

Gastgeber Bayern

Das Magazin
für Gastronomie und
Hotellerie

#03

Ausgabe 2019

DEHOGA Bayern

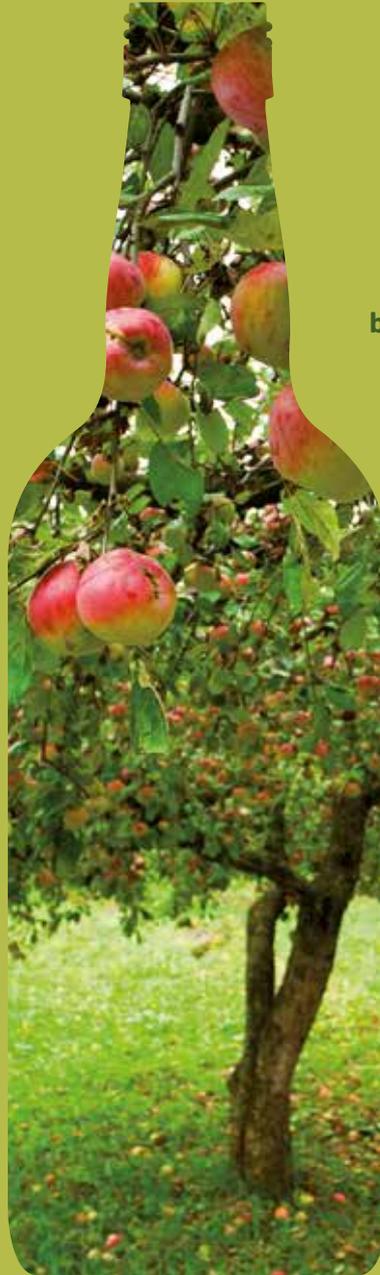
NACHHALTIGKEIT

Landesbischof Heinrich
Bedford-Strohm über
Möglichkeiten des nachhaltigen
Denkens und Handelns
Seite 26

TV-Koch und Gastro-Experte
Stefan Marquard über den
bewussten Umgang mit
Lebensmitteln
Seite 34

Die EU-Abgeordnete
Sarah Wiener über gesunde
Ernährung und ehren-
amtliches Engagement
Seite 40

VON DER WIESE ZUM BAUM ZUM APFEL ZUM SAFT.



Wo gibt's Produkte aus
bayerischem Streuobst?
streuobst-blueht.de

Obst von regionalen Streuobstwiesen steht für kurze Wege und gleichzeitig für aromatischen Geschmack. Der Streuobstanbau ist eine traditionelle, nachhaltige Form des **Obstbaus** auf Streuobstwiesen. Diese bieten **wertvollen Lebensraum** für Kleintiere, Insekten sowie Pflanzen und tragen so zur Artenvielfalt bei.

#einstueckheimat

STREUOBST
BLÜHT 



Nachhaltigkeit ist derzeit in den Medien und der Gesellschaft omnipräsent – die Sensibilität für nachhaltiges Leben wächst zusehends.

Der Aktualität und Wichtigkeit dieses Themas tragen wir gerne Rechnung und widmen diese Ausgabe dem Nachhaltigkeitsgedanken im bayerischen Gastgewerbe. Es ist uns ein Anliegen, möglichst alle Seiten zu beleuchten und so haben wir für Sie auch diesmal ein buntes Potpourri an Artikeln, Blickwinkeln und Stimmen zusammengestellt.

Um zu zeigen, wie nachhaltig unsere Branche bereits ist, bilden wir stellvertretend für alle grünen Betriebe zwei Beispiele ab; eines davon aus der Hotellerie, das den nicht immer einfachen Dreiklang aus Ökologie, Ökonomie und Sozialem eindrucksvoll beherrscht und eines aus der Gastronomie, ausgezeichnet als nachhaltigstes Restaurant 2019.

Als Köchin, TV Star, Autorin, Unternehmerin und nun auch als Grünen-Politikerin unterhielt sich Sarah Wiener mit uns über das Titelthema. Wir sprachen mit dem Ratspräsidenten der Evangelischen Kirche



Deutschlands, Heinrich Bedford-Strohm, dessen Kirche als Gesellschafter der Bayern Tourismus Marketing auch im Gastgewerbe im wahrsten Sinne des Wortes bewandert ist. Außerdem im Gespräch waren wir mit TV-Koch Stefan Marquard, der sich leidenschaftlich einem Präventionsprojekt für gesundes Schulesen widmet.

Wie in allen Branchen gibt es natürlich auch Anpassungsbedarf: So runden das Magazin wertvolle Tipps zur Integration von Nachhaltigkeitsmaßnahmen in den Betrieb oder Wissenswertes über das Bayerische Umweltsiegel ab.

Anpassungsbedarf gibt es jedoch auch seitens der Politik: Uns ist es unerklärlich, warum ein Buffet mit Porzellangeschirr – 19 Prozent Mehrwertsteuer – gegenüber einem mit Wegwerfgeschirr – 7 Prozent – steuerlich bestraft wird? Ebenso fragen wir uns, wieso z.B. Salat aus Plastikkübeln gegenüber frisch zubereiteten Speisen steuerlich bevorzugt wird? Neben allen Anstrengungen, die unsere Branche von sich aus erbringt, gilt es hier endlich auch in Berlin die richtigen Anreize zu setzen. Doch lesen Sie selbst...

Angela Inselkammer
Präsidentin des DEHOGA Bayern

Dr. Thomas Geppert
Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern



DEHOGA Bayern

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

Inhalt

Ausgabe 03/2019

06 **Aus dem Landesverband**

Gesetzliche Änderungen bei „Arbeit auf Abruf“	Seite 06
Im Gespräch mit Daniel Föst	Seite 08
Bayerischer Gastgebertag 2019	Seite 09
DEHOGA Bayern subventioniert Blitzlichtberatung	Seite 10
Verbraucherportal „Topf Secret“ auf gerichtlichem Prüfstand	Seite 12
In Zukunft kreativ	Seite 14
Wenn aus Bewertungen Bedrohungen werden	Seite 18
DEHOGA Bayern im Gespräch	Seite 20

Weil Ökonomie und Ökologie keine Gegensätze sind	Seite 38
Nachhaltige Einrichtung ist weit mehr als ein Trend	Seite 39
Im Gespräch mit Sarah Wiener	Seite 40

24 **Nachhaltigkeit**

Nachhaltigkeit und die Tourismusbranche	Seite 24
Im Gespräch mit Landesbischof Heinrich Bedford-Strohm	Seite 26
Nachhaltigstes Restaurant Deutschlands gekürt	Seite 30
Nachhaltigkeit pur in Berchtesgadener Land	Seite 32
Im Gespräch mit Stefan Marquard	Seite 34

Bayern und die Welt 44

Seminarangebote der Bayern Tourist GmbH	Seite 44
„Europa Miniköche“ in Bayern	Seite 45
Geprüfte Qualität zahlt sich aus	Seite 46
Faktoren für den nachhaltigen Erfolg	Seite 48
Die deutsche Alpenstraße	Seite 50
Reform der EU-Trinkwasserrichtlinie	Seite 52
Mit der mobilen Hütte quer durch den Wildpark	Seite 54
Veranstaltungsräume optimal vermieten	Seite 55

Auf einen Weißwein mit... 56

Ansprechpartner Impressum	Seite 57
Frag doch den Knigge	Seite 58



„Grüner Fußabdruck“:
Das Titelbild zeigt eine Moosflechte im Nationalpark Bayerischer Wald.

Wussten Sie schon...

8

...dass weltweit circa 8 % der vom Menschen verursachten Treibhausgas-Emissionen aus dem Tourismus stammen?

70

... dass rund 70 % der Bevölkerung sich mindestens manchmal Gedanken über Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen macht?

73

... dass 73 % der Bayern-Urlauber mit einem PKW anreisen, knapp 12 % mit der Bahn? Jeder Inländer, der in Bayern Urlaub macht, tut damit indirekt etwas Gutes für das Klima. Denn eine Familie könnte neunmal mit dem Auto von München nach Regen in den Bayerischen Wald fahren und sie würde die gleiche Menge CO₂ produzieren wie mit einem Flug nach Palma de Mallorca.

120

... dass für den Tourismus im Freistaat ein Fernradwegenetz mit etwa 8.800 Kilometern auf 120 Routen für einen völlig emissionsfreien Tourismusspaß zur Verfügung steht?

93

... dass 93 % der Deutschen eine nachhaltige Unterkunft buchen würden?

87

... dass 87 % der Deutschen bereit sind, für eine nachhaltige Unterkunft mehr Geld auszugeben als für eine herkömmliche?

49

... dass 49 % der Gäste die Benutzung der Handtücher reduzieren, wenn sie auf ihre Gewohnheiten daheim hingewiesen werden?

320

... dass der durchschnittliche Verbrauch pro Hotelgast bei insgesamt etwa 320 Liter Wasser pro Tag liegt?

270.000

... dass das Wechseln der Handtücher und Bettwäsche an nur jedem zweiten Tag in einem 100-Zimmer-Hotel jährlich rund 270.000 Liter Wasser einspart?

90

... dass es recycelnde Duschen gibt, die circa 90 % Wasser und 80 % Energie einsparen?

GESETZLICHE ÄNDERUNGEN BEI
„ARBEIT AUF ABRUF“

RISIKEN KÖNNEN DURCH ZUSATZ- VEREINBARUNGEN MINIMIERT WERDEN

AM 1. JANUAR 2019 IST DAS „GESETZ ZUR WEITERENTWICKLUNG DES TEILZEITRECHTS – EINFÜHRUNG EINER BRÜCKENTEILZEIT“ IN KRAFT GETRETEN. DIE NOVELLE ENTHÄLT UNTER ANDEREM EINE ÄNDERUNG, MIT DER DIE SOGENANNTEN „ARBEIT AUF ABRUF“ NEU GEREGLT WIRD. FÜR HOTELIERS UND GASTRONOMEN HAT DIES WEITREICHENDE FOLGEN.

Oft arbeiten gastgewerbliche Arbeitnehmer wetter- und saisonabhängig, ohne dass eine bestimmte Wochenarbeitszeit schriftlich festgelegt ist. Der Arbeitnehmer kommt nur, wenn Arbeit vorhanden ist oder wenn er Zeit zum Arbeiten hat. Dieser locker gehandhabte Arbeitseinsatz eines Mitarbeiters birgt große Gefahren in sich, weil das Gesetz bei Nicht-Vereinbarung einer festen wöchentlichen Arbeitszeit eine solche von 20 Stunden pro Woche fingiert festlegt. Auch wenn der Mitarbeiter aus dieser gesetzlichen Fiktion von 20 Wochenarbeitsstunden keine Ansprüche herleitet, besteht das Risiko, dass bei einer Sozialversicherungsprüfung in einigen Jahren gemäß dem dort geltenden Entstehungsprinzip Abgaben für insgesamt 20 Stunden (nicht bezahlten) Phantomlohn pro Woche, zurückgerechnet auf einen mehrjährigen Zeitraum, verlangt werden. Auch wenn der Arbeitnehmer tatsächlich weniger als 20 Stunden pro Woche gearbeitet und dementsprechend auch nur die gearbeiteten Stunden vergütet bekommen hat.

konzentriert und hier Abgaben nachgefordert, zuzüglich 12 Prozent Zinsen.

Arbeitet der Mitarbeiter zum Beispiel im Biergarten wetter- oder bedarfsabhängig auf Abruf, so ist seit 1. Januar 2019 eine Neuerung zu beachten: Ist arbeitsvertraglich keine feste wöchentliche Arbeitszeit mit dem Mitarbeiter vereinbart, so gelten gesetzlich seit Beginn des neuen Jahres 20 Stunden wöchentlich als vereinbart. Bisher waren es nur 10 Stunden. Diese gesetzliche Fiktion kann nur durch eine anderslautende Vereinbarung einer fixen Stundenzahl umgangen werden. Wird nämlich nichts geregelt, müssen 20 Stunden vergütet werden, egal ob der Mitarbeiter gearbeitet hat oder seine Arbeitskraft nicht abgerufen wurde. Der DEHOGA Bayern empfiehlt seinen Mitgliedsunternehmen daher, dieses Risiko durch Vereinbarung einer festen Anzahl von Stunden zu verringern, wenn der Mitarbeiter tatsächlich weniger als 20 Stunden in der Woche arbeitet.

Achtung: Bei 450-Euro-Minijobbern führt die gesetzliche Fiktion von 20 Stunden wöchentlicher Arbeitszeit dazu, dass aufgrund des seit 1. Januar 2019 geltenden erhöhten Mindestlohns von 9,19 Euro der Minijob zum Midijob wird. Im Rahmen eines Minijobs darf daher bei Zugrundelegung des Mindestlohns keinesfalls über 48,5 Stunden monatlich hinaus gearbeitet werden. Wöchentlich bedeutet dies eine Höchststundenzahl von 11 Arbeitsstunden. Aus Gründen der Praktikabilität wurden die genannten Stunden leicht abgerundet.

„Arbeit auf Abruf“ liegt vor, wenn zwar die Arbeitszeitdauer für einen bestimmten Zeitraum zwischen den Parteien vereinbart ist, der Arbeitgeber aber die konkrete Lage der Arbeitszeit durch deren Abruf bedarfsabhängig bestimmen darf. Häufig enthalten entsprechende Vereinbarungen eine Mindestarbeitszeit. Mit der Gesetzesänderung wird die „Arbeit auf Abruf“ stärker gesetzlich reglementiert als dies bisher der Fall war. Dadurch wird Hoteliers und Gastronomen, die beispielsweise im Biergarten- oder Saisongeschäft mit diesem Instrument arbeiten, ein weiteres Stück Flexibilität genommen. Auch wächst das finanzielle Risiko, wenn Arbeitgeber bei der Verwendung der „Arbeit auf Abruf“ rechtliche Fehler begehen. Daher ist es jetzt noch wichtiger, sich mit den Möglichkeiten und Grenzen der Arbeit auf Abruf zu befassen und gegebenenfalls Prozesse und Arbeitsverträge anzupassen.

Der aus dem Phantomlohn zu zahlende Sozialversicherungsbeitrag wird vermutlich beträchtlich sein. In diesem Zusammenhang ist ein Parallellfall zu nennen, in dem die Sozialversicherungsprüfer im Urlaubs- und Krankheitsfall die vereinbarten und nicht gezahlten Zuschläge nachträglich verbeitragt haben. Die Sozialversicherungsprüfer haben sich in den vergangenen Jahren auf diese Beiträge aus Phantomlohn – nämlich nicht gezahlten Zuschlägen im Urlaubs- und Krankheitsfall –

RECHTLICHER HINWEIS

Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernimmt der DEHOGA Bayern keine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität dieser Ausführungen. Sie sollen gastgewerblichen Betrieben als Hilfestellung dienen und sie bei der Umsetzung der arbeitsrechtlichen Vorschriften unterstützen. Sie stellen jedoch keine Rechtsberatung dar und vermögen eine Rechtsberatung im Einzelfall auch nicht zu ersetzen.

Bei Fragen zu den Neuregelungen können sich Mitgliedsunternehmen an ihre zuständige Bezirksgeschäftsstelle wenden: <https://www.dehoga-bayern.de/wir-ueber-uns/hauptamt/bezirksgeschaeftsstellen/>



IM GESPRÄCH MIT DANIEL FÖST

„DEN ARBEITSMARKT VON MORGEN GESTALTEN WIR NICHT MIT GESETZEN VON GESTERN“

„GASTGEBER BAYERN“ HAT SICH MIT DANIEL FÖST, BUNDESTAGS-ABGEORDNETER UND LANDESVORSITZENDER DER FDP BAYERN, ÜBER DAS THEMA ARBEIT AUF ABRUF UND DIE FEHLENDE FLEXIBILITÄT DER ARBEITSWELT UNTERHALTEN.

ZUR PERSON

Daniel Föst wurde in der fränkischen Rhön geboren. Nach einer Lehre als Verkäufer im Möbelleinzelhandel in Hamburg studierte Föst Betriebswirtschaftslehre an der Universität Passau. Seit 2006 ist Föst selbstständiger Unternehmer im Bereich Marketing und Start-ups. Seit November 2017 ist er Landesvorsitzender der FDP Bayern und seit Mai 2015 Beisitzer im FDP-Bundesvorstand. Bei der Bundestagswahl 2017 zog er als Spitzenkandidat der bayerischen Landesliste der FDP in den Bundestag ein.

Herr Föst, Sie haben die Dringlichkeit des Themas Arbeit auf Abruf für das Gastgewerbe erkannt, Ihre Argumentation ist einleuchtend. Woran scheitert es, dass immer wieder im Politikbetrieb sinnvolle Lösungen nicht einfach pragmatisch umgesetzt werden?

Wir als Freie Demokraten wollen hier etwas bewegen und Arbeit auf Abruf flexibler gestalten. Leider werden immer wieder gute Lösungen im Bundestag abgelehnt, weil sie von der „falschen“ Partei kommen. Uns geht es um die Sache. Ich würde mir wünschen, dass generell die Idee mehr zählt als die Parteifarbe.

Dass Arbeit auf Abruf in einer von vielen externen Faktoren abhängigen Branche wie dem Gastgewerbe für Wirtinnen und Wirte essenziell ist, ist einleuchtend. Aber sehen Sie auch Vorteile für die Beschäftigten?

Natürlich. Jeder Beschäftigte kann seinem Arbeitgeber ja auch mitteilen, wann er flexibel ist. Gerade auch für Studenten, die sich oft im Gastgewerbe etwas hinzuverdienen, ist das interessant. Einmal ist da vielleicht eine Prüfungsphase, da geht's nicht, dafür geht es dann insbesondere im Sommer oft sehr

flexibel. Die Gesetzesanpassung zum 1. Januar ist vor allem für Minijobber ein Problem: Bei einer nicht klar definierten Arbeitszeit – besonders in der Außengastronomie sind die Betriebe da stark wetterabhängig – werden jetzt 20 Stunden veranschlagt und nicht mehr zehn. Damit wird die 450-Euro-Grenze durch den Mindestlohn schnell übertreten. Daher fordern wir neben einer Flexibilisierung auch eine Erhöhung der Verdienstgrenze bei Minijobs auf das 60-fache des Mindestlohns auf den Monat gerechnet. Dann wäre die Grenze bei guten 550 Euro, statt derzeit 450 Euro. So würden die Lohnsteigerungen der vergangenen Jahre auch bei geringfügig Beschäftigten ankommen.

Wir leben in einer Zeit, in der die Gesellschaft immer stärker flexibel sein möchte. Warum sehen viele ausgerechnet in der Flexibilität der Arbeitswelt ein Problem und keine Lösung?

Den Arbeitsmarkt von morgen gestalten wir nicht mit analogen Gesetzen von gestern. Ich glaube, dass hier die Angst, Arbeitgeber würden ihre Mitarbeiter „ausbeuten“ können, mitspielt. Das mag vor 100 Jahren so gewesen sein, hat mit der heutigen Realität aber kaum noch etwas zu tun. Arbeitsschutz wird in Deutschland sehr ernst genommen.

Das sehen wir auch bei anderen Themen wie etwa dem Home Office. Da spielen dann Punkte wie ergonomische Stühle und Licht in Abstellkammern eine Rolle. Aber gerade unsere Biergartenkultur und Außengastronomie wird durch falsch verstandenen Arbeitsschutz stark eingeschränkt. Das halte ich für falsch. Dabei sind wir Bayern zurecht stolz auf unsere Kultur und unser Lebensgefühl. Natürlich brauchen wir Arbeitsschutz, aber wir dürfen Maß und Mitte nicht verlieren.

Und wie stehen Sie zur Forderung der Branche, das Arbeitszeitgesetz mit einer Wochenarbeitszeit, so wie es die EU-Richtlinie vorsieht, flexibler zu gestalten?

Die FDP-Fraktion im Bundestag setzt sich schon länger für eine Anpassung des Arbeitszeitgesetzes an die Lebensrealitäten der Menschen ein. Wir wollen, dass Arbeitnehmer selbstbestimmter über die Aufteilung der Arbeitszeit entscheiden können und orientieren uns da an den europäischen Arbeitszeitrichtlinien. Diese gibt dieselbe maximale Wochenarbeitszeit vor wie das bisherige deutsche Recht, regelt aber nicht unter der Woche jeden einzelnen Tag. Niemand soll mehr arbeiten oder weniger Pausen machen müssen, aber die Einteilung muss freier werden als heute.



**3. BAYERISCHER GASTGEBERTAG
AM 5. NOVEMBER 2019 IN NÜRNBERG, NCC OST**

SPANNENDE EINBLICKE FÜR DIE GESAMTE BRANCHE

AM 5. NOVEMBER 2019 LÄDT DER DEHOGA BAYERN AB 9.30 UHR AUF DAS NÜRNBERGER MESSEGELÄNDE ZUR MITTLERWEILE DRITTEN AUFLAGE DES BAYERISCHEN GASTGEBERTAGS EIN.

Der Branchentag bietet Hoteliers und Gastronomen vielfältige Möglichkeiten, sich zu vernetzen sowie Trends und Entwicklungen kennenzulernen. Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern, beleuchtet auf der Bühne die aktuellen Stärken und Chancen der Branche. Weitere Programm-Highlights sind die Fachvorträge des Ex-Geheimagenten und Bestsellerautors Leo Martin sowie des renommierten Neurowissenschaftlers Dr. Volker Busch. Parallel wird auch diesmal wieder eine Fachaussstellung Neuigkeiten aus und für die Branche präsentieren sowie kulinarische Köstlichkeiten bereithalten. Durch den Tag führt Frank-Ulrich John, Chefredakteur des Magazins „Gastgeber Bayern“. Im Anschluss an die Veranstaltung lädt das „Forum Junge Gastgeber“ zu einer After-Hour in Nürnberg ein.

Weitere Informationen zu Programm und Anmeldung
finden Sie unter www.dehoga-bayern.de/gastgebtag2019

Eintritt frei

WIR BEDANKEN UNS
FÜR DIE UNTERSTÜTZUNG VON:



**DEHOGA BAYERN
SUBVENTIONIERT
BLITZLICHTBERATUNG**

EINSATZ FÜR DIE BAYERISCHE WIRTSHAUS- KULTUR

DAS BAYERISCHE WIRTSCHAFTSMINISTERIUM STELLT 2019 UND 2020 WEITERE 270.000 EURO FÜR DIE KOSTENFREIE KURZBERATUNG VON HOTELLERIE- UND GASTRONOMIEBETRIEBEN ZUR VERFÜGUNG. DIE KOSTEN TRÄGT DABEI ZU 90 PROZENT DAS MINISTERIUM, DIE RESTLICHEN 10 PROZENT ÜBERNIMMT DER BAYERISCHE HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBAND. SOMIT BEKOMMEN WEITERE 500 BETRIEBE DIE CHANCE AUF DIE BLITZLICHTBERATUNG, DIE EINEM GEGENWERT VON 600 EURO BRUTTO ENTSpricht UND DAS HERZSTÜCK DER KAMPAGNE „ZUKUNFT FÜR DAS BAYERISCHE GASTGEWERBE“ BILDET.

Die vom DEHOGA Bayern initiierte und vom Wirtschaftsministerium geförderte Kampagne „Zukunft für das Bayerische Gastgewerbe“ wurde 2018 ins Leben gerufen. Essentieller Bestandteil davon ist die sogenannte Blitzlichtberatung, die ursprünglich auf ein Jahr begrenzt war. Mit 504 erbrachten Beratungen war die Blitzlicht-Analyse ein voller Erfolg, der das bayerische Wirtschaftsministerium vom Beratungsbedarf von Hoteliers und Gastronomen überzeugt hat.

Hintergrund zur Kampagne „Zukunft für das bayerische Gastgewerbe“ ist das vor allem im ländlichen Raum vermehrt auftretende Wirtshaussterben. Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamts hat Bayern zwischen den Jahren 2006 und 2015 fast ein Viertel seiner Schankwirtschaften verloren und befindet sich damit auf Rang zwei des größten Gaststättenrückgangs in Deutschland. Bereits jetzt besitzen etwa 73 bayerische Gemeinden und etwa 500 Orte kein Wirtshaus – und damit auch kein soziokulturelles Zentrum mehr. Zudem fehlt die wirtschaftliche Grundlage für die Leitökonomie Tourismus, die oftmals die letzte Chance für eine Region und damit notwendig zur Erreichung des Verfassungsziels der Herstellung und Wahrung gleicher Lebensverhältnisse in allen Regionen Bayerns ist.

Die Kampagne „Zukunft für das bayerische Gastgewerbe“ und insbesondere die Blitzlichtberatung erweist sich als wirksame Maß-

nahme gegen das weitere Schließen von gastgewerblichen Einheiten im ländlichen Raum und somit für den Erhalt der bayerischen Wirtshauskultur.

KRITERIEN ZUR FÖRDERBERECHTIGUNG

Anmeldeberechtigt für die Förderung sind gastgewerbliche Betriebe mit Sitz in Bayern mit weniger als 20 Vollzeitbeschäftigten, deren Jahresumsatz unter 2 Millionen Euro netto liegt. Zusätzlich müssen folgende Kriterien erfüllt sein: Bei der Blitzlichtberatung können sich konzessionierte Gastronomiebetriebe mit Sitzplatzangebot und herkömmlicher Bedienung sowie Beherbergungsbetriebe mit mindestens zehn Betten anmelden. Ausgenommen sind Franchisenehmer. Darüber hinaus darf der De-minimis-Zuwendungsrahmen durch einen Beihilfebetrag beziehungsweise Subventionswert von 200.000 Euro bezogen auf einen Zeitraum von drei Steuerjahren nicht erreicht worden sein.

Eine Mitgliedschaft im DEHOGA Bayern ist nicht erforderlich. Betriebe, die die genannten Kriterien nicht erfüllen und damit nicht förderfähig sind, können eine Blitzlichtberatung gegen die Zahlung von 600 Euro brutto für Mitgliedsbetriebe des DEHOGA Bayern beziehungsweise 800 Euro brutto für Betriebe, die nicht Mitglied des DEHOGA Bayern sind, über die Bayern Tourist GmbH auf eigene Kosten bestellen.



UMFANG DER LEISTUNGEN

Die Beratung soll den Gastgebern Bayerns helfen, Potenziale, aber auch Schwachstellen des untersuchten Betriebs aufzuzeigen; sie soll Impulsgeber für neue Ideen, Konzepte, Maßnahmen oder Kooperationen sein. Die Blitzlichtberatung ist eine Momentaufnahme der betrieblichen Situation, bei der auch nur diese bewertet werden kann. Daher kann und soll die Beratung keine vollumfängliche Betriebsberatung leisten. Zum Beispiel sind Architektur-, Steuer-, Rechts- und Versicherungsberatung nicht Gegenstand des „Blitzlichts“. Das „Blitzlicht“ kann bestenfalls der Beginn eines Veränderungsprozesses sein. Gefragt ist Offenheit für

Veränderungen. Nachdem es Ziel ist, Betrieben zu helfen, werden neben den Stärken des Betriebs auch schonungslos die Schwächen aufgezeigt. Nur wer diese kennt und bereit ist, daran im Nachgang etwas zu ändern, wird von der Beratung profitieren.

ABLAUF DER BERATUNG

Da es sich bei der Blitzlichtberatung um eine Momentaufnahme des Betriebs handelt, findet die Beratung immer vor Ort in der zu beratenden Gaststätte oder Unterkunft statt. An der Blitzlichtberatung nimmt immer der Unternehmer selbst beziehungsweise sein Geschäftsführer und ein Berater teil, der sich viel Zeit nimmt, um die Beratung in Ruhe durchzuführen. Eine Vertretung des Unternehmers beziehungsweise seines Geschäftsführers ist hierbei nicht möglich. Ein „Blitzlicht“ umfasst die Beratungstätigkeit im Betrieb mit anschließendem Kurzbericht und darf maximal einen halben Tag nicht überschreiten, wobei der Besuch des Betriebs mit circa zwei bis drei Stunden veranschlagt wird. Die Blitzlichtberatung findet nach individueller Terminabsprache statt.

KOSTEN DER BERATUNG

Für den förderfähigen Unternehmer ist die Blitzlichtberatung kostenfrei. Die Kosten trägt zu 90 Prozent das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie. Die restlichen 10 Prozent übernimmt der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband. Die Förderung erfolgt ohne Rechtsanspruch im Rahmen der verfügbaren Haushaltsmittel des Freistaats Bayern.

ANMELDUNG ZUR BERATUNG

Die Anmeldung zur Blitzlichtberatung ist ganz einfach: Sie erfolgt über das Anmeldetool auf der Homepage www.wirtschaftskultur.bayern. Hier gilt es, alle erforderlichen Daten anzugeben, das Antragsformular auszudrucken, durch einen Berechtigten unterschreiben zu lassen und an die Bayern Tourist GmbH zurückzusenden.

DEHOGA Bayern-Forderung erfüllt

DATENSCHUTZBEAUFTRAGTER ERST AB 20 MITARBEITERN NÖTIG

Der Deutsche Bundestag hat in der Nacht auf den 28. Juni einen Gesetzesentwurf verabschiedet, nach dem das aktuelle Recht an die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) angepasst werden soll. Die Forderung zur Änderung der DSGVO hat der DEHOGA Bayern über die CSU angestoßen. „Die Änderung baut Bürokratie ab und entlastet

kleinere Betriebe, was dem oftmals inhaber- oder familiengeführten, kleinstrukturierten Gastgewerbe mehr Luft zum Atmen lässt“; betont DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert.

Damit werden kleinere Gastronomie- und Hotelbetriebe insbesondere dadurch entlastet, dass nun erst Betriebe ab 20 Mitarbeitern einen betrieblichen Datenschutzbeauftragten benötigen und nicht mehr schon ab 10 Mitarbeitern. Zu den 20 Mitarbeitern zählen diejenigen, die in der Regel ständig mit der automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten befasst sind.

„TOPF SECRET“ SCHIESST WEIT ÜBER DAS ZIEL HINAUS

MEDIALER PRANGER AUF GERICHTLICHEM PRÜFSTAND

Der Betreiber des Portals spricht von einer „Notwehrmaßnahme“ um politischen Druck aufzubauen, damit wie in Dänemark ein sogenanntes „Transparenzsystem“ eingeführt wird. Foodwatch gibt demnach selbst zu, dass es nur ein politisches Druckmittel ist und dafür scheint jedes Mittel recht zu sein.

„Selbstverständlich liegt es in unserem eigenen Interesse, großen Wert auf einen hygienisch einwandfreien Betrieb der Hotels und Restaurants unserer Mitglieder zu legen. Dafür brauchen wir aber keinen Internetpranger – die Qualität der deutschen Lebensmittel- und Hygienekontrollen ist auf einem vorbildlichen Niveau“, betont Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert.

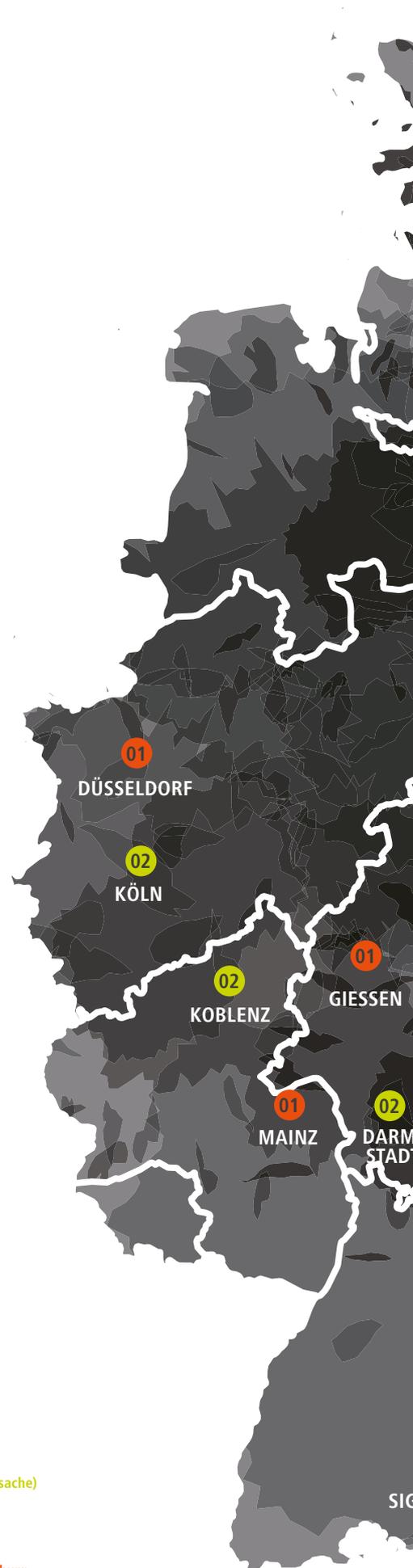
Nach dem Verbraucherinformationsgesetz hat bereits heute jeder Verbraucher ein Recht auf Einsicht der letzten Kontrollberichte. Bei Internetveröffentlichungen von staatlicher Seite nach dem Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch gibt es vom Bundesverfassungsgericht klar festgelegte gesetzliche Hürden. So dürfen Veröffentlichungen erst ab einem zu erwartenden Bußgeld von 350 Euro erfolgen, wobei bauliche Mängel und Dokumentationsmängel außen vor bleiben. Zudem gilt eine Löschfrist von sechs Monaten. Die veröffentlichende Behörde muss darüber hinaus unverzüglich kommunizieren, sobald ein veröffentlichter Mangel behoben ist.

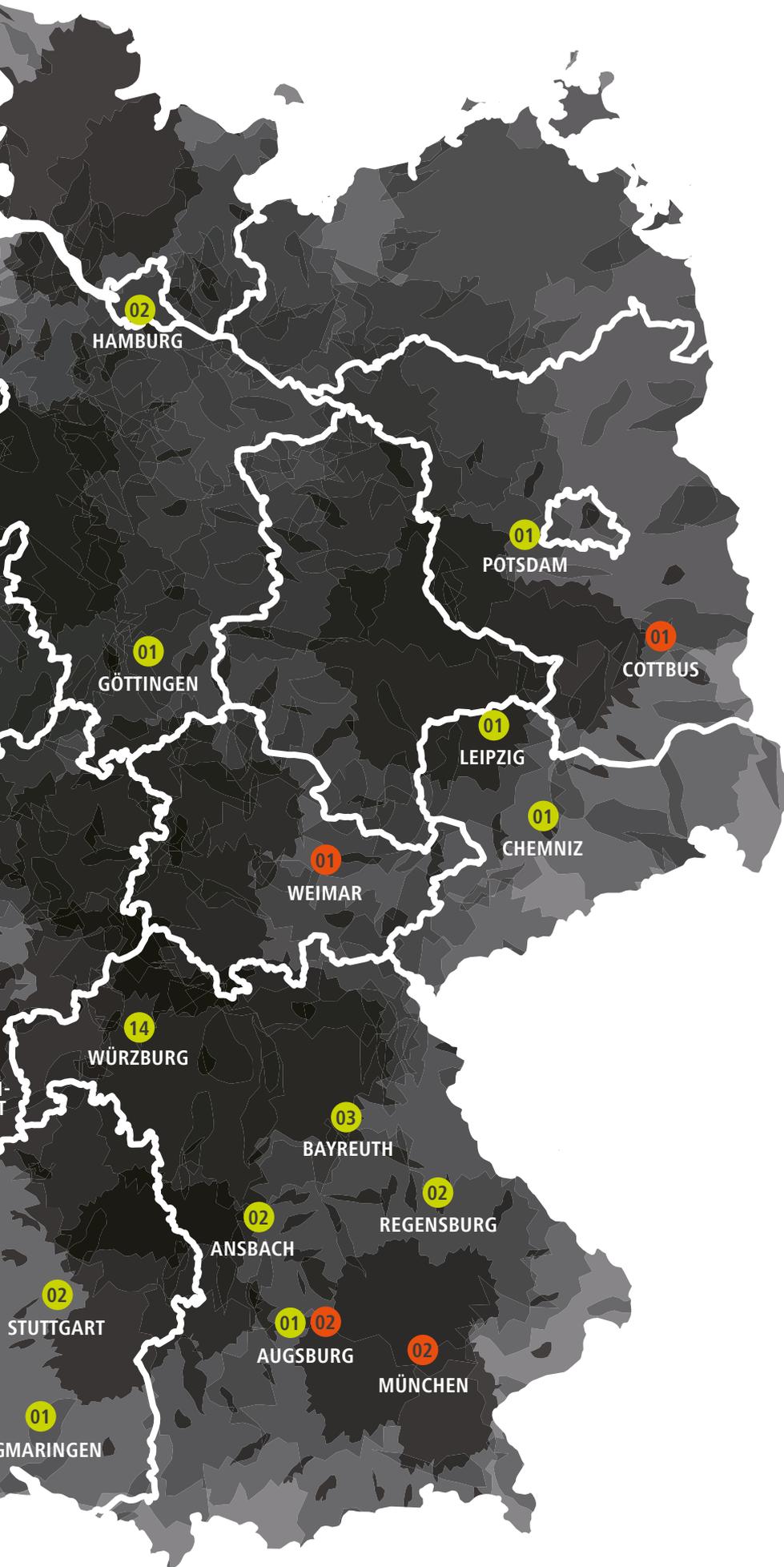
Über die nicht-staatlich organisierte Internetplattform Topf Secret werden diese Hürden gegenüber dem Gedanken des Bundesverfassungsgerichts und dem Gesetzgeber ausgehe-

belt. Mittlerweile haben zahlreiche Verwaltungsgerichte erste Entscheidungen getroffen und bestärken die erheblichen rechtlichen Zweifel an der Internetplattform.

Neben der noch ausstehenden höchstgerichtlichen Entscheidung, handelt auch die Politik in einigen Ländern im Sinne der verfassungsrechtlichen Anforderungen. Mit dem Saarland und Schleswig-Holstein haben sich bereits die ersten beiden Länder entschieden, Anfragen des Online-Portals nur noch inhaltlich und nicht mehr durch die Herausgabe der detaillierten Prüfergebnisse zu beantworten. Konkret heißt das, dass der Verbraucher eine mündliche Auskunft erhält oder Akteneinsicht vor Ort in der zuständigen Behörde nehmen kann. Schleswig-Holstein plant eine „analoge Pottkieker-Lösung“, bei der Verbraucher den jeweils letzten Kontrollbericht direkt im entsprechenden Betrieb einsehen können. Das Bezirksamt Spandau in Berlin verweigert die Herausgabe der Berichte gänzlich, da sie hierin einen Rechtsmissbrauch sieht. Jetzt ist es an der bayerischen Politik, sich an den existierenden Vorbildern zu orientieren.

- Entscheidungen im Sinne der Betriebe
(insgesamt 37, davon ein Urteil des VG Ansbach in der Hauptsache)
- Entscheidungen gegen die Betriebe
(insgesamt 9, davon zwei gleichlautende Urteile des VG Augsburg in der Hauptsache, Berufung beim VGH Bayern eingelegt)





**MIT SICHERHEIT
MEHR SICHERHEIT!**

Ihre Experten für
Zugangskontrollsysteme,
Schließanlagen und
Sicherheitslösungen.

BERATUNG - PLANUNG -
MONTAGE - WARTUNG



SICHERHEITSCHECK
KLEINER AUFWAND - GROSSE WIRKUNG



Welche Lösung erhöht Ihre
Sicherheit? Sprechen Sie mit den
Profis. Wir verfügen über mehrere
Service-Stützpunkte in Bayern.

Key Storage

www.keystorage.de

IN ZUKUNFT KREATIV

WO BITTE GEHT'S ZUR KLUGEN IDEE?





Die Gabe Neues zu schaffen gehört zweifelsohne zu den herausragenden Eigenschaften des Menschen. Einfallsreichtum ist neben der allgemeinen Intelligenz das wichtigste Merkmal menschlicher Leistungsfähigkeit. Man sagt oft, die Kreativitätsforschung sei eine Wissenschaft mit langer Vergangenheit aber kurzer Geschichte. Welche Mythen sich um dieses Thema tummeln und wie es gelingt, Kreativität besser zu verstehen, verrät der Neurowissenschaftler Dr. Martin Busch beim Bayerischen GastgeberTag am 5. November im Messezentrum Nürnberg. „Gastgeber Bayern“ gewährt er vorab exklusive Einblicke.

Lange galt Kreativität als kaum erforschbar, unter anderem weil Methoden ihrer Messung und Quantifizierung fehlten.

Erst in den vergangenen Jahren begannen Wissenschaftler, die neurowissenschaftliche und psychologische Grundlage der Kreativität besser zu verstehen. Zahlreiche Kreativitätsworkshops erschöpfen sich bis heute darin, ihren Teilnehmern mehr Mut zum Querdenken einzureden. Oder sie bekommen den Ratschlag, viel zu lachen, denn Humor und Lockerheit mache nachweislich kreativ. Beides greift zu kurz. Durchaus ist Mut zum Umsetzen von Ideen gegen mögliche Widerstände wichtig. Genauso kann das Gefühl des Wohlbefindens freies Denken fördern. Aber beides allein führt nicht zu guten Ideen. Denn Kreativität ist vornehmlich das Ergebnis eines denkoperativen Stils. Ideen entwickeln sich dann besonders gut, wenn Sie Ihrem Gehirn förderliche Bedingungen für assoziatives Denken und ein gesundes Maß der Reizverarbeitung ermöglichen. Dazu gehören drei wichtige Kerndisziplinen:

1) GEHEN SIE FREMD

Kreativität beinhaltet die Fähigkeit ungewöhnlicher und vielfältiger geistiger Einfälle. Hiermit ist sowohl die Originalität eines Gedankens als auch die Vielfalt an Assoziationen gemeint. Daher sind inspirierende Eindrücke enorm wichtig. Andersartige Umgebungen, fremde Orte oder ungewöhnliche Situationen mit Menschen sind wie „frische Luft“ für unser Gehirn. Entscheidend ist hierbei jedoch nicht, ob die Situation objektiv gesehen besonders verrückt oder exotisch ist, sondern wie sehr sie sich vom normalen Alltag unterscheidet, das heißt wie fremd sie ist. Je größer das Delta zwischen neu/unbekannt und alt/bekannt, desto irritierter reagiert unser Gehirn. Es kommt zu einer sogenannten „Denkschemaverletzung“. Die Fremdartigkeit der wahrgenommenen Situation zwingt unser Gehirn zur Berücksichtigung, Speicherung und Bewertung der neuen Eindrücke. Das Neue ist wie Sand im Getriebe, eine Art „Störung“, die zu neuen Verknüpfungen führt und damit zu frischen

SO KAUFEN PROFIS HEUTE

Lieferservice buchen oder
METRO-Markt besuchen!



ENTDECKEN SIE BEI METRO
DIGITALE LÖSUNGEN FÜR IHRE GASTRONOMIE
WWW.METRO.DE/SERVICE/DIGITALE-LOESUNGEN



IHR PARTNER
IN BAYERN

Ihr Lieferservice in Bayern
www.metro.de/lieferservice

Ihr METRO Markt in Bayern
www.metro.de

IHR LIEFERSERVICE 
Für Gastronomie und Großverbraucher

METRO

Ideen: So bewirkte bei einer Gruppe von Probanden ein einstündiges Mittagessen in einem ungewöhnlich ausgestatteten Restaurant (das Interieur war dem Märchen „Alice im Wunderland“ nachempfunden) zu pfiffigeren Lösungen für eine Reihe von Aufgaben, die den Probanden danach gestellt wurden. Die fremdartige Atmosphäre in der Mittagspause zuvor hatte das Gehirn der Probanden assoziativ gelockert und erleichterte auf diese Weise den Einfallsreichtum.

Tipp: Brechen Sie immer wieder aus Ihrem Alltag aus. Schenken Sie sich jeden Tag eine neue Inspiration. Mikroerfahrungen reichen völlig aus: Besuchen Sie eine ungewöhnliche Ausstellung, hören Sie unkonventionelle Musik, probieren Sie ungewohnte Speisen, unterhalten Sie sich mit Menschen, denen Sie normalerweise nie begegnen. Seien Sie neugierig. Bleiben Sie aufmerksam für die Welt um Sie herum und nehmen Sie sie achtsam wahr. Notieren Sie abends Ihre Eindrücke, um sie nachhaltiger zu speichern. Nehmen Sie jeden Tag eine neue Erfahrung oder einen neuen Gedanken mit in den Schlaf. Den Rest erledigt Ihr Gehirn.

2) LASSEN SIE SICKERN

Auch wenn wir es ungern wahrhaben wollen – unsere geistige Verarbeitungskapazität hat eine kritische Grenze. Daher muss unser Gehirn im Hintergrund ständig aufräumen: Es filtert, ordnet und verpackt die zuvor aufgenommenen Informationen. Das kann es für gewöhnlich dann besonders gut, wenn wir geistig wenig neue Reize von außen aufnehmen, wir innerlich und äußerlich zur Ruhe kommen. Das ist sowohl beim Nachtschlaf der Fall, aber auch untertags, wenn wir monotone Umgebungen aufsuchen und in diese eintauchen, wie Waldspaziergänge oder das Liegen in einer Hängematte. Wir kommen dann ins Schweifen und Tagträumen. Gedanken kommen und gehen, sie werden bewertet, verknüpft und ggf. gelöscht. Unser Gehirn probiert aus und spielt Szenarien

durch. Neue Informationen sickern nach und nach tiefer ins Gehirn und werden mit vorhandenem Wissen verbunden. So entstehen Assoziationen. Das Ergebnis dieser Aufräumarbeiten ist nicht selten ein plötzlicher Einfall oder eine verstaubte Erinnerung. Es ist wie beim Entrümpeln des Dachspeichers: Auf einmal finden wir etwas, ganz spontan und unvorhergesehen.

Für kreatives Sichern sind – neben ausreichendem Schlaf – auch untertags Phasen der Ruhe besonders gut investierte Zeit. Leider verbringen wir einen Großteil unserer geistigen Pausen heute eher mit dem permanenten Blick auf unsere Displays. Sobald Sie Ihre Aufmerksamkeit auf medialen Konsum richten, werden sofort sämtliche Aufräumarbeiten eingestellt. Der Blick auf das Smartphone unterbricht das gedankliche Schweifen. Sicherlich tat sie sich leicht, weil es noch kein Facebook gab, aber eine große und kreative Schriftstellerin sagte einmal: „Und dann braucht man ja noch jeden Tag etwas Zeit, um einfach nur vor sich hin zu schauen.“ (Astrid Lindgren)

TIPP: Gönnen Sie sich kurze Phasen am Tag, in denen Sie keine Pläne schmieden, Probleme wälzen oder Zahlen durchrechnen. Träumen Sie stattdessen einfach ein paar Minuten vor sich hin. Vermeiden Sie in dieser Zeit Katzenvideos, auch wenn es schwerfällt. Halten Sie kurze Momente der Stille um Sie herum aus. Bleiben Sie im wahrsten Sinne des Wortes seelenruhig. Nach dem Lesen dieses Artikels könnten Sie bspw. für ein paar Minuten aus dem Fenster schauen das Gelesene sickern lassen. Geben Sie Ihrem Gehirn die Chance die Eindrücke durchzuspielen. Ihr Gehirn liebt es aufzuräumen und belohnt Sie vielleicht mit einem interessanten Einfall.

3) TRANSPIRIEREN SIE

Kreatives Denken beinhaltet nicht zuletzt die Bereitschaft problemsensitiv zu denken. Hierunter versteht man die Fähigkeit, Hin-

dernisse auf dem Weg zur Umsetzung einer Idee zu erkennen und Lösungen für mögliche Probleme zu finden. Dieser Elaboriertheit kreativen Denkens wird heute viel zu wenig Aufmerksamkeit gewidmet. Denn Denken generiert keine schwarzen Zahlen. Es gilt als unbeliebt im Controlling. Die Rationalisierung zeigt sich dann darin, dass Unternehmen ihre Mitarbeiter für 60 Minuten zwar in Thinking Tanks einsperren und ausgiebig brainstormen lassen, aber ihnen kaum Zeit und Raum geben, die Eindrücke in Ruhe zu verarbeiten und detailgenau zu durchdenken. Dadurch können im Ansatz vielversprechende Ideen auf der Strecke bleiben.

Eine Inspiration alleine bringt gar nichts, wenn sie der erste Windstoß umwirft. Daher ist es unverzichtbar Ideen auch konkret zu durchdenken. Auf diese Weise erkennt man mögliche Hürden, für die man dann ebenso konkrete Lösungen braucht. Das ist anstrengend, schafft aber den Nährboden, in dem eine Idee wachsen und gedeihen kann. Geistesblitze und Detaildenken sind wie zwei Seiten der gleichen Medaille. Auch hier fällt mir ein wunderbares Bonmot ein von Thomas Alva Edison, der einst sagte: „Kreativität ist nur 1 Prozent Inspiration, aber 99 Prozent Transpiration!“

TIPP:

Berichten Sie jemandem von Ihrer Idee. Wer seine Gedanken in Worte kleidet, spielt sie nämlich sorgfältiger durch. Entsteht bei Ihnen und beim Zuhörer ein realistisches Bild? Welche Hindernisse fallen plötzlich auf? Wie

könnte man sie aus dem Weg räumen? Ergänzen Sie unbedingt eine zusätzliche Perspektive. Bitten Sie Ihren Gesprächspartner um seine Meinung. Auch ein skeptischer, aber wohlwollender Einwurf kann im Frühstadium einer Idee äußerst hilfreich sein. Entwickeln Sie Ihre Idee von einer diffusen Ahnung zu einem konkret vorstellbaren Bild. Jedes Detail ist wie Flüssigdünger für Ihr Ideenwachstum.

FAZIT

Kreativität ist weniger ein Talent, was man hat oder nicht. Kreatives Denken ist vielmehr zu einem großen Teil selbstregulativ. Es ist von der Art und Weise abhängig, wie wir denken und wie wir mit Informationen und deren Verarbeitung umgehen. Heute sind wir uns in der Wissenschaft einig darüber, dass Kreativität insgesamt deutlich besser beeinflussbar ist als die meisten Aspekte der akademischen Intelligenz. Wenn das mal nicht motivierend ist.

Erlauben Sie mir eine Schlussbemerkung, die ein wenig über den Rand des Tellers blickt: In einer Welt, die vor gewaltigen politischen, ökologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen steht, wird einer der wertvollsten Rohstoffe in Zukunft die menschliche Kreativität sein. Besinnen wir uns daher immer darauf, was unser Gehirn braucht, um einfallreich zu sein. Wenn wir unser Gehirn richtig einsetzen, schenkt es uns Flügel.

Priv. Doz. Dr. habil. Volker Busch
Neurowissenschaft und Psychologie
für Beruf und Alltag
Weitere Informationen, Texte, Videos
und Anfragemöglichkeiten unter
www.drvolkerbusch.de

IM GESPRÄCH MIT PATRICK RÖTTLER, SPRACH-PROFILER AM INSTITUT FÜR FORENSISCHE TEXTANALYSE

WENN AUS BEWERTUNGEN BEDROHUNGEN WERDEN

„DIE FISCHPLATTE STINKT BIS ZUM HIMMEL“, „DAS PERSONAL IST GENAUSO UNVERSCHÄMT WIE UNFÄHIG – KEIN WUNDER BEI DEM CHEF“, „NIE, NIE, NIE, NIE WIEDER GEBE ICH IN DIESEM SAUSTALL EINEN EINZIGEN EURO AUS“. SEIT WOCHEN WIRD UDO UNSCHULD MIT SOLCHEN AUSSAGEN ÜBER SEIN FÜNF-STERNE-HAUS BOMBARDIERT. BEI GOOGLE, TRIPADVISOR UND ANDEREN ONLINE-BEWERTUNGSPORTALEN. IMMER, WENN ER EINE DIESER NEGATIVEN FAKE-REZENSIONEN LÖSCHEN LÄSST, KOMMEN ZWEI NEUE NACH. DERART PENETRANT UND VERNICHTEND HAT ER DAS NOCH NICHT ERLEBT. FÜR PATRICK RÖTTLER, SPRACH-PROFILER AM INSTITUT FÜR FORENSISCHE TEXTANALYSE, SIND SOLCHE ANONYMEN ANGRIFFE SEIT JAHREN ALLTAG.

„Der Tatort Internet beschäftigt uns rund um die Uhr.“

Patrick Röttler, Sprach-Profiler & Experte für Datenanalyse am Institut für Forensische Textanalyse in München

Herr Röttler, wie wird man eigentlich Sprach-Profiler?

Die Basis kann ein Studium, beispielsweise der Germanistik, der Linguistik oder der Kommunikationswissenschaften sein. Noch wichtiger sind aber Talent für Sprache und Gespür für Grammatik. Die Sprach-Profiler an unserem Institut durchlaufen dann eine zweijährige Spezialausbildung – ein Training-on-the-Job, bei dem sie an echten Fällen mitarbeiten.

Anfangen von einfachen Erpressungen bis hin zu Gutachten, die mehrere Hundert Seiten haben können.

Was ist der klassische Einsatzbereich für Sprach-Profiler?

Unser Tatort ist der Text. Immer, wenn ein Unternehmen anonym angegriffen, bedroht, verleumdet oder erpresst wird, kommen wir zum Einsatz. Wir analysieren alles was schriftlich ist. Briefe, E-Mails, WhatsApp-Nachrichten, Social-Media-Beiträge und

zunehmend auch Online-Rezensionen. Dabei untersuchen wir die Texte auf sprachliche Muster, um den Täter zu überführen.

Können Sie den Fall mit der Fischplatte lösen?

Ja, sogar relativ rasch. Die Rezensionen wurden entweder anonym abgegeben oder unter irgendeinem Pseudonym. Zunächst ging unser Auftraggeber davon aus, dass ein unzufriedener Gast so seinen Frust auslebt. Das kommt schon mal vor, selbst in den

Dass Online-Bewertungen oftmals nicht so ausfallen, wie man es sich wünschen würde, liegt auf der Hand – das wissen aber auch die Internetnutzer. Auch müssen Bewertungen nicht gleich so existenzbedrohend werden, dass Sie einen Sprachprofiler benötigen. Gerne helfen in kritischen Fällen die zuständigen Bezirksgeschäftsstellen DEHOGA Bayern-Mitgliedern bei Fragen weiter.

Zur Person

Patrick Rottler hat Kommunikationswissenschaften studiert und ist Experte für Datenanalyse. Als Sprachprofiler am Institut für Forensische Textanalyse ist er für den Bereich Cybercrime verantwortlich. Aber auch gewöhnliche Morddrohungen landen auf seinem sprachwissenschaftlichen Seziertisch (www.sprachprofiler.de). Das Institut für forensische Textanalyse ist Marktführer im Bereich kriminalistisches Sprachprofiling und unterstützt Unternehmen, die anonym angegriffen, bedroht oder erpresst werden (www.forensische-textanalyse.de).



besten Häusern. Als die Sache aber kein Ende nahm, lag der Verdacht nahe, dass der Wind aus einer anderen Richtung weht. Ein aktueller oder ehemaliger Mitarbeiter zum Beispiel. Am Ende stellte sich heraus, dass ein Querulant aus der Nachbarschaft der Täter war. Ihn störte der Gastro-Lieferverkehr, der ihn jeden Morgen weckte.

Und wie wurde er dann überführt?

Ein Mitarbeiter der Gewerbeaufsicht kannte diesen Herrn und seine dauernden Beschwerden seit Jahren. So kam der erste Verdacht auf. Wir haben dann die bösen Online-Rezensionen mit E-Mail-Texten von diesem Mann verglichen. Und siehe da, wir hatten unseren Täter.

Also wurde er anhand seiner Sprachmuster überführt?

Ein wesentlicher Aspekt des Sprach-Profiling ist,

dass wir unsere gesprochene Sprache, genau wie auch geschriebene Texte, zum größten Teil unbewusst bilden. Wir folgen dabei Mustern, die tief in uns verankert sind. Diese Muster entstehen, weil unsere Sprache von Anfang an durch unser soziales und kulturelles Umfeld geprägt wird. Beispielsweise durch unsere Eltern, die Familie, Freunde, Schule, den Beruf und nicht zuletzt durch unsere ganz individuellen persönlichen Interessen. Wir haben sie so verinnerlicht, dass wir sie bewusst nicht mehr wahrnehmen. Diese Muster entschlüsseln wir.

Heißt das, dass es einen sprachlichen Fingerabdruck gibt?

Sprachmuster können im Idealfall nahezu so eindeutig und unverwechselbar wie ein gut lesbarer Fingerabdruck sein. Der Kriminalist muss bei der Spurensicherung genau wissen, wo das Suchen nach Fingerabdrücken Sinn macht. Während ein Laie nur auf der Tischplatte suchen würde, sucht ein Profi auch darunter. Genauso ist es bei der Textanalyse. Der sprachliche Fingerabdruck hat gegenüber den Papillarlinien der Haut sogar einen wesentlichen Vorteil: Er kann sehr viel mehr über den Täter aussagen als ein klassischer Fingerabdruck. Texte lassen zum Beispiel oft Rückschlüsse auf die Anzahl der Autoren, absichtliche Verstellungen, Muttersprache, regionale Herkunft, Altersgruppe, Geschlecht, Bildungsgrad, Sprachfertigkeit und unter günstigen Umständen sogar über die Ausbildung und den Beruf des Autors zu.

Sprache enthält immer Spuren aus der Vergangenheit – und diese lassen sich zurückverfolgen."

Patrick Rottler, Sprach-Profiler & Experte für Datenanalyse am Institut für Forensische Textanalyse in München

Wie ist der Fall denn vor Gericht ausgegangen?

Der Fall ist nie vor Gericht gelandet. Unserem Auftraggeber war es nicht wichtig, Recht zu bekommen, sondern er wollte Klarheit haben. Die Fake-Rezensionen waren ein Riesenthema in seinem Team, und am Ende hat jeder jeden verdächtigt. Das hat die Stimmung im Haus vergiftet. Als die Sache klar war, haben wir ihm empfohlen, auf jede Rezension smart zu reagieren. Auf die Bewertung mit der Fischplatte haben wir zum Beispiel mit einer Einladung zum Essen für zwei Personen reagiert. Es hat sich nie jemand gemeldet. Das Restaurant hatte zum Zeitpunkt der Rezension übrigens schon seit Monaten keine Fischplatte mehr auf der Karte.



Akademie junger Gastronomen

Die Akademie junger Gastronomen an den Berufsschulen Bamberg und Rosenheim war ein voller Erfolg. Auf dem Foto (von links): Susanne Droux, Geschäftsführerin Berufsbildung des DEHOGA Bayern, Herbert Meier, Geschäftsführer Private Brauereien sowie die Teilnehmer, OstRin Marion Strauß und Schulleiter OstD Reinhard Pobel von der Berufsschule Rosenheim



Ehrung für Josef Matheus

Im Rahmen der Fachbereichsversammlung Hotellerie in Ingolstadt erhielt Josef Matheus aus den Händen von DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert die Verdienstmedaille in Gold. In vielen verschiedenen ehrenamtlichen Positionen zeigte Josef Matheus über Jahrzehnte ein herausragendes ehrenamtliches Engagement.



Arbeit auf Abruf

Die Lokalrundfunktage in Nürnberg gaben Wirtschaftsstaatssekretärin a.D. Katja Hessel, MdB, sowie Frank-Ulrich John, Geschäftsführer Kommunikation des DEHOGA Bayern, die Möglichkeit, sich über Erleichterungen für Gastronomen und Beschäftigte hinsichtlich des Themas Arbeit auf Abruf auszutauschen.

Vocatium - Ausbildungsmesse 2019

Auf der Vocatium Messe 2019 präsentierte sich der BHG Landshut. Mit über 160 Beratungsgesprächen mit motivierten Schülern fanden spannende Messtage statt. Auf dem Foto: Hubert Aiwanger, Bayerischer Wirtschaftsminister (2. von links), Markus Scheugenpflug (3. von links), 1. Stellv. Kreisvorsitzender des DEHOGA Bayern Kreises Landshut, und DEHOGA-Bayern Bezirksgeschäftsführerin Niederbayern Rita Mautz.

Eröffnung der fränkischen Bratwurstwochen

Vom 29. Juni bis 14. Juli veranstalteten die Bezirke Unter-, Mittel- und Oberfranken des DEHOGA Bayern zum 14. Mal die Fränkischen Bratwurstwochen. Auf der Eröffnung des Festivals im Gasthaus Pillhofer in Nürnberg übernahm die gebürtige Fränkin Martina Fehlner wieder die Schirmherrschaft der Aktion. Auf dem Foto (von links): Volker Gagel, Finkenhof in Michelau, Werner Behringer, Ehrenvorsitzender des DEHOGA Bayern-Bezirks Mittelfranken, Carolin Meyer, fränkische Weinkönigin, Martina Fehlner, Abgeordnete des Bayerischen Landtags und tourismuspolitische Sprecherin der SPD-Landtagsfraktion, und Wirt Christian Wagner.



Forum Junge Gastgeber meets Schwan & Post Business Quarters

Die jungen Gastgeber haben bei ihrem Treffen einen interessanten Blick hinter die Kulissen einer Neueröffnung in Bad Neustadt a.d. Saale erhalten. Ein Projekt, bei dem die Verwandlung von einem denkmalgeschützten Altbau zu einem modernen Businesshotel hervorragend funktioniert hat.

Austausch in der Bayerischen Staatskanzlei

Konstruktiver und gelungener Austausch mit Dr. Florian Herrmann und Walter Nussel. Der Bürokratieabbau für das Gastgewerbe bleibt weiterhin auf der Agenda des Verbandes. Auf dem Foto (von links): Dr. Thomas Geppert, Landesgeschäftsführer des DEHOGA Bayern, Dr. Florian Herrmann, Leiter der Bayerischen Staatskanzlei, Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern und Entbürokratisierungsbeauftragter Walter Nussel.

Projekt „Bayern schmeckt“ im Landhotel Hirsch

Bereits zum 5. Mal führte das Landhotel Hirsch das Projekt „Bayern schmeckt.“ zusammen mit der Inge-Aicher-Scholl-Realschule Neu-Ulm Pfuhl durch. Das große Event zum Abschluss war wie immer ein Höhepunkt für die Teilnehmer und deren Eltern. Der anwesende Stellvertreter des Oberbürgermeisters von Neu-Ulm Reinhard Junginger und Realschuldirektor Stefan Vielweib lobten das außerordentliche Engagement des Hotel Landgasthof Hirsch, des DEHOGA Bayern und der Lehrerin Marion Sturm.



Full House bei der Sommer-Ausbildungsplatzbörse der Arbeitsagentur München

Auf der Ausbildungsplatzbörse in der Arbeitsagentur München begrüßen Wilfried Hüntelmann, Vorsitzender der Geschäftsführung der Bundesagentur für Arbeit München (Mitte) und Teamleiterin U25 Tanja Schmidt (Mitte) die anwesenden Hoteliers und Gastronomen sowie die Koch-Azubildende Ella Waschik vom „Der Pschorr“.



DEHOGA Bayern
im Gespräch mit...

Junge Gastgeber bei Staatsministerin Gerlach #branchendreher

Möglichkeiten, die Digitalisierung der Branche voranzutreiben: Genau darum ging es dem „Forum Junge Gastgeber“ beim Gespräch mit Judith Gerlach, Bayerns erster Digitalministerin. Denn auch sie will die digitale Infrastruktur in Bayern verbessern – das versprach sie den über 30 Jungen Gastgebern, die anlässlich ihrer Jahrestagung die damit zusammenhängenden Herausforderungen für ihre Betriebe aufzeigten. Auch der digitale Meldeschein gehört dazu.

Parlamentarisches Frühstück mit der FDP

Bei einem interessanten und anregenden parlamentarischen Austausch mit der FDP im Landtag wurden viele Schnittmengen identifiziert. Unter anderem soll die Politik für den Mittelstand wieder stärker in den Fokus gerückt werden.



Freisprechungsfeier

Mit rund 230 Gästen hatte die Freisprechungsfeier für Köche, Hotelfachmänner und Fachkräfte im Gastgewerbe in der IHK Schwaben großen Zulauf.

Von links nach rechts: Dr. Volker Ullrich, MdB; Andreas Jäckel, MdL; Theresa Palombo, IHK; Bettina Lenz, Prüfungsbeste (Fachkraft im Gastgewerbe); Leo Dietz, Kreisvorsitzender DEHOGA Bayern Augsburg; Rebekka König, IHK; Christian Munz, Leiter Ausbildungsprüfungen IHK Schwaben.



Hier schmeckt's - 288 Seiten Genuss

Die bayerische Landwirtschaftsministerin Michaela Kaniber stellte gemeinsam mit dem Verleger Michael Volk und der Präsidentin des DEHOGA Bayern, Angela Inselkammer, den kulinarischen Reiseführer „Hier schmeckt's“ vor.



Ausgezeichnete Bayerische Küche

DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer hat zusammen mit der bayerischen Landwirtschaftsministerin Michaela Kaniber, MdL, die Qualitätssiegel „Ausgezeichnete Bayerische Küche“, „Ausgezeichnete Bayerische Küche in Franken“ und „Ausgezeichnete Bierkultur“ an insgesamt 32 Betriebe vergeben.

400 Jahre Klosterhotel „Ludwig der Bayer“

Bereits seit 400 Jahren haben Pilger und Gäste die Möglichkeit, direkt neben der weltberühmt Ettaler Basilika in das Klosterhotel „Ludwig der Bayer“ einzukehren und zu übernachten. Anlässlich des Jubiläums fand nun ein großer Galaabend in der Rosner-Aula der Benediktinerabtei Ettal statt. Auf dem Foto (von links): Landrat Anton Speer, Cellerar Pater Johannes Bauer, Jürgen Lochbihler, Schatzmeister des DEHOGA Bayern, Abt Barnabas Bögle, Nuntius Nikola Eterovi, Hoteldirektorin Stefanie von Külmer sowie Roland Weigert, Staatssekretär im Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie.

WEIT MEHR ALS NUR ein Trend

NACHHALTIGKEIT UND DIE TOURISMUS- BRANCHE

Der Begriff der Nachhaltigkeit hat sich in den letzten Jahren von einer Art Trendwort zu weit mehr entwickelt. Nachhaltigkeit ist Lebenseinstellung, Verantwortung und Umweltbewusstsein. Nachhaltigkeit ist das Gefühl, das Richtige zu tun. Und Nachhaltigkeit ist insbesondere im Tourismus zu einem echten Wettbewerbsfaktor geworden, der Hotels und Gaststätten einerseits vor große Herausforderungen stellt, andererseits aber auch enormes Potenzial birgt, um neue Märkte zu erschließen.

Am 29. Juli 2019 war der diesjährige „Weltüberlastungstag“ – der Tag an dem die Menschheit nach Berechnungen des internationalen Global Footprint Network die zur Verfügung stehenden Ressourcen für das laufende Jahr verbraucht hat. Ab diesem Zeitpunkt lebt die Menschheit „auf Kredit“ und zahlt nichts zurück. Vor 20 Jahren lag das kritische Datum noch im Oktober, vergangenes Jahr war es der 1. August. Für Deutschland war die Überlastungsgrenze rechnerisch bereits am 3. Mai 2019 erreicht. Dass dieser Raubbau nicht folgenlos bleibt und nicht nur zu Lasten des Planeten, sondern auch künftiger Generationen erfolgt, ist in den Köpfen der Deutschen und vieler Europäer angekommen. Der enorme Zulauf der „Fridays for Future“-Bewegung oder auch die kontinuierliche Erstarkung von Parteien, die Ökologie und Nachhaltigkeit in den politischen Fokus genommen haben zeigen, wie wichtig ein verantwortungsvoller Umgang mit vorhandenen Ressourcen für viele Menschen geworden ist.

URLAUBSGESTALTUNG MIT ÖKOLOGISCHEM GEWISSEN

Diese wachsende Sensibilisierung für den Umgang mit natürlichen Ressourcen wirkt sich auch zunehmend auf die Urlaubsgestaltung der Touristen aus: So buchen deutsche Urlauber heute wieder vermehrt umweltverträgliche Ferien in der Region als die Flugreise in den Süden anzutreten. Urlaube auf dem Bauernhof sind – insbesondere

mit Kindern – eine häufig gebuchte Alternative zu Städtereisen im europäischen Ausland und insbesondere die Nachfrage nach nachhaltig ausgerichteten Tourismuskonzepten und ökologisch orientierten Regionen nimmt kontinuierlich zu. Dabei ist die durchschnittliche Bereitschaft in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen, für einen ausdrücklich ökologisch verträglichen Urlaub mehr zu bezahlen als für konventionelle Alternativen.

VOM „SANFTEN“ ZUM NACHHALTIGEN TOURISMUS

Die Idee des nachhaltigen Tourismus besteht bereits seit über 30 Jahren: Begrifflichkeiten wie „Sanfter Tourismus“, „Intelligenter Tourismus“ oder „Tourismus mit Verantwortung“ machten schon in den 1980er-Jahren die Runde, galten unter ihren damaligen Bezeichnungen aber eher als Nischenmarkt. Doch in den 1990er-Jahren sollte sich dieses stiefmütterliche Dasein grundlegend ändern. Auf einer UN-Konferenz im Jahr 1992 in Rio de Janeiro wurde der Begriff der Nachhaltigkeit fest mit einem entsprechenden Tourismus-Konzept verknüpft. Dabei erfülle Nachhaltiger Tourismus „nicht nur die Ansprüche der Touristen und der lokalen Bevölkerung in den Zielgebieten sondern trägt auch dazu bei, zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten zu sichern und zu verbessern.“ Zukunftssicherung und -entwicklung also statt Raubbau an der Umwelt. Nachhaltiger Tourismus fußt demnach auf drei Säulen. Neben der ökologischen und der ökonomischen Nachhaltigkeit eines Tourismusbetriebs und der gesamten Urlaubsregion ist auch die soziale Komponente ein maßgeblicher Faktor. Auf den Folge-



seiten sind einige Beispiele nachhaltiger Gastronomie- und Tourismusbetriebe zusammengestellt, die verdeutlichen, dass eine konsequente Berücksichtigung dieser drei Säulen keineswegs die „Quadratur des Kreises“ darstellt. Nur durch die gleichzeitige Wahrung ökologischer, ökonomischer und sozialer Interessen kann eine Nachhaltigkeitsstrategie gelingen, von der letzten Endes nicht nur die Touristen, sondern auch die umliegende Natur und die in der Umgebung beheimateten Menschen profitieren.

NACHHALTIGKEIT ALS ECHTER MEHRWERT

Doch auch die Gastronomen und Hoteliers können profitieren: aufgrund des gesteigerten Nachhaltigkeitsbewusstseins vieler Menschen, werden zukünftig immer mehr grüne Einrichtungen nachgefragt werden. Es empfiehlt sich also, sich jetzt mit dem Thema auseinanderzusetzen und die ein oder andere nachhaltige Maßnahme mit in den Betrieb einzubinden. Das Leben und das Kommunizieren dieser

Anpassungen führt zu höherer Akzeptanz bei den Gästen, schafft Vertrauen und führt schließlich zur Kundenbindung, die sich wiederum in erhöhtem Umsatz niederschlägt. Doch wie bei allen Dingen im Leben gilt auch hier: der Erfolg wird nur von kurzer Dauer sein, wenn das Setzen auf Nachhaltigkeit nur monetären Anreizen folgt. Gäste wollen authentische Begegnungen in authentischer Umgebung. Doch wer weiß das besser als das bayerische Gastgewerbe, das nicht zuletzt aufgrund dieser Tugenden, Bayern zum Tourismusland Nummer eins macht?

IM GESPRÄCH MIT LANDESBISCHOF
HEINRICH BEDFORD-STROHM

**„NATUR STEHT
FÜR DIE MENSCHEN
IN IHRER WERTESKALA
GANZ OBEN“**

ALS RATSVORSITZENDER DER EVANGELISCHEN KIRCHE IN DEUTSCHLAND UND LANDESBISCHOF DER EVANGELISCH-LUTHERISCHEN KIRCHE IN BAYERN IST DR. HEINRICH BEDFORD-STROHM EINER DER BEDEUTENDSTEN GEISTLICHEN DES LANDES. IM GESPRÄCH MIT „GASTGEBER BAYERN“ BERICHTET DER THEOLOGE ÜBER MÖGLICHKEITEN DES NACHHALTIGEN DENKENS UND HANDELNS UND ERLÄUTERT, WARUM KIRCHE UND WIRTSCHAFTS HAUS AUCH HEUTE NOCH ECHTE ORTE DER GEMEINSCHAFT SIND.

Herr Landesbischof, früher gab es traditionell zwei Institutionen in jedem Dorf: Die Kirche und das Wirtshaus. Haben Pfarrer und Wirte ähnliche beziehungsweise ergänzende Funktionen innerhalb einer Dorfgemeinschaft?

Auf alle Fälle: Beide sind für Kommunikationsmöglichkeiten innerhalb des Dorfes mit zuständig. Beide sind Ansprechpartner für Menschen, die ein Gespräch suchen. Sie sind also beide Persönlichkeiten, denen sich Menschen anvertrauen können und haben daher eine wichtige Funktion innerhalb einer Dorfgemeinschaft. Pfarrer haben aber sicher noch eine eigene Rolle. Sie sind in besonderer Weise Ansprechpartner für die existentiellen Seiten des Lebens. Deswegen heißen sie ja auch Seelsorger.

Waren früher beide Häuser gut besucht, ist dies heute leider nicht mehr selbstverständlich. Sehen Sie hier Parallelen?

Im Zeitalter der Individualisierung haben es früher zentrale Orte der Gemeinschaft zunehmend schwerer. Das Wirtshaussterben ist ein großer Verlust für die dörfliche Gemeinschaft. Hier geht in vielen kleineren Orten eine wichtige Kommunikationsmöglichkeit für die Menschen verloren. Unsere Kirchen in Bayern werden zwar zu den Gottesdiensten inzwischen weniger gut besucht, dafür haben sie in den letzten Jahren eine hohe Bedeutung

unter der Woche bekommen. Inzwischen besuchen unter der Woche mehr Menschen unsere geöffneten Kirchen als am Sonntag. Die Menschen sind auf der Suche nach Ruhe, nach Orten, an denen sie zu sich kommen können. Deshalb haben wir in Bayern in den letzten Jahren auch fast keine Kirchen entwidmet, das heißt: geschlossen oder gar verkauft.

Noch nie stand das Thema Nachhaltigkeit derart im Fokus wie heute. Dabei thematisieren Sie als Kirche die wesentlichen Punkte schon seit Jahrzehnten. Und mit 21 Millionen Protestanten allein in Deutschland haben Sie weit mehr „Follower“ als Rezo und Greta Thunberg zusammen. Derartige Aufmerksamkeit, wie sie Thunberg und Rezo derzeit erleben, haben Sie jedoch bislang nicht erfahren. Wieso nicht?

Greta Thunberg und Rezo sind Personen, die sich bewusst auf ein Thema konzentrieren – das kommt in der medialen Welt natürlich gut über. Immer wieder höre ich deswegen die Forderung, die Kirche solle sich auf ihr Kernthema konzentrieren. Unser Kernthema ist aber die Hoffnung für die Welt. Frieden, Gerechtigkeit, eine lebenswerte Erde für alle Geschöpfe Gottes – das sind Themen, für die wir aus unserem Glauben heraus eintreten. Gott wird diese Welt nicht allein lassen. Deswegen gehen wir mit Zuversicht in die Zukunft. Wenn ich als Ratsvorsitzender eines dieser Themen pointiere, zum Beispiel durch den Besuch bei Seenotrettern im Mittelmeer, dann wird das durchaus wahrgenommen. Das habe ich übrigens auch vor den UN-Klimakonferenzen gemerkt. Da haben wir ja sehr klar zum Ausdruck gebracht,



Bildquelle: ELKB/Rost

ZUR PERSON

Dr. Heinrich Bedford-Strohm ist seit November 2014 Ratsvorsitzender der Evangelischen Kirche in Deutschland und seit November 2011 Landesbischof der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern. Zuvor war er Inhaber des Lehrstuhls für Systematische Theologie und Theologische Gegenwartsfragen an der Universität Bamberg. Geboren am 30. März 1960 in Memmingen, studierte Bedford-Strohm Theologie in Erlangen, Heidelberg und Berkeley (USA) und hat 1992 in Heidelberg promoviert. In den folgenden Jahren war er sowohl wissenschaftlich als auch pastoral tätig, unter anderem als Pfarrer an der Coburger Moritzkirche. 2004 erhielt Bedford-Strohm den Lehrstuhl in Bamberg. Er ist mit der Psychotherapeutin Deborah Bedford-Strohm verheiratet, die aus den USA stammt. Das Paar hat drei Söhne.

dass es eine Frage der Gerechtigkeit ist, den Klimawandel konsequent zu begrenzen.

Ausgesprochen viele junge Menschen haben bei der Europawahl „grün“ gewählt. Die Zahl der Veganer sowie Vegetarier wächst stetig und auch Fernreisen werden zunehmend kritisch gesehen. Wie sehen Sie diese Entwicklung und warum erleben wir sie gerade jetzt?

Die jungen Menschen nehmen sehr deutlich wahr, dass es ihre eigene Zukunft ist, die gerade auf dem Spiel steht. Sie suchen nach einem Lebensstil, der zukunftsfähig ist – und der zugleich ihr Engagement und ihre Kritik glaubwürdig macht. Ich bin beeindruckt von der Konsequenz dieser jungen Menschen!

Und ich freue mich darüber, dass nun Themen ins Zentrum rücken, die lange Zeit nicht die Aufmerksamkeit hatten, die sie verdienen.

Wäre der Umweltschutz – also die Bewahrung der Schöpfung Gottes – nicht eine Gemeinsamkeit, der die Kirche und die nächste Generation wieder näher zusammenbringen könnte?

„DAS WIRTSCHAFTSSTERBEN IST EIN GROBER VERLUST FÜR DIE DÖRFLICHE GEMEINSCHAFT.“

Auf jeden Fall – und das geschieht auch gerade: Der Landesjugendkonvent, sozusagen das „Parlament“ unserer kirchlichen Jugendarbeit, stand im Mai dieses Jahres unter dem Thema „Bewahrung der Schöpfung“. Zusammen mit unserem landeskirchlichen Beauftragten für Umwelt- und Klimaverantwortung und anderen Partnern haben die Jugendlichen und jungen Erwachsenen drei Tage Perspektiven entwickelt, wie sie ihre Ideen von einer lebenswerten Zukunft in ihren Kirchengemeinden und Jugendgruppen umsetzen können. Sie haben meine volle Unterstützung.



Der Evangelische Kirchentag gilt als eine der umweltfreundlichsten Großveranstaltungen Deutschlands. Welche nachhaltigen, beim Kirchentag ergriffenen Maßnahmen lassen sich auf Wirtshäuser oder Hotels übertragen?

Der Kirchentag ist ein beeindruckendes Beispiel dafür, dass auch eine Massenveranstaltung mit mehr als 100.000 Personen ganz ohne Einweg-Geschirr auskommen kann. Da können sich viele Caterer noch etwas anschauen! Außerdem wird beim Kirchentag ausschließlich fair gehandelter Kaffee ausgeschenkt – da kostet die Tasse vielleicht 10 oder 20 Cent mehr, aber für die Produzentinnen und Produzenten ergibt sich durch den fairen Handel eine völlig veränderte Lebensperspektive: Sie haben Planungssicherheit, Zugang zu Krankenversicherung und anderen Sozialleistungen – und können mit den natürlichen Ressourcen verantwortlicher umgehen. Und schließlich zeigt das Gläserne Restaurant, dass vegetarische Küche begeistert angenommen wird, wenn sie gut gemacht ist. Das Restaurant war wieder jeden Tag völlig überlaufen.

Was heute als „Nachhaltiger Tourismus“ gilt, hat die Religion bereits vor Tausenden von Jahren in Reinform hervorgebracht: das Pilgern. Heute erfährt diese Art des Reisens neue Beliebtheit – auch unter nicht Gläubigen. Was erhoffen sich die Menschen vom Pilgern, wieso nehmen Pilgerreisen zu?

Ich denke, es spielen drei Faktoren dabei eine wichtige Rolle. Zum einen zeigen uns Untersuchungen, wie wichtig Stille für die Menschen heute ist. Der weltweite Geräuschpegel steigt. Schon sprechen Experten vom Lärm als dem neuen Passivrauchen und warnen vor einer neuen Epidemie der Lärmkrankheit. Und dazu gehört natürlich auch die Sehnsucht nach Entschleunigung – auszusteigen aus dem Immererreichbarsein. Pilgern bietet dazu eine gute Möglichkeit. Zum zweiten steht die Natur für die Menschen heute in ihrer Werteskala ganz oben. Und die kann man eben beim

Pilgern in intensiver Weise erleben. Und zum dritten sind die Menschen heute sehr wohl offen für Spiritualität – auch wenn sie nicht mehr in der gleichen Zahl in unsere Gottesdienste kommen. Die Frage nach dem Sinn des Lebens und was mein Leben wirklich trägt, ist heute genauso aktuell wie früher. Alle drei Faktoren tragen meines Erachtens dazu bei, dass Pilgern heute für die Menschen eine so große Bedeutung hat – unabhängig davon, ob sie zu einer Kirche gehören oder nicht.

Ist diese Art der Auszeit der neue, „bessere“ Wellness-Urlaub?

Inzwischen wird im Tourismus ja vom Selfness-Urlaub gesprochen; denn es geht eben nicht mehr nur um den Körper, der Erholung braucht, sondern der ganze Mensch sehnt sich danach. Und beim Pilgern finden Menschen – trotz aller körperlichen Anstrengung – genau das.

Den Jakobsweg kennt jeder. Gibt es im Kleinen Pilgerangebote von der evangelischen Kirche in Bayern und inwieweit wird hierbei das Gastgewerbe eingebunden?

Viele unserer Kirchengemeinden bieten inzwischen solche kleinen Formate des Pilgerns an. Beispielsweise erfreut sich das sogenannte Samstags- oder Sonntagspilgern großer Beliebtheit. An einem Tag ist man gemeinsam unterwegs und natürlich kehrt man dann auch ein. Wichtig sind auch spezielle Zielgruppenangebote wie Pilgern für Trauernde oder für Männer, die rund drei bis fünf Tage umfassen. Und selbstverständlich spielt dabei die Frage, wo man übernachtet und wo man ein kostengünstiges Essen bekommt, eine wichtige Rolle. Leider ist das gerade in den ländlichen Regionen, durch die ja viele Pilgerwege führen, eine schwierige Sache; denn gerade dort fehlen oft Gaststätten.

Vor knapp drei Jahren startete das Tourismuskonzept „Stade Zeiten“ der Bayern Tourismus Marketing. Es bietet Gästen Angebote der Ruhe, Stille und Entschleunigung. Wie beteiligt sich die Evangelische Kirche an dem Projekt?

Wie beteiligt sich die Evangelische Kirche an dem Projekt?

Wir sind ja als Evangelische Kirche in Bayern seit 2015 Gesellschafter bei der Bayern Tourismus Marketing GmbH und von daher in sehr enger Kooperation mit dem Tourismus. Dazu gehört auch unsere Beteiligung an der Marke „Stade Zeiten“. Viele unserer Angebote wie spirituelle Wanderungen, Meditationen oder auch unsere offenen Kirchen eröffnen solche Räume der Stille und Entschleunigung. Seit diesem Jahr bieten wir auch mit unserer neuen Marke „Stille erleben“ in neun evangelischen Gasthäusern explizit Möglichkeiten an, stille Tage zu verbringen – also ein buchbares Angebot.

Wie können Wirtinnen und Wirte, die nahezu 365 Tage im Jahr rund um die Uhr für Ihre Gäste da sind, selbst einmal Kraft tanken?

Grundsätzlich muss das natürlich jeder für sich selbst herausfinden – die Menschen sind ja sehr verschieden. Aber vielleicht ist für den einen oder die andere auch eine kleine Pilgertour vor Ort so eine Möglichkeit zum Abschalten und Kräfte sammeln. Oder man setzt sich einfach mal zwischendrin für eine Weile in die Dorfkirche und lässt die Mauern auf sich wirken, in die so viele Segensgeschichten hineingeschrieben sind.

Und Hand aufs Herz: Woraus schöpfen Sie persönlich neue Energie?

Ich beginne den Tag mit den Bibelversen, die in den Herrnhuter Losungen jedem Tag zugeordnet sind. Als Landesbischof darf ich ja häufig große Festgottesdienste mit einer vollen Kirche und wunderbarer Musik feiern. Das gibt mir viel Kraft. Ich weiß, dass die Kirchen nicht immer so voll sind. Aber ich nehme diese kraftvollen Gottesdienterfahrungen als das Geschenk, das meine Kirche ihrem Bischof macht.

Das Interview führten Vanessa Brand und Frank-Ulrich John



Nachhaltigstes Restaurant Deutschlands gekürt

Finale des ersten „Weltverb-Esserer- Wettbewerbs“ in Berlin

Mom's Table ist Deutschlands nachhaltigstes Restaurant 2019. Das zertifizierte bio-vegane Restaurant aus Augsburg setzte sich im Finale des „Weltverb-Esserer-Wettbewerbs“ gegen die Berliner Gastronomie Konzepte Dingsdums Dumplings, Die Vetzgerei und Nobelhart & Schmutzig durch.

Deutschlands erster Wettbewerb für nachhaltige Restaurants hat mit einem spannenden Showdown

geendet. Vor etwa 50 geladenen Gästen und einer Expertenjury überzeugten Münir und Andrea Elisabeth Kusanc von Mom's Table mit ihrem ganzheitlichen Ansatz und ihrer Konsequenz in der Umsetzung und erfüllten damit die Nachhaltigkeitskriterien des „Weltverb-Esserer-Wettbewerbs“.

100 Prozent Nachhaltigkeit

Mom's Table ist 100 Prozent bio, 100 Prozent vegan, 100 Prozent glutenfrei und 100 Prozent frei von Industriezucker. Das Restaurant verwendet gefiltertes, vitalisiertes Wasser zum Zubereiten aller Gerichte und Getränke. Die Speisen sind frei von chemischen, Farb-, Konservierungs- und Geschmackszusätzen. Der Gastronomiebetrieb arbeitet mit lokalen Bauern zusammen und verwendet saisonale Zutaten. Die verwendeten To-Go-Verpackungen sind biologisch abbaubar. Auf die Verwendung von Mikrowellen wird verzichtet – die Energieversorgung erfolgt zu 100 Prozent mit Ökostrom.

Münir Kusanc und seine Ehefrau Andrea Elisabeth haben sich im veganen Münchener Speiselokal Gratitude kennengelernt. Beide sind ganzheitliche, vegane Vitalkost-Ernährungsberater. Das war nicht immer so. Münir betrieb in den 2000er-Jahren sehr erfolgreich den Augsburger Dönerimbiss „Pamukkale“.



Offenherzig erzählt er beim „Weltverb-Esserer-Wettbewerb“ in seiner Präsentation, wie es durch sein immer höheres Bewusstsein immer schwerer wurde, Fleisch zu essen und zu verkaufen. Schließlich verkaufte er den Döner-Imbiss. Im Jahr 2012 stellte er seine Ernährung ganz auf Pflanzenbasis um. Aus dem Dönerimbissbetreiber wurde ein veganer Clean Eating-Enthusiast.

Bewusstsein für den Reichtum der Erde

Seit Oktober 2016 gibt es Mom's Table. Der Name des Restaurants steht für die Fülle und

Vielfalt von Mutter Erdes Gabentisch. „Wir möchten unseren Beitrag dazu leisten, das Bewusstsein der Menschen zu erhöhen und dass sie die Verbindung zu sich selbst und ihrer Intuition wieder mehr spüren. Aus unserer Sicht ist ein essenzieller Grundbaustein für bewusstes Leben eine nachhaltige Lebensweise mit gesunder, reiner Ernährung,“ erklärt Münir Kusanc das Konzept seiner Lokalität. Mit ihrem Restaurant wollen die beiden einen Raum der Inspiration schaffen, der zeigt, wie vielfältig, wohlschmeckend und wohltuend diese Lebensweise sein kann. Einen wichtigen Baustein in der Philosophie von Mom's Table bildet die Zugänglichkeit der Speisen über faire

Preise. Sozial engagiert sich Mom's Table durch Kochen für soziale Einrichtungen, zum Beispiel für Obdachlose, die Wärmestube oder das Frauenhaus Augsburg und durch Präsenz sowie Sachspenden beim Earth Peace Day Augsburg.

Große Anerkennung für Finalistenkonzepte

Der „Weltverb-Esserer-Wettbewerb“ fand in Berlin statt. Die Begeisterung und das Interesse für die Konzepte der Finalisten war unter den Gästen deutlich spürbar. Nacheinander stellten die Finalisten ihre Konzepte vor, die mit Begeisterung und Applaus honoriert wurden. „Wow, es ist wundervoll. Wir freuen uns total. Es ist wunderschön, dieses Feedback, diese Anerkennung zu bekommen für alles, was wir gegeben haben,“ erzählt Andrea Elisabeth Kusanc bewegt. „Wir sind sehr dankbar und freuen uns, den ersten Platz gemacht zu haben. Es ist ein wirklich schönes Gefühl, auch weil in Mom's Table sehr viel Energie und Liebe steckt. Dass wir ein solch positives Feedback bekommen, ist für uns natürlich sehr schön und freut uns sehr,“ ergänzt ein strahlender Münir Kusanc.

Viele Sieger für die Nachhaltigkeit

„Eigentlich gab es beim ersten „Weltverb-Esserer-Wettbewerb“ der Republik neben dem ersten Platz für Mom's Table drei weitere erste Plätze: den ersten Platz für Regionalität für Nobelhart & Schmutzig, den ersten Platz für ein starkes veganes Konzept für Die Vetzgerei und den ersten Platz für den Kampf gegen Lebensmittelverschwendung für Dingsdums Dumplings,“ zollte Jurymitglied Prof. Dr. Jan Wirsam der Qualität der vorgestellten Konzepte Tribut. „Nachhaltigkeit ist in aller Munde, in unseren Kochtöpfen jedoch bisher kaum angekommen. Dabei hat Ernährung einen direkten Einfluss auf unsere Gesundheit und Umwelt. Mit der Entscheidung, was auf unseren Teller kommt, kann jeder zu einer nachhaltigen Zukunft beitragen,“ war Balázs Tarsolys, Veranstalter des „Weltverb-Esserer-Wettbewerbs“, Fazit.



Preise. So kosten die bio-vegane Bowls um die 9 bis 10 Euro, Hauptspeisen bewegen sich zwischen 10 und 15 Euro.

Mom's Table beteiligt sich am Augsburger Nachhaltigkeits-Projekt „Bring's mit“, so dass der Gast bei Mitnahme eigener Becher oder Lunch Box einen Rabatt auf die To-Go-Produkte erhält. Der Lieferservice wird mit dem lokalen, nachhaltigen Lieferservice Augsburgs, dem Boxboten, abgewickelt. Mitarbeiter werden zu Ernährungsberatern ausgebildet und in der Finanzierung ihrer Ausbildung unterstützt. Des Weiteren finden bei Mom's Table eigene Fortbildungen im Bereich Mindful Leadership, Soziokratie und Nachhaltigkeit

BERGHOTEL REHLEGG: SEIT 10 JAHREN MIT ÖKOLOGISCHEM KONZEPT

NACHHALTIGKEIT PUR IM BERCHTESGADENER LAND

In Ramsau, in direkter Nachbarschaft zum Nationalpark Berchtesgaden, befindet sich das Berghotel Rehlegg. Das Bergsteigerdorf mitten in der Biosphärenregion Berchtesgadener Land setzt – ebenso wie das Hotel – auf einen nachhaltigen, naturnahen Tourismus.

Dabei fußt der nachhaltige Ansatz im Hotel auf unterschiedlichen Säulen: Zum einen setzen die Verantwortlichen auf die Nutzung erneuerbarer Energien und sind bemüht, den Energieverbrauch möglichst gering zu halten. Dadurch ist es ihnen gelungen, Übernachtungen im Hotel nicht nur klimaneutral sondern sogar klimapositiv zu gestalten – das heißt bei einer Übernachtung wird mehr CO₂ gebunden als ausgestoßen. Zertifiziert wurde das Haus von der Qualitätsinitiative Viabono.

Lebensmittel werden nach Möglichkeit aus der Umgebung bezogen – bei der Auswahl sind Qualität und artgerechte Tierhaltung maßgebliche Faktoren. Aber auch alle Dienstleistungen und sonstige Produkte stammen vorzugsweise aus der Region. So kommt beispielsweise im „Almwies'n Spa“ nur Naturkosmetik zum Einsatz. Die hauseigene Linie, die „Rehlegger Kräuterfee“ ist nach strengen ökologischen Richtlinien hergestellt. Und auch die Mobilität der Gäste wird unterstützt, ohne der Umwelt über Gebühr zu schaden: Seit März 2018 steht ihnen mit einem E-Smart, dem sogenannten „Reh-Mobil“ ein kostenfreies und umweltfreundliches Fahrzeug für

Ausflüge zur Verfügung. Eine hoteleigene Tankstelle befindet sich auf dem Grundstück. Auch E-Mountainbikes können ausgeliehen werden. Im Gespräch mit „Gastgeber Bayern“ verrät Geschäftsführer Franz Lichtenmannegger, was ihn zum Umstieg auf ein nachhaltiges Konzept bewogen hat, wie die Resonanz seiner Gäste ausfällt und warum es sich aus seiner Sicht lohnt, für neue Entwicklungen auch einmal Lehrgeld zu bezahlen.

HERR LICHTENMANNEGGER, WAS GAB SEINERZEIT DEN IMPULS, DASS SIE IHREN BETRIEB NACHHALTIG FÜHREN WOLLTEN? UND: WÜRDEN SIE ES WIEDER MACHEN?

Den Impuls gab sicherlich die fortschreitende Industrialisierung der Landwirtschaft mit den unsäglichen Folgen für das Tierwohl und den damit verbundenen Qualitätseinbußen. Wir haben einfach kein Recht Tiere zu quälen, nur um billiges Fleisch zu essen. Und zu Ihrer zweiten Frage: Auf jeden Fall. Wir sind heute mehr denn je überzeugt von der Richtigkeit unseres Handelns.

WORIN LIEGEN DIE VORTEILE EINES NACHHALTIGEN BEHERBERGUNGSKONZEPTS?

Am wichtigsten ist für uns sicherlich die Gewissheit, das Richtige zu tun. Ein Teil der Lösung zu sein und nicht ein Teil des Problems. Wir versuchen seit zehn Jahren nachhaltig zu arbeiten und erst seit den letzten Jahren bemerken wir, dass unsere Gäste weniger preissensibel und auch dem Rehlegg immer treuer verbunden sind. Das war ein langer Weg.

IN WELCHEM BEREICH EINES HOTELS STECKT DAS GRÖSSTE RESSOURCEN-EINSPARUNGSPOTENZIAL?

Das ist schwierig zu sagen. Im F&B-Bereich kann man unheimlich viel mit regionalem Einkauf tun, aber im Logis-Sektor sind die meisten Einsparungen an CO₂ durch Energieeffizienz zu erreichen. Was für uns – auch im Hinblick auf die CO₂-Bilanz – immer wichtiger wird, sind vegetarische und vegane Gerichte. Denn mit dem landwirtschaftlichen Aufwand, den wir benötigen, um einen Fleischesser zu ernähren, bekommen wir neun Vegetarier satt. Durch das Anbieten vegetarischer Gerichte wird also die Landwirtschaft entlastet und die dortige CO₂-Bilanz verbessert.

WELCHE DREI MASSNAHMEN IN PUNKTO NACHHALTIGKEIT LASSEN SICH IN EINEM VERGLEICHBAREN BETRIEB OHNE VIEL MÜHE UND KOSTEN UMSETZEN?

Pauschallösungen gibt es hier wohl keine.





Jeder Hotelier kennt seinen Betrieb am besten. Oft ist es nur Gedankenlosigkeit, die zur Ressourcenverschwendung führt. Perlatoren an den Wasserhähnen sparen beispielsweise Wasser und viel Heizenergie. Und wenn sie richtig eingestellt sind, nimmt sie der Gast gar nicht wahr. Gäste sollten nicht das Gefühl haben, dass sie sich wegen der Nachhaltigkeit einschränken oder unwohl fühlen müssen. Wenn das der Fall ist, geht es nach hinten los. Auch Plastik ist ganz einfach zu reduzieren. Es gibt mittlerweile sehr viele Produkte die kompostierbar sind. Warum muss eine Plastiktüte 900 Jahre halten? Mit offenen Augen durch den Betrieb zu gehen, hilft da sehr.

Welche Rolle spielen Ihre Mitarbeiter bei der Umsetzung dieses Konzepts?

Ohne Mitarbeiter geht es nicht. Darunter sind natürlich einige, die ohnehin schon sehr für Nachhaltigkeit sensibilisiert sind. Aber es gibt auch die, die informiert, geschult und sprichwörtlich an die Hand genommen werden müssen. Hier greifen wir zu Einzelgesprächen und Schulungen.

Sie sind mehrfach zertifiziert: Helfen die Zertifizierungen im „innerbetrieblichen Alltag“ oder bei der Vermarktung? Wenn ja, welche helfen am besten?

Zertifizierungen werden vom Kunden meiner Erfahrung nach fast gar nicht wahrgenommen. Natürlich behauptet jedes Zertifikat, es sei unerlässlich. Schlussendlich versuchen Zertifikate, Glaubwürdigkeit zu verkaufen und wenn ich ehrlich mit meinen Kunden und meinen Claims umgehe und das Vertrauen meiner Gäste nicht enttäusche, dann sind Zertifikate eher eine Nebensache. Manche – wie Viabono bei uns – helfen uns aber mit der Lösung des einen oder anderen Problems und haben damit ihre Berechtigung.

Welche Resonanz bekommen Sie von Ihren Gästen? Kommen sie aufgrund Ihres Konzepts zu Ihnen? Und werden Hotelgäste zukünftig noch mehr Wert auf nachhaltige Beherbergungskonzepte legen?

Zu Beginn unseres Weges war das Interesse an Nachhaltigkeit als Bestandteil eines Urlaubs

sehr bescheiden. Es fing auch bei unseren Gästen mit dem Interesse an Tierwohl und Regionalität an. Mittlerweile belegen die Gästebefragungen sogar ein steigendes Interesse an Klimapositivität. Aber das hat sehr lange gedauert. Es wäre ein Fehler zu denken, dass man durch Nachhaltigkeit sehr schnell die Preise erhöhen kann. Wenn man nicht aus Überzeugung heraus nachhaltig ist, dann wird das Projekt nicht funktionieren. Nachhaltigkeit bedeutet bei uns im Rehlegg immer einen Dreiklang aus Ökologie, Ökonomie und Sozialem. Diese drei Faktoren sind es, die ein Haus nachhaltig oder besser „Enkel tauglich“ machen. In Zukunft wird es immer wichtiger werden, ein gutes Konzept für sein Haus zu haben – Nachhaltigkeit ist da sicherlich nicht verkehrt.

Zum Abschluss einmal Hand aufs Herz: Was war der grösste Fehler bei der Umsetzung Ihres nachhaltigen Konzepts?

Auf der Suche nach mehr Energieeffizienz haben wir einen sechsstelligen Eurobetrag in den Sand gesetzt, indem wir in ein System investiert haben, dass die versprochene Leistung letztlich nicht geliefert hat. Wir haben auf eine Empfehlung vertraut, die wir zu wenig überprüft hatten. Trotzdem sind wir immer noch der Ansicht, neue Techniken und Ansätze zu erproben und zu experimentieren, sind wichtige Bestandteile des Unternehmertums. Nur so können neue Wege beschritten werden. Wir haben unsere Ausgaben als Lehrgeld verbucht und prüfen Neuerungen heute im Vorfeld deutlich gründlicher. Trotzdem sind wir immer noch offen für Neues.



Im Gespräch mit Stefan Marquard

„DIE SPÄTFOLGEN FALSCHER ERNÄHRUNG KANN KEINE KRANKENKASSE DER WELT BEZAHLEN“

STEFAN MARQUARD IST BEKANNT FÜR SEINE KREATIVE UND ETWAS ANDERE ART DES KOCHENS. IN DER KÜCHE HÖRT ER AM LIEBSTEN PUNKROCK UND VERTRITT DIE THESE „ERLAUBT IST, WAS SCHMECKT – AUCH WENN ES SICH ERST EINMAL KOMISCH ANHÖRT“. SEINE UNKONVENTIONELLE WEISE UND DAS UNVERWECHSELBARE OUTFIT SIND MITTLERWEILE ZU EINEM MARKENZEICHEN IN DER DEUTSCHEN KOCHSZENE GEWORDEN. IM GESPRÄCH MIT „GASTGEBER BAYERN“ BERICHTET DER 55-JÄHRIGE UNTERFRANKE ÜBER DIE BEDEUTUNG NACHHALTIGER ERNÄHRUNG UND DEN BEWUSSTEN UMGANG MIT LEBENSMITTELN.



„DIE MÖGLICHKEIT, SELBST AGIEREN ZU DÜRFEN, BAUT HEMMUNGEN AB UND SCHÄRFT DEN BLICK FÜRS WESENTLICHE.“



HERR MARQUARD, SIE BETREIBEN DAS PROJEKT „STERNEKÜCHE MACHT SCHULE“, UM JUNGEN MENSCHEN GESUNDE ERNÄHRUNG NAHEZUBRINGEN UND IHNEN GLEICHZEITIG LUST AUFS KOCHEN ZU MACHEN. EINE DER SÄULEN, AUF DENEN DAS KONZEPT BASIERT, IST NACHHALTIGKEIT. WIESO LIEGT IHNEN DIESES THEMA SO AM HERZEN?

Ganz einfach: Es geht um unsere Zukunft! Deswegen gehe ich das Thema ganzheitlich an und unterstütze nicht nur Gastronomen, sondern auch Eltern und deren Kinder.

Dabei stelle ich immer wieder fest, wie viel Spaß es macht, auf Augenhöhe gemeinsam komplexe Prozesse zu durchleben. Die Möglichkeit, selbst agieren zu dürfen, baut Hemmungen ab und schärft den Blick fürs Wesentliche.

WAS WÜRDEN SIE SICH HIN-SICHTLICH NACHHALTIGER SCHULVERPFLEGE VON DEN VERANTWORTLICHEN WÜNSCHEN?

Ich würde mir wünschen, dass der Staat in Sachen ge-

sunde Ernährung klare Leitlinien definiert, damit nicht jeder sein eigenes Süppchen kocht. Fakt ist: So lange sich jeder nur um seine eigenen Belange kümmert, findet kein Umdenken statt. Es geht letztendlich nur um eine einzige Sache – und das ist die gesunde, nachhaltige und respektvolle Ernährung unserer Kinder. Ziel muss sein, dass unsere Nachfolgenerationen Spaß am Kochen haben und das Metier auch beherrschen. Kinder sind hier tolle Multiplikatoren: Sobald sie Spaß an einer Sache haben, fordern sie dies auch zu Hause ein. Das gilt letztlich auch fürs Kochen.

WÜRDEN SICH EINE ABSENKUNG DER MEHRWERTSTEUERSATZES BEI DER SCHULVERPFLEGE VON 19 AUF 7 PROZENT DIREKT AUF DIE QUALITÄT AUSWIRKEN?

Bei diesem Thema wird es immer geteilte Meinungen geben. Natürlich wäre es für die Gastronomen von Vorteil, wenn der Mehrwertsteuersatz reduziert werden würde. Nicht umsonst wird häufig gefragt, warum es in der Hotellerie mit den 7 Prozent klappt, nicht aber in der Gastronomie.

SIE HABEN SELBST ZWEI SÖHNE. WIE KÖNNEN ELTERN DAS BEWUSSTSEIN FÜR

ZUR PERSON

Stefan Marquard (Jahrgang 1964) ist in Volkach geboren und aufgewachsen. Nach einer abgeschlossenen Metzgerlehre absolvierte er eine Ausbildung zum Koch im Hotel „Rebstock“ in Würzburg. Es folgten wichtige Stationen in verschiedensten Häusern, wie zum Beispiel dem „Grauen Haus“ oder den „Schweizer Stubn“, die zu den besten Restaurants Deutschland zählten. Nach einem Jahr kulinarischer Reise durch Italien eröffnete er mit Adalbert Schmidt das „Taverna la vigna“, das sich nach kürzester Zeit zum besten italienischen Restaurant im deutschsprachigen Raum entwickelte. 1991 eröffnete er sein erstes eigenes Restaurant – das „Drei Stuben“ in Meersburg – und erarbeitete sich einen Michelin-Stern und 18 Punkte im Gault-Millau. Seit 2003 betreibt er mit seinem langjährigen Freund und Partner Wolfgang Weigler „Stefan Marquards Eventcatering“. Zusammen mit seinem Team verköstigt er mittlerweile ganz Europa mit seiner experimentellen Küche.



GESUNDE ERNÄHRUNG BEI IHREN KINDERN SCHÄRFEN?

Es ist sicherlich sinnvoll, Kinder immer wieder zu ermutigen, Lebensmittel auszuprobieren, die sie zuvor noch nie gegessen haben. Im Idealfall erzählen sie dann ihren Mitschülern davon, tragen die eigene Begeisterung weiter und sorgen so letztlich dafür, dass andere das Gleiche tun. Dass es als Elternteil nicht einfach ist, nach einem langen Arbeitstag eine ausgewogene Mahlzeit auf den Tisch zu kriegen, die obendrein der ganzen Familie schmeckt, steht außer Frage. Umso wichtiger ist es deshalb, dass man die Ernährung auf gemeinsame Beine stellt und das Kochen buchstäblich zum allabendlichen Event wird.

FETTLAIBIGKEIT IST DIE VOLKSKRANKHEIT NUMMER EINS IN DEN INDUSTRIELÄNDERN. WIE KÖNNEN WIR DEM ENTGEGENWIRKEN?

Ich kämpfe nicht nur dafür, dass zu Hause wieder mehr gekocht wird. Ich kämpfe auch dafür, dass in Schulen ein einheitliches Fach zum Thema „Ernährung und Bewegung“ etab-

liert wird – und zwar von der ersten bis zur letzten Jahrgangsstufe. Es muss sichergestellt werden, dass Kindern praxisnah, verständlich und unterhaltsam vermittelt wird, worauf es bei gesunder Ernährung ankommt und wie sie diesem Anspruch im Alltag gerecht werden können. Die Spätfolgen falscher Ernährung, die heute bereits bei vielen kleinen Kindern abzusehen sind, kann keine

„ES MUSS SICHERGESTELLT WERDEN, DASS KINDERN PRAXISNAH, VERSTÄNDLICH UND UNTERHALTSAM VERMITTELT WIRD, WORAUF ES BEI GESUNDER ERNÄHRUNG ANKOMMT.“

Krankenkasse der Welt bezahlen. Wenn wir wollen, dass unser Gesundheitssystem in 20 Jahren noch leistungsfähig ist, müssen wir so schnell wie möglich handeln.

BEDEUTET DAS, DASS DER BEZUG ZU GESUNDEN LEBENSMITTELN

IN DEN VERGANGENEN JAHREN IMMER STÄRKER VERLOREN GEGANGEN IST?

Dass wir vor 40 Jahren mehr als das Vierfache für Essen und Trinken ausgegeben haben, als das heute der Fall ist, sollte uns allen zu denken geben. Nicht umsonst hat der Deutsche weltweit den Ruf, keinen Wert auf frische Lebensmittel zu legen. Überall auf der Welt gibt es tolle Produkte, nur bei uns gibt's – überspitzt formuliert – den letzten Schrott.

NOCH VOR EIN PAAR JAHREN HÄTTEN DIE WENIGSTEN MENSCHEN ETWAS MIT BEGRIFFEN WIE URBAN GARDENING, UNVERPACKT-SUPERMÄRKTEN ODER LEBENSMITTELRETTERN ANFANGEN KÖNNEN. SIND WIR VIELLEICHT DOCH AUF DEM RICHTIGEN WEG, UNS DEM THEMA LEBENSMITTEL WIEDER BEWUSST ANZUNÄHERN?

Wir sind nicht auf dem richtigen Weg, denn der Großteil der Deutschen hat's einfach versaut! Wenn es die Generation Z nicht gäbe, die genau weiß, was sie haben möchte, die arbeitet, um zu leben und nicht umgekehrt, hätten wir ganz sicher keine Chance, das Ruder nochmals herumzureißen. So bleibt ein Funke Hoffnung, dass tatsächlich ein Prozess des Wandels stattfindet.

LANGE JAHRE WAREN SIE KOCH IM RESTAURANT, DANACH HABEN SIE DEN WEG DES CATERERS, FERNSEHKOCHS UND BERATERS EINGESCHLAGEN. WELCHE ROLLE IST DAS BESTE SPRACHROHR, UM DEN NACHHALTIGKEITASPEKT VORANZUTREIBEN?

Es kommt nicht auf die Rolle an, sondern auf die Einstellung. Gerade vorhin war ich noch beim Einkaufen. Sämtliche Verpackungen habe ich im Laden gelassen. Da fängt es an. Davon abgesehen gilt: Wer in der Öffentlichkeit steht und das Maul nicht aufmacht, soll wieder gehen. Denn diese Menschen, und da zähle ich mich bewusst dazu, haben alle die Pflicht, unbequeme Themen anzusprechen.

GERADE IM CATERINGBEREICH KANN NACHHALTIGKEIT AUFGRUND VON ÜBRIGGEBLIEBENEM ESSEN ZUM PROBLEM WERDEN. WIE KANN MAN DEM ENTGEGENWIRKEN?

Indem man beispielsweise ganz klare Absprachen mit dem Kunden trifft – und dementsprechend kalkuliert und produziert. Es muss auch möglich sein, dass nach gewisser Zeit gewisse Dinge ausgehen. Darüber hinaus muss die Gesetzgebung gelockert werden: Über die Jahre wurden Hürden aufgebaut, die in der Praxis unmöglich zu nehmen sind.

Bevor Lebensmittel weggeworfen werden, könnte man in jeder Straße für kleines Geld ein Mini-Kühlhaus aufstellen, um auf diesem Weg bedürftige Menschen zu unterstützen. Dass Übriggebliebenes heutzutage nicht einmal mehr an die Tafel weitergegeben werden darf, ist einfach nur traurig.

KÖNNEN SIE NACHVOLLZIEHEN, WARUM MEHRWEGGESCHIRR BEIM CATERING GEGENÜBER PAPP- UND PLASTIKTELLERN STEUERLICH BENACHTEILIGT WIRD?

Wer auf Pappe, Plastik und Co. anrichtet, müsste eigentlich das Doppelte an Steuern bezahlen, weil das ein absolutes No Go ist! Davon abgesehen müssen aber auch die Endverbraucher verstehen lernen, warum gewisse Dinge ihren Preis haben. Nur dann wird sich etwas ändern.

SIE TRETEN REGELMÄSSIG IN TV-SENDUNGEN AUF. WÄRE DAS NICHT EIN IDEALES MEDIUM, UM DIE BREITE ÖFFENTLICHKEIT FÜR DAS THEMA NACHHALTIGKEIT ZU SENSIBILISIEREN?

Fernsehen ist in erster Linie ein Vehikel, um die Massen entweder ruhigzustellen oder aufzuregen. Sie können sich gar nicht vorstellen, was bei den Aufzeichnungen der Sendungen alles gesagt wird oder passiert. Was den

Produzenten nicht passt, wird einfach rausgeschnitten. Was dem Sender nicht passt, wird nicht ausgestrahlt. Das soll zwar nicht bedeuten, dass es in der TV-Landschaft gar keine Menschen gibt, die Mut zur Meinung haben. Es kommt aber ganz stark darauf an, wie ich mich äußere. Mit der Tür ins Haus zu fallen, bringt in diesem Rahmen einfach nichts.

WIESO SIND ABER KOCHSENDUNGEN IN DEUTSCHLAND SO BELIEBT, WÄHREND DIE WERTSCHÄTZUNG HOCHWERTIGER LEBENSMITTEL EHER GERING AUSFÄLLT?

Ganz einfach: Weil es keine Kochsendungen sind, sondern reine Unterhaltungsformate. Wir müssen uns einfach wieder aufs Wesentliche besinnen. Es gibt zum Beispiel immer mehr Köche, die ihr Fachwissen über YouTube weitergeben. Das ist eine Möglichkeit, den Menschen ungefiltert zu vermitteln, wie man sinnvoll mit Lebensmitteln umgeht und vernünftig kocht.

MIT IHRER BERATUNGSFIRMA HELFEN SIE GASTRONOMEN, DIE EINE POSITIVE VERÄNDERUNG IHRES BETRIEBS WÜNSCHEN. GILT NACHHALTIGKEIT IM GASTGEWERBE INZWISCHEN ALS WETTBEWERBSVORTEIL?

Absolut. Dazu muss man jedoch wissen, dass es kaum eine Berufsgruppe gibt, die

beratungsresistenter ist als Gastronomen und Köche. Es fängt bereits damit an, dass es extrem schwierig ist, die Leute für zwei Tage aus dem Betrieb rauszuholen, weil sie meinen, es geht ohne sie nicht. Daran erkennt man bereits, dass der Fehler im System liegt. Wir müssen dahin kommen, dass auch kleine Wirtschaften so geführt werden wie ein großes Industrieunternehmen. Wenn ich keine Jahreszielplanung mache, keine vernünftigen Strukturen habe, dann werde ich es in Zukunft wahnsinnig schwer haben. Deswegen müssten gezielt Seminare angeboten werden, die sich genau diesen Themen widmen. Es gäbe aber auch eine radikale Lösung, dann ginge es uns allen wieder gut.

UND ZWAR?

Alle Gastro-Betriebe müssten sich solidarisieren und drei Tage lang nichts mehr servieren. Dann würde das Land Kopf stehen, danach werden die Preise verdoppelt, dann würden die Leute eine Woche lang maulen, doch am Ende wäre schließlich alles völlig legitim. Aber so weit muss es ja gar nicht kommen. Viel besser wäre es, wenn wir alle – Branchenvertreter, Verbände und Politik – lernen, einander besser zuzuhören und aufeinander zuzugehen.

Das Interview führte Vanessa Brand



Entwickelt für die Gastroküche:
+ Robust
+ Hygienisch
+ Aufgeräumt

GEWINNBLICK⁺
KASSENSYSTEME EBNER

SCHANK- UND KÜCHENMONITORING

Erfahren Sie mehr unter:
www.gewinnblick.de
+49 8171 / 969 65 - 11



Umweltpakt Bayern

„Weil Ökonomie und Ökologie keine Gegensätze sind“



HOTEL- UND GASTRONOMIEBETRIEBE, DIE AM „UMWELTPAKET BAYERN“ TEILNEHMEN, KÖNNEN IHREN UMWELTEINSATZ VERDEUTLICHEN. EINE INITIATIVE DES BAYERISCHEN UMWELTMINISTERIUMS IN KOOPERATION MIT DEM DEHOGA BAYERN.

Der Umweltpakt Bayern ist eine Vereinbarung zwischen der Bayerischen Staatsregierung und der bayerischen Wirtschaft. Freiwilligkeit, Übernahme von Eigenverantwortung beim Umweltschutz zählen seit der Erstunterzeichnung 1995 zum Grundverständnis. Dahinter steht die Überzeugung von Staat und Wirtschaft, dass die natürlichen Lebensgrundlagen mit Hilfe einer freiwilligen und zuverlässigen Kooperation von Staat und Wirtschaft besser geschützt werden können als nur mit Gesetzen und Verordnungen. Der Umweltpakt macht sichtbar, dass Ökonomie und Ökologie keine Gegensätze sind, sondern gemeinsam zur Sicherung von Arbeitsplätzen und Wohlstand in einer intakten Umwelt beitragen. Übergeordnetes Ziel des Umweltpakts ist die Verbesserung des betrieblichen Umweltschutzes in allen Bereichen.



JETZT MITMACHEN UND VORTEILE SICHERN

Mitmachen lohnt sich! Denn Unternehmen, die mit ihrer Teilnahme am Umweltpakt eigenverantwortliche, freiwillige Umweltschutzleistungen erbringen, haben Marketingvorteile:

- **Umweltpakt-Urkunde**
Würdigung des Umweltengagements des Unternehmens
- **Umweltpakt-Logo**
eigene unternehmensbezogene Werbung für das Umweltengagement mit dem bekannten, modernisierten Logo
- **Umweltpakt-Teilnehmerportal**
Präsentation des Unternehmens mit Firmenlogo und Bildmaterial im Umweltpakt-Teilnehmerdatenportal
- **Umweltpakt-App**
mit der App für alle mobilen Geräte sowie für Desktop-PCs finden interessierte Gäste Umweltpakt-Betriebe
- **Umweltpakt-Marketingpaket**
Für einen „Tag der offenen Tür“ steht kostenfrei ein attraktives Marketingpaket in bedarfsgerechter Stückzahl zur Verfügung. Es besteht aus drei qualitativ hochwertigen Werbemitteln: Umweltpakt-Tasche mit Umweltpakt-Block und Umweltpakt-Kugelschreiber
- **Umweltpakt-Werbeflyer**
Umweltpakt-Betriebe können ihren individuellen Werbe-Flyer per Internet-Tool erstellen

Hotel- und Gastronomiebetriebe, die am Umweltpakt Bayern teilnehmen, können ihren Umwelteinsatz zusätzlich mit einem branchenspezifischen Logo verdeutlichen. Die Teilnahmebedingungen ergeben sich aus dem neu entwickelten „100-Punkte-Programm für Gastronomie und Hotellerie“. Jeder Betrieb kann anhand der Kriterien selbst prüfen, welche Bereiche sich für Verbesserungsmaßnahmen anbieten.

www.umweltpakt.bayern.de/mitmachen

NACHHALTIGE EINRICHTUNG IST WEIT MEHR ALS EIN TREND

STIMMIGES AMBIENTE FÜR ZUFRIEDENE GÄSTE

ETWAS LECKERES AUF DEM TISCH UND EIN FREUNDLICHER SERVICE VERSPRICHT ZUFRIEDENE GÄSTE. VIELE VON IHNEN ACHTEN DABEI IMMER STÄRKER AUF NACHHALTIGKEIT UND DAS NICHT NUR AUF DEM TISCH, AUCH DAS AMBIENTE MUSS STIMMIG SEIN. SO BEEINFLUSST VOR ALLEM DIE WAHL DER RICHTIGEN POLSTERMÖBEL MASSGEBLICH DAS WOHLBEFINDEN DER GÄSTE.

Doch worauf sollten Gastromomen achten, wenn sie neue Polstermöbel für ihren Betrieb erwerben möchten? Am Beginn steht die Bedarfsanalyse: Nur wer seine Gäste kennt, kann auch die Einrichtung ihren Vorlieben anpassen. Und vor allem: jeder Gastgeber sollte zunächst selbst eine Sitzprobe machen. Wie auch bei Lebensmitteln gilt, Regionalität ist Trumpf: Eine gute Wahl sind Polstermöbel aus Deutschland und Europa – kurze Transportwege, Rohstoffe aus zertifizierten Quellen und eine solide handwerkliche Verarbeitung sind hier die Vorteile. Billig-Importe aus Fernost stellen hingegen ein Problem dar. Sie sind oft unter wenig umweltfreundlichen Bedingungen produziert, eventuell mit Schadstoffen belastet und haben einen langen Transport über das Meer hinter sich.

QUALITÄT ZAHLT SICH AUS

Die Sitzmöbel sollten den Nutzungsbedürfnissen angepasst sein. Spezielle Bezugstoffe für Objektmöbel sind pflegefreundlich und strapazierfähig. Ein zeitlos-klassischer Stil mit gedeckten Farben ermöglicht eine Nutzung über viele Jahre. Saisonale Trends setzt man gezielt mit Textilien und Deko. Der Polstermöbelspezialist Max Winzer, Kompetenz-Partner des DEHOGA Bayern, beschäftigt sich intensiv mit dem Thema nachhaltig Einrichten und verfügt über langjährige Erfahrung im Objektbereich. So legt der Hersteller großen Wert auf die Verwendung regionaler Rohstoffe, ist FSC-zertifiziert und bestrebt mit dem Firmenstandort in Oberfranken Arbeitsplätze in der Region zu halten. Jedes Möbelstück wird kundenspe-

zifisch gefertigt, sogar eigene Bezugstoffe sind möglich. Max Winzer polstert auch alte Möbel auf und bezieht sie neu, das schont Budget und Ressourcen. Wer Nachhaltigkeit in seiner Unternehmensphilosophie verankert hat und bei der Einrichtung keine Kompromisse eingehen möchte, für den bietet Max Winzer mit der Nature Collection ein einzigartiges Konzept: Für diese Kollektion werden ausschließlich Materialien auf Basis nachwachsender Rohstoffe verwendet – statt herkömmlichem Kaltschaum auf Erdölbasis, Kaltschaum auf Pflanzenölbasis, Polyesterwatte aus reiner Baumwolle und Stoffe aus Baumwoll-Leinengemisch.

NACHHALTIG, LANGLEBIG UND SENSIBEL VERARBEITET.

Der werkseigene Showroom bietet die Möglichkeit, neue Polstermöbel live zu erleben und sich von Sitzkomfort und Haptik zu überzeugen – eine gute Gelegenheit ist hierfür die alljährliche Hausmesse, die dieses Jahr vom 22. bis 27. September stattfindet.



Nähere Informationen unter:
www.max-winzer.de

Beratung unter:

Max Winzer GmbH & Co. KG
Großheirather Straße 1
Nico Hofmann
e-Mail: nico.hofmann@max-winzer.de
Telefon 09565/798-25
96253 Untersiemaun



IM GESPRÄCH MIT SARAH WIENER

„ES IST SCHON
ERSTAUNLICH, WIE
GUT WIR MENSCHEN
IM VERDRÄNGEN SIND“

ZUR PERSON

Sarah Wiener wurde 1962 im westfälischen Halle geboren. Sie wuchs abwechselnd bei ihren seit 1964 geschiedenen Eltern auf. Wiener hat die Schule kurz vor dem Abitur abgebrochen, ist jahrelang durch Europa getrampt, wurde 1980 Mutter ihres Sohnes und lebte zeitweise in Berlin. Dort arbeitete sie schließlich in der „Exil“-Küche, lernte die Grundlagen des Küchenhandwerks und machte sich schließlich einen Namen als selbständige Cateringköchin für Familienfeste und Events. In den folgenden Jahren hatte Wiener zahlreiche TV-Auftritte in verschiedenen Talk- und Koch-Shows. Darüber hinaus engagiert sie sich im Naturschutz und setzt sich für die Belange einer natürlichen, an ökologischen Gesichtspunkten ausgerichteten Ernährungskultur ein. Bei der Wahl zum Europaparlament 2019 kandidierte sie als Parteilose für die österreichischen Grünen und wurde zur Abgeordneten gewählt.



Fernsehköchin, Restaurant-Besitzerin, Autorin, Unternehmerin, inzwischen sogar Politikerin – Sarah Wiener hat viele Talente. Seit mehr als zwei Jahrzehnten ist die 56-Jährige in der Welt unterwegs, produziert eigene Produkte und engagiert sich für gesunde Ernährung und Nachhaltigkeit. Im Gespräch mit „Gastgeber Bayern“ erzählt sie, worauf sie dabei besonders Wert legt.

Frau Wiener, herzlichen Glückwunsch zu Ihrem Einzug ins Europäische Parlament. Was ist denn Ihre aktuelle Berufsbezeichnung? Politikerin, Köchin, TV-Star, Autorin, Unternehmerin?

Da ich vom Parlament bezahlt werde, wird das wohl Politikerin sein.

War Ihr Gang in die Politik Wunsch oder Notwendigkeit?

Es ist ein notwendiger Versuch.

Als Politikerin wollen Sie sich unter anderem für den Ausbau der Biolandwirtschaft einsetzen. Über die Jahre hinweg haben viele den Bezug zu ihren Lebensmitteln verloren. Welche Rolle spielt die Lebensmittelindustrie dabei und wie wollen Sie dem entgegenwirken?

Es ist schon erstaunlich, wie gut wir Menschen im Verdrängen sind. Wir wissen ja, dass die Herausforderungen für die Zukunft immens sind. Wir wissen, wir haben ein Ressourcenproblem und wir wissen, wir haben ein riesen Klimaproblem, ein Wasserproben- und Bodenprobenproblem. Wir leben vom Lebendigen. Das Beste, was wir tun können, ist im Einklang mit der Natur zu leben und nicht Krieg gegen sie zu führen. Einige denken, die Lösung könnte mehr Künstlichkeit in unseren Lebensmitteln sein. Mehr Gift

auf dem Acker, mehr Mineraldünger, mehr Chemie, mehr Mikronährstoffe in Speisen aus dem Labor. Ich denke, dass dies absolut keine Lösung sein wird. Es sei denn, wir wollen Cyborgs werden. Die Natur erdet uns und macht uns zufrieden und ausgeglichen. Ich empfehle jeder und jedem, sich mehr mit der Natur zu verbinden, auf der Terrasse Kräuter und Tomaten zu ziehen. Blumen und Sträuchern beim Wachsen zuzusehen. Wenn es geht, selber Lebensmittel anbauen und daraus kochen. Das ist einfach eine pure Freude und erfreut die Seele – und den Darm.

Man hat manchmal den Eindruck, dass es vielen nicht einmal Wert ist, für ihre Kinder vernünftiges Schulessen zu servieren. Wo sollen wir in der Debatte dann überhaupt ansetzen?

Es ist einem der reichsten Länder der Welt nicht würdig, gerade bei unseren geliebten Kindern zu knausern und ernährungsbedingte Krankheiten dadurch zu befördern, dass wir ihnen nicht die Möglichkeit geben, sich vollwertig zu ernähren. Das Essen ist der Grundpfeiler unserer Existenz, unserer Gesundheit. Ohne Gesundheit ist alles nichts. Wir wollen doch alle das Beste für unsere Kinder: Geben wir ihnen zumindest das Gute.

Privat sowie geschäftlich stehen Sie für ausgewogene sowie gesunde Ernährung. Vegetarische und vegane Ernährung werden oft mit Nachhal-

tigkeit gleichgesetzt. Wieso ist das in unseren Köpfen so verankert?

Ausgewogene vegetarische Vollwertkost ist sehr gesund. Auch einige Wochen auf jegliches tierische Eiweiß zu verzichten, tut den allermeisten Menschen spürbar gut. Zudem sind pflanzliche Lebensmittel so viel spannender und vielfältiger als einfach nur Fleisch. Zwischen „Nestlé-Veganern“, die meist stark verarbeitete Nahrungsmittel aus der ganzen Welt konsumieren und frisch-kochenden Fleischverzichtern ist aber auch noch ein Kilometer Unterschied. Es gibt nicht eine einzige klare Definition, die das gesamte Ernährungsverhalten eines Menschen umschreibt.

Sind Vegetarier und Veganer die verantwortungsvolleren „Esser“?

Es gibt viele, die aus Sorge und Verantwortung unserer Erde und dem eigenen Körper gegenüber ihr Essverhalten ändern. Es gibt aber auch viele, die vegan schick finden und gleichzeitig dicke Autos fahren und jede Woche neue Klamotten kaufen. Wir leben in einer Zeit der Verführung und des Konsums. Das falsche Verhalten wird erleichtert, das richtige bestraft. Ich denke, die Politik muss die Rahmenbedingungen so setzen, dass wir alle mit Freude mehr vom Guten tun wollen.

Wie sehen Sie Trends wie Paleo oder ketogene Ernährung?

Wenn Sie schwer krank sind, verstehe ich jede Diät. Wenn nicht, nicht. Mal im Ernst: Sitzt das Problem wirklich im Darm oder doch eher im Hirn?



„DAS BESTE, WAS WIR TUN KÖNNEN, IST IM EINKLANG MIT DER NATUR ZU LEBEN UND NICHT KRIEG GEGEN SIE ZU FÜHREN.“

Wurde in Ihrem Elternhaus selbst gekocht und Wert auf Esskultur gelegt?

Ja. Damals kochten arme Haushalte frisch: viel Brot, viel Milch, viel Brei. Wir deckten zusammen den Tisch und wuschen zusammen ab. Gibt es etwas Kommunikativeres?

In der Uckermark betreiben Sie seit 2015 zusammen mit Partnern einen Biohof mit Futter- und Getreideanbau sowie Rindern und eigener Schlachtung.

Wir wollen Fleisch essen, möchten uns aber von dem Prozess des Schlachtens möglichst distanzieren. Eigentlich paradox. Wir haben auf Gut Kerkow die Warmschlachtung wieder eingeführt, um traditionelles Handwerk zu

bewahren und zu befördern. Wenn wir nicht mehr verbunden sind mit dem Boden und den Tieren, dann haben wir auf das Leben einen nur sehr eingeschränkten Blick – und jeder ist schnell überzeugt, dass der seinige der einzig allumfassende und seligmachende ist.

Vor etwa zehn Jahren haben Sie im Rahmen einer Fernsehsendung Kinder beim Schlachten von Kaninchen helfen lassen. In den Medien gab es einen Aufschrei. Ging das rückblickend zu weit oder ist es für einen bewussten Umgang mit Lebensmitteln unerlässlich?

Fakt ist, die Kinder von damals sind nun erwachsen und dankbar für dieses Ernährungscamp und den allumfassenden Ansatz. Auf dem Land haben früher Vierjährige bei einer Kuhschlachtung ohne pädagogische Betreuung zugesehen. Lassen wir doch die Kirche im Dorf. Wenn wir Fleisch essen wollen, sollten wir wissen, dass dieses nicht in der Tiefkühltruhe wächst.

In vielen Bereichen Ihres Lebens sind Sie Autodidaktin, so zum Beispiel beim Kochen. Auch in die Politik





SARAH WIENER STIFTUNG

Im Einsatz für gesunde und aufgeweckte Kinder

„Für gesunde Kinder und was Vernünftiges zu essen“ – unter diesem Motto engagiert sich die Sarah Wiener Stiftung seit 2007 für praktische Ernährungsbildung. Im Rahmen verschiedener Projekte erleben Kinder und Jugendliche, wie viel Spaß es macht, ausgewogen, genussvoll und nachhaltig zu essen. Ziel ist es, aus Kindern aufgeklärte Esser zu machen. Im Zeitalter von Fertigprodukten, Lieferdiensten und Ressourcenknappheit ist Wissen über Lebensmittel und deren Zubereitung wichtiger denn je – doch in vielen Haushalten leider rar. Dieser Entwicklung möchte die Stiftung mit ihrer Arbeit entgegenwirken. Gefördert werden sollen jedoch nicht nur die Ess- und Kochkultur, die Gesundheit und das Sozialverhalten der Kinder und Jugendlichen, sondern auch die Umwelt, das Klima und die biologische Vielfalt. Die gemeinnützige, operative Stiftung mit Sitz in Berlin sucht deshalb die Zusammenarbeit mit Bio-Bauernhöfen, den ökologischen Anbauverbänden und der Lebensmittelwirtschaft sowie gleichgesinnten Initiativen und der Politik.

Weitere Informationen unter www.sw-stiftung.de

gehen Sie als Quereinsteigerin. Ist es genau diese Eigenschaft, die Sie unvoreingenommen und beherzt an neue Dinge herangehen lässt?

Es hilft dabei, Vorgänge und Vorgaben unvoreingenommener zu betrachten.

Woher nehmen Sie dieses Selbstvertrauen?

Ich kann mich nur selbst demütigen. Die Zufriedenheit und die Möglichkeiten einer Entfaltung liegen alle in mir selbst.

Haben Sie einen Wunsch an Ihre Kolleginnen und Kollegen aus der Gastronomie?

Nicht aufgeben und frisch selber kochen. Am besten regional und saisonal. Die Liebe, die in das Kochen fließt, die essen wir mit.

Was war Ihr schönstes Wirtshauserlebnis?

Ich hatte eine Menge toller Erlebnisse. Von

der Offenheit und Liebesswürdigkeit der Bedienung bis zur hervorragenden Küche.

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

Bei frischem Fisch, bei warmen Mehlspeisen, bei reifen saftigen Früchten.

Gibt es auch ein absolutes Lieblingsessen?

Nein.

Aber ein Lieblingsgetränk?

Quellwasser, frisch aus dem Bach.

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

Das wollte ich schon immer mal sagen: Bitte, bitte keine Plastikmatratzen und Kunstfaser-Leintücher, dank denen man permanent schwitzt, weil sie so praktisch und hygienisch sind! Menschen, die noch Körpergerüche besitzen, finden das grauenhaft. Es ist einfach

ein Graus, darin zu schlafen! Nicht jeder ist inkontinent oder will sich wie im Krankenhaus fühlen. Und bitte, bitte gute Matratzen, die nicht durchlegen sind. Hundert Polster braucht auch keiner. Lieber ein hartes und ein weiches für verschiedene Schlafgewohnheiten. Bitte keine Raumdüfte oder stark riechenden Putzmittel! Bitte keine Klimaanlage, die sich nicht abschalten lassen. Bitte keine Pappwände, durch die man den Nachbarn schnarchen hört und Fenster, die man nicht öffnen kann. Alles andere ist Körperverletzung in meinen Augen. Und warum auch alle Fünf-Sterne Hotels nur noch H-Milch anbieten oder die länger haltbare? Warum nur Industrie-Marmelade und Industrie-Brötchen, wo es doch so tolle Handwerksbäcker gibt?

Gibt es etwas, was Sie in einem Hotelzimmer besonders schätzen?

Ruhe. Bettwäsche aus 100 Prozent Baumwolle, unbehandelt. Individualität. Frische Luft. Hohe Räume, einen Gang, der nicht endlos ist. Große Fenster und nicht zu viel Nippes.

Die Fragen stellte Vanessa Brand

Bayern Tourist GmbH | Termine

SEPTEMBER

Generation Y und Z – pragmatisch und zielorientierte Führung	11.09.2019
Konflikt kompetent meistern	12.09.2019
DSGVO – Was ist zu tun (Nürnberg)	16.09.2019
Erfolgreiche Instagram-Promotion für Gastgeber (Nürnberg)	16.09.2019
Das 1 x 1 der PR	16.09.2019
Persönlichkeitsentwicklung für Führungskräfte I	17.09.2019
Mitarbeitermotivation im Housekeeping	18.09.2019
Stimmt die Kasse?	24.09.2019

OKTOBER

Feedbackmanagement Folge/Advanced	01.10.2019
Stimmt die Kasse? (Nürnberg)	07.10.2019
Yield Management für Einsteiger	08.10.2019
Mitarbeiterführung- Personalwesen II	08.- 10.10.2019
Aufzeichnungspflicht	14.10.2019
Führungsakademie: Führungskompetenz II	15./16. 10.2019
Führungsakademie- Intensiv und Praxistag	17.10.2019
Revenue- Management & Dynamic Pricing für Anwender und Professionals	21.10.2019
Allergenmanagement	21.10.2019
DSGVO-Aufbauseminar (Nürnberg)	21.10.2019
Online- & Social Media- Marketing (Nürnberg)	22.10.2019
Q-Seminar	22./ 23.10.2019
Housekeeping- Das perfekt gecheckte Zimmer	24.10.2019

NOVEMBER

Gastgewerbliche Betriebswirtschaft Baustein II	06. – 08.11.2019
Stimmt die Kasse? (Passau)	12.11.2019
DSGVO - Was ist zu tun?	13.11.2019
Führungsakademie – Führungskompetenz III	13.-14.11.2019
Onlinebewertung	18.11.2019
Q-Seminar	18./ 19.11.2019
Q-Refresher-Seminar	20.11.2019
Erfolgsfaktor Feedback-/Beschwerdemanagement (Nürnberg)	21.11.2019
Fremdfirmen im Housekeeping	25.11.2019
Zusatzverkauf in der Gastronomie	26.11.2019

DEZEMBER

Businessplan	02.12.2019
Grundlagen der Lebensmittelhygiene	03.12.2019
WOW! Service mit Herz und Leidenschaft	03.12.2019
Persönlichkeitsentwicklung für Führungskräfte II	04.12.2019
DSGVO – Was ist zu tun? (Passau)	09.12.2019



Weitere Informationen unter

 www.btg-service.de/seminare

 konferenz@btg-service.de

 089 / 280 98 99

30-JÄHRIGES KULTPROJEKT VON GASTRONOMIE-PROFIS FÜR KINDER

„Europa Miniköche“ in Bayern

Weit mehr als 10.000 Kinder durften in über 400 Gastronomieküchen mit Profiköchen kochen und echte Geheimtipps erfahren. Denn Ziel des Projekts „Europa Miniköche“ ist es, Kindern im Alter von 10 und 11 Jahren das Kulturgut Essen und Trinken näher zu bringen. Sie lernen in einem Zeitraum von 2 Jahren in monatlichen Treffen spielerisch und praxisnah Lebensmittel und deren Ursprung zu erkennen. Genussvoll lernen die Miniköche in Kleingruppen, wie wichtig die Ernährung für die Gesundheit ist. Der DEHOGA Bayern ist übrigens Gesellschafter der gemeinnützigen GmbH.

BAYERISCHE MINIKOCHGRUPPEN MIT 245 MINIKÖCHEN

Bad Griesbach
Eching
Hersbruck
Isarwinkel
Montessori Forchheim 4
Montessori Forchheim 3
Ostbayern – Burg Falkenstein
Ostbayern – Hofenstetten
Ostbayern – Regensburg
Ostbayern – Ulrichshof Cham
Rothenburg ob der Tauber
Viktalienmarkt
Niederbayern
Landshut
Schnellendorf

Vom Minikoch zur Koch-Ausbildung

Und das Projekt wirkt nachhaltig: zum Beispiel fing ein ehemaliger Minikoch aus der Gruppe der Gastronomin Manuela Heizler aus Cham im Jahr 2018 seine Kochausbildung im Landhotel Birkenhof an. Hubert Obendorfer gründete daraufhin gleich selbst mehrere Minikoch-Gruppen, der beste Weg, um sich frühzeitig um begeisterten Nachwuchs zu kümmern. Aber auch Manuela Heizler lassen die Miniköche nicht los, sie engagiert sich ehrenamtlich übergeordnet auf bayerischer Ebene.

Ihr Fazit ist eindeutig: „Kinder, die spielerisch kochen lernen, lernen für’s ganze Leben. Denn im Team zu kochen, bei großen Veranstaltungen dabei zu sein und nicht selten auch in der Zeitung zu stehen, ist etwas Unvergessliches für jeden Minikoch, jede Miniköchin und deren Eltern. Ein großartiges Projekt, mit dem kreative Gastronomen jungen Menschen Werte und Liebe zur Esskultur vermitteln.“

Pro Landkreis eine Gruppe

Um den Gruppen Exklusivität in ihrer Region und auch eine höhere Attraktivität in der Presse zu gewährleisten, haben sich die Organisatoren darauf verständigt, dass es in jedem Landkreis Bayerns in der Regel nur eine Minikoch-Gruppe geben sollte.

Ablauf der Minikoch-Gruppen



Doch was erwartet die jungen Miniköche? Insgesamt finden 20 Monatstreffen statt, an denen den Kindern insgesamt über 80 einzelne Komponenten in Küche und Service vermittelt werden. Eine Oecotrophologin, ein Ernährungsberater/in oder eine andere kompetente Person aus dem Bereich Ernährung/Umwelt/Selbsterzeuger muss für die Theoriestunde zur Verfügung stehen. Als exklusiver Gesundheitspartner steht hierbei die Barmer GEK unterstützend zur Seite und finanziert die Ernährungsfachkräfte. Jede Gruppe bekommt im Internet Seiten eingestellt, in denen sie ihr eigenes Fotoalbum, ihre Partner, die Termine für die Aktionen und Monatstreffen einpflegen kann.

Weitere Informationen unter www.minikoeche.eu

Doch wie entsteht eine Minikochgruppe? Engagierte Gastronomen können eine Regionalgruppe gründen und öffnen damit den Kindern zwei Jahre lang ihre Küchen und Gasträume. Meist bestehen die Gruppen aus bis zu 24 Kindern, die die Gastronomen alleine oder auch jederzeit mit geeigneten Kollegen aus dem gleichen Landkreis leiten und führen können. So wird zum Beispiel in Regensburg die Gruppe „Ostbayern-Regensburg“ sogar von drei Teamleitern betreut und somit die Aufgabe auf mehrere Schultern verteilt, auch unterstützen mehrere Gastronomen das Projekt.

KONTAKT FÜR INTERESSIERTE:



Katja Herrscher
Leiterin Europa
Miniköche Bayern
Telefon 089/28760-118
k.herrscher@dehoga-bayern.de



Manuela Heizler
Ehrenamtliche Betreuerin
Europa Miniköche Bayern
Telefon 0171/3742569
manuela@heizler-vps.de

KLASSIFIZIERUNG VERHILFT HOTELBETRIEBEN ZU BESSEREN UMSÄTZEN

GEPRÜFTE QUALITÄT ZAHLT SICH AUS

RUND 6 VON 10 GÄSTEN SUCHEN INFORMATIONEN ZU IHREM URLAUB VORRANGIG AUF DEN INTERNETSEITEN DER UNTERKÜNFTE UND DER TOURISMUSORGANISATIONEN SOWIE IN GESPRÄCHEN IM FREUNDKREIS, MIT BEKANNTEN UND VERWANDTEN. STUDIEN DES DEUTSCHEN WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTLICHEN INSTITUTS FÜR FREMDENVERKEHR (DWIF) SOWIE AKTUELLE ANALYSEN DES PORTALS TRUSTYOU MACHEN DEUTLICH, DASS KLASSIFIZIERTE BETRIEBE IN ZUSAMMENHANG MIT POSITIVEN BEWERTUNGEN DIE KLAREN GEWINNER AM MARKT SIND.

Die bundesweite Zufriedenheitsskala des Fachportals, der sogenannte TrustScore, hat sich auch 2018 positiv entwickelt. So stieg die Gästezufriedenheit gegenüber 2017 um 0,7 auf 83,5 Punkte (mögliches Maximum: 100 Punkte). Mit einem Wert von 86,6 ist Bayern nach wie vor absoluter Spitzenreiter unter den deutschen Tourismusregionen. Interessant ist auch der Blick in die Destinationen: Der Chiemgau verteidigt seinen Titel als „Deutscher Meister der Gästezufriedenheit“ in der Kategorie Service. In der Kategorie Zimmer schneiden das Allgäu und Berchtesgadener Land am besten ab, während die Gäste mit dem Hotel in der Alpenregion Tegernsee Schliersee am zufriedensten waren.

Die TrustYou-Analysen machen deutlich, dass alle Beteiligten von Bewertungen profitieren können: Der Gast erhält einen guten Überblick und spart den Vergleich auf verschiedenen Plattformen, die Betriebe wiederum können die Ergebnisse der Portale gesammelt auf der eigenen Innenseite einbinden und erhalten darüber hinaus ein Management-Tool, um Bewertungen effizient zu analysieren bzw. zu vergleichen. Die Destinationen und die Reisevermittler profitieren ebenfalls, weil sie die Qualität der Betriebe nach außen darstellen können.

Offizielle Qualitätssiegel, wie beispielsweise die Deutsche Hotelklassifizierung sind beim Kunden bekannte und vertraute Entscheidungshilfen. Studien besagen, dass die objektiven Sterne, wie die der Deutschen Hotelklassifizierung, dem Gast anhand seiner preislichen und qualitativen Vorstellung erlauben, eine Vorauswahl aus dem umfangreichen Angebot zu filtern. Davon profitieren vor allem die Hoteliers. Ist die Vorauswahl getroffen, ziehen zwei Drittel aller Gäste Online-Bewertungen für die finale Entscheidungen heran. Der Gast hat es längst verstanden, sich der Möglichkeiten im Online-Bereich zu bedienen und sichert sich mit bekannten Qualitätssiegeln bei seiner Wahl ab.

Vor diesem Hintergrund bietet die Deutsche Hotelklassifizierung, die in Bayern von der Bayern Tourist GmbH (BTG) begleitet wird, weiterhin eine verlässliche Qualitätsaussage. Das Klassifizierungsteam der BTG

nimmt sich dabei die nötige Zeit, in den Betrieben vor Ort beratend zur Seite zu stehen und gemeinsam wertvolle Tipps zur stetigen Verbesserung des Gästekomforts und Gästezufriedenheit zu besprechen. Sterne sind ferner weltweit anerkannte und bekannte Kurzbotschaften zur Charakterisierung des Angebots eines Hotels. In Zeiten zunehmender Gästebewertungen im Internet gewinnen sie sogar an Relevanz für den Verbraucher.

Der Kriterienkatalog der Hotelklassifizierung kommt mittlerweile in 17 europäischen Ländern zum Einsatz und befindet sich derzeit in der Fortschreibung. Der neue vorläufige Kriterienkatalog wurde im Juni zur Diskussion und zur Prüfung veröffentlicht. Er wird voraussichtlich zum Jahreswechsel in Kraft treten und deutlich schlanker sowie flexibler gestaltet werden. Inhaltlich greift der neue Kriterienkatalog die fast alle Hotelbereiche durchdringende Digitalisierung und die immer mehr auch in den Gästefokus rückenden Nachhaltigkeitsaspekte auf. Mit diesem Wandel geht die Deutsche Hotelklassifizierung auf die Veränderungen in der Branche ein, um damit auch in Zukunft eine verlässliche und transparente Orientierungshilfe zu gewährleisten.

Die Kosten für die Klassifizierung beinhalten den Besuch von zwei unabhängigen Branchenprofis vor Ort und die Möglichkeit, dabei von wertvollen Tipps und neuen Ideen zu profitieren. Das objektive Qualitätssiegel behält drei Jahre seine Gültigkeit und muss dann erneuert werden. Die Betriebe nutzen in diesem Zeitraum auch die europäische Marketingplattform von Hotelstars.eu.



79,4

TrustScore bei Betrieben
ohne Zertifizierung

83,1

TrustScore bei Betrieben
mit Deutscher Hotelklassifizierung

Tanja Bessel
Leiterin Produktmanagement

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

JETZT NEU: MYSTERY-CHECK VOM PROFI

www.btg-service.de

 **BTG** | Bayern
Tourist
GmbH

SERVICE QUALITÄT FÜR MEHR GÄSTEZUFRIEDENHEIT

BESSER WERDEN LEICHT GEMACHT

IHR BLICK
DURCH DIE
GÄSTEBRILLE!

Buchen Sie jetzt den PLUS-CHECK,
profitieren Sie von einem neutralen
Blick von außen

Foto: iStockphoto/NoSystem-images



ServiceQualität
DEUTSCHLAND



**ALS PROZESSAUSLÖSER,
ALS IDEENGEBER:**

SERVICEQUALITÄT
DEUTSCHLAND

www.q-deutschland.de

VORAUSSCHAUENDE UNTERNEHMENSFÜHRUNG
 IN DER GASTRONOMIE UND HOTELLERIE

FAKTOREN FÜR DEN NACHHALTIGEN ERFOLG

DAS GASTGEWERBE IN BAYERN IST GEPRÄGT VON KLEINEN UND MITTELSTÄNDISCHEN, MEIST FAMILIENGEFÜHRTEN BETRIEBEN, DIE PER SE NACHHALTIG SIND, DA SIE IN GENERATIONEN DENKEN UND NICHT IN QUARTALSERGEBNISSEN. DIE VIELEN UNTERSCHIEDLICHEN UND INDIVIDUELLEN UNTERNEHMEN, DIE OFT MIT HERZBLUT UND GROSSEM ENGAGEMENT GEFÜHRT WERDEN, PRÄGEN DIE MARKE DER „BAYERISCHEN GASTLICHKEIT“ UND SIND TEIL DES TOURISTISCHEN ERFOLGS BAYERNS. WIE BETRIEBE NACHHALTIG ERFOLGREICH BLEIBEN UND HERAUSFORDERUNGEN WIE FACHKRÄFTEMANGEL UND DIGITALISIERUNG BEGEGNEN KÖNNEN, ERKLÄRT ISABELLA HREN, VORSTAND DER BAYERISCHEN GASTGEBER AG UND GESCHÄFTSFÜHRERIN DER BTG.



Wirft man einen Blick auf langfristige erfolgreiche Unternehmen der Branche, wird rasch klar, dass einzelne Erfolgsfaktoren zueinander in gewisser Wechselbeziehung stehen oder einander bedingen. Zahlreiche Betriebe sehen sich durch die rasante Entwicklung am Markt mit großen Herausforderungen konfrontiert. Positive Beispiele segeln mit dem Wind, nutzen Trends für zusätzliche Angebote, erschließen neue Zielgruppen oder verwenden neue Technologien, um effizienter zu werden. Teilweise ist die Unübersichtlichkeit der Angebote zeitaufwendig und die Wahl des richtigen Partners für die Vorhaben herausfordernd. Der DEHOGA Bayern unterstützt seine Mitgliedsbetriebe beispielsweise im Rahmen des Partnermodells mit mehr als 100 qualitätsgeprüften Firmen der Zulieferindustrie, spricht mit Start-ups und kennt neue Entwicklungen am Markt.

Modernisierung und Vereinfachung von Arbeitsabläufen wird ein immer wichtigeres Thema in Bezug auf den Fachkräftemangel. Ausgebildete und motivierte Mitarbeiter sind schwer zu finden und zu halten, was den Druck auf eine professionelle Betriebsführung zusätzlich erhöht.

AUS SICHT DER MITARBEITER

Das Einbinden und fachkundige Führen von Mitarbeitern gilt als Voraussetzung, wenn Teams nachhaltig zusammen arbeiten sollen. Die Aufgabe des Unternehmers dabei ist es, die Rahmenbedingungen dafür zu schaffen – zum Beispiel mit professioneller Mitarbeiterführung, Weiterbildung und Förderung von Gemeinschaft. Dabei gilt es, die Bedürfnisse der Mitarbeiter im Fokus zu behalten und Grundvoraussetzungen wie rechtzeitige Dienstplanung, Einhaltung von Ruhezeiten und leistungsbe-

zogene Bezahlung sicherzustellen. In der personalintensiven Branche des Gastgewerbes ist das oft schwierig – macht sich jedoch bezahlt, denn der Faktor Mensch ist das Unterscheidungskriterium für eine nachhaltige Kundenentscheidung schlechthin. Wer eine unverwechselbare, individuelle Service-Qualität bietet, darf sich langfristig über mehr Gäste und höhere Preisdurchsetzung freuen.

MIT DER KUNDENBRILLE

Der Gast vergleicht seine Erwartungshaltung mit dem wahrgenommenen Erlebnis – stimmen diese überein, entsteht ein Qualitätsempfinden. Ein weiteres Argument ist es, darauf zu achten, was Betriebe nach außen kommunizieren, wie sie sich in der Werbung, im Marketing und online präsentieren. Auch was Gäste über die Unternehmen im Netz schreiben ist wettbewerbs- und erfolgsentscheidend.

Bei dem Blick auf die Best-Practice-Betriebe wird klar, dass Konzeptklarheit, die mit einem hohen Qualitätsanspruch und Authentizität verfolgt wird, zum nachhaltigen Erfolg führt. Dabei spielen zielgruppenspezifische Angebote, Dienstleistungsqualität und Qualitätssicherung ebenso eine Rolle. Vor allem kleinere Betriebe sehen sich bei der Umsetzung mit fehlenden Ressourcen und Know-how konfrontiert. Unterstützung bringen Ideengeber und Problemlöser mit pragmatischem Ansatz wie ServiceQualität Deutschland.

DER UNTERNEHMER-BLICK

Langfristig erfolgreich sind Unternehmen, deren Chefs professionell und unternehmerisch agieren. Das beinhaltet vorausschauendes Planen, strategisches Denken und kompetente Umsetzung. In der praktischen Realisierung bedeutet das unter anderem, sich Freiräume für die unternehmerischen Aufgaben zu schaffen, den Einkauf zu steuern, Kalkulationen zur Preisfindung einzusetzen, seine Fixkosten zu kennen, Einsparungspotenzial zu nutzen und sich fortlaufend mit den wirtschaftlichen Ergebnissen auseinanderzusetzen. Das gelingt mit Weiterbildung und der Inanspruchnahme von Expertenwissen wie zum Beispiel DEHOGA-Bayern-Beratungsleistungen im Rahmen der Mitgliedschaft, Beratungs- und Weiterbildungsangeboten der BTG und HOGA-Beratungsgesellschaft sowie mit Branchenpartnern.

ZUKUNFTSPERSPEKTIVE

Aus den Gesprächen von mehr als 500 Blitzlicht-Beratungen im vergangenen Jahr und den Rückmeldungen aus den Bezirken wird klar, dass in rund 15 Prozent der gastgewerblichen Betriebe in Bayern in den nächsten Jahren eine Betriebsübergabe ansteht. Um für die nächsten Generationen nachhaltig erfolgreiche Betriebe zu erhalten, sind bei der Planung der Betriebsnachfolge zahlreiche Aspekte zu beachten. Jedenfalls ist es relevant, rechtzeitig mit den Überlegungen und der Planung

zu beginnen. Eine erfolgsversprechende Nachfolge sollte jedenfalls unter rechtlichen und steuerrechtlichen Gesichtspunkten mit Fachleuten besprochen werden, die individuelle und auf den Betrieb abgestimmte Szenarien aufzeigen. Hilfreich ist darüber hinaus ein Wirtschaftsmediator, der zwischen den Beteiligten – oft auch Generationen – vermittelt sowie dabei unterstützt, die Vorstellungen aller zu berücksichtigen. Betriebsübergaben sind nur mit externer Unterstützung von Profis in den unterschiedlichen Bereichen erfolgreich zu meistern.

DIE LEISTUNGEN 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

- Über 90 offene Seminartage
- in den Bereichen Betriebswirtschaft, Verkauf, Marketing, Service und Dienstleistungen, HSK, Mitarbeiterführung sowie Qualitätsmanagement
- Schulungen in den Betrieben
- Bayerischer Wirte- und Unternehmerbrief
- Ausbildung zum Qualitäts-Coach
- Mystery Checks: der Plus-Check vom Profi für Hotels und NEU Gastronomie

KOOPERATIONEN

STARKE PARTNER AN DER HAND

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

BERATUNGS-SERVICE

MEHR WISSEN, MEHR ERFOLG

- Blitzlicht: Potenzial- und Schwachstellenanalyse, Kurzbericht, Praxistipps
- Berater-Tage: fachspezifisch, thematisch
- Berater-Package: z.B. Unternehmensnachfolge

DIE DEUTSCHE ALPENSTRASSE – „ROUTE 66“ DER BAYERISCHEN ALPEN

TRAUMROUTE MIT ENORMEM POTENZIAL

Vom Ostufer des Bodensees bis zum Königssee im Berchtesgadener Land schlängelt sich eine der beliebtesten Ferienstraßen der Republik – die Deutsche Alpenstraße. Auf insgesamt 450 Kilometern warten atemberaubende Panoramablicke, unzählige Schlösser, traumhafte Seen, kulinarische Köstlichkeiten und jede Menge Ausflugsmöglichkeiten. Der ADAC Südbayern hat sich in den vergangenen Jahren für eine durchgängige und einheitliche Beschilderung dieser Landschaftsroute stark gemacht, die von allen Landkreisen umgesetzt wurde.

Im folgenden Beitrag schildern vier Interviewpartner aus unterschiedlichen touristischen Bereichen die Besonderheiten und das Potenzial der Deutschen Alpenstraße aus ihrer Sichtweise.



Klaus Stöttner, MdL, Präsident Tourismus Oberbayern München e.V. und Tourismuspolitischer Sprecher der CSU-Landtagsfraktion sowie Mitinitiator des Beschilderungskonzepts



Stefan Fredlmeier, „Tourismusdirektor Füssen im Allgäu“ und „Tourismusbeirat Verein Bayerische Fernwege“



Landschaftsrouten-Experte Bernd Lehne



Christiane Irlinger, Geschäftsführerin Naturhotel Reissenlehen, Bischofswiesen



Welche Bedeutung haben sogenannte Landschaftsrouten und deren durchgängige Beschilderung?

Stöttner: Touristische Routen liegen im Trend: Einerseits werden Kurzreisen immer beliebter, andererseits ist die Sehnsucht nach Erlebnissen entlang einer vororganisierten Reiseroute stärker denn je zu einem Leit-Thema geworden. Eine durchgängige Beschilderung ist trotz digitaler Navigations- und Routingsysteme nach wie vor ein wichtiges Qualitätsmerkmal. Denn sie bietet dem Reisenden unterwegs die Bestätigung, dass er sich auf dem richtigen Weg befindet und trägt zur Präsenz der jeweiligen Route in den Regionen bei.

Lehne: Als Wohnmobilist weiß ich, dass man auf einer Landschaftsroute nicht rasen will, sondern Genuss-Reisender ist. Der Weg ist das Ziel, weil er ein bestimmtes Thema aufgreift oder tolle Landschaftserlebnisse bietet. Man muss auf der Route immer wieder Informationen vorfinden – als Bestätigung, als Standortinformation und, um interessante Dinge zu erfahren. Dafür ist ein einheitliches Leitsystem mit einem klar definierten Corporate Design das A und O, schließlich geht es um Wiedererkennung.

Fredlmeier: Sie geben in zweierlei Hinsicht Orientierung: Zum einen als attraktive Wegeführung, zum anderen nehmen solche Routen stets spannende Themen auf: seien es Landschaftsbilder, Geschichte, Kultur oder auch Kulinarik. In diesem Sinne verbinden sie oftmals Attraktionen, die man nicht verpassen sollte, wenn man sich einer Region oder einem Thema nähern möchte. Eine einheitliche Beschilderung bringt die Routenführung aus der Beliebigkeit heraus, bildet die Grundlage für eine touristische Vermarktung und weckt die Neugierde von Reisenden, die sich eher zufällig auf der Route befinden. Nicht zuletzt lässt der Routenname schnell darauf schließen, was in besonderer Weise landschafts- oder auch kulturprägend ist.

Irlinger: Das Beschilderungskonzept und die damit verbundene Stärkung der Themenstraße haben dazu beigetragen, dass sie einer breiten Öffentlichkeit bekannt wird. Und dass sie immer beliebter wird, ist für uns als Hotel in der Nähe natürlich super, denn dadurch steigen auch die Übernachtungszahlen.

Was gefällt Ihnen an der Deutschen Alpenstraße besonders gut?

Stöttner: Als „Route der bayerischen Originale“ steht sie für die Essenz, die Bayern in seiner Gesamtheit zu bieten hat. Sensati-

onell ist der Blick von den Höhenstraßen wie dem Kesselberg, dem Sudelfeld oder der Rossfeld-Ringstraße hinaus ins Voralpenland – eine Perspektive, die es in den Zentralalpen so nicht gibt. Außerdem ist sie ein Gegenpol zu den boomenden Transalp-Verbindungen in Nord-Süd-Richtung.

Lehne: Zum einen die Ausrichtung, sie verläuft von West nach Ost. Zum anderen die Vielfalt der Landschaftserlebnisse mit grandiosen Ausblicken, Seen mit hoher Aufenthaltsqualität und Orte, die wie Perlen an einer wunderschönen Kette mit ganz unterschiedlichen Charakteren aneinandergereiht sind.

Fredlmeier: Die Deutsche Alpenstraße nennt sich zurecht die „Route der bayerischen Originale“. Viele Assoziationen und Sehnsüchte, die man gerade in einer Betrachtung aus der Ferne mit Bayern verbindet, werden entlang dieser Route vortrefflich erfüllt.

Irlinger: Sie verbindet alles, was für Bayern steht und wofür es geliebt wird: die spektakuläre Alpenlandschaft, ein reiches kulturelles Erbe und die traditionelle, bayerische Lebensart. Auf ihr lernen die Reisenden Bayern in seiner ganzen Pracht kennen.

Hat die Deutsche Alpenstraße das Potenzial, die bayerische „Route 66“ zu werden?

Stöttner: Den Vergleich mit den großen amerikanischen Traumrouten muss sie keineswegs scheuen. Denn laut Mitgliederbefragung des ADAC ist sie schon jetzt eine der beliebtesten Tourismusrouten und zugleich die älteste Ferienstraße Deutschlands. Außerdem zieht sie – ähnlich wie die „Route 66“ – Jahr für Jahr nicht nur Einheimische an, sondern ist auch als „German Alpine Road“ eine strahlkräftige Produkt-Marke im Ausland – allen voran in den USA.

Lehne: Sie kann sogar zur landschaftlich schönsten Straße Deutschlands werden. Das Potenzial ist 100-prozentig da, es wartet nur darauf, aktiviert zu werden. Mit architektonisch interessant gestalteten Parkplätzen und Haltepunkten, Infrastruktur zum Sitzen und Verweilen sowie E-Ladestationen kann die Straße aufgewertet werden. Großes Vorbild sind für mich die norwegischen Touristenstraßen, die seit einigen Jahren ausgebaut werden.

Fredlmeier: Definitiv hat sie das Potenzial zu einem noch viel stärker und international ausstrahlenden Leitprodukt für Bayern und Deutschland.

Irlinger: Ich glaube, das ist sie bereits.

Weitere Informationen, Tourenvorschläge und eine Übersichtskarte entlang der Gebirgskette unter www.deutsche-alpenstrasse.de

WAS WURDE EIGENTLICH AUS...

...DER REFORM DER EU-TRINKWASSER- RICHTLINIE

NICHT ÜBERALL IN EUROPA IST DIE QUALITÄT DES LEITUNGSWASSERS SO GUT WIE IN DEUTSCHLAND. UM DIES ZU ÄNDERN, HABEN SICH DIE EU-UMWELTMINISTER AUF DIE GEMEINSCHAFTLICHE VERBESSERUNG DER QUALITÄTSSTANDARDS GEEINIGT. DIESER SCHRITT SOLL MIT EINEM FREIEN ZUGANG ZUM TRINKWASSER EINHERGEHEN – AUCH IN RESTAURANTS UND BARS SOLL DAS WASSER MÖGLICHT UMSONST ZUR VERFÜGUNG GESTELLT WERDEN.



„MIR FEHLT BEI DER DEBATTE DER WEITBLICK. DENN DASS MEINE ARBEITSKRAFT AUCH ETWAS WERT IST, WIRD DABEI VÖLLIG AUSSER ACHT GELASSEN. ES IST JA NICHT SO, DASS DER GAST SICH SELBSTSTÄNDIG AM WASSERHAHN BEDIENT – WIE BEI JEDEM ZAHLENDEN GAST BRINGE ICH IHM DAS GLAS WASSER AN DEN TISCH. DABEI WIRD MEIN SERVICE NICHT ENTLOHNT UND AUCH MEIN TRINGKELD LEIDET DARUNTER.“

Kathleen Mai

Mitarbeiterin im Service Effe & Gold, Freising

Nach Schätzungen der europäischen Bürgerinitiative „Right2Water“ haben in Europa sechs bis acht Millionen Menschen keinen gesicherten Zugang zu Trinkwasser oder zu geeigneten Sanitäreinrichtungen. Für 20 Millionen Menschen in Europa gebe es Qualitätsprobleme beim Trinkwasser. Die EU-Kommission hatte daher im vergangenen Jahr Vorschläge für eine Überarbeitung der rund 20 Jahre alten Trinkwasserrichtlinie vorgelegt. Darin ist eine bessere Versorgung auch benachteiligter und armer Menschen vorgesehen. Ziel dabei ist auch, dass weniger Wasser aus Plastikflaschen getrunken wird, um die Müllmassen zu reduzieren.

Zudem soll nicht nur das Produkt Trinkwasser kontrolliert, sondern es sollen Risiken in der gesamten Produktionskette





„Wenn bei mir ein Gast Leitungswasser bestellt, ist es für mich selbstverständlich, dass ich seinen Wunsch erfülle. Bei uns im Tantris erhält er Grandeur-Wasser, wobei die Karaffe nicht berechnet wird. Eine gesetzliche Verpflichtung hierfür sehe ich aber nicht, es sollte Restaurants auch möglich sein, die ihm entstehenden Kosten auf den Gast umlegen zu können.“

Mathieu Mermelstein
Assistant Chef Sommelier Tantris, München



„Dass jeder Gastronom dem Wunsch seines Gastes nach einem Glas Leitungswasser gerne nachkommt, ist ja selbstverständlich. Es ist für mich jedoch absolut inakzeptabel, uns gesetzlich dazu zu verdonnern. Diese geplante Richtlinie ist eine weitere staatliche Ohrfeige für das Gastgewerbe. Wenn die EU ihren Bürgern Zugang zu kostenlosem Trinkwasser ermöglichen will, wieso stellt sie dann nicht öffentliche Trinkbrunnen auf?“

Hans Heldrich
Inhaber Hotel-Gasthof Goldener Greif, Edelsfeld

minimiert werden. Neue Bauvorschriften sollen Schadstoffe aus Leitungen zurückdrängen. Die Versorger sollen zudem Informationen zur Wasserqualität vor Ort leicht zugänglich machen, um das Vertrauen der Bürger zu stärken.

Die EU-Staaten sprachen sich bereits dafür aus, den Zugang zu trinkbarem Wasser generell zu verbessern. Zu diesem Zweck könnten die einzelnen Länder etwa mehr öffentliche Trinkbrunnen und Wasserzapfstellen bereitstellen oder Informationskampagnen über die Qualität des Leitungswassers starten, hieß es. Dass die EU-Kommission ferner vorschlägt, Hoteliers und Gastronomen künftig zu verpflichten, Leistungswasser kostenlos oder maximal gegen Zahlung einer kleinen Servicegebühr anzubieten, wird in der Branche kritisch betrachtet – denn für viele Gastronomen ist der Verkauf von Wasser ein wesentlicher Bestandteil ihrer Kalkulation. Aus Sicht des DEHOGA Bayern ist insbesondere die Preisgestaltung ein hohes unternehmerisches Gut. Das müsse auch so bleiben, fordert der Verband.

In der Gesetzesinitiative werde zwar im Hinblick auf den kostenlosen Ausschank von Trinkwasser nicht wortwörtlich von „Zwang“ gesprochen. Allerdings lasse die Formulierung des Gesetztextes, Mitgliedstaaten müssten „alle erforderlichen Maßnahmen treffen, um den Zugang zu Wasser für den menschlichen Gebrauch für alle zu verbessern“, die Branche aufhorchen, argumentiert der DEHOGA Bayern – zumal das kostenlose Zurverfügungstellen von Trinkwasser in Restaurants explizit als eine der erforderlichen Maßnahmen aufgezählt werde. Laut Verband könnte dies ein Mitgliedstaat dann sehr wohl als Verpflichtung verstehen.

Die Verhandlungen zwischen Parlament und Staaten sollen nun voraussichtlich in der zweiten Jahreshälfte stattfinden, wenn sich das neu gewählte Gremium konstituiert hat. Beide Seiten müssen sich einigen, bevor Änderungen in Kraft treten könnten.

MIT DER MOBILEN HÜTTE QUER DURCH DEN WILDPARK

WALDGEFLÜSTER

THOMAS GSTETTENBAUER VERMIETET DEN GÄSTEN DES WILD-BERGHOFES EINE MOBILE HÜTTE. URLAUB ZWISCHEN WALD UND RUDEL – SO LÄSST SICH DIE BAYERISCHE NATUR HAUTNAH ERLEBEN.



Es ist früh am Morgen. Die Vögel zwitschern auf den Bäumen des Waldes und die ersten Sonnenstrahlen kitzeln im Gesicht. Langsam öffnen die Gäste ihre Augen – und blicken direkt in die eines Hirsches, der sie durch das Fenster ihres Scheunenhäuschens – liebevoll Hyt genannt – beobachtet. Nach dem ersten Schreck ein einmaliges Erlebnis und genau das, nach dem die Gäste des Scheunenhäuschens des Wild-Berghofs in Bernried gesucht haben: Leben und Entspannen in bayerischer Natur.

Das finden sie bei Thomas Gstettenbauer, Leiter des Berghofs in dritter Generation. „Es ist die Mischung aus Natur, Wald und der Nahbarkeit der Tiere, die das Erlebnis in einer Hyt so einzigartig macht“, fasst er sein Konzept zusammen. Sein Hof befindet sich inmitten eines Wildparks am Rande des Bayerischen Waldes. Weitläufige Wälder, imposante alte Bäume und Wildrudel mit 200 Tieren – hier erleben Gäste die Natur in ursprünglicher Form.

Immer mehr Menschen zieht es zum Wild-Berghof nach Bernried. Das freut Thomas Gstettenbauer. Doch Anbauen und somit der beeindruckenden Landschaft schaden, kommt für den 48-Jährigen nicht infrage. Eine Alternative muss her – geboren ist die Idee der Hyt, eines mobilen Scheunenhäuschens. „Die Hyt können wir an unsere Gäste vermieten, und wenn sie nicht gebraucht wird, einfach wieder wegstellen“, erklärt Thomas Gstettenbauer. „So belasten wir nicht die Natur.“ Und die Gäste können ihren Urlaub an ausgewählten Plätzen mitten im Wildpark verbringen: mieten, campen und genießen. Mit seiner Hyt gewann Thomas Gstettenbauer 2018 den „German Design Award“. Und da die Nachfrage immer größer wird, folgen bald zwei weitere Scheunenhäuschen.

Die Gäste der Hyt am Tor zum Bayerischen Wald versorgen sich am liebsten selbst. Denn bei Stockbrot und gebratenen Pilzen kommt am Lagerfeuer eine ursprüngliche

Romantik auf, die Paare, Familien und kleine Gruppen bis zu fünf Personen gleichermaßen begeistert. Alternativ können sie im Gasthof speisen. Auf der Karte finden sie feinste Wildgerichte aus heimischem Wildbestand, angereichert mit regionalen Wildkräutern wie Liebstöckel, Pimpinelle oder Brennnessel.

Das Wissen, wie er seine schmackhaften Gerichte zubereitet, gibt Thomas Gstettenbauer gerne in Kursen an seine Gäste weiter: Messer schärfen, Tiere zerlegen, Hirschgulasch oder Rohpölnische herstellen. Ihm liegt es am Herzen, dass seine Teilnehmer Respekt der Natur, dem Wald und vor allem dem Tier gegenüber empfinden.

PERSÖNLICHE TIPPS VON THOMAS GSTETTENBAUER:



Schloss Egg oder das Kloster Metten sind auf jeden Fall einen Besuch wert. Kulturell empfehle ich den StubnSound und den Kulturstadl bei uns im Haus oder Veranstaltungen im Konzerthaus Blaibach. Sind Sie eher naturinteressiert, bieten sich der Nationalpark Bayerischer Wald oder das Haus zur Wildnis an. Zudem sollten Sie die Glasstraße besuchen. Dort sehen Sie verschiedene Kunstwerke aus Glas – sowohl für Kinder als auch für Erwachsene sehr zu empfehlen. Einzigartig bei uns in der Region sind auch zu Pfingsten der Pfingstritt in Bad Kötzing oder die Rauhächte mit Perchten und Hexen im Dezember und Januar – es gibt keinen Tag, an dem Sie bei uns nichts erleben können. Langweilig wird es bei uns nie!

SEIT RUND EINEM VIERTELJAHRHUNDERT IST SCHLUSS MIT DER ZAUBERKUGEL. DENN SEITDEM GIBT ES REVENUE MANAGEMENT SYSTEME. VIELE VERBINDEN DAMIT „DAS RICHTIGE“. DAS RICHTIGE ZIMMER, DEM RICHTIGEN GAST, ZUM RICHTIGEN PREIS, ZUR RICHTIGEN ZEIT UND ÜBER DEN RICHTIGEN KANAL ZU VERKAUFEN. IM IDEALFALL LÄSST SICH MIT PROFESSIONELLEM REVENUE MANAGEMENT DER UMSATZ UM BIS ZU 8 PROZENT STEIGERN. DER DIENSTLEISTER INFOR WEITET DAS REVENUE MANAGEMENT NUN AUCH AUF VERANSTALTUNGSRÄUMLICHKEITEN AUS.

Ein Veranstaltungsraum bietet mehr Stellschrauben für die Umsatzoptimierung als ein Hotelzimmer. Er kann zwei- oder dreimal täglich für verschiedene Veranstaltungen, jeweils für einige Stunden oder innerhalb einer Woche nur einmal für eine einzelne (Groß-)Veranstaltung verkauft werden.

Wichtig ist, die richtigen KPIs (Key Performance Indicators/Kennzahlen) festzulegen, um die Ertragsleistung des Veranstaltungsbereichs in Ihren Häusern analysieren zu können:

- **Belegung und physikalischer Raum nach Gebiet**
- **Anzahl der Teilnehmer/Gäste**
- **Durchschnittliche Ausgaben jedes Teilnehmers**
- **Umwandlungsrate: bestätigt, verloren, storniert**
- **Nutzungsstunden – Uhrzeit, Tageszeit**

Kombinieren von KPIs für ein reelles Erfolgsbild

Ein komplettes Bild ergibt sich, wenn KPIs nicht isoliert betrachtet werden. Der KPI für die Umwandlungsrate des Veranstaltungsraums drückt das Verhältnis zwischen dem Gesamtbedarf (eingegangene Anfragen) und den tatsächlich gebuchten Veranstaltungen

ERWEITERTES REVENUE MANAGEMENT

VERANSTALTUNGSRÄUME OPTIMAL VERMIETEN UND UMSATZ STEIGERN

aus. Angenommen, Ihre Umwandlungs-Ratio betrug in diesem Jahr 70 Prozent, bedeutet dies, dass von zehn Anfragen sieben in Buchungen umgewandelt wurden. Wenn die Umwandlungs-Rate des Vorjahres 80 Prozent betrug, werden Sie das Ergebnis zunächst womöglich als Verlust interpretieren.

Kombinieren Sie das Umwandlungs-Verhältnis mit dem Umsatz pro Quadratmeter, erhalten Sie möglicherweise eine andere Wahrheit. Wenn der durchschnittliche RevPASM (Revenue per Available Square Meter) in diesem Jahr 10,75 Millionen gegen-

über 6,20 Millionen im Vorjahr beträgt, haben Sie Ihren Umsatz gesteigert. In Kombination mit der Umwandlungs-Ratio geben die Daten an, dass Sie weniger Buchungen umgewandelt haben, die erhaltenen Buchungen jedoch insgesamt mit einer höheren Rendite verkauft wurden.

Holen Sie sich das neue Whitepaper: „The Sky's the limit“ mit noch mehr spannenden

Infos zu Revenue Management unter: <https://bit.ly/2LGvawG> oder scannen Sie den nebenstehenden QR-Code.



Kontakt:

Infor (Deutschland) GmbH
Stefan Bezold
Executive Sales Director DACH & CEE
Telefon: 089 26 20 58 489
E-Mail: Stefan.bezold@infor.com

Auf einen Weißwein mit...

Lisa Angermann

Gewinnerin des TV-Formats „The Taste“ (2017)

WIE HAT „THE TASTE“ DEIN LEBEN VERÄNDERT?

In erster Linie ist es etwas turbulenter geworden. Ich bin wahnsinnig viel unterwegs und habe die Chance, an vielen tollen Projekten mitwirken zu dürfen – sei es bei Buchprojekten, Vorträgen oder als Gastköchin auf Küchenpartys. Vergangenes Jahr habe ich mit meinem Mann das Restaurant „Frieda“ in Leipzig eröffnet. Mein Kochbuch „Zusammen isst man weniger allein“ ist Anfang des Jahres erschienen und ich darf weiterhin im Fernsehen tätig sein, was mir unglaublich viel Spaß macht.

BEIM KOCHEN SIND DIR NACHHALTIG PRODUZIERTE, REGIONALE LEBENSMITTEL SEHR WICHTIG, ZUGLEICH SPIELST DU MIT EXOTISCHEN AROMEN UND ZUTATEN AUS FERNEN LÄNDERN. ZIEHST DU HIER IRGENDWO EINE GRENZE?

Wichtig dabei ist, die Produkte immer mit Sinn und Verstand zu verwenden. Wenn es

natürlich heimische Alternativen gibt, würde ich diese immer bevorzugen. Man muss sich immer fragen, ob es sinnvoll ist, ein Lebensmittel zu verwenden, das Tausende von Kilometer unterwegs war.

UM WELCHE REGIONALEN SPEZIALITÄTEN BENEIDEST DU UNS BAYERN?

Es sind gar nicht mal die kulinarischen Spezialitäten, sondern eher die Mentalität und die großartige Wirtshauskultur, die es leider in anderen Teilen Deutschlands gar nicht mehr gibt. Daran können sich viele ein Beispiel nehmen.

WAS WAR DEIN SCHÖNSTES WIRTSCHAUSERLEBNIS?

Ich glaube, da gibt es mittlerweile zu viele! Es ist immer ein tolles, warmes und herzliches Gefühl, wenn man in einem Wirtshaus ist. Diese Stimmung kann man nicht beschreiben und macht das Leben doch so schön und lebenswert.

HAND AUFS HERZ, BEI WELCHEN SPEISEN KANNST DU SCHWERLICH „NEIN“ SAGEN?

Naja, ich kann generell bei Speisen schwerlich „nein“ sagen, deshalb bin ich froh, meine Leidenschaft zum Beruf gemacht zu haben. Aber gerade in Bayern kann ich wirklich auf gar keinen Fall „nein“ zu Klößen, Sauerkraut und Schweinekrustenbraten sagen. Das war aber auch schon in meiner Kindheit so, meine Mama hat mich immer „Kloß-Monster“ genannt.

GIBT ES AUCH EIN ABSOLUTES LIEBLINGSESSEN?

Nein, das gibt es wirklich nicht. Man hat so eine Vielzahl an Möglichkeiten, dass ich mich da nicht festlegen kann.

GIBT ES EIN LIEBLINGSGETRÄNK?

Ich bin in einem Weinhandel groß geworden, von daher liegt die Präferenz natürlich ganz klar in einem guten Glas Weißwein. Aber auch mit einem kalten Bier oder einem guten Gin kann man mich immer begeistern und glücklich machen.

WORAUF LEGST DU BEI DER AUSWAHL EINES HOTELS IMMER BESONDERS VIEL WERT?

In aller erster Linie auf Individualität, Herzblut und Gastfreundschaft. Es müssen nicht immer vier oder fünf Sterne sein, aber Liebe zum Detail und kleine Aufmerksamkeiten machen für mich ein Hotel besonders.



GASTGEBER BAYERN

Das offizielle Fachorgan des
Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes
DEHOGA Bayern e. V.

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: Christian Wolf

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



Alexander Maffei
westl. & nördl. Oberbayern
a.maffei@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 Würll
Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart
Telefon: 06131 / 89 30 596

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

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

Erscheinungsweise:
viermal im Jahr

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

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

Druckauflage 4. Quartal 2018: 15.200 Exemplare

Deutsche Post AG
Entgelt bezahlt

FRAG DOCH DEN KNIGGE

*Augen größer
als der Mund*

WIE UMGEHEN MIT GÄSTEN, DIE SICH AN BUFFETS DIE TELLER AUFLADEN UND DIESE DANN – NOCH HALBVOLL – ZURÜCKLASSEN?



Die Schlacht ums kalte Buffet ist sprichwörtlich. Die ums warme nicht weniger heftig. Wenn es ums Essen geht, dann geht's um die Wurst! Dann sind die Augen größer als der Mund. Dann werden Türme babylonischen Ausmaßes gebaut. Dann werden Speisen kombiniert, die in keinem Kochbuch stehe. Drei, zwei, eins, meins!

Aber wie sage ich meinen Königinnen und Königen freundlich und doch bestimmt, dass halbvollte Teller volle Mülltonnen bedeuten? Dass Essen in den Mund und nicht in den Abfall gehört?

Alles was mit Essen zu tun hat, ist ein heikles Thema. Fühlen wir uns doch unweigerlich an unsere Kindheit erinnert: Sitz gerade! Hände auf den Tisch! Mit vollem Mund spricht man nicht! Iss langsam! Maßregelungen, die wir nicht ausstehen können. Wir sind schon groß und essen, das tun wir jeden Tag. Wir wissen wie das geht. Nachhilfe – nein, danke!

Rund 18 Millionen Tonnen Lebensmittel wandern in Deutschland in den Müll. Das

entspricht in etwa der Menge, die wir in den ersten vier Monaten jeden Jahres produzieren. Das ist unschön, keine Frage. Aber was hat das bitte mit mir zu tun?

Wir Menschen sind Weltmeister darin, das Notwendige zu erkennen, ohne das Mögliche zu tun. Glashaas, Steine, Splitter, Balken, Kehren und eigene Tür, Sie wissen schon. Wir Menschen sind Weltmeister darin, unseren Anteil am Großen Ganzen auf das kleinste Minimum zu reduzieren. Klar Wegwerfgesellschaft, klar Überfluss, aber soll ich mich jetzt teeren und federn lassen, weil mein halbes Fröststücksbrötchen im Müll landet? Irgendwann ist ja auch mal gut.

„Das einzige was bei uns funktioniert“, sagte der Hotelier, in dessen Haus ich jüngst einen Vortrag zu meinem Leib-und-Magen-Thema Wertschätzung halten durfte, „ist Humor. Weil es ein befreiendes Gefühl ist, wenn man trotzdem lacht. Weil alle wissen, dass die Sonne nur denen scheint, die ihren Teller aufgegessen haben, ist auf allen unseren Tellern eine Sonne, die denen entgegen lacht, die ihren Teller nicht zu voll beladen hatten. Auch haben wir die Tellergröße in

den vergangenen Jahren verkleinert – groß genug, dass sich die Gäste nicht veräppelt fühlen, klein genug, um Turmbauern den Spaß an der Freud zu nehmen.

Weil das Leben aber kein Ponyhof und auch bei uns nicht alles Friede, Freude, Eierkuchen ist, habe ich mit meinen Mitarbeitern beschlossen, unseren Gästen auch mal mit dem Zaunpfahl zu winken. Dann wird der Humor durchaus etwas deftiger: ‚Entschuldigen Sie, Sie haben Ihren vollen Teller vergessen, sollen wir ihn einpacken?‘

Für Menschen mit extra großen Augen und kleinem Mund, haben wir ein besonderes „Bonbon“: Einen mit großen Augen bemalten Teller, mit einem Durchmesser von 50 Zentimetern. Als Ultima Ratio. Den überreiche ich selten, aber gerne eigenhändig, wortlos. Wer den Knall dann nicht hört, dem hilft auch kein Humor. Aber ich lache dann trotzdem.“

Moritz Freiherr Knigge gibt bei „Gastgeber Bayern“ Antworten für Gastgeber.

Haben auch Sie eine Frage? Dann schreiben Sie an f.john@gastgeber.bayern

Keine zündende Idee?

Wir helfen Ihnen, durchzustarten!

Digital denken, digital handeln

Die PresseCompany entwickelt und realisiert professionelle Internetauftritte und konzipiert individuelle Online-Marketing-Strategien für erfolgreiche Unternehmens- und Markenkommunikation.

Unsere Leistungen

- Webdesign
- Programmierung
- Suchmaschinenoptimierung
- Online-Marketing



WIR LIEFERN NEUIGSEITEN

Darf's ein bisschen mehr sein? Unser Kundenmagazin „Chefs Inspiration“ liefert Ihnen neueste Food-Trends, innovative Gastro-Konzepte und spannende Branchen-News. Neugierig? Kostenloses Probe-Abo unter: www.chefsculinar.de/chefs-inspiration-probe-abo

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

