sie selbst gesammelte Beeren, Pilze und Pflanzen genussvoll zubereiten. Hierzu kamen am 3. September Spitzenkoch Felix Schneider (Restaurant Sosein. in Heroldsberg) und Biologe Peter Kunze an die Genussakademie. Zehn solcher Kurse hat die Genussakademie Bayern seit ihrer Eröffnung im August 2017 angeboten – zu Themen wie Flavour Pairing, Green Glamour, Fingerfood, Nose to Tail, Wildkräuter, Sauerteig und Grillen.

Bei den Profikursen steht die Küchenpraxis im Vordergrund: Die Teilnehmer verarbeiten sämtliche Zutaten gemeinsam mit den Referenten – und erhalten praktische Anregungen für ihre tägliche Arbeit im eigenen Betrieb. Die Akademie arbeitet hierzu eng mit Referenten wie Heiko Antoniewicz, Ingo Holland, Andree Köthe, Esther Kern, Tobias Bätz, Felix Schneider und Jean-Marie Dumaine zusammen. Die Kurse finden an wechselnden Orten statt, neben dem Museumspädagogischen Zentrum am Bayerischen Brauerei- und Bäckereimuseum und dem Heinersreuther Hof in Kulmbach sind das Alte Gewürzamt in Klingenberg, das Liebesbier in Bayreuth, der Stoi in Rattenberg und das Sensorikzentrum an der Bayerischen Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau Veranstaltungsorte. Künftig findet ein Teil der Kurse außerdem in der kunst-Werk-küche in München statt.

Wer sich intensiv mit einem Produkt auseinandersetzen möchte, für den bietet die Genussakademie Bayern mehrwöchige Qualifizierungen zum Sommelier an. Die Sommelierkurse vermitteln ein breites Fachwissen zu den Schwerpunkten Bier, Edelbrände, Gewürze, Käse, Wasser, Wein oder Fleisch. So lernen die Teilnehmer bei der insgesamt 14 Tage dauernden Qualifizierung zum Gewürzsommelier zum Beispiel, verschiedene Sorten und Mischungen zu unterscheiden, praktisch einzusetzen und zu kombinieren. Der erfolgreiche Abschluss wird anschließend durch ein Zertifikat bescheinigt.

Kursangebot im Herbst 2018:

19. September 2018: Profikurs Green Glamour GV, mit Heiko Antoniewicz, München
1. Oktober 2018: Profikurs Kakao & Schokolade, mit Tobias Bätz und Jan-Marcel Schubert
8. Oktober 2018: Profikurs Sous-vide, mit Heiko Antoniewicz, Kulmbach
15. Oktober 2018: Profikurs Fingerfood, mit Heiko Antoniewicz, Kulmbach
22./23. Oktober 2018: Update Käsesommelier, Kulmbach
29./30. Oktober 2018: Gewürzseminar, Kulmbach
19. November 2018: Tasting Edelbrand, Kulmbach

DEHOGA-Mitglieder erhalten 10 Prozent Rabatt auf den regulären Kurspreis (ausgenommen Sommelierkurse). Weitere Informationen und Anmeldung unter www.genussakademie.bayern/kursangebot

Bayern Tourist GmbH | Termine

SEPTEMBER

Mitarbeitermotivation im Housekeeping	12.09.2018
Brandschutz in der Hotellerie und Gastronomie (Nürnberg)	13.09.2018
Konfliktmanagement	17.09.2018
ServiceQualität Deutschland – Qualitäts- und Konfliktmanagement	17.-19.09.2018
Q-Refresher Seminar der ServiceQualität Deutschland (Würzburg)	21.09.2018

OKTOBER

Mitarbeiterführung im Gastgewerbe II	09./10./11.10.2018
Online- & Social Media Marketing (Nürnberg)	12.10.2018
Digitalisierung / Social Media – neue Chancen erkennen & erfolgreich nutzen	17./18.10.2018
Allergenmanagement	22.10.2018
Revenue-Management & dynamic pricing für Anwender	23.10.2018
Erfolgsfaktor Feedback-/Beschwerdemanagement	24.10.2018
Brandschutz in der Hotellerie und Gastronomie (Schwaben)	25.10.2018
7 Schritte zur effektiven Neukunden-Akquise	25.10.2018

NOVEMBER

Yield-Management für Einsteiger	05.11.2018
Hotelbewertungen – kompetenter Umgang mit Onlinebewertungen	05.11.2018
Housekeeping – Prozesse und Strukturen optimieren!	06.11.2018
Mitarbeiter/-innen motivieren – Service-Feuerwerk im Team zünden!	07.11.2018
Dienstleistungsqualität neu denken!	08.11.2018
Q-Coach Seminar der ServiceQualität Deutschland	13./14.11.2018
Modernes betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM)	13.11.2018
Grundlagen der Lebensmittelhygiene	15.11.2018
Gastgewerbliche Betriebswirtschaft	19./20./21.11.2018
Persönlichkeitsentwicklung für Führungskräfte II	22.11.2018
Das 1x1 der PR	26.11.2018
Q-Refresher Seminar der ServiceQualität Deutschland	12.11.2018
	12.11.2018

DEZEMBER

Fremdfirmen im Housekeeping	03.12.2018
Führungsakademie III	05./06.12.2018

BTG Bayern Tourist GmbH

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

BAYERISCHER GASTGEBERTAG

2. BAYERISCHER GASTGEBERTAG AM 16. OKTOBER 2018 IN REGENSBURG

DIE VERANSTALTUNG MIT SPANNENDEN EINBLICKEN IN DIE BRANCHENPOLITIK GEHT IN DIE ZWEITE RUNDE

RUND 600 WIRTE UND HOTELIERS DEMONSTRIERTEN BEI DER PREMIERE IM VERGANGEN JAHR EINDRUCKSVOLL DIE STÄRKE DES BAYERISCHEN GASTGEWERBES UND MACHTEN DEN 1. BAYERISCHEN GASTGEBERTAG DAMIT ZU EINEM VOLLEN ERFOLG. AM 16. OKTOBER 2018 AB 11 UHR IM MARINAFORUM REGENSBURG FOLGT DER 2. BAYERISCHE GASTGEBERTAG, IN DEN AUCH DIE LANDESDELEGIERTENVERSAMMLUNG DES DEHOGA BAYERN EINGEBUNDEN WIRD.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erwartet erneut ein abwechslungsreiches Tagesprogramm. Franz Josef Pschierer, Bayerischer Wirtschafts- und Tourismusminister, wird neben interessanten und spannenden Vorträgen Hauptredner des Tages sein. In einer Expertenrunde aus Vertretern unserer deutschsprachigen Nachbarländer wird über „das Gastgewerbe als Hauptleistungsträger und Schlüsselökonomie des Tourismus“ diskutiert und unsere sehenswerte Fachausstellung lädt zum Staunen ein – aber auch kulinarische Köstlichkeiten werden selbstverständlich bereitgehalten.

Wir freuen uns sehr, wenn Sie die Zeit finden, an unserem Branchentreff, dem Bayerischen Gastgebertag, teilzunehmen! Bitte beachten Sie, dass eine Teilnahme an dieser Veranstaltung nur nach vorheriger Anmeldung möglich ist. In Kürze stehen alle Informationen rund um den 2. Bayerischen Gastgebertag sowie Details zur Anmeldung unter www.dehoga-bayern.de/gastgebertag2018 für Sie bereit.

Wir bedanken uns für die Unterstützung von:

Neues Onlinebuchungsportal für Gäste und Hoteliers in Bayern

Wenig Aufwand – Individuelle Angebote

UNZÄHLIGE ONLINEBUCHUNGSPORTALE ERSCHWEREN HOTELIERS IN BAYERN DIE ENTSCHEIDUNG: WO SOLL ICH MEINE UNTERKUNFT PLATZIEREN? GÄSTEN WIRD EINE VIELZAHL VON ÜBERNACHTUNGSMÖGLICHKEITEN GEBOTEN, DA KANN DAS EIGENE HOTEL ODER GASTHAUS SCHON EINMAL UNTERGEHEN. AUF DER ANDEREN SEITE WERDEN GÄSTE VON DEN UNZÄHLIGEN ANGEBOTEN ÜBERFLUTET. WORKERHOTEL.DE LIEFERT SOWOHL FÜR GÄSTE ALS AUCH HOTELIERS EINE LÖSUNG ÜBER IHR ONLINEBUCHUNGSPORTAL.

Im Übernachtungsreservierungssystem von Workerhotel.de erhalten Gäste entsprechend ihren Wünschen individuelle Übernachtungsangebote von allen angebundenen Hotels, Gasthöfen und Pensionen ihres Wunschzielortes. Die Angebote werden dem Gast automatisch nach den eingestellten Parametern sortiert, so dass er eine einfache und schnelle Auswertung der Übernachtungsmöglichkeiten durchführen kann. Zusätzlich zur Angebotsauswahl erhält der Gast die Kontaktdaten der jeweiligen Hoteliers. So kann er direkt mit den Gastgebern in Kontak treten und individuelle Preise, beispielsweise für längere Aufenthalte, vereinbaren. So gelangen keine Preise ins Netz. Diese Möglichkeit ist vor allem für Handwerker und Geschäftsreisende interessant und bietet ihnen Preisvorteile.

Das Onlinebuchungsportal ist schnell, einfach und bequem vom Handy, Tablett oder PC zu bedienen. Für Gäste fallen keinerlei Kosten an. Hoteliers zahlen eine monatliche Nutzungsgebühr von 14,99 Euro zuzüglich Umsatzsteuer. Für DEHOGA Bayern-Mitglieder ist der Service im ersten Jahr kostenfrei.

Weitere Informationen finden Sie auf www.workerhotel.de oder unter der kostenlosen Servicehotline 09736 / 75 272 73 oder Sie senden Ihre Anfrage an info@workerhotel.de

Barrierefreie Erlebnisse sorgen für einen Urlaub ohne Hindernisse – und bringen grosse Chancen für touristische Anbieter

Bayern ist ein Freizeitparadies – für alle!

BARRIEREFREIHEIT GEWINNT ALS ENTSCHEIDENDES QUALITÄTSMERKMAL IM TOURISMUS IMMER MEHR AN BEDEUTUNG. SIE HILFT NICHT NUR REISENDEN MIT EINER BEHINDERUNG, SONDERN IST AUCH FÜR FAMILIEN MIT KINDERN, GESCHÄFTSREISENDE MIT GEPÄCK ODER MENSCHEN IM HÖHEREN ALTER EINE KOMFORTABLE ERLEICHTERUNG. DANK DES BUNDESWEIT EINHEITLICHEN KENNZEICHNUNGSSYSTEMS „REISEN FÜR ALLE“ KÖNNEN SICH URLAUBER BEI DER REISEPLANUNG DETAILLIERT INFORMIEREN UND DAS GEEIGNETE URLAUBSZIEL WÄHLEN. DIE NOTWENDIGEN INFORMATIONEN ZUR BARRIEREFREIHEIT WERDEN VON JEDEM BETEILIGTEN ANBIETER ZU ALLEN PERSONENGRUPPEN (Z. B. MOBILITÄTSEINGESCHRÄNKT, SINNESBEEINTRÄCHTIGT) ERFASST. DIE MITARBEITER DER BETRIEBE WERDEN MIT DEN BESONDEREN ANFORDERUNGEN UNTERSCHIEDLICHER GÄSTEGRUPPEN VERTRAUT GEMACHT, SO DASS SIE PROFESSIONELL BERATEN UND UNTERSTÜTZEN KÖNNEN. GÄSTE WISSEN DAMIT, OB ANGEBOTE FÜR SIE ERLEBBAR SIND. DAS GIBT NICHT NUR SICHERHEIT, ES ERHÖHT AUCH DIE VORFREUDE AUF DIE BEVORSTEHENDE REISE.

MIT GUTEM BEISPIEL VORAN

In Bayern setzen bereits viele Gastronomiebetriebe, Unterkünfte und Erlebnisanbieter auf Barrierefreiheit und haben sich nach „Reisen für Alle" zertifizieren lassen: Das Restaurant Johanns im Bayerischen Wald lädt auch Rollstuhlfahrer und Menschen mit Gehbehinderung dazu ein, die ausgezeichnete Küche in stilvoller Atmosphäre und mit einem traumhaften Panoramablick auf den Bayerischen Wald zu genießen. Sowohl ein Michelin-Stern als auch die Wahl zu einem der coolsten Szene-Restaurants Deutschlands zeigen den erfolgreich umgesetzten Anspruch, ein Erlebnis für den Gaumen und das Auge zu bieten. Dabei ist der Zugang zum Gebäude schwellen- und stufenlos, ein Aufzug sowie Toiletten und Parkplätze für Menschen mit Behinderung sind ebenfalls vorhanden.

Stufenlos kann man sich auch in der barrierefreien Ferienwohnung Bergblick des Wohlfühlhofs Schmalzmühle im fränkischen Röckingen fortbewegen. Die komfortable Wohnung unterteilt sich in Wohnküche, zwei Schlafzimmer, Bad und Terrasse. Alle Türen und Durchgänge sind mindestens 86 cm breit, die meisten Türen sind Schiebetüren. Die Bewegungsfläche neben dem Bett ist mindestens 150 x 150 cm groß, so dass Rollstuhlfahrer ausreichend Platz haben – kleine Details mit großer Wirkung.

Für sehbehinderte Menschen ist das AURA-HOTEL Saulgrub ein allseitig komfortables Haus. Von einem großen Park umgeben, eingerahmt von den Bergen des Ammergebirges auf 900 Metern Höhe zwischen Bad Kohlgrub und dem Passionsspielort Oberammergau, ist es ganz auf die Bedürfnisse seiner Gäste eingestellt. Zum Angebot gehören medizinische Kuren und ein reichhaltiges Veranstaltungsprogramm mit Gästebetreuung. Blinde und Menschen mit Sehbehinderung finden hier Bildschirmlesegeräte, Info-Mappen und Speisekarten in Brailleschrift sowie eine Buffetassistenz, die im Speisesaal behilflich ist. Neben der Wand als Orientierungshilfe ist ein durchgängiges Leitsystem mit Bodenindikatoren vorhanden, alle Treppen sind mit visuell kontrastierenden Kanten versehen. Die beidseitigen Handläufe werden waagerecht weitergeführt. Taktile Informationen zum Stockwerk an den Treppenläufen runden das Angebot ab. Und auch die Blindenführhunde dürfen sich auf einen Decken- und Napfservice sowie einen eigenen Waschraum freuen.

Barrierefreiheit ist in Bayern aber auch auf 2.200 Meter möglich. Nach einer Gondelfahrt mit der Nebelhornbahn erwartet alle Nichtbergsteiger in den Allgäuer Alpen ein rund 100 Meter langer, barrierefreier Panoramaweg mit beeindruckendem Ausblick auf das ganze Allgäu. Nach dem Verlassen der Gipfelbahn geht es über die Terrasse des 2016 neu erbauten Restaurants durch einen Tunnel direkt auf den Nordwandsteig. Dank einer beeindruckenden Stahl-Konstruktion kann der komplette Gipfelbereich umrundet werden.

DEN ANSCHLUSS NICHT VERPASSEN

Barrierefreier Tourismus sorgt aber nicht nur für Spaß, Bewegung und für einen Urlaub ohne Hindernisse. Er birgt für die Anbieter der gesamten touristischen Servicekette ein enormes ökonomisches Potenzial, vor allem in einer alternden Gesellschaft. Zudem leben in Deutschland über zehn Millionen Menschen mit einer staatlich anerkannten Behinderung. In Summe ist Barrierefreiheit für zehn Prozent der Gäste unentbehrlich, für 40 Prozent sehr hilfreich und für 100 Prozent komfortabel. Wer in barrierefreie Angebote investiert, investiert in die Zukunft.

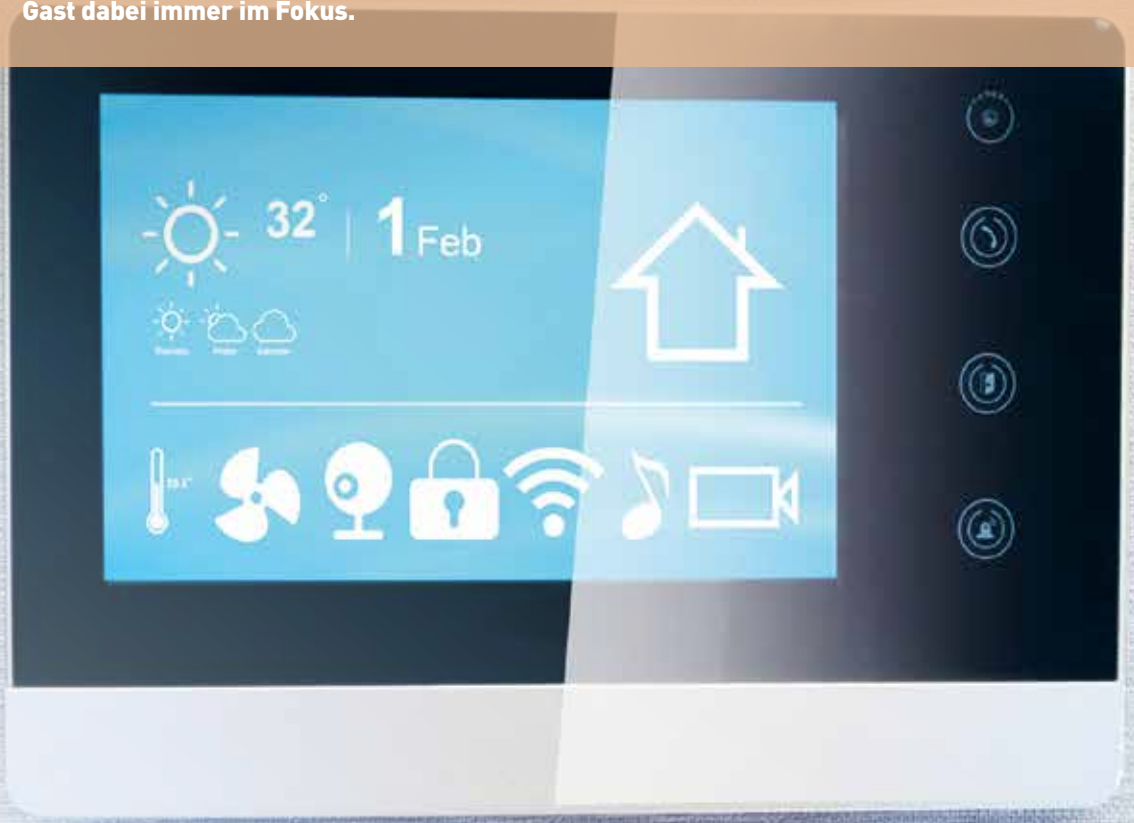
WO ABER FÄNGT MAN ALS TOURISTIKER AN UND WAS SIND DIE ERSTEN SCHRITTE ZUM ERFOLG EINES BARRIEREFREIEN ANBIETERS?

Die BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH (by.TM) hat einen Praktikerleitfaden erstellt, der umfassend über das Thema Barrierefreiheit im Tourismus, die damit verbundenen Chancen und konkrete Umsetzungsmöglichkeiten informiert. Alle Informationen zum Downloaden des Leitfadens und zum Zertifizierungsprozess von „Reisen für Alle" sind auf der Website www.daby.bayern.by/barrierefrei zusammengestellt.

Wie digitale Services die Branche optimieren

Das Hotel der Zukunft

Disruptive digitale Geschäftsmodelle haben mittlerweile auch das Hotelgewerbe erreicht. Das bekannteste Beispiel: Airbnb. Das 2008 im kalifornischen Silicon Valley ins Leben gerufene Unternehmen hat die Branche aufgemischt. Auf anschauliche Weise zeigt die Plattform auf, wo der neue Wettbewerb für die Hotellerie lauert und mit wem sie sich in Zukunft messen muss. Die Frage lautet daher: Wie kann man der neuen Konkurrenz die Stirn bieten? Die Antwort liegt auf der Hand: selbst auf moderne Technologie setzen – den Gast dabei immer im Fokus.



Dabei sollte sich die Branche auf das Know-how externer Innovatoren verlassen. Zahlreiche Start-ups haben es sich zur Aufgabe gemacht, den Hotel-Alltag zu erleichtern und Prozesse zu optimieren. Da diese Firmen das digitale Geschäftsmodell oft besser verstehen als die Hotellerie selbst, profitieren sowohl die Betreiber und Mitarbeiter der Hotels als auch deren Gäste.

Hotelbird hat beispielsweise eine App entwickelt, die Gäste und Hotels miteinander verbindet und zeitaufwendige Vorgänge, wie den Check-in oder den Check-out, digitalisiert. Dabei wird das Smartphone, das mittlerweile so gut wie jeder Gast bei sich trägt, zur elementaren Schnittstelle. Durch die App können Rezeptionsvorgänge, wie das Ausfüllen des Meldescheins, ohne lästige Wartezeit abgewickelt werden. Auch die Bezahlung und die Bewertung des Aufenthalts können über die Anwendung umgesetzt werden. Darüber hinaus hat das Hotel die Möglichkeit, relevante Push-Nachrichten auf das Smartphone des Gastes zu senden. Um die persönliche Kontaktaufnahme mit dem Gast zu fördern, werden das digitale Gastprofil und eine Wunschliste bereits vor der Ankunft mit dem Hotel geteilt.

Auch der amerikanische Online-Versandhändler Amazon beschäftigt sich damit, die Hotelbranche durch digitale Services zu optimieren. In Zukunft soll der elektronische Sprachassistent Alexa nicht nur die Wohn-, sondern auch die Hotelzimmer erobern. Unter dem Namen „Alexa for Hospitality" testet Amazon sogenannte Echos oder Echo Dots,

über die Alexa per Sprachsteuerung bedient werden kann. So können Gäste beispielsweise Licht oder Unterhaltungsangebote steuern, Termine im Hotelrestaurant oder Wellnessbereich buchen, den Zimmerservice beziehungsweise die Rezeption kontaktieren oder sich Fragen über das Hotel beantworten lassen. Mit Marriott International konnte Amazon bereits den ersten Partner für sein neues Programm gewinnen.

Ebenfalls spannend: Das Münchner Start-up WeWash bietet einen Service, mit dem die gemeinschaftliche Nutzung von Waschmaschinen und Trocknern digitalisiert wird. So ermöglichen Hotelbetreiber ihren Gästen das unkomplizierte Waschen ihrer Wäsche und bieten ihnen eine attraktive Zusatzleistung. Gleichzeitig sparen sie sich das lästige zählen von Münzen oder die zeitaufwendige Ausgabe von Waschmarken, wodurch die Rezeption erheblich entlastet wird. Um die Maschinen für den innovativen Service freizuschalten, muss lediglich ein kostengünstiges und einfach zu installierendes Retrofit-Kit montiert werden. Dies ist bei jeder handelsüblichen Waschmaschine möglich. Darüber hinaus bieten die Münchner die Möglichkeit, über ein Fullservice-Modell das Thema Wäschewaschen und -trocknen komplett auszulagern.

Bei der Buchung der Maschinen können sich die Gäste entscheiden, ob sie auf den zentralen Nutzeraccount der Rezeption und die Abrechnung über die Zimmerrechnung zurückgreifen, oder ob sie sich die WeWash-App herunterladen. Mit Hilfe der App kann sich der Hotelgast eine Maschine reservieren und wird benachrichtigt, sobald die Wäsche fertig ist. Die Bezahlung erfolgt bequem über die hinterlegte Bezahlmethode.

Wer auf die Vorteile der modernen Technologie verzichtet, läuft in Zukunft Gefahr, Gäste an die digitale Konkurrenz zu verlieren. Bei einem großen Teil unserer Gesellschaft sind digitale und mobile Services mittlerweile fest im Alltag verankert. Auch bei einem Hotelaufenthalt wollen Gäste auf die Vorteile der modernen Technologie nicht verzichten. Im Gegenteil – viele Gäste erwarten von Hotels den gleichen Standard, den sie bereits von anderen Branchen geboten bekommen und teilweise sogar aus ihren eigenen vier Wänden kennen. Die Digitalisierung bietet dabei Vorteile für alle Seiten. Durch sie kann die Attraktivität von Hotels deutlich gesteigert werden. Darüber hinaus wird die Effizienz nachhaltig verbessert und Hotelbetreiber sowie ihre Mitarbeiter haben mehr Zeit, sich der Gästebetreuung zu widmen. Glückliche Gäste bedeuten nicht nur mehr Umsatz und höhere Retention, sondern auch glücklichere Mitarbeiter.

Auf einen Willi mit...

Ursula Heller

Journalistin und Fernsehmoderatorin beim Bayerischen Rundfunk

WIE VERBRINGEN SIE DEN WAHLTAG?

Ich gehe morgens fröhlichen Schrittes mit der ganzen Familie in unser Wahllokal (keine Briefwahl, sondern Stimmabgabe vor Ort!). Es freut mich immer, politisch interessierten Menschen zu begegnen – und natürlich rätsle ich immer: „Wen haben die wohl gewählt?" Dann geht es mittags zum BR Fernsehen, denn ich habe ab 16 Uhr Sendungen: abends die Prime Time Rundschau um 18.30 Uhr. Nach der Nachrichtensendung flitze ich von Freimann ins Maximilianeum, um noch Politiker-Interviews zu machen. Es wird eine lange und aufregende Nacht!

ERWARTEN SIE NACH DER LANDTAGSWAHL LEBHAFTERE POLITISCHE DISKUSSIONEN?

Ich hoffe darauf! Und ich vertraue auf all die Politiker, die ich wirklich diskussionsfreudig und ernsthaft erlebe. Und das sind die meisten. Unser Landtag wird bunter, und es werden mehr Parteien mitreden. Hoffentlich konstruktiv! Nur das bringt unser Land voran. Wir können keine Miesmacher brauchen, die nur destruktive Opposition machen, sondern in politisch anspruchsvollen Zeiten brauchen wir leidenschaftliches konstruktives Engagement für unser Land.

EINMAL GANZ UNABHÄNGIG VOM „SICH-MÖGEN": FREUEN SIE SICH SCHON AUF INTERVIEWS MIT BESTIMMTEN POLITIKERN?

Ich bin zumindest auf jedes Interview gespannt und neugierig auf die Antworten. Manchmal sind Interviews natürlich „Brot und Spiele", ein Schlagabtausch mit feinen Spitzen, bei dem es freilich immer um die Sache gehen soll und nicht darum, persönliche Befindlichkeiten auszutragen! Ja, ich freu` mich drauf! Und es gibt sogar Politiker, mit denen man dabei herzhaft lachen kann. Schauen Sie doch einfach rein, dann wissen Sie, wen ich meine!

WENN SIE DREI WÜNSCHE FREI HÄTTEN: WAS WÜRDEN SIE SICH VON „DER POLITIK" WÜNSCHEN?

Ehrlichkeit, Anständigkeit und keine populistischen Phrasen!

WAS WÜRDEN SIE GERNE JEMANDEN RATEN, DER NICHT WÄHLEN GEHEN WILL?

Über Politik und Politiker jammern und aufregen, bringt uns nicht weiter. Wer sich der Stimme enthält, verwirkt sein besonderes Recht, mitbestimmen und mitreden zu können. Vielleicht mal im alltäglichen Umfeld schauen, wie wichtig es ist, dass wir uns einmischen!

Und wenn Sie noch unentschlossen sind und nicht wissen, wo Sie Ihr Kreuzerl machen sollen: vielleicht helfen die Wahlarenen im BR Fernsehen bei der Entscheidung!

GENUG ÜBER POLITIK UND FERNSEHEN GEREDET: GIBT ES DENN AUCH EIN WUNSCH VON IHNEN AN HOTELIERS UND GASTRONOMEN?

Ich liebe unsere bayerische Gasthauskultur! Wir wollen bitte nicht nur die Kirche im Dorf lassen, sondern auch ein gescheites Wirtshaus, in dem man ‚zamkommt´! Meine Bitte: Zeit und Muße, nach dem guten Schweinsbraten noch hocken bleiben zu können, um zu ratschen und das ein oder andere Schnipsel zu genießen! Kein Essen in Slots – das Unwort sollten wir den Flutlotsen fürs Starten und Landen überlassen. Bitte keine Reservierungen in Schichten!

IHR KONTAKT ZUM DEHOGA BAYERN

BEZIRKSGESCHÄFTSSTELLEN

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

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

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

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

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

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

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

LANDESGESCHÄFTSSTELLE

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

AUSSENDIENST

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

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

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

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

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

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

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

IMPRESSUM

Gastgeber Bayern
Das Magazin für Gastronomie und Hotellerie

Hier finden Sie uns online:
www.gastgeber.bayern

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

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

PresseCompany GmbH
Kommunikationsagentur

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

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

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

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

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

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

Erscheinungsweise:
viermal im Jahr

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

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

Druckauflage 1. Quartal 2018: 15.200 Exemplare

Deutsche Post AG
Entgelt bezahlt

FRAG DOCH DEN KNIGGE

Warum müssen wir draußen bleiben?

WIE KANN ICH POLITISCHEN GRUPPIERUNGEN FORMVOLLENDET MITTEILEN, DASS ICH MEIN HAUS NICHT FÜR IHRE VERANSTALTUNG ZUR VERFÜGUNG STELLEN MÖCHTE?

Mit wachsenden Umfragewerten brauchen Parteien mehr und größere Veranstaltungsräume. Auch die, die sich selbst als Retter der Meinungsvielfalt sehen, aber von anderen als ernsthafte Bedrohung eben dieser Vielfalt angesehen werden. Da Letztere Erstere nicht als Gäste haben möchten, werden Buchungen vermehrt über neutrale Namen vorgenommen. Mit dem Ergebnis, dass sich schon so mancher Hausherr nicht mehr als Herr im eigenen Haus empfand, weil ungebetene Gäste mit gültigem Vertrag Einlass gewährten.

Zu diesen ungebetenen kommen die gebetenen Gäste, die sich aufgrund Ersterer verwundert die Augen reiben oder verärgert die Fäuste ballen. Keine leichte Aufgabe für die Damen und Herren des Hauses, sowohl im Management als auch im Service.

Ich bin Knigge, kein Jurist. Empfehle Ihnen aber zunächst eine juristische Expertise, um zu erklären, wie weit Ihr Hausrecht reicht und wann Sie drohen, den rechtlichen Rahmen zu verlassen. Mit Wissen geht man selbstsicherer in das nächste Telefonat. Im Gespräch mit den Ungebetenen empfehle ich – so wie sie sich am Telefon mit ihrem Parteibuch zu erkennen geben – ebenso offene wie gelassene Worte. Dafür brauchen Sie in erster Linie gute Argumente.

Ein souveränes Gespräch entsteht ganz von selbst, wenn wir wissen, warum wir für das stehen, wofür wir stehen. Eine echte Überzeugung braucht weder Lautstärke noch Empörung. Wer überzeugt, der ruht in sich und seinen Argumenten.

Wie sagte bereits Adolph Freiherr Knigge: „Du hast bei der besten Sache schon halb verloren, wenn Du nicht kaltblütig bleibst und wirst wenigstens auf diese Art nie überzeugen." Merkt der andere, dass wir wissen, worüber wir juristisch und politisch sprechen, dann ist das Gespräch schnell formvollendet beendet.

Hat jedoch der Strohmann gute Arbeit geleistet und die Räumlichkeit erfolgreich beim arglosen Gastgeber angemietet, dann hat der seine Mühen, mit den Ungebetenen wie mit den Gebetenen. Für die Ungebetenen empfehle ich professionelle Contenance und ein wachsames Holzauge für antidemokratische Umtriebe. Für die gebetenen Gäste empfehle ich das persönliche Gespräch, um zu erklären, wie es dem Ungebetenen gelingen konnte, ins Haus zu kommen und warum auch Ihnen eine Tagung des örtlichen Imkerverbandes lieber gewesen wäre. Man kann seine gebetenen Gäste aber auch ermutigen: Wenn die meinungsvielfältigen Herrschaften schon einmal vor Ort sind, dann könnte man ja auch mal das machen, was in jedem Knigge verpönt ist: über Politik reden. Weil Demokratie – so sagt man – die lebt ja vom Meinungsstreit.

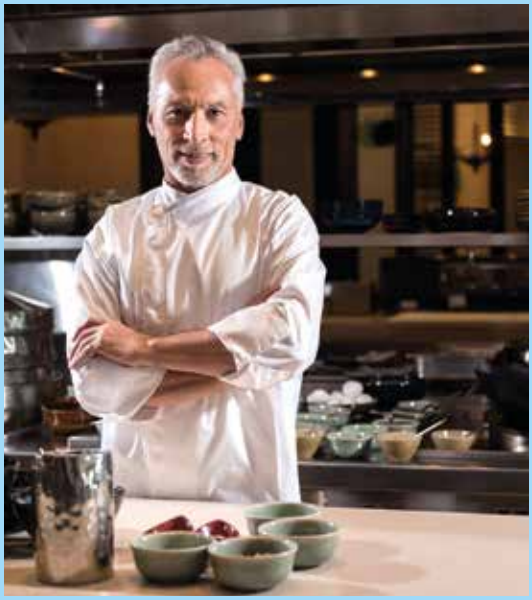
Moritz Freiherr Knigge gibt bei „Gastgeber Bayern" Antworten für Gastgeber. Haben auch Sie eine Frage? Dann schreiben Sie an f.john@gastgeber.bayern

HOGA

Fachmesse
Hotellerie
Gastronomie & GV

Die Gastgeber-Messe

13.-15. Januar 2019 · Messe Nürnberg



FOOD SPECIAL am 13.+14.1.

Frühjahrstreff 2019
BÄKO Franken Oberbayern-Nord eG

BÄKO

Messe-Ticket online!

AFAG WIR MACHEN MESSEN

Kontakt: AFAG Messen und Ausstellungen GmbH, ☏ (09 11) 9 88 33 - 540, www.hoga-messe.de

www.chefsculinar.de

WIR LIEFERN FIX UND FERTIG

Darf's ein bisschen mehr sein? Während Sie für Ihre Gäste am Rotieren sind, bringen wir alle Zutaten bequem in Ihre Küche – und zwar exakt so, wie Sie sie brauchen. Davon können sich die anderen gerne eine Scheibe abschneiden. Informieren Sie sich unter www.chefsculinar.de.

Die wichtigste Zutat für Ihr Erfolgsrezept: CHEFS CULINAR.
Und unsere 25.000 Produkte.

CHEFS CULINAR