

Gastgeber Bayern

Das Magazin
für Gastronomie und
Hotellerie

#03

Ausgabe 2020

DEHOGA Bayern

GENUSSLAND BAYERN

Sänger Willy Astor:
Was wäre das Leben
ohne kreative Köpfe?
Seite 12

Genusskarte Bayern
Seite 16

Ministerin
Michaela Kaniber
über die einzigartige
bayerische Gastronomie
Seite 18

HÖCHSTE BROTZEIT!

Mit den bayerischen
Biergarten-Originalen!



Bayerisches Bier g.g.A.



Bayerische Breze g.g.A.



Obatzda g.g.A.



Allgäuer Emmentaler g.U.

AUF GEHT'S:

Schaffen Sie Vertrauen bei Ihren Gästen durch herkunftsgesicherte bayerische Qualitätsprodukte.

Über 50 bayerische Spezialitäten sind aktuell von der Europäischen Union vor Nachahmung geschützt. Hinter jedem einzelnen dieser Originale stehen festgelegte Qualitäts- und Herkunftsstandards, die von einem staatlich geprüften Kontrollsystem überwacht werden. Dadurch bleibt dieses kulinarische Erbe auch für künftige Generationen erhalten.



www.weltgenusserbe.bayern





Was bedeutet Genuss? Eine Frage, die sicherlich jeder ganz unterschiedlich beantwortet. Genuss kann über Speisen und Getränke geschmacklich stattfinden. Auch Wellness, Ruhe, eine Wanderung oder Zeit mit der Familie können Genussmomente verschaffen. Genuss wird dabei mit den unterschiedlichsten Sinnen wahrnehmbar. Diesen Sinnen sind wir in dieser Ausgabe im Genussland Bayern auf der Spur.

Nach herausfordernden und kräftezehrenden Wochen und Monaten wollen wir den Blick auch wieder auf die schönen Dinge lenken und den Freistaat in seiner positiven Vielfalt spüren. Und so erklärt Landwirtschaftsministerin Michaela Kaniber warum es uns guttut, wenn wir beispielsweise auch wieder öfters in ein Wirtshaus gehen und uns dort verwöhnen lassen. Auf weitere bekannte, aber auch unbekannte Genusssorte macht in dieser Ausgabe außerdem unsere Genusskarte neugierig. Dass für diese Rückzugs- und Erholungsorte dabei eine intakte Natur in Bayern durch nichts zu ersetzen ist, betont Umwelt- und Verbraucherschutzminister Thorsten Glauber.



Außerdem hören wir in den Podcast des innovativen Gastronomen Lukas Möller rein. Er hat in den vergangenen Wochen und Monaten eine neue Kreativität erlebt, die er für sich und sein Team als Chance nutzen konnte. Von der wesentlichen Bedeutung von Kreativität in unserer Welt spricht auch Kabarettist Willy Astor und verrät darüber hinaus, was für ihn der betörendste Duft der Welt ist.

Wer in diesem Heft auch nicht fehlen darf, ist Stefan Dettl. Der Frontmann der Band LaBrassBanda hat in den letzten Wochen als prominenter Fürsprecher dabei geholfen, den Menschen wieder Lust auf das Ausgehen zu machen. Warum das für ihn eine Herzensangelegenheit ist, hat er uns erzählt. Noch dazu geben wir in diesem Heft Tipps, wie man richtig genießt. Beim Genießen unseres aktuellen Magazins nehmen wir Sie auf unseren Trennseiten mit typisch bayerischen Genussmomenten an die Hand und lassen Sie eintauchen in ein Magazin voller Genuss. 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 03/2020

06	Aus dem Landesverband	
	Gütesiegel für Ausbildung in Hotellerie und Gastronomie	Seite 06
	Lokal-Helden setzt auf Verbrauchernähe	Seite 07
	Digitale Gäste- und Kundenregistrierung	Seite 08
	DEHOGA Bayern im Gespräch	Seite 09

12	Genussland Bayern	
	Im Gespräch mit Willy Astor	Seite 12
	Genusskarte Bayern	Seite 16
	Im Gespräch mit Staatsministerin Michaela Kaniber	Seite 18
	Bewusste Genussmomente und das hedonistische Paradox	Seite 21
	Im Gespräch mit Staatsminister Thorsten Glauber	Seite 22
	„Ausgezeichnete Bayerische Küche“ in Zeiten von Corona	Seite 26

Ausbildung zum Mich-Sommelier	Seite 28
Kulturlandschaft im Glas	Seite 30
Feuer und Flamme für Edelbrände	Seite 32
Kampagne wirbt für sicheren Urlaub in Corona-Zeiten	Seite 35
Im Gespräch mit Lukas Möller	Seite 36
Anstatt vieler Volksfeste gibt es dieses Jahr das „Volksfest dahoam“	Seite 39
„Preisdumping führt nicht zu mehr Buchungen“	Seite 40
Küchenchefin mit 24 Jahren – ein Portrait von Sandra Hofer	Seite 43
Im Gespräch mit Stefan Dettl	Seite 44

Bayern und die Welt	46
Aktuelle Termine des Staatsministeriums	Seite 46
Seminarangebote der Bayern Tourist GmbH	Seite 48
Neues Denken gefragt	Seite 49
HOGA: Deutschlands erste Gastronomie-Fachmesse zeigt Perspektiven	Seite 54

Auf einen Gin Tonic mit...	56
Ansprechpartner Impressum	Seite 57
Frag doch den Knigge	Seite 58



Unweit der österreichischen Grenze, zwischen Steibis und Buchenegg, befindet sich der Buchenegger Wasserfall. Hier können die Besucher über abwechslungsreiche Rundwege die bayerische Natur in vollen Zügen genießen.

Foto: istockphoto

Wussten Sie schon...

5

...dass wir Menschen kulinarisch über fünf Geschmacksrezeptoren genießen? Neben süß, sauer, salzig und bitter gehört auch „Umami“ zu den grundlegenden geschmacklichen Sinnesqualitäten – die damit verbundenen Eindrücke werden als „fleischig“, „würzig“ oder „wohl-schmeckend“ beschrieben.



... dass Männer anders genießen als Frauen. Wellness – in der Badewanne oder auf der Beauty Farm – steht bei Frauen auf der Rangliste der Top-Genüsse ebenso weit oben wie der Einkaufsbummel. Männer bevorzugen dagegen Sport und sie gehen für ihren Genuss viel lieber aus.

2/3

... dass mehr als zwei Drittel der Deutschen Genuss mit gutem Essen verbinden.

1/2

... dass es knapp der Hälfte der Deutschen im stressigen Alltag immer seltener gelingt, etwas zu genießen.

... dass für genussvolles Essen nicht allein die Speise oder das Lebensmittel entscheidend ist, sondern ebenso die Situation. Hier stehen Zeit und Ruhe zum Essen zu haben sowie eine entspannte Atmosphäre im Vordergrund.



... dass Frauen anspruchsvoller und differenzierter als Männer genießen. Während für einen Mann das gute und ausreichende Essen für Genuss steht, gehört für eine Frau das Ambiente mit Kerzenschein und einem festlich gedeckten Tisch dazu.

50%

... dass für über die Hälfte der Deutschen Genuss häufig überraschend und unerwartet entsteht.

38%

... dass für 38% der deutschen Bayern-Urlauber der Genuss typischer Speisen und Getränke eine besonders wichtige Urlaubsaktivität ist. Innerhalb der deutschen Bundesländer nimmt Bayern damit die Spitzenposition ein.



„TOP AUSBILDUNGSBETRIEB“ 2020

Gütesiegel für Ausbildung in Hotellerie und Gastronomie

AUF MIT-INITIATIVE DES DEHOGA BAYERN WURDE ANFANG DES JAHRES DAS ERSTE BUNDESEINHEITLICHE AUSBILDUNGSSIEGEL FÜR DIE DEUTSCHE HOTELLERIE UND GASTRONOMIE EINGEFÜHRT: DER „TOP AUSBILDUNGSBETRIEB“ DES DEHOGA BUNDESVERBANDS UND SEINER 17 LANDESVERBÄNDE. DAS ZERTIFIKAT SOLL BESONDERS ATTRAKTIVE AUSBILDUNGSBETRIEBE KENNTLICH MACHEN UND SO DABEI HELFEN, NACHWUCHS ZU GEWINNEN. INZWISCHEN SIND ES, TROTZ CORONA, BEREITS 41 BAYERISCHE BETRIEBE, DIE MIT DER ZERTIFIZIERUNG DEUTLICH UNTER BEWEIS STELLEN, DASS SIE FÜR AUSBILDUNGSQUALITÄT SOWIE DIE MOTIVATION VON AUSBILDERN UND AUSZUBILDENDEN STEHEN.

Ein wesentliches Ziel des Qualitätssiegels für „Top-Ausbildungsbetriebe“ ist es, eine glaubhafte und authentische Bewertung der Qualität einer Ausbildung zu schaffen. Daher ist eine anonyme und unabhängige Online-Befragung durch die eigenen Auszubildenden wichtigster Bestandteil der Zertifizierung. Nur wenn die eigenen Auszubildenden bestätigen, dass ihr Ausbildungsbetrieb die verpflichtenden zwölf Leitsätze und

71 Kriterien für eine qualitativ hochwertige Ausbildung einhält, kann der Betrieb als „Top Ausbildungsbetrieb“ zertifiziert werden.

Zu den 71 Kriterien zählen beispielsweise die Betreuung der Auszubildenden durch einen „Ausbildungs-Paten“, die Balance von Arbeit und Privatleben sowie eine Ausbildung auf fachlich hohem Niveau. Auch das Zwischenmenschliche darf nicht zu kurz kommen: Besonderes Augenmerk legt das neue Siegel



auf gelebte Wertschätzung, gegenseitigen Respekt und angemessene Arbeitsbedingungen. Kernelement der Zertifizierung ist allerdings die besagte Onlinebefragung der Auszubildenden, die die Einhaltung der Leitsätze in ihrem Ausbildungsbetrieb bestätigen müssen. Schon kurz nach dem Start der Initiative – Ende Januar 2020 – haben bundesweit mehr als 250 Ausbildungsbetriebe die Chance ergriffen, ihre herausragende Ausbildungsarbeit zertifizieren zu lassen, um sich damit auf dem Ausbildungsmarkt interessierten Bewerbern als „Top Ausbildungsbetrieb“ zu präsentieren. ☒



Noch vor Corona: Die ersten bayerischen „TOP Ausbildungsbetriebe“ bei der feierlichen Überreichung der Urkunden. Vorne im Bild (von links): Dr. Thomas Geppert, DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer, Christopher Riemensperger von den „Junge Gastgebern“, DEHOGA Bayern-Vorsitzender Berufsbildung Hans Schneider, DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer, Arbeits- und Sozialministerin Carolina Trautner, Hauptgeschäftsführer des BIHK Manfred Göbl, DEHOGA Bayern-Geschäftsführerin Berufsbildung Susanne Droux, DEHOGA Bayern-Vizepräsident Andreas Brunner

INFOS UND ANMELDUNG IM INTERNET

Weitere Informationen zur Anmeldung finden Interessierte im Internet unter www.topausbildung.de oder über den DEHOGA Bayern (berufsbildung@dehoga-bayern.de / Telefon: 089/28 760-106).



KOSTENLOSE MARKETINGPLATTFORM FÜR DIE BAYERISCHE GASTRONOMIE

LOKAL-HELDEN SETZT AUF VERBRAUCHERNÄHE

WÄHREND DER EXISTENZBEDROHENDEN LOCKDOWN-PHASE DER CORONA-PANDEMIE IST DIE INITIATIVE LOKAL-HELDEN VOM DEHOGA BAYERN IN KOOPERATION MIT DER GENUSSAKADEMIE BAYERN UND DEM RADIOSENDER BAYERN 3 INS LEBEN GERUFEN WORDEN. MEHR ALS 2.700 BAYERISCHE RESTAURANTS HABEN SICH SEITDEM AUF DER KOSTENLOSEN ONLINE-PLATTFORM ANGEMELDET. MITTLERWEILE HAT SICH DAS ANGEBOT WEITERENTWICKELT UND BLEIBT SO FÜR DIE KRISENGESCHÜTTELTE GASTRONOMIEBRANCHE AUCH KÜNFTIG RELEVANT.

Zu Beginn der Corona-Krise herrschte große Unsicherheit bei den Verbrauchern, die sich häufig fragten: Welches Gasthaus ist überhaupt offen? Wo gibt es gutes Essen? Und wie kann ich unsere heimischen Restaurants unterstützen? Gefehlt hatte eine gebündelte Darstellung der Angebote bayerischer Wirtshäuser. Somit war die Initiative Lokal-Helden von Bayern 3 und DEHOGA Bayern geboren, entwickelt und umgesetzt von der Genussakademie Bayern am Kompetenzzentrum für Ernährung. Auf einer virtuellen Landkarte werden Restaurants mit ihren Kontaktdaten und ihrem aktuellen Serviceangebot, wie „Lieferservice“

und „Essen vor Ort“, übersichtlich angezeigt. Eine neue Besonderheit ist, dass Gastronomen kenntlich machen können, dass sie haltbare Lebensmittelspezialitäten verkaufen. Dies ist durch die Kooperation mit der „Gastro-Initiative Bayern 2020“ (<https://fsiws.com/gastro-business-schafft-food/>) entstanden. Seit Mitte Mai werden kostenlose Online-Seminare rund um das Thema Produktentwicklung veranstaltet. Rund 300 Personen aus der Gastronomiebranche nehmen bereits daran teil, um sich ein zusätzliches Standbein aufzubauen und so die Krise besser zu überstehen. Über die Lokal-Helden-Plattform erhalten sie eine weitere Werbefläche für ihre Produkte.

„Die Initiative hilft allen: Die Gastronomie bekommt eine kostenlose Marketingmöglichkeit, die Land- und Ernährungswirtschaft kann ihre Produkte weiterhin absetzen und die Verbraucherinnen und Verbraucher verzichten nicht auf Genuss und bekommen regionale gastronomische Angebote präsentiert“, betont Dr. Simon Reitmeier, Verantwortlicher der Genussakademie Bayern. 

Mehr Informationen und die kostenlose Anmeldeöglichkeit für gastronomische Betriebe unter: www.lokal-helden.bayern



KOOPERATIONSPROJEKT ZWISCHEN DEHOGA BAYERN UND AKDB

DIGITALE GÄSTE- UND KUNDENREGISTRIERUNG

UM GASTGEBER BEI DER IM RAHMEN DER CORONA-PANDEMIE BESTEHENDEN REGISTRIERUNGSPFLICHT IHRER GÄSTE ZU UNTERSTÜTZEN, HAT DIE DARFICHREIN GMBH, EIN GEMEINSAMES TOCHTERUNTERNEHMEN DES BAYERISCHEN HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBANDS DEHOGA BAYERN UND DER ANSTALT FÜR KOMMUNALE DATENVERARBEITUNG (AKDB), EINE EINFACHE DIGITALE LÖSUNG AUF DEN WEG GEBRACHT. MIT DER MOBILEN ANWENDUNG ENTFÄLLT FÜR GASTRONOMEN DIE HÄNDISCHE AUFNAHME DER GÄSTEDATEN.

Die Web-Anwendung ermöglicht Gastronomen, der Dokumentationspflicht hinsichtlich der Kontaktinformationen ihrer Gäste einfach und vor allem sicher und datenschutzkonform nachzukommen“, erläutert DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer. Hierzu erstellen sie auf darfichrein.de in wenigen Sekunden ein Konto. Dabei wird ein QR-Code generiert, der ausgedruckt und sichtbar in der Gaststätte angebracht werden kann. Die Gäste scannen den QR-Code mit dem Smartphone und geben die erforderlichen Kontaktdaten an. Dafür muss nichts installiert oder heruntergeladen werden. Die Daten werden verschlüsselt und sicher im Rechenzentrum der Anstalt für Kommunale Datenverarbeitung in Bayern (AKDB) gespeichert. Allein auf Anforderung der Gesundheitsbehörden darf der Restaurantbetreiber die Kontaktdaten der Gäste für ein bestimmtes Zeitfenster herunterladen, entschlüsseln und an die Behörden übergeben. Weitere Informationen zum Thema erhalten Interessierte im Internet unter: darfichrein.de.



DIE VORTEILE DER ANWENDUNG IM ÜBERBLICK:

Datensicherheit und Datenschutz

Bei der Entwicklung wurde höchster Wert auf die Datensicherheit und Anonymität der Benutzer gelegt. Die asymmetrische Verschlüsselung erfolgt bereits auf dem Smartphone des Gasts. Die Daten werden nicht zweckentfremdet, sind nach vier Wochen gelöscht und in keinem „Dashboard“ für den Betreiber oder Gastwirt einfach einsehbar, wie bei sehr vielen anderen Tools oder händischen Listen.

Damit ist die Umsetzung der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) in Bezug auf andere vergleichbare Anwendungen deutschlandweit führend.

Multi-Standort-Funktion

Mit darfichrein.de können beliebig viele Standorte unter einem Account verwaltet werden. Für jede neue Lokalität, die in das System eingebunden werden soll, können diverse Einstellungen vom primären Standort übernommen werden. Somit funktioniert die Anlage weiterer Zweigstellen unkompliziert und schnell. Des Weiteren ist nur ein Schlüsselpaar für alle Standorte notwendig. Das vereinfacht das Management, da die Daten zentral über einen Account abgefragt werden können.

Intuitive Anwendung

Die Benutzerführung ist einfach und gut durchdacht. Durch die weite Verbreitung ergibt sich ein Maximum an Komfort für den Gast, da seine Daten bereits verschlüsselt auf seinem Smartphone liegen und bei weiteren Besuchen von Einrichtungen, die darfichrein.de nutzen, nur mit seiner 4-stelligen PIN entschlüsselt werden müssen. Damit ist es nicht nötig, seine Daten mehrfach einzugeben.

Angepasst an Ländervorschriften

Bei der Datenerhebung beachtet darfichrein.de individuell die jeweiligen Vorgaben der Länder.

Es werden nicht zu viele und nicht zu wenige Daten abgefragt, sondern nur die explizit geforderten.

Maximale Gästezahl festlegbar

Der Veranstaltungsmodus erlaubt es, QR-Codes zu drucken, die dem Wirt auch bei individuellen Veranstaltungen helfen. So kann zum Beispiel eine Hochzeit mit 200 erlaubten Personen definiert werden. Mit entsprechender Konfiguration können dann nur 200 Personen einchecken. Nicht mehr.

Nutzererfahrung als Grundlage zur Optimierung

Rückmeldungen von Gastronomen und Gästen, welche die Anwendung bereits nutzen, werden ständig genutzt, um die Nutzerfreundlichkeit weiter zu optimieren und die Anwendungen weiter zu verfeinern. ☺

„Geh' ins Wirtshaus!“

In einer großen Werbekampagne appelliert der Landkreis Rhön-Grabfeld an seine Bürger, als Gäste in die gastronomischen Betriebe zurückzukehren. Das Plakatmotiv mit dem Slogan „Geh' ins Wirtshaus!“ präsentieren (von links) Landrat Thomas Habermann, Horst Jülka, Gasthaus zur Linde Burgwallbach, Karl-Wilhelm Wehner, Vorsitzender der DEHOGA Bayern-Kreisstelle Rhön-Grabfeld, Manuela Michel, Projektkoordination Kreisentwicklung Rhön-Grabfeld sowie Dr. Jörg Geier, Leiter Stabsstelle Kreisentwicklung.

Prüfungsvorbereitung in Zeiten von Corona

Auch in Zeiten von Corona führt der DEHOGA Bayern Förderverein für junge Auszubildende Prüfungsvorbereitungen mit Trainer Mario Gasche durch. Nur der Saal muss dreimal so groß wie sonst sein und schon klappt's.

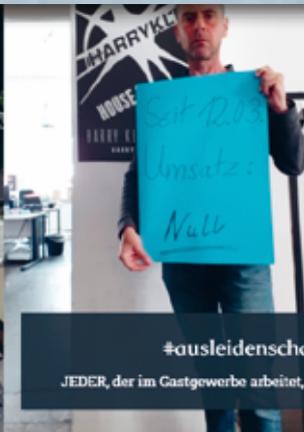


Landesgeschäftsführer Dr. Geppert bei München TV

Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert zu Gast bei München TV, gemeinsam mit Moderator Timo Miechielsen. Thema war einmal mehr Corona und seine Auswirkungen auf das Gastgewerbe. Neben München TV waren Vertreter des Verbands äußerst gefragte Gesprächspartner bei ganz vielen Sendern und Redaktionen.

Inselkammer und Lochbihler im PresseClub München

Manfred Otzelsberger, Vorstandsmitglied des Presseclubs München, Angela Inselkammer, Präsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbands, und Schatzmeister sowie Pschorr-Wirt Jürgen Lochbihler diskutierten über die Auswirkungen von Corona auf das Gastgewerbe.



Bauernverband Niederbayern im Gespräch mit Hotel- und Gaststättenverband

Im Gespräch mit dem Bayerischen Bauernverband wurde die Verknüpfung von Landwirten und Gastwirten fokussiert. Von links: Bezirksbäuerin Irene Waas, BBV-Bezirkspräsident Gerhard Stadler sowie die DEHOGA Bayern-Bezirksvorsitzende für Niederbayern, Rose Marie Wenzel, und Bezirksgeschäftsführerin Rita Mautz.

Mit digitalen Werkzeugen die Besucherlenkung optimieren

Bayerns Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger, DEHOGA Bayern-Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert und Frank-Ulrich John, Geschäftsführer Kommunikation, im Gespräch mit Bürgermeistern und Landräten zur Besucherlenkung in Regionen mit intensivem Ausflugsverkehr. Mit am Tisch: Stefan Michalk, Entwickler von darfichrein.de.

TIM-Hotelzimmeraktion „Tapetenwechsel in München“

Peter Inselkammer, Vorstand DEHOGA Kreisstelle München und Birgit Häffner, Vorstand Tourismus Initiative München (TIM) e.V. und Sprecherin der Munich Hotel Alliance beim Startschuss der Aktion „Tapetenwechsel in München“ im Hotel Bayerischer Hof. Unter dem Motto „Tapetenwechsel in München“ konnten Münchner in den Sommerferien für einen deutlich reduzierten Zimmerpreis eine Nacht in einem Hotel in München verbringen – zusammen mit der Aktion „Sommer in der Stadt“ und dem umfangreichen Programm aus Kultur, Fahrgeschäften, Standl'n und Sport ermöglichten zahlreiche Hotels den Münchnern einen Kurzurlaub in der eigenen Stadt.

DEHOGA Ehrenpräsident gratuliert

DEHOGA Bayern-Ehrenpräsident Wiggerl Hagn gratuliert der bekannten Passauer Seniorwirtin Leni Mayer zum 80. Geburtstag. Leni Mayer, geboren aus Wolnzach, lernte bei ihrer Ausbildung im Münchner Franziskaner Bräu ihren Mann Fritz Mayer kennen, mit dem sie 1965, genau vor 55 Jahren den berühmten Heilig-Geist-Stiftskeller eröffnete. Neben vielen Passauer Bürgern waren auch Prominente wie Franz-Josef-Strauß, Helmut Kohl, Günther Grass, Franz Beckenbauer und die Passauer Bürger waren ihre Gäste.



Stiller Protest #ausleidenschaft

Viele Gastronomen und Hoteliers waren Teil unserer virtuellen Demonstration auf gastgeber.bayern, um auf die Notlage aller im Gastgewerbe Tätigen aufmerksam zu machen.

Kampagne „Volksfest dahoam – in deinem Wirtshaus“

Austausch von DEHOGA Bayern-Präsidentin Angela Inselkammer und Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Geppert mit Landwirtschaftsministerin Michaela Kaniber in Aying zur Kampagne „Volksfest dahoam – in deinem Wirtshaus“. Regionale Produkte sind die Zukunft.

IM GESPRÄCH MIT WILLY ASTOR

„Was wäre die Welt ohne kreative Köpfe?“

„ALBERNHEIT VERHINDERT DEN ERNST DER LAGE“ – GETREU DIESES MOTTOS VERSTEHT ES WILLY ASTOR BESTENS, DIE MENSCHEN FÜR EINEN MOMENT AUS IHREM ALLTAG ZU ENTFÜHREN. MIT BAYERISCHER MUNDART UND ALLERHAND ANEKDOTEN AUSGERÜSTET, BRINGT DER KABARETTIST UND MUSIKER SEINE FANS ALLERORTS ZUM LACHEN. IM GESPRÄCH MIT *GASTGEBER BAYERN* BERICHTET DER 58-JÄHRIGE ÜBER DIE ARBEIT ALS KÜNSTLER WÄHREND DER CORONA-KRISE, DIE BEDEUTUNG DER KREATIVITÄT FÜR UNSERE GESELLSCHAFT UND DIE FÄHIGKEIT, DAS LEBEN IN VOLLEN ZÜGEN GENIESSEN ZU KÖNNEN.

Lieber Willy, Dein Publikum zum Lachen zu bringen, ist Dein Metier. Wie sehr ist Dir in diesen Zeiten zum Lachen zumute?

Mehr denn je (lacht). Man muss einem Schreckgespenst wie Corona schließlich mit einem Grinsen im Gesicht begegnen. Wenn mir schon Auftritte verboten werden, gibt es zumindest eines, das mir das Virus nicht nehmen kann: nämlich das positive Denken. Auf diese Weise versuche ich, aus der Not eine Tugend zu machen. Man darf den Kopf zwar auch mal kurz in den Sand stecken, aber dann muss er auch schnell wieder raus. Für mich ist das Glas immer halb voll, sogar wenn da nur ein paar Tropfen drin sind.

Konntest Du Dein Mehr an Freizeit überhaupt genießen?

Naja, Genießen ist relativ. Was ich aber auf jeden Fall genossen habe, ist die intensive Zeit, die ich zuletzt mit meinen drei kleinen Kindern verbringen konnte. Dennoch war ich während des Lockdowns bemüht, meine Fans regelmäßig über Social Media mit Neuigkeiten zu versorgen. Ich bin zwar in diesem Bereich sicher etwas „retro“, aber auch ich lerne dazu

(lacht). Die vielen netten Reaktionen haben mich dann auch ein Stück weit am Leben gehalten. Gerade in Zeiten, in denen man nicht auf der Bühne mit dem Publikum interagieren kann, muss ich mir mein Feedback über andere Kanäle holen. Dass ich inzwischen wieder einige kleinere Shows präsentieren konnte, macht mich natürlich froh – obwohl die Rahmenbedingungen sicher nicht der Traum eines Bühnenkünstlers sind.

Inwiefern wird die Corona-Krise womöglich auch nachhaltig Einfluss auf Deine Arbeit als Künstler nehmen?

Das kann ich jetzt noch nicht sagen. Wir sind ja noch mittendrin. Natürlich schaue ich mit bangem Blick darauf, ob die Leute überhaupt wieder in der Anzahl zu Auftritten kommen, wie es vor Corona der Fall war. Wenn man permanent gewisse Regeln einhalten muss, um dem Virus ein Schnippchen zu schlagen, macht das sicher nur begrenzt Spaß. Und genau das ist meine größte Sorge: Was machen solche Voraussetzungen mit meinen Zuschauern und meiner ganzen Zunft? Und es sind ja nicht nur die Bühnenkünstler selbst betroffen. Was ist mit den Security-Mitarbeitern, dem Location-Personal? Das ist ein riesiger Ratten-

schwanz, der da dranhängt. Dass Künstler auf ihre Art mehr denn je systemrelevant sind, ist leider etwas, das die Politik komplett vergessen hat. Denn was wäre die Welt ohne kreative Köpfe? Deshalb schwillt mir ehrlich gesagt schon ein wenig der Kamm, wenn ich sehe, wie lapidar mit diesem Thema umgegangen wird. Ähnlich ist es ja auch in Teilen der Gastronomie: Wie es beispielsweise mit den ganzen Bars weitergehen soll, steht auch in den Sternen. Genau. Bars sind eben auch Orte, die als wichtiger Treffpunkt dienen. Es gibt kaum einen Menschen, der nicht hin und wieder einen tollen Abend in der Bar verbringt und daraus – zumindest ein wenig – Kraft und Inspiration für künftige Projekte mitnimmt. Der liebe Gott hat uns ja schließlich die Gläser gefüllt, damit wir trinken (lacht).

Das aktuelle Titelthema von *Gastgeber Bayern* lautet „Genussland Bayern“ – was geht Dir dabei durch den Kopf?

Spontan fällt mir da als Erstes der Zwetschgendatschi ein. Da braucht mir aber keiner mit Hefeteig zu kommen. Dieses labbrige Zeug können die Leute essen, die in die „Touri-Falle“ tappen. Wenn schon, dann bitte mit Mürbteig, so wie ihn meine Mama gemacht hat. Mit

ZUR PERSON

Willy Astor, geboren 1961 in München, ist gelernter Werkzeugmacher und begann 1983 seine musikalische Karriere in der Münchner Kleinkunstszene. Astor schreibt neben seinen Bühnenprogrammen auch Gitarrenmusik für sein viel beachtetes Instrumentalprojekt „Sound Of Islands“ und komponierte unter anderem 1998 die aktuelle FC Bayern-Hymne „Stern des Südens“. Neben Auftritten im Rahmen von Tourneen oder Fernsehsendungen ist er regelmäßig auf Bayern 3 und im Berliner Spreeradio mit seinem „Aktuellen Wortstudio“ zu hören. Bis heute zählt Astor, der 2001 mit dem Bayerischen Kabarettpreis ausgezeichnet wurde, zu den erfolgreichsten Komödianten Deutschlands.





**4. BAYERISCHER GASTGEBERTAG
AM 12. OKTOBER 2020 IN AUGSBURG, KONGRESS AM PARK**

ZUKUNFTSCHANCEN UND ZUSAMMENHALT FÜR DIE GESAMTE BRANCHE

AUCH ODER GERADE IN DER AKTUELLEN ZEIT IST DER ZUSAMMENHALT UNSERER BRANCHE WICHTIG UND SO WIRD DER BEDEUTENDE BRANCHENTREFF DER HOTELLERIE UND GASTRONOMIE IN BAYERN WIE GEPLANT STATTFINDEN.

Unter Einhaltung der aktuell geltenden Hygienerichtlinien bietet der 4. Bayerische Gastgebortag Hoteliers und Gastronomen vielfältige Möglichkeiten, sich zu vernetzen sowie Trends und Entwicklungen kennenzulernen. Angela Inselkammer, Präsidentin des DEHOGA Bayern, wird auf der Bühne auf die aktuellen Herausforderungen und Chancen der Branche eingehen und im weiteren Programmverlauf mit Experten diskutieren. Insbesondere freuen wir uns auch über die Zusage des stellvertretenden Ministerpräsidenten sowie Staatsministers für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie, Hubert Aiwanger. Ganztägig findet parallel wie gewohnt die Fachausstellung mit unseren Branchenpartnern statt, die Neuigkeiten, Innovationen und Ideen vorstellen. Weitere Fachvorträge in kleinen Gruppen ergänzen das Programm, das von kulinarischen Köstlichkeiten abgerundet wird.

Aufgrund der aktuell geltenden Bestimmungen und Hygienerichtlinien ist die Besucheranzahl in diesem Jahr stark eingeschränkt. Dafür bieten wir die Möglichkeit, die Vorträge und Reden online via Livestream mitzuerfolgen. Durch den Tag führt Frank-Ulrich John, Chefredakteur des Magazins „Gastgeber Bayern“.

Weitere Informationen zu Programm und Anmeldung finden Sie unter www.dehoga-bayern.de/gastgebortag2020

Eintritt frei

**WIR BEDANKEN UNS
FÜR DIE UNTERSTÜTZUNG VON:**

CHEFS CULINAR
DIE KÜCHE VERBUNDEN

DIRS²¹

FRITZ & FRITZ
Schritt für Schritt

GEWINNBLICK⁺
KASSENSYSTEME EBNER

Greif
TECHNISCHE WIRTSCHAFTS

HGK
HILF UNS IHR ZU RECHNEN

DEHOGA
Die Gastgeber-Messe

KRUMBACH

METRO

SOFTTEC

S&P

einem Schlag Sahne und einer Tasse Kaffee ist das für mich der ultimative Genuss! Ich find's übrigens auch gut, dass das eine saisonale Sache ist, die es eben nur zu bestimmter Zeit gibt. Dadurch freut man sich umso mehr darauf. Es nervt mich zum Beispiel total, dass heutzutage nahezu alle Produkte das ganze Jahr über verfügbar sein müssen und auf diese Weise der wahre Genuss verloren geht.

Ist Genuss etwas, das man Deiner Meinung nach lernen kann?

Es kommt sicher auch darauf an, wie man aufgewachsen ist. Ich habe es tatsächlich gelernt, zu genießen. Darauf hat meine Mutter Wert gelegt. Ein schöner Spaziergang in der Sonne gehört da genauso dazu wie hin und wieder ein leckeres Eis. Bei mir hat das Thema Genuss in erster Linie mit der Küche zu tun: Düfte, Aromen, Geschmack. Deshalb geht mir immer auf Neue das Herz auf, wenn ich einen Gewürzmarkt besuche oder beim Dallmayr durch die Kaffee-Abteilung laufe. Frisch gemahlener Kaffee ist für mich bis heute der betörendste Duft der Welt!

Hat sich Dein Genussempfinden über die Jahre verändert?

Es hat sich erweitert. Süßigkeiten schmecken mir heute anders als noch vor 20 Jahren. Neulich habe ich zum Beispiel mal wieder eine Packung Brausewürfel gekauft, wie es sie schon in meiner Kindheit gab. Als ich dann probiert habe, hat's für mich nur noch süß geschmeckt, obwohl die Rezeptur laut Hersteller seit Jahrzehnten die gleiche geblieben ist. Das beweist, dass sich der Geschmackssinn der Menschen mit den Jahren tatsächlich verändert. Abgesehen von allem Kulinarischen ist es für mich als Musiker natürlich auch ein ganz besonderer Genuss, ein Meisterinstrument zum Klingen zu bringen. Ein solches Privileg weiß ich heute mehr denn je zu schätzen.

Wenn's um Genuss geht, spielen in der Regel alle Sinne zusammen. Teilst Du diese Auffassung?



Es ist ein Glücksspiel – je nachdem, was zusammen kommt und wie. Ich denke, man muss als Mensch einfach offen dafür sein, auch mal mit Enttäuschungen klarzukommen. Nur wer das gelernt hat, kommt auch voran. Gerade als Künstler bringt mir konstruktive Kritik persönlich viel mehr als wohlmeinendes Schultergeklopfe. So ist es letztlich auch mit dem Genuss – man sollte bereit sein, sich weiterzuentwickeln und Lehren aus dem Erlebten zu ziehen. Selbst wenn das bedeutet, manche Orte nicht mehr zu besuchen oder beim Kochen auf bestimmte Zutaten zu verzichten.

Welchen Tipp hast du für Menschen parat, die sich mit dem Genießen etwas schwertun?

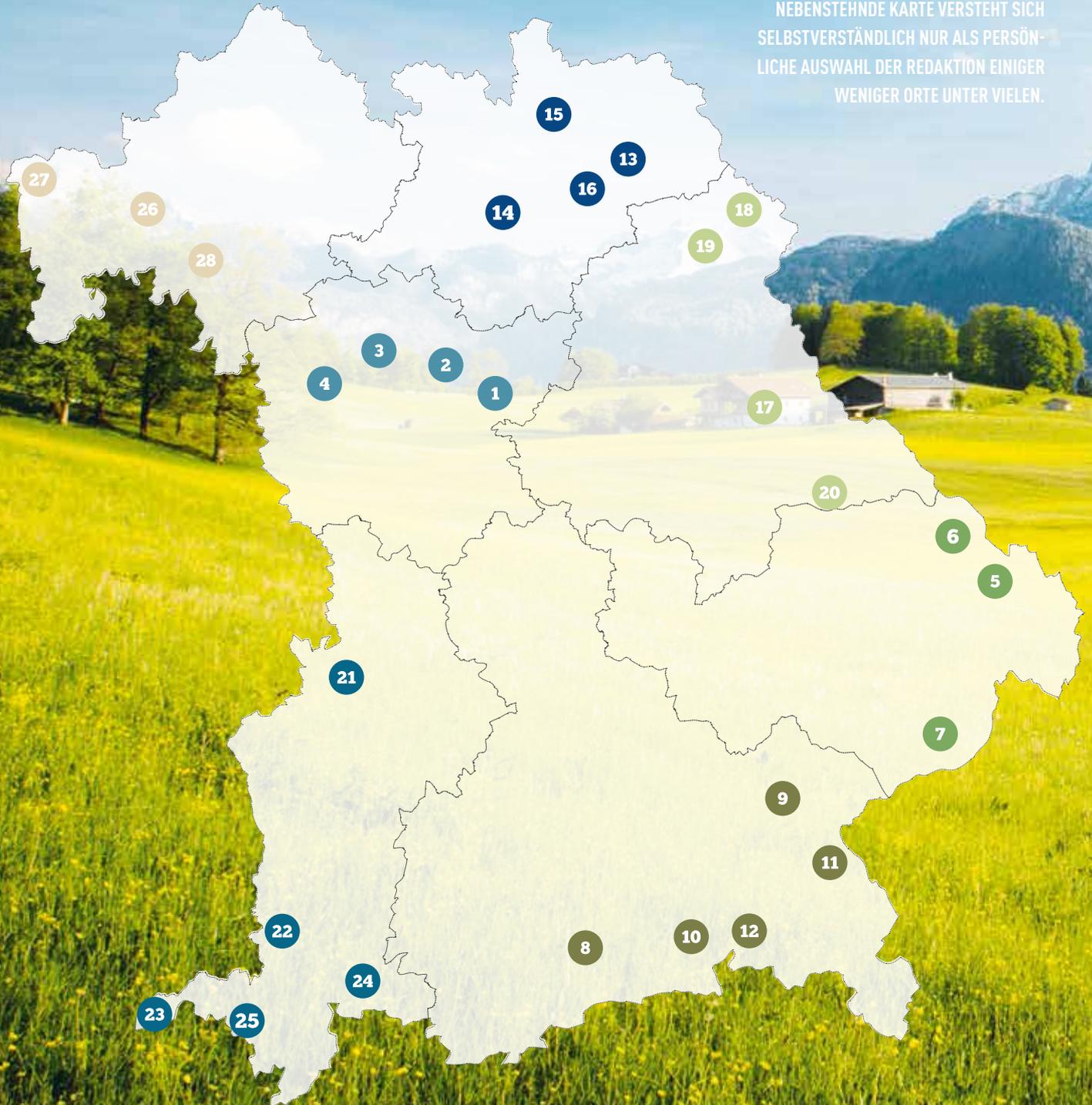
Symbolisch gesprochen: Sie sollten eine Tür öffnen, von der sie gar nicht wissen, dass es sie gibt. Was ich damit meine: Es ist wichtig, neugierig darauf zu sein, Fremdes zu entdecken. Ab und zu auch mal etwas wagen. Für mich bedeutet das, hin und wieder ein Restaurant zu besuchen, in dem man nicht weiß, was auf einen zukommt. Ich war beispielsweise vor kurzem bei einem Afghanen, der das beste Hähnchen vom Holzkohlegrill serviert hat, das ich je gegessen habe. ☺

Das Interview führte Vanessa Brand



GENUSSKARTE Bayern

IM FREISTAAT GIBT ES EINE VIELZAHL AN ORTEN ZUM GENIEßEN. NICHT NUR KULINARISCHER ART, SONDERN VON KOPF BIS FUß. OB EINZIGARTIGE DÜFTE IM AROMAGARTEN, DIE NATUR FÜHLEN BEIM BARFUßWANDERN, SICH DURCH BERGBLUMEN UND KRÄUTER RIECHEN - IN BAYERN GIBT ES VIEL ZU SEHEN! DIE NEBENSTEHENDE KARTE VERSTEHT SICH SELBSTVERSTÄNDLICH NUR ALS PERSÖNLICHE AUSWAHL DER REDAKTION EINIGER WENIGER ORTE UNTER VIELEN.



MITTELFRANKEN

- 1** Genuss-Wandern auf dem „Fränkischen Dünenweg“
Bahnhof | 90518 Altdorf bei Nürnberg
- 2** Aromagarten
Palmsanlage 6 | 91054 Erlangen
- 3** Aischgründer Bierstraße (Uehlfeld, Pahres, Münchsteinach,
Neustadt a. d. Aisch, Bad Windsheim)
- 4** Weinstraße Taubertal (Werheim-Dertingen, Lauda,
Weikersheim, Rothenburg o. d. Tauber, Niederstetten)

NIEDERBAYERN

- 5** Baumwipfelpfad Bayerischer Wald
Böhmstraße 43 | 94556 Neuschönau
- 6** Höhentour Nördlicher Bayerischer Wald
Parkplatz Hotel Riedlberg | 94256 Drachselsried
- 7** Kurpark Bad Füssing
Kurhotel | 94072 Bad Füssing

OBERBAYERN

- 8** Barfußpfad Penzberg
Vordermeir 2 | 82377 Penzberg
- 9** Bier-Wallfahrt nach Altötting
Tüßlinger Straße 2 | 84579 Unterneukirchen
- 10** Streuobstwiesen am Fuße des Wendelsteins
Rathausplatz 1 | 83075 Bad Feilnbach
- 11** Genussradeln in Fridolfing
Rupertistr. 3 | 83413 Fridolfing
- 12** Bergblumen und Bergg'schichten auf der Kampenwand
Kampenwand Bergstation | 83229 Aschau im Chiemgau

OBERFRANKEN

- 13** Kartoffelwanderweg
Wanderparkplatz am Buchhaus (Hinteres Buchhaus)
95158 Kirchenlamitz
- 14** Thermentour (Radtour und Therme) (Bayreuth, Obersees,
Bad Staffelstein, Bad Colberg, Bad Rodach)

- 15** Rennsteigregion im Naturpark Frankenwald
(Ludwigsstadt, Steinbach am Wald, Teuschnitz,
Markt Trettau, Reichenbach)
- 16** Kräuterdorf Nagel
Wunsiedler Straße 25 | 95697 Nagel

OBERPfalz

- 17** Erlebnispark Wasser-Fisch-Natur
Holzhauser Straße 1 | 92442 Wackersdorf
- 18** Natur- und Erlebnispark Waldsassen
Brauhausstraße | 95652 Waldsassen
- 19** Fischbauerndörfer Kornthan & Muckenthal
Kornthener Weiher | 95676 Wiesau
- 20** Nepal Himalaya Park
Martiniplatte 1 | 93109 Wiesent

SCHWABEN

- 21** Kneipp Lauschtour
Rathaus | 89407 Dillingen a. d. Donau
- 22** Allgäuer Genussmanufaktur
Brauereiweg 3 | 88299 Leutkirch
- 23** Genussherbst am Bodensee
Lindau, Wasserburg, Nonnenhorn, Bregenz und Bodolz
- 24** Honig- und Bienendorf Seeg
Hauptstraße 33 | 87637 Seeg
- 25** Allgäuer Käsestraße
(Oberstaufen, Scheidegg, Lindau, Wangen, Isny)

UNTERFRANKEN

- 26** Weinaussichtspunkt terroir f
OT Stetten | 97753 Karlstadt
- 27** Europäische Kulturrundwege
Hanauer Straße 1 | 63755 Alzenau
- 28** Natur, Erholung & Freizeit im Ringpark
Sanderring 7 | 97070 Würzburg



IM GESPRÄCH MIT DER BAYERISCHEN STAATSMINISTERIN FÜR ERNÄHRUNG,
LANDWIRTSCHAFT UND FORSTEN

„Bayerns Regionen bieten eine unglaubliche Vielfalt an kulinarischen Genüssen“

SEIT MÄRZ 2018 IST MICHAELA KANIBER STAATSMINISTERIN FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND FORSTEN. IM NACHFOLGENDEN INTERVIEW ERKLÄRT DIE GEBÜRTIGE BAD REICHENHALLERIN UND MUTTER DREIER KINDER UNTER ANDEREM, WAS GENUSS FÜR SIE PERSÖNLICH BEDEUTET UND WIE DIE CORONA-KRISE AUS IHRER SICHT DAZU BEITRAGEN KANN, DIE SUBJEKTIVE WERTSCHÄTZUNG FÜR EINE REGIONALE VERSORGUNGSKETTE ZU STEIGERN.

FRAU STAATSMINISTERIN KANIBER, WAS BEDEUTET FÜR SIE GENUSS?

Genuss ist für mich die Kombination aus heimischen Produkten, ausgezeichneter Küche, herzlichen Menschen und beeindruckenden Landschaften. Dazu tragen vor allem unsere Wirte und Genusshandwerker bei, die es verstehen, lokalen Besonderheiten durch handwerkliches Können und mit hervorragenden Rohstoffen einen besonderen Charakter zu verleihen.

WO IN BAYERN GENIESSEN SIE AM LIEBSTEN?

Als Ministerin bin ich in ganz Bayern unterwegs. Da habe ich die unglaubliche Vielfalt, die Bayerns Regionen an kulinarischen Genüssen bieten, kennen und lieben gelernt. In jeder Region gibt es ganz unverwechselbare Spezialitäten. Ich kann nur jedem empfehlen, diese Schätze für sich zu entdecken. Aber ich

genieße natürlich auch ein gemütliches Essen mit meiner Familie und Freunden zu Hause im Berchtesgadener Land.

WIE FINDET MAN IN EINEM VON SORGEN GEPRÄGTEN JAHR ÜBERHAUPT DIE ZEIT ZUM GENIESSEN?

Ein bewusster Genuss ist wichtig. Wer genießen kann, kann sich für einen kurzen Moment aus den Sorgen und Herausforderungen des Alltags herausnehmen. Das gibt Halt und Sicherheit, daher ist es in schwierigen Zeiten vielleicht umso wichtiger. Man muss es schaffen, kleine Genussinseln in den Tages- oder zumindest in den Wochenablauf einzubauen. Beispielsweise öfters in ein Wirtshaus gehen und sich dort verwöhnen lassen.

MIT WELCHEN HERAUSFORDERUNGEN SEHEN SIE DAS GENUSSLAND BAYERN AUS IHRER SICHT ALS ERNÄHRUNGS- UND LANDWIRTSCHAFTSMINISTERIN DERZEIT KONFRONTIERT?

Eine besondere Herausforderung ist natürlich die Corona-Krise und ihre Auswirkungen auf alle Bereiche. Wenn den Gastwirten die Gäste und die Umsätze fehlen, leiden natürlich auch die Produzenten und die gesamte Wertschöpfungskette. Insofern ist diese Herausforderung derzeit zentral. Ansonsten ist es weiterhin unser Ziel, möglichst viele Menschen für unsere einzigartigen bayerischen Spezialitäten zu begeistern.

WIE STEHEN SIE ZU DER IDEE, ZU REGIONALEREN LEBENSMITTELKREISLÄUFEN ZURÜCKKEHREN? AUCH ANGESICHTS DER VORFÄLLE IN DER FLEISCHINDUSTRIE IN NORDRHEIN-WESTFALEN.

Die Situation bei Tönnies hat uns gezeigt, welche Risiken sehr große, zentrale Schlachtbetriebe bergen. Dezentrale Strukturen geben hingegen mehr Stabilität und sichern die regionale Versorgung. Ich möchte daher eine noch engere Verknüpfung zwischen Landwirtschaft und Gastronomie erreichen. Auf regionale Produkte umzustellen heißt, auf das „Naheliegende“ zu



ZUR PERSON

Die gelernte Steuerfachangestellte begann ihre politische Karriere als Beisitzerin im CSU-Ortsverband Bayerisch Gmain. Nach unterschiedlichen Positionen als stellvertretende Vorsitzende und Vorsitzende des Ortsverbands avancierte sie zur Kreisvorsitzenden der CSU im Berchtesgadener Land. Im Jahr 2008 wurde sie Gemeinderätin, seit 2013 ist Michaela Kaniber Landtagsabgeordnete. Nach 5-jähriger Tätigkeit im Ausschuss für Arbeit und Soziales, Jugend, Familie und Integration sowie im Ausschuss für Wissenschaft und Kunst wurde sie 2018 zur Staatsministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten ernannt.

bauen. Bei der Suche nach passenden Lieferanten aus der Region unterstützen wir die Gastronomen mit der Plattform „Wirt sucht Bauer“.

WO MÜSSEN POLITIK UND BAYERISCHES GASTGEWERBE IHRER MEINUNG NACH IN ENGEM AUSTAUSCH STEHEN?

Der enge und regelmäßige Austausch mit allen gesellschaftlichen Gruppen und Branchen ist der Staatsregierung extrem wichtig. Sie hört immer genau hin, um zu wissen, wo der Schuh drückt und wo sie unterstützend eingreifen kann. Die aktuelle Mehrwertsteuer-Senkung zum Beispiel, die auch dem Gastgewerbe zugutekommt, geht maßgeblich auf unseren Ministerpräsidenten Dr. Markus Söder zurück. Der Freistaat verfolgt ja viele Ansätze, die Wirtshäuser voranzubringen. Paradebeispiel ist die Klassifizierung „Ausgezeichnete Bayerische Küche“. Mit den „Lokal-Helden“ haben wir beispielsweise in der Corona-Krise eine Plattform geschaffen, um das Angebot von Gastronomen zu bündeln, die ihre Speisen zum Mitnehmen anbieten oder nach Hause liefern.

FRAU KANIBER, MAN NENNT SIE AUCH DIE „BAUERNFLÜSTERIN“. WIE SCHAFFT MAN ES, DEN RICHTIGEN TON ZU TREFFEN?

Ich bin ja aus einer Gastwirtsfamilie und habe schon früh in der elterlichen Wirtschaft mithelfen müssen. Dabei habe ich nicht nur gelernt, wie man mit den verschiedensten Menschen umgeht, sondern auch wie wichtig Dienstleistung ist. Das prägt einen. Auch als Ministerin sehe ich mich als Dienstleisterin. Bäuerinnen und Bauern reden sehr offen, ehrlich, ohne Schnörkel und kommen gleich zum Kern des Anliegens. Das gefällt mir. Sie schätzen es auch, wenn man ihnen offen und ehrlich antwortet. Man braucht dabei natürlich auch ein Gespür für das Thema und das atmosphärische Umfeld. Und man muss die Fakten kennen.

IN IHRER POSITION STOSSEN SIE SICHERLICH AUCH OFT AUF GEGENWIND. WIE GEHEN SIE MIT KRITIK UM?

Politik zu machen, die dem Gemeinwohl dient, ist nicht immer eine Wohlfühlveranstaltung. Denn es gibt immer andere Ansichten, Ziele und auch Einzelinteressen. Solange Kritik offen und konstruktiv ist, kann ich damit gut umgehen. Was mich ärgert ist, wenn Gesprächspartner die Fakten ignorieren oder bewusst verdrehen oder wenn sich jemand nicht an Vereinbarungen hält.

WAS WÜNSCHEN SIE SICH FÜR DIE ZUKUNFT VON BAYERN?

Die Corona-Krise hat uns vor Augen geführt, dass die Versorgung mit heimischen Lebensmitteln für die Gesellschaft einen sehr hohen Stellenwert hat. Sie ist viel wichtiger, als wir das zuvor in unserem Alltag beachtet haben. Ich wünsche mir, dass dieser Respekt vor den hochwertigen Nahrungsmitteln aus der Region auch nach Corona anhält. Dieses Verständnis zu verstetigen und die Bereitschaft, etwas mehr für qualitätsvolle Lebensmittel auszugeben, das möchte ich gerne erreichen. ☺

Die Fragen stellte Karolina Wojdyla

Klassiker ohne Kinkerlitzchen.

Sinalco. Qualität seit 1905.





BEWUSSTE GENUSSMOMENTE UND DAS HEDONISTISCHE PARADOX

„WENIGER FÜHRT ZU MEHR GENUSS“



ZU EINEM GUTEN LEBEN GEHÖRT GENUSS. MEIST ERWÄCHST DER HÖCHSTE GENUSS AUS DEM ZUSAMMENSEIN MIT ANDEREN MENSCHEN, WAS INSBESONDERE FÜR GEMEINSAMES ESSEN UND TRINKEN GILT.

Genuss ist lustvoll und geht mit positiven Emotionen einher wie zum Beispiel mit Freude, Wohlfühlen, Glücksmomenten, Entspannung, Tagträumen und vielem mehr. Genuss wird über alle Sinne vermittelt. Ein gutes Essen geht nicht nebenbei. Wer es genießen will, muss sich von seinen Sinnen leiten lassen. Ein Genießer wird voll bei der Sache sein und seine sinnliche Wahrnehmung auf das Essen richten. Dieser Vorgang ist ein genialer Mechanismus des menschlichen Wahrnehmungsapparats: Während schöne und genussvolle Eindrücke aufgenommen werden, wird zugleich Störendes, wie beispielsweise negative Gedanken, unterbunden. Psychologische Studien haben ergeben, dass die Menschen zufriedener und glücklicher sind, die gedanklich bei dem sind, was sie gerade tun und nicht abschweifen. Also: Wer genießen will, muss bei seinem Genuss-Objekt bleiben. Ein gutes Essen schmeckt nur dem, der sich nicht ablenken lässt.

Günstig ist es, wenn jeder Sinn einzeln und nacheinander auf das gewählte Essen gerichtet wird:

- Wie sieht es aus – Farbe, Form, Arrangement?
- Wie riecht es? Duften die einzelnen Komponenten verschieden?
- Wie ist das Mundgefühl beziehungsweise die Textur?
- Wie schmeckt es? Schmecken die unterschiedlichen Komponenten verschieden, schmecken sie in den verschiedenen Mundbereichen anders?

Es liegt in der Natur guter Dinge, dass Menschen sie besitzen oder konsumieren wollen. Das hedonistische Paradox besagt, dass ein höherer Grad an Zufriedenheit, Glück oder Genuss dann erreicht werden kann, wenn der Konsum von Gütern in Maßen erfolgt. Gerade im Konsumbereich kann Zurückhaltung zu mehr Genuss führen. Erdbeeren schmecken im Frühsommer und Apfelsinen im Winter besonders gut und sollten dann verzehrt werden. Weihnachtsgebäck sollte in der Adventszeit genossen werden. Dessen

Konsum schon ab September entwertet eine Spezialität und verstellt den Blick für die jahreszeitlichen Genüsse des Herbstes, die es nur zu dieser Jahreszeit zu genießen gibt: frische Pflaumen oder Äpfel, junger Wein und Zwiebelkuchen, aber auch klare Luft und die Farben und Gerüche des Herbstes. Der Wechsel von Genuss und Zurückhaltung, von sich etwas gönnen und enthaltsam sein, kann als ein Akt der Selbstfürsorge verstanden werden: Er sichert Genuss langfristig. ☺

Dr. Rainer Lutz

ZUR PERSON

Dr. Rainer Lutz ist ein deutscher Psychologe, Therapeut und Autor. Er studierte Psychologie, Pädagogik, Philosophie und Publizistik an der Universität Mainz, der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main sowie an der Ruhr-Universität Bochum. Nach dem Abschluss in Psychologie spezialisierte sich Lutz in erster Linie auf Verhaltenstherapie. 1992 promovierte er an der Philipps-Universität Marburg zum Dr. rer. nat.

Genießen kann jeder lernen. In der Kleinen Schule des Genießens werden nicht nur die Sinne geschult, sondern auch die sieben Genussregeln vermittelt, die günstig für das Genießen sind:

1. GENUSS BRAUCHT ZEIT
2. GENUSS MUSS ERLAUBT SEIN
3. GENUSS GEHT NICHT NEBENBEI
4. WISSEN, WAS EINEM GUT TUT
5. WENIGER IST MEHR
6. OHNE ERFAHRUNG KEIN GENUSS
7. GENUSS IST ALLTÄGLICH



IM GESPRÄCH MIT STAATSMINISTER THORSTEN GLAUBER

„Genuss und Nachhaltigkeit schließen sich nicht aus“

ALS BAYERISCHER STAATSMINISTER FÜR UMWELT UND VERBRAUCHERSCHUTZ HAT THORSTEN GLAUBER ZAHLREICHE HERAUSFORDERUNGEN ZU MEISTERN – NICHT ERST SEIT CORONA. *GASTGEBER BAYERN* HAT SICH MIT DEM 49-JÄHRIGEN POLITIKER ÜBER DIE VORZÜGE DES URLAUBSZIELS BAYERN, GESUNDHEIT UND NACHHALTIGKEIT IM DENKEN UND HANDELN UNTERHALTEN.

HERR STAATSMINISTER GLAUBER, WOFÜR STEHT FÜR SIE DER BEGRIFF „GENUSSLAND BAYERN“?

Wir können in ganz Bayern stolz sein auf unsere traditionelle bayerische Gastfreundschaft und die enorme Bandbreite regionaler kulinarischer Spezialitäten. Hier bin ich gerne Gast. Bayern ist das Land der Brauereien und einer ganz speziellen Küche. Genuss wird bei uns großgeschrieben. In erster Linie denke ich dabei natürlich an meine fränkische Heimat. Ich bin zwischen Streuobstwiesen und Kirschblüten aufgewachsen. Auch die einzigartigen Landschaften mit Bergen, Seen und zwei Nationalparke gehören für mich zum Genussland Bayern.

WALD- UND ARTENSTERBEN, WASSERKNAPPHEIT, WEGWERFGESELLSCHAFT, KLIMAWANDEL – VIELE HERAUSFORDERUNGEN FÜR UNSERE UMWELT. WIE KANN MAN BEI ALL DEM ÜBERHAUPT NOCH GUTEN GEWISSENS GENIEßEN?

Wir gehen diese Herausforderungen mit großem Nachdruck an. Und wir haben bereits viel auf den Weg gebracht: Das „Volksbegehren

Plus“ ist ein echter Meilenstein für den Artenschutz. Mit unserem Bayerischen Klimaschutzgesetz und unserem begleitenden 10-Punkte-Plan mit rund 100 konkreten Maßnahmen wollen wir bis 2050 klimaneutral werden. Wir setzen eine umfassende Wasserstrategie um, damit unsere wichtigste Ressource auch morgen noch überall in höchster Qualität zur Verfügung steht. Mit verschiedenen Maßnahmen wollen wir unnötige Plastikabfälle reduzieren. Grundsätzlich gilt: Genuss und Nachhaltigkeit schließen sich nicht aus. Manchmal reichen schon kleine Umstellungen, um eine große Wirkung zu erzielen, zum Beispiel Urlaub daheim statt mit dem Flugzeug um die halbe Welt.

WÄHREND DES LOCKDOWNS KONNTE SICH DIE NATUR EIN STÜCK WEIT ERHOLEN. WELCHE KONKRETEN ASPEKTE MÜSSEN WIR JETZT IN DIE ZEIT DANACH MITNEHMEN?

Die Pandemie ist noch nicht vorbei und stellt uns weiterhin vor große Herausforderungen. Die Gesundheit der Menschen steht dabei an erster Stelle. Aber wir lernen aus der Pandemie: Eine intakte Natur gerade auch als Rückzugs- und Erholungsraum ist durch nichts zu ersetzen. Ökonomie und Ökologie müssen deshalb zusammengedacht werden. Unsere

Wirtschaft muss nach Corona zukunftsfest und nachhaltig aufgestellt werden. Wenn wir die Wirtschaft wieder ankurbeln, müssen Klimaschutz und Nachhaltigkeit mitgedacht werden. So bringt jeder Euro einen zweifachen Ertrag. Wir stärken die Wirtschaft und bringen Umwelt- und Klimaschutz weiter voran. Die Pandemie hat auch gezeigt, wie wichtig regionale Wirtschaftskreisläufe sind. Das sollten wir weiter stärken. Wir brauchen eine soziale und nachhaltige Marktwirtschaft.

DIE CORONA-ZEIT HAT DEN EIGENTLICH ZURÜCKGEHENDEN MÜLLTREND IM GASTGEWERBE WIEDER VOLL ANGEKURBELT. PLEXIGLASSCHEIBEN, EINMALHANDSCHUHE, MASKEN, EINZELN VERPACKTE WAREN UND VIELES MEHR. WAS KÖNNEN UNTERNEHMEN DAGEGEN TUN?

Sicherheit steht an oberster Stelle. Die besten Abfälle sind aber immer noch die, die gar nicht erst entstehen. Wir müssen sorgsam mit unseren Ressourcen umgehen, wo es ohne Abstriche beim Gesundheitsschutz möglich ist. Nachhaltigkeit muss einen festen Platz in unserer Gesellschaft finden. Wichtig ist gerade in Corona-Zeiten, im Alltag die Hygieneregeln besonders genau zu beachten.

”

„Manchmal reichen schon kleine Umstellungen, um eine große Wirkung zu erzielen, zum Beispiel Urlaub daheim statt mit dem Flugzeug um die halbe Welt.“





WAS RATEN SIE UNSEREN GÄSTEN ZU BEDENKEN?

Der entscheidende Punkt ist, dass der Müll nicht in der Umwelt landet – dafür kann jeder etwas tun. Jetzt im Sommer kann man beispielsweise das schöne Wetter nutzen, um vor Ort im Restaurant zu essen, anstatt die Speisen in Plastik verpackt mitzunehmen. Da freuen sich der Gastwirt und der Gaumen.

STICHWORT: ZUSTÄNDE IN SCHLACHTHÖFEN. WAS KÖNNEN VERBRAUCHER DAGEGEN TUN?

Bei dem Thema sind alle gefordert. Wir brauchen beim Thema Tierschutz eine gesamtgesellschaftliche Wende. Das gilt zum einen für die Mitarbeiter und deren Arbeitsbedingungen. Auch lange Tiertransporte sind nicht mehr zeitgemäß. In Bayern haben wir zum Glück noch viele Metzger, die selber schlachten. Das müssen wir erhalten. Ich will weg von langen Tiertransporten hin zu regionaler Schlachtung und Verwertung vor Ort. Sozusagen direkt von der Wiese in den Hofladen. Deshalb haben wir uns erfolgreich für die Ausweitung der Weideschlachtung eingesetzt. Auch die Verbraucher selbst können mit ihrem Kaufverhalten zu mehr Tierwohl beitragen. Viele Verbraucher legen Wert auf gesundes Essen. Qualität ist auch ein herausragendes Merkmal für unsere Gastronomie.

WELCHE RISIKEN BIRGT DIE ANONYMITÄT IM INTERNET BEI VERBRAUCHERPORTALEN?

Die unendlichen Möglichkeiten des Internets bergen spezifische Gefahren. Vor allem die Anonymität im Internet kann zum Problem werden, gerade wenn es ausschließlich darum gehen soll, andere anzugreifen. Dinge, die im Internet veröffentlicht werden, bekommt man nicht mehr so leicht aus der Welt. Deswegen muss darauf geachtet werden, dass der Bogen nicht überspannt wird. Das gilt natürlich auch für Verbraucherportale. Sie können ein guter Wegweiser sein, aber das Internet darf kein rechtsfreier Raum sein. Sowohl Anbieter als auch Verbraucher verdienen Schutz vor unrichtigen Behauptungen und manipulierten Bewertungen. Deshalb sollten auch Betreiber von Verbraucherportalen viel stärker in die Pflicht genommen werden.

DER DEHOGA BAYERN FORDERT, DASS DIE AUSKUNFT NACH DEM VERBRAUCHERINFORMATIONSGESETZ – STICHWORT FOODWATCH „TOPF SECRET“ – VOM VERBRAUCHER EINHEITLICH IN DER ZUSTÄNDIGEN BEHÖRDE EINGESEHEN WERDEN KANN, ABER NICHT ALS BERICHT HERAUSGEGEBEN WERDEN SOLL, WEIL DIE GEFAHR BESTEHT, DASS DIESER DANN MEDIAL VERWENDET ODER IM INTERNET VERÖFFENTLICHT WIRD. WIE STEHEN SIE DAZU?

Bundesgesetz und Rechtsprechung sind hier eindeutig. Danach ist die Information grundsätzlich in der Form zu gewähren, wie sie vom Antragsteller beantragt wird. Mir ist aber eines wichtig: Bayerns Gastronomen und Hoteliers leisten jeden Tag hervorragende Arbeit. Darüber kann es keine Diskussion geben. Wir brauchen ein Vorgehen, mit dem alle Seiten gut leben können: einerseits der Verbraucher mit dem Wunsch nach mehr Transparenz, andererseits aber auch die Betriebe, in deren Rechte eingegriffen wird.

WELCHEN VORTEIL SEHEN SIE BEIM URLAUB IM EIGENEN LAND? WELCHE NACHTEILE?

Urlaub daheim ist ganz klar das Motto in Corona-Zeiten. In diesen Ferien finden Bayerns Urlaubsregionen so viel Zuspruch wie noch nie – und das aus gutem Grund. Bayern bietet wunderbare Landschaft und pure Erholung. Wenn viele Menschen ihren Urlaub daheim verbringen, bedeutet das aber auch eine ganz besondere Verantwortung und Wertschätzung für den Lebensraum Natur. Respektvolles und achtsames Verhalten steht dabei im Mittelpunkt. Ich appelliere deshalb an alle Gäste, sorgsam und rücksichtsvoll mit unserer Natur und unserer Pflanzen- und Tierwelt umzugehen. ♻️

ZUR PERSON

Thorsten Glauber (49) ist seit 12. November 2018 Staatsminister für Umwelt und Verbraucherschutz im Kabinett Söder II. Nach einer Ausbildung zum Kommunikationselektroniker absolvierte Glauber von 1994 bis 1996 eine Ausbildung zum Bauzeichner und studierte anschließend von 1996 bis 2000 Architektur an der Fachhochschule Coburg. 2003 machte er sich als Architekt in Forchheim selbstständig und gründete das Büro Glauber + Rosbigalle. Bei der Landtagswahl 2008 kandidierte er für die Freien Wähler im Stimmkreis Forchheim und zog erstmals in den Bayerischen Landtag ein.



Schmecken

„AUSGEZEICHNETE BAYERISCHE KÜCHE“ IN ZEITEN VON CORONA

REGIONALE QUALITÄT GEWINNT WEITER AN BEDEUTUNG

DIE CORONA-PANDEMIE BRINGT VIELE HERAUSFORDERUNGEN MIT SICH. DIE AUSWIRKUNGEN TREFFEN DIE GASTRONOMIEBRANCHE HART – AUCH IN BAYERN. RESTAURANTS UND WIRTSHÄUSER MUSSTEN LANGE ZEIT SCHLIESSEN UND KÖNNEN AUCH JETZT NUR MIT STRENGEN AUFLAGEN ÖFFNEN. ANGESICHTS DESSEN GEWINNT DIE KLASSIFIZIERUNG „AUSGEZEICHNETE BAYERISCHE KÜCHE“, EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT DES BAYERISCHEN STAATSMINISTERIUMS FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND FORSTEN SOWIE DES DEHOGA BAYERN, WEITER AN BEDEUTUNG.



rischen Besonderheiten in den Mittelpunkt zu rücken, wurde das Qualitätssiegel „Ausgezeichnete Bayerische Küche“ ins Leben gerufen. Es dient Verbrauchern als verlässlicher Qualitätskompass, um ganz einfach garantiert echte bayerische Wirtshäuser zu finden, wovon letztlich auch die Betriebe selbst profitieren.

HERAUSFORDERUNGEN KREATIV BEGEGNEN

Während des Lockdowns wurde einmal mehr deutlich, wie die gastronomische Familie im Freistaat zusammenhält und mit wie viel Kreativität und persönlichem Engagement sich die Betriebe einsetzen und gegenseitig unterstützen – ganz nach dem Motto „Von nichts kommt nichts“. Zusätzlich zu den vielfältigen Herausforderungen, welche die Corona-Zeit mit sich bringt, fällt es jedoch auch zunehmend schwerer, die Kriterien der „Ausgezeichneten Bayerischen Küche“ umzusetzen: So waren zahlreiche Wirte nach dem Zwangs-Lockdown mit Lieferengpässen konfrontiert und das schnelle Umdisponieren und Ausfindigmachen neuer regionaler Lieferanten war und ist sicherlich herausfordernd. Ebenfalls eine große Herausforderung ist es, die bekannte bayerische Gemütlichkeit

in Wirtshäusern trotz „Social Distancing“ aufrecht zu erhalten – stets ein Balanceakt zwischen Einhaltung der gesetzlichen Hygienemaßnahmen und dem Zusammengehörigkeitsgefühl. Ebenso gilt es für die Betriebe häufig wechselnden Auflagen gerecht zu werden. Mit Kreativität, wie etwa Abstandsklebebänder auf Sanitäranlagen mit der Aufschrift „Ihr seid mit Abstand die Besten“ (Alte Brauerei Mertingen) und ausreichend Desinfektionsmittel, gelingt die Gradwanderung zwischen erforderlichen Maßnahmen und Wohlbefinden.

Die Pandemie wird nun vor allem Trends verstärken, die schon vor der Krise in eine sinnvolle Richtung zeigten: Regionalität und

Von Weiden bis Passau, von Füssen bis zum Chiemgau – jedes Fleckchen Bayern ist die Heimat ganz spezieller, regionaltypischer Zutaten, besonderer Zubereitungsarten, vieler Biersorten und einzigartiger Gerichte, die den Charakter der bayerischen Kultur prägen und das Genussland Bayern besonders auszeichnen. Um all diese kulina-



Nachhaltigkeit. Gäste wenden sich gerade jetzt verstärkt dem Vertrauten zu und nähern sich heimischen Produkten und Gerichten. Dass gerade in der Zeit des Lockdowns wieder viel mehr selbst gemacht wurde, steigert auch die Wertschätzung für regionale Produkte. Die Menschen sehen nun, wie viel Arbeit in einem guten Gericht steckt und werden es viel mehr wertschätzen. Dabei bedeuten Regionalität und Saisonalität keinesfalls einen Verzicht auf Vielfalt. Die „Ausgezeichnete Bayerische Küche“ zeigt eindrucksvoll, wie vielfältig und einfallreich die bayerischen Speisen sein können.

TRENDS ERKENNEN UND CHANCEN NUTZEN

Diese Entwicklung können sich Gastronomen zunutze machen: Spätestens jetzt ist den Verbrauchern die Bedeutung von regionalen Lebensmitteln endgültig ins Bewusstsein geraten. Diesem Wunsch der Gäste nach heimischen Produkten und „Normalität“ können

bayerische Wirte durch ein entsprechendes Angebot und eine Klassifizierung gerecht werden. Auf regionale Produkte umzustellen, bedeutet, einen Schritt ins „Neue“, aber doch eigentliche „Naheliegende“ zu wagen – und es bedeutet möglicherweise auch, sich Lieferanten suchen zu müssen, die verlässlich regionale Ware liefern können. Dies in einem laufenden Betrieb zu realisieren, ist mutig und freilich kein Selbstläufer. Das Netzwerk des DEHOGA Bayern kann dabei eine Hilfestellung sein.

Gerade die Gastronomie hat das Potenzial und die Kraft, sich schneller als viele andere Branche zu wandeln und diese Krise als Chance zu nutzen. So sahen es beispielsweise auch die Betreiber des Hotel-Restaurants „Alte Posthalterei“ in Zusmarshausen. Der Betrieb hatte sich kürzlich erstmals klassifizieren lassen, nachdem das Restaurant im vergangenen Jahr eröffnet wurde. Diesem Vorhaben stand die Corona-Pandemie bei der Betriebsbegehung

durch die Kommission übrigens nicht im Weg, da die Inhaber aus Überzeugung auf regionale und saisonale Produkte setzen.

INTERESSIERT AN RAUTEN?

Nutzen Sie als Gastwirt die Chance, sich mit dem Qualitätssiegel „Ausgezeichnete Bayerische Küche“ deutlich und positiv in Szene zu setzen. Auch mit Ihrem Engagement wird das neue Qualitätssiegel zum Markenzeichen einer hochwertigen, für die Region typischen und glaubwürdigen Küchenkultur. Teilnehmende Betriebe erhalten eine Urkunde über die Klassifizierung und ein repräsentatives Schild zur Anbringung im Außenbereich. Außerdem wird der Betrieb auf der offiziellen Website der „Ausgezeichneten Bayerischen Küche“ veröffentlicht und erhält dort die Möglichkeit, sich mit einem eigenen Steckbrief zu präsentieren. Weitere Informationen zum Kriterienkatalog sowie Erläuterungen zur Klassifizierung finden Sie unter www.bayerischekueche.de 

HALLO TALLERO!

**JETZT IST DIE KUGEL EINE SCHEIBE
MILCHIG FEINE MOZZARELLA-TALER FERTIG ZUM SERVIEREN**



Bayerns feiner Käse

50
Scheiben à
15g



**JETZT NEU – für Catering,
Großverbraucher und
System-Gastronomie!**

Jetzt ordern!



AUSBILDUNG ZUM MILCH-SOMMELIER

Mit Milch-Wissen bei den Gästen punkten

MILCH IST EIN LEBENSMITTEL, DAS IN EINEM GANZ EINZIGARTIGEN ZUSAMMENSPIEL VON LANDSCHAFT, KULTUR, MENSCH UND NATUR STEHT. SIE IST BAYERISCHES KULTURGUT UND WICHTIGES GRUNDNAHRUNGSMITTEL. MIT DEM RICHTIGEN FACHWISSEN RUND UM DAS THEMA MILCH PUNKTEN AUCH GASTRONOMIE-PROFIS BEI IHREN GÄSTEN. DIE GENUSSAKADEMIE BAYERN BIETET DAHER AB JANUAR EINE ACHTTÄGIGE WEITERBILDUNG ZUM MILCH-SOMMELIER AN.

Der neue Lehrgang liefert den Teilnehmern fundiertes Wissen zu den Bereichen Milch-Sensorik und Milch-Qualität.

Sie lernen die Unterschiede von Vorzugsmilch,

ESL-Milch, H-Milch und pasteurisierter Milch kennen. Wie lässt sich Milch in Aussehen, Geruch, Geschmack und Konsistenz unterscheiden – und wie erkennt man die Auswirkung der Rohmilchqualität auf das verarbeitete

Endprodukt? Nach Abschluss des Lehrgangs können die Teilnehmer diese Fragen sicher beantworten. Auch Milchalternativen wie Soja-, Haferdrinks und Co. werden thematisiert. Darüber hinaus beschäftigen sich die Teilnehmer mit der politischen und kulturellen Bedeutung der Milch sowie ernährungsphysiologischen Fakten. Die acht Kurstage finden – aufgeteilt in drei Module – an verschiedenen Veranstaltungsorten in Bayern statt. Bereits jetzt kann man sich für eine Teilnahme im Januar 2021 anmelden. Nähere Informationen gibt es unter: www.genussakademie.bayern/sommelier/milch. 

SOMMELIER-LEHRGÄNGE DER GENUSSAKADEMIE

Edelbrand, Gewürz, Käse, Milch: In den Sommelier-Lehrgängen der Genussakademie Bayern erhalten Fachkräfte der Ernährungsbranche ein umfassendes Wissen für die Berufspraxis. Und wenn die Zeit fehlt: In den Tagesworkshops der Genusswerkstatt gibt es Fachwissen zu Verarbeitungstechniken und Produktgruppen – fundiert und auf den Punkt gebracht.

Anmeldungen sind über die Homepage der Genussakademie Bayern möglich: www.genussakademie.bayern



Riechen

SORTENREINE EDELBRÄNDE AUS SELTENEN STREUOBSTSORTEN

KULTURLANDSCHAFT IM GLAS

SELTENE STREUOBSTSORTEN AUS DER REGION SIND EINE ECHTE RARITÄT. ZU EINEM ECHTEN GENUSSSCHATZ WERDEN SIE, WENN SIE ZU HOCHWERTIGEN, SORTENREINEN EDELBRÄNDEN VEREDELT WERDEN. IM RAHMEN EINES KOOPERATIONSPROJEKTS MACHEN SICH DIE LANDESANSTALT FÜR WEINBAU- UND GARTENBAU (LWG) UND DER CLUSTER ERNÄHRUNG AM KOMPETENZZENTRUM FÜR ERNÄHRUNG (KERN) IN ZUSAMMENARBEIT MIT DEN BAYERISCHEN KLEIN- UND OBSTBRENNERN FÜR DEN ERHALT VOM AUSSTERBEN BEDROHTER OBSTSORTEN STARK.



Der einzigartige Geschmack der edlen Destillate ist unter anderem den aromatischen Früchten der artenreichen Streuobstwiesen Bayerns, die seit jeher das Kulturlandschaftsbild prägen, zu verdanken. Mit der zunehmenden Intensivierung des Obstanbaus verschwinden die ökologisch wertvollen Streuobstwiesen mit ihren alten, heimischen Sorten jedoch zunehmend von der Bildfläche. Um diesem Trend entgegenzuwirken, initiierte der Cluster für Ernährung gemeinsam mit der Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau das Pilotprojekt „Sortenreine Edelbrände aus seltenen Streuobstsorten“ zum Erhalt vom Aussterben bedrohter Obstsorten von Apfel, Birne oder dem Wildobst Speierling.

Über die Verarbeitung der seltenen Streuobstsorten zu sortenreinen Edelbränden bekommen die Streuobstwiesen wieder einen Wert. Eventuell verloren geglaubte Sorten werden neu entdeckt, die alten Bäume gepflegt und auch wieder nachgepflanzt. Denn nur eine zeitgemäße Verwertung alter Sorten führt zu einem aktiven Interesse der Besitzer an der Pflege der Streuobstwiesen und dem Erhalt einer alten Kulturlandschaft.

Die heimischen Streuobstwiesen beherbergen mehr als 5.000 einzigartige Insekten- und Pflanzenarten. Somit leisten die bayerischen Obst-Brenner durch die Verarbeitung des Streuobstes zu wertigen Edelbränden einen wichtigen, wertschöpfenden Beitrag zum Artenschutz und zur Artenvielfalt. Bei einer Sortenkartierung von 2007 bis 2010 hatten Experten der LWG viele seltene, bereits verloren geglaubte Sorten wiederentdeckt, wie etwa die Röhrlsbirne, die bereits 1776 in der „Pomona Franconica“ des fürstbischöflichen Hofgärtners Johann Propok Mayer abgebildet ist. Sie galt mehr als 100 Jahre als verschollen.

Zusammen mit den bayerischen Klein- und Obstbrennern haben die Wein- und Gartenbauer der LWG 16 seltene Streuobstsorten aus Bayerns Streuobstwiesen verarbeitet und zu 26 qualitativ hochwertigen, sortenreinen Edelbränden destilliert, die bei den beteiligten Brennern bezogen werden. Das Projekt ist Teil der Premiumstrategie für Lebensmittel, mit der das Bayerische Landwirtschaftsministerium den Absatz hochwertiger Spezialitäten aus dem Freistaat voranbringen und gleichzeitig ein Bewusstsein für deren kulturhistorische Bedeutung schaffen möchte. ☺

Weitere Informationen unter:

www.bayern-brand.de/

sortenreine-edelbraende-aus-seltenen-streuobstsorten/



Neu

Schupfnudel-Trio



Rote Beete-Knödel



Kartoffel-Blattspinat-Gratin

Vom Beiwerk zum Star

Die neuen Beilagen von **BÜRGER Profiküche:**

- Spannende Alternativen zu klassischen Sättigungsbeilagen
- Ideal für vegetarische Hauptgerichte
- TK-Ware ohne deklarationspflichtige Zusatzstoffe



Bürger GmbH & Co. KG – Zeiss-Str. 12 – D-71254 Ditzingen
Tel. +49 (0) 7156 3002-0 – Fax +49 (0) 7156 3002-2066
www.buerger-profikueche.de

Wir sind dabei!
www.zukunftsgastro.com



FORTFÜHRUNG EINER 100-JÄHRIGEN FAMILIENTRADITION

FEUER UND FLAMME FÜR EDELBRÄNDE

DER FREISTAAT IST EINER DER KREATIVSTANDORTE IN DEUTSCHLAND. DABEI SPIELEN AUCH DIE BAYERISCHEN TRADITIONEN EINE BEDEUTENDE ROLLE: SIE SIND DIE GRUNDLAGE FÜR KREATIVE WEITERENTWICKLUNG. KREATIVITÄT HAT IN BAYERN VIELE FACETTEN: GENUSSKULTUR, KUNST UND KULTUR, KREATIVES HANDWERK ODER ORIGINELLE FESTE. DIE STAATLICH ANERKANNTE BRENNERIN UND EDELBRANDSOMMELIÈRE FRANZISKA BISCHOF FÜHRT DIE EINZIGE DESTILLATHEK DEUTSCHLANDS. SIE FÜHRT DAS TRADITIONELLE HANDWERK DES BRENNENS FORT UND INTERPRETIERT EDELBRÄNDE NEU. FRANZISKA IST DAMIT „TRADITIONELL ANDERS“-BOTSCHAFTERIN DER BAYERN TOURISMUS MARKETING GMBH.



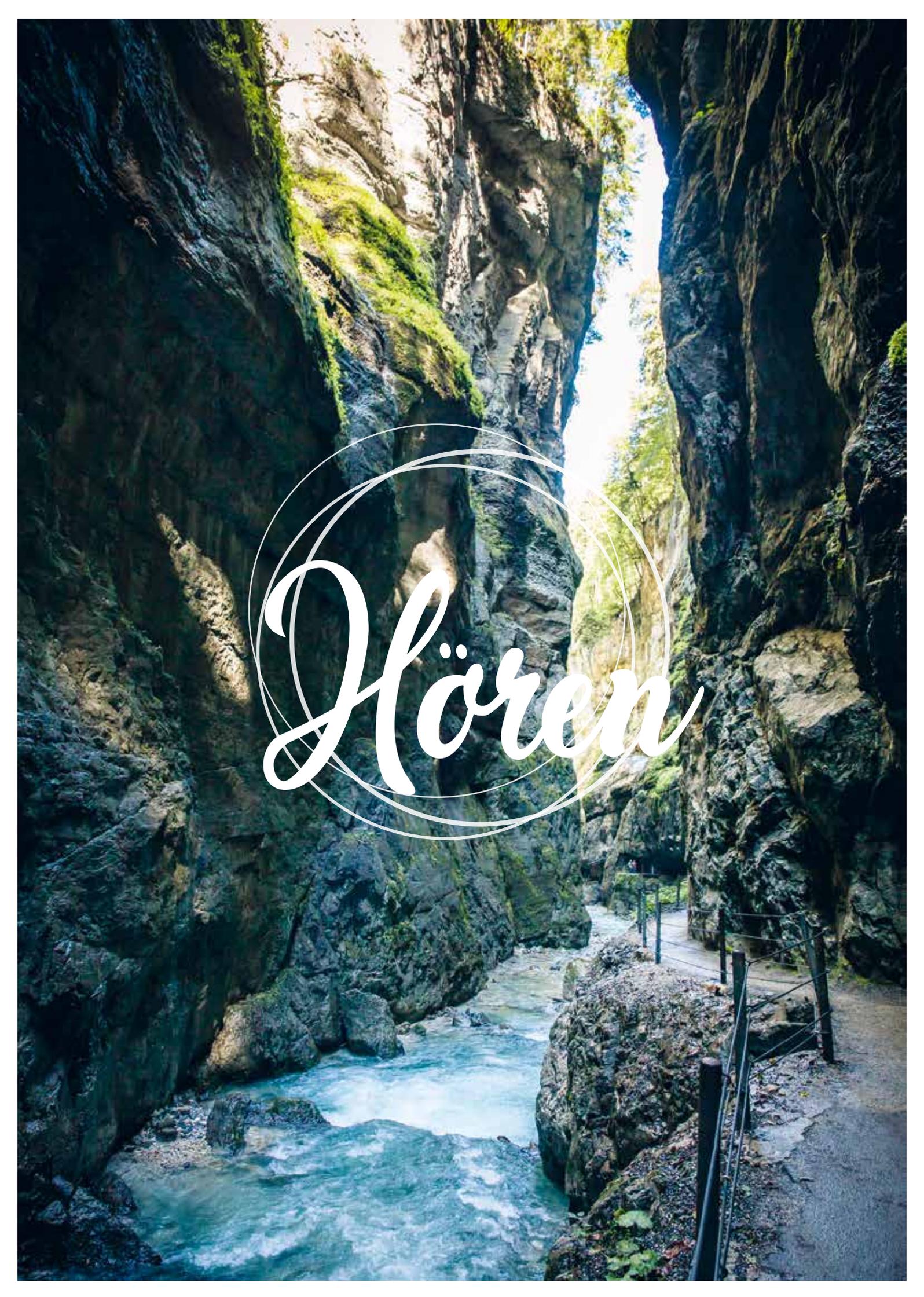
Fotos: www.bayern.by – Florian Trykowski

Das Schnapsbrennen hat in der Familie Bischof aus Wartmannsroth in der Rhön Tradition: Seit fast 100 Jahren wird dieses Handwerk hier ausgeübt. Darauf baut die Jüngste der Familie, Franziska Bischof auf und eröffnete die einzige Destillathek ihrer Art. Dort bietet sie Führungen, Workshops und Themenevents an, um somit Gästen die Herstellung edler Brände nahe zu bringen. Die Brennerin kombiniert die Kniffe ihrer Vorgänger mit zeitgemäßer Technik, neuen Ideen und hat das Brennen zu ihrem Haupterwerb gemacht. Neben dem klassischen Obstler stellt sie auch einen Gin, Kräuterliköre und einen Ingwergeist her.

„Oft rieche oder schmecke ich in meinem Alltag etwas, das mich fasziniert. Dann überlege ich, wie ich das in etwas Hochprozentigem einfangen könnte“, erklärt die Expertein für Edelbrände. Auch die Namen der Edelbrände sind ungewöhnlich: Herzdame, Wilderer, Musterknabe, Rebell, Halunke, Träumer und Schamane. Die Namen sucht sie nach den besonderen Charaktereigenschaften des Geruchs aus. So assoziiert Bischof beispielsweise mit dem Quittenbrand „Die Herzdame“ wegen seines fruchtigen, blumigen Geschmacks etwas Feminines. „Der Wilderer, ein Geist aus Vogelbeeren, schmeckt erdig und nussig, fast männlich“ so die junge Frau. Die Passion für das Brennen hat sich ausgezahlt: Franziska Bischof ist staatlich anerkannte Brennerin, Edelbrandsommelière und ausgezeichnet als „Female Distiller of the Year“ 2018. 

Weitere Informationen zur Edelbrandsommelière Franziska Bischof und weitere „traditionell andere“-Geschichten aus Bayern unter <https://www.bayern.by/kreativ/>.





Hören

KAMPAGNE WIRBT FÜR SICHEREN URLAUB IN CORONA-ZEITEN

Bayern von seinen schönsten Seiten genießen

BAYERN STEHT WIE KEIN ANDERES BUNDESLAND FÜR GENUSS, LEBENSFREUDE, SINNLICHKEIT UND LEBENS- LUST. DAS ERLEBT MAN IN DEN WIRTSHÄUSERN, BIERGÄRTEN UND HOTELS WIE AUCH IN GRÖßEREN UND KLEINEN STÄDTEN, IN DEN BERGEN UND AN DEN SEEN. AUCH IN ZEITEN VON CORONA SOLLTE MAN SICH NICHT DAVON ABHALTEN LASSEN, DAS LEBEN BEI EINEM GLAS WEIN, BIER ODER SCHORLE ZU GENIEßEN. DESHALB ZEIGEN BAYERNS WIRTE UND GASTGEBER IN DER KAMPAGNE „BAYERISCHE LEBENSLUST? GANZ SICHER!“ WIE SIE FÜR SICHERHEIT UND GESUNDHEIT SORGEN – UND BELIEBTE INSTAGRAMER WIE ARNE HÖRMANN UND TIM WESSLING VON 60SECONDS.TRAVEL, WAS SIE DARAUS MACHEN.

Kernidee der Kampagne ist es, in das bayerische Lebensgefühl einzutauchen und seinen Aufenthalt in Bayern zu genießen – dank der umgesetzten Sicherheitsmaßnahmen der Wirte, Gastgeber und touristischen Leistungsträger ist das auch in der heutigen Zeit sicher möglich. Die Bayern Tourismus Marketing möchte Lust auf die bayerische Lebensart machen und Einheimischen sowie potenziellen Gästen zeigen, dass sie auch jetzt in dieses besondere Lebensgefühl eintauchen können. Im Zentrum der Kampagne steht ein Musikvideo des hierfür eigens von der Kultband LaBrassBanda umgeschriebenen Songs „Scheena Dog in Bayern“ über das einzigartige bayerische Lebensgefühl. Das offizielle Musikvideo zum Song gibt es exklusiv auf der Kampagnenseite lebenslust.bayern. Ergänzt wird die Kampagne von Videos der Gastgeber und Wirte, die zeigen, warum ein Besuch bei ihnen sicher ist sowie verschiedenen weiteren Inhalten der touristischen Partner aus ganz Bayern.

LEBENSLUST-ORTE AUS GANZ BAYERN

Bayrische Lebenslust und Sinnlichkeit erlebt man im ganzen Freistaat – sei es in Städten und Dörfern, in den Bergen oder an den wunder-



schönen Seen. Auf der Kampagnen-Seite erhalten Interessierte Tipps zu ganz speziellen Lebenslust-Orten zwischen der Rhön im Norden und Garmisch-Partenkirchen im Süden, zwischen Lindau im Westen und Freyung-Grabenau im Osten: Aussichtsberge, Seen, Wirtshäuser und Biergärten, Fluss-Erlebnisse und mehr in Oberbayern, Franken, Ostbayern und Allgäu/Bayrisch-Schwaben. Ganz sicher ein Genuss. Barbara Radomski, Geschäftsführerin der Bayern Tourismus Marketing bringt

das Wesen der Kampagne auf den Punkt „Bayern ist der Inbegriff von Genuss, Lebensfreude und Herzlichkeit. Daran hat sich auch in Zeiten von Corona nichts geändert. Denn das bayerische Lebensgefühl und die nötigen Hygiene- und Abstandsregeln schließen sich gegenseitig nicht aus – dank unserer bayerischen Gastgeber, die mit viel Engagement entsprechende Sicherheitsmaßnahmen umgesetzt haben. Mit der Kampagne zeigen wir, wie sicher Bayerns Wirtshäuser, Hotels und Städte sind und bestärken die Menschen darin, auszugehen und das Leben zu genießen.“ ☺

IM GESPRÄCH MIT LUKAS MÖLLER

„Durch Corona haben wir eine neue Kreativität entdeckt“

VOR FÜNF JAHREN IST LUKAS MÖLLER, GRÜNDER UND INHABER DES RESTAURANTS DELIBURGERS IN KARLSRUHE, ALS QUEREINSTEIGER ZUR GASTRONOMIE GEKOMMEN. HEUTE LEITET ER EIN TEAM MIT 35 MITARBEITERN UND GIBT ALS ZERTIFIZIERTER GASTRO-COACH SEIN WISSEN AN ANDERE WEITER. IN *GASTGEBER BAYERN* BERICHTET DER UNTERNEHMER ÜBER DIE FOLGEN DER CORONA-KRISE UND SEINEN PODCAST „DIE NEUEN GASTGEBER“.

Lieber Lukas, wie hast Du als Gastronom die vergangenen Wochen und Monate erlebt?

Es war eine durchwachsene Zeit, gerade wegen der Gastraumschließung. Da es aus wirtschaftlicher Sicht nicht vertretbar ist, haben wir unser Lokal bis heute nicht wieder in Betrieb genommen und bieten stattdessen nur Take-Away-Produkte an*. Die wichtigste Erkenntnis für mich war, dass es sinnlos ist, in solch einer Phase länger als eine Woche vorzusuplanen.

Und was war für Dich die größte Herausforderung in der Corona-Krise?

Ganz klar: die Existenz des Betriebes zu sichern. Das zu stemmen, ist eine riesige Aufgabe. Es muss uns gelingen, auch unter den aktuellen Rahmenbedingungen für unsere Kunden attraktiv zu bleiben, damit eine wirtschaftliche Grundlage vorhanden ist.

Wir ist Dir das gelungen?

Wir kommunizierten noch intensiver über unsere Social-Media-Kanäle und produzieren nahezu täglich neuen Content. Außerdem machen wir viel mehr Special-Aktionen als früher, sei es ein Burger mit Kirsch-Chutney oder Grill-Kurse.

Darüber hinaus bieten wir inzwischen unsere selbstgemachten Toppings und Soßen im Glas zum Zuhause Genießen an.

Klingt spannend, aber wie kommen diese Angebote bei Deinen Gästen an?

Wir erhalten überwiegend positives Feedback, gerade über die sozialen Netzwerke. Mehr als 1.000 Menschen haben darüber abgestimmt, welche unserer Grillsoßen sie am liebsten mögen und unser Grill-Kurs war innerhalb von 24 Stunden ausgebucht. Wir spüren, dass die Kunden dankbar für unsere Ideen und Angebote sind, was uns natürlich sehr freut.

Was hat Dich in den vergangenen Monaten geschäftlich am meisten motiviert?

Unser Team. Mein persönlicher Ansporn liegt darin, für alle Kollegen da zu sein, unsere gemeinsame Existenzgrundlage am Leben zu halten. Hinzu kommen das bereits erwähnte Feedback der Kunden und die damit verbundene Wertschätzung und Solidarität.

Hat der Staat aus Deiner Sicht die richtigen Maßnahmen getroffen?

Hier kann ich natürlich nur für unseren Betrieb sprechen. Deshalb lautet meine Antwort Ja. Wenn ich sehe, was außerhalb Deutschlands

geschieht, bin ich dankbar, dass uns die Krise – auch wegen der politischen Entscheidungen und den damit verbundenen Fördermitteln – weniger hart getroffen hat als andernorts. Dennoch würde ich mir beispielsweise wünschen, dass den Gastronomen an geeigneten Stellen Außenbereiche zur Verfügung gestellt werden, was in einigen Städten weniger gut klappt.

Du hast während der Corona-Zeit sogar um neue Mitarbeiter geworben. Wie kann das sein?

Bereits vor Corona waren wir in der Situation, dass der Betrieb ständig gewachsen ist. In Kombination mit der üblichen Fluktuation und unseren studentischen Hilfskräften hatten wir immer mal wieder „ein Plätzchen frei“, wie man so schön sagt. Davon abgesehen benötigen wir für die Zukunft entsprechende Personalstärke, um die angestrebte Qualität dauerhaft gewährleisten zu können – zumal sich durch Corona die Arbeitsbedingungen nicht gerade vereinfacht haben.

Welche positiven Erfahrungen nimmst Du mit aus dieser Zeit?

Für ein abschließendes Fazit ist es sicher noch zu früh. Allerdings kann man schon sagen, dass wir in unserem Betrieb eine neue Kreativität entdeckt haben, die ohne Corona in dieser

* Anmerkung der Redaktion: das Gespräch fand Ende Juli 2020 statt



Form wohl nicht entstanden wäre. Positiv finde ich auch, dass die Einschränkungen während des Lockdowns dazu geführt haben, dass sich inzwischen mehr Menschen Gedanken über Lebensmittel und deren Herkunft machen. Davon werden wir als Betrieb, der fast ausschließlich mit regionalen Produkten arbeitet, langfristig profitieren.

Seit diesem Jahr betreibst Du auch den Podcast „Die neuen Gastgeber“. Wie kamst Du auf die Idee?

Ich bin schon immer Fan von Podcasts gewesen, ich finde das ist ein tolles Medium zum „Nebenher-Konsumieren“. Gerade während der Corona-Zeit habe ich dann festgestellt, wie wichtig es ist, dass lokale Gastgeber eng miteinander vernetzt sind. Auf diese Weise war die Idee geboren, eine Plattform zum Erfahrungsaustausch mit Branchenmitgliedern zu schaffen. Dass dies letztlich gelungen ist, verdanke ich unter anderem auch meinem Zwillingbruder, der gelernter Cutter ist und sich mit Video- und Tonschnitt super auskennt.

Der Podcast soll andere Gastronomen und Existenzgründern Hilfestellungen bieten. Wird das angenommen?

Uns haben viele positive Rückmeldungen erreicht, aber auch konstruktive Kritik, die uns hilft, besser zu werden.

Welche Genüsse erlaubst Du Dir, um auch mal abzuschalten von der Arbeit?

Ich nehme mir regelmäßig ein wenig Zeit für mich allein, was als zweifacher Familienvater

alles andere als einfach ist. Kulinarisch sind es vor allem die traditionellen Gerichte, die mich glücklich machen – zum Beispiel ein Sonntagsbraten, wie ihn früher die Oma zubereitet hat.

Lukas, was wünschst Du Dir für die Zukunft?

Ich wünsche mir, dass es gelingt, schnellstmöglich einen Impfstoff gegen Covid-19 zu finden. ☺

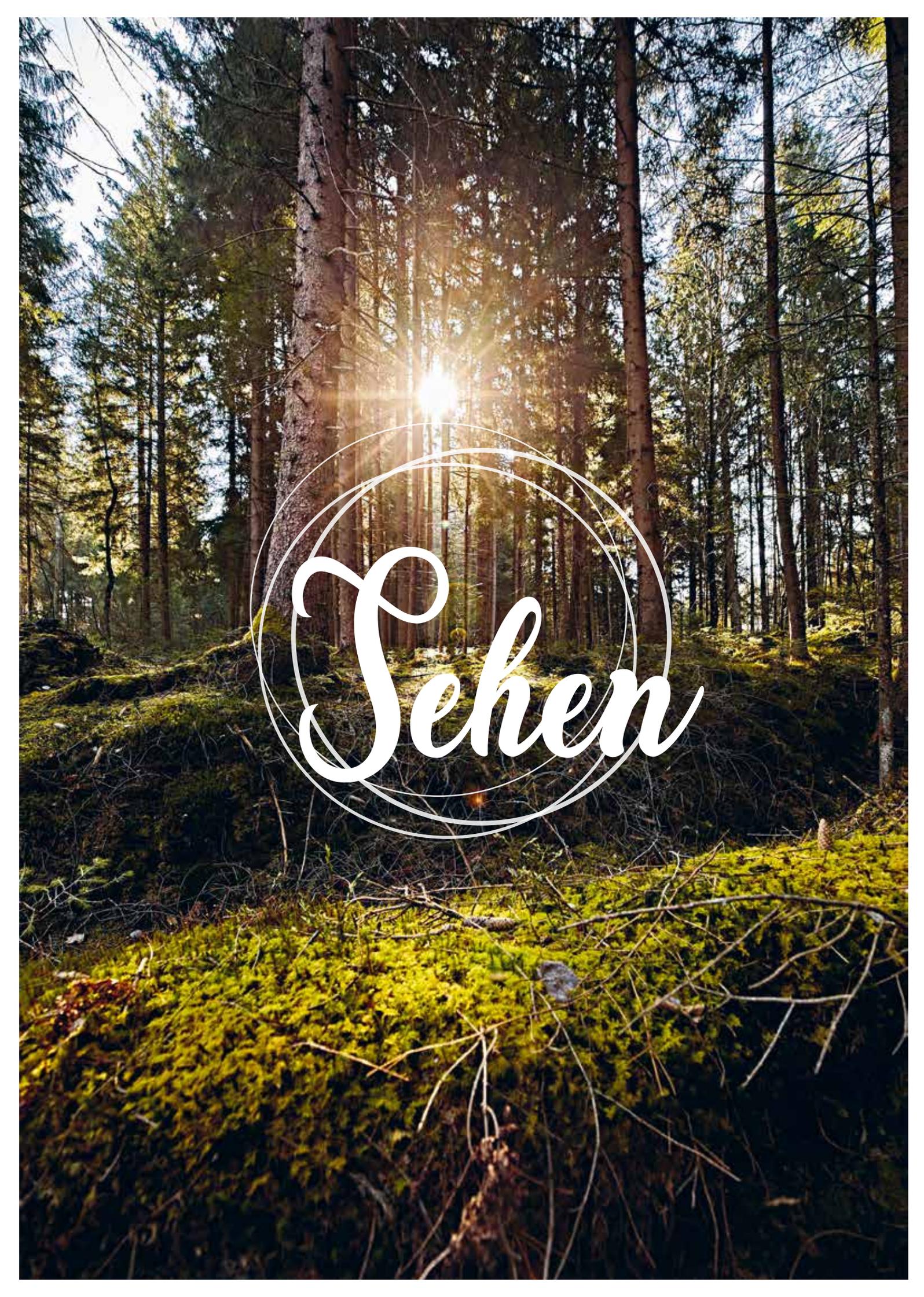
Weitere Informationen unter
www.deliburgers.de
www.die-neuen-gastgeber.de



ZUR PERSON

Lukas Möller ist Gründer und Inhaber von DeliBurgers in Karlsruhe. Bevor er 2015 ein eigenes Burger-Restaurant eröffnet hat, war er zeitweise im Team von Tim Raue, brach seine Kochlehre dann jedoch wieder ab und war dazwischen zehn Jahre lang im Bereich der zerstörungsfreien Werkstoffprüfung tätig. Als ausgebildeter Gastro-Coach ist die Mitarbeiterführung für Möller ein zentrales Thema und fließt in seine Arbeit im Betrieb mit ein. 2016 entwickelte er in Zusammenarbeit mit zwei weiteren Betrieben eine neue Form der Kochausbildung, in der ein Auszubildender drei unterschiedliche Unternehmen, Philosophien und Führungsstile kennenlernen kann.

Das Interview führte Karolina Wojdyla

A photograph of a forest with sunlight filtering through the trees. The word "Sehen" is overlaid in a white script font, enclosed in a white circular frame. The forest floor is covered in moss and fallen branches.

Sehen

KAMPAGNE DES BAYERISCHEN STAATSMINISTERIUMS FÜR ERNÄHRUNG, LANDWIRTSCHAFT UND FORSTEN

ANSTATT VIELER VOLKSFESTE GIBT ES DIESES JAHR DAS „VOLKSFEST DAHOAM“



AUFGRUND DER CORONA-SITUATION KÖNNEN DAS DIESJÄHRIGE OKTOBERFEST UND EINE VIELZAHL WEITERER VOLKSFESTE IN BAYERN BEKANNTLICH NICHT STATTFINDEN. DAS BRINGT NICHT NUR GRAVIERENDE ÖKONOMISCHE FOLGEN FÜR ZAHLREICHE BETRIEBE DES LEBENSMITTEL- UND GETRÄNKEBEREICHS SOWIE DER GASTRONOMIE MIT SICH. AUCH BREITE BEVÖLKERUNGSGRUPPEN HATTEN SICH AUF DIESE GESELLIGEN EREIGNISSE GEFREUT. DARUM ANTWORTET DAS LANDWIRTSCHAFTSMINISTERIUM AUF DIE AKTUELLEN ENTWICKLUNGEN MIT DER KAMPAGNE „VOLKSFEST DAHOAM“, DIE BAYERNWEIT VOM 19. SEPTEMBER BIS 4. OKTOBER STATTFINDET – DEM URSPRÜNGLICH GEPLANTEN ZEITRAUM DES OKTOBERFESTS.

Grundidee der Kampagne ist es, der bayerischen Bevölkerung ein Stück „Volksfestfeeling“ nach Hause, ins Wirtshaus nebenan und in den heimischen Biergarten zu bringen. Im Fokus stehen bayerische Produkte mit Volksfest-Charakter, darunter insbesondere Produkte mit dem Prädikat „Geprüfte Qualität – Bayern“ und mit dem „Bayerischen Bio-Siegel“, sowie die 50 EU-herkunftsgeschützten bayerischen Spezialitäten.

UNTERSTÜTZUNG FÜR ERZEUGER, HERSTELLER UND GASTRONOMEN

Die Aktion richtet sich direkt an die bayerischen Verbraucher und hat neben der Vermittlung eines gemeinsamen „Wir-Gefühls“ das Ziel, lokale Erzeuger, Hersteller und Gastronomen zu unterstützen. Dabei fußt die Aktion auf folgenden Bausteinen:

1. VERANTWORTUNG:

Einhaltung der im Herbst erforderlichen Infektionsschutzmaßnahmen

2. GENUSS „DAHOAM“:

Bayerische (Volksfest-)Spezialitäten zuhause, im heimischen Wirtshaus oder im Biergarten nebenan genießen

3. WISSEN:

Wissen über regionale Qualitätsprodukte aus Bayern steigern

4. SOLIDARITÄT:

Zusammenhalt und -arbeit von bayerischen Landwirten, Weiterverarbeitern, Absatzmittlern und Gastronomen

ZAHLREICHE PARTNER SORGEN FÜR BREITENWIRKUNG

Neben verschiedenen Partnern der bayerischen Gastronomie, allen voran der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern, engagieren sich auch namhafte Akteure des Lebensmitteleinzelhandels sowie Metzger, Bäcker, Brauer und Konditoren bei der Aktion. Auch Brauchtumsverbände wie der Bayerische Trachtenverband und der Bayerische Blasmusikverband sind in die Aktion eingebunden.

INTERNETAUFTRITT UNTERSTÜTZT DIE KAMPAGNE

Das „Volksfest dahoam“ wird von einem eigenen Internetauftritt unter volksfest-spezialitäten.de begleitet. Hier erhalten Interessierte neben detaillierten Angaben zu den Partnern und Zielen der Kampagne auch fachkundige Hintergrundinformationen zu verschiedenen qualitäts- und herkunftsbezogenen Siegeln und Kennzeichnungen. Zudem sind hier unter anderem Rezepte und Bilder von typischen Volksfestgerichten sowie ein Gewinnspiel zu finden. 



VERTRAUEN ALS NEUE WÄHRUNG MIT KOMPETENZ UND ZUVERLÄSSIGKEIT

„PREISDUMPING FÜHRT NICHT ZU MEHR BUCHUNGEN“

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



ISABELLA HREN, VORSTAND DER BAYERISCHEN GASTGEBER AG UND GESCHÄFTSFÜHRERIN DER BTG GIBT IM INTERVIEW EINEN AUSBlick ÜBER DIE MÖGLICHKEITEN UND HERAUSFORDERUNGEN DER BRANCHE, DAS GEÄNDERTE GÄSTEVERHALTEN UND WIE MAN NEUE GÄSTE GEWINNT.

Das oberste Ziel der Bayerischen Gastgeber AG ist die Förderung und Unterstützung der bayerischen Hotellerie und Gastronomie – den Mitgliedsbetrieben des DEHOGA Bayern. Die Wirtschaftsgesellschaften Bayern Tourist GmbH, HOGA Beratungsgesellschaft, Pro-Order GmbH sowie Darfichrein GmbH bieten umfassende Servicedienstleistungen für das Gastgewerbe.

FRAU HREN, IHRE DIENSTLEISTUNGSGESELLSCHAFTEN SIND IN UNTERSCHIEDLICHSTEN BEREICHEN WIE DER BERATUNG, AUS- UND WEITERBILDUNG SOWIE ZERTIFIZIERUNGEN UND KLASSIFIZIERUNGEN MIT DEN GASTGEWERBLICHEN BETRIEBEN IN KONTAKT. WAS HAT SICH SEIT CORONA VERÄNDERT?

Im Aus- und Weiterbildungsbereich haben wir bei der BTG im Mai auf Web-Seminare umgestellt, die vor allem zu den Themen „Online Marketing“, „Hygiene“ und „Preisfindung“ eine gute Nachfrage hatten. Präsenzseminare waren in dieser Zeit nicht möglich beziehungsweise nicht erlaubt. In der Beratung sowie bei der Hotelsterneklassifizierung haben weiterhin Bereisungen stattgefunden. Die Wünsche der Unternehmen waren ganz unterschiedlich. Einige Betriebe wollten und konnten sich während des Lockdowns nicht mit diesen Themen auseinandersetzen. Andere wiederum wollten die Zeit nutzen, um ihre Klassifizierungen abzuschließen und/oder haben sich mit unseren Beratern aktiv Gedanken über die Zukunft wie Neupositionierungen gemacht, um nach der Krise wieder gut und neu durchzustarten. Jedenfalls gab es viel Kommunikationsbedarf und individuelle Lösungsanforderungen. Das hatte auch den Vorteil, dass wir viel mit den Gastgebern gesprochen haben und uns wiederum an deren Anforderungen angepasst haben.

WELCHE WEITEREN ENTWICKLUNGEN SEHEN SIE?

Ich denke, hier sollte man sich zwei Brillen aufsetzen – die der Gäste und folgend die der Unternehmer. Beim Gästeverhalten beobachten wir sogenannte „Corona-Zielgruppen“ – eine Gruppe, die unter dem Motto „nur so viel wie notwendig und so wenig wie möglich“ möglichst unbeschwerte Stunden in der Gastronomie oder im Hotel verbringen möchte. Eine andere Gruppe wünscht sich „maximale“ Sicherheit – gerne auch über den gesetzlichen Vorgaben. Sicher kein leichtes Unterfangen für die Gastgeber. Des Weiteren beobachten wir, dass bei den Gästen die Nachfrage nach Qualität sowie ein höheres Bewusstsein dafür – gerne auch geprüft – steigt. Beispielsweise verzeichnen privat geführte Unterkünfte niedrigere Rückgänge und die Direktbuchungen steigen. Auch klassische Buchungskanäle wie die Tourist-Informationen verzeichnen überproportionale Anfragen. Daraus schließen wir, dass die Kunden eher Bekanntes und Bewährtes buchen und dabei Kanäle mit direkten, persönlichen Ansprechpartnern, Service und Erreichbarkeit wählen. Auch zeichnet sich eine Entwicklung zur Qualität statt Quantität ab, was bedeutet, dass die Menschen eventuell weniger oft ausgehen, dabei jedoch auf höhere Qualität achten.

WAS BEDEUTET DAS AUS IHRER SICHT FÜR DIE BETRIEBE?

Es herrscht bei den Gästen eine gewisse Verunsicherung, der man mit proaktiver und direkter Kommunikation entgegenwirken kann und zwar über alle Kanäle sowie den gesamten Buchungsprozess hinweg. Die gesetzlichen Vorgaben professionell umzusetzen, sollte eine Selbstverständlichkeit darstellen. Dennoch muss gleichzeitig auf Gastlichkeit und Servicequalität gesetzt werden. Auch eine hohe Flexibilität der Gastgeber beispielsweise bei Stornofristen halte ich für wichtig.

IN WELCHEN BEREICHEN SIND DIE UNTERSTÜTZUNGSANFORDERUNGEN AM GRÖSSTEN?

Zahlreiche Unternehmer nutzen diese Zeit der generellen Veränderungen für strategische Entwicklungen und Neupositionierungen. Selten zuvor war die Akzeptanz sowohl bei den Mitarbeitern als auch bei den Gästen so groß – nach den letzten Monaten sind wir quasi in Übung, uns an neue Gegebenheiten anzupassen – das kann und sollte man aus meiner Sicht nutzen und dabei auch Unterstützung in Anspruch nehmen. Ich denke dabei an Beratung im Strategieprozess – eine weitere Perspektive von außen oder an Branchenpartner im Bereich Digitalisierung, um Prozesse einfacher, effizienter und professioneller

zu gestalten. Auch das schafft Vertrauen bei Gästen und Mitarbeitern. Auch der Bedarf, die Betriebe in den unterschiedlichsten Bereichen „Corona-Fit“ zu machen, ist groß. Ich denke hierbei nicht nur an Hygienemaßnahmen oder Masken sondern auch an Themenbereiche wie Online-Marketing, Preisfindung, Kommunikation sowie innovative Präsentation und operative Umsetzung der Vorgaben im Betrieb entlang der „Customer Journey“.

INWIEWEIT HABEN SIE DAS ANGEBOT IHRER GESELLSCHAFTEN WEITER AUSGEBAUT UND ANGEPASST?

Abgesehen von der Erweiterung des Aus- und Weiterbildungsprogramms mit Web-Seminaren und zusätzlichen Themen bieten wir in der Beratung sogenannte „Corona-Fit-Checks“ an. Im Rahmen eines dreis- bis sechsstündigen Besuchs vor Ort finalisieren wir mit den Teams den individuellen Pandemieplan und gehen die Umsetzung der Vorgaben durch. Auch Mitarbeiterunterweisung ist möglich und natürlich gibt es zahlreiche Tipps der Branchenprofis. Im Auftrag des DEHOGA Bayern haben wir zudem ein neues Wohlfühl-Siegel entwickelt, das gerade an den Start geht und den Betrieben unter dem Motto „Sicherheit bei uns“ fachgemäßen Umgang mit den Hygienerichtlinien bestätigt. Darüber hinaus haben wir gemeinsam mit der Anstalt für Kommunale Datenverarbeitung in Bayern die digitale Anwendung darfichein.de gegründet – eine innovative und praktikable Lösung zur Gästeregistrierung.

WAS RATEN SIE DEN BETRIEBEN? WO SEHEN SIE DIE CHANCEN?

Manche Gästeschichten, beispielsweise internationale Gäste oder Risikogruppen, reisen aktuell weniger. Das bringt die Möglichkeit, neue Gäste für die Betriebe zu gewinnen und neue Buchungskanäle zu nutzen – gerade in der Hochsaison, die schon die letzten Jahre eine hohe Nachfrage hatte. Für die Zukunft bringt das den Vorteil eines breiteren „Gäste-Mix“ und somit weniger Abhängigkeit von einzelnen Zielgruppen. Wer jetzt auf Qualität setzt und damit Vertrauen schafft wird sich durchsetzen und wirtschaftlich langfristig profitieren. Ich denke, dass Siegel und Zertifizierungen in der Gästewahrnehmung wieder sehr gestiegen sind. „Kompetenz – Vertrauen – Zuverlässigkeit – Gastlichkeit – Regionale Produkte“ all das sind Begriffe für die Bayern bereits seit Jahrzehnten steht. Unternehmen, die es verstehen, diese Werte geschickt in Verbindung mit ihren Betrieben zu kommunizieren und auch operativ umzusetzen, haben aus meiner Sicht die Nase vorne.

WAS IST DABEI ZU BEACHTEN?

Das Thema Preisbildung und Durchsetzung zum Beispiel. Wo hohe Nachfrage herrscht und Qualität geboten wird, sollten die Unternehmer auch Preise selbstbewusst durchsetzen. Andererseits generiert an Standorten mit aktuell geringerer Nachfrage (Business- und Stadthotellerie) Preisdumping nicht mehr Buchungen und es wird langfristig noch

schwieriger, höhere Preise durchzusetzen. Andere Regionen verzeichnen eine sehr gute, teilweise sogar überdurchschnittliche Nachfrage. Das ist eine große Chance neue Gäste zu gewinnen, bringt aber auch die Verantwortung mit sich, das Qualitätsversprechen an die Gäste zu erfüllen. Wer es schafft, neue Gäste in diesen Zeiten zu begeistern darf langfristig mit Loyalität und Weiterempfehlungen rechnen. ☺

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
- NEU: Wohlfühl-Siegel

QUALIFIKATION

AUS- UND WEITERBILDUNGSPROGRAMM

- NEU: in Web-Seminaren Know-How gewinnen
- Präsenzseminare spätestens ab September in den Bereichen Betriebswirtschaft, Verkauf, Marketing, Service und Dienstleistungen, HSK, Mitarbeiterführung sowie Qualitätsmanagement
- Schulungen in den Betrieben: „Wir kommen zu Ihnen“
- Bayerischer Wirte- und Unternehmerbrief
- Ausbildung zum Qualitäts-Coach

KOOPERATIONEN

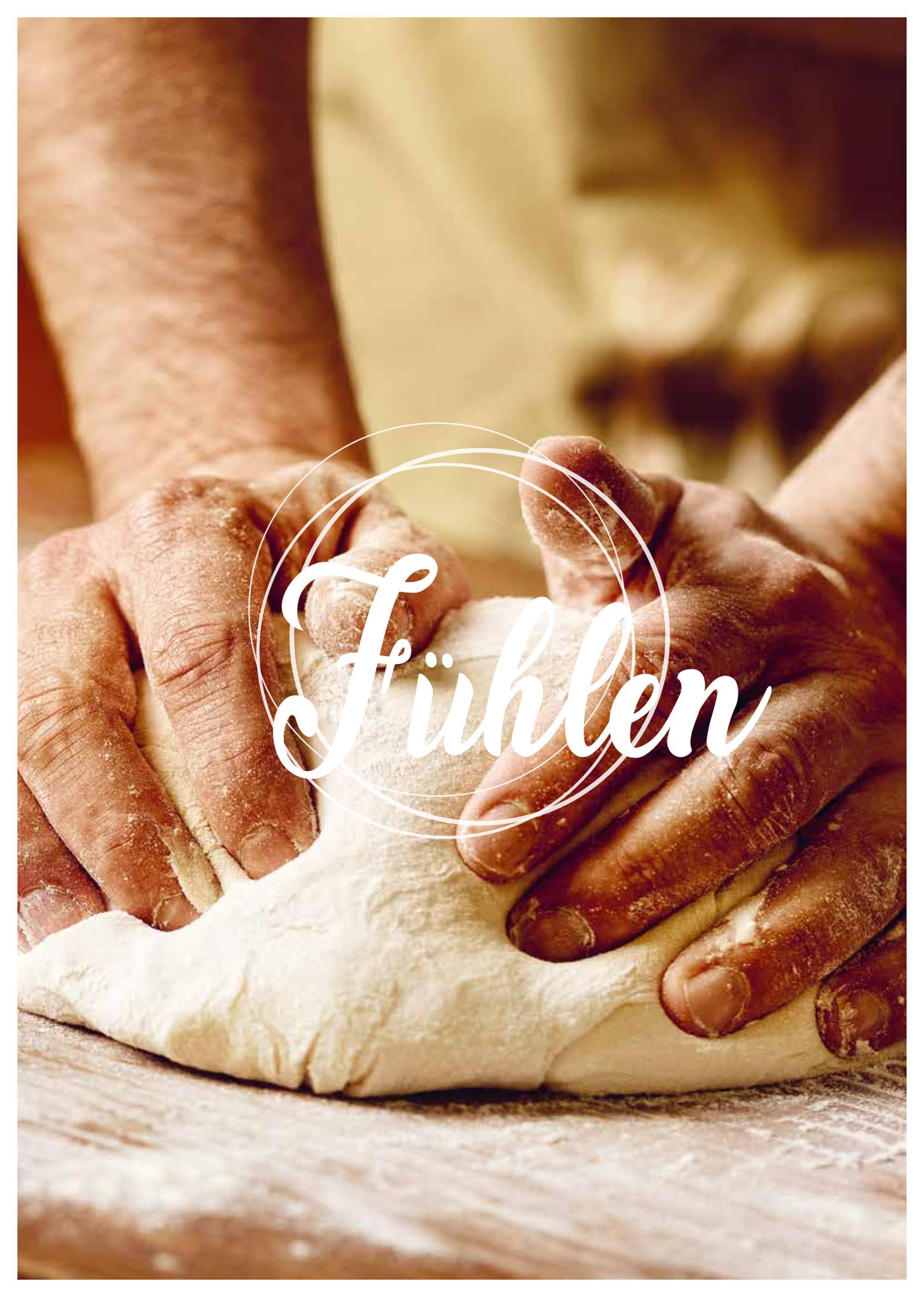
STARKE PARTNER AN DER HAND

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

BERATUNGS-SERVICE

MEHR WISSEN, MEHR ERFOLG

- Blitzlicht: Potenzial- und Schwachstellenanalyse, Kurzbericht, Praxistipps
- NEU: Corona-Fit-Checks
- Berater-Tage: fachspezifisch, thematisch
- Berater-Package: z.B. Unternehmensnachfolge
- Mystery Checks: der Plus-Check vom Profi für Hotels und NEU: für Gastronomie



Fühlen

KÜCHENCHEFIN MIT 24 JAHREN – EIN PORTRAIT VON SANDRA HOFER

„Kochen ist meine größte Leidenschaft“

NACHWUCHSSORGEN IN DER BAYERISCHEN SPITZENKÜCHE? FRAUENQUOTEN IN WELTWEIT KONKURRENZFÄHIGEN GASTRONOMISCHEN SPHÄREN? BEI SOLCHEN ÜBERLEGUNGEN KANN SANDRA HOFER NUR SCHMUNZELN. DIE HEUTE 24-JÄHRIGE ABSOLVIERT BEREITS VOR EINEM JAHR IHREN KÜCHENMEISTER, ALS JÜNGSTE TEILNEHMERIN DES GESAMTEN JAHRGANGS. ZUDEM KONNTE DIE HEUTIGE KÜCHENCHEFIN DER „ALTEN POSTHALTEREI“ IN ZUSMARSHAUSEN BEREITS EINIGE NATIONALE UND INTERNATIONALE TITEL ERKOCHEN.

Nach ihrer Ausbildung im oberbayerischen Gasthaus Stiller Lindum und dem Camers Schlossrestaurant auf Schloss Hohenkammer, wo sie als Comis de Cuisine und Demichef de Partie ihre berufliche Karriere begann, wechselte Sandra Hofer im Jahr 2017 in den Werneckhof by Geisel. Dort sammelte sie als Demichef de Partie an der Seite von Tohru Nakamura erste Erfahrungen in der Zwei-Sterne-Gastronomie. Im Anschluss daran schnupperte sie internationale Luft in Neuseeland als Pâtisserie-Chefin in der Huka Lodge. Zurück in Deutschland absolvierte die aufstrebende Jungköchin im Alter von 23 Jahren ihren Küchenmeister und machte einen Ausbilderschein. Seit Februar dieses Jahres ist die gebürtige Landshuterin Küchenchefin in der „Alten Posthalterei“ in Zusmarshausen.

PREISGEKRÖNTE JUGENDLAUFBAHN

Die Titel, die Sandra Hofer in ihrer noch jungen Karriere sammeln konnte, sind beachtlich. Nach einem dritten Platz bei der Bayerischen Jugendmeisterschaft und dem zweiten Platz des Chefs Culinar Jugendcup 2016 errang sie im selben Jahr den ersten Platz bei den

Deutschen Jugendmeisterschaften. Als Mitglied der Jugendnationalmannschaft konnte sie einen dritten Platz bei den Hong Kong International Culinary Classics sowie eine Silbermedaille bei der Olympiade der Köche in Stuttgart erringen. Und ihre Teilnahme in den Einzelwettbewerben war keineswegs weniger erfolgreich: Im Jahr 2017 erkochte sie sich den Europameistertitel, um ein Jahr später fünfte bei den Jugend-Weltmeisterschaften zu werden.

FACHLICHES KÖNNEN TRIFFT SPASS AM KOCHEN

Auf die Frage, was sie in der Küche motiviert, antwortet die junge Küchenchefin: „Die

Leidenschaft, zu kochen und in der Küche zu stehen, glückliche Gäste und ein geiles Team im Hintergrund“ und lacht. Sie hat Spaß an dem was sie tut – das treibt sie zu immer größeren Leistungen an. Gleichzeitig ist es ihr wichtig, den Spaß an der Sache zu behalten. So rät sie Jungköchen, die auf der Suche nach einer fundierten Ausbildung sind: „Lasst Euch nur nicht unterkriegen, sucht Euch einen Betrieb, in dem auf Convenience-Produkte verzichtet und Wert auf Regionalität und Handarbeit gelegt wird. Sammelt möglichst viele Erfahrungen und lernt aus Euren Fehlern.“ Passender kann man das Rüstzeug für eine derart steile Karriere, wie die ihre, wohl nicht zusammenfassen.

Wenn neben dem nahezu tagesfüllenden Programm als Küchenchefin doch einmal Zeit zum Entspannen ist, genießt die 24-Jährige gesellige Stunden mit ihren Freunden und ihrer Familie, macht ausgiebige Motorradtouren und relaxt in der Badewanne oder in der Sauna. Die talentierte Köchin ist ein hervorragendes Beispiel, wie nicht Verbissenheit zum Erfolg führt, sondern der Spaß an der Sache – gepaart mit viel Fleiß und Durchhaltevermögen. ☺



IM GESPRÄCH MIT STEFAN DETTL

„Biergärten sind echte Kulturzentren“

UNTER DEM MOTTO „RETTET DIE WIRTE UND DIE KULTUR“ HAT DIE INTERNATIONAL BEKANNTE MUSIKGRUPPE LABRASSBANDA IM JULI EINE BESONDERE KURZTOURNEE VERANSTALTET, UM DAS BAYERISCHE LEBENSGEFÜHL NACH DEM LOCKDOWN MIT MUSIK UND BROTZEIT IN DIE BIERGÄRTEN ZURÜCKZUHOLEN. DABEI TRAT DIE FORMATION INNERHALB EINER WOCHE AN 27 UNTERSCHIEDLICHEN LOCATIONS AUF. DIE GEMEINSAME SCHIRMHERRSCHAFT ÜBERNAHMEN MINISTERPRÄSIDENT MARKUS SÖDER UND DEHOGA BAYERN-PRÄSIDENTIN ANGELA INSELKAMMER. IN *GASTGEBER BAYERN* BERICHTET FRONTMANN STEFAN DETTL EXKLUSIV, WIE ES ZU DIESER IDEE KAM.

Stefan, woher kam die Idee, Wirte durch Eure Biergartentour zu unterstützen?

Wir sind selbst begeisterte Biergartenbesucher. Hinzu kam, dass wir während des Lockdowns keine Gelegenheit hatten, auf der Bühne zu stehen. Deshalb haben wir gemeinsam mit dem DEHOGA Bayern ein Hygienekonzept erarbeitet, das es möglich gemacht hat, in Biergärten aufzutreten, den Besuchern eine Freude zu machen und damit auch die Wirte zu unterstützen.

Du warst hier prominenter Türöffner, um Gästen wieder Mut zu machen, in die Biergärten zurückzukehren. Warum liegt Dir die bayerische Biergartentraktion am Herzen?

Vor allem in kleineren Ortschaften spielen Wirtshäuser und Biergärten eine enorm wichtige Rolle, sie sind gewissermaßen Kulturzentren. Aus diesem

Grund besteht seit jeher eine enge Beziehung zwischen Wirten und Musikern.

Mit der Aktion wolltest du auch Künstlern helfen, ihnen wieder eine Bühne zu geben. Hast Du hierfür auch Wünsche an die Politik oder die GEMA?

Künstler sind leider von Haus aus nicht gut organisiert, es gibt unter ihnen keine echte Interessensgemeinschaft. Deswegen müssen wir immer auf Menschen hoffen, die für Musiker mitkämpfen. Vor diesem Hintergrund sind wir dem DEHOGA Bayern sehr dankbar dafür, dass er uns aktiv bei unserer Biergarten-Tour unterstützt hat.

Für die Zukunft muss es uns Musikern gelingen, unsere Erwartungen an die Politik klarer zu formulieren. Auch hier hat uns der DEHOGA so manche Tür geöffnet.

Was war bei der Tour der schönste Moment für Dich?

Am schönsten war, während der Auftritte in die strahlenden Gesichter der Besucher zu blicken. Man spürte, dass die Menschen froh waren, endlich wieder Live-Musik zu hören. Die gesamte Tour war sehr emotionsgeladen.





GEWINNSPIEL

Unter allen Lesern, die bis zum 31. Oktober 2020 eine E-Mail mit dem Stichwort „Biergarten-Tour“ an f.john@gastgeber.bayern schicken, verlosen wir drei handsignierte CD-Versionen des Albums „Danzn“ von LaBrassBanda. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt, der Rechtsweg ist leider ausgeschlossen.

Welche Eindrücke bleiben bei Dir von dieser Tour zurück?

Die Biergartentour war eine der schönsten Wochen, die wir als Musiker bislang erleben durften. Es war alles sehr intensiv – schließlich spielten wir vier Auftritte an einem Tag.

Was wünschst Du dir für die bayerischen Wirte?

Ich wünsche mir, dass die Wirte weiterhin offen sind für neue Ideen, ohne dafür die Tradition komplett aufzugeben.

Deine Band hat das Lied „Scheena Dog“ über das bayerische Lebensgefühl geschrieben. Was macht für Dich einen schönen Tag aus?

Die Menschen, denen ich begegne. Egal ob es der Postbote ist, die Verkäuferin in der Bäckerei oder einfach jemand, der mich auf der Straße anlächelt. Wenn wir alle versuchen, positiv aufeinander zuzugehen, macht das Leben unfassbar viel Spaß.

Was kommt Dir als Erstes in den Sinn, wenn Du an Bayern denkst?

Ich denke automatisch an viele Klischees. (lacht) Die möchte ich aber auch gar nicht missen. Trachtenvereine, Bierzelte, die Berge, die Seen – ich finde das alles fantastisch. Gleichzeitig möchte ich aber auch hin und wieder andere Kulturen und Länder erleben.

Was hast Du in der Zeit des Lockdowns zu schätzen gelernt?

Die vergangenen Wochen waren schon außergewöhnlich. Und das obwohl wir es als Musiker bis zu einem gewissen Grad gewöhnt sind, viel Zeit im stillen Kämmerlein zu verbringen und an neuer Musik zu arbeiten. Was man in solch einer Zeit definitiv zu schätzen lernt, sind die vielen Menschen, die bereit sind, anderen zu helfen.

Was hast Du am meisten vermisst?

Das Musizieren auf der Bühne und andere Menschen zu treffen.

Du bist ein wahres bayerisches Kreativbündel. Woher nimmst Du nur Deine Energie?

Die Energie kommt meistens durch die Musik. Wenn ich den Rhythmus spüre, geht's auch

schon los. Das ist mein Antrieb und da gibt's auch keine Erschöpfungszustände (lacht).

Welchen Genuss gönnst Du dir, um zu entspannen?

Auch hier bleibe ich ein urbayerisches Klischee: Ich finde es wunderbar entspannend, nach Feierabend eine schöne Halbe zu trinken und den Sonnenuntergang zu genießen. Wenn's dann auch noch eine zünftige Brotzeit dazu gibt, ist für mich alles perfekt. ☺

Die Fragen stellte Karolina Wojdyla



ZUR PERSON

Der Vollblutmusiker Stefan Dettl (39, Mitte) ist in Traunstein geboren und im oberbayerischen Grassau im Chiemgau aufgewachsen. Internationale Bekanntheit erlangte er ab 2008 als Frontmann der Gruppe LaBrassBanda. Zuvor war er bereits Mitglied in einigen Auswahl- und Berufs-Sinfonieorchestern, seit 2010 betreibt er auch ein Bandprojekt unter eigenem Namen. Charakteristisch sind sein Gesang in bayerischer Mundart sowie sein virtuoses Trompetenspiel. Seit 2010 ist er Verleger des Kulturmagazins MUH. Darüber hinaus ist seit 2015 sein eigener Radiosender BUH auf Sendung.



AKTUELLE TERMINE DES STAATSMINISTERIUMS



Bayerische Bio-Erlebnistage

30. – 31. Mai 2020

Weitere Informationen unter: www.bioerlebnistage.de



Volksfest Dahoam

19.09.2020 – 04.10.2020: Volksfest Dahoam – in deinem Wirtshaus

Weitere Informationen unter: www.volksfest-spezialitaeten.de



Aus der Genussakademie:

- 14.09.2020: Garmethoden mit Heiko Antoniewicz
- 05.10.2020: Fermentation & Umami mit Heiko Antoniewicz
- 19.10.2020: Ox zerlegen mit Michel Lampl jun.
- 26.10.2020: Schweinerei mit Lucki Maurer und Wolfgang Müller
- 02.11.2020: Wild – Nose to Tail mit Hermann Jakob
(exklusiv für Dehoga & BJV Mitglieder)

Weitere Informationen unter: www.genussakademie.bayern



HAUPTMONITOR



GEWINNBLICK⁺
KASSENSYSTEME EBNER

SCHANK- UND KÜCHENMONITORING

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

NEBENMONITOR

SERVICEMONITOR



30-JÄHRIGES JUBILÄUM DER „NEUMARKTER SCHMANKERLWOCHEN“

Knödel aus Bayern – eine runde Sache

GENAU ZUR OKTOBERFESTZEIT FINDET AM 24. SEPTEMBER 2020 IN DER BURGIS KLÖDELLIEBE ALM DIE ERÖFFNUNGS-VERANSTALTUNG ZU DEN 30. „NEUMARKTER SCHMANKERLWOCHEN“ STATT. UNTER DEM MOTTO „KNÖDEL – EINE RUNDE SACHE“, STELLEN ZEHN ÖRTLICHE GASTRONOMEN KNÖDELGERICHTE IN UNTERSCHIEDLICHSTEN VARIATIONEN VOR. ZUM AUFTAKT WERDEN KNAPP 100 EHRENGÄSTE AUS POLITIK UND WIRTSCHAFT ERWARTET.

Veranstaltungsort ist die neue Knödel liebe Alm am Burgis Firmengelände. Normal würden während dieser Zeit mehr als eine Million Knödel über die Theken der Oktoberfestküchen rollen. Jetzt nutzt Burgis die Gelegenheit und lädt einen original Oktoberfestkoch ein, der in seiner Kochshow, ganz nach dem Motto „Alles rund um den Knödel“, zeigt, welchen Genuss man noch mit dem goldenen Teig des Knödelspezialisten kochen kann. Zudem präsentiert der Knödelhersteller seine neuen Produktentwicklungen.



DIE NEUE KNÖDELLIEBE ALM MIT KNÖDEL-RETTET WERKSVERKAUF AM BURGIS FIRMENGELÄNDE IN NEUMARKT OPF.

Darunter sind Burgis Knödel und Knödelinos® in Bioqualität, dreifach ausgezeichnet mit dem Bayerischen Biosiegel, Bioland Siegel und dem Jura Distl Siegel.

EINSATZ GEGEN LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG

„Knödel-Retter Werksverkauf“



DIE GESCHÄFTSFÜHRER CHRISTINA DIETMAYR UND TIMO BURGER SETZEN SICH FÜR EINEN NACHHALTIGEN UMGANG MIT LEBENSMITTELEN UND NATÜRLICHEN RESSOURCEN EIN.

JÄHRLICH LANDEN NACH AKTUELLEN INFORMATIONEN DER VERBRAUCHERZENTRALE IN DEUTSCHLAND RUND 12 MIL-LIONEN TONNEN LEBENSMITTEL AUF DEM MÜLL. FÜR EINEN BETRÄCHTLICHEN ANTEIL WEGGEWORFENER, ABER NOCH GENUSSFÄHIGER LEBENSMITTEL SIND ENG GESTECKTE FRIS-

TEN DES MINDESTHALTBARKEITSDATUMS IM EINZELHANDEL VERANTWORTLICH. UM DIE VERNICHTUNG EIGENER GENUSSFÄHIGER PRODUKTE ZU STOPPEN, HAT DER KNÖDELHERSTELLER BURGIS DEN SOGENANTEN „KNÖDEL-RETTET WERKSVERKAUF“ INS LEBEN GERUFEN.

Nicht selten wird qualitativ einwandfreie Ware nicht mehr vom Einzelhandel abgenommen, wenn die geforderte Mindestfrist von drei Wochen Resthaltbarkeit unterschritten wird. Diese Spannen sind für Produzenten von Frische-Produkten wie Knödeln allerdings nicht immer zu gewährleisten. Mit dem „Knödel-Retter Werksverkauf“ werden diese Produkte zu absoluten Sonderkonditionen bei Burgis vor Ort verkauft, um sinnige Lebensmittelvernichtung zu vermeiden.

Nähere Informationen hierzu erhalten Interessierte im Internet unter <https://burgis.de/knoedel-retter-werksverkauf/>.

WEB-SEMINARE effizient und kostensparend

Jetzt auch digital – werden aktuelle Themen und prägnante Inhalte vermittelt sowie Einheiten als Ergänzung zu den Präsenzseminaren angeboten.

Die aktuellen WEB-SEMINARE entnehmen Sie bitte unserer Homepage: www.btg-service.de/web-seminare

Tool: ZOOM

PRÄSENZ-SEMINARE

OKTOBER

DSGVO Kompaktseminar Workshop	05.10.2020
Power Briefing – Die intuitive Methode für Teamkommunikation	05.10.2020
Kreativer Ungehorsam – Strategie-Coaching	08.10.2020
Gastgewerbliche Betriebswirtschaft Teil I	12.-13.10.2020
Aufzeichnungspflicht im Gastgewerbe	13.10.2020
Stimmt die Kasse	14.10.2020
Aktiv verkaufen – Bedürfnisse wecken und begeistern	15.10.2020
Führungsakademie: Führungskompetenz II	19./20.10.2020
Generation Y und Z	21.10.2020
Revenue-Management und dynamic pricing	22.10.2020
Housekeeping: Das perfekt gecheckte Zimmer	22.10.2020
Erfolgsfaktor Feedbackmanagement	27.10.2020
Englisch mit Gästen Teil II	27.10.2020
Wertschöpfung durch Wertschätzung	29.10.2020

NOVEMBER

“Klartext” Briefe, Mails und Co.	09.11.2020
WOW! Service mit Herz und Leidenschaft	09.11.2020
Der Preis ist heiß – Worauf kommt es an	10.11.2020
Persönlichkeitsentwicklung für Führungskräfte Teil II	11.11.2020
Stimmt die Kasse (Nürnberg)	12.11.2020
Q-Seminar	16/17.11.2020
Mitarbeiterführung – Personalwesen Teil II	18.-20.11.2020
Gastgewerbliche Betriebswirtschaft Teil II	23./24.11.2020
Feedbackmanagement	24.11.2020
Fremdfirmen im Housekeeping	25.11.2020
Persönlichkeitsentwicklung – Praxis-Booster	30.11.2020

DEZEMBER

Grundlagen der Lebensmittelhygiene	01.12.2020
Führungs- Akademie Teil III	02./03.12.2020
Führungs-Akademie – Intensiv und Praxistag	04.12.2020
Gründer-Kompakt-Praxisworkshop	07.12.2020

Veranstaltungsort

Prinz-Ludwig-Palais
Türkenstraße 7
80333 München

Weitere Informationen unter

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

ZUKUNFTSFÄHIGE UND ERFOLGREICHE KONZEPTE?

NEUES DENKEN GEFRAGT

FÜR DIE ENTWICKLUNG ZUKUNFTSFÄHIGER UND ERFOLGREICHER GASTRONOMISCHER KONZEPTE IST EIN NEUES DENKEN GEFRAGT. ABER WAS IST NEU? ES IST EIN „QUANTENSPRUNG“ NÖTIG. PROF. KLEIBER WURM, PROFESSOR FÜR MARKETING DER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN IN MÜNCHEN UND DER UNIVERSITÄT INNSBRUCK, SPRICHT VON EINEM GRUNDSÄTZLICHEN GEGENSATZ ZWISCHEN LINEAREM UND DEM SOGENANN- TEN „QUANTEN-DENKEN“. AUS EINER RAUPE WIRD KEINE MEGA- ODER SUPER-RAUPE, SONDERN EIN SCHMETTERLING. DAS IST EIN QUANTENSPRUNG.

So bringt es nichts, das beste Restaurant sein zu wollen, sondern das attraktivste und begehrteste zu sein. Denn wer weiß schon, was zum Beispiel das beste Auto oder die beste Zahnpasta ist? Wir entscheiden uns immer für das attraktivste Produkt. Für Inhaber bedeutet dies, mutig zu sein, die alten Muster zu verlassen und bereit zu sein für Neues. Denn: Man gewinnt den Wettbewerb, wenn man ihn verlässt.

Im 21. Jahrhundert wird es die Aufgabe sein, den Wandel der Gesellschaften zu erkennen und sich zu integrieren. Dazu muss man ein Gespür dafür entwickeln, was die Menschen wollen, bevor sie es wollen. Zu diesem Anlass lohnt es sich, einen Blick auf die gesellschaftliche Entwicklung zu werfen: Wie haben sich die Menschen, Gesellschaften und deren Kaufströme in den letzten Jahrzehnten verändert? Früher wurden eher in Produkte investiert, die das Leben erleichtern und großer Wert auf Statussymbole gelegt. Heutzutage kaufen die Menschen dagegen mit einem Fokus auf bewusstes Leben und Bereicherung. Das heißt für die Gastronomie, dass sie viel mehr zu einer Plattform der Inspiration und des energetischen Lebens werden. Die Software (Atmosphäre) entscheidet über den Erfolg eines Unternehmens nicht die Hardware (Einrichtung). Statt von Restaurants spricht man heute von Lebenswelten. Mit den Projekten Adventure Camp Schnitzmühle, Robinson Club, AIDA oder auch mit dem Restaurant Fischer am Ammersee ist dieser Ansatz gelungen: Wir gewinnen den Wettbewerb, wenn wir ihn verlassen.

Wer plant, schlichtweg ein Hotel oder ein Restaurant zu eröffnen, hat schon verloren. Vielmehr sollten Betreiber in Lebenswelten denken und die Kunden mit einem außergewöhnlichen Konzept überraschen.

Besonders in der jetzigen Zeit sollten Gastronomen und Hoteliers zu Erfindern von Zukünften werden. Heute wollen Endorphine geschoppt und Gefühle gelebt werden. Menschen wollen bereichert werden. Der Blick und die Motivation sind nach vorne gerichtet. Darum müssen zeitgemäße Konzepte die bewährten Muster verlassen, um authentisch zu begeistern.

Früher hat die analoge Gesellschaft noch Produkte gekauft. Heute kauft die neue digitale Gesellschaft „Spirit“ und „Möglichkeiten“. So hat sich der Tourismus vom Destinations-Tourismus zum Neigungs-Tourismus entwickelt. Statt zu erzählen, dass man in Bayern Urlaub gemacht hat ist die Rede von Yogatreatments, Rafting-Touren oder anderen Erlebnissen. Über Jahrzehnte waren Urlaub und „schön essen gehen“ Erleichterungs-Rituale, die uns unser schweres, hartes Leben besser ertragen ließen. Heutzutage sind die neuen Werte Lust, Intelligenz und Leben. So sprechen wir von der Wandlung des Produktnutzens hin zum Emotionsnutzen.

Durch Covid 19 haben wir es momentan mit einer Kultur zu tun, die Angst vor der Zukunft hat. Das ist die große Chance für neue Ideen. Kreativität ist das neue Zauberwort, denn alles was normal ist, wird aussortiert. In unserem Workshop „Kreativer Ungehorsam“ werden wir alles hinter uns lassen, was normal ist. Es gilt, Konzepte für die Zukunft zu beleuchten und Wege aufzuzeigen, wie man neue Lebenswelten erreichen kann. Freuen Sie sich auf einen sehr kreativen und inspirierenden Tag. ☺



TRAININGS MIT
HANS-JÜRGEN HARTAUER
 BEI DER BAYERN TOURIST GMBH

5. OKTOBER 2020 Power Briefing: Die intuitive Methode für Motivation & Team-Kommunikation

8. OKTOBER 2020 Kreativ Ungehorsam – Strategie Coaching

ORT Prinz-Ludwig-Palais, Türkenstraße 7, 80333 München

WEITERE INFORMATIONEN UNTER

btg-service.de/offene-seminare-in-muenchen-und-bayern

LIMONADE MIT ÜBER 100-JÄHRIGER TRADITION

Die Lust zu genießen

DIE NEUE BILZ BIO-LIMONADE BIETET MIT AUSSERGEWÖHNLICHEN SORTEN, EINER ATTRAKTIVEN PRODUKTAUSSTATTUNG UND EINER SPANNENDEN ENTSTEHUNGSGESCHICHTE EIN EINZIGARTIGES MARKENERLEBNIS, DAS DEM SOFT-DRINK-GESCHÄFT IMPULSE GEBEN WIRD.

Mit der Marke Bilz beschreitet die Getränkegruppe Hövelmann einen ganz eigenen Weg. Es waren nicht etwa Trendforscher auf der Suche nach dem angesagten Limo-Geschmack, die die neuen Produkte aus der Taufe hoben. Die Entwicklung stützte sich vielmehr auf handschriftliche Originalaufzeichnungen vom Anfang des 20. Jahrhunderts, die zum Ursprung aller Limonaden führten.

Der bekannte Naturheilkundler und Lebensreformer Friedrich Eduard Bilz (1842-1922) kreierte eine Essenz aus heimischen und exotischen Früchten mit ausgewählten Gewürz-Aromen. Seine Rezeptur für die sogenannte „Bilz-Seele“ bildete die Basis für die Komposition einer exquisiten Limonade in zwei außergewöhnlichen Sorten.

Sie wird aufwendig, mit viel Liebe zum Detail und orientiert an überlieferten traditionellen Verfahren, hergestellt. So verbindet Bilz Bio-Limonade den Geschmack von damals mit den heutigen Ansprüchen an zeitgemäße Bio-Getränke.

AUF DIE SEELE KOMMT ES AN

Bilz Beeren-Seele vereint Zitrone, Himbeere, Ananas, rote und weiße Traube, Erdbeere und Gewürze, während Bilz Citrus-Seele Orange, Zitrone, Traube, Ananas und Gewürze kombiniert. Beide Getränke enthalten 10 Prozent Fruchtsaft und werden mit natürlichem Mineralwasser abgefüllt.

Die geschmacksgebenden Zutaten stammen aus ökologischer Landwirtschaft, was durch das Europäische Bio-Siegel auf dem Etikett dokumentiert wird. Bilz Bio-Limonaden sind für die vegane Ernährung geeignet, frei von Gluten und Laktose, enthalten ausschließlich natürliche Aromen und kommen zudem ohne Konservierungsmittel oder künstliche Farbstoffe aus. Ausgeliefert werden sie in weißen 0,33 Liter Mehrweg-Pool-Glasflaschen im Kasten mit jeweils 24 Stück. Um sie in der Gastronomie eindrucksvoll in Szene zu setzen, stehen Original Bilz-Kelchgläser und eine breite Palette stilvoller Ausstattungsmaterialien zur Verfügung. ☺



DREI EFFEKTIVE TIPPS, UM DEN SCHADEN ZU BEGRENZEN

VERBRENNUNGEN AM ARBEITSPLATZ EINDÄMMEN



1. TRAUEN SIE SICH, DAS ARBEITSTEMPO ZU SENKEN

Die häufigsten Ursachen für Verbrennungen bei der Arbeit sind Stress und hohes Arbeitstempo. Viele Verbrennungen könnten durch ein langsames Arbeitstempo und durch Vorsicht vermieden werden, vor allem an Arbeitsplätzen, an denen mit Hitze gearbeitet wird, beispielsweise in Restaurantküchen.

2. DIE VERLETZUNG SOFORT KÜHLEN – MINDESTENS 15 MINUTEN

Wenn es zu einer Verbrennung kommt, ist es wichtig, die Haut sofort zu kühlen. Dazu sollte der verbrannte Bereich mindestens 15 Minuten mit lauwarmem Wasser, einer Kompresse mit kühlendem Gel oder einem nassen Handtuch gekühlt werden, um die Verbrennung zu stabilisieren.

3. NUR DIE VERBRENNUNG KÜHLEN, NICHT DEN GANZEN KÖRPER

Um die Brandverletzung größtmöglich zu begrenzen, sollte ausschließlich der verletzte Bereich und nicht der ganze Körper gekühlt werden. Denn eine Senkung der Körpertemperatur kann schwerwiegende Folgen haben. Das gilt unabhängig davon, ob mit Wasser oder kühlenden Kompressen gekühlt wird.



ERSTE HILFE FÜR KÜCHEN

Die kleinste Unfallstation der Welt für die Küche.

Cederroth First Aid & Burn Station ist mit Burn Gel Spray und Burn Gel Dressing ausgestattet. Beide Produkte wirken sowohl kühlend als auch schmerzlindernd bei leichteren Brandverletzungen.

Cederroth Deutschland +49 1525 37 09 265. E-mail: firstaid@cederroth.com
www.cederroth.com



„Für alle Fälle
 nur das Beste“

Johann Gieseler

DIN
 13157



DIGITALE RATIONALISIERUNG BEUGT ENTLASSUNGEN VOR

Software hilft beim Kosten sparen

DIE LETZTEN WOCHEN HABEN UNS VIELES GELEHRT – UNTER ANDEREM MEHR BEWUSSTSEIN FÜR REGIONALITÄT. GENUSS UND QUALITÄT LIEGEN NAHE BEIEINANDER, SO SOLLTE DIE GELEGENHEIT GENUTZT WERDEN, UM NEUE STRUKTUREN AUFZUBAUEN UND DADURCH EINEN NOCH BESSEREN SERVICE ZU ERMÖGLICHEN.

Eine optimierte Personaleinsatzplanung stellt für viele Unternehmen einen maßgeblichen Erfolgsfaktor dar. In gastronomischen Betrieben sind Personalkosten die größte Fixkostenposition. Speidel's Braumanufaktur aus Hohenstein nutzt zur Kalkulation die Softwarelösung Rota. "Durch Rota konnten wir die Arbeitszeiten in allen Abteilungen verringern, dies war uns möglich, da wir bereits bei der Planung sehen konnten, wie viele Wochenstunden pro Mitarbeiter anfallen." erzählt Christina Speidel im Gespräch.

Optimale Personalverwaltung

Durch das System werden die Personalverwaltung und Erfüllung der gesetzlichen Erfordernisse bestmöglich unterstützt und gleichzeitig die Verwaltungsprozesse vereinfacht. Nach einer kurzen, an das Unternehmen angepassten Einführungsphase zeigt sich sehr schnell, dass durch Straffung, Vereinfachung und Beschleunigung der Verwaltungsprozesse ein enormes Kosteneinsparungspotenzial realisiert werden kann. Dadurch lassen sich im Optimalfall nahezu die gesamten einmaligen Lizenzkosten der Dienstplanungssoftware innerhalb kürzester Zeit über Einsparungen refinanzieren. Durch Rota werden über die Personaleinsatzplanung weitere zusätzliche Kosteneinsparungspotenziale erkannt. Damit wird eine fundierte Basis zur Optimierung des Personaleinsatzes

geschaffen. Die einfache und verständliche Darstellung der wichtigsten personal- und kostenrelevanten Daten während des Planungsprozesses ermöglichen es, eine verbesserte bedarfsorientierte Einsatzplanung zu realisieren und die Personalkosten weiter zu senken.

Unterstützung für Gastronomen, Hoteliers und Steuerberater

"Bei der Lohnabrechnung bin ich seit der Umstellung deutlich schneller durch das einfache Erstellen einer Monatsübersicht pro Mitarbeiter." erklärt die Gastronomin. Rota sorgt für Transparenz, fasst Prozesse zusammen und schafft Struktur. Für Unternehmer bringt Rota finanzielle und zeitliche Vorteile sowie Unterstützung und Sicherheit. Gerade in Branchen mit flexiblen Arbeitszeiten, wie der Gastronomie und Hotellerie, ist eine Software wichtig, die auf die spezifischen Prozesse und Anforderungen abgestimmt ist und einfaches, zeitsparendes Planen und Verwalten ermöglicht. Auch die Mitarbeiter von Christina Speidel sind zufrieden: „Wunschfreie Tage können direkt eingetragen werden, dadurch konnten wir auch die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter steigern.“ Getreu dem Motto: „proper planning prevents poor performance“ unterstützt die Firma Rota mit ihrer Softwarelösung Gastronomen, Hoteliers und deren Steuerberater beim Einteilen, Auswerten, Verwalten und Abrechnen der Mitarbeiter und somit beim Optimieren der größten Fixkostenposition. 





NEUE ANFORDERUNGEN DURCH CORONA UND DEN GESETZGEBER

Kassen im Härtetest

Die Kasse muss stimmen! In Corona-Zeiten gewinnt dieser Satz eine ganz neue Bedeutung. Viele Gastronomen haben in den letzten Monaten erst so richtig gelernt, was ihr Kassensystem alles kann (oder eben nicht kann): Bargeld- und kontaktlose Bezahlvorgänge abwickeln, Abrechnung von Gutscheinen und Take-Away, digitale Bons & Speisekarten... Dazu kommt noch der Gesetzgeber mit seinen neuen Anforderungen. Gründe genug, um so richtig ins digitale Zeitalter zu starten! Zumindest das Bundesfinanzministerium kennt keine Gnade. In einem Schreiben vom 30. Juni heißt es, dass das „Gesetz zum Schutz vor Manipulationen an digitalen Grundaufzeichnungen“, kurz KassenSichV genannt, auch in der Corona-Zeit gültig ist und dass vor allem alle Kassen bis zum 30.09.2020 mit der technischen Sicherheitseinrichtung TSE ausgerüstet sein müssen.

Inzwischen haben zumindest vier Bundesländer die Reißleine gezogen. „In Bayern, Nordrhein-Westfalen, Hessen und Hamburg wird jetzt gefordert, dass Gastronomen die TSE bis zum 30. September bestellen“, erklärt Stephan Gebhart, der Geschäftsführer der Firma **KASSEN- und WAAGENCENTER**. „Die Umrüstung der Kasse muss dann bis zum 31. März 2021 erfolgen.“

Aber wer kauft schon in Corona-Zeiten eine neue Kasse?

Um die Nachfrage anzuregen, hat man im **KASSEN- und WAAGENCENTER** ein Drei-Stufen-Modell entwickelt:

1. Kasse kaufen
2. Kasse leasen
3. Hardware kaufen, die Software für einen zweistelligen Betrag im Monat mieten

Speziell das dritte Modell kommt bei Gastronomen derzeit sehr gut an. „Gerade in Zeiten von Corona sprechen die Vorteile für sich“, so Stephan Gebhart. „Die Wirte haben geringe Investitionskosten und bleiben flexibel. Aber wie auch immer sich die Gastronomen entscheiden: Die TSE ist bei jeder Variante verfügbar. Wir haben für einen ausreichenden Vorrat gesorgt.“

Um die unterschiedlichsten Bedürfnisse optimal erfüllen zu können, hat sich das **KASSEN- und WAAGENCENTER** breit aufgestellt. Mit dem neuen Partner eh2, der früher für eine große Burgerkette gearbeitet hat, vertreibt das Münchner Familienunternehmen mit mehr als 40-jähriger Erfahrung eine neue Kassen-Software, die maßgeschneidert ist für große Franchisesysteme, für Bierzelte, für Stadion-Gastronomien, etc.

„Ob 10 Läden, ob 20 oder 50 Filialen, das ist mit dieser kostengünstigen Software alles kein Problem“, so Stephan Gebhart. „Alles läuft über einen zentralen Server, jederzeit kann in Echtzeit reagiert werden.“ Noch eine weitere Besonderheit bei den Kassensystemen aus dem Hause **KASSEN- und WAAGENCENTER** ist die DATEV-Anbindung über die TSE. „Wir sind einer der ersten Fachhändler, der diesen Service bieten kann. DATEV holt sich die Daten direkt aus der TSE und gibt die relevanten Daten an den Steuerberater weiter“, erklärt Stephan Gebhart. „Wichtiger Nebenaspekt für die Wirte: Die Daten werden 10 Jahre sicher in einem Rechenzentrum gespeichert.“ In den Corona-Zeiten ist der Lieferservice bekanntlich immer wichtiger geworden. Um ihre Gastro-Partner zu unterstützen, hat das **KASSEN- und WAAGENCENTER** gemeinsam mit dem Software-Partner **Viertl** eine eigene **App für Wirte** entwickelt, bei der sich die Wirte diese Gebühren sparen können. „Es handelt sich um eine sogenannte freie App, die sich Wirte aus dem Webshop herunterladen und individuell nutzen können, also z.B. als Gasthof Post App“, berichtet Stephan Gebhart. „Die Abwicklung der Bestellung ist mithilfe dieser App ganz einfach – für den Wirt und den User.“ Dabei sind in der App viele wichtige Features enthalten. Über all diese Möglichkeiten sollte man sich am besten direkt beim **KASSEN- und WAAGENCENTER** informieren.

**SEIT ÜBER 40 JAHREN IHR STARKES TEAM
IM BEREICH KASSEN
FÜR HANDEL & GASTRONOMIE
IN MÜNCHEN ZUHAUSE
SERVICE FÜR BAYERN
UND DEUTSCHLAND**

**Gesetz zum Schutz vor Manipulation
für elektronische Kassen- und PC-Systeme
ab 01.01.2020.**

**KASSEN- UND
WAAGENCENTER
MÜNCHEN**

Friedenstraße 1 | 81671 München | Tel.: 089 4506240
E-Mail: technik@wsm-gmbh.com | Internet: www.wsm-gmbh.com



HOGA 2021, 7. BIS 9. FEBRUAR 2021, MESSE NÜRNBERG

Deutschlands erste Gastronomie-Fachmesse zeigt Perspektiven

DIE HOGA NÜRNBERG IST IM FEBRUAR 2021, NACH FAST EINEM JAHR, DIE ERSTE GASTRONOMIE-FACHMESSE, DIE IN DEUTSCHLAND WIEDER STATTFINDET. DAS ANGEBOT DER HOGA ORIENTIERT SICH AN DEN AKTUELLEN ANFORDERUNGEN DER GASTBETRIEBE, STELLT DRÄNGENDE FRAGEN IN DEN VORDERGRUND UND BIETET DIE NOTWENDIGEN KONTAKTE ZU DIENSTLEISTERN, LIEFERANTEN UND PRODUZENTEN.

Bayerns Gastgebermesse HOGA findet vom 7. bis 9. Februar 2021 in der Messe Nürnberg statt. Die HOGA bündelt alle Themen der HoReCa-Branche und liefert neue Produkte, innovative Lösungen und Partner für ein erfolgreiches Gastro-Business. Viele Gastbetriebe haben ihre Konzepte überarbeitet, sich neu aufgestellt und kreative Lösungen gefunden, um nach der Krise erfolgreich weiter zu gehen. Die HOGA dient dem Austausch unter Kollegen und hilft dabei, neue Partnerschaften zu knüpfen und neue Wege zu gehen. Fachlicher Träger ist der DEHOGA Bayern, der die drängendsten Fragen der Branche beantwortet und Ansprechpartner für Gastronomen und Hoteliers ist.

Unter dem Slogan „HOGA Inspiration“ gibt es Streetfood-Neuheiten, Informationen rund um das Thema Fleisch und Nachhaltigkeit, Trend-Getränke und Bar-Lösungen, Food-Start-ups sowie die Innovationen der Branche zu entdecken. Die SFC Street Food Convention begleitet die HOGA und bringt erfahrene Foodtrucker und erfolgreiche Köche nach Nürnberg. Darüber hinaus liefert der Deutsche Hoteltag Informationen und Angebote für Hoteliers.

Im Bereich „Nahrungsmittel und Getränke“ gibt es spezialisierte Angebote für italienische und bayerische Gastbetriebe, mit dem Mercato Italiano und dem Spezialitätenland Bayern. „Die Rösterei“ stellt Kaffee in den Mittelpunkt, dazu gehören der nachhaltige Anbau, die Röstung und die Zubereitung mit der passenden Maschine. Die SCA Specialty Coffee Association trägt wieder ihre Wettbewerbe auf der HOGA aus. Darüber hinaus werden Snack-Konzepte für den Außer-Haus-Markt vorgestellt.

Im Bereich Küchentechnik gibt es neben neuen Produkten und Lösungen auch Koch-Vorführungen, zum Beispiel im Cook & Chill-Forum. Darüber



hinaus finden die Besucher auf der HOGA Haus- und Betriebstechnik sowie Ansprechpartner für individuelle Lösungen. Die HOGA liefert nicht nur eine Grundeinrichtung und Ausstattung für den Gastbetrieb, sie stellt auch spezielle Anforderungskonzepte und Lösungen in Sachen Kinderfreundlichkeit und Barrierefreiheit in den Fokus.

Die Organisation in Gastbetrieben hat vor allem in den vergangenen Monaten einen neuen Stellenwert bekommen. Digitale Lösungen für Restaurants, Hotels, Küchen und Barbetriebe werden auf der HOGA vorgestellt. Da Soziale Medien und eine professionelle Online-Präsenz auch für kleine und mittelständische Betriebe eine immer wichtigere Rolle spielen, gibt es in diesem Bereich Unterstützung bei der New Media-Typberatung.

BAYERNS GRÖSSTE GASTGEBERMESSE

Die HOGA ist Bayerns größte Gastgebermesse. Sie bietet Gastronomen und Hoteliers die Produkte, Lösungen und Konzepte, die sie für ihre Gastronomie benötigen. Dabei richtet sich das Angebot sowohl an kleine und mittlere Betriebe als auch an Großküchen und die Experten der Gemeinschaftsverpflegung. Ein wichtiger Fokus der HOGA liegt darauf, Neuheiten und Trends zu präsentieren. Mit fachlichen Partnern und kreativen Ideengebern werden diese praxisnah vorgestellt. Aktuelle Informationen und Hinweise finden Aussteller und Besucher auf www.hoga-messe.de. 

HOGA-MESSE.DE

Wir freuen uns
über Ihren Besuch

FACHMESSE
Hotellerie Gastronomie & GV

7.-9. Februar 2021
Messe Nürnberg

HOGA



DIE GASTGEBERMESSE

Auf einen Gin Tonic mit...

Claudia Koreck,
Bayerische Sängerin und Songwriterin

CLAUDIA, GENUSS HAT VIELE GESICHTER - HÖREN, RIECHEN, SEHEN, FÜHLEN, SCHMECKEN. WIE DEFINIERST

DU PERSÖNLICH GENUSS?

Ich bin ein absoluter Genussmensch und genieße mit allen Sinnen. Gutes Essen ist dabei natürlich etwas ganz Essenzielles. Ich mag es sehr gerne, zu kochen, gute Lebensmittel zuzubereiten und sie zu genießen. Was wäre das Leben ohne gutes Essen? (lacht)

WIE SIEHT ES IN DEINEM BERUFLICHEN LEBEN AUS? IST EINE TOUR MIT MEHREREN KONZERTEN FÜR DICH EHER ARBEIT ODER GENUSS?

Beides. Wenn man auf der Bühne steht, ist es definitiv ein Genuss – da kann ich alles um mich herum vergessen. Das ist allerdings nur ein sehr kleiner Anteil einer Konzerttour. Man fährt viel im Tour-Bus, baut auf, probt und werkelt ständig vor sich hin – das ist schon eher Arbeit. Auch das andauernde Warten – sei es im Zuge der Vorbereitungen oder das immer wieder aufregende Fiebern auf die Auftritte – geht manchmal an die Substanz.

WIE SCHAFFST DU ES, NACH EINEM ANSTRENGENDEN KONZERT ODER GAR EINER LÄNGEREN TOUR, WIEDER ZU DIR ZU FINDEN UND ZEIT ZUM GENIEßEN ZU HABEN?

Das klappt im Normalfall eigentlich ganz gut. Sobald ich wieder zuhause bin und eine Dusche genommen habe, kann ich meistens auch wieder ganz gut abschalten. In Phasen, in denen die innere Unruhe größer ist, hilft mir Sport. Schwimmen, mit dem Hund spazieren gehen und in der Natur zu sein – das erdet mich und hilft mir dabei, das Leben wieder zu genießen.

DIE MOMENTANE KRISE BEUTELT DIE BRANCHE SCHWER. HAST DU EINEN TIPP, WIE MAN AUCH IN SOLCHEN ZEITEN DAS LEBEN GENIEßEN KANN?

Ich glaube, Angst ist kein guter Ratgeber. Ich konzentriere mich auf die Dinge, für die ich dankbar bin: Ich bin dankbar für meine Familie, dankbar dafür, dass ich diese Zeit in Deutschland erleben darf und nicht woanders bin und dass ich Musik machen kann. Es gibt viele Dinge in meinem Leben für die ich dankbar bin. Mit dieser Perspektive lebt es sich deutlich besser.

DU BIST BEKANNTLICH BAYERIN MIT LEIB UND SEELE – WAS MACHT BAYERN AUS DEINER SICHT AUCH FÜR TOURISTEN ZU EINER DERART BELIEBTE REISEDESTINATION?

Bayern ist einfach eine wunderschöne Gegend und bietet unglaublich viel Abwechslung. Es gibt Berge, Seen, Biergärten und natürlich das bayerische Lebensgefühl. Ich kann jeden verstehen, der bei uns Urlaub machen möchte. ☺

ZUR PERSON

Claudia Koreck ist eine bayerische Sängerin und Songwriterin. Ihren Durchbruch hatte die gebürtige Traunsteinerin im Jahr 2007 mit dem Song „Fliang“. Im selben Jahr veröffentlichte sie ihr erstes Album unter demselben Namen. Es kam in Bayern auf den ersten Platz der meistverkauften Alben. Im August dieses Jahres veröffentlichte die heute 34-Jährige ihr neues Album mit dem Titel „Auf die Freiheit“. Weitere Informationen und aktuelle Tourdaten unter www.claudiakoreck.com.

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](http://www.pressecompany.de)

Chefredaktion:

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

CvD:
Johannes Ohnesorg (joi)
Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart
Telefon: 0711 / 23886-53

Gesamtanzeigenleitung:
Richard Garin | MuP Verlag GmbH
Nymphenburger Str. 20b | 80335 München
Telefon: 089 / 1 39 28 42 68
E-Mail: richard.garin@mup-verlag.de

Layout:
Jens Tippel
Reinsburgstr. 82 | 70178 Stuttgart
Telefon 0711 / 23886-28

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 kooperierenden
Dritten geführt werden. Mit dem Namen des
Verfassers gekennzeichnete Beiträge stellen nicht
unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Beiträge
in unserer Zeitschrift, in denen speziell Erzeugnisse
von Firmen besprochen werden, dienen lediglich der
Information unserer Leser, um sie über Neuheiten
auf diesem Gebiet aufzuklären. Eine Garantieer-
klärung für Produkte und Firma ist damit nicht
verbunden. Rückfragen bezüglich firmengebunde-
ner Produkte sind deshalb direkt an die Hersteller
zu richten.

Druckauflage 1. Quartal 2020:
15.200 Exemplare
Deutsche Post AG
Entgelt bezahlt



FRAG DOCH DEN KNIGGE

Igel in der Tasche



WIE UMGEHEN MIT GÄSTEN, DIE TROTZ HÖCHSTEM GENUSS, GUTEM SERVICE UND OHNE BEANSTANDUNGEN KEIN TRINKGELD GEBEN?

Obwohl sich in Deutschland ein Trinkgeld zwischen 5 und 10 Prozent als sozialer Code eingebürgert hat, ist das Aufrunden der Rechnung keine Verpflichtung, sondern bleibt eine freiwillige Leistung. Das ist das Schöne, weil es einem die Freiheit gibt, sich von seiner großzügigen Seite zu zeigen und anderen ein Lächeln aufs Gesicht zu zaubern. Denen, die uns eine gute Zeit gemacht haben. Selbst dann, wenn nicht alles perfekt ist. Kommt mein Schnitzel mal nicht im Schweinsgallopp, erinnere ich mich, dass jeder tut, was er kann. Bleibt mein Glas trocken, genieße ich das seltene Glück, einmal kurz von der Welt vergessen worden zu sein. Wo war ich stehen geblieben? Ach ja, beim Trinkgeld.

Ein Freund von mir ist Deutscher, verhält sich aber wie ein Schotte:
„Das macht 21,90 Euro, bitte.“
„22, stimmt so, danke.“

Ein echter Cent-Fuchser. Immer einen Igel in der Tasche. Ich mag ihn trotzdem. Die Kellnerin im Café Einstein wohl eher nicht, sie ließ es sich aber nicht anmerken. Man soll sich ja nicht selbst loben, aber ich tue es trotzdem. Ich selbst gebe gutes Trinkgeld. Auch diesmal. Ich weiß, dass

es bei den Richtigen ankommt und bleibe gerne in guter Erinnerung. Vielleicht, weil ich früher selbst gekellnert habe. Großzügigkeit sieht gut aus, Kleinzügigkeit kleidet wie ein Anzug von Donald Trump.

Ich halte nichts davon, Menschen auf ihre Kleinzügigkeit anzusprechen, weil Kleinzügige mit großen Zügen einfach nicht umgehen können, so meine Erfahrung. Und Freiwilligkeit lässt sich eben nicht einfordern. Schon gar nicht bei denen, die bei allem, was mit frei anfängt, zuerst an sich selbst denken.

Bleibt also nur den Ärger hinunterschlucken? Die Faust in der Tasche machen und sich kopfschüttelnd darüber freuen, dass man selbst nicht mit Igel in der Tasche geplagt ist? Ich jedenfalls freue mich tatsächlich darüber, Geiz nicht geil zu finden und Menschen eine Freude zu machen, die mir eine bereitet haben. Wem das nicht reicht, wer auf „Wie-Du-mir-so-ich-Dir“ sinnt, dem empfehle ich, die empfundene Herabwürdigung nicht mit gleicher, sondern mit charmanter Münze heimzuzahlen. So wie die Kellnerin im Café Einstein meinem schottischen Freund. Als wir gehen wollten, kam sie uns hinterher gelaufen und sagte freundlich:

„Entschuldigung, Sie haben noch etwas vergessen.“

Dann drückte sie meinem verdutzten Freund 20 Cent in die Hand. Der war verdutzt und verließ irritiert das Restaurant, ich schmunzelnd neben ihm. Wir gingen bestimmt fünf Minuten nebeneinander her, ohne miteinander zu sprechen. Es arbeitete in seinem Kopf, das spürte ich. Vielleicht hat ja die charmante Unverschämtheit unserer Bedienung etwas in ihm ausgelöst. Ich war gespannt. Er drehte sich zu mir und sagte:

„Du, Moritz, wir müssen noch mal zurück ins Einstein: Die Kellnerin hat nicht mitbekommen, dass ich ihr Trinkgeld gegeben habe und dann hat sie sich auch noch verrechnet: Ich hatte ihr nur 10 Cent gegeben, nicht 20.“

Ich war fassungslos. Die Hoffnung stirbt zuletzt, aber sie stirbt, dachte ich. Und dann musste ich laut lachen, klopfte ihm wohlwollend auf die Schulter und sagte:

„Weißt Du was? Gib ihr doch beim nächsten Mal einfach 30 Cent Trinkgeld.“
„Das ist eine sehr gute Idee, Moritz.“

Und ich dachte: au Backe. ☺

Moritz Freiherr Knigge gibt bei *Gastgeber Bayern* Antworten für Gastgeber. Haben auch Sie eine Frage? Dann schreiben Sie an knigge@gastgeber.bayern.

ICH BIN GERNE MITGLIED – GEMEINSAM SIND WIR STARK

„EIN GANZ, GANZ GROSSES DANKE FÜR ALL DIE SCHNELLEN UND SEHR GUT ERKLÄRTEN INFORMATIONEN VOM DEHOGA. DAS HAT UNS SEHR GEHOLFEN, UNS NICHT LANGE IM INTERENT DURCHWÜHLEN ZU MÜSSEN UND WIR KONNTEN UNS AUF DAS WESENTLICHE KONZENTRIEREN: UNSERE GÄSTE UND GANZ, GANZ BESONDERS UNSERE MITARBEITER. VIELEN, VIELEN DANK. BITTE MACHT SO WEITER!“

CORNELIA BLODAU
RÜCKERT-CENTRUM GMBH,
SCHWEINFURT

„WIR HABEN NUN JA SCHON EINE GANZE REIHE AN WIRKLICH SEHR HILFREICHEN INFORMATIONEN BEKOMMEN UND ICH WOLLTE EINFACH MAL ‚DANKE‘ SAGEN FÜR DIE TOLLE BERTEUUNG UND HERVORRAGENDE UNTERSTÜTZUNG! ES SIND SEHR SCHWERE ZEITEN UND MAN HAT ZUMINDEST DAS GEFÜHL, DASS MAN NICHT ALLEINE IST. VIELEN DANK UND MACHEN SIE WEITER SO UND VOR ALLEM BLEIBEN SIE GESUND!“

ANGELA UND ANDREAS WEISSENFELD
HOTEL WÜRMTALER GÄSTEHAUS E.K.

„WIR MÖCHTEN UNS EINMAL RECHT HERZLICH BEI IHNEN ALLEN BEDANKEN. SIE LEISTEN GRANDIOSE ARBEIT IN DIESEN WIRKLICH TURBULENTEN ZEITEN. IHR SEID SPITZE, MACHT WEITER SO, WIR KÖNNEN ES NUR GEMEINSAM SCHAFFEN.“

FAMILIE WEISS UND TEAM
AUGUSTINER AM WÖRTHSEE



DEHOGA Bayern

Der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA Bayern e.V. setzt sich tagtäglich als starker und hervorragend vernetzter Interessensverband für die Belange der bayerischen Hotel- und Gaststättenbranche ein. Zudem ist der Verband gerade in diesen schweren Zeiten ein kompetenter Ansprechpartner und Ratgeber für seine Mitglieder.

Für Ihr Vertrauen und Ihr außergewöhnliches Durchhaltevermögen in dieser schwierigen Zeit möchten auch wir uns bedanken. Gemeinsam sind wir stark und können etwas bewegen!

SPRECHEN SIE UNS GERNE AN!

Telefon: 089 28760-0

Fax: 089 28760-111

E-Mail: info@dehoga-bayern.de

Internet: www.dehoga-bayern.de

**JETZT
MITGLIED
WERDEN!**

JETZT MITGLIED WERDEN UND VOM NETZWERK DES DEHOGA BAYERN PROFITIEREN!

AUF GEHT'S IHR OBAZIS!



In euren bayerischen Wirtshäusern und Biergärten!

Seids mit dabei unter: volksfest-spezialitäten.de

Mit genüsslicher Unterstützung von:



Bayerisches Staatsministerium für
Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

